



TDK
TUDOMÁNYOS
DIÁKKÖR



KÖZGÁZMISKOLC



MISKOLCI
EGYETEM
UNIVERSITY OF MISKOLC

**37. ORSZÁGOS
TUDOMÁNYOS
DIÁKKÖRI
KONFERENCIA**



**KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI SZEKCIÓ
MISKOLCI EGYETEM
2025.04.28-30.**



REZÜMÉKÖTET



37. ORSZÁGOS
TUDOMÁNYOS
DIÁKKÖRI
KONFERENCIA
2025



Közgazdaságtudományi
Szekció

OTDK'70

37. Országos Tudományos Diákköri Konferencia
Közgazdaságtudományi Szekció
2025. április 28-30.

REZÜMÉKÖTET

Szerkesztők:

Veresné Somosi Mariann

Lipták Katalin

Musinszki Zoltán

Molnár László

Nagy Szabolcs



MISKOLCI EGYETEM

Gazdaságtudományi Kar

Miskolc

2025

Felelős kiadó:
Veresné Prof. Dr. Somosi Mariann

Szerkesztők:
Veresné Somosi Mariann
Lipták Katalin
Musinszki Zoltán
Molnár László
Nagy Szabolcs

Technikai szerkesztő:
Páczelt Nóra

ISBN 978-963-358-377-7

Kiadó:
Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar
3515 Miskolc-Egyetemváros
Tel: +36-46-565-111
Web: <https://gtk.uni-miskolc.hu>

Miskolc, 2025. április 28-30.

A 37. OTDK Közgazdaságtudományi Szekciója a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal közreműködésével a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alap terhére a Kulturális és Innovációs Minisztérium.

© Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar

Tartalomjegyzék

Előszó.....	3
Az Ügyvezetés köszöntője	5
Roska Tamás: „Énekeljetek az elmétekkel”	7
A Roska Tamás díj nyertese: Dr. Fenyves Noémi Dóra, Debreceni Egyetem	9
Ágazati gazdaságtan – Ágazati elemzések pénzügyi adatok alapján.....	11
Ágazati gazdaságtan – Agrár- és élelmiszergazdaságtan.....	24
Ágazati gazdaságtan – Közlekedésgazdaságtan	33
Ágazati gazdaságtan – Sportgazdaságtan – I.	43
Ágazati gazdaságtan – Sportgazdaságtan – II.....	50
Digitális gazdaság, e-business.....	56
Gazdaságpszichológia, gazdaságpszichológia	69
Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Energiagazdaságtan	81
Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Fenntartható fogyasztás	95
Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Fenntartható gazdaság	106
Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Fenntartható marketing.....	116
Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Fenntartható vállalatok	123
Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Fenntarthatóság – ESG	131
Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Fenntarthatóság társadalmi kérdései.....	138
Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Zöld pénzügyek	149
Gazdaságpolitika – Gazdaságpolitika	157
Gazdaságpolitika – Monetáris politika	170
Gazdaságtörténet, közgazdasági elmélet-történet – Gazdaságtörténet.....	176
Humán erőforrás gazdálkodás és fejlesztés – Humán erőforrás – trendek és folyamatok.....	184
Humán erőforrás gazdálkodás és fejlesztés – Humán erőforrás – HR gyakorlatok.....	196
Humán erőforrás gazdálkodás és fejlesztés – Humán erőforrás – munka és magánélet.....	205
Információ-gazdaságtan, gazdasági informatika.....	214
Közgazdasági elméletek és modellek, játékelmélet – Döntésselmélet és játékelmélet.....	225
Közgazdasági elméletek és modellek, játékelmélet – Közgazdasági elméletek és modellek.....	238
Marketing – AI a marketingben	250
Marketing – Digitális marketing	261
Marketing – Élelmiszer marketing.....	272
Marketing – Élmenyközpontú marketing	280
Marketing – Fogyasztói magatartás	292
Marketing – Generációs marketing.....	301
Marketing – Influencer marketing	311
Marketing – Kulturális marketing.....	318

Marketing – Márkázás	330
Marketing – Marketing	337
Marketing – Marketing stratégia	345
Munkaerőpiac – Labour market & HR	355
Munkaerőpiac – Munkaerőpiaci esélyegyenlőség	363
Munkaerőpiac – Munkaerőpiaci folyamatok	372
Pénzügy – Adóügyek és kriptovaluták.....	383
Pénzügy – Digitális pénzügyek.....	392
Pénzügy – Finance	402
Pénzügy – Pénzügyi modellek, technikai elemzések.....	410
Pénzügy – Pénzügyi tudatosság	425
Pénzügy – Vállalatfinanszírozás, vállalati pénzügyek.....	436
Regionális gazdaságtan – Regionális egyenlőtlenségek	446
Regionális gazdaságtan – Regionális gazdaságtan	455
Stratégiai és változásmenedzsment, tudásmenedzsment	466
Számvitel, kontrolling – Kontrolling	475
Számvitel, kontrolling – Számvitel.....	484
Társadalmi innováció	495
Termelés- és szolgáltatásmenedzsment, logisztika, ellátási lánc menedzsment – Ellátási lánc menedzsment.....	503
Termelés- és szolgáltatásmenedzsment, logisztika, ellátási lánc menedzsment – Termelés- és szolgáltatásmenedzsment	511
Területfejlesztés	517
Tőke- és pénzpiacok – Pénzügyi piacok – makrogazdasági és politikai hatások	527
Tőke- és pénzpiacok – Tőkepiacok – befektetési stratégiák.....	535
Turizmus, vendéglátás – Szálloda és vendéglátás	543
Turizmus, vendéglátás – Turizmusfejlesztés	556
Turizmus, vendéglátás – Utazási döntés	568
Vállalatgazdaságtan, vállalkozástan – Vállalatgazdaságtan	579
Vállalatgazdaságtan, vállalkozástan – Vállalkozás, családi vállalkozás.....	588
Vezetés, szervezés – Projektmenedzsment	598
Vezetés, szervezés – Vezetés, szervezés.....	608
Világgazdaság, globalizáció – Globális gazdasági és pénzügyi folyamatok	619
Világgazdaság, globalizáció – Világgazdaságtan	626
Névmutató.....	639
Intézménykódok.....	645
Támogatóink	647

Előszó



A rendező intézmény tradícióját folytatva engedjék meg, hogy így köszöntsem Önöket: *Jó szerencsét!*

A 2025. évi 37. OTDK Közgazdaságtudományi Szekció megrendezéséhez a stafétát a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kara a Selye János Egyetem Gazdaságtudományi és Informatikai Karától vette át. Ismét eltelt két év. Az intézményi konferenciákon sok hallgató vett részt, közülük kerültek ki Önök, akiket a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kara lát vendégül.

Az első önálló Közgazdaságtudományi Szekció 1970-ben került megrendezésre – bár még nem ezen a néven –, a konferencia sorozaton résztvevő hallgatók száma folyamatosan növekedett. A

hallgatói érdeklődés, a részvétel töretlen.

A mostani 37. OTDK Közgazdaságtudományi Szekciója a maga 712 nevezett TDK pályamunkájával a konferencia sorozat „legnépesebb” szekciója: a 16 tudományterületet átfogó OTDK-ra nevező összes hallgató 12,3%-a ebbe a szekcióba nevezett. A szekcióba nevezett dolgozatok 637 szerző és 459 témavezető munkái. Öröndetes, hogy az ország és a határon túli gazdaságtudományok és kapcsolódó tudományterületek képző intézményei közül 38 jelen van, továbbá 8 középiskolásként jogosultságot szerzett pályamunka is bemutatásra kerül. A hazai intézmények hallgatói mellett Közgazdaságtudományi Szekció immár hagyománnyá váló szokásrendje szerint 35 hallgató 4 határon túli intézményből érkező diáktudós is jelen lesz a konferencián. Másik öröndetes jelenség a benyújtott dolgozatok szakmai sokszínűsége: a szervezők „kellemes gondjait” szaporította, hogy a résztvevők 64 tagozat zsűrije előtt mutathatják be és védhetik meg dolgozataikat.

A gyorsuló világunkban újabb és újabb megválaszolandó kérdéssel találjuk magunkat szembe az élet minden területén. Önök is kérdéseket tettek fel és azokra kerestek válaszokat kutatómunkájuk során. A tudásvágy, mely idáig juttatta Önöket, alapja a nyitottság, a kérdezni tudás. Mindannyiukra jellemző a kutatás iránti elhivatottság, a tudományos kérdések megválaszolásának szándéka, megteremtve annak lehetőségét, hogy itt és most új kapcsolatokra, élményekre, ismeretekre tegyenek szert a megmérettetésen túl. Eredményeik elérésében mentoraik szakmai és erkölcsi iránymutatása, a közös beszélgetések adják azt a háttérrel, ami hozzájárult, hogy itt lehessenek. Konzulenseik megidéznek az ókori görög világot, Arisztotelész, a „hegyen sétáló professzor” tanításmódját. A tapasztalás, a személyes kapcsolat, a beszélgetések, a filozófiai, tudományos és politikai kérdések megvitatása volt az alapja az oktatásnak, ami a későbbiek során a középkori „universitasok” gyakorlatává vált. A viták, a személyes beszélgetések során – sokszor játékos formában – meghallgatásra került a hallgatók véleménye. Mi ez, ha nem a mai tudományos diákköri mozgalom megalapozó szellemisége?

A 2025-ös OTDK-ra vezető út során Önök is kérdéseket tettek fel, nyitottak voltak a világra, a változásokra. Remélem, a válaszok keresése közben sem felejtik el, hogy minden összefügg mindennel, jó válaszok nem adhatók a múlt megismerése nélkül. Ezt a gondolatot többen fogalmazták meg, ami útmutatás lehet Önök számára is. Hadd álljon itt egy Habsburg Ottótól vett idézet: *„Aki nem ismeri a múltat, nem ítélni meg a jövőt. A múlt az a talaj, amelyen állunk. Tanítómesterünk, megmutatja, hogy milyen hibákat nem szabad újra elkövetni és mit kell tenni.”*

A korábbi OTDK Közgazdaságtudományi Szekciói hallgatóit megkérdeztük arról mit tekintettek fontosnak, milyen tapasztalatokkal és élményekkel gazdagodtak. A versenyjellegen, a kapcsolatokon túl meghatározó volt számukra a fesztiválélmény. Kívánom, hogy most is sokszáz, különböző intézményből érkező diák – Önök – élje át a verseny, a szakmai siker és az ünneplés speciális hangulatát.

Kérem Önöket, hogy az elkövetkezendő két napot inkább konferenciának, a TDK mozgalom hagyományaihoz hűen a közgazdász diáktudományosság legmagasabb fórumának éljék meg, ahol nemcsak hallgatók és intézmények versenyeznek egymással, hanem kiművelt, kreatív elmék által megszült gondolatok méretődnek és vitatódnak meg. A párbeszéd, az egymás meghallgatása és megértése kísérje Önöket a konferencia idején! Higgyék el, azzal, hogy idáig eljutottak olyan tapasztalatokkal lettek gazdagabbak, amelyek az élet különböző területein segítik az eligazodást, támpontot adnak döntéseikhez, magabiztosabbakká válnak.

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

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

Miskolc, 2025. április 28.

Takácsné György Katalin,
az OTDT Közgazdaságtudományi Szakmai Bizottságának elnöke

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 elolvassunk 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.

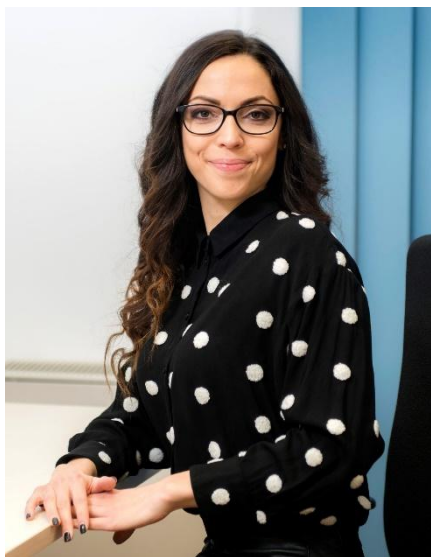
Saját szakmai területén messze túlmutató tevékenysége legyen inspiráció és példakép az Önök számára, akik a jövő tudósai! Ebben a szellemben hallgassuk üzenetét:

„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: Dr. Fenyves Noémi Dóra, Debreceni Egyetem

BEMUTATKOZÁS



Dr. Fenyves Noémi Dóra (Farkas Noémi Dóra) 1994-ben született Debrecenben. Az egyetemi tanulmányait a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Kereskedelem és Marketing alapszakán kezdte. A végzést követően Vállalkozásfejlesztésre jelentkezett, majd 2019 év elején megkapta mesterszakos diplomáját is. Az egyetemi tanulmányai lezárásaként ugyanezen év áprilisában a pécsi Országos Tudományos Diákköri Konferencián első helyezést ért el Fogyasztói magatartás szekciójában. Ez adta Noéminek a motivációt, hogy jelentkezzen doktori képzésre.

2019 szeptemberétől 2023 szeptemberéig az Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, valamint a Marketing és Kereskedelem Intézet PhD hallgatójaként tevékenykedett, ahol azt követően tanársegédként, jelenleg pedig adjunktusként dolgozik.

PhD-s időszaka alatt többször is részesült ÚNKP ösztöndíjban, illetve számos kutatási és oktatási projekt résztvevője volt. 2022-ben a kari PhD konferencián első helyezést ért el szekciójában. 2023 júliusában a Gazdaságtudományi Kar Dékánja a Pro Juventute Dékáni Elismerő Oklevél kitüntetést adományozta részére, 2025 januárjában pedig ismét Dékáni Elismerő Oklevél kitüntetést kapott a Karon végzett tevékenységének elismeréséül.

A PhD oklevelét 2023 decemberében kapta meg Summa Cum Laude minősítéssel.

Az előadás címe:

A GENETIKAI ALAPÚ SZEMÉLYRE SZABOTT TÁPLÁLKOZÁS FOGYASZTÓI ELFOGADÁSA

Az elmúlt évtizedekben a táplálkozással összefüggő, nem fertőző betegségek rohamos ütemben üttették fel a fejüket világszerte, a következményükként bekövetkező halálesetek száma pedig nem mutat jelentős csökkenést. Ezen körülmény az életmód, az étkezés megreformálásával, valamint preventív egészségmagatartás kialakításával javítható lenne. A tömegeket célzó étrendi ajánlások helyett a személyre szabott táplálkozás irányába történő elmozdulás jelenthetne egy lehetséges megoldást, melynek lényege, hogy a diéta az egyéni szükségleteket figyelembe véve kerül kialakításra. A kutatásom során célkitűzéseim közt szerepelt, hogy felmérjem, mely tényezők és milyen mértékben hatnak a fogyasztói elfogadásra a genetikai alapú személyre szabott táplálkozást illetően a magyar lakosság körében, illetve, hogy feltárjam, e befolyásoló tényezők között milyen kapcsolatok figyelhetők meg, mindezt annak érdekében, hogy komplex modellbe foglalhassam azokat. További célom volt, hogy az elfogadást befolyásoló tényezők alapján szegmentáljam a hazai fogyasztókat, valamint, hogy a kutatás során kapott eredményeim hasznosíthatóságát bemutassam egyéni és társadalmi szinten. A primer kutatásom során az integrált viselkedési modell koncepcióját követve, először fókuszcsoportos interjúkat készítettem három (a személyre szabott táplálkozást illetően) pozitív attitűddel rendelkező fogyasztói csoportban (elfogadók) és három ellentétes (negatív)

érzésű csoportban (elutasítók). Az adatgyűjtés kvantitatív részében online kérdőíves megkérdezést folytattam le 805 hazai fogyasztó bevonásával, ahol a kérdések a szakirodalom és a fókuszcsoporthoz interjú során elhangzottak alapján lettek összeállítva. Ez alapján sikerült megalkotni azt a komplex modellt, mely a genetikai alapú személyre szabott táplálkozás fogyasztói elfogadását befolyásoló tényezők közötti kapcsolatokat mutatja be. A kapott eredmények alapján elmondható, hogy a genetikai alapú személyre szabott táplálkozás követésének szándékára több pszichológiai folyamat is hatással van. Az attitűd, a szubjektív norma, valamint a személyes ráhatás is befolyásolja az egyén azon elhatározását, hogy kívánja-e folytatni a jövőben a vizsgált magatartást. Ezen túlmenően bizonyos szocio-demográfiai tényezők is szerepet játszanak az elfogadás folyamatában. Korábbi kutatásokban még nem volt példa arra, hogy a magyar lakosságot szegmentálják a genetikai alapú személyre szabott táplálkozás elfogadását befolyásoló tényezők alapján, ám most nekem ezt sikerült kivitelezni. A szkeptikusok, a bizonytalanok és a potenciális igénybe vevők klaszterei jól definiálható eltéréseket mutatnak az előbb említett befolyásoló tényezők (tapasztalati attitűd, instrumentális attitűd, szubjektív norma, észlelt magatartásirányítás, énhatékonyság, szocio-demográfiai jellemzők) mentén, továbbá az egyes csoportok a viselkedési szándékukban is eltérőnek bizonyultak.

Ágazati gazdaságtan – Ágazati elemzések pénzügyi adatok alapján

Elnök:	Dr. Németh Krisztina	BGE
Társelnök:	Dr. Fenyves Veronika	DE
Tag:	Dr. Deutsch Nikolett	BCE
Tag:	Dr. Hanuszics Veronika	RFKMF
Tag:	Dr. Thalmeiner Gergő	MATE
Titkár:	dr. Murányi Klaudia	ME

BABOS ANDRÁS

bandras2000@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Veit József

egyetemi docens, BCE PSZGJI

TOPFUTBALL VÁLSÁGOK ÁRNYÉKÁBAN

Kulcsszavak: Covid-19 járvány; futballklubok gazdasági működése; fenntartható üzleti stratégia; sportszakmai és gazdasági teljesítmény kapcsolata; játékospiaci stratégia

A XXI. században a labdarúgás világméretű iparaggá nőtte ki magát, ami magával vonta a legnagyobb klubok közti verseny kiéleződését. A topklubok évről évre egyre nagyobb bevételeket generáltak, növelték a bérkeretüket és transferkiadásait, üzleti stratégiájuk azonban ezáltal hosszú távon fenntarthatatlanná vált, melyet a Covid-19 járvány egyértelműen be is bizonyított. Jelen kutatás arra keresi a választ, hogy a koronavírus-járvány gazdasági hatásai milyen mértékben befolyásolták az európai futballklubok működését szakmai, gazdasági és pénzügyi szempontból.

A dolgozatban tesztelt hipotézisek tesztelése lineáris regressziókkal valósult meg, melyek alapjául az Orbis adatbázisból, a transfermarkt.de és a sofascore.com oldalról letöltött adatok szolgáltak. A kutatás legfontosabb eredménye a különböző pénzügyi mutatószámok (normalizált bevételek, EBITDA-margin, Cash-flow konverziós ráta, ...) és a játékospiaci kiadások, valamint a fenntartott bérkeret közti kapcsolat azonosítása. A gazdasági és sportszakmai teljesítményben bekövetkezett változások kapcsolata szintén tesztelésre került empirikusan, de szignifikáns összefüggést nem sikerült alátámasztani. A kutatás eredményei leginkább a hazai és regionális futballklubok, a szabályozók és egyéb külső érintettek (befektetők, szurkolók, partnerek) számára relevánsak, a sportszervezetek gazdasági-stratégiai működését vizsgáló további kutatásokhoz is jó kiindulási alapot ad.

DAJKA BALÁZS KRISTÓF

dajkabalazs@gmail.com

Agrárközgazdász

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Szöllősi László

egyetemi docens, DE GTK

A MAGYARORSZÁGI ÉLELMISZER-ELŐÁLLÍTÓ VÁLLALATOK KONCENTRÁCIÓJA ÉS JÖVEDELMI HELYZETE 2022-BEN

Kulcsszavak: élelmiszeripar; koncentráció; jövedelem; 2022; Magyarország

Az élelmiszeripar Magyarországon kiemelt jelentőségű szektor, amely nemcsak az alapvető élelmiszerellátásban játszik meghatározó szerepet, hanem jelentős gazdasági és társadalmi hatással is bír. Az ágazatban működő vállalkozások nagymértékben hozzájárulnak az ország gazdasági teljesítményéhez. A piaci viszonyok folyamatosan változnak, amelyek új kihívások és lehetőségek elé állítják a vállalatokat, vagyis az alkalmazkodóképességük kulcsfontosságú a hosszú távú sikeres működés szempontjából.

Kutatómunkám célja az volt, hogy egy átfogó képet nyújtsak a magyarországi élelmiszeripari és azon belül az egyes alágazatokban működő vállalatok gazdasági teljesítményéről és piaci koncentrációjáról a 2022-es évre vonatkozóan. A vizsgált vállalkozások adatai az EMIS adatbázisból származnak. A minta elemszáma 1227 db vállalat. A vállalatokat főtevékenységük alapján besoroltam az élelmiszergyártás (TEÁOR'08 C10 ágazat) 9 alágazatába. A mérlegfőösszeg és árbevétel alapján vizsgáltam a mintában szereplő vállalatok méretét, valamint értékeltem azok 2022. évi jövedelmét az üzleti tevékenységek eredménye alapján. Ezek után különböző mutatók (ROE, ROA, ROS) alapján vizsgáltam a vállalatok jövedelmezőségének alakulását. A minta gazdasági adatait leíró statisztikai módszerekkel (osztályközös elemzések, átlag, szórás, medián) dolgoztam fel. A piaci koncentrációt Lorenz-görbe és a Gini-index segítségével vizsgáltam.

A vizsgált időszakban a vállalatok 88,93%-a volt képes jövedelmezően termelni és csak 11,07%-a volt veszteséges az árbevétel-arányos jövedelmezőség alapján. Vagyis nem volt képes minden vállalat alkalmazkodni a különböző piaci kihívásokra a 2022-es évben. A jövedelmezőségi helyzet átlagosan a legkedvezőbb a gyümölcs-, zöldségiparban (7,87%), a növényi és állati olajiparban (7,71%), a takarmányiparban (7,41%) és a pékáru és tésztaiparban (7,16%) volt. Ezzel szemben a haliparban (-17,69%), a malomiparban (-0,74%) és a tejiparban (-0,17%) volt a legkedvezőtlenebb a vállalkozások jövedelmezősége 2022-ben. Az eredmények szerint az élelmiszeriparban a KKV-k szerepe a vállalkozások számában domináns, ugyanakkor a piacot a nagyvállalatok uralják. Tehát egy igen koncentrált iparágról beszélhetünk.

DARÁNYI RENÁTA ERIKA

renatadaranyi33@gmail.com

Vállalatgazdaságtan

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Szöllősi László

egyetemi docens, DE GTK

A MAGYAR JÁRMŰIPARI VÁLLALATOK GAZDASÁGI HELYZETE 2019 ÉS 2022 KÖZÖTTI IDŐSZAKBAN

Kulcsszavak: autóipar; koncentráció; Lorenz-görbe; jövedelmezőség; Magyarország

Az autóipar mára az egyik legdinamikusabban fejlődő és legnagyobb hozzáadott értéket képviselő ágazattá vált, amely gazdasági, társadalmi és technológiai szempontból is kiemelkedő szerepet játszik az egész világon. Ennek az ágazatnak a fő célja a közúti járművek gyártása, melyhez magasan képzett szakemberekre van szükség. A magyar autóipar az elmúlt évtizedek során szoros kapcsolatot épített ki a globális piaccal, miközben jelentős szerepet tölt be az európai és a nemzetközi gazdaság fejlődésében is.

Célom az, hogy megvizsgáljam az iparág 2019-2022 közötti időszak teljesítményét különösen az iparág szereplőinek jövedelmezőségét, valamint megállapítsam az iparág koncentrációját. Első hipotézisem szerint a magyarországi vállalkozások többsége az ország gazdaságilag fejlettebb régióiban található, Nyugat-Dunántúlon és Közép-Magyarországon. A második hipotézisem az, hogy a hazai TEÁOR 29 főtevékenységet végző vállalkozások által meghatározott ágazatban magas a koncentráció. A harmadik hipotézisem pedig az, hogy a legtöbb vállalat átlagos jövedelmezősége alacsony volt a vizsgált időszakban. Célkitűzéseim megvalósításához szekunder adatgyűjtés végeztem az EMIS adatbázis felhasználásával. Az adatbázisból a hazai TEÁOR 29 főtevékenységet végző vállalkozások beszámolóinak főbb adatait dolgoztam fel 2019-2022 időszakra vonatkozóan. A minta elemszáma 144 darab volt. A területi koncentráció vizsgálatához a Tableau alkalmazás segítségével vizuálisan megjelenített vállalati adatokat használtam. A piaci koncentráció elemzéshez a Lorenz-görbét, Gini-Index és a Herfindahl-Hirschmann féle indexet használtam. Továbbá különböző pénzügyi mutatókkal (árbevétel arányos jövedelmezőség, eszközarányos jövedelmezőséget és a sajáttőke arányos jövedelmezőség) vizsgáltam az iparág piaci szereplőinek jövedelmezőségi helyzetének alakulását.

A területi koncentráció alapján megállapítható, hogy a legtöbb vállalat Győr-Moson-Sopron vármegyében található. A piaci koncentrációt tekintve rendkívül koncentrált iparágról beszélünk. Az iparág piaci szereplőinek átlagos jövedelmezőségi helyzete a vizsgált időszakban ingadozóan alakult, amely jól mutatja az iparág globális, európai és hazai piaci szereplőinek kihívásait. Jövedelmezőségi szempontból a legkedvezőtlenebb év 2021 volt a piaci szereplőknél. A négy év átlagában a piaci szereplők 80%-a tudott jövedelmezően működni.

HOSSZÚ MÁRK LÁSZLÓ

hosszumark2@gmail.com

pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Budai Eleonóra

adjunktus, PTE KTK

A VÉDELMI IPAR TÖBB SZEMPONTÚ VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: védelmi ipar; hadiipar; fegyveres konfliktusok hatása; részvényárfolyam; munkavállalás

Kutatásomat a 2022. február 24-én megváltozott biztonságpolitikai helyzet és védelmi politika inspirálta, aminek további aktualitást ad a hazai haderőfejlesztés, illetve az EU megváltozott védelmi politikája. A kutatási téma nagyon sokrétű kutatást tesz lehetővé, amelyből négy kutatási irányt választottam ki és összesen 11 kutatási kérdésre kerestem a választ. A védelmi ipar fogalmának behatárolása kapcsán azt vizsgáltam, hogy a két hazánkban elterjedt fogalom „hadiipar” és „védelmi ipar” között van-e tényleges különbség. Szakirodalmi kutatás alapján megállapítottam, hogy a védelmi ipar tágabb fogalom, mint a hadiipar. Ezt követően arra kerestem a választ, hogy mikorra alakult ki a ma is ismert védelmi ipar, illetve, hogy voltak-e olyan magyar hadiipari cégek, amelyekre alapozni lehetett volna a jelenlegi haderőfejlesztést. A hazai és nemzetközi gazdaságtörténeti és történelmi tanulmányok, monográfiák adatai alapján a hadiipar evolúciós idővonalát vázoltam fel a kezdetektől a XXI. századig és azonosítottam a magyar hadiipar történeti alapjait. Ezt követően a XXI. századi konfliktusok hatását vizsgáltam adatvizualizáció segítségével nyolc védelmi ipari vállalat részvényárfolyamára. Az eredmények alapján, a konfliktus intenzivitása és kiterjedtsége alapvetően meghatározzák a hatás méretét és időtartamát. A nemzetközi vállalatok és a gyors piaci reakciók után, az orosz invázió tényleges gazdasági teljesítményekre gyakorolt hatását elemeztem, a legnagyobb magyar védelmi ipari vállalatok esetében.

Kutatásom során 2019 és 2023 közötti időszakban a vállalatok pénzügyi mutatóit vizsgáltam, illetve ahol lehetett az amerikai vállalatokkal is összehasonlítottam a mutatóikat. Megállapítható, hogy a vizsgált magyar vállalatokra nem volt jelentős hatással az invázió. A kutatásom utolsó területe az „emberi oldal” vizsgálata volt, egy kérdőíves pilot kutatás keretében. A kérdések az emberek hadiiparhoz kapcsolódó ismereteit, viszonyukat és munkavállalói attitűdjüket próbálta feltárni. Megállapítható, hogy a kitöltők közömbösek a hadiipar iránt, amely a tudásukra is kihat. Az iparág ugyanakkor megosztó, bizonyos termékei széles körben elutasítottak, míg a munkavállalást az ágazatban elsősorban a magas bér ösztönözhetné. A kutatás során a négy irány együttes vizsgálata a védelmi ipar komplex megközelítését biztosította, amely mind a stratégiai, mind a vállalati döntéshozók számára hasznos információkkal szolgálhat.

KELEMEN ANDREA

akelemen3@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan és pénzügy

MSc, 4. félév

Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem

Csíkszeredai Kar

Témavezető:

Dr. Bíró Bíborka Eszter

egyetemi adjunktus, RO EMTE CSK

A GLOBÁLIS INZULINPIAC HÁROM SZEREPLŐJÉNEK ÖSSZEHAISONLÍTÓ ELEMZÉSE

Kulcsszavak: cukorbetegség; vállalatok; pénzügy; mutatószámok; módszerek

A cukorbetegség világszintű kihívássá vált, az elmúlt évtizedekben folyamatosan emelkedett az érintettek száma. Ezzel arányosan nőtt a kereslet az inzulin iránt, ami a diabétesz kezelésének alapvető eszköze. Emiatt válnak egyre fontosabbá azok az inzulint gyártó globális vállalatok (Eli Lilly and Company, Novo Nordisk, Sanofi), amelyek a cukorbeteg életminőségének javításában játszanak kulcsfontosságú szerepet. Mivel több mint két évtizedes személyes tapasztalattal rendelkezem az 1-es típusú cukorbetegség terén, ez inspirált arra, hogy mélyebben megismerjem és vizsgáljam a három legnagyobb piaci szereplő pénzügyi teljesítményét.

A dolgozatom fő célja az említett vállalatok összehasonlító elemzése pénzügyi mutatószámok (vagyon helyzet vizsgálata, jövedelmezőségi-, hatékonysági-, eladósodottsági/tőkeáttételi-, likviditási-, illetve piaci mutatók) és különböző módszerek (CAPM, WACC, EVA, korreláció-, és regresszióanalízis) segítségével. Az elemzés során felhasznált adatokat az éves jelentések biztosították (mérleg, eredménykimutatás). Mivel 2020-ban a Novo Nordisk 52%-át uralta a globális piacnak volumen, illetve 41%-át árbevétel szerint, feltételezhetjük, hogy a három vállalat közül ennek a legjobbak a pénzügyi mutatói. A kutatásom során arra a következtetésre jutottam, hogy ugyan vannak olyan mutatók, amelyek átlag felettiek, vagy jobbak a másik két vállalaténál, azonban nem lehet biztosan kijelenteni, hogy a Novo Nordisk teljesít minden szempontból a legjobban, hiszen egyaránt vannak mindhárom vállalatnak erősségei és gyengeségei is a pénzügyi teljesítmény terén.

LUKÁCS ESZTER

lukacseszter03@gmail.com

Pénzügy és számvitel szak

BSc, 7. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Süveges Gábor Béla
egyetemi docens, ME GTK

Dr. Musinszki Zoltán
egyetemi docens, ME GTK

ELEKTROMOS AUTÓK? KÍNA VAGY NEM KÍNA? - AZ ELEKTROMOS AUTÓGYÁRTÓ VÁLLALATOK VAGYONI, PÉNZÜGYI ÉS JÖVEDELMEZŐSÉGI HELYZETE 2022 ÉS 2024 KÖZÖTT

Kulcsszavak: elektromos autógyártó vállalatok; vagyoni helyzet; pénzügyi helyzet; jövedelmezőségi helyzet

Kutatásom fő célja az volt, hogy elektromos autógyártó vállalatok vagyoni, pénzügyi és jövedelmezőségi helyzete között találjak hasonlóságot. A dolgozatom első részében néhány autóipari adatot vizsgáltam meg, valamint az elektromos autózással és a vizsgált vállalatokkal foglalkoztam, akik vagy kínaiak - BYD, XPeng, Li Auto NIO - vagy pedig nem kínaiak - Tesla, Rivian, Lucid Motors, Fisker, Polestar Canoo. A Kína, nem Kína reláció nemcsak itt, hanem már az elektromos autózással kapcsolatos fejezetben is látszódott a regisztrált elektromosautók számában.

Szekunder kutatásom során több kérdés is felmerült bennem, amelyek közül főként az érdekelt, hogy „Megfigyelhető-e valamilyen szabályszerűség a vagyoni, a pénzügyi és a jövedelmezőségi helyzet között a kínai és a nem kínai elektromos autógyártó vállalatok között?”. Ezt figyelembevéve alakítottam ki a hipotézisemet, amelynek az elemzése a számított mutatószámok és a kapcsolatszorosság vizsgálatához alkalmazott H mutatók – szóráshányadosok - segítségével valósult meg. A vizsgálat elvégzése rávilágított arra, hogy a megfogalmazott hipotézisem – A kínai és a nem kínai vállalatok vagyoni, pénzügyi és jövedelmezőségi helyzete egymástól eltérően alakul. - nem állja meg a helyét, ám a módosításával a következő hipotézist fogalmaztam meg:

- 2022 első és 2024 második negyedéve között a kínai és a nem kínai vállalatok vagyoni, pénzügyi és jövedelmezőségi helyzetének alakulása a vizsgált mutatószámok esetében az egyes negyedévekben nem különül el egymástól szignifikánsan, de érzékelhetőek néhány esetben különbségek. A vagyoni helyzet esetében közepes erősségű kapcsolat figyelhető meg, míg a pénzügyi és jövedelmezőségi helyzetnél a gyenge és a közepes erősségű kapcsolatok vegyesen dominálnak.

Az eredményeim alapján az állapítható meg, hogy a Kína, nem Kína reláció a vagyoni, pénzügyi és jövedelmezőségi helyzethez kapcsolódóan az eredeti vizsgálatom szerint nem állapítható meg biztosra, de több vizsgált mutató esetében is látszik a két csoport elválása, különbsége. A kínai vállalatok mutatószámait tekintve láthatóak hasonlóságok, míg a nem kínai gyártók különböznek az esetek többségében. Az eredményeim alapján egy javaslat megfogalmazása sem maradhat el, ami a kutatás egyik legnehezebb része. A vizsgálatom során sokszor láttam azt, hogy a kínai vállalatoknál kisebb a volatilitás és megbízhatóbb a gazdálkodásuk. De vajon ez azt jelenti, hogy vállalatvezetést illetően is itt az ideje nagyobb figyelmet fordítani rájuk?

LUKÁCS ESZTER

lukacseszter03@gmail.com

Pénzügy és számvitel szak

BSc, 6. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Süveges Gábor Béla
egyetemi docens, ME GTK

Dr. Musinszki Zoltán
egyetemi docens, ME GTK

PREMIUM VAGY COMMERCIAL? - A VOLKSWAGEN CSOPORT LEÁNYVÁLLALATAINAK PÉNZÜGYI TELJESÍTMÉNYE 2017 ÉS 2022 KÖZÖTT

Kulcsszavak: Volkswagen csoport; autóipar; pénzügyi teljesítmény; Covid-19; ellátási lánc problémák

Kutatásom fő célja a Volkswagen Csoport pénzügyi teljesítményének a vizsgálata, vagyis a pénzügyi teljesítményét meghatározó tényezők feltárása volt. Először a dolgozatban az autóipari számadatok és az azt befolyásoló trendek kerültek kifejtésre, amelyek hatással vannak a vállalatok pénzügyi teljesítményére is és vizsgálatuk elengedhetetlen ahhoz, hogy megfelelő megállapításokat tegyünk az iparral kapcsolatban. Ezeket követően a magának a Volkswagen Csoport Autóipari divíziójának – a kutatás középpontjában álló Csoportrészt - bemutatása következett, ahol már látható volt az, hogy a Csoportba tartozó személygépjárműgyártó vállalatokat Premium és a Commercial kategóriákra lehet felosztani. Előbbibe az Audi és a Porsche tartozik, míg utóbbiba a Volkswagen AG, a Skoda, valamint a Seat sorolható be.

A szekunder kutatásom során megfogalmazódott bennem néhány kérdés, amelyek közül a legfőbb az volt, hogy „A Premium és a Commercial kategóriába tartozó vállalatok között láthatóak-e hasonlóságok vagy különbségek?”. Ennek megfelelően fogalmaztam meg hipotéziseimet, amelyeket mutatószámok, ábrák és kapcsolatszorossági vizsgálatok segítségével elemeztem. Először mutatószámok segítségével komplex ábrákat alkottam, majd a szórás-hányadosokat és a szórásnégyzet-hányadosokat számoltam annak érdekében, hogy még jobban megbizonyosodjak a hipotéziseim helytállásáról. A vizsgálatok eredményeképpen a hipotéziseimet elfogadtam és a következő téziseket fogalmaztam meg belőlük:

- T1: 2017 és 2022 között a Volkswagen Csoport Premium és a Commercial kategóriába tartozó leányvállalatainak pénzügyi helyzete a vizsgált mutatószámok alapján egymástól eltérően alakul, míg a csoportokon belül megegyezik.
- T2: 2017 és 2022 között a Volkswagen Csoport Premium és a Commercial kategóriáiban a vizsgált egy foglalkoztatottra és az értékesített termékek mennyiségére jutó értékek hasonlóan alakulnak.

Az eredményeim alapján az mondható el, hogy a Volkswagen Csoporton belül a pénzügyi teljesítményen is tetten érhető az, hogy Premium vagy Commercial kategóriába tartozik az adott leányvállalat.

Az eredményeim alapján egy olyan javaslatot fogalmaznék meg, hogy a vizsgált két kategória esetében előnyös lehet a Commercial kategória esetében az, ha a működésébe implementál néhány sajátosságot a Premium kategóriától, mint például a válságkezelési módszertant.

NAGY XAVÉR

n.xaver06@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 3. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:

Dr. Varga János

egyetemi docens, OE KGK

A SZÁMOKBAN REJLŐ ERŐ, AVAGY A VÁLSÁGOK TITKAINAK NYOMÁBAN PÉNZÜGYI MODELLEK ÁLTAL

Kulcsszavak: csődmodell; válság; reziliencia; vállalkozások; KKV

A megszokott mindennapi életünket sokszor megzavarják különféle jelentőséggel bíró akadályok és kellemetlenségek, amelyet le kell küzdenünk. Ezen nehézségekre sokszor nem tudunk megfelelően felkészülni, hiszen váratlanul ér bennünket. A gazdasági válságok a modern világ egyik legjelentősebb kihívásai közé tartoznak, míg a pénzügyi válságok a gazdaság egyik legpusztítóbb jelenségei, amelyek által vállalkozások milliói mondanak csődöt. Képzeljünk el egy módszert, amely lehetőséget biztosít arra, hogy előre jelezzük ezen csődközei állapotot, még hozzá különböző pénzügyi modellek elemzésének segítségével. Amint megértjük a kapott adatokat és az általuk létrehozott mintákat, talán nem csak felkészülni, de irányítani is tudnánk ezen folyamatokat. Erre próbálok kísérletet tenni, mégpedig, hogy felismerjem a válságok egy részének titkát pénzügyi szemléletben és általa megértsem a gazdasági szereplők viselkedését. Megvizsgálom a pénzügyi mutatók változását a különböző iparágakon belül válsághelyzetben, valamint kísérletet teszek egy új csődmodell létrehozására, amely a magyar vállalkozásokra illeszkedik. Ezen csődmodell tesztelése egy több mint 125 céget és 10 625 pénzügyi értéket tartalmazó adatbázison keresztül történik.

ROZMIS GABRIELLA

gabriella.rozmis04@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 5. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Baranyi Aranka

egyetemi docens, SOE LKK

MAGYAR ELSŐ OSZTÁLYÚ FÉRFI LABDARÚGÓ FUTBALLKLUBOK PÉNZÜGYI TÍPUSJELENSÉGEINEK ELEMZÉSE

Kulcsszavak: magyar labdarúgás; pénzügyi típusjelenségek, eredményesség, NB I.; TAO

Tudományos Diákköri Dolgozatom célja, hogy vizsgáljam a Magyar Nemzeti Bajnokság I. osztály OTP Bank Liga NB I. férfi felnőtt nagypályás labdarúgó bajnokságában induló futballklubokat, abból a szempontból, hogy milyen gazdasági tényezők befolyásolják a klub által elért helyezéseket. Hipotézisem szerint a bajnokságban résztvevő klubok gazdálkodásának eredményei jelentős eltérést mutatnak, ebből kifolyólag a következő hipotézisem, hogy ezek az eredmények, továbbá a társasági adó támogatások is hatással van arra, hogy az adott bajnoki szezonban a bajnokság hányadik helyén végez a klub. Továbbá feltételeztem, hogy a klubok a pénzügyi mutatószámaik alapján csoportosíthatóak lesznek és különböző viselkedést mutatnak majd pénzügyi típusjelenségeik alapján. A TDK dolgozatomban 12 csapatot elemeztem ezen kérdések mentén 5 bajnoki évadon keresztül 2019-2023 évek vonatkozásában. Mivel nyílt bajnokságról van szó, ezért szezononként a résztvevő csapatok változtak, emiatt 12 olyan csapatot választottam a tanulmányozás tárgyává, amelyek a legtöbbször szerepeltek 2019 és 2023 között az NB I-ben.

A vizsgálatom módszereként dokumentumelemzést választottam, amely során a klubok éves számviteli beszámolóiból készítettem el a pénzügyi típusjelenségek elemzését, emellett a típusjelenségekkel, a TAO támogatások információival és az elért helyezések alapján korrelációs vizsgálatot, illetve klaszter analízist végeztem. A hipotézisek egy része beigazolódott, míg volt olyan része is, amelyet az elemzések megcáfoltak. Összességében a kutatásom arra az eredményre jutott, hogy a TAO támogatások mennyisége nincs befolyással a klubok által elért helyezésekre, míg a pénzügyi mutatószámok közül is csak egy áll pozitív irányú kapcsolatban az elért helyezéssel a korrelációs elemzés értelmében. A klaszter elemzés során két csoport jött létre, amely közül az egyik a gazdasági mutatókban jobb teljesítményt mutatott, de az elért helyezések terén nem lehetett egyértelmű különbséget tenni a két csoport között.

Konklúzióként arra jutottam, hogy bár a támogatások mennyisége nem befolyásolja a csapatokat abban, hogy milyen helyezést érnek el, de elengedhetetlenek, míg a kedvező pénzügyi mutatószámok nem egyenesen arányosak azzal, hogy a bajnokságban jobban teljesítenek ellenfeleiknél, de hatékony gazdálkodás szükséges ahhoz, hogy a klub a bajnokságban sikeres lehessen.

DONÁT BOTOND SIMON

simon.donat01@gmail.com

Finance and Accounting

BSc, 3. semester

Eötvös Loránd University

Faculty of Economics

Supervisor:

László Szívós PhD

assistant professor, ELTE GTK

**BEYOND NUMBERS: EXPLORING ASPECTS OF CORPORATE FINANCIAL
RESILIENCE IN THE HUNGARIAN ACCOMMODATION SECTOR AMIDST COVID-19**

Keywords: corporate resilience; tourism; COVID-19; financial analysis; logistic regression; Hungary

The research examines corporate financial resilience in the tourism industry, specifically focusing on accommodation providers in Hungary during the COVID-19 Pandemic, to identify factors that contribute to corporate financial resilience during such crises. The main theses of the study propose that accommodation providers can enhance their resilience by maintaining healthy funding levels, adapting to market conditions, considering alternative configurations, and emphasising service quality. The study utilises a combination of qualitative and quantitative variables to analyse the financial performance and underlying factors of resilience, gathered strictly from publicly available sources. The findings suggest that companies receiving grant support, operating in locations with less tourism activity, having a higher star rating, and having multiple facilities exhibit higher levels of resilience during the crisis. The study adds value by providing practical recommendations for companies in the tourism industry to enhance their resilience. It fills a research gap in the literature by assessing resilience dynamics in the Hungarian tourism industry during the COVID-19 Pandemic. Overall, this study offers novel insights for understanding corporate financial resilience in the tourism industry.

SZABÓ BETTINA

szabo.betti16@gmail.com

Pénzügy

MA, 4. félév

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság

Intézet

Témavezetők:

Dr. Bringye Bernadett

egyetemi docens, MATE-VFGI, MATE VFGI

Dr. Vinogradov Szergej

egyetemi docens, MATE-AÉGI, MATE VFGI

TÖKESZERKEZET ÉS JÖVEDELMEZŐSÉG ÖSSZEFÜGGÉSEI AZ ÉPÍTŐIPARBAN TERÜLEI BONTÁSBAN VIZSGÁLVA

Kulcsszavak: regionális összehasonlítás; építőipar; tőkeszerkezet; jövedelmezőség

A dolgozatom témája Magyarország építőiparának regionális vizsgálata, hogy 2017 és 2021 között milyen változások következtek be ebben az iparágban a vállalatok tőkeszerkezetében, likviditásában, jövedelmezőségében és adósság állományában és volt e meghatározható különbség a másféle jogi formában működő vállalatok között. A vizsgált évek közül kettőt emeltem ki az egyik 2020. év mikor is a korona vírus olyan nem várt helytett teremtett amire nem csak az építőipar, de a világ se volt felkészülve, a másik pedig az ezt követő évben elindult építőipari alapanyag áremelkedés, amit a teljes gazdasági évben intenzív volt.

Először magát az építőipar helyzetét vizsgáltam az Európai Unióban a megadott időszakban, ez már mutatta, hogy a termelési volumenre a korona vírusnak és az alapanyagár emelkedésnek nagy valószínűséggel lesz kimutatható hatása. Magyarországon az építőipart jelentős lánc tartozás és szakmunkás hiány jellemez de ezeket több élénkítő támogatás is volt a vizsgált időszakban.

Kutatásomban vizsgáltam a Nyugat-Dunántúl, az Észak-Alföld és a Dél-Alföld régió. A vizsgált régiókban működő építőipari vállalkozások mérlegét és eredmény kimutatását a Crefoport adatbázisból lettek lekérve melyre több kritérium is meg lett adva. Az így kapott vállalatokat jogi formájuk szerint csoportosítottam és végül két vállalati formát vizsgáltam a Kft.-t és a Bt.-t mert ez a két jogi forma tette ki a vizsgált vállalatok több mint 98%-át. Végül összesen a három régióban 5728 db vállalatnak vizsgáltam a különböző pénzügyi mutatóit.

A vizsgált mutatók a következők voltak: jegyzett tőke aránya, pénzhányad mutató, likviditási mutató I., profithányados és a nettó eladósodottsági mutató volt. A régiók közötti eltéréseket feltárására Kruskal-Wallis próbát alkalmaztam minden vizsgált évben minden mutatóra, ahol ez eltérést mutatott a Dunn-Bonferroni post hoc próbával vizsgálódott tovább.

Az egyes régiók adott vállalat típusánál az évek közötti eltérések vizsgálatára Friedmann próbát alkalmaztam, ennek oka pedig, hogy a Kolmogorov-Smirnov próba alapján a mutatók értékeinek eloszlása eltér a normálistól. A statisztikai próbákat az SPSS programban készítettem el.

A próbák eredménye alapján voltak igazolható eltérések melyekkel a felállított hipotéziseim közül hármat elfogadtam egyet pedig elutasítottam.

ZAKARIÁS ANTÓNIA

zakarias.antonina@yahoo.com

Alkalmazott közgazdaságtan és pénzügy

MSc, 4. félév

Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem

Csíkszeredai Kar

Témavezető:

Dr. Bíró Bíborka Eszter

egyetemi adjunktus, RO EMTE CSK

HÁROM FAST FASHION VÁLLALAT ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE

Kulcsszavak: pénzügy; CAPM; WACC; EVA

A textilipar az egyik legdinamikusabban fejlődő ágazat a világgazdaságban. Az elmúlt évtizedekben azonban megfigyelhető volt egy jelentős átrendeződés, melynek központi szereplője a fast fashion jelenség, amely gyorsan változó divatirányzatokra építve kínál alacsony áron trendi ruházati termékeket. A globális piacot szemlélve a fast fashion ágazat legfontosabb gazdasági szereplői közé tartozik az Inditex Group, a H&M Group és a The Gap.

A kutatás elemzés céljából készült, amely egy komplex összehasonlító analízist tartalmaz a három vállalatról. Ennek segítségével átfogóan megvizsgáltam és értelmeztem a vállalatok 2018 és 2023 közötti pénzügyi helyzetét és gazdasági teljesítményét. Egy átlagos gazdasági és pénzügyi elemzéshez képest, a dolgozatomban még áttekintettem a CAPM modellt, a WACC és az EVA mutatót. A CAPM modell segítségével meghatározott tulajdonosoktól elvárt hozamot (r_E) összehasonlítottam a vállalat ROE mutatóival, amely után következtetéseket vontam le arra vonatkozóan, hogy a modell segítségével számolt saját tőkétől elvárható hozam mennyiben tér el a valódi értékektől. A WACC segítségével kiszámoltam az eszközök hozamát (r_A) a fennálló finanszírozási struktúra mellett, ezt pedig a vállalat ROA mutatóival vettem egybe. Ezek mellett korrelációanalízist és többváltozós regresszióanalízist készítettem, amelyekkel azt a kérdést válaszoltam meg, hogy függ-e a részvényárfolyam a gazdasági és pénzügyi mutatóktól.

Ágazati gazdaságtan – Agrár- és élelmiszergazdaságtan

Elnök:	Dr. Péter Emőke Katalin	RO EMTE
Társelnök:	Dr. Fogarasi József	RO PKE
Tag:	Dr. Berezhvai Zombor	BCE
Tag:	Dr. Borbély Csaba	MATE
Tag:	Dr. Téglá Zsolt	OE
Titkár:	Tamás Teodóra	ME

DU YUWEI

duyuweiwanda@gmail.com

Business development

MSc, 4. semester

Obuda University

Keleti Károly Faculty of Business and
Management

Supervisor:

*Prof. Dr. Takácsné Prof. Dr. György Katalin
professor (university) OE-KGK*

QUESTIONS OF INNOVATION - FOOD WASTE MANAGEMENT

Keywords: food waste; environmental awareness; attitudes towards food waste; innovative food waste management technologies

Food waste is one of the challenging issues faced by humanity. It not only entails discarding significant amounts of food but also wastes a considerable amount of water, energy, land, and other resources used in its production. Additionally, the disposal of food waste leads to substantial greenhouse gas emissions, placing significant environmental pressure on urban areas. Therefore, addressing food waste is imperative.

The research combines literature review and through an online questionnaire in both Chinese and English, quantitative data were collected, with a total of 872 responses received from China and Europe. By measuring personal attitudes, intention, food access behavior, excessive consumption and storage and their environmental awareness towards food waste. After getting the primary data, reliability and validity analysis were used in these sampling. T test and one-way ANOVA were used to determine whether there is a significant difference between two groups of sample means. I used PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modeling), that is a statistical analysis method designed to study complex relationships between variables.

My research reveals a negative relationship between personal attitudes towards food waste and actual food waste behavior, indicating that the more positive the resistance attitude, the less food waste occurs. Moreover, environmental awareness moderates the relationship between personal attitudes and food waste behavior, with consumers exhibiting higher levels of environmental awareness being more likely to take action to reduce food waste. However, no direct link between intention and behavior was found, and culture or religion had no significant influence, which warrants further research. Moreover, through literature review, it is discovered that innovative food waste management requires both social and technological innovations. This includes using technology to improve supply chain efficiency, raising consumer awareness, and adopting sustainable production and packaging. These approaches reduce food losses, extend shelf life, and promote a circular economy, providing insights for building a sustainable food system.

GÉMES IMRE

imre.2000.cime@gmail.com

Közgazdasági Elemző

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

MAGYAR GERGELY

magyarger10@gmail.com

Közgazdasági Elemző

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Ungvári Gábor

kutató, Budapesti Corvinus Egyetem - Rektori Szervezet / Regionális Energiagazdasági

Kutatóközpont

**ELMÉLETI MODELL A KLÍMAVÁLTOZÁS HATÁSAINAK MÉRSÉKLÉSÉRE A
MAGYAR VÍZGAZDÁLKODÁSBAN**

Kulcsszavak: játékelmélet; vízgazdálkodás; Európai Unió

A klímaváltozás szélsőséges időjárási hatásainak mérséklése fontos szempont a mezőgazdaságban. Az aszály ellen hatékony fellépési lehetőség a talaj vízkészleteinek karbantartása, a már létező technológiák elterjedése azonban Magyarországon korlátozott. A dolgozatban két fő ok kerül meghatározásra, amely a technológia útjában áll. A Közös Agrárpolitika közvetlen támogatásai pénzügyi ellenősztőnként szolgálnak a gazdák számára, valamint csupán korlátozott mértékben valósul meg a gazdák együttműködése. A probléma megoldásához egy elméleti közgazdasági modell kerül megalkotásra, amely a közvetlen támogatási rendszer kiterjesztésével kiegyensúlyozza a jelenlegi rendszerből adódó ösztönzőket. A modell ezáltal összehangolja a pénzügyi érdekeket a legmagasabb hozzáadott értékű tevékenységekkel. Emellett lefektetésre kerül egy kompenzációs rendszer kerete, amely alkalmazásával az egyéni érdekek összeegyeztethetőek a közös érdekekkel, feloldva a korlátozott együttműködési képességet.

GERNEDL SÁRA

gernedlsara@gmail.com

emberi erőforrások

BSc, 3. félév

Károli Gáspár Református Egyetem

Gazdaságtudományi, Egészségtudományi és

Szociális Kar

Témavezető:

Dr. Pelles Márton

adjunktus, KRE GESZK

A MAD SCIENTIST SZEREPE A MAGYAR KISÜZEMI SÖRIPARBAN (2014–2024)

Kulcsszavak: Mad Scientist; kisüzemi sörök; kisüzemi sörforradalom

A dolgozat a magyarországi kisüzem sörforradalom gazdasági és társadalmi hatásait vizsgálja, kiemelten a 2010 és 2024 közötti időszakot. A kutatás középpontban a Mad Scientist sörfőzde áll, amely az elmúlt évtized legkiemelkedőbb kisüzemi sörfőzdéjévé vált. Ennek megfelelően a dolgozatomban megvizsgálom, a publikusan elérhető és elemezhető adatok alapján, hogyan lett a Mad Scientist a legsikeresebb kisüzemi sörfőzde a 2010-es években (1.kutatási kérdés). Mivel egy dolog az, amit a számok mutatnak, de nem biztos, hogy ez a fogyasztók számára is így elérhető az általános piaci aszimmetrikus információk miatt, ezért megvizsgálom azt is, a fogyasztók mennyire tartják sikeresnek a Mad Scientistet mint kisüzemi főzde (2.kutatási kérdés). Reményeim szerint ezen két kutatási kérdés lehetővé fogja tenni számomra, hogy dolgozatom végén visszatekintve az üzem elmúlt bő egy évtizedes működésére választhassak arra is, mit kellene tennie a Mad Scientistnek ahhoz, hogy a továbbra is piacvezető maradjon (3.kutatási kérdés).

A kutatás kvalitatív és kvantitatív módszerek kombinációjával történt. Először egy történeti áttekintést nyújtottam a sörfogyasztás és a sörgyártás fejlődéséről, kitérve a nemzetközi és hazai trendekre, különösen az amerikai sörforradalom hatására. Ezt követően a hazai kisüzemi piac szerkezetét és a Főzdepark főzdeközösségét elemeztem. A Mad Scientist sikertörténetének vizsgálatához először a publikus adatok (bevétel, árazás, marketing, stb.) elemzésére került sor. A mélyebb megértés érdekében a tulajdonosokkal készített mélyinterjú is része volt a kutatásnak. A fogyasztói percepciók felméréséhez egy online kérdőívet használtam, amelyet a kisüzemi sörök kedvelői körében terjesztettem. A kérdőív eredményeit statisztikai elemzéssel dolgoztam fel.

A kutatás eredményei rámutattak arra, hogy a Mad Scientist sikerét több tényező együttes hatása alapozta meg. Ezek közé tartozik a folyamatos innováció (pl. új termékek, technológia fejlesztés), a külföldi exportálás, valamint az erőteljes és kreatív marketingstratégia. A fogyasztói visszajelzésekéből kiderült, hogy a márka imázsát a minőség, az egyediség és a modern arculat határozza meg, amely jelentősen hozzájárult a fogyasztói lojalitás kialakulásához. A dolgozat záró fejezetében javaslatokat fogalmaztam meg arra vonatkozóan, hogyan maradhat a Mad Scientist továbbra is piacvezető. Ezek között szerepel a folyamatos innováció fenntartása, az exportpiacok bővítése és a fogyasztói kapcsolatok továbbfejlesztése.

RÁCZ ZSOLT

piszkosfred19@gmail.com

Vállalatgazdaságtan

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Szöllősi László

egyetemi docens, DE GTK

A MAGYARORSZÁGI SERTÉSHÚS-FELDOLGOZÁS GAZDASÁGI KÉRDÉSEI

Kulcsszavak: húsipar; jövedelmezőség; koncentrációelemzés; Lorenz görbe; HHI

A sertéságazat a 2017-2021-es időszakban több válsággal is szembenézett, ilyenek a Covid-19 pandémia, az afrikai sertéspestis és a takarmányárak világpiaci árának jelentős drágulása 2021-ben.

Kutatásom fő célja, hogy bemutassam a 2017-2021 közötti időszakban hogyan alakult a sertéshús feldolgozás helyzete Magyarországon és következtetéseket vonjak le a sertéságazat összefüggéseire vonatkozóan. Négy hipotézist fogalmaztam meg a célkitűzéssel kapcsolatban. Első hipotézis (H1): Magyarországon a TEÁOR 10.11 főtevékenységet végző vállalkozások által meghatározott ágazatban magas a koncentráció. Második hipotézis (H2): Az árbevétel növekedésével nő a ROS értéke. Harmadik hipotézis (H3): Magyarországon, a 2017-2021 közötti időszakban a sertéshús feldolgozás legjelentősebb szereplőinek jövedelmezősége csökkenő tendenciát mutat. Negyedik hipotézis (H4): Magyarországon a sertéshús feldolgozás jövedelmezősége megfelel a V4 országok jövedelmezőségének ezen a területen. A szekunder adatgyűjtést követően, az EMIS adatbázisából nyert adatokat Tableau segítségével szemléltettem térképeken, ezzel vizsgálva a területi koncentrációt vállalatok száma, árbevétel és mérlegfőösszeg szerint. A szakágazati koncentrációt tovább elemeztem CR4, HHI, Gini index és Lorenz görbe segítségével. Az öt legnagyobb vállalat jövedelmezőségét ROS, ROA és ROE mutatók segítségével vizsgáltam 2017-2021 között, majd a 2021-es évben összehasonlítottam a vállalatok főbb mutatóit, eredményeit. A szakágazatban az árbevétel és ROS közötti kapcsolatot Spearman korrelációval vizsgáltam. A magyar NAICS 3116 ágazati jövedelmezőségnek a megfelelését a V4-es színvonalnak Kruskal-Wallis teszttel elemeztem.

Az első hipotézisem elfogadtam, a szakágazat koncentrációja magas, de a szakirodalom alapján elmarad a fejlett nyugati országok (USA, Dánia) koncentrációjától, így integrációk létrehozása javasolt. A második hipotézisem elvetettem, nincs statisztikailag bizonyított összefüggés az árbevétel és a ROS között. A harmadik hipotézisem is elvetettem, a TOP5 vállalat jövedelmezősége ingadozott. A negyedik hipotézisem elfogadom, a magyar jövedelmezőség megfelel a V4 színvonalának.

ISTVÁN JÁNOS SZENTISTVÁNYI

jszentistvanyi@gmail.com

International Economy and Business

MSc, 4. semester

John von Neumann University

Faculty of Economics and Business

Supervisor:
Olivér Nagy
assistant lecturer, NJE GTK

THE IMPACT OF THE RUSSIA-UKRAINE WAR ON THE FOOD INDUSTRY: A NETWORK APPROACH

Keywords: event study; Russia-Ukraine war; food industry; network

This paper applies the event study methodology on a global set of firms in the food industry, focusing on the outbreak of the Russia-Ukraine war. Abnormal returns are estimated from daily stock data of the firms using a market model and are analyzed both in their aggregated forms and in firm-level regressions. The two hypotheses of the study are 1) that a large set of companies experienced significant negative abnormal returns around the event and 2) that the spillover effects from Russia and Ukraine towards other firms caused higher negative abnormal returns. The spillover impact variables are estimated with a network structure by a pairwise Granger-causality method. Results support both hypotheses: significant negative aggregated abnormal returns could be observed both by Sectors and Regions; also, the spillover effect variable is significant with a negative coefficient even after controlling for financial variables that are commonly used factors.

ANDRÁS MÁTÉ TÓTH

tothandris9@gmail.com

International Business

BSc, 8. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:
Dr. Orsolya Diofasi-Kovacs
senior lecturer, BCE VFI

**CIRCULARITY AND SUSTAINABILITY IN FOOD SUPPLY CHAINS, ACTIONS TO
ACHIEVE FOOD WASTE REDUCTION – CASE STUDY OF THE PUBLIC CATERING
SERVICE PROVIDER OF BUDAPEST**

Keywords: food; waste; ÉSZGSZ; public catering; circularity

The core of this research is summarized in the central question: Where does food waste occur at a public catering service provider and how can it be reduced? The issue is explored through ÉSZGSZ, the entity overseeing food quality and supply chain management in many Budapest's public schools.

The literature review highlights the alarming global issue of food waste, shedding light on the significant amount of food wasted worldwide. The research explores the differences between linear and circular supply chains and delves into the principles of the 3R concept: reduce, reuse, and recycle. Challenges faced by food suppliers in transitioning to circularity are identified, offering insight into the barriers hindering progress in this area.

Further analysis focuses on public school food provisions, examining relevant literature and EU directives such as the Farm to Fork strategy, particularly the SF4C project. The problem analysis specifically targets the public catering provider in Budapest, ÉSZGSZ, detailing the organization's structure and revealing four main points of waste occurrence: suppliers, organizational processes, kitchen operations, and dining areas.

The recent improvements toward sustainability are discussed, including the adoption of low-energy kitchen appliances and the involvement of five schools in the Hungarian Foodbank Association, which saves leftover food. The analysis compares the challenges faced by food suppliers and a public catering service provider. Furthermore, the goals set by the EU's SF4C project are highlighted concerning ÉSZGSZ.

The recommendations include expanding participation in the Hungarian Foodbank initiatives. Besides the five schools under ÉSZGSZ others should start to cooperate. The regulations must be revised, including more time for children to eat, and providing larger dining areas with decorations and posters about healthy eating habits. In order to improve the food quality, further education and training is needed for kitchen staff. There must be more attention put into the introduction of healthier and plant-based meal options, and lastly, implementing self-service serving, where children decide what type of meal and how much they want to consume in order to minimize both the served and unserved food waste.

VARGA LEVENTE

vargalev26@gmail.com

nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 2. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Malatinszky Gábor

mesteroktató, Magyar Nemzeti Bank

EGY BERUHÁZÁS ÉRTÉKELÉSE AZ ÁLLATTENYÉSZTÉSI ÁGAZATBAN II. – FEJŐROBOT-BEVEZETÉS ÉRTÉKELÉSE KOCKÁZATKEZELŐ MÓDSZEREKKEL

Kulcsszavak: beruházásértékelés; agrárberuházás; érzékenységvizsgálat; fejőrobot; tejtermelés

Jelen dolgozat egy nagy volumenű kutatás negyedik eleme, melyben a szerző arra keresi a választ, hogy vajon megvalósíthatónak minősíthető-e a Kócsag Kft. esetében az eddigi modell finomítása és fejlettebb-, kockázatértékelő beruházásértékelési módszerek alkalmazása mellett a fejőrobot technológia bevezetése?

A hazai tejszektor helyzetének fényében nem vitatható az innováció elengedhetetlen jellege az ágazatban, ami a szükséges beruházások méretének és a megtérülés sajátosságainak tükrében igen nagy feladatot jelent a tejtermelő vállalatoknak. Az automata fejőrobotok bevezetésével ugyanakkor megszüntethető a folyamatos működési bizonytalanság, miközben a termelés hatékonysága nagymértékben növekszik, ezért a robotos fejésre való áttérés meghatározó fontosságú lehet a szarvasmarhatenyésztés hosszú távú fenntarthatósága tekintetében.

Az elméleti keretrendszer tisztázását és az adatbázis kialakítását követően először a kalkulatív kamatláb újraszámítása történt meg, mely folyamat az átdolgozott módszertannak köszönhetően egy valóban adekvát diszkontrátát eredményezett.

A forgatókönyv elemzés megmutatta, hogy a beruházás hatásainak pontatlan becslése szélsőséges esetben katasztrofális következményekkel járhat a vállalatra nézve. Ezután pedig az érzékenységvizsgálat és a nyereségküszöb-elemzések rávilágítottak, hogy a projekt gazdaságossága legfőképpen a termelt tej értékesítéséből származó árbevétel és a takarmányköltségek változására érzékeny. Ezen termelési tényezők alakulásában várható hatások minél pontosabb megbecslése tehát kardinális jelentőségű.

Az EKÖP-24-2 számú projekt a Kulturális és Innovációs Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, az EKÖP-24-2-BME-165 pályázati program finanszírozásában valósult meg.

VARGA MÁTÉ

vargamte2000@gmail.com

Számvitel

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Tömöri Gergő
adjunktus, DE GTK*

MONTE-CARLO SZIMULÁCIÓ ALKALMAZÁSA HÚSIPARI VÁLLALATOK JÖVEDELMEZŐSÉGÉNEK POLIKRÍZIS ELEMZÉSÉBEN

Kulcsszavak: Monte-Carlo szimuláció; jövedelmezőség elemzés; húsfeldolgozó ágazat; DuPont elemzés; polikrízis

A 2020-as évtized elejére jellemző, polikrízissel leírható jelenség, amely a már korábban elterjedt sertéspestis és madárinfluenza, valamint a Covid-19 miatt bevezetett kereskedelmi korlátozások, határlezárások, a szélsőségesebbé váló időjárási anomáliák, aszályok, illetve az ukrajnai háború okozta takarmány- és energiaárnövekedés egyidejű jelenlétében testet öltött, hatásában leginkább a mezőgazdaságra épülő magyar húsfeldolgozó iparágban koncentrálódott. A dolgozatom célja az ezen iparágban piacvezető Tranzit-Food Kft, valamint két kisebb versenytársa eredményességére gyakorolt tényezők hatásainak elkülönült vizsgálata a polikrízis időszakában és azt megelőzően, illetve valamennyi, eredményt befolyásoló és bizonytalanságot magában foglaló tényező eloszlásparamétereinek előzetes rögzítésével a várható tőkearányos profitabilitásuk statisztikai becslése a 2023-as évre vonatkozóan Monte-Carlo szimuláció alkalmazásával.

Kutatásom során célkitűzésem volt megvizsgálni, hogy a madárinfluenza és sertéspestis okozta alapanyaghiány, illetve a termék megítélésében bekövetkező változások nagyobb hatást gyakoroltak-e a magyar húsfeldolgozó ágazatra, mint a Covid-19 járvány okozta kereskedelmi korlátozások, valamint, hogy ez utóbbiak és az anyagköltségek emelkedése az eltérő értékesítési struktúrával rendelkező vállalatok eredményére eltérő hatást fejtettek-e ki?

A három vállalkozás teljesítményei között a 2020-as választóévtől is függően jelentősebb különbségek mutatkoztak. A saját tőke hozamát eltérő mértékben befolyásolták az időben késleltetve meghozott kereskedelmi korlátozások az exportőrök esetében, miközben utóbbiak a nagyobb mértékben tudták kivédeni az importból fakadó árfolyamkockázatot a leginkább hazai piacokat preferáló versenytársukkal szemben, amely a polikrízis egy újabb jeleként megjelenő, növekvő hazai inflációt kihasználva volt képes magasabb kamat- és értékesítési árbevétel elérésére. Az elmúlt évek üzleti gyakorlatát és bizonytalanságait egyidejűleg tükröző bemeneti eloszlásparaméterekre épített szimulációs modell a piacvezetőnél mérte a relatíve legkisebb valószínűségét annak, hogy a saját tőke későbbi hozama negatív lesz, míg a koncentráltabb értékesítési struktúrával, így limitált forgalomnövekedéssel rendelkező konkurenciáinál a saját tőke tulajdonosok befektetései a veszteség sokkal nagyobb kockázata mellett térülhetnek csak meg a polikrízis továbbra is folytatódó éveiben.

Ágazati gazdaságtan – Közlekedésgazdaságtan

Elnök:	Dr. Princz-Jakovics Tibor	BME
Társelnök:	Dr. Molnár Elisabeta Ilona	RO PKE
Tag:	Dr. habil. Pónusz Mónika	KRE
Tag:	Dr. Vinogradov Szergej	METU
Titkár:	Dr. Kerchner András	ME

BALLA GRÉTA BARBARA

ballagreta1@gmail.com

kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Dr. Fenyvesi Éva

tudományos dékánhelyettes, főiskolai tanár, BGE KVIK

KÖZÚTI ÉS VASÚTI ÁRUFUVAROZÁS ÖSSZEHASONLÍTÁSA A RAIL CARGO HUNAGRIA ZRT. PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Kulcsszavak: logisztika; intermodális; kombinált fuvarozás; környezetbarát fuvarozás; vasúti áru fuvarozás

A globalizáció hatására az áru fuvarozás, mint üzletág szerepe felértékelődött. A vasúti áru fuvarozást a közúttal összehasonlítva, megállapíthatjuk, hogy általánosságban a vasút a közútnál lassabb, valamint a kötött pálya miatt rugalmatlanabb és drágább (Jerney, 2018). Részben emiatt, a vasút piaci részesedése a XXI. század elejére drámai mértékben lecsökkent. Annak érdekében, hogy a vasúti közlekedés újból életre keljen, az Európai Unióban olyan irányelveket dolgoztak ki, amelyek keretében 2007-ben a vasúti áru fuvarozást teljes mértékben liberalizálták (Molnár, 2007).

Kutatási célom, hogy a vasúti és a közúti fuvarozást összehasonlítva választ kapjak arra, növelhető-e a vasúti fuvarozás piaci részesedése a közúti közlekedés rovására, és ha igen, milyen eszközökkel érhető el.

Kutatási célomat a következő kutatási kérdések mentén kívánom kifejteni:

1. Jelenleg milyen eszközök állnak a magyar nemzetgazdaság rendelkezésére a vasúti és közúti teherszállítás helyzetének javítására?
2. Hogyan alakul a piaci koncentráció mértéke a vasúti áru fuvarozás piacán, és ennek alapján képes-e egy vállalat (RCH) a vasúti fuvarozás piaci részesedésének érdemi növelésére?
3. Hosszabb távon milyen esélye van a vasúti fuvarozásnak a közúttal szemben? (SWOT)
4. Milyen további eszközökkel lehetne a vasúti fuvarozást népszerűbbé tenni?

Dolgozatomban a primer kutatást strukturált interjúk adták, amiket a vasúti és közúti áru fuvarozási szakma szakértőivel készítettem. Célom az volt, hogy a szakirodalmi feldolgozásom alapján, az interjúalanyok szakértelmére és a tapasztalatára alapozva feltérképezsem a piaci igények megváltozását, a koronavírus és háború hatásai a fuvarozási iparra, a vasút és a közút előnyeit és hátrányait, a jövőbeni megoldási lehetőségeket, az állam szerepét az egész fuvarozási iparágban, az egyes cégek és célcsoportok saját felelősségét és néhány külföldi jó gyakorlatot. Ezen felül kutatási célom volt az is, hogy az Európai Unió célkitűzéseket hogyan és miként tudjuk megvalósítani, ehhez milyen eszközrendszerek és támogatási háttér szükséges.

Ösztöndíjak: Magyar Nemzeti Bank Kiválósági Ösztöndíj, Új Nemzeti Kiválósági Program, Nemzeti Felsőoktatási Program

BÁNFAI EVELIN

banfai.evelin@gmail.com

Gazdálkodás és pénzügy matematikai elemzés

Osztatlan, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Dr. Katona Márton Tamás

egyetemi tanársegéd, BCE KTK

VAKVÁGÁNY-E A HAZAI VASÚTI SZEMÉLYSZÁLLÍTÁS PIACNYITÁSA? – A HAZAI VASÚTI SZEMÉLYSZÁLLÍTÁS LIBERALIZÁCIÓJA, MINT VÁLASZ A VASÚTI SEKTOR JELENKORI KIHÍVÁSAIRA

Kulcsszavak: liberalizáció; piacnyitás; közösségi közlekedés; vasút

Közgazdaságtudományi szempontból a MÁV, mint természetes monopólium felel a vasúti kötött pályás közlekedés infrastruktúrájának üzemeltetéséért az ország túlnyomó részében. A MÁV-Start Zrt. közszolgáltatási szerződését 2023. decemberében hosszabbították meg tíz évre, felmerül azonban a kérdés, hogy létezhet-e a jövőben a jelenlegi vasúti közlekedésnek egy alternatív struktúrája. Kutatási kérdésem, hogy hatékony eszköze-e a vasúti személyszállítási piac liberalizálása a szektor jelenkori kihívásaival való megbirkózás során? A közösségi közlekedés piacának megnyitása elősegíti-e a szektor versenyképességét, hozzájárul-e a színvonalas közszolgáltatás megvalósításához hazai viszonyok között? Kutatásom során a hazai vasúton történő személyszállítás liberalizációját szakértőkkel folytatott mélyinterjúk segítségével igyekszem megérteni. A mélyinterjúkat kiegészítem egy PESTEL elemzéssel a folyamatot befolyásoló hazai tényezőkről. Az eredmények azt mutatják, hogy a piacnyitás számos pozitív hatással járhat, de előfeltétele a felelősségteljes állami szerepvállalás és a folyamat precíz előkészítése. Megállapítottam, hogy a liberalizáció kedvező hatással van a szolgáltatás minőségére és a versenyképességre, de kritikus fontosságú a megfelelő körülmények biztosítása.

BICZÓ DÁNIEL

biczodani.2003@gmail.com
alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

CSATÓ MARGARÉTA DÓRA

margareta.csato@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Madari Zoltán

egyetemi tanársegéd, Budapesti Corvinus Egyetem Adatelemzés és Informatika Intézet

UTASFORGALMI ROBBANÁS? – AZ ORSZÁG- ÉS VÁRMEGYEBÉRLETEK BEVEZETÉSÉNEK VALÓDI HATÁSA AZ UTASFORGALOMRA

Kulcsszavak: vasút; szimuláció; intézkedés

Kutatásunkban a 2023 májusában bevezetett ország- és vármegyebérletek hatását vizsgáljuk a vasúti utasforgalomra Magyarországon, amelyre a magyar állam 6 milliárd forint támogatást különített el. Első körben azt állapítjuk meg, hogy okozott-e az új bérletrendszer keresleti többletet és ha igen, pontosan mekkorát. Ennek érdekében először nemzetközi viszonylatban megvizsgáljuk, hogy milyen hatást gyakoroltak a hasonló, újonnan bevezetett, a korábbinál olcsóbb tarifarendszerek, ezt követően pedig a MÁV-START Zrt. adatai szerint, többek között szimulált kontroll felhasználásával megbecsüljük, hogy a Magyarországon bevezetett ország- és vármegyebérletek önmagában vett hatása pontosan mekkora. Eredményeink azért kiemelten relevánsak, mivel a MÁV-START Zrt. nem közölt konkrét számokat arról, hogy az ország- és vármegyebérletek bevezetése hány új utast és utazást eredményezett a vasútvonalakon. Elemzésünkben azt találtuk, hogy az állami vasúttársaság közleményeiben szereplő 52 milliós utasforgalom-növekedésből számításaink szerint 29 millió tudható be az új bérletrendszer okozta kereslet-változásnak.

BICZÓ DÁNIEL

biczodani.2003@gmail.com
alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

CSATÓ MARGARÉTA DÓRA

margareta.csato@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Madari Zoltán

egyetemi tanársegéd, Budapesti Corvinus Egyetem Adatelemzés és Informatika Intézet

SÍNEN VAGYUNK? – A VASÚTFEJLESZTÉS HATÁSAI AZ UTASFORGALOMRA MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: fix hatású panel regresszió; közlekedésszervezés; beruházás

A vasútfejlesztésnek évszázados távlatban nem volt olyan jelentősége a gazdasági folyamatok és a társadalomra gyakorolt hatások terén, mint manapság, mind a magyar hálózat állapotát, mind a külföldi fejlesztések mértékét, mind pedig a vasút zöld átállásban és fenntartható fejlődésben játszott megkérdőjelezhetetlen szerepét vizsgálva. Az infrastruktúra döntéshozóinak így hazánkban, illetve külföldön is szem előtt kell tartaniuk a szolgáltatás fejlesztését és az utasok kényelmét. Jelen tanulmány fókuszra a személyszállítás, mivel ez az a terület, ami az állampolgárok mindennapi életében meghatározóan jelenik meg, ezen kívül pedig a személyszállítási teljesítményt több faktor befolyásolja, mint a teherszállítás hatékonyságát. Így az emberek utazási motivációját elemezni aktuális Magyarországon, mivel a vizsgált időszakban a vasútfejlesztés fókuszában a személyszállítás minőségének javítása állt, a meglévő vasútvonalak felújításának formájában. Kutatásunkban éppen ezért arra a kérdésre keressük a választ, hogy az elmúlt évtized magyarországi kötőtpályás fejlesztései képesek voltak-e elérni az utasszám növekedését. A téma feltárására azért nyílik most alkalmas időpont, mivel a korábbi, kevésbé megbízható adatrögzítési módszertan, valamint az ország- és vármegyeberletek újonnan bevezetése miatt a Magyar Államvasutak kizárólag a 2013 és 2022 közötti évtizedből rendelkezik megbízható utasinformációkkal az egyes vonalait illetően. Vizsgálatunkat az állami vasúttársaságoktól származó adatok segítségével felépített fix hatású panelregressziós modellel végezzük, amelyben kontrollálunk az egyes vonalak mentén fekvő települések lakosságszám-változására, és figyelembe vesszük a vasútfejlesztés eltérő módjait. Eredményeink azt mutatják, hogy az ütemes menetrend bevezetése, a járműfejlesztés, a helyjegyváltás kötelezettségének megszüntetése egyes szakaszokon és az elővárosi vonalakon éjszakai járatok indítása szignifikánsan növelték az utasszámot. Modellünk emellett rámutat, hogy a magyar vasútvonalak nagyjából két csoportra szakadnak: míg a fejlesztések az elővárosi és egyéb fővonalakon dinamikusan növekvő utasszámot eredményeznek, addig a nem fejlesztett, jellemzően regionális mellékvonalakon csökken az utasok száma.

HAVASI MÁRTON ZSOMBOR

havasi.marton9@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 5. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Karcagi-Kováts Andrea

egyetemi docens, DE GTK

A DEBRECENI SZUBURBANIZÁCIÓ NEGATÍV HATÁSAINAK ENYHÍTÉSE EGY ÚJ KÖZÖSSÉGI KÖZLEKEDÉSI FORMÁVAL, A TRAM-TRAINNEL

Kulcsszavak: szén-dioxid kibocsátás; fenntarthatóság; urbanizáció; ingázás; forgalomszámlálás

A tram-train (elővárosi villamos) egy olyan modern közlekedési forma, ami a városon belüli, illetve a település elővárosi forgalmát is szolgálja. Működésének lényege, hogy a városok között a vasúti síneken közlekedik, majd villamusként halad tovább a város szélétől a centrumba, így elkerülve az állomásokon való átszállást.

A Debrecenben végbemenő fejlesztések és a szuburbanizációs folyamatok következtében a város kiterjedt vonzáskörzettel rendelkezik, így egyre nagyobb közúti közlekedési gondokkal küszködik. Dolgozatom általános célkitűzése, hogy felmérjem – kizárólag ökológiai szempontból – azt, hogy érdemes-e Debrecenben egy elővárosi villamost kiépíteni. Ehhez meg kellett vizsgálnom az elővárosi forgalmat, amit keresztmetszeti forgalomszámlálással, illetve a buszok telítettségét folthatás módszerrel állapítottam meg. A méréseket a városba vezető legforgalmasabb utak mentén végeztem el. Hipotézisem szerint Debrecen vonzása van olyan mértékű, aminek a kielégítésére hatékony megoldás lenne a tram-train vonal kiépítése.

A szekunder és primer adatok összegyűjtését követően átfogóan elemeztem a témát. A primer kutatásom rámutatott arra, hogy a jelenlegi forgalom mellett hol lenne érdemes kiépíteni a tram-train rendszert. Ezek mellett fontosnak tartottam a környezetterhelés mértékét is megvizsgálni (gCO₂), amit sikerült minden felmért út mentén a szakirodalom adatai alapján megbecsülni.

Megkérdőjelezhetetlen, hogy Debrecen közlekedési infrastruktúráját fejleszteni kell. A tram-train megvalósítása egy olyan átfogó fejlesztés lenne, ami nagyban javítaná a közlekedés gördülékenységét a közúton, mivel Debrecen és vonzáskörzetének forgalmát is kielégítené. A rendszer általános jellemzőivel nagyon hasonlít a Budapest környéki HÉV-re és a Szeged-Hódmezővásárhely közötti train-tram-re, viszont a technikai kivitelezése környezetbarátabb és hatékonyabb lehet. Kiépítése költségesebb, mint a jelenlegi buszjáratok sűrítése, viszont a kötöttpályás közlekedés kiépítése a közútról teljes mértékben leterelné az ilyen irányú forgalmat.

IVÁNYI ZSÓFI ANIKÓ

zsofiivanyii@gmail.com

Középiskolai hallgató

CSZC Szterényi József Technikum és
Szakképző Iskola

KIRÁLY ZOLTÁN BENCE

kiralyz997@gmail.com

Középiskolai hallgató

CSZC Szterényi József Technikum és
Szakképző Iskola

*Témavezető:
Dr. Téglá Zsolt
egyetemi docens, OE KKK*

ELEKTROMOS ÉS BELSŐÉGÉSŰ MOTOROS AUTÓK GAZDASÁGOSSÁGI ÖSSZEHAONLÍTÁSA

Kulcsszavak: elektromos meghajtás; belsőégésű motor; költséghatékonyság; fajlagos összköltség; energiafelhasználás

TDK dolgozatunkban egy napjainkban aktuális témát érintünk, melyben részletesen összehasonlítjuk az elektromos és a belsőégésű motorral szerelt gépjárműveket gazdasági szempontok szerint. A környezetvédelem így a károsanyag kibocsátás csökkentése napjainkban rendkívül fontos és halaszthatatlan téma. Azonban a gazdasági szempontokat sem szabad nélkülözni, vagyis a környezetvédelmi fenntarthatósággal párhuzamosan a gazdasági kérdéseket is figyelembe kell venni. A dolgozatban ennek érdekében összehasonlítjuk a lehetséges alternatívákat és megvizsgáljuk azok költséghatékonysági kérdéseit is. A tanulmányban rávilágítunk a különböző beruházási költségű gépjárművek karbantartási, fenntartási illetve üzemeltetési költségeire különböző éves futásteljesítmények esetén. Célkitűzésünk szerint táblázatos formában igyekszünk bemutatni a fosszilis üzemanyagokkal meghajtott autók költségeit, melyeket szembe állítunk a 21. század új hajtásmódjainak energiafelhasználásával keletkező költségekkel. Az összehasonlítás érdekében mutatószámokat hozunk létre. A 100 km-re jutó összeköltségek segítségével megvizsgáljuk, hogy az elektromos meghajtású autók adott futásteljesítménynél milyen üzemanyagáraknál és milyen támogatási intenzitásnál válnak gazdaságossá.

KOVÁCS GÁBOR

gaba002@gmail.com

Master of business administration MBA

MSc, 4. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:

*Dr. Erdeiné Dr. habil. Késmárki-Gally Szilvia
egyetemi docens, METU ÜKTF*

A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA HATÁSA A LÉGIKÖZLEKEDÉS GAZDASÁGÁRA

Kulcsszavak: légi közlekedés; mesterséges intelligencia; innováció; gazdaság

Az elkészült diplomamunka célja a mesterséges intelligencia (MI) légi közlekedésre gyakorolt hatásainak átfogó elemzése, különösen annak gazdasági szempontból történő vizsgálata. A dolgozat az MI technológiai és gazdasági vonatkozásait elemzi, különös figyelmet fordítva az üzemeltetési optimalizálásra, a költségcsökkentési lehetőségekre és a jövőbeni stratégiák kidolgozására. A kutatás további célja, hogy bemutassa az MI és a robotika és egyéb feltörekvő technológiák integrációjának lehetőségeit, kiemelve a Wizz Air légitársaság példáját.

A dolgozat szakirodalmi áttekintése részletesen bemutatja a légi közlekedés kialakulásának és gazdaságának alapjait, valamint az MI technológiai fejlődését. A mesterséges intelligencia kialakulásáról szóló fejezetek feltárják annak globális térhódítását, az alkalmazásának kihívásait, különösen a szabályozási kérdéseket és a technológiai integráció nehézségeit. A primer kutatás kvantitatív és kvalitatív módszereken alapul, többek között mélyinterjúk készültek szakértőkkel a Wizz Air és budapesti Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtér vezetőivel.

Az eredmények alapján, az MI már jelenleg is jelentős változásokat hozott a légi közlekedés gazdasági fejlődésében, különösen az üzemeltetési hatékonyság és költségcsökkentés terén. A jövőben az MI még nagyobb szerepet fog játszani az autonóm rendszerekben és a valós idejű döntéshozatalban, amely hosszú távon hozzájárul a fenntarthatóság előmozdításához és az iparág versenyképességéhez. Az MI bevezetése azonban számos kihívással jár, például az adatvédelem és a kiberbiztonság terén, amelyeket a szektor szereplőinek kezelniük kell.

Végezetül, a dolgozat rámutat arra, hogy az MI technológiák bevezetése a légi közlekedésben egyre elkerülhetetlenebb, és a jövőben komoly gazdasági előnyöket hozhat, ha a megfelelő stratégiák kidolgozásra kerülnek ennek érdekében.

KRISTÓF ÁGOSTON LÁNG

lang.kristof.agoston@gmail.com

Finance and Accounting

BSc, 7. semester

Eötvös Loránd University

Faculty of Economics

Supervisor:

Prof. Dr. Tamás Jónás

habil. associate professor, ELTE GTK

**FUZZY RATING SCALE-BASED ANALYSIS OF THE PERCEIVED AND EXPECTED
QUALITY OF PUBLIC TRANSPORT SERVICES IN BUDAPEST, HUNGARY**

Keywords: servqual model; fuzzy rating scale; expectations; perceptions; gap analysis

The inherent characteristics of service quality, namely the ambiguity of its definition, the volatility of the service itself and the uncertainties around its perception and evaluation make its accurate measurement difficult, as the exact tools and methodologies required can differ between industries and specific settings. This paper uses a combination of several approaches in the field, with the aim of implementing a service quality assessment method best fitting the setting of the public transport services in the capital of Hungary. The SERVQUAL instrument is used as a framework and adapted to best fit the setting, while the uncertainties associated with service quality measurement are addressed with the incorporation of fuzzy set theory. As a result, a fuzzy rating scale based questionnaire is developed and conducted on users of the public transport system. The results of the following gap- and fuzzy gap analysis show that assurance and responsiveness are the two service quality dimensions that exhibit the highest discrepancies between customer expectations and perceptions, while the consecutively developed weighted SERVQUAL analysis shows that although the observable discrepancies are on the moderate side, reliability is also an important area for the stakeholders. Finally, the paper provides additional statistical analyses on the sample.

LEVENTE PINTÉR

levente.pinter@stud.uni-corvinus.hu

International business

BSc, 6. semester

Corvinus University of Budapest

*Supervisor:
Mark Miskolczi, PhD
assistant professor, BCE GTK*

**THE EVOLUTION OF HUNGARIAN BUS PROCUREMENTS AND ITS IMPACT ON
THE PERFORMANCE OF THE DOMESTIC BUS MANUFACTURING INDUSTRY –
HOW CAN DOMESTIC MANUFACTURERS THRIVE IN THE HECTIC AND
CHANGING PUBLIC TRANSPORT INDUSTRY?**

Keywords: public procurement; bus manufacturers; public transport; electric buses

Buses in public transport has always been a vital method of mobility for people in Hungary. This transportation mode has been enabling citizens to get to school, work or essentially anywhere for more than a century. However, to be able to provide these large vehicles for the public, complex public procurement procedures are carried out. In this thesis, the evolution of Hungarian bus procurement tenders will be assessed between 2014 and 2023, especially focusing on the last five years, to evaluate the role and performance of domestic manufacturers of strategic importance. Furthermore, with the help of business professionals the current situation and the future trends will be elaborated on to create a better comprehension on what are the disadvantages of local manufacturers and how they could increase their competitiveness.

The findings of this research suggest that as Hungarian bus manufacturers face significant challenges due to competitive pressures and technological changes adaptation is needed. In my research I sought to find the root causes of how manufacturers can thrive in the Hungarian procurements based on possible future alternatives.

Ágazati gazdaságtan – Sportgazdaságtan – I.

Elnök:	Dr. Bácsné Dr. Bába Éva	DE
Társelnök:	Dr. Fűrész Diána Ivett	PTE
Tag:	Dr. Györfy Lehel-Zoltán	RO BBTE
Tag:	Dr. Zsigmond-Heinczinger Száva	BGE
Titkár:	Dr. Molnárné Dr. Konyha Csilla	ME

CSAPLÁR ADRIÁN MARTIN

csaplar.adrian@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment Bsc

BSc, 7. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Buics László

egyetemi docens, SZE KGK

MODERN ÜZLETI SZEMLELET ÉS REGIONÁLIS VÁLLALKOZÁSI INNOVÁCIÓ A SPORT ÉS SZABADIDŐ PIACÁN

Kulcsszavak: vállalkozás; regionális fejlesztés; szabadidő; sport

A téma melyet feldolgozom, igen sok oldalú. Egyfelől kitér a mai generáció vállalkozáshoz való hozzáállására, arra, hogy egyre kevesebben gondolkoznak saját cég felépítésén, egyre kevesebb a kreatív gondolat és a hajlam a felelősségvállalásra. Továbbá feldolgozza a lokális szabadidő és sport tevékenységben rejlő piaci potenciált, utat mutat egy nagy befektetést igénylő, de jövedelmező lehetőség felé, mely a való életből gyűjti az adatokat és azokkal dolgozik.

Mindezt egy részletes esettanulmányon keresztül fogom szemléltetni, ahol egy gokart pálya telepítése lesz a középpontban. A témát egészen a kezdetektől fogom leírni, ahol olvasható lesz a jelenlegi győri- és Győr környéki szabadidő piac aktuális helyzete, ennek elemzése és fontosságának hangsúlyozása, az ötletet kiváltó gondolat és indok, a bennem rejlő motiváció. Annak érdekében, hogy ez egy pontos esettanulmány legyen az olvasó betekintést kap a háttérszámításokba és elemzésekbe, melyek hosszas utánajárások és tárgyalások eredményei. Részletesen megtekinthető lesz a célcsoport és a piac vizsgálata, hogy az olvasó pontos képet kapjon arról, hogy, milyen környezetben indulna el a projekt. Fontos szerepet kap a marketing stratégia előzetes kidolgozása, ahol a lehető legtöbb és leghasznosabb régi és új reklámozási módszert ötvöztöm egymással. Beszélni fogok arról, hogy miként építeném ki a működéshez elengedhetetlen a partnerhálózatot, a beszállítóktól egészen az alvállalkozókig. Ezt követően a fizikális kivitelezés veszi át a fő hangsúlyt, ahol valós árajánlatokkal és tervekkel fogom alátámasztani a számításokat, hogy azok a lehető legéletszerűbbek legyenek. Részletes leírást kap a vonalvezetés kidolgozása, hogy milyen fontos ismérvek alapján történik is ez, tekintettel a biztonságra és a fogyasztói élményre. A hazai, illetve a nemzetközi sztenderdekről is részletesen fogok írni, hiszen a tervek egy olyan piaci igényt kiszolgáló vállalkozást hivatottak életre hívni, mely a jelenlegi fogyasztói elégedetlenségen alapul.

Célom ezzel a dolgozattal az, hogy a végén egy használható üzleti tervet kapjak, mely alapján ez a vállalkozás a való életben is kivitelezhető.

HAJDÚ MÁRK

markhajdu7@gmail.com

Nemzetközi Gazdaság és Gazdálkodás

MSc, 2. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Petróczy Dóra Gréta

egyetemi adjunktus, METU ÜKTF

A NEMZETISÉG SZEREPE A JÁTEKOSÉRTÉKELÉSBEN: SZÁMÍT-E EGY LABDARUGÓ NEMZETISÉGE A PIACI ÉRTÉKE SZEMPONTJÁBÓL?

Kulcsszavak: labdarúgás; játékosértékelés; nemzetiség; piaci érték; Transfermarkt

A játékosértékelés, azaz a játékosok piaci értékének meghatározása folyamatosan fejlődik a labdarúgásban, a továbbra is növekvő pénzügyi lehetőségeknek, az elérhető adatok bővülésének és az egyre kifinomultabb módszerek eredményeinek köszönhetően. Elterjedt narratíva a labdarúgást figyelemmel kísérők körében, hogy bizonyos nemzetiségű játékosok túl- vagy alulértékeltek a hozzájuk hasonló, de más nemzetiségű játékosokhoz képest. A nemzetiség és a piaci érték közötti kapcsolat továbbra sem egyértelmű a szakirodalom eddigi eredményei alapján. Ezt a kapcsolatot próbálja a tanulmány bizonyítani empirikus módon, továbbá azt is megvizsgálja, hogy valóban nem jelenik-e meg a nemzetiség dimenziója a Transfermarkt piaci értékbecsléseiben. A tanulmány során leíró statisztikákat és többváltozós regressziót alkalmaz a szerző a 2022/2023-as szezon adatain. Az elemzésbe az 5 európai topligában pályára lépő, támadó felfogású pozíciókban szereplő játékosok kerültek be. Szembetűnő különbségek vannak a játékosok piaci értékének helyzeti középértékei között nemzetiségek vagy kontinensek szerinti bontásban. A regresszió során viszont nem talált a szerző szignifikáns kapcsolatot a nemzetiség és a piaci érték között, továbbá eredményeivel nem bizonyítható, hogy figyelembe vennék a játékosok nemzetiségét a Transfermarktnál a piaci értékek meghatározásánál.

KISS MÁRTON GELLÉRT

kissmartongellert@gmail.com

Gazálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. András Krisztina Anna

szakfelelős-egyetemi docens, BCE GTK

A DINAMIKUS ÁRAZÁS HATÁSA MAGYARORSZÁGON KULTURÁLIS RENDEZVÉNYEK BEVÉTELÉRE ÉS LEHETSÉGES HATÁSAI A SPORTRENDEZVÉNYEKRE

Kulcsszavak: dinamikus árazás; sportesemények; kulturális események; fogyasztói vélemények; bevétel és jegyeladás változás

Bevezetés: Kutatásomban az a kérdést vizsgálom meg, hogy az egyre gyakrabban alkalmazott dinamikus árazási módszer, milyen hatással van, illetve lehet a jövőben a magyar rendezvény piacra. Ahol már jelen van, ott milyen változások következtek be és a jelenleg még fix áras jegyekkel működő szektorokban érdemes lehet-e elgondolkozni a bevezetésen.

Anyag és módszerek: Intézményi oldalról kulturális események példáján és tapasztalataim keresztül közelítem meg a kérdést, interjúk és esettanulmányok segítségével. A fogyasztói oldalt, véleményeket, érzéseket, pedig kérdőívvel gyűjtött adatok alapján vizsgálom meg. Tehát a munkámban vegyesen alkalmaztam kvalitatív és kvantitatív módszereket.

Eredmények: Az egyik hipotézisem, a dinamikus árazás megítélése és a lakóhelyek közötti kapcsolatot vizsgálja. Kutatásomban azt találtam, hogy falu, város, főváros között nincs szignifikáns eltérés, amit egy magyar esettanulmány is alátámaszt. Munkámban kíváncsi voltam arra, hogy az események típusa mennyiben határozza meg a dinamikus árazás és más innovatív megoldások elfogadottságát. Azt találtam, hogy azok, akik gyakrabban látogatnak bármiféle eseményeket, ők pozitívabban állnak a témához, azonban amikor egyesével vizsgáltam az esemény típusokat, akkor nem mindig áll fenn a pozitív kapcsolat. A harmadik hipotézisem, miszerint a dinamikus árazás bevezetésével az intézmények növelni tudják a bevételüket és a jegyeladás számát, az interjú és az esettanulmányok is teljes mértékben alátámasztják.

Következtetés: A dinamikus árazás alkalmazása események jegyeinél egyáltalán nem ütközik olyan nagy ellenállásba, mint arra számítani lehetett, az emberek alapvetően nyitottan és érdeklődve fogadják. Bizonyos szektorokban azonban lényeges eltérés lehet, így egyes intézményeknek érdemes lehet megvárni a kereslet alapú árazás szélesebb körű elterjedését. Emellett intézményi oldalról is egyértelműen pozitívak a tapasztalatok, így valószínűsíthető, hogy a következő 5-10 évben egyre több szektorban megjelenik majd a dinamikus árazás.

PAPP ZITA

pappzita13@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BSc, 2. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. Katona Ferenc
adjunktus, OE KGK

FORMA-1-ES CSAPATOK PÉNZÜGYI MODELLJEI ÉS ÜZLETI STRATÉGIÁI

Kulcsszavak: sportgazdaság; sportmarketing; Forma-1; üzleti modellek; marketingstratégiák

A Forma-1 az autósport csúcsa, a király kategória, ami nem csak a motorok zúgásáról és a nagy sebességű versenyek izgalmáról szól – ez egy összetett világ, ahol a pénzügyi dinamika kritikus szerepet játszik. Az izgalmas körökön és a káprázatos boksziállásokon túl a gazdasági erők bonyolult hálója szövi be ezt a globális látványt. Az F1 2022-től új korszakba lépett, a csapatokat korlátozza többek között a költségvetési limit is. Ez a dolgozat közelebbről megvizsgálja a Forma-1-es csapatok pénzügyi modelljét és üzleti stratégiáit. Többek közt választ keres olyan kérdésekre, hogy mi is az a sportgazdaság és sportmarketing? Hogyan működik pontosan egy F1-es csapat? Mik a bevételeik és mely tényezők jelentenek számukra kiadást? Miért éri meg üzemeltetni egy csapatot? A TDK dolgozat részletesen megvizsgálja, hogy egy forma-1-es csapat sikeressége hatással van-e a háttérben álló autómárkák eredményességére. Illetve többek között, kitér arra is, hogy milyen hatással van egy ország gazdaságára, ha a száguldó cirkusz ellátogat hozzájuk. Miközben a gazdasági pálya kanyarai között navigál, a dolgozat ismerteti a sportág történelmét, a csapatoknál a kiválóságra való törekvés során felmerülő jelentős költségeket, valamint az irányítás szerepét a pénzügyi folyamatokban. Ezenkívül megvizsgálja, hogy a csapatok hogyan alkalmazkodnak a külső kihívásokhoz, beleértve a COVID-19 világjárvány példátlan hatását és a kiegyensúlyozottabb és fenntarthatóbb jövő biztosítására irányuló folyamatos erőfeszítéseket. A tanulmány elemzi, hogy a sportág milyen lépéseket tesz a nézettség növelése és új bevételi források megszerzése érdekében. A dolgozat ezen szempontok kifejtéséhez, offline és online forrásokat használ segítségül, illetve egy Google űrlap kérdőívet, amellyel, a magyar F1 rajongók és a Forma-1 gazdasági oldalának kapcsolatát vizsgálja.

SITERI VILMOS

sitvili@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés

Osztatlan, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

*Dr. Szádóczki Zsombor
egyetemi tanársegéd, BCE KTI*

EURÓPAI FÉRFI LABDARÚGÓ-VÁLOGATOTTAK RANGSOROLÁSA BRADLEY– TERRY MÓDSZER SEGÍTSÉGÉVEL

Kulcsszavak: Bradley-Terry; Európa; labdarúgás; rangsor

Dolgozatom fő témája az európai férfi futball-válogatottak rangsorolása a Bradley-Terry módszer segítségével. A vizsgált kutatási kérdés, hogy az általam használt módszertannal képzett rangsorok mennyire korrelálnak a FIFA-világranglistával és a Nemzetek Ligája végeredményével. A kérdés relevanciáját növeli, hogy a nemrégben befejeződött 2022-es katari világbajnokság kapcsán újból vita tárgya lett, hogy vajon tényleg a legerősebb válogatott lett-e a győztes. Az eredmények azt mutatják, hogy a Spearman-rangkorrelációk minden összehasonlításban 0,94 feletti értékűek lettek, vagyis statisztikai értelemben igen hasonló rangsorokat kaptam. A nagyfokú egyezőséget a Kendall W-együttható, amellyel több rangsort vizsgálunk egyszerre, és a rangsorok vizuális ábrázolása is megerősítette.

TÓTH BERNADETT

bernadett.toth3@stud.uni-corvinus.hu

Vezetés és szervezés

MSc, 1. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Csurilla Gergely

tud. munkatárs, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont

A PARALIMPIAI JÁTEKOK RENDEZÉSÉNEK HATÁSA A RENDEZŐ ORSZÁG SPORTOLÓINAK AZ EREDMÉNYESSÉGÉRE – A HAZAI PÁLYA ELŐNYE A PARALIMPIAI JÁTEKOKON ATHÉNTÓL RIÓIG

Kulcsszavak: Paralimpiai Játékok; eredményesség; szintetikus kontroll

A nyári Paralimpiai Játékok története egészen a II. világháborút követő évekig nyúlik vissza, napjainkban az olimpiai játékok utáni második legnagyobb megasportrendezvényként tartják számon. A paralimpia társadalmi hatásai ismertek és széleskörben vizsgáltak. Sportszakmai szempontból a téma kevésbé kutatott. A kutatás arra a kérdésre keresi a választ, hogy a szerzett érmek számában érződik-e a „hazai pálya előnye” és ha igen mennyire hosszú távú ez a hatás.

A dolgozatban a szintetikus kontroll módszertana mellett alkalmazásra került az úgynevezett directed acyclic graphs (DAG) is. A kvantitatív kutatás adatai a Kaggle oldaláról, illetve a magyarázó változók esetében Csurilla és Fertő (2024b) kutatásából származnak. A külső tényezők befolyásoló hatásának vizsgálata végett a kvalitatív kutatás részeként szekunder anyagok kerültek elemzésre. A kutatás során használt adatbázis 25 változót és 1504 megfigyelést tartalmaz, köztük egy „Period” változót, amelyre azért volt szükség, hogy az időváltozó folytonos legyen, mivel az R-ben a szintetikus kontroll csak így működik. A kapott eredmények azt mutatják, hogy minden esetben van házigazda hatás azonban ennek tartóssága eltérő mértékű. A hatás mértékét gazdasági, társadalmi, környezeti és politikai tényezők nagy mértékben befolyásolják. A kutatás korlátai közé tartozik, a kevés rendelkezésre álló adat, az országok heterogenitása, ami a megfelelő donor pool kialakítását akadályozta, valamint a külső környezeti tényezők, azaz a felkészülés szerepe az eredményességben.

Jel-kód: Z20, L83

Ágazati gazdaságtan – Sportgazdaságtan – II.

Elnök:	Dr. Bácsné Dr. Bába Éva	DE
Tag:	Dr. András Krisztina	OE
Tag:	Dr. Györfy Lehel-Zoltán	RO BBTE
Tag:	Dr. Zsigmond-Heinczinger Száva	BGE
Titkár:	Dr. Molnárné Dr. Konyha Csilla	ME

FERENCZ MÁRTON
ferenczmarci03@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 7. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Madari Zoltán
egyetemi tanársegéd, BCE II*

HOGYAN NYERD MEG A PREMIER LEAGUE-ET?

Kulcsszavak: labdarúgás; panel adatmodell; teljesítménymutatók; gazdasági hatás; haladó statisztikai mutatók

A dolgozat célja a Premier League csapatainak teljesítményét meghatározó gazdasági és sportszakmai mutatók azonosítása és elemzése. A kutatás a 2017/18 és 2023/24 közötti hét szezon adataira épül, amelyek az Fbref, Capology és Transfermarkt adatbázisokból származnak. Az elemzés panel ökonometriai módszertant alkalmaz, amely az idősoros és keresztmetszeti adatok kombinált kezelésére ad lehetőséget. Az elemzés egy alap Pooled OLS modellel kezdődött, amelyben az eredményváltozó a szezon során szerzett pontok száma. A modell további specifikálása két irányba történt: az egyik a hagyományos gazdasági és sportszakmai mutatókra, a másik a haladó statisztikai mutatókra koncentrált.

A kutatás során 26 magyarázó változót vizsgált, amelyek között szerepeltek gazdasági tényezők, mint a játékoskeret piaci értéke és a klub költségvetése, valamint sportszakmai mutatók, mint a lőtt és kapott gólok száma. A haladó statisztikák közül kiemelt figyelmet kaptak a várható gólok és a várható gólkülönbség mutatói. A folytonos változók standardizálása biztosította az egyes változók hatásainak összehasonlíthatóságát, míg robusztus hibatagokat alkalmazott a modellek pontosságának növelése érdekében.

Az eredmények rávilágítottak arra, hogy a sportszakmai mutatók közül a lőtt és kapott gólok jelentős hatással vannak a csapatok teljesítményére, megerősítve a korábbi szakirodalomban bemutatott összefüggéseket. A gazdasági mutatók közül a játékoskeret teljes piaci értéke bizonyult a legmeghatározóbb tényezőnek, míg a haladó statisztikák közül a várható gólkülönbség szerepe emelkedett ki. Az eredmények alátámasztják, hogy a modern labdarúgásban az adatalapú elemzések nemcsak a csapatok teljesítményének mérésére, hanem a hosszú távú sikerek előrejelzésére is alkalmasak.

A dolgozat újdonsága a hagyományos és haladó mutatók kombinált alkalmazása, amely új perspektívát kínál a gazdasági és sportszakmai tényezők közötti összefüggések feltárásában. Az eredmények gyakorlati jelentőséggel bírnak a klubvezetők és sportdöntéshozók számára, különösen a játékoskeret kialakításában, a pénzügyi források hatékony elosztásában és a versenyképesség fenntartásában. A kutatás hozzájárul a sportgazdaságtan és a modern adatelemzés eszközeinek integrálásához, valamint a futball teljesítményére vonatkozó mélyebb megértéshez.

KAPROS ANIKÓ

kaprosaniko@yahoo.com

Master of Business Administration

MSc, 4. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:

Dr. Erdeiné Dr. habil. Késmárki-Gally Szilvia
főiskolai tanár, METU ÜKTF

AZ ÉLSPORTOLÓI ESZKÖZTÁR ADAPTÁLÁSA AZ ÜZLETI ÉLETBE

Kulcsszavak: motiváció; kompetencia; sport; üzleti siker

A dolgozat egyik célkitűzése volt kideríteni, hogy vajon a sportpályán elért kimagasló eredmények, az üzleti életben is garantálhatják-e a sikert. Ennek érdekében azonosítja a sport, illetve az üzleti sikerhez szükséges tényezőket, szisztematikusan elemezve azt is, hogy mely tényezők ültethetők át változtatás nélkül a korábbi sportkarrierből az üzleti életbe, melyek hiányát kell pótolni, vagy éppen melyeket kell másképp kezelni, illetve használni. Az elemzés során kiderült, hogy számtalan kompetencia, motivációs tényező, megfelelő célok és külső körülmények együttállása kell mindkét területen, ahhoz, hogy valaki sikeres élsportolónak vagy sikeres üzletembernek mondhasa magát. Igazolást nyert, hogy bár több kompetencia, illetve motivációs tényező átmenthető a karrierváltás során, de azonosítható két olyan tényező is, amelyeknél a korábbi élsportolónak tudatosan oda kell figyelnie, hogy az ne váljon kontraproduktív. A dolgozat legfontosabb része az interjúk eredménye, amelyben öt kiváló sportoló osztja meg személyes tapasztalatait, hozzáállását és értékrendjét, amelyeket a sportból hozva, a karrierváltást követően kamatoztattak. Az általuk elmondottak alapján gyakorlati megvilágításba került, hogy milyen kapcsolat lehet az élsport és az üzleti siker közt.

KÖSZEGI SZABOLCS

koszegiszabolcs218@gmail.com

gazdálkodási- és menedzsment

BSc, 6. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Fűrész Diána

adjunktus, PTE KTK

MEGLEPETÉSEK, ÉS AZOK KERESLETRE GYAKOROLT HATÁSA A LABDARÚGÁSBAN

Kulcsszavak: váratlan eredmény; online érdeklődés; labdarúgás

A labdarúgás kétségtelenül az egyik legnépszerűbb sportág mind nemzetközi, mind hazai viszonylatban. Természetesen a labdarúgásban is, mint minden más sportág esetén, nem mindig a korábban esélyesnek kikiáltott csapat nyeri meg az adott mérkőzést vagy tornát. A csapatok értéke sokszor meghatározza a várakozást, miközben a sport, így a labdarúgás szépségét is pont az adja, hogy a pénz és eredmény között messze nem determinisztikus a kapcsolat. A dolgozatomban a labdarúgás világában, pontosabban az európai klubfutball ékkövének számító Bajnokok Ligájában előforduló meglepetések hatását vizsgáltam a csapatok iránti keresletre. A kutatás elméleti alapját a kimeneti bizonytalanság hipotézise adta, amely szerint egy csapat permanens erőfölénye csökkenti a bajnokság iránti érdeklődést, hiszen az izgalmi faktor természetes csökkenését okozza. A dolgozat két különböző meglepetés-indexet alkalmaz a modellekben magyarázó változóként: az egyik a csapatok vagyoni helyzetén, a másik pedig sportszakmai eredményességük alapján számszerűsíti a meglepetéseket. Az elemzésekhez a 2004 és 2023 közötti Bajnokok Ligája szezonok adatai szolgálnak alapul, amelyek tartalmazzák a csapatok piaci értékeit, UEFA-koefficienseit és egyéb releváns mutatókat. A kereslet mérésére a dolgozat proxy-ként a Google Trends adatait használja, a csapatokra történő internetes keresések számának változását elemezve. A modellezés során ANOVA illetve ANCOVA modelleket alkalmaztam a meglepetés-indexek és az online keresések közti kapcsolat vizsgálatára. Mind a négy elemzés eredményeként megállapítható, hogy minél inkább elmaradnak a csapatok a legmagasabb okozható meglepetéstől, annál inkább és annál nagyobb mértékben csökken az online érdeklődés irántuk. Az elemzések alapján az is megállapítható, hogy a negatív meglepetések, amit csalódásként élnek meg a szurkolók, nagyobb mértékben befolyásolják a keresletet.

LAPIS ÁRON

aron.lapis.11@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. habil. Horváth Dóra

habilitált egyetemi docens, BCE MI

MI ÖSZTÖNZI A MAGYAROKAT A FORMA-1 IRÁNTI RAJONGÁSRA?

Kulcsszavak: Forma 1; passzív sportfogyasztás; sportfogyasztási motiváció; sporthoz való kapcsolódás; strukturális egyenlőségek modellje

A Forma-1 napjaink egyik legismertebb és legtöbb rajongóval rendelkező sportága. A Forma-1 azonban nem csak egyszerű sport, hanem a szponzorok és márkák megjelenésének platformja is egyben, akik mind a rajongók és nézők figyelméért harcolnak. A passzív sportfogyasztók (azaz a nézők) motivációja és identifikációja kulcsszerepet játszik a fogyasztói magatartásuk megértésében és előrejelzésében, ennek elemzése a magyar rajongók csoportján belül pedig rámutathat olyan aspektusokra és tulajdonságokra, amelyek alapján a rajongók megfelelően lehetnek szegmentálva és megcélózva a különböző szponzorációk által.

A magyar szurkolók sportfogyasztási motivációit, a sporthoz való kapcsolódásukat és a fogyasztói magatartásuk szempontjait, illetve az ezek között fennálló kapcsolatokat egy kvantitatív kutatás segítségével elemzem. A kutatás egy kérdőívet, illetve az ebből gyűjtött primer adatok statisztikai elemzését fogja tartalmazni. A kérdőív elemeit az utóbbi évtizedekben kidolgozott és validált sportfogyasztói motivációs, illetve az identifikációt mérő kapcsolódási pontokra kialakított skálák adják. A kérdésekkel a motiváció, sporthoz való kapcsolódási pontok és sporttal kapcsolatos fogyasztói magatartás mögöttes, látens változóinak kapcsolatait és összefüggéseit fogom felderíteni a strukturális egyenletek modellezésének (SEM) segítségével.

UNGER PÉTER

ungerpetya@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Fűrész Diána
adjunktus, PTE KTK*

AZ EURÓPAI LABDARÚGÁS VERSENYKIEGYENSÚLYOZOTTSÁGÁNAK ALAKULÁSA AZ ELMÚLT ÉVTIZEDBEN

Kulcsszavak: sport; labdarúgás; versenykiegyensúlyozottság; sportgazdaság; erőkoncentráció

Az európai labdarúgásban nagy szerepet játszanak a Big Five ligák. Ezen ligák top csapatai nemzetközi kupákban is részt vesznek, amelyek nagy nézettséget és érdeklődést generálnak a futballrajongók körében. Európa számos országában működnek professzionális labdarúgó-bajnokságok, amelyek közül a legjelentősebbek az angol Premier League, a spanyol LaLiga, az olasz Serie A, a német Bundesliga és a francia Ligue 1.

A tanulmányban alaposan megvizsgáltam azt, hogy az európai kontinens öt legnépszerűbb ligájában hogyan alakult a versenykiegyensúlyozottság, milyen mértékben volt jelen a competitive balance (CB). Egyben a dolgozat céljaként és hipotézisként azt is megvizsgáltam, hogy az orosz-ukrán háború hatással volt-e az európai labdarúgás versenykiegyensúlyozottságára és a kutatásban megvizsgált ligák végső tabelláinak kialakulására.

A tanulmány maga egy módszertani vizsgálaton alapuló dolgozat, amiben a normalizált Herfindahl-Hirschmann index (HHI) vagy más néven HRCB mutató került kiszámításra, továbbá szekunder kutatásból származó adatok kerültek feldolgozásra, valamint szakirodalmakból és tudományos cikkekből vett részletekből, elemzésekből került kidolgozásra a tanulmány.

A kutatás eredményei alapján elmondható, hogy az általam megvizsgált időszakban (2013/14-es szezontól a 2022/23-as szezonig) az olasz Serie A minősült a legkevésbé kiegyensúlyozott bajnokságnak, még a francia Ligue 1 volt a leginkább kiegyensúlyozott liga azt általam kiszámított normalizált mutató alapján.

Az általam kapott eredményekből, arra a következtetésre jutottam, hogy a 2022-ben kitört orosz-ukrán konfliktus nem volt szignifikáns hatással a competitive balance-ra, hiszen hogy a 2022/23-as szezon vonatkozásában öt bajnokságból háromban a normalizált HHI értékei csökkentek, kettő bajnokságban emelkedett az érték az előző (2021/22) szezonhoz képest. Mindezek alapján nem mondható el egyértelműen, hogy a konfliktus valóban hatással volt az öt nagy európai bajnokság versenykiegyensúlyozottságára.

Digitális gazdaság, e-business

Elnök:	Dr. Nemeslaki András	BME
Társelnök:	Dr. Kovács Áron	MILTON
Tag:	Dr. habil. Berke Szilárd	OE
Tag:	Dr. habil. Füzesi István	DE
Tag:	Dr. habil. Kiss Ferenc	INFOTA
Titkár:	Bereczk Ádám	ME

BÁLINT PÉTER LEVENTE

balint.peter.levente@econ.unideb.hu

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Borbásné Dr. Botos Szilvia

egyetemi docens, DE GTK

Takács Viktor László

mesteroktató, DE GTK

**OPEN-SOURCE ÖNKISZOLGÁLÓ MONITORING RENDSZER TERVEZÉSE ÉS ITIL-
ALAPÚ ÉRTÉKELÉSE A KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALATOK DÖNTÉSI
FOLYAMATAINAK FEJLESZTÉSÉHEZ**

Kulcsszavak: üzleti intelligencia; ITIL; kkv; döntéstámogatás; TOE

A kis- és közepes méretű vállalkozások (kkv) gyakran küzdenek a versenyben a nagyobb, több erőforrással és jobb infrastruktúrával rendelkező szervezetekkel. A főbb problémák között az információhiány is azonosítható, melynek leküzdéséhez az üzleti intelligencia (Business Intelligence, BI) nyújthat hatékony segítséget, melynek folyamatában az adatokat üzleti döntéseket támogató információkká alakítják át. Célkitűzésem annak bemutatása, hogy innovatív, alacsony implementálási költséggel járó megoldások alkalmazása, mint például egy saját kialakítású open-source BI platform lehetőséget teremt az adatvezérelt döntéshoztalra a kkv szektorban.

Kutatásomhoz a TOE (Technology-Organisation-Environment) modellt és az ITIL (Information Technology Infrastructure Library) módszertani ajánlásait alkalmaztam. Segítségükkel kiértékelem azokat a tényezőket, amelyek befolyásolhatják a BI adaptációját vállalaton belül. Megvizsgálom, hogy az implementáció eredményeként elvárt kimenetek, hogyan képesek hatékonyan összekötni a belső és külső üzleti folyamatokhoz tartozó adatokat, vállalati igényekre szabott indikátorok számításával, vizualizációjával egy interaktív elemzési felületen. Ehhez a Microsoft Power BI alkalmazását használtam. Az üzleti stratégia kialakításában nagy hangsúlyt érdemes fektetni a megfelelő adatelemzési környezet és infrastruktúra kialakítására, a tervezéshez és implementáláshoz pedig érdemes alkalmazni jól bevált és részletesen kidolgozott keretrendszert. Az ITIL elsősorban nagyvállalati informatikai rendszerek üzemeltetésére és fejlesztésére szolgáló módszertan, de az utóbbi időben egyre több publikációban jelennek meg kutatási eredmények arról, hogy a komponensei sikerrel alkalmazhatóak a kis- és középvállalatok esetében is. Ezért döntöttem úgy, hogy kutatásomban ITIL keretrendszerben gondolkodom, mely segít eligazodni az előnyök között és felvázolni a lehetséges megoldásokat egy üzleti intelligencia rendszer bevezetéséhez és használatához kapcsolódóan.

A cégre szabható BI alkalmazása lehetőséget teremt a vállalaton belül felmerülő információs igények kielégítéséhez, melyek növelik a hatékonyságot adatvezérelt döntéstámogatás által.

BALLA JÁNOS

ballajanos2002@gmail.com

Menedzsment

BA, 5. félév

Partiumi Keresztény Egyetem

Témavezető:

Dr. Králik Lóránd-István
egyetemi adjunktus, RO PKE

MESTERSÉGES INTELLIGENCIA A VÁLLALATI SZÉKTORBAN

Kulcsszavak: mesterséges intelligencia; vállalat; fejlődés; összefüggés; Európai Unió

Az emberiség óriási fejlődésen ment keresztül az elmúlt évezredek során, mára már olyan technológiákkal, eszközökkel, robotokkal végezzük munkánkat, amelyek nem csak segítenek a pontos, hatékony és gyors munkavégzésben, de már hasonlóan működnek, mint az emberi agy: észlelnek, gondolkodnak, tanulnak és problémákat oldanak meg.

Dolgozatomban a napjainkban egyre népszerűbb, mesterséges intelligenciával fogok foglalkozni bejárva annak múltját, jelenjét és jövőjét, bemutatva a vállalati szektorban megjelenő főbb trendjeit, kitérve arra is, hogy mennyire veszélyteti az emberek munkalehetőségeit. Ugyanakkor kutatási céljaim egyike, megvizsgálni, hogy egy ország fejlettsége mennyire függ össze a mesterséges intelligencia elterjedésével az Európai Unióban.

Az összefüggések regressziós elemzéssel kerültek megállapításra, különböző mesterséges intelligencia mutatókkal, mint a digitális penetráció, internethasználat, számítógép-használati kultúra, figyelembe véve az egy főre eső GDP mutatót is.

BARNA DORINA

barna.dorina05@gmail.com

Pénzügy és Számvitel

BSc, 7. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Tangl Anita

egyetemi docens, NJE GTK

DIGITALIZÁLT SZÁMVITELI FOLYAMATOK ÉS SDG CÉLOK KAPCSOLATÁNAK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: fenntarthatóság; digitalizált; karbonlábnyom; papírmentes iroda; SDG

A XXI. század lehetőségei, a digitalizáció felgyorsulása és az elmúlt években tapasztalt korona-vírus hatás eddig soha nem látott munkamorált, egy sokak számára ismeretlen élethelyzetet és szokatlan tért teremtett. Az azonnali alkalmazkodás és az online térre való átállás rengeteg kihívással, de megannyi új lehetőséggel járt.

Ezen lehetőségek tovább gondolása zajlik a kutatásomban. Bemutatásra kerülnek a számviteli folyamatok digitalizáció adta lehetőségei és az ENSZ által megfogalmazott Fenntartható Fejlődési Célok (SDG-k). A vizsgálat a digitalizáció és környezetvédelem összefonódása, a környezeti költségek mérésére alkalmas Japán modell és a 17 SDG cél összekapcsolására fókuszál. A kutatás központi kérdése, hogy van-e kapcsolat a modell és fenntarthatósági fejlődési célok között, valóban lehetséges-e az ökológiai lábnyom csökkentése a digitalizáció és a fenntartható fejlődési célok kielégítése mentén.

A tanulmány ismerteti a papírmentes könyvelői iroda kialakításának köszönhető előnyöket, amely a digitalizált dokumentumkezelés folyamatait kihasználva képes csökkenteni az ökológiai lábnyomot. A digitalizáció hatására mindkét partner (a könyvelő iroda és a könyvelt felek) gazdasági haszonra is szert tesz, mellyel párhuzamosan kijelenthető, hogy az egyik vállalatnál végrehajtott fejlesztésnek mind gazdasági, mind fenntarthatósági szempontból multiplikátor hatása is van. Hosszú távú gazdasági előny, növekedési potenciál és vállalati működések fenntarthatóbbá tételének lehetséges mérföldkövei.

BOLLA DORINA ANDREA

dorina.bolla0924@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

SZALAY BOGLÁRKA

szalaybogi01@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Koltai Judit Petra

egyetemi docens, SZE KGK

Dr. Vinkóczy Tamás

adjunktus, SZE KGK

DIGITÁLIS DILEMMA: A GENERÁCIÓK ÉS A DIGITALIZÁCIÓ BONYOLULT KAPCSOLATA

Kulcsszavak: digitalizáció; digitális kompetenciák; digitális technológiák; faktorelemzés; generációs eltérések

A dolgozat fő témája a generációk digitalizációval összefüggő viselkedésének, felfogásának az összehasonlítása. A kutatás célja, hogy szisztematikus szakirodalom elemzés segítségével bemutassa az egyes generációk (Baby-boomer, X, Y, Z és Alfa) jellemzőit, illetve feltárjuk a digitalizáció iránti nyitottság legfőbb tényezőit a digitális technológiák terén. A szekunder kutatás során a két adatbázisban kulcsszó párok alkalmazásával a szabadon hozzáférhető cikkeket dolgoztuk fel, a releváns források kiválasztására fókuszálva. ScienceDirect adatbázison a kezdeti keresés eredményeként 826 találatunk volt, majd szűrtünk cím és absztrakt alapján, ezt követően elolvastuk és így 9 forrás maradt. A Web of Science esetében 398 találatunk volt, a szelektálás után 16 publikációt használtunk fel. A magyarországi és az irodalmakban megjelenő generációs tulajdonságok bizonyítása érdekében primer kutatást végeztünk, amely mélyinterjúkból és online kérdőívezésből állt. Az interjú kérdéseinket a szekunder kutatásunk során feltárt generációs sajátosságok alapján fogalmaztuk meg, a kérdőívezésnél validált állítások adaptálására vállalkoztunk. Ezt követően leíró statisztikát és faktoranalízist alkalmaztunk. Szinergia lényeges a dolgozat tekintetében, amelyben ezen megközelítések erősítették egymást, és megegyező eredményeket hoztak. A technológiai alkalmazkodás tekintetében azt találtuk, hogy az idősebb generáció kevésbé, míg a fiatalabb jobban alkalmazkodik a digitális világhoz, az emberek nagy része nem tartja magát okostelefon függőnek. Kutatásunk kimutatta, hogy a Baby Boomerek esetében is jellemző a közösségi média használata, de kevésbé nyitottak a felületek kezelésére és az aktuális szleng elsajátítására. A Z generációra jellemző digitális eszköz függőség Magyarországon is megfigyelhető, összhangban a szakirodalmi adatokkal. Az interjú válaszai ellentmondanak a szakirodalomnak miszerint az online tér roncsoolja a személyes kapcsolatokat és az e-learning képzések hasznosak. A faktorelemzésnél csak a legjobban illeszkedő modell került bemutatásra, mely során 3 faktor azonosítottunk a használati hajlandóság, a tudatos használat és a technológiai kapcsolódás. Azonban szignifikáns eltérés csak a technológiai kapcsolódás esetében azonosítható.

BOGLÁRKA KÁNTOR

kantorboglarka01@gmail.com

Master of Business Administration

MSc, 2. semester

University of Miskolc

Faculty of Economics

Supervisor:
Dóra Diána Andrásó
assistant lecturer, ME GTK

DOES WECHAT HAVE A CHANCE IN EUROPE?

Keywords: WeChat; QR code; payment; China; modern technology

Today's technology is improving so quickly which can make our life easier, but other times inconvenient as well. There are many situations in which we use our smartphones to make tasks faster, but here comes another problem such as getting lost in the labyrinth of the hundreds of apps on our phone. However, in China there is one app that has almost everything built in it.

WeChat is a multi-purpose messaging, social media, and mobile payment app developed by the Chinese tech giant, Tencent. Launched in 2011, WeChat has quickly become one of the most popular and widely used apps in China, with over a billion monthly active users. It offers a wide range of features, including text and voice messaging, video calls, social networking, news feeds, virtual payment method and even mini-programs for various services. Moreover, WeChat is also used as a marketing platform by businesses in China.

These features are essential for Chinese people and they are helping them daily in many types of situations. They do not need to download many applications, create new accounts, stress about the passwords and constantly switch between apps. Many American tech companies think about creating such apps in the USA as well, they consider it as the biggest achievement, or we can say "the holy grail of modern technology", but it is not that easy to reach. There are many reasons why they have not already created it and brought it to Europe.

In today's digital era, the way Chinese people communicate with each other has transformed. Mostly because WeChat integrated into their daily life making the communication effortless. However, WeChat is far less popular in Europe compared to other messaging platforms such as Facebook, Messenger, WhatsApp, or Instagram, as well as digital banking solutions like Revolut, Wise or the bank-specific apps (OTP App, K&H App). Even the payment system has shaped with the innovative QR code-based payment method what is offered by WeChat. Therefore, people can make different type and size of transactions with the help of QR codes.

In my TDK work, I would like to investigate the idea "Does WeChat have a chance in Europe?". In this specific paper, I would like to mostly focus on the digital payment system and how European, Hungarians would feel about the QR code technology when paying. Would Hungarians fancy the QR code-based payment method? How willing would they be to adapt such a technology in Hungary? How much would they trust such technology with QR codes?

LÉGRÁDI ATTILA

a.legradi1@gmail.com

Vezetés és Szervezés

MSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Móricz Péter

egyetemi docens, BCE GT

MEKKORA POTENCIÁL REJLIK A CUSTOMER-TO-MANUFACTURER MODELLBEN MAGYARORSZÁGON? – ESETTANULMÁNY AZ EMAG SZEMSZÖGÉBŐL

Kulcsszavak: e-kereskedelem; adatalapú üzleti modellek; Customer-to-Manufacturer modell

Az e-kereskedelem fejlődése az elmúlt években egyre dinamikusabbá vált, különösen Kínában, ahol a Pinduoduo és a SHEIN bevezette a Customer-to-Manufacturer (C2M) modellt. Ez a modell a platformokon keletkezett vásárlói adatokat valós időben eljuttatja a gyártókhoz, lehetővé téve a személyre szabást, a brandinget és a termékfejlesztést. Ennek eredményeként ezek a vállalatok sikeresen diszruptálták szektorukat. A modell alkalmazása azonban a világ más régióiban, így Magyarországon sem elterjedt, és a megvalósításának lehetősége sem került alaposan kutatás alá.

Dolgozatomban azt vizsgálom, hogy a C2M modell hazai bevezetése életképes lehet-e. Kutatásom célja annak feltárása, hogy a magyar e-kereskedelmi szereplők képesek lennének-e alkalmazni ezt az üzleti modellt, és milyen változtatásokra lenne szükség a jelenlegi működésükben. Két kutatási kérdést vizsgálok: az első, hogy az eMAG számára megvalósítható-e a C2M-hez szükséges akciók végrehajtása, a második pedig, hogy egy kiválasztott gyártó partner esetében hogyan alkalmazhatóak ezek az akciók.

Az ügyfélorientált üzleti modellek és a C2M modell definíciója után kidolgoztam egy értékelő modellt, amely a C2M megvalósításának dimenzióit vizsgálja. Ezek a dimenziók: az ügyféladatokat körének bővítése, az adatfelhasználási IT infrastruktúra kiépítése, valamint a C2M szolgáltatások gyártói partnerek felé történő kiépítése. Az egyes dimenziók akcióit prioritás-megvalósíthatóság mátrix segítségével értékeltem az eMAG és a gyártó szemszögéből.

A kutatás eredményei szerint az eMAG számára a C2M modell megvalósítható, de üzleti modelljüket adatalapúvá kell tenniük. Az ügyféladatokat körének bővítéséhez és a C2M szolgáltatások bevezetéséhez kisebb módosítások szükségesek. Kritikus pont azonban az API-fejlesztés és az adatfelhasználási infrastruktúra kiépítése, mivel az eMAG jelenleg nem hasznosítja megfelelően a platformján keletkezett adatokat, és hiányoznak a szükséges szervezeti erőforrások. Az automatikus gyártási kapcsolat kialakításához szükséges API-fejlesztés pedig a partner oldalon is nehezen valósítható meg.

A feltárt problémákra javaslatokat dolgoztam ki, amelyek segítik a C2M modell magyarországi adaptációját, valamint a gyártó partnerek technológiai felkészültségének fejlesztését.

MÉSZÁROS BETTINA

bettici2@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 4. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Szabó Zsolt Roland

habilitált egyetemi docens, SZE KGK

DIGITÁLIS TRANSZFORMÁCIÓ GÁTLÓ TÉNYEZŐINEK FELOLDÁSA A VÁLLALATOKBAN

Kulcsszavak: digitális transzformáció; változásmenedzsment; digitális stratégia; vezetői döntéshozatal; digitalizáció

A digitális transzformáció korunk egyik legmeghatározóbb szervezeti kihívása. A digitális eszközök minél jobb kiaknázása érdekében át kell alakítani a szervezetek üzleti folyamatait, szervezeti magatartását és stratégiáit.

A kutatás célja, hogy feltárja, milyen vezetői döntések és stratégiák támogatják a digitális átalakulást, milyen motivációs módszereket alkalmaznak a munkavállalói elfogadás érdekében. A tanulmány feltárja a különböző szektorban működő vállalatok digitális hátterét, annak mértékét és a digitalizáció bevezetésének gátló tényezőit. Ezen felül elemzésre kerül a munkavállalók attitűdje és adaptációs készsége a digitális újításokkal szemben. Továbbá az egyes gátló tényezőkre megoldási javaslatok is megfogalmazásra kerülnek.

A vizsgálat kvalitatív eszközök segítségével készült, ugyanis a választott témakörhöz a szereplők élethelyzetéből adódó információk voltak mérvadók. A kutatás adatgyűjtése 23 interjúalany bevonásával félig strukturált interjúk, megfigyelés és dokumentumelemzés segítségével történt.

A kutatás során rögzítésre kerültek a digitális transzformációról alkotott gyakorlati vélemények, amely során elmondható, hogy vállalatoknál jelen van a digitalizáció és fontos szerepet játszik a működésükben. A 23 interjúalany közül mindenki fontosnak tartja a digitalizációt, tehát mind a vezetők, mind pedig az alkalmazottak felismerik a digitalizációból származó előnyöket. A legnagyobb akadályt a költségek és a munkavállalói ellenállás jelenti. A vállalatok igyekeznek a digitalizációs szintjüket a tevékenységük alapján fejleszteni. A magas szinten digitalizált vállalatok biztosabb működéssel és a jövőre vonatkozóan határozottabb elképzelésekkel rendelkeznek a digitalizációt illetően, mint akik alacsonyabb szinten vannak digitalizálva. A középszinten digitalizált vállalatokon belül is eltérő a digitalizációs működés és tervezés.

Összességében az elemzett vállalatok igyekeznek munkavállalói oldalról megközelíteni a digitális stratégiát, amit igazol az oktatás támogatása és az alkalmazott motiválási módszerek. Hátrányt jelent a vállalatokban a digitális fejlődés mérésének és a munkavállalók korai szakaszban való bevonásának elmulasztása. Az eredményeim támogatják a vállalatok vezetőit a megfelelő digitális átalakulás módszerének megtalálásában.

VANDA GABRIELLA MOLNÁR

molnvand@gmail.com

International Business Economics

BSc, 8. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Dr. Milicsevic Milos

senior lecturer, BCE VFI

‘WHERE BYTES MEET BEATS’ – ADOPTION OF EXTENDED REALITY (XR) TECHNOLOGY IN HUNGARIAN HEALTHCARE

Keywords: extended reality; healthcare innovation; efficiency; quality; skill-development

There has been a significant increase in healthcare innovation investments, and there is a global trend shifting from traditional hospital-based patient care to a more virtual-based one. The reason for this change is that there are still many impractical devices in clinical settings which for extended reality (XR) technology can provide a solution.

The topic of my thesis is emerging technology-driven product and process innovation in medical training, with a focus on the application of extended realities (XR). My paper aims to investigate how XR technologies can improve the efficiency and quality of healthcare in Hungary. Extended reality is an umbrella term for immersive technologies: virtual reality (VR), augmented reality (AR), and mixed reality (MR). These technologies provide an experience either by combining the real world with a virtual world or by creating a completely virtual environment. Due to the limited research on the adoption of XR technologies in medical fields, and the majority of resources originating from the United States, my objective was to explore this topic within the Eastern European region, especially in Hungary.

The research of my paper used a mixed methodology of collecting primary quantitative and qualitative data. The primary research involved semi-structured interviews with industry practitioners and was followed by quantitative research through an administered survey with medical students to validate the qualitative findings.

Based on the research I identified various benefits of XR in anatomy learning, skill development, and healthcare in general. By introducing XR tools into medical trainings, the efficiency and quality of healthcare can be improved from university floors to the most special surgeries. Thanks to XR the learning curve of students would be shortened and the number of dropout medical students can be decreased. At the same time, professionals could practice in life-like scenarios and have visual guides during surgeries, which leads to higher precision, less human errors, and less medical malpractices, resulting in a decrease in operational and legal costs of hospitals.

Of course, this research has its limitations as XR technology is not yet affordable and fully accessible in all areas, also its use requires a simple technical knowledge and openness, additionally, as there is no data on the long-term effects and consequences of this technology further research and clinical trials on this topic might be needed.

NAGY DOMINIKA ESZTER

nagydomika10@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Vas Zsófia

egyetemi docens, SZTE GTK

DIGITÁLIS VERSENYFUTÁS – AVAGY AZ ADATVEZÉRELT TECHNOLOGIÁK EREJE AZ IKT NAGYVÁLLALATI SEKTORBAN

Kulcsszavak: digitalizáció; digitális versenyképesség; digitális transzformáció; adatvezérelt technológiák; IKT szektor

A digitalizáció korunk meghatározó megatrendje, amely átalakítja a gazdaságot és társadalmat, növelve a termelékenységet és a valós idejű adathozzáférést. A digitális transzformáció új dimenziót adott a versenyképességnek, ahol a gyors reagálás, ügyfélközpontúság és innováció kulcsszerepet játszanak. Kiemelt szereplők az IKT nagyvállalatok, amelyek erőforrásaik révén élen járnak a Cloud Computing, Big Data, IoT és AI megoldások fejlesztésében, alakítva a piaci trendeket és elősegítve a digitális versenyképességet. Kutatásom célja ebből kifolyólag az, hogy feltárjam, milyen módon befolyásolják az adatvezérelt technológiák az IKT nagyvállalatok digitális versenyképességét, és hogyan járulnak hozzá a piaci előny megszerzéséhez a gyors technológiai fejlődés által generált üzleti környezetben. A témát eddig kevésbé kutatták a nagyvállalati környezet kontextusában, ezért kutatásom célja hiánypótló jelleggel bemutatni az adatvezérelt megoldások együttes hatásait, különös tekintettel a piacvezető IKT vállalatokra összpontosítva.

Kutatásomban szekunder és primer módszerekkel elemzek. A szekunder adatelemzést követően, három szakértői mélyinterjút készítek, egy vezető IKT nagyvállalat két hozzáértő munkatársával és egy piaci elemző cég vezető elemzőjével, biztosítva belső és külső nézőpontokat. Vizsgálatom során bebizonyítottam, hogy az adatvezérelt technológiák implementálása nélkülözhetetlen a digitális versenyképességhez, mivel ezek olyan elvárt és elterjedt megoldásoknak számítanak, amelyek fejlesztik a tudás maximális kiaknázásához és a rejtett összefüggések feltárásához szükséges képességeket. Kutatásomban igazoltam, hogy bár az adatvezérelt technológiák önmagukban nem jelentenek versenyelőnyt, együttes hasznosításuk, ügyfelekkel együttműködő integrálásuk dinamikus növekedést biztosít a nagyvállalatok számára. Rámutattam, hogy e technológiai megoldások kulcsszerepet játszanak a felelős döntéshozatalban, azáltal, hogy hozzájárulnak az adatok feldolgozásához és a releváns információk kiszűréséhez. Végezetül eredményeim igazolják, hogy ezek a megoldások elengedhetetlenek a hosszútávú piaci sikerhez, ha emellett olyan tevékenységek párosulnak hozzájuk, mint a kompetencia felvásárlás, vagy üzletágak szétválasztása. Összességében kutatásom rávilágít, hogy az adatvezérelt technológiák nem csupán előnyösek, hanem nélkülözhetetlenek is a piaci előny és a digitális versenyképesség érdekében, az IKT nagyvállalati szektorban.

PÁL MÁTÉ

pal.mate.26@unibge.hu

Gazdaságinformatikus

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Kolnhofer-Derecskei Anita

egyetemi docens, BGE PSZK

VIRTUÁLIS BEVÁSÁRLÓKÖZPONT VAGY VESZÉLYZÓNA?

Kulcsszavak: bizalom; online vásárlás; fogyasztói magatartás; kockázat; vegyes technika

A szüntelenül gyorsuló mindennapokban egyre több fogyasztó dönt az online vásárlás mellett. Ennek okai közé tartozik a folyamatosan fejlődő technikai infrastruktúra, valamint a 2019-ben kezdődött pandémia, amely tovább ösztönözte az online kereskedelem terjedését. Ebből adódóan felmerült bennem a kérdés: mennyire vannak tisztában a fogyasztók az online vásárlás lehetséges veszélyeivel, csalási kockázataival, és milyen mértékben bíznak az online vásárlásban?

Kutatásom során a B2C (Business-to-Customer) modell lehetőségeit vizsgáltam a fogyasztók védelme érdekében. Először szekunder adatokat felhasználva térképeztem fel az online vásárlás kockázatait és az átverési lehetőségeket. Ehhez statisztikai adatokat és szakirodalmat használtam.

Ezt követően primer kutatásomban a fogyasztói magatartást elemeztem fókuszcsoportos kutatások formájában, kvalitatív technikával. Ezt a módszert azért választottam, hogy elsőként egy kisebb szakértői csoport véleményén keresztül átfogóbb képet kapjak a témáról. Irányított kérdésekkel vizsgáltam, hogy a különböző célcsoportok milyen kockázatokat látnak az online vásárlásban.

Megfigyeléseim szerint a különböző korosztályok között jelentős eltérések tapasztalhatók. Az idősebb korosztályoknál az informatikai és pénzügyi tudás fokozatosan csökken, és ezzel párhuzamosan az online fizetésekkel szembeni bizalom is alacsonyabb.

Emellett vegyes kutatási technikát alkalmazva online fogyasztói véleményeket elemeztem. Ehhez egy hazai, jó hírnévvel rendelkező e-kereskedelmi weboldalt használtam, amelyet a fókuszcsoportos beszélgetések során is említettek. A tartalomelemzés alapján egyértelműen kimutatható a fogyasztói elégedetlenség az oldallal kapcsolatban.

Kutatásom lezárásaként kvantitatív kérdőíves felmérést végeztem. A kérdőívre alapozott hipotéziseimet korábbi kutatások és a szakirodalom alapján állítottam fel. Ezzel a nagyobb elemszámú mintával, igazolást nyert az a szakirodalmi állítás is, miszerint a férfiak hajlamosabbak nagyobb összegeket költeni online vásárlás alkalmával.

Az online vásárlás kétségtelenül új lehetőségeket nyit meg a fogyasztók számára, ugyanakkor jelentős kockázatokat is hordoz magában. Fontos, hogy a vásárlók tisztában legyenek ezekkel a veszélyekkel, és megfelelő védelmet kapjanak, különösen az idősebb korosztályok, akik kevésbé bíznak az online tranzakciók biztonságában. A jövőben a tudatosság és a védelem fokozása elengedhetetlen lesz ahhoz, hogy az online piac valóban a megbízható piac terepe.

TAR ÁRON SZILÁRD

aron.11.tr@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Budai László

egyetemi docens, BGE KKK

TECHNOLÓGIAI INNOVÁCIÓK A MAGYAR GAZDASÁGBAN

Kulcsszavak: mesterséges intelligencia; azonnali fizetési rendszer; gazdasági fejlődés; blokklánc; gazdasági stabilitás

Kutatásom három rövidebb esettanulmányból tevődik össze, melyek témája az automatizált könyvelési rendszerek és a blokklánc technológia használata, a döntésoptimalizálás mesterséges intelligencia segítségével, illetve a magyarországi Azonnali Fizetési Rendszer működésének hatásai. A dolgozatban kvantitatív primer kutatást, illetve szekunder kutatást, adatbázis elemzést végzek, a kapott eredményekből pedig saját modelleket készítek.

H1 hipotézis: A blokklánc hálózat használható könyvelési adatok tárolására, ennek köszönhetően csökkenthető az adatredundancia. H2 hipotézis: A mesterséges intelligencia segítheti a vállalati erőforrások optimális elosztását. Amennyiben igaz a hipotézis, milyen módon használható a vállalati ökoszisztémában? H3 hipotézis: Az azonnali fizetési rendszer (AFR) fejlesztése és integrációja kiemelten fontos a modern gazdaság számára. Milyen az ideális környezet a technológiai innovációk integrálása szempontjából?

Első esettanulmányom eredményeként, a megfelelő adattisztítás elvégzését követően, a törzs adatokat képes voltam eltárolni a blokkláncon. A hipotézist viszont részben tudtam elfogadni, mivel az adatok nyers formátumban nem feltölthetőek a blokklánc hálózatra jelenleg, az adatbázist PNG formátumban, képként tudtam feltölteni. Dolgozatom második esettanulmányának eredményeképp létrehoztam egy adatbázist, melybe felvezettem az általunk készített előrejelzéseket, melyeknek pontossága betegszabadság előrejelzésnél 92,15 %, szabadságkivételnél 91,1 %.. A H2 hipotézisemet, mely szerint a mesterséges intelligencia segítheti a vállalati erőforrások optimális elosztását elfogadtam, a létrehozott modell egyértelműen pontos előrejelzéseket adott, így annak használata segítheti a vállalatok működését, az erőforrások optimális elosztását. Kutatásom harmadik esettanulmányához kapcsolódó, H3 hipotézist részben elfogadtam, mivel a digitális fizetési szolgáltatások fontossága egyértelmű, ám a társadalmi szokások és az illegális foglalkoztatás nagy mértékben hátráltatja a rendszer fejlődését.

TÍMEA BOGLÁRKA TUZA

tuzatimea.boglarka@gmail.com

Economic and Financial Mathematical Analysis

Unified, 8. semester

Corvinus University of Budapest

*Supervisor:
Dr. Gábor Sztanó
guest lecturer, BCE PSZGJI*

DOES DIGITALIZATION MEAN THE END OF BRICK-AND-MORTAR BANK BRANCHES? – A PANEL DATA ANALYSIS

Keywords: bank branches; digitalization; internet banking; digital society

In the last two decades, we have seen a number of truly life-changing occurrences, e.g. armed conflicts or the COVID-19 pandemic. These events not only affected our everyday lives, but also the financial sector and the banking system.

The aim of this paper is to analyze how the number of bank branches has changed from the early 2000s, and what factors played a determinative role in it. The main question is whether digitalization and internet access have the same effect in the different countries and to what extent they influence the number of bank branches. To be able to determine these impacts, we also have to take into account the different socio-economic factors that define the development level of a country. Nevertheless, these indicators also raise various other interesting topics, like the subject of aging society or social differences.

First, to examine the above-mentioned problem, a time frame and a number of countries had to be selected. Then an empirical model was established to determine the systemic relationship between the number of bank branches and the explanatory variables. These variables were obtained from the databases of the World Bank and the European Union. After the selection of the EU28 countries and the data collection, various regression models were run. As in the data we can observe a double dimensionality, because the observations are on cross-section units (countries) and over time, thus the most suitable model was panel regression.

The result of the research is that although digitalization and the digital society plays an enormous role in the development of the bank branch numbers, we cannot ignore the socio economic indicators, as they truly influenced the data in the examined time period. On the other hand, if we step away from the differences between the countries and only concentrate on the time influence, then the results indicate that the main moving factor is indeed the digitalization.

Gazdaságszociológia, gazdaságpszichológia

Elnök:	Dr. Szabados György Norbert	DE
Társelnök:	Dr. habil. Bozsonyi Károly	NJE
Tag:	Dr. Csongrádi Gyöngyi	BGE
Tag:	Dr. Gál Katalin	RO PKE
Tag:	Dr. Repisky Máté	SZTE
Titkár:	Siposné Dr. Nándori Eszter	ME

DARVAS DOROTTYA ÉVA

dorottya.tari@gmail.com

Marketing

MSc, 5. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Dernóczy-Polyák Adrienn
egyetemi docens, SZE KGK*

**KÉSO BÁNAT KISMAMA GONDOLAT? AVAGY KISMAMÁK KOGNITÍV
ÁLLAPOTÁNAK, ONLINE IMPULZÍV BESZERZÉSRE VALÓ HAJLAMUKNAK, ÉS A
VÁSÁRLÁS UTÁNI DISSZONANCIA ÉRZÉSÉNEK ÖSSZEFÜGGÉSEI
METAADATOKKAL**

Kulcsszavak: kognitív disszonancia; impulzív vásárlás; kismama vásárlói magatartás; online vásárlás; vásárlás utáni megbánás

A vásárlási döntéshozatali mechanikák értelmezése, interpretálása a marketing területek szakembereinek egyik fő felelősségi köre. Az OTDK dolgozatom során arra kerestem választ, hogy a terhesség hatással van-e a nők (1) kognitív funkcióira, (2) vásárlási szokásaira, különös tekintettel az online impulzív vásárlásra és a (3) vásárlás utáni megbánásra.

A kutatási eredményim azt mutatták, hogy kismama lét állapota nem bizonyítottan eredményez megváltozott kognitív készségeket, online impulzívabb vásárlási szokásokat, sem magasabb mértékű vásárlás utáni megbánást. Mindezek mellett viszont a három különböző terület mögött meghúzódó összefüggések feltárását. Ezen faktorok közötti kapcsolatokat kutatva azt találtam, hogy a kognitív készségek állapota befolyást gyakorol a vásárlás utáni megbánásra, míg a kognitív állapot és az impulzív vásárlás kapcsolata közötti összefüggéseket a kutatásom nem tudja megerősíteni. Végül, bizonyítást nyert a már korábban sokak által kutatott téma, mi szerint az impulzus vásárlás és a kognitív disszonancia között a kapcsolat szignifikánsnak tekinthető.

Levonható ezek mentén két meghatározó konklúzió, mi szerint a kognitív disszonanciát, mint vásárlás utáni megbánást, a nők körében előidézhetheti elsősorban a rossz mentális állapot, másodsorban az online impulzív vásárlás ténye. Előbbi arra enged következtetni, hogy ha az adott női fogyasztó, bár megfontoltnak vélt vásárlási döntést hoz, mindeközben negatív észlelési készségeket mutat, úgy vélhetően az ilyen állapotban hozott döntés, bár nem impulzív, mégis disszonanciához vezethet. Másodsorban az eredmények következtetni engednek arra, hogy az a női vásárló, aki bár kognitív funkciót tekintve pozitív megélelésekről számol be, mégis tendál online impulzív beszerzésre, az később a megbánás érzésének van kitéve.

Kutatásom így számos meghatározó eredményt tárt fel az általános női vásárlói döntéshozatal megértésére, hiszen, annak kiemelt szerepe, hogy nők vásárlási döntési mechanizmusának értelmezése lényegi kutatási terület, alátámasztja Popcorn (2001), akinek eredményei mentén megállapítható, hogy a világon végbemenő vásárlások közel 80%-ért közvetve vagy közvetlenül a nők felelnek.

MÁTÉ GYEBNÁR

gyebnar.mate@gmail.com

Economic Analysis

MSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Dr. Hubert János Kiss
associate professor, BCE KTI

SOCIAL PREFERENCES OF FUTURE ECONOMISTS – AN EXPERIMENTAL STUDY ON HIGH SCHOOL STUDENTS

Keywords: behavioral economics; experimental economics; self-interested behavior

A large body of experimental studies suggest that university students of economics are more likely to behave in their self-interest than students of other subjects. There is no consensus however, if this difference is due to selfish high school students self-selecting themselves to study economics, or to the effect studying economics has on them. I test the self-selection hypothesis using survey data of high school students after the deadline for university application submissions, the earliest point in time economists and non-economists can be differentiated. I am unaware of any studies that have investigated this issue at this stage. The sample includes 243 individuals from 3 different Hungarian high schools. Respondents were asked to indicate their behavior in three incentivized setups: a dictator, an ultimatum and a public goods game. I also explore if differences exist in competitiveness, risk-taking, and time preferences between students who plan to continue their studies in different fields. Results only show significant differences in bargaining situations, that I interpret as weak evidence for self-selection. Additionally, economists appear to be significantly more risk tolerant than non-economists.

HULLÁN LUCA MIRTILL

hullanluca32@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 1. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

HULLÁN ZSÓFIA SAROLTA

hullanzsofi@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 1. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:

Malatinszky Gábor

óraadó, Magyar Nemzeti Bank

SZORGALOM VAGY SZERETET? - AVAGY A MAGYAR KÖZOKTATÁSBAN TANULÓ DIÁKOK ÉRDEMJEJEIKET MEGHATÁROZÓ HÁTTÉRTÉNYEZŐK

Kulcsszavak: oktatásgazdaságtan; családi háttér; érdemjegy; teljesítmény

A tanulmány célja a magyar közoktatási rendszerben tanuló diákok teljesítményét meghatározó legfontosabb háttértényezők feltárása és elemzése. Kutatásunk három fő kérdés köré épült: a testvérek számának hatása az matematika illetve magyar érdemjegyekre, a magatartás és szorgalom szerepe a tanulmányi teljesítményben, valamint a diákok fiatalukban fellépő humán vagy reál orientációjának vizsgálata. Az elemzéshez lineáris regressziós modelleket alkalmaztunk, nemek szerinti bontásban, iskola fixhatásokkal kontrollálva, egy több évfolyamot átfogó, az Oktatási Hivatal által rendelkezésünkre bocsátott kompetenciamérési adatbázis felhasználásával.

Kutatásunk abban újító és egyedülálló, hogy korábbi magyar vizsgálatokhoz képest részletesen elemeztük a magatartás és szorgalom érdemjegyek hatását a tanulmányi eredményekre, valamint az ordinális függő változó (érdemjegyek) ellenére is lineáris modellt alkalmaztunk az eredmények könnyebb értelmezhetősége érdekében. Ezen túlmenően a reál és humán orientáció közötti különbségeket is statisztikai modellek segítségével vizsgáltuk, nemcsak narratív vagy feltételezés-alapú megközelítéssel.

Eredményeink szerint a testvérek számának növekedése kezdetben negatívan befolyásolja a diákok teljesítményét, majd egy bizonyos pont után támogató hatást fejt ki. A magatartás és különösen a szorgalom érdemjegyek szignifikáns pozitív hatással vannak az iskolai eredményekre, míg a tantárgyi szeretet nem igazolja egyértelműen a korai életkorban fennálló humán-reál különbséget.

Kutatásunk fő eredménye, hogy a családi háttér, az egyéni motivációs tényezők és a tantárgyi preferenciák egyaránt meghatározó szerepet játszanak a tanulmányi teljesítmény formálásában. Ugyanakkor az adatok keresztmetszeti jellege és a hiányzó értékek pótlása korlátozta az eredmények általánosíthatóságát és a hosszú távú hatások mélyebb vizsgálatát. Ezzel együtt kutatásunk hiánypótló eredményeket nyújt a magyar közoktatási rendszer háttértényezőinek megértéséhez, amelyek hasznos alapot adnak a szakpolitikai döntésekhez.

KISS HANNA

kisshannakiss@gmail.com

Emberi erőforrások

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Csillag Sára
egyetemi tanár, BGE PSZK

INKLÚZIÓ ÉS KIREKESZTÉS HATÁSA A NEURODIVERGENS FIATAL NŐK MENTÁLIS EGÉSZSÉGÉRE MUNKAHELYI KÖRNYEZETBEN

Kulcsszavak: neurodivergens inklúzió; kirekesztés; munka környezet; mentális egészség

A TDK dolgozatomban az inklúzió és kirekesztés hatását vizsgálom a neurodivergens fiatal nők mentális egészségére a munkahelyi környezetben.

Kutatásomban a következő kérdéseket vizsgálom:

1. Mely tényezők járulnak hozzá a neurodivergens fiatal nők munkahelyi inklúziójához és kirekesztéséhez?
2. Hogyan befolyásolják az inklúziót támogató intézkedések a neurodivergens fiatal nők szervezeti kultúráját?
3. Milyen hatással van az inklúzió és a kirekesztés a neurodivergens fiatal nők önértékelésére és mentális egészségére?

Kutatásom során a primer kutatást részesítem előnyben, különösképpen egyéni, félig strukturált interjúk formájában, melyek alkalmával neurodivergens nőket kérdezek meg, hogy megismerjem és megértsem saját tapasztalataikat és véleményüket. Ezek az interjúk lehetőséget nyújtanak arra, hogy mélyebb bepillantást nyerjek a mindennapjaikba, és az akadályokhoz fűződő személyes történeteik révén azonosíthassam azokat a megértési és támogatási stratégiákat, amelyek segíthetik őket egy befogadóbb munkahelyi környezet kialakításában.

A kutatás eredményei szerint számos tényező befolyásolja az inklúzió és a kirekesztés mértékét és hatását. Függ az egyén munkahelyétől, munkakörétől, illetve a neurodivergencia típusától és az egyén mentális egészségétől is. Kiemelkedő jelentősége van a munkakörnyezetnek, amelyben a vezetőség, HR szakemberek és a munkatársak nyitottsága és hozzáállása is nagy szerepet játszik. A kommunikáció és a munkakörülmények rugalmassága szintén kulcsfontosságú tényezők. Ugyanakkor a sztereotípiák és előítéletek leküzdése kihívást jelent, különösen kettős diszkriminációval szemben, mint nőként és neurodivergens személyként. A szervezeti kultúra átalakulhat bevonásukkal, nyitottabb és empatikusabb környezetté válva. Az inklúzió kihangsúlyozása jelentős hatással van ezeknek a nőknek az önértékelésére és mentális egészségére; sokan pszichológiai segítségre szorulnak, különösen késői diagnózis esetén, ami további belső és külső küzdelmekhez vezethet.

KURCZ KRISTIÁN

128022@student.ujt.sk

Közgazdaságtan és vállalati menedzsment

MA, 3. félév

Selye János Egyetem

Témavezető:

Mgr. Fóthy Noémi, PhD.

oktató, Tatabányai SZC Széchenyi István Gazdasági és Informatikai Technikum

MI VONZ A DIÁKSZERVEZETEKBE? AZ EGYETEMI HALLGATÓK MOTIVÁCIÓJÁNAK ELEMZÉSE

Kulcsszavak: diákszervezetek; hallgatói motiváció; közösségi élmény; szakmai fejlődés; elégedettség

Az OTDK dolgozatunkban azt a kérdést vizsgáltuk, hogy az egyetemi hallgatókat milyen tényezők befolyásolják a diákszervezetekhez való csatlakozás során, és ez a részvétel hogyan hat a személyes és szakmai fejlődésükre. Kutatásunk során 150 hallgató körében végeztünk kérdőíves adatfelvételt, amelyet statisztikai frekvencia és keresztábrák elemzéssel, ANOVA-val, korrelációs számítással, klaszterelemzéssel, faktoranalízissel, valamint kvalitatív módszerekkel (tartalomelemzés) dolgoztunk fel. Eredményeink szerint a hallgatók motivációját leginkább a közösségi élmény, a kapcsolatépítés és a szakmai fejlődés iránti igény határozza meg, miközben az anyagi tényezők statisztikailag nem mutatnak jelentős hatást a tagsággal való elégedettségre. A nemek között nem találtunk szignifikáns különbséget a fő motivációkban, viszont a női hallgatók némileg erősebben vonzódnak a vezetői szerepek iránt. A gyakori és intenzív szervezeti részvétel szoros összefüggést mutat a tagok nagyobb elégedettségével, bár a közösségi élmény önmagában nem feltétlenül garantálja a személyes készségek tudatos fejlesztését. Kutatásunk azt is megmutatta, hogy a mentorálás és a befogadó szervezeti légkör hatékonyan erősítheti a tagok hosszú távú elköteleződését. Innovatív megoldásként javasoltuk a próbaidő intézményének bevezetését, amellyel a szervezet és a leendő tagok kölcsönösen felmérhetik az együttműködés hatékonyságát és illeszkedését. Ez a szervezeti kultúra folyamatos fejlesztését is elősegíti, hiszen a próbaidő során gyűjtött visszajelzések alapján könnyebben igazíthatók az aktuális igények, és jobban támogatható a hallgatók személyes és szakmai fejlődése. Összességében arra a következtetésre jutottunk, hogy a diákszervezetek akkor működnek igazán sikeresen, ha a közösségi és szakmai dimenziók megerősítése mellett nyitottak az új megoldásokra például a próbaidő alkalmazására így hozzájárulva a hallgatók eredményes beilleszkedéséhez és fejlődéséhez.

LÁSZLÓ BALÁZS

lbazsi09@gmail.com

Középiskolai hallgató

Tatabányai Árpád Gimnázium

PONGRÁCZ NOÉMI

pong racznoemi2003@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

*Prof. Dr. Bakacsi Gyula
egyetemi tanár, BGE PSZK*

ÁLOM VAGY ÁMÍTÁS? A MAGYAR EGYETEMISTÁK MOTIVÁCIÓI ÉS TAPASZTALATAI AZ MLM VILÁGÁBAN

Kulcsszavak: fiatalok; MLM; motiváció; tapasztalatok; kockázatok

Szinte mindenki számára ismerős a jelenség, amikor kapunk egy üzenetet egy régi ismerőstől, vagy éppen egy szimpatikus ismeretlentől, amiben egy kihagyhatatlan ajánlatot szeretne nekünk bemutatni. Van, aki válasza sem méltatja, és van, akinek rögtön felcsillan a szeme a lehetőség hallatán. Érdemes-e megfontolnunk az ilyesfajta ajánlatokat? Miket érdemes ilyenkor mérlegelnünk?

Kutatásunk fő célja az volt, hogy megvizsgáljuk az egyetemisták és az MLM, mint munkalehetőség kapcsolatát. Szerettük volna feltárni, hogy miért olyan vonzó ezen korosztály számára ez a lehetőség, különös tekintettel azokra a tényezőkre, amelyek hozzájárulnak a csatlakozáshoz és az aktivitáshoz ezen hálózatokban. Erről szerettünk volna egy átfogó képet kapni, kitérve arra, hogy mennyire valósak az ígéretek, amiket ezek a cégek próbálnak eladni; mennyire válnak be az ehhez fűzött remények; illetve, hogy milyen előnyökkel és hátrányokkal jár az MLM.

Kutatásunk első részében szakirodalmi forrásokat gyűjtöttünk ebben a témában. Felhasználtunk többek között könyveket, cikkeket, illetve korábbi hasonló jellegű kutatásokat ebben a témában mind magyar, mind angol nyelven, hogy minél átfogóbb képet adhassunk a témáról. Ezután kvalitatív megközelítési módszer alkalmazása mellett döntöttünk, és mélyinterjúkat készítettünk volt és jelenlegi tagokkal. Ezek olyan kérdéssorra épültek, mely a legmeghatározóbb faktorokra fókuszált amellett, hogy a legtöbb interjú esetében külön témákra is kitértünk az alanyok egyedi szituációiknak köszönhetően.

Az interjúk befejeztével megerősítést nyert az eredeti hipotézisünk, miszerint ezen vállalatok sikerének titka abban rejlik, hogy gyorsan, könnyen elérhető meggazdagodást ígérnek a fiataloknak, és mindezt flexibilis munkaidőben. Emellett az is beigazolódott, hogy ezek az ígéretek nem mindig kerülnek betartásra. Az interjúalanyaink többsége nem keresett semennyit, vagy a befektetett munkájához képest nem eleget ilyesfajta üzletekkel. Az MLM cégek pedig rendszerint leveszik magukról a felelősséget azzal, hogy azért nincs belőle bevétele a tagoknak, mert nem tesznek meg mindent és nem hisznek eléggé a rendszerben.

NAGY ZSELYKE

lnagyzselyke@gmail.com

Számítógépes és kognitív idegtudományok

MSc, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Természettudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kovács Kristóf

tudományos főmunkatárs, ELTE PPK

A NUDGE-RA ADOTT VÁLASZ EGYÉNI KÜLÖNBSÉGEI: EGY ÚJ KÉRDŐÍV KIDOLGOZÁSA ÉS PSZICHOMETRIAI VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: nudge; ösztönző; döntés; döntéshozatal; gazdaságpszichológia

Kutatásom alapja Richard H. Thaler és Cass R. Sustein Nudge című könyve, mely a nudge technikákat, tehát „finom ösztönzőket” tárgyalja. Ezekkel a technikákkal az a cél, hogy az egyének döntéseit olyan irányba tereljék, amelyek mind társadalmilag, mind pedig egyénileg is pozitív hatásúak. Ilyenek lehetnek például az egészséges életmód vagy az energiatakarékosság. A „nudging” nagyon hasonló a meggyőzés és befolyásolás fogalmaihoz, azonban abban különbözik, hogy nem közvetlenül irányít, hanem finoman terel egy adott irányba és teljes mértékben az egyén akaratán múlik a döntés. Tehát választási lehetőségek optimalizálásáról van szó. A könyvben szereplő kísérleteket összegyűjtve és rendszerezve 5 fő nudge-típust állapítottam meg: alapértelmezett beállítás, társadalmi hatás, visszajelzés, jutalmak-ösztönzők és könnyű elérhetőség-informálás. Ezen mentén elkészítettem egy 40 kérdésből álló kérdőívet – kategóriánként 8-8 kérdést tartalmaz. A kérdőívet vizsgálom pszichometria szempontból (elsősorban reliabilitást vizsgállok). Amennyiben a kérdőív megfelel a pszichometria követelményeknek, és a kérdőívben megjelenő motivátorok elkülöníthető konstrumentumként jelennek meg, vizsgálom az összefüggéseket. Ezt követően összevetem a kapott adatokat a HEXACO személyiségvonások teszt eredményeivel, erre a diplomamunkában kerül sor. Felnőttekkel, tehát 18 éven fölöttiekkel venném fel a kérdőíveket. Célom hosszútávon a nudge-típusok és személyiségvonások közötti korreláció felfedezése és annak vizsgálata, hogy mire mely típus hat erősebben és kevésbé.

BALÁZS SZABÓ

szbalazs99@gmail.com

International economics and business

MSc, 2. semester

John von Neumann University

Faculty of Economics and Business

Supervisor:
Márton Kovács
assistant professor, NJE GTK

EXPLORING THE PURCHASE BEHAVIOUR TOWARDS COUNTERFEIT FASHION PRODUCTS IN HUNGARY

Keywords: counterfeiting; counterfeits; consumer behaviour; fashion; Bayes factor

Purpose – The purchase of counterfeit fashion goods is a continuously growing issue, and focusing just on the supply side is not enough. To decrease the number of purchases, the demand side should be reduced too. But how? To do so, first, we must understand what motivates a person to purchase counterfeit products. The purpose of this study is to determine the factors that influence the demand for counterfeit fashion products.

Design/methodology/approach – This study uses an online self-administered survey to collect data. The data are collected from 214 consumers in Hungary. The survey is built based on the literature using scales that were already validated in former studies. The reliability of the scales is assessed using the Cronbach alpha test, while Bayesian correlation and Bayesian linear regression analyses are employed to test the hypotheses.

Findings – The results show that age (positive relationship) and ethical judgement (negative relationship) are some of the important factors that influence the purchase intention of counterfeit fashion products. Based on the results, older consumers and people with lower ethical judgement tend to have higher purchase intentions toward fake items. Fashion consciousness, value consciousness, self-ambiguity, and subjective norm showed anecdotal evidence to include or exclude them in our model.

Limitations – The study examined only a limited number of independent variables on purchase intention. Moreover, the sample consisted of younger and more educated respondents, which differs from the population.

Practical implications – This paper contributes to informing companies and policymakers about the main predictors of purchase intention towards counterfeits. Educational campaigns to raise awareness about the ethical issues of purchasing counterfeits are suggested.

Originality/value – Unlike most of the research exploring this topic, which uses the frequentist framework and the Null Hypothesis Significance Testing (NHST) method, this study uses the Bayesian framework.

SZATMÁRY ROZÁLIA HANNA

szatmary.rozalia0801@gmail.com

Középiskolai hallgató

Berzsenyi Dániel Gimnázium

*Témavezető:
Dr. Szikora Péter
egyetemi docens, OE KGK*

A TECHNOSTRESSZ ÉS A TECHNOLÓGIA ELFOGADÁSA KÖZÖTTI KAPCSOLAT VIZSGÁLATA A MAGYAR FIATALOK KÖRÉBEN

Kulcsszavak: technostressz; technológia elfogadása; autonóm rendszerek; fiatal generáció; ipar 5.0

A kutatás célja a technostressz és a technológia elfogadása közötti kapcsolat vizsgálata volt a magyar fiatalok körében. Az Ipar 5.0 társadalmi és technológiai változásai különösen érintik ezt a korcsoportot, főként az autonóm rendszerek, például az önvezető autók elfogadásában. A technostressz olyan kihívásokat és negatív érzéseket takar, mint a gyors technológiai változások, digitális túlterheltség és adatbiztonsági aggályok, amelyek befolyásolhatják a technológia elfogadását. A kutatás interpretatív és kvantitatív módszert alkalmazott, 849 fő részvételével, akik online, anonim kérdőívet töltöttek ki. A 18–35 éves mintában többségben voltak a felsőoktatásban tanulók és a diplomás fiatal felnőttek. Az adatgyűjtés során vizsgáltam a technostressz szintjét, a technológiai affinitást és az autonóm rendszerekhez való viszonyulást, az elemzéseket SPSS 20 szoftverrel végeztem. Az eredmények szerint az alacsonyabb technostressz szintű résztvevők nyitottabbak voltak az önvezető autók elfogadására, míg a magasabb technostressz szintűek szkeptikusabban álltak hozzájuk. A demográfiai tényezők, például a magasabb végzettség, szintén pozitív hatással voltak az autonóm rendszerek elfogadására. A kutatás rávilágított arra is, hogy a vezetés élményének elvesztése az egyik legnagyobb aggály az önvezető autók használatával kapcsolatban. Összességében a kutatás hangsúlyozta, hogy a technostressz csökkentése kulcsfontosságú az autonóm technológiák elfogadásában. Az Ipar 5.0 megoldásai csak akkor lehetnek sikeresek, ha figyelembe veszik a felhasználók stresszszintjét és attitűdjeit. Javasolt az intuitív kezelőfelületek és oktató programok bevezetése, valamint a nyitott kommunikációs csatornák biztosítása, amelyek hozzájárulhatnak a bizalom erősítéséhez és a technológia elfogadásának javításához.

TÓTH LAURA EVELIN

tthlrln16@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 6. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Sasné Dr. Grósz Annamária

egyetemi docens, PE GTK

LEMARADÁSTÓL VALÓ FÉLELEM VAGY A TÁVOLMARADÁS ÖRÖME- KI MIT VÁLASZT? (A FEAR OF MISSING OUT ÉS A JOY OF MISSING OUT JELENSÉGEK SZEMÉLYISÉGFÜGGŐ VIZSGÁLATA)

Kulcsszavak: közösségi média; FoMO; JoMO; függőség; személyiségtípusok

A mai kutatások azt állítják, hogy a legtöbb fiatal a közösségi médiát használja leginkább a kapcsolattartásra. A digitális technológia növekedésével és az okostelefonok elterjedésével egyre inkább növekszik a folyamatos kapcsolattartás vágya az emberekben. Ez a bárhol és bármikor elérhető kapcsolat felerősítette az egyének félelmét, hogy lemaradnak valamiről, ami felkapott az interneten. A FoMo (Fear of Missing Out), vagyis a kimaradástól való félelem az internetfüggőség kialakulásának egyik lehetséges oka. Sokan felismerték azonban, hogy a közösségi média folyamatos használata káros hatással van az emberek érzelmi és pszichés állapotára, az egyének és a társadalom egészségére, így megjelent a JoMO (Joy of Missing Out), azaz a lemaradás öröme is, ami lényegében azt jelenti, hogy az ember élvezi azt, amit csinál, nem foglalkozik azzal, hogy a közösségi média platformokon megossa örömét vagy ami éppen vele történik.

Kutatásom során első lépésként szisztematikus irodalomelemzést végeztem az eddigi kutatási területekre, alkalmazott módszerekre és célcsoportokra vonatkozóan. Primer kutatási tevékenységem magába foglalja mind a kvantitatív, mind a kvalitatív kutatási módszert. Kvalitatív kutatás során csoportos interjúkat bonyolítottam le, melynek célcsoportját a 17-45 év közötti fogyasztók alkották. A csoportinterjúk célja a fogyasztók bevonódásban, függőségben vagy éppen a lemondásban, lemaradásban szerepet játszó motivációinak megértése volt. Az eredmények alapján a válaszadók attól félnek legfőképpen, hogy kimaradnak egy baráti programból. A kvalitatív kutatás eredményeire építve kvantitatív kutatást végeztem, korábbi kutatások validált mérőeszközei segítségével. Kutatásom ezen szakaszában célom meghatározni, hogy köthető-e a lemondás vagy lemaradás adott személyiségtípushoz.

VIKTÓRIA VASS

viktoria.vass0723@gmail.com

Business Administration and Management

BSc, 5. semester

Széchenyi István University

Kautz Gyula Faculty of Business and

Economics

Supervisor:

Judit Petra Koltai PhD

associate professor and head of department, vice dean, SZE KGK

Tamás Vinkóczy PhD

senior lecturer, SZE KGK

HOW NUDGING SHAPES SAFE DRIVING HABITS: EVIDENCE FROM GENERATION Z DRIVERS

Keywords: nudging; driving behaviour; road safety; Generation Z; factor analysis

Motivation and influence both represent fascinating psychological issues applicable to a wide range of topics. The considerable number of road traffic accidents in Hungary has become a focal point of attention, which provides a valuable opportunity for investigating and applying safe driving practices.

Nudging – a concept within the field of behavioural economics - represents an intriguing approach by effectively influencing human behaviour without imposing any restrictions or significantly altering economic incentives. Nudging has been previously shown to have positive impacts on safe driving, but its effect on Hungarian Generation Z drivers has not yet been analysed in literature. Therefore, the following research question was proposed in the present study: which nudge approaches could be utilised to enhance the road safety awareness and safe driving practices of Hungarian Generation Z drivers while also considering their demographic characteristics, driving history and attitudes in order to be able to personalise nudges for maximum effectiveness?

The impact of nudging was evaluated through a questionnaire survey based on a purposive sample. To identify the most substantially influencing nudge approaches, factor analysis was utilised, as a result of which comparison of behaviour, shaping knowledge, and natural consequences were identified as having the most significant impacts on driving behaviour. These factors explain 25.192%, 20.952%, and 16.599% of the variance, respectively. Furthermore, to analyse the links between the effects of nudge approaches and drivers' characteristics, nonparametric tests were performed. It was identified that women respond more positively to the natural consequences approach than men; those who do not own a car respond more positively to comparison of behaviour than those who do not; and those who do not know whether their car is equipped with diagnostic devices have a more positive perception of natural consequences than those who know for sure whether their car is equipped or not.

Based on the results, several recommendations were proposed to incorporate nudges into promoting driving safety, such as the revision of the driving education system, or the implementation of new road signs. The results of this study may contribute to forming a better understanding of driver behaviour as well as the identification of the most appropriate nudging strategies to enhance driving habits among the analysed population.

Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Energiagazdaságtan

Elnök:	Prof. Dr. Málovics György	SZTE
Társelnök:	Dr. Szeberényi András	METU
Tag:	Dr. habil. Csipkés Margit	DE
Tag:	Dr. Kozma Dorottya Edina	PE
Tag:	Dr. Ing. Szabó Árpád	RO PKE
Titkár:	Dr. Horváth Ágnes	ME

ALMÁSI LIZA

almasi.liza28@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

HALLAI GRÉTA KÍRA

hallai.greta@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:

Buzder-Lantos Gábor

mesteroktató, BCE GTK

Dr. Felsmann Balázs Tibor

egyetemi docens, BCE GTK

ÉRTÉKEKBE KÓDOLT FENNTARTHATÓSÁG AZ ENERGIAIPARBAN – A FENNTARTHATÓSÁG HATÁSA A VERSENYELŐNYRE AZ ALTEO ESETTANULMÁNYA ALAPJÁN

Kulcsszavak: fenntarthatóság; energetikai ipar; versenyelőny; vállalati értékek; ALTEO

A kutatás az ALTEO fenntarthatósági stratégiája és versenyelőnye közötti kapcsolatot vizsgálja, azzal a hipotézissel, hogy a vállalati kultúrába és szemléletbe való befektetés hozzájárul a hosszú távú versenyelőnyhöz. A dolgozat relevanciáját az adja, hogy az energetikai piac jelentős átalakuláson megy keresztül, a megújuló energiaforrások aránya növekszik, miközben a fenntarthatósági szabályozások szigorodnak. A fenntarthatósági stratégia és a versenyelőny közötti kapcsolat megértése kritikus fontosságú a vállalatok hosszú távú életképessége és jövedelmezősége szempontjából ebben a változó környezetben. Az ALTEO egy komplex energetikai szolgáltató, melynek főtevékenysége a megújuló energián alapuló termelés.

A dolgozat először a szakirodalom segítségével meghatározza a fenntarthatóság és a fenntarthatósági menedzsment fogalmait, majd bemutatja a versenyelőny és a vállalati értékek fogalmait, melyeket a későbbi elemzéshez használ fel. Felvázolja az energetikai piac jellemzőit és trendjeit, kiemelve az ALTEO válaszát a fenntartható és decentralizált energiatermelés iránti növekvő igényre. A kvalitatív kutatást alapját primer és szekunder források képezik, beleértve az ALTEO öt munkatársával készített interjúkat, és vállalat integrált jelentésének vizsgálatát is, ezáltal megállapítja, hogy a vállalat vallott és követett értékei között jelentős átfedés van. Az ALTEO munkatársaival készített interjúk alapján hét szempontot azonosítanak a szerzők, melyek segítik és bemutatják a fenntarthatóság beépülését a vállalati kultúrába és döntéshozatali folyamatokba, hozzájárulva a vállalat hosszú távú versenyelőnyéhez. Ezek a fenntarthatóság értékének felismerése, a fenntarthatóság megjelenése az ALTEO mindennapos üzleti tevékenységében, a fenntarthatóság beépülése a stratégiai döntéshozatalba, a munkavállalók motivációja és megbecsülése, a vállalati kultúra és társadalmi felelősségvállalás, az ALTEO vezetőinek társadalmi felelősségvállalás és a transzparencia. A tanulmány ezáltal feltárja az ALTEO fenntarthatósági stratégiájának és versenyelőnyének kapcsolatát, hozzájárulva a vállalatok fenntarthatósági megközelítésének jobb megértéséhez és versenyképességének javításához a dinamikus energetikai piacon.

BUSPATAKI RÉKA

gljune@student.uni-pannon.hu

gazdálkodás és menedzsment

BA, 2. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Dr. Antal Anita

egyetemi docens, PE GKZ

MITŐL ZÖLD AZ ENERGIA? AZ ALTERNATÍV ENERGIA VIZSGÁLATA AZ E.ON PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Kulcsszavak: megújuló energiaforrások; zöld energia; energiaközössége; napenergia; attitűd

Európában az energiaigény lépcsőzetesen növekszik, eközben az energiaárak. Az Unió energiapolitika három fő szempontot vesz figyelembe: az ellátásbiztonságot, a versenyképességet és a fenntarthatóságot. Kutatásomban a megújuló energiaforrásokhoz, energiaközösségekhez kapcsolódó fogalmak körüljárása után részletesebben bemutatom az 5 különböző alternatív energiaforrást, az energiaközösség típusait, majd az E.ON szemléletét. Kutatásom empirikus része két ütemben lebonyolított online kérdőíves felmérésre épül, amely a napenergiával kapcsolatos kérdésekre összpontosít a lakosság körében. Célom, hogy a lakosság napelemek használatával kapcsolatos attitűdjének változását vizsgáljam.

Kutatási kérdéseim az alábbiak:

K1: Hogyan működik az Energia Közösség az E.ON vonatkozásában?

K2: Melyek azok a tényezők, amelyek miatt a napelemek használata nem terjedt el a lakosság körében a vizsgált időszakokban?

K3: Átlagosan mekkora összeget hajlandók a válaszadók napelemekbe történő beruházásra fordítani?

K4: Mekkora az az átlagos elvárt minimális megtérülési idő, amely mellett a válaszadók vállalnák a napelemek telepítését?

K5: Milyen megoldásokkal lehet a lakosságot megismertetni, illetve ösztönözni a napenergia használatára?

A kutatással kapcsolatban további 2 hipotézist fogalmaztam meg:

H1: A válaszadók nagyobb hányada beruházna napelemekbe, ha valamilyen költségtámogatási megoldást igénybe vehetne.

H2: A napenergia használatával kapcsolatos attitűdöt befolyásolják a válaszadók egyes demográfiai jellemzői.

Kutatásom módszertani szempontból az alkalmazott kutatáson belül értékelő jellegű. A hatókör mélysége alapján tartalmaz a feltáró, a leíró, a magyarázó kutatásra vonatkozó jellemzőket, az adattípus szerint pedig részben kvalitatív és részben kvantitatív jellegű. A primer kutatásban az adatokat online kérdőíves megkérdezéssel gyűjtöm. Az adatokat egyszerűbb és összetettebb statisztikai módszerekkel (pl. összefüggésvizsgálat) fogom elemezni. Kutatásom eredményeként feltárom, hogy hogyan változott a lakosság attitűdje egy év viszonylatában a napelemek használatával kapcsolatosan. Feltárom továbbá, hogy mekkora beruházási ráfordítással és elvárt megtérülési idővel lenne a napelemek használata népszerűbb a lakosság körében. Javaslatokat teszek arra, hogy milyen megoldásokkal lehet a lakosságot megismertetni a napenergia használatára. Célom, hogy az embereknek megváltozzon a hozzáállásuk a fenntarthatósággal kapcsolatban.

CSONTOS GYÖRGY

csgyuri2001@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Tömöri Gergő
adjunktus, DE GTK*

AZ ENERGIÁKRÍZIS HATÁSA A VARIANCIA ÉS GINI ALAPON OPTIMALIZÁLT PORFÓLIÓSTRUKTÚRÁKRA

Kulcsszavak: portfólió; optimalizáció; részvény; részvénytőzsdé; energiaválság

A 2020-as években lezajló válsághelyzetek sosem látott hirtelenséggel rengették meg a részvénytőzsdét Magyarország és az egész világ tekintetében. A Covid-19 járványhelyzet és az orosz-ukrán háború kitörését követő árfolyamzuhanások jelentős nehézségeket okoztak mind a részvénytársaságok, mind a részvénytulajdonosok számára, visszavetve ezzel a Budapesti Értéktőzsdét, illetve világ valamennyi tőzsdéjének forgalmát.

Kutatási célom volt a zöldítési politika, a Covid utáni újraindítás és a kiéleződött geopolitikai konfliktusok együttes következményeképpen kialakuló energiákrízis hatásának vizsgálata a magyarországi részvénytőzsdén kiélezve, melyet a blue chippek, illetve az energetikai üzletágban érdekelt ALTEO Nyrt. részvényeinek elemzésén és az azokból kialakított portfóliók optimalizálásán keresztül végeztem el. Vizsgálatomat az előbbi öt részvényt is érintő világ- és nemzetgazdasági kihívások elemzésével kezdtem, majd az ezekből levont következtetéseket piaci értékmutatók és részvényértékelési modellek segítségével támasztottam alá.

Az adatgyűjtést követően a HPR mutató és a havi záró árfolyamváltozások százalékos értékeinek meghatározására kerítettem sort a háborúval érintett és az azt megelőző időszakokra is elkülönítetten, kiegészítve a hozamok eloszlásának leíró statisztikai elemzésével, valamint a vizsgálat tárgyát képező részvények értékelését leginkább jellemző indikátorok vizsgálatával. A vállalatok növekedési rátáinak, elvárt hozamainak és piaci kockázatainak segítségével határoztam meg, hogy az energiaválság időszakában a vizsgálat részét képező értékpapíroktól elvárt befektetői hozam mennyire tükrözte azok tényleges hozamát. A vizsgálat utolsó lépéseként kívántam meghatározni, hogy egy, az előbbi 5 részvényből összeállított portfólió variancia és Gini-index alapon optimalizált struktúrájára milyen hatást gyakoroltak a 2020-2023 közötti időszak turbulens válságjelenségei, kiemelten az energiaárak inflációjára. Mivel mindkét módszer bár eltérő mértékben, de az energiaválság hatására ugyanazon, energetikában érdekelt társaság részvényeinek portfólióban betöltött súlyát növelte meg szignifikánsan az egységnyi elvárt hozam elérése érdekében minimálisan vállalni szükséges kockázathoz, így kijelenthetem, hogy a diverzifikált portfólió összetételének változása visszatükrözte az általam is részletezett makrogazdasági körülmények részvénytőzsdén gyakorolt hatásait.

ERDÉLYI BENCE

erbence2@gmail.com

Regionális és Környezeti Gazdaságtan

MSc, 1. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Hortay Olivér

egyetemi adjunktus, BME GTK

AZ ON-BILL ÜZLETI MODELL ALKALMAZÁSA A HAZAI LAKÓÉPÜLETEK ENERGIAHATÉKONYSÁGI FELÚJÍTÁSÁNAK TÁMOGATÁSÁRA AZ ENERGIAHATÉKONYSÁGI KÖTELEZETTSÉGI RENDSZER TÜKRÉBEN

Kulcsszavak: energiahatékonyság; innovatív finanszírozás; Energhahatékonysági Kötelezettségi Rendszer

Jelenleg Magyarországon a végső energiamegtakarítás nagyon kis aránya származik lakóépületek korszerűsítéséből, miközben jelentős mértékben felelősek a végső energiafelhasználásért. Az épületek kibocsátásának és energiafogyasztásának csökkentéséhez gazdasági és szabályozási intézkedésekre is szükség van. Amennyiben a jövőben az Európai Unió kötelezi a tagállamokat arra, hogy a végső energiamegtakarításuk bizonyos részét lakóépületek korszerűsítéséből szükséges elérni, akkor szükségszerűvé válik egy üzleti modell és támogatási rendszer kialakítása. Kutatásomban az EKR alapvetéseinek és kapcsolatrendszereinek a bemutatása mellett javaslatot teszek a közüzemi számlán történő beruházási finanszírozás visszafizetésére létrehozott (továbbiakban: on-bill) rendszerek hazai bevezetésére, melyek innovatív pénzügyi kereteket jelenthetnek az energiahatékonysági beruházások támogatására a lakosság körében. E célból a jelen tanulmányban - a szakirodalmi áttekintés mellett- az értékáram-modellt használok a rendszerek megvalósításához szükséges modellek kidolgozásához és javaslatához. Az általános sémát kereskedői és kereskedelmi bank szempontjából SWOT analízisnek vetem alá. A piaci környezet elemzésére PEST elemzést alkalmazok. További gazdasági szempontok szerint is elemzem az egyes szereplői körök szemszögéből a modellt. Az üzleti modellek kidolgozásának célja egy olyan folyamat meghatározása, amely értéket teremt az ügyfelek számára, és nyereséget termel az ügyfélnek nyújtott értékajánlatban részt vevő szervezetek számára egyaránt. Továbbá vizsgálom azt, hogy a rendszer bevezetése milyen hatással lehet az egyes szereplőkre, kifejezetten a közműszolgáltatókra. Az eredményeket tekintve jól látható, hogy az on-bill rendszerek alkalmasak a lakossági energiahatékonysági beruházások szerves részévé válni és illeszkedni abba. Ellenben további hatásvizsgálatok szükségesek, mert főként szabályozási akadályok feloldása szükségesek a bevezetéshez. Jelentős előnyt jelenthet a modell és a finanszírozási rendszer a fogyasztókra nézve a jelenlegi piaci ajánlatokkal szemben. Továbbá a tőkét biztosító pénzügyi intézetek vagy közműszolgáltatók is jelentős előnyökre tehetnek szert, ami pénzügyi és immateriális értelemben is előnyös. Következésképpen az on-bill rendszer hazai alkalmazása a megfelelő szabályozási és pénzügyi háttér részletes kialakításával értéket teremthet a résztvevőknek, miközben klímapolitikai célokat is kiszolgál.

FEKETE DALMA ESZTER

dalmus111@gmail.com

nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 4. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Baranyai Eszter

vezető oktatási és kutatási szakértő, Magyar Nemzeti Bank

ENERGIAHATÉKONYSÁG MINDENK FELETT

Kulcsszavak: ingatlanpiac; energiaválság; fenntarthatóság; energiatanúsítvány

A dolgozat témája az energiatanúsítványok és az orosz-ukrán háború által begyűrűzött energiaválság hatása az ingatlanárakra. A dolgozat kutatási kérdése, hogy befolyásolja-e a magyarországi ingatlanárak értékét az ingatlanok energiatanúsítványa, valamint, hogy van-e erre hatása a 2022-es energiaválságnak. A dolgozat az eddigi szakirodalmi eredményeket alapul véve két hipotézist fogalmaz meg: (H1) az energiatanúsítványoknak szignifikáns pozitív hatása van az ingatlanárakra, valamint, hogy (H2) az energiaválságnak jelentős kereszthatása van az energiatanúsítványra. A kutatáshoz egy magyarországi kereskedelmi bank jelzáloghiteleinek ingatlanadati kerültek felhasználásra, amely a 2022-es évre tartalmaz értébecslési adatokat. A dolgozat módszertana lineáris regressziós becslés, melyben az interakció hatásának vizsgálata a különbségek különbsége módszerrel történt. A dolgozat eredményeként megállapítható, hogy az energiatanúsítványnak egyedi kategóriánként és csoportosítva is jelentős hatása van az ingatlanok becsült piaci értékére, ami az átlagos energiafelhasználású épületekhez képest 5%-os árpriumot jelent a zöld otthonok esetében, valamint 15,3%-os átlagos árcsökkenést az energiapazarló ingatlanok esetében. A válságnak a legrosszabb besorolású ingatlanok esetén lett szignifikáns, 7,36%-os kereszthatása, ami összességében több, mint 1%-os árcsökkenést eredményezett a válság előtti árszínthez képest. Ezek alapján megállapítható, hogy a fenntarthatóság az ingatlanpiac esetében is igen fontos tényezővé vált, amelyre az energiaválság hatása csak még jobban ráerősített, így Magyarország számára érdemes lehet az ingatlanok energetikai korszerűsítésének kérdésével mihamarabb foglalkozni.

KRISZTIÁN FILEP

krisztian.filep@stud.uni-corvinus.hu

Applied Economics

BSc, 6. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Gabriella Szajkó

senior research associate, Regional Centre for Energy Policy Research

THE ECONOMIC VIABILITY OF CARBON-DIOXIDE CAPTURE AND STORAGE IN HUNGARY

Keywords: energy economics; climate economics; sustainability; CCS; carbon price

This paper attempts to determine whether carbon dioxide capture and storage is economically viable in Hungary. To achieve this, costs for each part of the carbon capture and storage (CCS) value chain must be estimated. The paper uses mixed-method research: a combination of a literature review, interviews with relevant experts, and cost analysis to determine the price of CO₂ captured for various industrial and energy generation processes. In the cost analysis an optimistic, a pessimistic, and an average scenario was calculated for each part of the carbon capture and storage process. From the expert interviews, it was determined that CO₂ storage is indeed technically feasible in Hungary, and associated risks can be handled. The results from the cost analysis are on the other hand much more bleak for the technology. Under the 2023 average carbon price, few industries could utilize CCS. There will probably be more possibilities by 2030, but even then, roll-out will be hampered by the associated financial risk. As a result, the technology will probably only be used in hard-to-decarbonize but essential sectors such as cement manufacturing.

ADÉL HADHÁZY

adelhadhazy@gmail.com

Management and Leadership

MSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Dr. Balázs Tibor Felsmann
associate professor, BCE VTI

**REAPPLYING CO-OPETITION IN PRACTICE – THE MISSING OPPORTUNITY OF
COOPERATION AMONG THE SMALLER OBLIGATED PARTIES OF THE
HUNGARIAN ENERGY EFFICIENCY OBLIGATION SCHEME IN 2024**

Keywords: energy; efficiency; obligation; EEOS; co-opetition

The pursuit of energy efficiency in the European Union has been ongoing for nearly two decades, driven by the 20/20/20 targets of 2007 and further clarified in the EU Energy Efficiency 2012/27/EU Directive' Article 7 in 2012. This directive introduced the Energy Efficiency Obligation Scheme (EEOS), requiring member states to achieve end-use energy savings through obligations on energy distributors and retailers. Inspired by EEOS systems in Denmark, France, and Italy, 17 EU member states, including Hungary in 2021, have implemented the scheme.

Hungary's EEOS mandates electricity and natural gas suppliers, distributors, and transport fuel associations to undertake projects delivering verified energy savings. Compliance has been high, with 112% of the obligation fulfilled, exceeding targets. However, smaller obligated parties—those with initial obligations under 1000 GJ—have struggled to meet requirements due to limited expertise and resources. Many resort to paying levies, placing them at a disadvantage compared to larger entities that can implement energy-saving projects more efficiently.

The Hungarian legal framework permits obligated parties to fulfil obligations jointly, such as through collaborative energy efficiency projects. This mechanism could help reduce smaller parties' disadvantages. The research study explores whether the legal framework of EEOS through allowing joint fulfilment of obligation strengthens cooperation among smaller actors. The research question is the following, "Does the legal framework of the Hungarian Energy Efficiency Obligation Scheme, which ensures the joint fulfilment of the energy savings obligation, strengthen cooperation between small, obligated parties in 2024?"

Using Brandenburger's theory of co-opetition—advocating collaboration among competitors for shared benefits—the study employs qualitative methods, including interviews with regulatory bodies, obligated parties, and experts, alongside a literature review. The paper demonstrates that the Hungarian EEOS is an appropriate empirical research topic to answer the existing question of co-opetition theory, whether cooperation between competitors is realised in practice.

Findings reveal that cooperation among smaller obligated parties is limited under the current EEOS framework due to a lack of trust, inadequate knowledge and information sharing, high transaction costs, and market oversupply.

HORVÁTH FANNI

fanniuszas@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Dr. Antal Anita

egyetemi docens, PE GKZ

VÁLSÁGOS VALÓSÁG, VALÓSÁGOS VÁLSÁG? ENERGIAPIACI VÁLTOZÁSOK, FÓKUSZBAN A VILLAMOS ÉS GÁZENERGIÁVAL

Kulcsszavak: energia; áram; gáz; trend; korreláció

Kutatásom a magyar és az Európai Unió energiasektort, különösen a villamosenergia- és gázfogyasztást, valamint az árak változásait vizsgálja hosszú távú statisztikai idősorelemzéssel, és elemzi ezek gazdasági hatásait fogyasztói oldalról. Témám aktualitását az ukrán-országi háborút követő energiaválság adja, amely egész Európát érintette.

Szekunder kutatásom (KSH, Eurostat) során feltárom az energiapiac jelentős szereplőit, az energiaszolgáltatókat, valamint az egyes országok villamosenergia- és gázimport/export mérlegét.

A célom a magyar és EU-s energiasektor változásainak vizsgálata az elmúlt 10 évben, különös tekintettel a villamosenergia és gáz szektor trendjeire, az energiapolitikák jellemzőinek és hatékonyságának összehasonlítására.

Kutatási kérdéseim:

1. Milyen trendek mutathatók ki a lakossági és nem lakossági szektor villamosenergia- és gázfogyasztásában 2012 és 2022 között?
2. Hogyan változott a villamosenergia és gáz ára Magyarországon az elmúlt 10 évben, és kimutatható-e statisztikai összefüggés az árváltozás és annak okai között?
3. Milyen kapcsolat van a hazai és nemzetközi energiaárak között az elmúlt 10 évben?
4. Milyen előrejelzések adhatók a villamosenergia- és gázárak következő 5/10 évre történő alakulására?
5. Hogyan alakult az energiasektor szereplőinek gazdasági helyzete az elmúlt 10 évben?

Empirikus kutatásom az alkalmazott kutatáson belül értékelő jellegű, kvantitatív adatokra támaszkodik, és ötvözi a feltáró, leíró, magyarázó és korrelációs kutatási elemeket. A primer kutatás során elemzem Magyarország és EU-s országok villamosenergia- és gázfogyasztásának hosszú távú trendjeit és az árak változását statisztikai módszerekkel (regresszió, trend- és korrelációs vizsgálatok).

Kutatásom eredményei pontos képet adnak az elmúlt 10 év trendjeiről, változásairól és összefüggéseiről a magyar és EU-s energiasektornál, valamint előrejelzést készítenek a villamosenergia és gáz árának várható alakulásáról. Munkámmal a témában elérhető tudományos és empirikus ismereteket kívánom bővíteni.

KRIVANICS ATTILA
attilakrivanics1@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 7. félév

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Czine Péter
adjunktus, DE GTK

ENERGIAHELYZET EURÓPÁBAN – RÖVID- ÉS HOSSZÚ TÁVÚ MEGOLDÁSOK

Kulcsszavak: energetika; energiapolitika; energiagazdaság; környezetvédelem; fenntarthatóság

A világtörténelem során megfogalmazódó legfontosabb politikai- és gazdasági kérdések középpontjában gyakran az energetika állt, ami manapság sincs másképp. Tekintettel arra, hogy a kedvező energiahelyzet elengedhetetlen a fejlődéshez, a hatalmak ezt kénytelenek elérni, akár háború, kereskedelmi megállapodás, vagy forrásaik kiaknázása révén.

Kutatásom általános célkitűzése az európai energiahelyzet átfogó vizsgálata különböző megközelítések szerint. Specifikus céljaim közé tartozik (1) feltérképezni a lehetséges megoldási opciókat a súlyos és releváns energetikai problémákra, valamint (2) megvizsgálni, hogy az energiaforrásokkal kapcsolatos fogyasztói preferenciákban lévő heterogenitásból szignifikáns rész magyarázható-e meg a fogyasztók életkorával és iskolai végzettségével. A specifikus célok esetében kiemelt hangsúlyt fordítok a rövid- és hosszú távú lehetőségek elkülönítésére, ugyanis az átalakulás egy hosszas folyamat, amit a jelenkori környezetünk befolyásol.

A célok vizsgálata érdekében mind szekunder, mind pedig primer kutatást végeztem. Utóbbi esetében egy online kérdőíves felmérést hajtottam végre, ahol a résztvevők (n=156) energiahordozókkal kapcsolatos általános ismereteit és preferenciáit, a környezetvédelemmel kapcsolatos attitűdjeiket és szociodemográfiai jellemzőiket mértem fel. Az adatok elemzéséhez leíró statisztikán túl hipotézisvizsgálatokat is végeztem, Pearson-féle Khi-próba alkalmazásán keresztül.

Az eredmények alapján megállapítható, hogy nincs szignifikáns összefüggés a kitöltők iskolázottsága és az általuk preferált energiaforrások között. Ezzel szemben az életkor esetében már mutatható ki szignifikáns összefüggés az energiaforrások megítélését illetően. Továbbá az eredményeket vizsgálva tisztázódott, hogy a válaszadók elképzelései a jövőre nézve számottevően eltérnek a jelenlegi energiahelyzettől.

Kutatásom következtetései alapján elmondható, hogy a fejlődés szükségessége megkérdőjelezhetetlen. Ez a hosszas és bonyolult folyamat viszont sokszor kereskedelmi-, politikai- és technológiai akadályokba ütközhet, ezért fontos a rövid távú ország-, akár helyspecifikus fenntarthatóság megoldása is.

NAGY LEVENTE ROBIN

nagyleventerobin@gmail.com

Energetikai mérnök

BSc, 5. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gépészmérnöki Kar

Témavezetők:

Biró Bence

PhD hallgató, BME TTK

Prof. Dr. Aszódi Attila

egyetemi tanár, BME TTK

A MAGYAR HIDROGÉNIPAR MODELLEZÉSE NAGY FELBONTÁSÚ VILLAMOSENERGIA-PIACI SZOFTVER SEGÍTSÉGÉVEL

Kulcsszavak: hidrogén; elektrolizáló; villamosenergia-piaci szimuláció

A különböző iparágak a klímaváltozás elleni küzdelem mentén szén-dioxid-mentessége kell tegyék a folyamataikat. Több iparágban (közlekedés, fűtés—hűtés) ez elektrifikációval megoldható, azonban számos olyan iparág van (cementgyártás, ammóniagyártás, acélgyártás), ahol csak a hidrogén tudja kiváltani a fosszilis energiahordozókat. Ezen célok következtében fontos vizsgálni, hogy a jövőbeli hidrogén igényeket milyen módon tudja a magyar energiarendszer kielégíteni. Ezen kutatás keretein belül a magyarországi villamosenergia- és gázhálózatokra összpontosító modellezést végzek el, különös tekintettel a hidrogén iránti keresletre, a termelésre és annak gazdasági következményeire.

Munkám során feltérképezem Magyarország jövőbeli hidrogénigényét, megépítem az Energy Exemplar PLEXOS elnevezésű szoftverében Magyarország és a szomszédos országok villamosenergia- és gázrendszerét. A modell alapján megvizsgálom a hidrogén előállításának módszereit több fajta elektrolizáló berendezés és különböző energiaforrások mentén. A szállítás kulcsfontosságú szerepet játszik a hidrogénellátási láncban, ezért megvizsgálom, hogy a hidrogénnek a végfelhasználókhöz való szállítása milyen költséghatékony módon lehetséges. A szimulációs adatok elemzésével tanulmányom átfogó áttekintést nyújt Magyarország helyzetéről a hidrogénpiacon, valamint hozzájárulhat a megalapozott döntéshozatalhoz az energiastratégiai célkitűzések és a hidrogén infrastruktúra fejlesztése terén.

MÓNKA PAPP-RICHTER

richtermonii@gmail.com

Regional and Environmental Economic Studies

MSc, 4. semester

Budapest University of Technology and

Economics

Faculty of Economic and Social Sciences

Supervisor:

Attila Buzási PhD

head of department, associate professor, BME GTK

ENERGY-RELATED VULNERABILITY ASSESSMENT OF HUNGARY

Keywords: energy; vulnerability; Hungary

Climate change casts its influence across all spheres of life, thereby impacting the energy sector significantly. The consequences in the energy sector become apparent as changing weather patterns and environmental pressures demand a fundamental reassessment of traditional energy systems. Both Hungarian regions and their residents find themselves vulnerable to these shifts – either directly or indirectly –, especially concerning the national, EU-level, or global imperatives for adaptive measures and initiatives.

This study aims to perform a quantitative vulnerability analysis on Hungary's administrative units in response to climate-induced changes in the energy sector. The assessment involves the creation of a model that incorporates key indicators related to vulnerability, as defined by the IPCC, specifically sensitivity and adaptive capacity. The analysis adopts an indicator-based approach, dividing the assessment into a social dimension and a specifically energy-related evaluation, using various databases to be able to assess regional patterns.

Despite the common assumption linking social characteristics to energy consumption and consumer behavior, the assessment reveals notable disparities between social and energy-related vulnerability. While confirming preliminary expectations that Budapest and its surrounding areas exhibit the lowest overall vulnerability, the study underscores significant difference between the two highlighted dimensions in its case, as well.

SZEPESSY LÁSZLÓ

szelaci23@gmail.com

Menedzsment

BA, 5. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

Témavezető:
Dr. Szász Levente
rektor, RO BBTE

A SZOLGÁLTATÁSODÁS FOLYAMATA A MEGÚJULÓ ENERGIAFORRÁSOKAT FORGALMAZÓ VÁLLALATOKNÁL

Kulcsszavak: szolgáltatásosodás; megújuló energiaforrások; fenntarthatóság; digitalizáció; innováció

Jelen tanulmány célja a szolgáltatásosodási folyamat vizsgálata a megújuló energiaforrásokat, különösen a napenergiát forgalmazó cégek körében. A tanulmány kitér arra, hogy ebben a dinamikusan fejlődő versenykörnyezetben milyen szerepet játszanak a szolgáltatásosodási stratégiák a vállalatok és fogyasztók számára nyújtott új hozzáadott értékek tekintetében, valamint hogy mely nemzetközi legjobb gyakorlatok alkalmazhatók Romániában, illetve, hogy ezek hogyan fejleszthetők a jövőben. A kutatás rámutat a szolgáltatásosodásból eredő potenciális többletprofitra a vállalatok számára, kiemelve a fenntarthatóság, a digitalizáció és az innováció növekvő jelentőségét a megújuló energiaforrások piacán. A kutatás módszertana vállalati mélyinterjúkra épülő vállalati esettanulmányokat és statisztikai elemzéseket is magába foglal, melyek mind az iparági trendekbe, mind pedig a romániai vállalatok helyzetébe betekintést tudnak nyújtani. A tanulmány jelentősége abban rejlik, hogy kiemeli a szolgáltatásosodási folyamatok a megújuló energiaforrások piacára gyakorolt hatásait, valamint elősegíti a szektor fenntartható fejlődését. Az eredmények gyakorlati relevanciája abban nyilvánul meg, hogy támpontot nyújt a hazai vállalatok számára a szolgáltatásosodási stratégiák hatékony alkalmazásához és elősegíti a fogyasztói igények mélyebb megértését. Társadalmi vonatkozásban a tanulmány hozzájárul a zöld energia iránti tudatosság növekedéséhez és előmozdítja a fenntartható fejlődési célok elérését.

TÖRÖK VINCE

vince.torok@stud.uni-corvinus.hu

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Széchy Anna Zsófia
egyetemi docens, BCE GTK

A V4 ORSZÁGOK MEGÚJULÓ ELEKTROMOS ÁRAM TÁMOGATÁSI RENDSZEREINEK ÖSSZEHAISONLÍTÁSA ÉS POTENCIÁLIS EGYÜTTMŰKÖDÉSEK FELTÉRKÉPEZÉSE

Kulcsszavak: klímapolitika; fenntarthatóság; megújuló energia; V4

Az alábbi dolgozat a V4 országok megújuló villamosenergia támogatási rendszereiről, azok összehasonlításáról, illetve potenciális együttműködések feltérképezéséről szól. A dolgozat során részletesen bemutatásra kerül a magyar, lengyel, cseh és szlovák támogatási rendszer. Az iparági szereplőkkel készített félig strukturált interjúk elemzése egy SWOT elemzéshez vezetett, amiben a dolgozat főbb találatai vannak kiemelve, ami a potenciális együttműködésekkel érinti. Ebből az látszódik, hogy jelentős különbség van az ebben országokban található támogatási rendszerek között, ami a különböző természeti adottságoknak, a korábbi támogatási rendszereknek köszönhető, illetve a politikai és gazdasági célkitűzésektől. A készített kutatás alapján kijelenthető, hogy a szorosabb együttműködés a V4 országok között a megújuló villamosenergia piacán nem várható, ami legfőképpen az egyes országok belpolitikai helyzetének köszönhető, ami jelenleg a nemzetközi együttműködések helyett a nacionalista gazdaságpolitikát részesíti előnyben.

Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Fenntartható fogyasztás

Elnök:	Prof. Dr. Sente Viktória	MATE
Társelnök:	Dr. Szabó Mariann	BME
Tag:	Dr. Lőrincz Katalin	PE
Tag:	Dr. Majláth Melinda	BGE
Titkár:	Jurák Eszter Réka	ME

BORI GERGELY MÁTÉ

gergo.bori@outlook.com

Gazdálkodási és menedzsment alapképzési szak

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Ásványi Katalin

egyetemi docens, BCE GTK

A CSR ELEMEEK HOZZÁADOTT ÉRTÉKE A VÁLLALATI KOMMUNIKÁCIÓBAN FOGYASZTÓI SZEMSZÖGBŐL

Kulcsszavak: CSR; kommunikáció; fenntartható kommunikáció

A jelenlegi gazdasági-társadalmi helyzet egyre inkább megkívánja a vállalatoktól, hogy működésüket társadalmilag felelős módon folytassák, és első sorban saját érdekükben erről megfelelő kommunikációt folytassanak. A kutatás a vállalatok CSR kommunikációját vizsgálja abból a szempontból, hogy mit és hogyan érdemes kommunikálni a fogyasztók felé annak érdekében, hogy az üzenet megfelelő módon elérje a célközönséget, és ezáltal a vállalat hitelességét növelje. A szakirodalomban a CSR kommunikáció vállalati stratégiában betöltött szerepe és a különböző kommunikációs csatornák ismertetését mutatom be. A dolgozat egy esettanulmány keretein belül dolgozza fel a primer-és szekunder adatokat és célja, hogy felfedje, hogy milyen hozzáadott értéket tudnak képviselni a vállalati kommunikációban megjelenő és beleépített CSR elemek a fogyasztók számára. Szekunder kutatás során Magyar Telekom reklámokban azonosítottam az SDG célokat, melyekre a primer kutatás fogyasztói mélyinterjúit és szakértői interjút építettem. A dolgozat újdonság értékét az adja, hogy egy adott vállalat esetében vizsgálom a CSR kommunikáció vállalati stratégiában betöltött szerepét, és azt, hogy milyen módszerek mentén lehet a CSR tevékenységeket úgy kommunikálni, hogy az legitimitást adjon a vállalat számára. Az eredmények azt mutatják, hogy a fogyasztói legitimitás elnyerése az elméletben és a gyakorlatban nem mindig működik azonos módon, és a CSR kommunikációban a fogyasztók szubjektív érzékelésének megfelelő felmérése kulcsfontosságú a vállalatok számára.

BUJÁKY ESZTER

eszter0123@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Csutora Mária

egyetemi tanár, BCE GTK

A KÖZÖSSÉGI KERTEK MAGATARTÁSFORMÁLÓ HATÁSÁNAK VIZSGÁLATA A FENNTARTHATÓ ÉLELMISZERFOGYASZTÁSI SZOKÁSOK KIALAKÍTÁSÁBAN

Kulcsszavak: közösségi kert; élelmiszerfogyasztás; fenntarthatóság; fogyasztói magatartás

Az egyre növekvő urbanizációval és a városi életmód térnyerésével társadalmunk nagy része folyamatosan távolodik a hagyományos élelmiszertermeléstől. Ez különösen igaz a fejlett országokra, ahol az így kialakult fenntarthatatlan élelmiszerfogyasztási szokások hatalmas környezeti terhelést jelentenek. A közösségi kertek lehetőséget biztosítanak a városi lakosság számára, hogy résztvegyen az élelmiszertermelésben. A részvétel által passzív fogyasztókból ismét aktív részesei lehetnek az élelmiszerrendszereknek, ami a fogyasztói magatartást és szokásokat befolyásolja.

Dolgozatomban a közösségi kert részvétel magatartásformáló hatását vizsgálom a fenntartható élelmiszerfogyasztási szokások kialakításában. Kutatásommal feltárom, hogy a közösségi kert tagság Magyarországon milyen fenntartható élelmiszerfogyasztási szokások kialakításában segít, valamint hogy a magatartásváltozás és a demográfiai tényezők között milyen kapcsolat van. Továbbá megvizsgálom az egyes élelmiszerfogyasztási szokások változásában fennálló belső összefüggéseket. Kutatási kérdésem megválaszolásához kvantitatív kérdőíves módszertant használtam, melyben a magyarországi közösségi kertekkel kapcsolatos élelmiszerfogyasztási szokásokat és egyéb tapasztalatokat mértem fel.

Kutatásom alapján a közösségi kertben való részvétel ösztönzi a fenntartható élelmiszerfogyasztási szokások kialakítását. A kertben való tevékenység szemléletformáló hatásának köszönhetően a tagok élelmiszerfogyasztási szokásai fenntarthatóbb irányba változnak. A szokások változásában fennálló belső kapcsolatok alapján négy magatartástípust azonosítottam. A közösségi kert tagok továbbá az élelmiszerfogyasztáson túlmutatva az átlagnál nagyobb mértékben követnek egyéb fenntartható szokásokat is.

KOVÁCS KLAUDIA

kovacsklaudia0504@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Putzer Petra

adjunktus, PTE KTK

Z(ERO WASTE) GENERÁCIÓ ÉS A CSOMAGOLÁSMENTES ÜZLETEK - MAGYAR ÉS NÉMET ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉS

Kulcsszavak: Z generáció; csomagolásmentes üzletek; csomagolásmentes vásárlás; vásárlói magatartás; hulladékmentes életmód

Az Eurostat legfrissebb adatai szerint Európában évente 2,2 milliárd tonna hulladék keletkezik. (Európai Parlament, 2023) Az Európai Unió ezért korszerűsíti a hulladékkezelésre vonatkozó szabályozásokat, ösztönözve a lineáris gazdaságról a körforgásos gazdaságra való átállást, amely a hulladéktermelés minimalizálására és az újrahasznosítás elősegítésére összpontosít.

A fenntartható fogyasztás egyik ígéretes formája a csomagolásmentes vásárlás, amely évente akár fejenként 200 kg hulladék csökkentésére is képes. (Minárová et al., 2021) Ez a vásárlási forma különösen a Z generáció körében lehet releváns, amelyet gyakran a legkörnyezettudatosabb generációnak tartanak. Ugyanakkor kérdés, hogy ezek az értékek mennyire érvényesülnek vásárlási döntéseikben.

Kutatásom célja a magyar és német Z generáció fiataljainak fogyasztói magatartásának és attitűdjének vizsgálata volt a csomagolásmentes üzletekkel kapcsolatban, valamint a fenntarthatóságról és hulladékmentes életmódról való gondolkodásuk jobb megértése. A két ország fiataljainak összehasonlításával arra kerestem a választ, hogy:

- Hogyan viszonyulnak a Z generációs fogyasztók a csomagolásmentes boltokhoz?
- Milyen hasonlóságok és különbségek figyelhetők meg a magyar és német fiatalok körében a fenntarthatóság és a hulladékmentes életmód terén?

Ezen túlmenően feltérképeztem azokat a kihívásokat, amelyek akadályozhatják a vásárlási szokások változását.

Az eredmények alapján megállapítottam, hogy a környezettudatos gondolkodás nem feltétlenül eredményezi a környezettudatos vásárlói döntéseket. A vásárlási szokások megváltoztatását akadályozó tényezők közé tartozik az idő- és energiahány, a magasabb árak, valamint az információk és tapasztalatok hiánya. A magyar fiatalok körében kevésbé jellemző a környezettudatos vásárlói magatartás, míg a német fiatalok esetében nagyobb érdeklődést tapasztaltam a csomagolásmentes üzletek iránt, amit a helyi társadalmi és politikai környezet is támogat.

Kutatásom eredményei, valamint az általam javasolt intézkedések hasznosak lehetnek mind új csomagolásmentes üzletek megnyitását tervezők, mind pedig a már működő üzletek számára. A kutatásomban említett intézkedések végrehajtása elősegítheti a fiatal generációk környezettudatos vásárlói szokásainak erősítését, és hozzájárulhatnak a fenntarthatóbb fogyasztási modell megvalósításához. Az eredmények további reprezentatív kutatások alapját képezhetik.

MAJCZÁN LILI

lili.majczan@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

MIKLÓS PETRA

miklospetra1206@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Koltai Judit Petra
egyetemi docens, SZE KGK

Dr. Vinkóczy Tamás
egyetemi docens, SZE KGK

**OKOSTELEFON VÁSÁRLÁS: A TUDATOS FOGYASZTÁS ÉS GENERÁCIÓS
SZEMPONTOK KERESZTEZŐDÉSE**

Kulcsszavak: fenntartható; tudatos; generáció; felhasználás

TDK dolgozatunk témaként a tudatos és fenntartható okostelefon vásárlást választottuk, amelyet a felhasználók mindennapokban gyakorolt tudatossága és az okos készülékek környezetre gyakorolt hatása köré építettünk fel. Témaválasztásunk indokaként a kérdéskör aktualitása és jelentősége szolgált, hiszen mind a társadalmunkat körülvevő okos technológiai eszközök, mind a szakirodalomban kiemelt jelentőségű környezetvédelmi aktualitások fontos szerepet kapnak modern világunkban. Alapfeltevéseinket figyelembe véve, dolgozatunkban fontosnak tartottuk a két témakör együttes vizsgálatát, valamint egymásra gyakorolt hatásainak ismertetését. Szekunder irodalom kutatásunk során figyelmet fektettünk az okostelefonok környezetre gyakorolt közvetlen és közvetett hatásaira. Dolgozatunkban, az általunk készített kérdőív eredményeit leíró elemzés, valamint főkomponensanalízis segítségével tártuk fel, illetve elemeztük az okostelefon felhasználók tudatos telefon vásárlási szokásait, a fenntarthatóság jegyében. A fogyasztói magatartás elemzését fenntarthatósággal összefüggő változóinkból képzett klaszterek kialakításával egészítettük ki annak érdekében, hogy összefüggéseket mutassunk ki az általunk vizsgált két terület között. Főkomponens elemzésünk eredményei alapján az idősebb korosztály (Baby Boom, X, Y generáció) számára a technológiai újdonságok, illetve a hűségidő lejártá a legfontosabb új okostelefonok vásárlása esetén, miközben a fiatalabbaknál (Z és Alfa generáció) a technológiai újdonságok mellett a társadalmi trendek követése kap fontos szerepet. A klaszterelemzés is alátámasztotta a korcsoportok különbözőségét, mivel arra engedett következtetni, hogy a fiatalok tudatosabban gondolkodnak fenntarthatósági szempontból. Elemzésünk végére tehát egy olyan átfogó, és magyarázó képet kaptunk, amely magyarázatot adhat mind a technológiában fellépő generációs eltérésekre, mind pedig a fogyasztók fenntartható vásárlási szokásainak a különbségeire.

MOLNÁR HAJNALKA

h@easyit.hu

Vállalati gazdaságtan és menedzsment

BA, 5. félév

Selye János Egyetem

Témavezető:

Mgr. Zsigmond Tibor, PhD.

adjunktus, SK SJE

A FENNTARTHATÓSÁG SZEREPE A MODERN FOGYASZTÓI TÁRSADALOMBAN

Kulcsszavak: fenntarthatóság; fogyasztás; generáció; hulladék; élelmiszerpazarlás

Kutatásunk a fogyasztás és fenntarthatóság kapcsolódási pontjait vizsgálja. Vizsgálódásunk során primer és szekunder kutatási módszereket is alkalmaztunk. Kutatásunk részeként elemeztük Magyarország legújabb és legnagyobb hulladékgazdálkodó vállalatát a MOL Hulladékgazdálkodási Zrt.-t is, amelynek újításait, legújabb szabályozásait a dolgozat során is figyelemmel kísértük. A primer kutatás elvégzése előtt három hipotézist fogalmaztunk meg. Dolgozatunkban megvizsgáltuk a függő és független változók közötti kapcsolatot. Alkalmaztunk Pearson-féle Khi-négyzet próbát, valamint egyéb statisztikai módszereket is. A kvalitatív kutatási módszerek közül a terepmunkát választottuk, amelynek keretében azokat az üzletláncokat kerestük fel, amelyek népszerűek a fogyasztók körében. Célunk az volt, hogy első kézből informálódjunk a fenntartható vásárlás lehetőségeiről. A kutatásunk generációkra épül, amivel célunk feltárni a különböző korcsoportok közötti különbségeket és egyezőségeket. Az X, Y és Z generációkat vizsgáltuk meg tüzetesebben. A primer kutatás során egy 21 kérdéses kérdőívet készítettünk, amelynek kitöltésére 2023. október 1. és 2024. január 31. között volt lehetőség. Ezen időszak alatt 1158 fő válaszolta meg kérdéseinket (ebből 44 választ zártunk ki az alacsony elemszám miatt, amely a teljes baby-boom generációt érintette). Négy fő csoportot vizsgáltunk: az ár, a minőség, a csomagolás és a származási hely. Az eredmények szerint az ár fontossága a generációk előrehaladtával csökken, míg a minőség mindhárom generáció számára fontos. A környezetbarát csomagolás az X generáció számára a legfontosabb. A fogyasztók a papírcsomagolást és saját tárolóikat részesítik előnyben, míg az eldobható nejlon zacskók visszaszorulóban vannak. Élelmiszerpazarlás terén a legtöbben 0-1 kg közötti mennyiségben dobnak ki élelmiszert, amelynek oka, hogy az élelmiszerek tárolás közben megromlottak.

Hipotéziseink:

H1: Minél idősebb egy generáció, annál kisebb az élelmiszerpazarlás mértéke.

H2: Minél fiatalabb egy generáció, annál kevésbé befolyásolják a fogyasztói döntéseit a hagyományos reklámok.

H3: Az egyes generációk között különbség figyelhető meg a végzettség és a környezetbarát csomagolás befolyásoló hatásának kapcsolatában. A kutatásunk során állított hipotézisek közül az első kettőt elfogadtuk, míg a harmadikat elvetettük.

A kutatásunk kimutatta, hogy a fogyasztók egyre inkább figyelembe veszik a fenntarthatósági szempontokat és nyitottabbak a fenntartható vásárlás iránt.

NAGY BETTINA

n.bettina1000@gmail.com

turizmus-vendéglátás

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:

Dr. Fekete-Frojimovics Zsófia

tanszékvezető, egyetemi docens PhD, BGE KVIK Vendéglátás Tanszék

Dr. Magyar Norbert

egyetemi docens PhD, BGE KVIK Üzleti Elemzés Módszertan Tanszék

LEHET FENNTARTHATÓ EGY FORRÓCSOKOLÁDÉ? A FENNTARTHATÓSÁG KIHÍVÁSAI ÉS LEHETŐSÉGEI A FOGYASZTÓK SZEMSZÖGÉBŐL

Kulcsszavak: szemkamera; címke; védjegy; tanúsítványok; környezetbarát termék-minősítés

A kutatásom célkitűzése, hogy megvizsgáljam és értelmezzem a fenntarthatóság fogalmát az élelmiszerkereskedelemben, különös tekintettel a forrócsokoládéra. A kutatás során felmérem a fogyasztók fenntarthatósággal kapcsolatos ismereteit, és ezzel segítem a vállalatokat abban, hogy jobban odafigyeljenek a vásárlók tájékoztatására. A célom az, hogy a termékek fenntarthatósági jelöléseinek kiemelésével nagyobb hangsúlyt fektessenek a vásárlók edukációjára, ezáltal tudatosabb döntéseket ösztönözve.

A célkitűzésem az alábbi kérdésekkel kívánom elérni:

1. Ismerik a vásárlók / fogyasztók a különböző fenntarthatósági jelöléseket?
2. Hogyan lehetne ösztönözni a fogyasztókat, hogy fenntartható gazdálkodásból származó termékeket fogyasszanak és vásároljanak?
3. Miket tapasztalnak a vendéglátó egységek a fenntarthatósági jelöléses forró csokoládékkal kapcsolatban?

A kutatásom során a szakirodalmi áttekintésben kitérek a fenntarthatóság fogalmára, a különböző fenntarthatósági jelölésekre, többek között a Fair Trade és Rainforest Alliance jelölésekre, a védjegy fogalmára és a különböző szabályozásokra. A kutatásom célkitűzését kérdőíves és szemkamerás vizsgálattal valósítottam meg. Két kérdőívet készítettem, egyet a fogyasztók töltöttek ki, míg a másikat vendéglátóhelyek. A szemkamerás mérés körülbelül 15 percet vett igénybe és a mérést követően egy rövid kérdőívet kellett kitölteniük a résztvevőknek. Az adatokat SPSS és Excel programok segítségével elemeztem.

A kutatásom eredménye, hogy a fogyasztókat többnyire nem befolyásolja, hogy forró csokoládé vásárláskor fenntarthatóbb terméket vásároljanak, azonban a fogyasztók nagy része úgy gondolja, hogy nem kapnak megfelelő tájékoztatást a különböző fenntarthatósági jelölésekkel kapcsolatban. A vendéglátóhelyek tekintetében is megfigyelhető, hogy nem igazán fontos, hogy a termék vagy a forrócsokoládé fenntartható forrásból származzon, valamint némely vendéglátóhely úgy gondolja, hogy nincs egyensúlyban az ár-érték aránya a fenntartható forrócsokoládénak a saját maguk által készített forrócsokoládéval szemben.

PINTÉR RÉKA

reci.pinter@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 5. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Czine Péter

adjunktus, DE GTK

Dr. Kiss Marietta

egyetemi docens, DE GTK

FAST FASHION TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI PREFERENCIÁK VIZSGÁLATA A KÖRNYEZETTUDATOSSÁG TÜKRÉBEN

Kulcsszavak: gyors divat; fogyasztói preferenciák; környezettudatosság

A globalizáció térnyerésével és a fogyasztói társadalom elmélyülésével a gyors divat (fast fashion) az évek során egyre népszerűbbé vált. Térhódítását többek között a fast fashion márkák üzleteinek egyre növekvő száma, valamint a fogyasztók divat iránti rajongása indokolja. Második legszennyezőbb iparágként azonban fontos szem előtt tartanunk a textilipar környezetre gyakorolt káros hatásait, számolni a lehetséges következményekkel és tenni is ellenük.

Kutatásom célja a fogyasztói preferenciák vizsgálata a fast fashion iparágban, illetve a környezettudatos attitűd befolyásoló hatásának elemzése. Specifikus céljaim közé tartozik a fogyasztói preferenciák és a fogyasztói magatartás általános vizsgálata a fast fashion termékekkel kapcsolatosan; kideríteni, van-e jelentős hatása a környezettudatosságnak a fogyasztói preferenciákra; és különböző megközelítésekkel modellezni a fogyasztói döntéshozatalt a fast fashion termékek kontextusában.

A célok elérése érdekében egy pilot felméréssel megalapozott online kérdőíves megkérdezést végeztem 285 fő bevonásával, ahol az általános fogyasztói magatartás és a környezettudatossággal kapcsolatos attitűdök vizsgálatán túl egy kiegyensúlyozott kísérleti elrendezésre alapozott best-worst scaling (BWS) kísérletet hajtottam végre a megkérdezettekkel. Az elemzés során a BWS módszer számolós és modellezős (ezen belül a maximális differencia, a marginális, és a marginális szekvenciális) megközelítését is alkalmaztam.

Eredményeim a gyakori, személyes vásárlást, valamint a fast fashion termékek és üzletek népszerűségét tükrözik. Megállapítható továbbá, hogy a környezettudatosság hatása nem egyértelmű a fogyasztói preferenciákra nézve. Habár a számolós BWS megközelítés esetén láthattunk jeleket arra, hogy a környezettudatosság magasabb szintjével rendelkező fogyasztói csoport számára fontosabb a ruha kihasználhatósága, a csoportspecifikus modellezések azt mutatták, hogy a kényelem minden szegmens (és modellezési megközelítés) esetén szignifikánsan fontosabb annál, valamint a többi befolyásoló tényező sem mutatott eltérést a környezettudatosság szintje szerint. Ebből arra következtethetünk, hogy a fogyasztói preferenciákban lévő heterogenitásból sem a környezettudatosság, sem pedig döntéshozatal módja nem képes szignifikáns részt magyarázni.

SÜLE ANNA ADRIENN
anna960709@gmail.com
gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév

Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
László Veronika
PhD hallgató, PE GTK*

ABOUTYOU, SHEIN VAGY ZARA? FOGYASZTÓK ÖLTÖZKÖDÉSI SZOKÁSAINAK VIZSGÁLATA A FENNTARTHATÓSÁG JEGYÉBEN

Kulcsszavak: generációk; öltözködési szokások; fenntarthatóság; fast fashion

Napjainkban egyre nagyobb teret nyer a fenntarthatóság és annak fontossága. A fogyasztók igyekeznek minél környezettudatosabban cselekedni, mely részben annak köszönhető, hogy a Föld lakosságának egyre több kihívással kell szembenéznie. A vállalatoknak szintén kulcsszerepe van a fenntarthatóság elérésében, azonban esetükben többnyire cselekedetek nélkül, kommunikációs szinten marad meg a változás gondolata (greenwashing). Különösen fontos lenne a ruhaipar területén jelen lévő vállalatoknak elmozdulni a fenntarthatóság irányába, mert rendkívüli módon szennyezik környezetünket tevékenységeik során.

Dolgozatomat a ruhaipar területén valósítottam meg. Céljaim között szerepelt a különböző generációk vásárlási szokásainak megismerése, ezen belül is a vásárlás gyakoriságára és helyére voltam kíváncsi. Továbbá felmértem, hogy a fenntarthatóság vagy a márka fontosabb szempont a korosztályoknak vásárlásaik alkalmával. Kutatási célom azonban nem merült ki abban, hogy megismerjem a fogyasztók vásárlási szokásait, hanem azt is megvizsgáltam, hogy mennyire vannak tisztában a fast fashion irányzattal, illetve a ruhaipar káros hatásaival. Arra kerestem a választ, hogy az emberek vajon tisztában vannak-e azzal, hogy az a ruha, amit megvesznek Magyarországon, mégis milyen utat járt be a boltba kerülése előtt.

Az adatok felvétele online kérdőív segítségével történt. A kapott válaszokat Excel program segítségével dolgoztam fel, keresztábrák és leíró statisztikai elemzéseket végeztem el. A 210 fős mintában többségben voltak a Z generáció tagjai. Az eredmények azt mutatják, hogy a megkérdezettek általában igyekeznek megtervezni vásárlásaikat, azonban sokszor előfordul, hogy egy akció hatására megvásárolnak olyan terméket, amire valójában nincsen szükségük. Ezenkívül az online platformok növekvő népszerűségének ellenére még mindig a személyes vásárlást részesíti előnyben a megkérdezettek többsége. A tudásfelmérésre irányuló rész válaszait elemezve arra a következtetésre jutottam, hogy a generációk többségében úgy gondolják, hogy pontosan ismerik a ruhaipar káros hatásait, azonban válaszaik nem teljesen ezt a képet mutatják.

SZABÓ MARCELL

szabomarcell02@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Mezőné Dr. Oravecz Titanilla Éva

adjunktus, BGE KKK

A FENNTARTHATÓ FOGYASZTÁST PROMÓTÁLÓ VÁLLALATOK HELYZETE MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: fenntartható fogyasztás; szükséges fogyasztás; körforgásos gazdaság; felelős fogyasztás

Napjainkban a fenntarthatóság központi kérdéssé vált mind szabályozói, vállalati és egyéni szinten. Az általános gondolkodás szerint a fenntarthatóságot a termelés optimalizálásával, az ott bekövetkező kibocsátás csökkentésével kell elérnünk, azonban ez egyre kevésbé tűnik elegendőnek. A fogyasztás csökkentésére mostanáig egyéni fogyasztói döntésként tekintettek a cégek, az erre való ösztönzés nem tűnt racionális döntésnek gazdaságilag. Az utóbbi időben azonban egyre több olyan vállalat alapult, amik működési céljuknak tekintik a túlfogyasztás csökkentését és csak a szükséges mennyiség értékesítését. Elsőre ellentmondásosan hangozhat, hogy a kapitalista és fogyasztásalapú világban hogyan működhet egy forprofit vállalat csak a szükséges eladásra építve, azonban az elmúlt években több kutatás is foglalkozni kezdett a modellel és az ott bemutatott példákból láthatjuk, hogyan néznek ki a valóságban.

Kutatásom során az alábbi kérdésekre kerestem a választ:

1. Milyen feltételeknek kell megfelelnie egy vállalatnak, hogy valóban a szükséges fogyasztást promótálja?
2. Milyen marketing módszerek alkalmazhatóak a fogyasztók vásárlási döntéseinek tudatosítására?
3. Milyen fogyasztói magatartásbeli trendek figyelhetők meg Magyarországon, különösképpen a fenntartható fogyasztással kapcsolatban?
4. Megtalálhatóak-e Magyarországon szükségességre építő vállalkozások?
5. Milyen piaci lehetőségei vannak a szükséges fogyasztást előmozdító vállalkozásoknak Magyarországon?

Munkám során végeztem primer és szekunder kutatást is. A vállalati modell meghatározásához szisztematikus szakirodalom elemzést készítettem, amelynek végén 20 szakirodalomból álló minta alapján készítettem el a definíciót. Vizsgáltam emellett a túlfogyasztás mértékét, a fogyasztói magatartást és a lehetséges marketingeszközöket. Primer kvantitatív kutatásként online kérdőívet készítettem (n=116), melyet statisztikailag elemeztem. Kvalitatív felmérésként két fókuszcsoportos interjút készítettem az egyetem hallgatóinak részvételével és egy mélyinterjút a zöld marketing területéről. A gyakorlati példa bemutatására egy magyar fenntartható fogyasztást promótáló vállalat kommunikációját elemeztem.

A kutatás eredményeképp kiderült, hogy a magyar fogyasztók pozitívan állnak a fenntarthatósághoz, azonban csak olyan termék tulajdonságokért hajlandóak többet fizetni, ami gyakorlati hasznot is jelent számukra. Meglepően sok fenntartható fogyasztásra építő vállalkozás van Magyarországon és a jövőbeli kilátásaik is pozitívnak tűnnek.

TÓBIS ANITA ORSOLYA

anita.tobis@gmail.com

MBA

MSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bartha Zoltán

egyetemi docens, ME GTK

A FOGYASZTÓI TUDÁS EREJE A FENNTARTHATÓ CÉLOK MEGVALÓSÍTÁSÁBAN

Kulcsszavak: fenntarthatóság; fogyasztói magatartás; fogyasztói tudás; fizetési hajlandóság

Kutatásomban a fenntarthatóságot ötvözőm a fogyasztói magatartással: arra keresem a választ, hogy a fenntarthatósággal kapcsolatos tudás milyen hatással van a fogyasztói fizetési hajlandóságra.

A fenntarthatóság különösen aktuális téma napjainkban, és ez nem meglepő. Szakirodalmi kutatásomból kiderült, hogy a jelenlegi gazdasági és környezeti helyzetben mindennél fontosabb tennünk Földünk jövőjéért. A fenntarthatóság fontosságán túl bemutattam a fenntartható gazdasági fejlődést és azon szereplőket, akik hozzájárulhatnak a fenntartható fejlődési célok eléréséhez. Ezen szereplők között található a fogyasztó is.

A fogyasztói magatartás vizsgálatával több modell is foglalkozik. Szekunder kutatásomban öt témámhoz kapcsolódó modellt elemzek. Ezen modellek kiértékelését követően alkottam meg saját modellem. Ennek alapja a TPB modell, viszont több változást is beépítettem, hogy illeszkedjen az általam vizsgált kutatási témához. A módosítások révén sikeresen tudtam mérni a fizetési hajlandóságban beállt százalékos változást, illetve a tudás mérésében nagyobb objektivitást értem el.

Kutatásom során 3 iparágra fókuszáltam: ruhaipar, autóipar, élelmiszeripar. A modellemhez az adatokat kérdőíves kutatás útján gyűjtöttem, majd a hipotézisek megválaszolására regressziós, illetve paraméteres statisztikai vizsgálatokat végeztem SPSS-ben. Elsőként a fogyasztói döntések háttérében rejlő összetettséget vizsgáltam a TPB modell tényezői alapján. A kor, a szándék és az észlelt viselkedési kontroll esetében találtam jelentős kapcsolatot a fizetési hajlandósággal (WTP). A fenntarthatósággal kapcsolatos aggodalom kapcsolatának erősségét is elemeztem. Végezetül a tudás erejét mértem fel.

A fenntarthatósággal kapcsolatos új tudás ismeretében a ruhaipar esetén +2%-os, az autóipar esetén +7%-os, az élelmiszeripar esetén +3%-os változás keletkezett a fogyasztók által vállalt többletterherben, amennyiben ez a többlet fenntarthatósággal kapcsolatos célokra lesz felhasználva. Láthatjuk, hogy a magyar fogyasztók kis mértékben (de statisztikailag szignifikánsan) hajlandóak áldozatot vállalni.

Eredményeim megmutatják a vállalatoknak és a kormányzati szereplőknek, hogy amennyiben fokozni lehet a fogyasztók ismereteit az egyes iparágak fenntarthatósági kihívásairól, hajlandóak nagyobb áldozatot vállalni, és magasabb árat megfizetni (amennyiben abban is biztosak lehetnek, hogy a magasabb ár a fenntarthatóság elősegítését szolgálja).

Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Fenntartható gazdaság

Elnök:	Dr. Bartók István János	SOE
Társelnök:	Prof. Dr. Magda Róbert	NJE
Tag:	Dr. Bai Attila	DE
Tag:	Dr. Dombi Mihály	BGE
Titkár:	Dr. habil. Szép Tekla	ME

BANKÓ ALEXANDRA

alexandra.banko@edu.bme.hu

Pénzügy és számvitel

BA, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Böcskei Elvira

habilitált egyetemi docens, BME GTK

MIT ÉR A GAZDASÁGI NÖVEKEDÉS, HA SZENNYEZÉSSSEL FIZETÜNK ÉRTE? MENEDÉK ORSZÁGOK A KERESZTTÚZBEN

Kulcsszavak: szennyezés menedék hipotézis (PHH); gazdasági növekedés; fenntartható fejlődés; innováció; külföldi közvetlen tőkebefektetés (FDI)

A globális kihívások és a klímaváltozás összefüggésében kiemelkedően fontos annak vizsgálata, hogy a gazdasági fejlettség, az innováció és az ipari struktúrák miként befolyásolják a környezeti teljesítményt.

A kutatás 88 ország vizsgálatára terjedt ki, amelyeket a nemzetközi szakirodalom szennyezés menedék országgént azonosított. Ezen országokra jellemző, hogy az enyhébb környezeti szabályozások révén a szennyező iparágak kedvelt telephelyei. Tudományos kutatásom célja annak vizsgálata volt, hogy feltárja, mely stratégiai tényezők segíthetik elő a menedék országok fenntartható fejlődését.

Kutatómunkám során a vizsgált országok 2013–2023 közötti adatait vettem alapul. Regressziós elemzés során az egy főre jutó GDP, a Globális Innovációs Index, az ipari súly, valamint a Környezeti Teljesítmény Index közötti kapcsolatokat vizsgáltam, feltárva a gazdasági és környezeti teljesítmény közötti kölcsönhatásokat és ezek összefüggéseit.

A kutatási eredmények igazolták, hogy a menedék országok esetében az innováció hatással van a környezeti teljesítményre, azonban önmagában nem nyújt teljes körű megoldást a fenntarthatósági kihívásokra. Az ipar gazdasági súlyának növekedése ugyanis alapvetően meghatározza, hogy a gazdasági fejlődés milyen környezeti hatásokkal jár. Az alacsony és közepes ipari súlyú országokban a gazdasági növekedés gyakran a környezeti terhelés árán valósul meg. Ugyanakkor a magas ipari súlyú országokban az ipari növekedés már nem hoz ugyanolyan gazdasági előnyöket, miközben a fenntarthatósági célok a gazdasági növekedés korlátozó tényezőjévé válnak. Ez a különbség rávilágít arra, hogy a fenntartható fejlődés eléréséhez az országok egyedi gazdasági sajátosságait is figyelembe kell venni. Az elmúlt évtizedben a szennyezés menedék országok globális rangsorában jelentős átalakulások történtek. Olyan feltörekvő gazdaságok, mint Kína és India, a külföldi tőkének köszönhetően gyors gazdasági növekedésre tettek szert. Azonban ezzel párhuzamosan drámai mértékben nőtt a környezeti terhelésük is, ami nemcsak hosszú távú fenntarthatósági kihívásokkal járt, hanem megerősítette ezen országok szennyezés menedék státuszát is.

A kutatás a szennyezés menedék országok gazdasági, innovációs és környezeti kihívásaira kereste a választ. Az eredmények alapot nyújthatnak olyan politikai és stratégiai döntések meghozatalához, amelyek egyensúlyt teremtenek a környezeti felelősségvállalás és a gazdasági versenyképesség között, elősegítve a hosszú távú fenntartható fejlődést.

BÁRÁNY ÉVA

barany.eva300@gmail.com

Gazdálkodási és Menedzsment

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Dr. habil. Kozma Tímea
egyetemi docens, BGE PSZK

Dr. Lencsés Enikő
egyetemi docens, BGE PSZK

KI SZEMSZÖGÉBŐL NÉZVE A LEGROSSZABB A REPONT AUTOMATA?

Kulcsszavak: dolgozói elégedettségi vizsgálat; hulladék újrahasznosítás; környezetvédelem; RePont automata; betétdíjas rendszer

Napjainkban kialakult Magyarországon is a Repont automata, tehát a betétdíjas rendszer, amely 2024. január elsejétől kezdve a gyártók csak ilyen palackokat gyárthattak. Egészen 2024 júniusáig kitartott a nem visszaváltós palackoknak a készlete, így ekkortól kezdődtek el a problémák.

Az Országos Tudományos Diákköri Konferenciára készülő dolgozatom témája a RePont automata hatásai a dolgozói elégedettségre és a logisztikai folyamat áttekintése. A multinacionális kiskereskedelmi élelmiszerüzletekben lehelyezett automatáknak a felépítését szeretném röviden bemutatni, ezután a velejáró feladatait a munkavállalóknak, a folyamat által végbemenő logisztikai utat és legutolsó sorban a dolgozók elégedettségét. Kutatásom céljához kapcsolódva arra keresek választ, hogy a betétdíjas rendszerrel kapcsolatban milyen a dolgozói elégedettség. A kérdésem ehhez kapcsolódva, hogy mennyire elégedettek a RePont automatákkal a multinacionális kiskereskedelmi vállalatoknak a munkavállalói és milyen hátrányokat emelnek ki a betétdíjas rendszer végett?

Kutatásom során primer kutatásokat végeztem, melynél kvantitatív módszer kereteiben kérdőíves felmérést végeztem a dolgozói elégedettség vizsgálása érdekében. A Microsoft Forms formájában készült kérdéssoromra 129 válasz érkezett különböző multinacionális kiskereskedelmi vállalatok munkavállalóitól. Emellett kvalitatív kutatásként készítettem kettő mélyinterjút, az elsőt egy hulladékgazdálkodási specialistával a másodikat pedig egy üzletvezetővel.

A kérdőív kiértékeléseként kapott eredmények során kiderült, hogy a betétdíjas rendszer még túlságosan új és rengeteg negatív élményben részesülnek az alkalmazottak évégett. Úgy gondolom, hogy az eredmények alapján változtatni kéne a forgalmazói oldalról vagy kiskereskedelmi oldalról, hogy pozitív élménnyel gazdagodhassanak a dolgozók.

FERENCZI ANNAMÁRIA

annamaria.ferenczi@stud.uni-corvinus.hu

Regionális és Környezeti Gazdaságtan

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Társadalomtudományi TDK

Témavezető:

Marjainé Dr. Szerényi Zsuzsanna

egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem, Fenntartható Fejlődés Intézet

KÖRNYEZETILEG FENNTARTHATÓ SPORTRENDEZVÉNY – REALITÁS VAGY UTÓPIA?

Kulcsszavak: környezeti fenntarthatóság; nagy nemzetközi sportrendezvények; Budapest; értékelési szempontrendszer

Vitathatatlan tény, hogy a fenntarthatóság értelmezésére tett környezetgazdaságtani definíciós kísérletek és elméleti irányzatok nemzetközi és hazai szinten egyaránt széles skálán mozognak. A kutatás célja a fenntarthatóság környezeti pillérének szemüvegén keresztül értelmezendő nagy nemzetközi sportesemények megragadása, mégpedig a „tradicionális” környezeti fenntarthatóság kérdéskörétől elvonatkoztatva. Arra a kérdésre kereste a szerző a választ, hogy a környezetileg fenntartható sportrendezvény realitás vagy utópia-e, más szavakkal élve: mennyire vannak összhangban a hazai fenntarthatósági törekvések az elmúlt öt évben itthon megrendezett nagy nemzetközi sporteseményekkel, különös tekintettel Budapestre?

A dolgozat az ezt vizsgáló diskurzusba új szegmenst hivatott implementálni annak érdekében, hogy ezen ügy elemzése egy szélesebb horizonton tudjon újraorientálódni. Újszerű megközelítéssel élve, ez a munka javaslattételre vállalkozik a sportrendezvények fenntarthatósági értékelési szempontrendszer kapcsán Budapest példáján. Ez kiindulási alapot biztosíthat további kutatásoknak, szakpolitikáknak, illetve támogatja az eligazodást a szerteágazó narratívák által átszőtt, környezetileg fenntartható sportrendezvények terén. A dokumentumelemzés során egyértelműen kirajzolódott, hogy az egységes vizsgálati keret biztosítása érdekében, elengedhetetlen volt egy átfogó definíció megalkotása. A módszertani spektrumot tovább árnyalando, a labdarúgás, kézilabda és atlétika sportágak egy-egy releváns nemzetközi és hazai esetének tanulmányozása történt, melyek szakértői interjúkkal kerültek kiegészítésre. Mindezek értékelésére megalkotásra és alkalmazásra került a sportrendezvény-fókuszú környezeti fenntarthatósági megvalósíthatósági mátrix. Emellett elengedhetetlen volt a végfelhasználói oldal véleményeinek kérdőíves becsatornázása. Ez nem reprezentatív, ugyanakkor tartalmaz hasznos információkat a kutatásra vonatkozóan, illetve kiindulási alapként szolgálhat a téma mélyebb szintű tanulmányozásához.

Összességében véve szinergiák detektálhatók, melyek a teljes potenciál kiaknázása nélküli, közös szegmensek. Ugyanakkor nem elhanyagolható, hogy Budapest ráhatása rendezővárosként nem egyértelmű. Továbbá kiviláglik a rendszerszintű gondolkodás hiánya a fenntartható sportrendezvények hazai lebonyolítása kapcsán mind irányítási, mind rendezői oldalról. Ez főként a szükséges struktúrák megszilárdulásának, anyagi források, idő, akarat és tudás hiányára vezethető vissza.

GYULAI ÁGNES

gyulaiagnes@gmail.com

pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Becsky-Nagy Patrícia

egyetemi docens, DE GTK

HOGYAN HATOTT A ZÖLD OTTHON PROGRAM A MAGYARORSZÁGI INGATLANPIACRA?

Kulcsszavak: Zöld Otthon Program; kétváltozós lineáris regresszió; zöld pénzügyek; hitel

Napjainkban a fenntartható fejlődés és a környezetvédelem iránti elkötelezettség egyre inkább előtérbe kerül, és a gazdasági szereplők számára is kiemelt fontosságúvá válik a zöld gazdaságra való áttérés. A felelősségvállalás, amely lakossági, vállalati, kormányzati és nemzetközi szervezeti szinten is megjelenik, nagymértékben befolyásolja mindennapjainkat.

Dolgozatomban arra a kérdésre kerestem a választ, hogy a Zöld Otthon Program („ZOP”) hatott-e a magyar ingatlanpiacra. Ezen kezdeményezés célja az volt, hogy ösztönözze az energiahatékony és környezetbarát lakóingatlanok építését és vásárlását, ezáltal hozzájárulva a fenntartható fejlődéshez.

Vizsgálatom során elemeztem a felvett kölcsönök összegei és a lakások átlagos négyzetméterára, a lakások átlagos ára, a kiadott lakásépítési engedélyek száma, az épített lakások száma, valamint a magánszemélyek közti lakástranzakciók száma közötti kapcsolatot. A szakirodalomban nem találtam ilyen típusú elemzést, így ezt tűztem ki dolgozatom fő céljául.

Kutatási kérdésem megválaszolásához szekunder kutatómunkát végeztem a Magyar Nemzeti Bank, valamint a Központi Statisztikai Hivatal által közzétett adatok alapján. A 2021. októbertől 2022. szeptemberig tartó, Zöld Otthon Program idejére vonatkozó adatokon kétváltozós lineáris regressziókat végeztem régiók szerinti bontásban.

Eredményeim alapján megállapítható, hogy a program valóban hatással volt a magyar ingatlanpiacra. Egyenes irányú, igen erős kapcsolatot állapítottam meg a Zöld Otthon Program keretében felvett kölcsönök, illetve a használt lakások átlagos négyzetméterára, a használt és új ingatlanok átlagos ára, a kiadott lakásépítési engedélyek száma, valamint az épített lakások száma között is.

A program összességében sikeresnek mondható, hiszen hozzájárult a lakások értékének növeléséhez és javította az ingatlanpiac fenntarthatóságát. Az eredmények alapján a Zöld Otthon Program hatásainak hosszú távú vizsgálata is indokolt, hogy jobban megértsük a zöld gazdasági intézkedések ingatlanpiacra gyakorolt hatásait.

INTAN TAWADDADA ILAIHA

intanilaiha@gmail.com

International Economy and Business

MSc, 3. semester

Széchenyi István University

Kautz Gyula Faculty of Business and

Economics

Supervisor:

Dr. Eszter Kazinczy

assistant professor, SZE KGK

ASEAN GREEN ECONOMY AND SUSTAINABLE PRACTICES INDEX IN 2022: QUINTUPLE HELIX APPROACH

Keywords: green economy; sustainability practices; Quintuple Helix Model; ASEAN

ASEAN is a region with rapid economic growth and significant environmental challenges. This study aims to create an Index to evaluate and compare Green Economy and Sustainability Practices of each ASEAN country. Using the Quintuple Helix Model, the study constructs a composite index based on five indicators: Education (Student-Teacher Ratio), Economy (GDP per Capita), Political (Government Effectiveness), Social (Income Inequality), and Environmental (Carbon Emission per Capita). The analysis reveals that countries with higher government effectiveness, such as Singapore and Brunei Darussalam, tend to perform better in overall index. Wealthier countries, particularly Singapore, demonstrate stronger Green Economy and Sustainable Practices Index, suggesting a potential link between economic growth and improved sustainability. Additionally, better education systems, indicated by lower student-teacher ratios, are associated with higher index. Furthermore, reducing income inequality positively influences the index as well. However, the hypothesis that higher scores in the Green Economy and Sustainable Practices Index would lead to lower carbon emissions per capita is not strongly supported, indicating the influence of complex factors on carbon emissions. The study's findings are based on the most recent available data from 2022, which may have limitations in terms of accuracy in real time and comprehensiveness. This study provides a novel approach to evaluating Green Economy and Sustainable Practices in ASEAN countries, offering valuable insights for policymakers and stakeholders. Using more recent data and evaluating the factors influencing carbon emissions and its impact on sustainability can be explored for future research.

SABJÁN CSENGE

csenge.sabjan28@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 3. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Berkes Judit

egyetemi docens, SZE KGK

MOZGALOM VAGY FOGALOM? A DEGROWTH ELMÚLT 60 ÉVE.

Kulcsszavak: degrowth elmélet; fenntartható gazdasági modellek; növekedési paradigma

A Tudományos Diákköri dolgozatom a nemnövekedés (degrowth) elméletével foglalkozik, amely a fenntarthatóság és a környezetvédelem egy jelentős, ám gyakran alulértékelt megközelítése. A kutatás során az elmélet megjelenése óta megírt publikációkat vizsgálom affiliációs szempontból. A fő kérdés, hogy az elmélet népszerűségének vagy kevésbé ismertségének hátterében milyen gazdasági berendezkedés áll. A vizsgálat arra is keresi a választ, hogy a tudományos közösség figyelemfelhívása ellenére miért nem fordítottak kellő figyelmet a környezeti állapotokra.

A kutatás során a Scopus adatbázis segítségével a degrowth szóra rákeresve 1968 és 2025 között keletkezett cikkekre és tanulmányokra összesen 1559 dokumentumot adott ki. A szűrés során a keresőszó mellett a publikáció keletkezési helyére is szűkítettem, így összesen 77 országban írtak egy vagy több publikációt a közel 60 év alatt. A vizsgálatot három időszakra osztottam, amelyekben az adott időszakra jellemző gazdasági intézkedéseket, a környezeti állapotot és a publikációs aktivitást vettem össze, hogy párhuzamokat és következtetéseket vonjak le.

Az eredmények alapján az Egyesült Királyság és az Amerikai Egyesült Államok mindhárom időszakban kiemelkedő szerepet töltek be, és környezetvédelmi intézkedéseik széles skálát fedtek le. A gazdasági mutatók mellett a dolgozat az emberi jólétre és jólétre koncentráló mutatókat is igyekszik összegezni. Egyik fontos eredmény, hogy a nemnövekedés elméletére koncentráló publikációk az utóbbi 20 évben megsokszorozódtak, egyre több kutatót foglalkoztat az elmélet és annak létjogosultsága. Az utolsó szakaszban olyan országok is megjelentek, amik nagy hátrányból indultak mára mégis vezetőszerepet töltenek be a fejlettség területén, ilyen Spanyolország, Németország vagy Svédország. A mutatók és intézkedés, eredmények következtében megállapítható, hogy az erős és stabil gazdasági berendezkedés, erős állami szerepvállalással van jelen ott jelentős támogatottsággal lehet bevezetni drasztikusnak számító reformokat is. Egy olyan rendszer, ami kiszámítható jólétet tud teremteni egy olyan körforgást, amit a nemnövekedés elméletének megalkotói is elképzelték. Az erős gazdaságpolitika pedig lehetőséget tud teremteni egy olyan kibocsátórendszerhez, ami a környezet szempontjából mérsékeltlen megfelelő. Fontos az emberközpontú működés, hiszen egy társadalom hatékony működéséhez, olyan emberek is szükségesek, akik felelősséget vállalnak a környezetükért és a jövő generációjáért.

SZATMÁRY KORNÉLIA SÁRA

szatmary.sara@gmail.com

mérnökinformatika

BSc, 3. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:

Dr. Szikora Péter

egyetemi docens, OE KGK

FOGYASZTÓI VISELKEDÉS ÉS ÜZLETI STRATÉGIA AZ UNIÓS SZABÁLYOZÁSI VÁLTOZÁSOK TÜKRÉBEN

Kulcsszavak: fogyasztói viselkedés; üzleti stratégia; fenntarthatóság

A tanulmány az Európai Unió szabályozási változásainak hatásait vizsgálja a fogyasztói magatartásra és az üzleti stratégiákra, különös tekintettel a fenntartható csomagolásra Magyarországon. Az elemzés az EU olyan irányelveinek és politikáinak hatásait tárja fel, mint a Körforgásos Gazdaság Akcióterve és az Egyszer Használatos Műanyagokra vonatkozó Irányelv, amelyek célja a hulladék csökkentése és a környezettudatos gyakorlatok előmozdítása.

A magyar szabályozások, amelyek az EU-s irányelvekkel összhangban kerültek bevezetésre, arra ösztönzik a vállalatokat – különösen a kis- és középvállalkozásokat –, hogy fenntarthatóbb csomagolási megoldásokat alkalmazzanak. Bár ezek az intézkedések környezeti szempontból kedvezőek, jelentős kihívások elé állítják a vállalkozásokat, beleértve a növekvő költségeket, az adminisztratív terhek fokozódását és a működési folyamatok átalakításának szükségességét. Ugyanakkor lehetőséget is teremtenek arra, hogy a vállalatok javítsák márkaimázsukat, és vonzóbbá váljanak a környezettudatos fogyasztók számára.

A kutatás olyan elemzési eszközöket alkalmaz, mint a PESTEL- és SWOT-elemzés, hogy feltárja a csomagolóiparra gyakorolt makrokörnyezeti és iparági hatásokat. Az eredmények rávilágítanak arra, hogy a fenntartható csomagolás iránti fogyasztói preferenciák növekedése meghatározó trenddé vált, és a vállalatoknak innovációval kell reagálniuk ezekre az elvárásokra. A tanulmány kiemelten foglalkozik a fogyasztói magatartással, elemezve, hogy a környezettudatosság miként befolyásolja a vásárlási döntéseket.

Kérdőíves kutatás keretében a tanulmány azonosít egy olyan fogyasztói csoportot, amely kiemelt fontosságot tulajdonít a fenntarthatóságnak. Az eredmények azt mutatják, hogy azok a vállalatok, amelyek stratégiájukat e preferenciákhoz igazítják, versenyelőnyre tehetnek szert. A javaslatok között szerepel a környezetbarát technológiákba történő beruházás, a fenntarthatósági erőfeszítések hatékony kommunikációja, valamint a szabályozási követelményeknek való megfelelés érdekében történő együttműködések erősítése.

Összességében a kutatás hangsúlyozza, hogy a szabályozási változásokhoz és a fogyasztói elvárásokhoz való alkalmazkodás kulcsfontosságú a hosszú távú siker elérésében. A tanulmány rávilágít a környezeti célok és az üzleti stratégiák közötti kölcsönhatásra, valamint arra, hogy a fenntarthatóság hogyan válhat az üzleti innováció és versenyképesség meghatározó elemévé.

TAKÁCS KAMILLA

kamilla.takacs@stud.uni-corvinus.hu

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Jászberényi Melinda

egyetemi docens, BCE

AZ EURÓPA KULTURÁLIS FŐVÁROSA PROGRAM FENNTARTHATÓSÁGI HATÁSAINAK VIZSGÁLATA A VESZPRÉM-BALATON 2023 PROJEKT PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

*Kulcsszavak: Európa Kulturális Fővárosa; fenntarthatóság; Veszprém-Balaton 2023; korreláció-
elemzés*

Kutatásom arra a kérdésre keresi a választ, hogy a Veszprém-Balaton 2023 Európa Kulturális Fővárosa program során milyen mértékben jelent meg a fenntarthatóságra való törekvés, és a kitűzött fenntarthatósági célok milyen mértékben valósultak meg. A kérdés megválaszolására elemeztem Veszprém pályázati dokumentumát, melyet összehasonlítottam két másik Európa Kulturális Fővárosának célkitűzéseivel, majd kvalitatív és kvantitatív kutatást végeztem mélyinterjúk és kérdőív formájában, melynek során szervezői és látogatói szempontból is felmértem a program fenntarthatósági intézkedéseivel kapcsolatos véleményeket. A kérdőíves kutatás eredményeit leíró statisztikai mutatókkal és Pearson-féle korrelációs elemzéssel vizsgáltam, melyet összevettem a mélyinterjúk során elhangzottakkal. Az eredmények azt mutatják, hogy a projekt fenntarthatósági céljai sikeresen megvalósultak, a Veszprém-Balaton 2023 EKF projekt hosszú távon fenntartható módon összekapcsolta a kulturális és fenntartható turizmust a helyi lakosság életminőségének javulásával. Azonban hiányosságok észlelhetők a lakosság felé irányuló kommunikáció és szemléletformálás, az akadálymentesítés és a fogyatékkal élők szélesebb körű bevonása, valamint a környező települések gazdasági támogatása területén.

TOPERCER PÉTER

topipeti@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Marjainé Dr. Szerényi Zsuzsanna

egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem, Fenntartható Fejlődés Intézet

MIT ADHAT A NEMNÖVEKEDÉS ELMÉLETE A LOKÁLIS FENNTARTHATÓSÁGI STRATÉGIÁKNAK? – ELEMZÉS A KLÍMABARÁT TELEPÜLÉSEK SZÖVETSÉGE PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Kulcsszavak: nemnövekedés; fenntarthatóság; degrowth; klímastratégia

A dolgozat a nemnövekedés elméletének települési fenntarthatósági stratégiákban való relevanciáját vizsgálja a Klímabarát Települések Szövetsége (KTSZ) példáján keresztül. A dolgozat az elmélet főbb irányelveit kifejező 8R keretrendszerében elemzi, hogyan jelennek meg a nemnövekedés elvei a KTSZ és tagtelepüléseinek fenntarthatósági megközelítéseiben, és milyen további alkalmazási és fejlődési lehetőségek, vagy esetleges értelmezési és megvalósíthatósági korlátok vannak a nemnövekedés elképzeléseinek lokális szinten való megvalósulása terén. Az elemzéshez 27 KTSZ-tagtelepülés klímastratégiája került felhasználásra, melyet négy különböző méretű település klímakoordinátorával készített interjú egészít ki.

A dolgozat arra a következtetésre jut, hogy bár a nemnövekedés számos motívuma megfigyelhető a KTSZ és tagtelepüléseinek fenntarthatósági megközelítésében, és a 8R elemei közül az értékrendváltás, fogalmikeret- és koncepcióváltás, valamint a relokalizáció irányelvei kiemelkedően jól érvényesülnek a települések klímastratégiáiban, az elmélet képviselőinek településekre vonatkozó egyedi javaslatai általánosságban nem jelennek meg a vizsgált településeken, ugyanakkor a tagtelepülések klímastratégiáira jellemző fenntarthatósági megközelítés szemléletmódjában jó alapot adhat ahhoz, hogy a nemnövekedés elképzelései teret nyerjenek a magyarországi településeken.

Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Fenntartható marketing

Elnök:	Prof. Dr. habil. Dinya László	MATE
Társelnök:	Dr. Németh Szilárd	BGE
Tag:	Dr. Fehér András	DE
Tag:	Dr. Keller Veronika	SZE
Titkár:	Kis-Orloczki Mónika	ME

GÖSI VIRÁG

gosivirag@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Jakopánecz Eszter
adjunktus, PTE KTK*

KÉT TREND TALÁLKOZÁSA: TUDATOS FOGYASZTÁS ÉS OMNICHANNEL VÁSÁRLÁS

Kulcsszavak: tudatos fogyasztás; omnichannel marketing; webroomer; showroomer; customer journey

Az elmúlt évek kihívásai, mint a gazdasági válság, a technikai újítások és a már régóta egyre erősödő környezetszennyezés elleni harc, nagyban átrendezték az eddigi szokásainkat. Viselkedésünk és tetteink mindig az adott helyzethez próbálnak igazodni, nincs ez másképp a fogyasztás és a vásárlás esetében sem. Ebből adódóan dolgozatomban két aktuális területre fókuszáltam: egyik az ártudatosság, mivel a jelenlegi gazdasági helyzet sok szempontból hat az egyének anyagi helyzetére, ezáltal a költségeikre és viselkedésükre; másik a környezettudatosság, hiszen a környezetbarát életmód és fenntarthatóság előtérbe kerülése is megfigyelhető.

Ezzel párhuzamban jelentős mértékben növekszik az omnichannel marketing megoldások használata is, mely egyelőre kevésbé kutatott területnek minősül. Az omnichannel lényege, hogy az eddigi értékesítési csatornák együttműködnek, fizikai és virtuális határokat is átívelve. A kutatásomban négy omnichannel vásárlói szegmensset mutattam be, amelyek a vásárlási útvonal alapján a következők: webroomer, showroomer, teljesen online és offline vásárló.

Mivel a fogyasztás és a vásárlás kapcsolata nagyon közel áll egymáshoz, emiatt dolgozatomban célja, a tudatos fogyasztás és az omnichannel vásárlás együttes vizsgálata. Szekunder kutatásomban a customer journey és experience fogalmakat is ismerttettem, illetve a shopper-marketing szemléletre, a slow fashion témakörére, valamint a jövőre irányuló last mile kiszállítási megoldások felé is kitekintettem. Ennek azért éreztem szükségét, hogy a fogyasztók teljes útját és a modern lehetőségeket is feltérképezem. Primer kutatásomban, kvantitatív, online kérdőíves megkérdezést végeztem, melyben legfőképp az omnichannel csoportok ár- és környezettudatossági szintjét, illetve csatornahasználatát elemeztem.

Az eredmények között olyan megfigyeléseket tudtam levonni, minthogy a válaszadók nagy része árérzékeny vásárló. Emellett megállapíthattam, hogy a mintában legkörnyezettudatosabb csoport a webroomerek, akik online keresnek információt és személyesen vásárolnak. Úgy vélem a változó fogyasztói magatartás trendek miatt a téma kutatása most is helytálló.

KISS BIANKA MÓNICA

kissbianka993@gmail.com

Marketing

MSc, 5. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Molnár László

egyetemi docens, ME GTK

ÁLLATKÍSÉRLET-MENTES KOZMETIKUMOK HASZNÁLATI SZÁNDÉKÁNAK VIZSGÁLATA A TERVEZETT CSELEKVÉS ELMÉLET ALAPJÁN

Kulcsszavak: cruelty-free; állatkísérlet-mentes kozmetikumok; fogyasztói magatartás; fogyasztói döntéshozatal; kozmetikai ipar

A tudatosság egyre jelentősegteljesebb szerepet kap az életünkben, így tehát az emberek egyre inkább tudatában vannak annak, hogy a kozmetikumok állatokon való kísérletezése egy elavult és etikátlan gyakorlat. Ennek következtében egyre több fogyasztó fordul az állatkísérlet-mentes termékek irányába. A dolgozatom témája éppen ezért az állatkísérlet-mentes kozmetikumok használati szándékának vizsgálata.

Keresztmetszeti kvantitatív kutatásom során vizsgáltam a vásárlást meghatározó döntési tényezőket az állatkísérlet-mentes kozmetikumok esetén. Célcsoportnak a hazai 18 éven felüli lakosságot választottam. A kérdőívet országosan küldtem ki, főleg a célcsoportba tartozó egyének által alkotott, állatkísérlet-mentes és vegán beállítottságú csoportokba. Kutatásom során Ajzen TPB modelljét vettem alapul, amelyet további változókkal egészítettem ki. A kezdeti magatartási modell három tényezőt vizsgált: az egyén attitűdjeit, a szubjektív normáját és az észlelt magatartási kontrollját. A modellt kiegészítő további változók: állatvédelmi érdekeltség, állatvédelmi tudatosság és észlelt fogyasztói hatékonyság. Az eredmények feldolgozása során vizsgáltam a változók kapcsolatát a vásárlási szándékkal és a fogyasztói magatartással.

A kérdőívemet összesen 185 fő töltötte ki. A kitöltők többsége 81,1%-kal nő volt, míg 19,9% férfi. Az eredmények alapján a fogyasztói magatartásra a vásárlási szándék mutat közvetlenül pozitív hatást, közvetetten pedig az attitűd és az észlelt magatartási kontroll. Az állatvédelmi érdekeltség az attitűdökre van befolyással, míg azt az állatvédelmi tudatosság és az észlelt fogyasztói hatékonyság befolyásolja. Az eredmények alapján a vásárlók nincsenek tisztában az állatkísérlet-mentes termékekkel, valamint azok pozitív hatásaival, ámde nyitottak lennének ezeknek a kozmetikumoknak a kipróbálására.

A vizsgálat felhívja a figyelmet arra, hogy habár a tudatosság egyre nagyobb szerepet kap az életünkben, az állatkísérletek alkalmazásának problémája még nincs megfelelő mértékben elterjedve. Az eredmények alapján az attitűd van a legnagyobb hatással a vásárlási szándékra, éppen ezért az azt befolyásoló tényezőkre fontos hatni, úgymint az állatvédelmi érdekeltségre, az állatvédelmi tudatosságra és az észlelt fogyasztói hatékonyságra. Megfelelő mértékű tájékoztatás hatására az emberek érintettnek érezhetik magukat az állatkísérletek megoldásában. Ehhez azonban nagyobb mértékű változtatásra van szükség globálisan, akár társadalmi, akár kormányzati szempontból.

OSSIK MÓNIKA

monika.ossik@gmail.com

Ellátáslánc-menedzsment

MA, 3. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bosnyák-Simon Nikolett

adjunktus, PE GTK

A HAZAI ZERO WASTE KÖZÖSSÉG VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: zero waste; környezettudatos fogyasztók; generációk; motiváció

Jelen kutatás fókuszába a csomagolásmentes boltokban történő tudatos vásárlás, azaz a zero waste fogyasztás helyeződött. A kutatás célkitűzése annak feltárása volt, hogy a hazai zero waste közösség tagjai milyen főbb sajátosságokkal rendelkeznek, valamint, hogy az egyes generációk milyen motivációs tényezőkkel bírnak. Azon kutatási kérdésekre kerestem a választ, hogy milyen demográfiai tulajdonságokkal jellemezhető a hazai zero waste társadalom, milyen motivációs tényezők határozzák meg ezen fogyasztók vásárlását, valamint, statisztikailag szignifikáns hatást gyakorol-e a generációs hovatartozás a zero waste motivációs tényezők relevanciájára?

A kijelölt kutatási célok elérése, illetve a kutatási kérdések megválaszolása érdekében primer kutatási módszert, ezen belül online kérdőíves felmérést végeztem. A kutatás célcsoportját a jelenleg is működő csomagolásmentes boltok vásárlói alkották. A kérdőív kitöltésére 2024. július 19. és 2024. október 20. között került sor a csomagolásmentes boltok vezetőinek támogatásával. Összesen 273 db kitöltött és értékelhető kérdőív érkezett be, így a minta elemszáma 273 fő lett (N=273).

Munkám során a kitöltők által megadott válaszokat elsőként a leíró statisztika eszköztárával vizsgáltam. Az első kutatási kérdésre irányuló elemzések azt eredményt mutatták, hogy a hazai zero waste közösség tagjai Y generációhoz tartozó, diplomás családok nők, akik alkalmazottként dolgoznak és átlagos nettó jövedelemmel rendelkeznek.

A második kutatási kérdés megválaszolása érdekében főkomponens-elemzést végeztem. A motivációs tényezők redukálása során négy látens változó került azonosításra, melyek az alábbiak: a zero waste életmód, a csomagolásmentes bolt előnyei, az elkerülési attitűd, illetve a külső befolyásoló hatás. Ezen tényezők közül a zero waste életmód, illetve a csomagolásmentes bolt által nyújtott előnyök szerepe tekinthető jelentősnek a vizsgált fogyasztók körében.

Végül, a generációs hovatartozás motivációs tényezőkre gyakorolt hatását varianciaelemzés segítségével tártam fel. Az ANOVA az elkerülési attitűd, valamint a külső befolyásoló hatás esetében mutatott statisztikailag szignifikáns hatást a megkérdezettek körében.

PÓKA PATRIK

poka.patrik09@gmail.com

Turizmus és vendéglátás

BA, 7. félév

Eszterházy Károly Katolikus Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Gyurkó Ádám

adjunktus, EKKE GTK

Dr. Piskóti-Kovács Zsuzsa

titkárságvezető, EKKE

A TISZA-TÓ ÖKOTURIZMUSÁNAK SZEREPE A FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉSBN

Kulcsszavak: turizmus; ökoturizmus; fenntarthatóság; slowturizmus; vidéki turizmus

A dolgozat középpontjában a Tisza-tó ökoturizmusának vizsgálata áll, különös tekintettel annak fenntartható fejlődésére gyakorolt hatására. A kutatás személyes indíttatását, a gyermekkoromtól számított töretlen elkötelezettségem adta a térség irányába.

A kutatás aktualitását a környezetvédelmi szempontok előtérbe kerülése, valamint a turisztikai trendek változása adja. Az ökoturizmus, mint a természeti erőforrásokra építő turisztikai ágazat, különösen releváns a Tisza-tó esetében, amely Magyarország egyik legbiodiverzebb tájegysége. A kutatás célja a tó turizmusának átfogó elemzése, a fenntartható fejlődés lehetőségeinek feltárása és fejlesztési javaslatok megfogalmazása.

A dolgozatban a primer és szekunder kutatási módszerek egyaránt szerepet kaptak. A primer kutatás külföldi és belföldi kereslet felé irányuló kérdőíves felmérést, illetve mélyinterjúkat tartalmazott, melyek a térség jelentős szereplőivel készült beszélgetések, valamint egy termék-magterület mátrix, amely a térség turisztikai erőforrásait és azok disztribúcióját elemzi. A szekunder kutatás során statisztikai adatok és turisztikai fejlesztési dokumentumok kerültek elemzésre. A kutatás három fő hipotézist vizsgált:

1. A fenntarthatóság kulcsszerepe: A Tisza-tó turisztikai fejlesztéseinek sikerességét alapvetően meghatározza a környezetvédelem és a fenntarthatósági szempontok érvényesítése.
2. A zöld turizmus vonzereje: Az ökoturizmus iránti kereslet növekedése jelentős lehetőséget nyújt a tó számára, különösen a természeti értékek megőrzését hangsúlyozó marketing és szolgáltatásfejlesztés által.
3. Marketingkommunikáció hiányosságai: A Tisza-tó ökoturisztikai lehetőségeinek ismertsége alacsony, ami gátolja a potenciális turisták elérését.

A kutatás rámutatott arra, hogy a Tisza-tó településeinek gazdasági fejlődésében kiemelt fontosságú a turizmus. A helyi kezdeményezések, mint a Sarudi Élmenyfaló vagy a Poroszlói Ökocentrum, inspiráló példák lehetnek a jövő fejlesztéseire. Ugyanakkor a fenntartható fejlődést veszélyeztetheti a természeti erőforrások túlhasználása.

A dolgozat összegzéseként javaslatok kerültek megfogalmazásra a marketingkommunikáció javítására, az ökoturisztikai szolgáltatások minőségének növelésére, valamint a helyi lakosság aktívabb bevonására a fejlesztési folyamatokba. Ezek az intézkedések hozzájárulhatnak a Tisza-tó fenntartható turisztikai fejlődéséhez és versenyképességéhez.

RADÓCZ RÉKA DORINA

rrd.bp16@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Iványi Tamás

egyetemi adjunktus, BME GTK

A TECHNOSTRESSZ ÉS AZ AUTOMATIKUS ÖSZTÖNZŐK HATÁSÁNAK VIZSGÁLATA A FOGYASZTÓK CO₂ KOMPENZÁCIÓRA VALÓ HAJLANDÓSÁGÁRA

Kulcsszavak: technostressz; automatikus ösztönzők (default nudging); CO₂ kompenzáció

A mai felgyorsult világunkban a klímaváltozás elleni küzdelem sürgető feladat és a fogyasztók viselkedésébe való beavatkozások hatékonyságának megértése hozzájárulhat a fenntartható döntések támogatásához. Ezen döntésekre lehet hatással a technostressz és az automatikus ösztönzők (default nudging) is.

A kutatásomban azt vizsgálom kvantitatív eszközökkel, egy omnibusz kérdőív egy részének elemzésével, hogy milyen hatással vannak az automatikus ösztönzők a fogyasztók egy jellegzetes viselkedési lépésére, a CO₂ kompenzációra való hajlandóságra, valamint, hogy a technostressz befolyásolja-e ezt a hatást.

A moderáló hatás elemzése pontos kvantitatív eredményeket adhat, amelyek alapját képezhetik a döntéshozatali folyamatok optimalizálásának. A kérdőív eredményeinek elemzése alapján megállapítható, hogy a default nudging önmagában pozitív hatással van a CO₂ kompenzációra, és hatékony eszköz lehet a CO₂ kompenzációs viselkedés ösztönzésére, azonban a technostressz moderáló hatása nem volt kimutatható a jelenlegi minta alapján.

TÖRÖK BARBARA

torokbarbara.99@gmail.com

Marketing

MA, 2. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes
adjunktus, DE GTK*

HOGYAN KOMMUNIKÁLJUNK ZÖLDEN ÉS MEGGYŐZŐEN? REKLÁMOZÁSI STRATÉGIÁK A FENNTARTHATÓSÁGBAN

Kulcsszavak: szemkamera; attitűd; környezetvédelem; faktoranalízis; klaszterelemzés

A fenntarthatóság – főleg a környezeti pillér –, bár évtizedekkel ezelőtt belépett a köztudatba, csupán az utóbbi években kapott kiemelt figyelmet. Fontosságának köszönhetően pillanatok alatt beszötte magát a gazdasági tevékenységekbe, így a marketingbe is. A marketingkommunikáció nagymértékben épít a trendekre, emiatt a kormány és a vállalatok üzenetei is „zöldülni” kezdtek.

A kutatás célja feltárni azokat a kommunikációs stratégiákat, amiket a politikai és a gazdasági szervezetek egyaránt alkalmazhatnak a lakosság fenntartható magatartásra motiválásának érdekében. A fő célkitűzés a legösztönzőbb reklámelemek azonosítása volt. A hipotéziseim szerint a zöld reklámok megbízhatóbbak a hagyományosnál, az emberek és állatok meggyőzőbbek, mint a természeti képek, a negatív üzenet hatásosabb, mint a pozitív, illetve a környezettudatos embereket könnyebben megérintik a fenntartható reklámképek.

A kérdések megválaszolására kérdőíves és szemkamerás kutatást végeztem. A kérdőíves kutatás kitért az alapvető környezettudatos attitűdökre, a reklámokhoz való viszonyulásra, a zöld reklámhoz fűződő attitűdökre, illetve reklámképekkel kapcsolatos véleményekre is. A kérdőív adatait ezután SPSS-ben elemeztem leíró statisztikai, keresztábra-, főkomponens- és klaszterelemzéssel.

A szemkamera használatához a kérdőívben szerepeltetett reklámképeket 2x2-es montázsba helyeztem, összehasonlítási céllal. A szemkamerás kutatás ezeket a képeket vizsgálta mélyebben: hová néztek a résztvevők, melyik képrészlet ragadta meg a figyelmüket, a pozitív vagy a negatív képekre koncentráltak inkább. Ezután pedig egy utókérdőív mérte fel, mire emlékeztek a látottakból.

Az eredményekből megállapítottam, hogy a zöld reklámot valóban megbízhatóbbnak tartják a válaszadók. A gyerekek és állatok szintén nagyobb figyelmet kapnak, mint a természeti képek, így ezt a hipotézist is elfogadtam. A negatív üzenetek csakugyan jobban megragadtak az megkérdezettek emlékezetében, és nagyobb hatást gyakoroltak rájuk, bár néhányan hozzátették, a pozitív, edukatív üzeneteket jobban értékelték volna. Az utolsó hipotézist viszont elutasítottam, mert keresztábraelemzés során nem találtam szignifikáns különbséget a környezettudatos és közömbös válaszadók között annak tekintetében, hogy mennyire érintik meg őket a zöld reklámok.

Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Fenntartható vállalatok

Elnök:	Prof. Dr. Rákos Mónika	DE
Társelnök:	Dr. habil. Csedő Zoltán	BCE
Tag:	Dr. Ilyésné Dr. Molnár Emese	BME
Tag:	Dr. Varga János	OE
Titkár:	Dr. Kuttor Dániel	ME

BE CZŐK DÓRA

dora.beczok@stud.uni-corvinus.hu

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Béza Dániel
emeritus professzor, BCE*

A KÖRFORGÁSOS GAZDASÁGI MODELL VIZSGÁLATA A MAGYAR RUHAIPARBAN

Kulcsszavak: ruhaipar; körforgásos gazdaság; üzleti modell; fenntarthatóság

Az elmúlt évtizedekben világszerte növekvő aggodalom tapasztalható a környezeti károk és az erőforrások kihasználása miatt. Ennek eredményeként egyre nagyobb hangsúlyt kapnak a fenntarthatósági kezdeményezések és a körkörös gazdasági modell alkalmazása, amelyben a termelés és a fogyasztás folyamatai körforgásban vannak, a lehető legnagyobb mértékben minimalizálva az anyag- és energiafelhasználást, valamint a hulladéktermelést. Ezen a téren a ruhaipar jelentős szerepet játszik, hiszen az egyik leginkább erőforrásigényes és hulladéktermelő iparág. Európai uniós viszonylatban a textiltermékek felhasználása a környezetre és az éghajlatváltozásra gyakorolt hatásokat tekintve negyedik helyen áll az élelmiszerek, a lakhatás és a mobilitás után. Vízfogyasztás és földhasználat tekintetében harmadik, míg az elsődleges nyersanyagok felhasználását és az üvegházhatásúgáz-kibocsátást illetően az ötödik helyet foglalja el a rangsorban. (EEA, 2022) Ez azt jelenti, hogy a textiltermékek gyártása és felhasználása jelentős hatással van az ökoszisztémára és a klímaváltozásra, ezáltal fontos szerepet játszik az uniós fenntarthatósági célok elérésében is.

Kutatásomban Magyarországon működő ruhaipari vállalkozások vizsgálatán keresztül tárom fel a körforgásos üzleti modellek alkalmazását motiváló és befolyásoló tényezőket. A hazai vállalkozókkal készített interjúk során arra a kérdésre kerestem a választ, hogy a magyar ruhaiparban milyen lehetőségek és gátak merülnek fel a körforgásos szemlélet alkalmazása során, illetve ezek mennyiben járulnak hozzá a vállalkozás versenyképességéhez.

Eredményeim alapján négy fő tényező akadályozza a körforgásos üzleti modellek elterjedését: fogyasztók magatartásának lassú változása, edukáció hiánya, kormányzati és intézményi korlátok, valamint szervezeti és beszállítói korlátok. Ezzel szemben erőteljes motiváló erővel bír az iparágban tevékenykedő vállalkozók személyes motivációja és fenntarthatóság iránti elköteleződése, a pozitív társadalmi és piaci változások, valamint az iparágban működő vállalkozások méretéből fakadó előnyök. A számos ösztönző tényező ellenére a körforgásos üzleti modellek alkalmazása nem jelent hazánkban versenyelőnyt.

BODÓ RICHARD

richardbodo97@gmail.com

Regionális és környezeti gazdaságtan

mesterszak

MSc, 4. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Szabó Mariann

egyetemi adjunktus, BME GTK

FENNTARTHATÓSÁGI TÖREKVÉSEK VIZSGÁLATA A KISÜZEMI SÖRFÖZÉS TERÜLETÉN

Kulcsszavak: környezet; társadalom; gazdaság; fenntarthatóság; söripar

A dolgozat bemutatja a sörfőzdek - azon belül a kisüzemi léptékű főzdek - helyzetét az alkoholos italokat gyártó hazai és nemzetközi piacokon, illetve azok környezeti, gazdasági és társadalmi hatásait vizsgálja. Ismerteti a sörtermelés és sörfogyasztás múltját és jelenét, továbbá előrejelzéseket is felvázol a jelenlegi tendenciák alapján. A vizsgálat célja, hogy a fenntarthatóbb kisüzemi sörfőzés hazai és nemzetközi gyakorlatait összegyűjtse és azokat értékelje. A dolgozat olyan kérdésekre keresi a választ mint, hogy mitől lesz fenntarthatóbb egy sör, vagy sörfőzde, illetve összemérhető-e ezen a területen más szeszes italokkal.

Feltérképezésre kerül a sörfőzési folyamat környezeti terhelése – különös tekintettel a víz-, energia- és alapanyaghasználatra – a fogyasztói attitűdök tendenciái, a lokális értékláncok szerepe, a „sörturizmus”, az iparágon belüli innovációk és a gazdasági aspektusok. A dolgozat célja, hogy átfogó képet adjon az olvasónak a sör fenntarthatósági perspektívájáról a teljes életciklusán át, mely magába foglalja az alapanyag beszerzést, a gyártást, a csomagolást, az értékesítést és a vállalati társadalmi felelősségvállalás témaköreit egyrészt hazai, másrészt külföldi sörfőzdek példáján keresztül.

A vizsgálat során a releváns szakirodalmak és statisztikai adatok feldolgozása mellett összegyűjti a kisüzemi sörfőzés területén történő fenntarthatósági törekvéseket, különös tekintettel a természeti erőforrások felhasználásának csökkentését támogató megoldásokra, regionális együttműködésekre. Továbbá életciklus-elemzések révén ismerteti a szeszes italok és a sörgyártás környezeti hatásait. A kutatás részeként áttekintésre kerülnek a sörfőzdek által publikált fenntarthatósági jelentések is. Ennek célja az összemérhető adatok vizsgálata révén egy egységes értékelési rendszer alapjainak lefektetése.

Várható eredménye a dolgozatnak, hogy teljes körű képet ad a sörfőzési folyamat környezeti terheléséről. Bemutatja annak iparági szerepét, illetve ismerteti a fenntarthatóság irányába tett lépéseket. Az összegyűjtött fenntarthatósági törekvések, illetve környezeti, társadalmi és gazdasági hatások alapján következtetéseket von le és ajánlásokat fogalmaz meg a söripar “zöldítésével” kapcsolatban, illetve kiértékeli a jelen kor kisüzemi sörfőzdéinek fenntarthatósági gyakorlatait.

BOTOS ÁKOS

aki_botos@yahoo.com

Pénzügy

MA, 4. félév

Partiumi Keresztény Egyetem

Témavezetők:

Dr. Veres Edit

tanszékvezető, egyetemi adjunktus, RO PKE

Dr. Kulcsár Edina-Éva

egyetemi adjunktus, RO PKE

A FENNTARTHATÓSÁGI SZEMPONTOK HATÁSAI A VÁLLALATI MŰKÖDÉSRE

Kulcsszavak: vállalati teljesítmény; vállalati kockázat; környezet; társadalom; vállalati irányítás

A vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR), valamint a kapcsolódó környezeti, társadalmi és irányítási kérdések (ESG) napjainkban egyre növekvő prioritást élveznek. Az ESG, mint rövidítés egy relatíve újkeletű fogalom, amelynek 3 pillére van: Environmental (környezeti), Social (társadalmi) és Governance (irányítási). Az elmúlt évek trendjei arra buzdítják a vállalatokat, hogy adaptálják ezeket a nézőpontokat működésükben. De miért is érdekes az ESG és a pénzügyi teljesítmény közötti kapcsolatvizsgálata?

Bár az ESG-tevékenység motivációja közvetlenül nem jelenik meg a cégek pénzügyi beszámolóiban, ezen törekvésből származó előnyök és költségek általában többé-kevésbé érzékelhetők az eredménykimutatásban. A környezeti fenntarthatóság és CSR irányába tett intézkedések a nem-pénzügyi beszámolóban jelennek meg.

Különböző, független ESG minősítőtől származó besorolást vizsgálom a vállalati teljesítménnyel, vállalati kockázattal kapcsolatban. A vállalati teljesítményt egyrészt számveteli alapú (ROA, ROE)-val mérném, másrészt a piaci alapú mutatókkal (Tobin q) mérném. A kockázatot szórás, kockázatosított érték (VaR) működési tőkeáttétel, pénzügyi tőkeáttétel és piaci bétával számszerűsítem. A választott cégek vasúti áru fuvarozással foglalkoznak.

A dolgozat egyik fő hipotézise az, hogy a magas ESG besorolás pozitív hatással van a vállalati teljesítményre, kockázatra, amit különböző statisztikai módszerekkel szeretnék alátámasztani.

KELEMEN ANDREA

akelemen3@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan és pénzügy
MSc, 2. félév

Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem
Csíkszeredai Kar

ZAKARIÁS ANTÓNIA

zakarias.antonina@yahoo.com

Alkalmazott közgazdaságtan és pénzügy
MSc, 2. félév

Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem
Csíkszeredai Kar

Témavezető:

Dr. Bíró Bíborka-Eszter

egyetemi adjunktus, RO EMTE CSK

FENNTARTHATÓ VÁLLALATOK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE

Kulcsszavak: környezet; társadalom; vállalatirányítás; FFC; befektetések

A fenntarthatóság a 21. századi társadalom egyik kulcsfontosságú kérdésévé nőtte ki magát. A fenntarthatóság a jelenlegi generációk igényeinek kielégítését jelenti anélkül, hogy a jövő nemzedékének szükségleteit veszélyeztetné, miközben egyensúlyt teremt a környezetvédelem, a gazdasági növekedés és a társadalmi jólét között. A fenntarthatóság eszméjét gyakran három pillérre bontják: gazdasági, környezeti és társadalmi. Gazdaságilag a vállalat hosszú távon kell fenntartható legyen, a profitmaximalizáláson túl fontos hangsúlyt fektetni a megfelelő vállalatirányításra, kockázatkezelésre, továbbá a jogszabályoknak való megfelelésre. A környezeti fenntarthatóság alapja a természeti erőforrások oly módon történő felhasználása, hogy azok képesek legyenek újratermelődni. Ide tartozik az ökológiai lábnyom, a károsanyag-kibocsátás, valamint az energiafelhasználás csökkentése. Társadalmi szinten a vállalatnak nemcsak a külső, hanem a belső érintettek érdekeit is figyelembe kell vennie. Tisztában kell lennie azzal, hogy az ellátási láncban hol helyezkedik el a többi szereplő mellett, és hogyan működik a lánc.

A fenntarthatóság kérdéskörét már az államvizsga dolgozataink keretein belül is vizsgáltuk. Látókörünk szélesítése érdekében a fenntarthatóság terén szerzett ismereteinket össze szeretnénk kapcsolni a pénzügyek világával. Ennek érdekében három megközelítés alapján hasonlítottunk össze két nemzetközi egészségügyi vállalatot. A dolgozatunk elméleti részében vázoljuk, hogy a fenntartható fejlődési célok közül a vállalatok melyekre összpontosítanak. A gyakorlati részben taglaljuk a gazdasági, a környezeti és a társadalmi fenntarthatóságot, majd a pénzügyi állapot felmérését, végül, de nem utolsósorban a fenntartható vállalatokba történő befektetésekre is kitérünk. Többek között összehasonlítjuk a vállalatok ökológiai lábnyomait, illetve magyarázzuk néhány pénzügyi mutató alakulását az elmúlt években.

ROZSÁLYI EMŐKE

emoke1234@gmail.com

Vállalkozások Fejlesztésének Menedzsmentje

MA, 4. félév

Partiumi Keresztény Egyetem

Témavezető:

Dr. Kulcsár Edina-Éva
egyetemi adjunktus, RO PKE

A NEM-PÉNZÜGYI JELENTÉSTÉTEL GYAKORLATÁNAK ÖSSZEHASONLÍTÓ VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: fenntarthatóság; nem pénzügyi beszámoló; ESG; teljesítmény; éghajlatváltozás

Napjainkban a vállalatok egyre nagyobb figyelmet fordítanak az éghajlatváltozás kedvezőtlen hatásainak csökkentésére. Ennek érdekében a pénzügyi beszámolók mellett évente fenntarthatósági jelentéseket is készítenek. Kutatásomban a nem pénzügyi jelentéstétel gyakorlatát vizsgáltam szövegbányászati módszerrel, három iparágban: az energiaiparban, a pénzügyi szolgáltatások szektorában és az ipari szektorban tevékenykedő vállalatok esetében.

A mintába 31 tőzsdén jegyzett vállalat ESG (környezeti, társadalmi és irányítási) beszámolóját vontam be, és ezek tartalmi eltéréseit, terjedelmét, valamint időbeli változásait elemeztem a 2020 és 2022 közötti időszakban. Az összegyűjtött adatok feldolgozásához az R statisztikai programot használtam, ahol az ESG dimenziókat meghatározó kulcsszavak előfordulási gyakoriságát vizsgáltam. Az egyes jelentések tartalmi hasonlóságait koszinusz-hasonlóság számítás segítségével elemeztem.

Az eredmények azt mutatják, hogy a nem pénzügyi jelentések egyre részletesebbé és terjedelmesebbé váltak a vizsgált időszak alatt. A pénzügyi és az energiaipari szektorban működő vállalatok részletesebb beszámolókat készítettek. Valamint az is megállapítható, hogy a környezeti és társadalmi szempontok kiemelt szerepet kaptak a beszámolókbán, míg a vállalatirányítási szempontok további részletezést igényelnek.

A koszinusz-hasonlóság számítások alapján az energiaipari szektor jelentései mutatták a legnagyobb mértékű hasonlóságot, míg a pénzügyi és ipari szektorban nagyobb tartalmi különbségeket figyeltem meg. A vállalatok többsége a GRI keretrendszert alkalmazta a fenntarthatósági beszámolók elkészítése során.

ESZTER MÁRIA SCHMUTZ

esztischmutz@gmail.com

BSc in Tourism and Catering

BSc, 8. semester

University of Pannonia

Faculty of Business and Economics

*Supervisor:
Dr. Kitti Hiezl
senior lecturer, PE GTK*

SUSTAINABLE HOSPITALITY: EXAMINING SUSTAINABLE PRACTICES IN HOSPITALITY AND CONSUMER PERSPECTIVES

Keywords: sustainability; sustainable tourism; hotel industry; consumer behaviour

Sustainability has emerged as a critical concept across various sectors, including tourism and hospitality. Environmental degradation has accelerated in the 21st century, with all industries contributing to environmental degradation, albeit to varying degrees, and tourism is no exception.

The study employs quantitative surveys conducted among consumers and hotel representatives to examine their perceptions regarding environmental sustainability practices. This study examined how hotels in Hungary, which are members of HHRA, implementing green practises, and what are the most common taken actions. Key objectives to determine the consumers' environmentally conscious habits in both their daily lives and during hotel stays, as well as how they attribute to green initiatives in hotel operations.

The demand analysis shows that environmental sustainability, especially energy related green initiatives are of high importance to consumers, but the hotels' green practises do not play a prominent role in their decision makings. In the supply analysis, results highlight that within the examined categories, the energy saving practises are the most common ones, and most important ones due to both examined sides.

Furthermore, the research explores the relationship between supply and demand sides in the context of sustainability, determine motivations and perceptions from both perspectives. The results highlight that the perceptions of consumers are not totally matched by the actual actions of hotels.

Ultimately, the research highlights the importance of sustainability, underline the need for collaborative efforts between consumers and hotel establishments to foster environmentally responsible practices and promote sustainable tourism. Based on this research, future research could be investigate other tourism sector service providers with environmental sustainability aspect or even compare international hotel sectors with Hungary.

VINCZE DOROTTYA

vinczedorka.2018@gmail.com

Környezetmérnök

BSc, 5. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Vegyésmérnöki és Biomérnöki Kar

Témavezető:

Dr. Szabó Mariann

egyetemi adjunktus, BME GTK

A CSOMAGOLÁSMENTES ÜZLETEK HOSSZÚTÁVÚ MŰKÖDÉSÉNEK VIZSGÁLATA A BUDAPESTI AGGLOMERÁCIÓBAN

Kulcsszavak: fogyasztói attitűdök; fenntarthatóság; Budapest és agglomerációja; csomagolásmentes üzlet; körforgásos gazdaság

A csomagolásmentes üzletek a fenntartható fejlődés céljainak megvalósulását támogatják. Hulladékszegény alternatívát ajánlanak, a vásárlók helyi és idénytermékeket vehetnek, ezzel is támogatva a hazai gazdaságot. A környezettudatos gondolkodás elterjedésével egyre több csomagolásmentes üzlet nyílt, és előreláthatólag fog még nyílni Európában. Ezek fennmaradásához azonban őket támogató szabályozások is szükségesek, erre jó példa az osztrák szakpolitika is.

Magyarországon a csomagolásmentes üzletek a 2010-es években kezdtek el nagyobb számban megnyitni. Többek között a 2019-ben kitörő járvány és az azóta tartó magas infláció hatására azonban számos üzlet zárt be végleg. A budapesti agglomerációban az évek során megjelenő és részben eltűnő csomagolásmentes boltokról eddig nem készült még átfogó kutatás. Ennek alapköveként létrehoztam egy adatbázist az összes itt található jelenlegi és korábbi üzletről, ami alapján számos változást tudtam azonosítani térben és időben. Megállapítottam, hogy Budapesten található a legtöbb ilyen üzlet az országban, azonban szintén itt zártak be a legnagyobb számban. Emellett az is kiderült, hogy a kinyitó csomagolásmentes üzletek jelentős hányada kevesebb, mint két évig tudott működni.

Kutatásom során célom a jelenleg működő csomagolásmentes boltok fennmaradását elősegítő tényezők beazonosítása. Ennek vizsgálatára négy csomagolásmentes üzlet vezetőjét kerestem meg, mivel mindegyiküket más szempontból találtam érdekesnek. A 17.kerületi Tebe egy franchise részeként nyitott meg 2022-ben, maga a franchise azonban azóta megszűnt, így saját lábukon kell megállniuk a továbbiakban. A 13. kerületi Ligeti boltot úttörő szerepe miatt választottam ki, az évek során egy bolthálózat kialakításával is kísérleteztek, ami azonban egy boltra redukálódott napjainkra. A nagykovácsi Menő-Jövő egyedi megoldással rukkolt elő, állandó üzletük mellett piacokra járnak ki a környékbeli településre a saját tervezésű mozgóboltjukkal. A 11.kerületi Szatócska jelenleg a legújabb bolt a budapesti agglomerációban, munkám során a kibontakozásukat követem végig. A négy bolt üzletvezetőivel végzett mélyinterjúk alapján készítettem egy vásárlói kérdőívet, hogy megismerhessem az ilyen boltokat támogató közösség motivációt, szokásait és összetételét. A válaszok elemzésével egy teljesebb kép tárulhat elém a piac ezen szegmensének mozgatórugóiról.

Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Fenntarthatóság – ESG

Elnök:	Reizingerné Dr. Ducsay Anita	BCE
Társelnök:	Prof. Dr. Oláh Judit	NJE
Tag:	Dr. Buzási Attila	BME
Tag:	Dr. habil. Karcagi-Kovács Andrea	DE
Tag:	Dr. habil. Szegedi Krisztina	BGE
Titkár:	Hódiné Hernádi Bettina	ME

GULYÁS DÁVID JÁNOS

gdavid2955@gmail.com

vezetés és szervezés

MA, 2. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Szendrey Orsolya

tanársegéd, DE GTK

Prof. Dr. Fenyves Veronika

egyetemi tanár, DE GTK

AZ ESG HAZAI BAJNOKAI AZ ÜZLETI VILÁGBAN AVAGY A MAGYAR NAGYVÁLLALATI ESG KÖZZÉTÉTELEK ÖSSZEHASONLÍTÓ VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: fenntarthatóság; ESG; fenntarthatósági jelentés; ESG index

A fenntarthatóság szerepe egyre jobban felértékelődik mind globálisan, mind a hazai üzleti élet valamennyi szegmensét illetően. Jelen dolgozat a hazai nagyvállalati ESG teljesítményekre, s az általuk eszközölt ESG közzétételekre fókuszál. A szakirodalmi áttekintés keretében bemutatom az ESG keretrendszer kialakulását, jelenlegi megítélését, a legfontosabb hazánkat is érintő szabályozással kapcsolatos fejleményeket, ismertetem a hazai fenntarthatósági közzétételek által alkalmazott ESG jelentéstételi keretrendszerek, szabványok jellemzőit, s végül kitérek a közzétételek minősítésével kapcsolatos legfontosabb kihívásokra.

Kutatásom során egy olyan ESG kérdéssort állítottam össze, amely elősegíti a magyarországi nagyvállalatok ESG teljesítményének pontosabb, egységes értékelését és összehasonlítását. Ezen kérdéslista segítségével egy olyan ESG indexet hoztam létre, amely kellően átfogó, de széles körben interpretálható módszertanon alapul, s információval lát el minden olyan érintettet, akik arra kíváncsiak, hogy a hazai vállalatok milyen mértékben integrálják az ESG szempontokat működésükbe, s ez hogyan jelenik meg fenntarthatósági közzétételeikben.

A kérdéslista, s az abból létrehozott ESG index segítségével tíz hazai nagyvállalat esetében mind a környezeti, társadalmi, vállalatirányítási területen külön-külön nyújtott, s az aggregált ESG teljesítményt is értékelem. A vizsgálat alapjául a kiválasztott vállalatok fenntarthatósággal, ESG-vel kapcsolatos, legfrissebb nyilvánosan is hozzáférhető közzétételei szolgálnak.

Az eredmények értékelése során fény derült arra, hogy a vizsgált vállalatok mindegyike felismerte a fenntarthatósággal kapcsolatos közzétételekre irányuló, az érintettek részéről támasztott megnövekedett igényt, hiszen részletes jelentéseket publikálnak fenntarthatósági célkitűzéseikről és a már elért eredményeikről. Bizonyos vállalatoknál azonban a közzétételek tartalmát illetően hiányosságokat tártam fel, melyek akadályozhatják az ESG keretrendszerből, s a fenntarthatósági közzétételektől várt hatások gyakorlati megvalósulását. Dolgozatom végén javaslatokat fogalmazok meg, hogyan lehetne az azonosított hiányosságokat kiküszöbölni, mindezzel támogatva a hazai vállalatok fenntarthatósági közzétételi kultúráját.

LUKÁCS BENCE

bencelukacs1222@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 2. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Tóth Árpád
egyetemi docens, SZE KGK*

FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉSI CÉLOKNAK VALÓ VÁLLALATI MEGFELELÉS MÉRÉSE GLOBAL REPORTING INITIATIVE ESG JELENTÉSI MÓDSZERTAN ALAPJÁN

Kulcsszavak: fenntarthatósági számvitel; zöld kontrolling; SDG; ESG

A dolgozat célja a Fenntartható Fejlődési Célok (SDG-k) vállalati jelentéseinek és megfelelőségének vizsgálata a Global Reporting Initiative (GRI) módszertan alkalmazásával. Az ESG (környezeti, társadalmi és irányítási) jelentések és az SDG-k összehangolása alapvető fontosságú a fenntarthatósági célok elérésében. A kutatás bemutatja az európai és globális fenntarthatósági politikák szerepét, különös tekintettel az Európai Unió vezető szerepére az olyan kezdeményezések révén, mint a Zöld Megállapodás és a CSRD szabályozás. A tanulmány szekunder és primer kutatási módszerekkel vizsgálja különböző iparágak (autóipar, technológia, energia, egészségügy) vállalatainak fenntarthatósági jelentéseit. A statisztikai elemzések feltárják az SDG jelentések hiányosságait, valamint a különbségeket az iparágak közötti ESG és SDG megfelelésben. Az eredmények rámutatnak, hogy az SDG-k jelentése nem egységes, gyakran hiányzik az alátámasztottság és a harmonizáció. A tanulmány javaslatokat fogalmaz meg az egységes jelentési szabályok és módszertanok kialakítására, amelyek elősegíthetik a vállalatok fenntarthatósági teljesítményének pontosabb értékelését.

MONDA VIKTÓRIA

viktoria.monda@gmail.com

vezetés és szervezés

MA, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Dániel Zoltán András

egyetemi docens, PE GTK

A VÁLLALATI ESG FOGYASZTÓI MEGKÖZELÍTÉSE – FOGYASZTÓI MAGATARTÁSMODELLEK, ELVÁRÁSOK ÉS ÉRZÉKELÉSEK AZ ESG ÉRTÉKEK MENTÉN

Kulcsszavak: fenntarthatóság; fogyasztói csoportok; fogyasztói nézőpont; társadalmi elvárások; klaszterelemzés

Napjainkban egyre sürgetőbbé válik a környezetünket érő károk megelőzését célzó cselekvések és megoldások kérdésköre. A klímaváltozás ma már nem távoli jövőre vonatkozó hipotézis, hanem olyan megatrend, amely számszerűsíthetően is hat a gazdasági teljesítményre. (Gyura, 2020) Az ESG (Environmental, Social, Governance) olyan, környezeti, társadalmi és vállalatirányítási fenntarthatóságot középpontba helyező keretrendszer, amely versenyelőnyt jelenthet a finanszírozásnál, költségmegtakarítást eredményezhet a termelési folyamatokban és szolgálhatja a márkaépítési célokat is. Dolgozatom célja, hogy a vállalati ESG működést a fogyasztók oldaláról tekintsem át. A fogyasztók csoportosításán túl a kutatási kérdéseim az egyes csoportok demográfiai jellemzőinek meghatározására is kiterjednek. Vizsgálom továbbá, hogy a különböző fogyasztói csoportok kapcsolatban állnak-e a vállalatokkal szemben támasztott ESG elvárásokkal, illetve a vállalatok ESG törekvéseinek érzékelésével. Többféle klaszterelemzési módszert használva, 207 fogyasztói válasz alapján határoztam meg ESG-vel azonosuló és ESG-vel kevésbé azonosuló csoportokat a fogyasztói magatartásokra vonatkozóan. A demográfiai jellemzők vizsgálatát az egyes csoportokban Kruskal-Wallis teszttel és GAM elemzéssel végeztem el, míg az elvárások és az érzékelések, illetve a fogyasztói csoportok közötti kapcsolatok feltárására keresztábra elemzést használtam. Eredményeim részben igazolták a szakirodalmi kutatásomat, mely szerint egyrészt megkülönböztethetők fogyasztói csoportok a vizsgált téma mentén is, amelyekre egyes demográfiai tényezők hatással vannak. Kiderült továbbá, hogy a mintámban szereplő válaszadók elvárásai csoporttól függetlenül magasak a vállalati ESG tevékenységek tekintetében, nem úgy a vállalati ESG törekvések érzékelésében, amely kapcsolatot mutatott az egyes fogyasztói csoportokba való tartozással. A kutatási tevékenységem arra is rávilágított, hogy egyrészt a téma sokrétűsége, másrészt az újszerűsége miatt is nagyon sok lehetőséget ad akár egy specifikusabb tanulmányozásra is.

SÜLE ANNA ADRIENN

anna960709@gmail.com

vezetés és szervezés

MA, 2. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bosnyák-Simon Nikolett

adjunktus, PE GTK

AZ ESG TÖRVÉNY HATÁSA A MAGYAR VÁLLALATOKRA – VIZSGÁLAT AZ ESG TANÁCSADÓK SZEMSZÖGÉBŐL

Kulcsszavak: fenntarthatóság; ESG; hazai vállalatok

Az utóbbi években egyre nagyobb szerepet kap a fenntarthatóságra való törekvés és annak fontossága, hiszen az emberiségnek egyre jelentősebb kihívásokkal kell szembenéznie, mint például a klímaváltozás, a globális felmelegedés, vagy a szűkösen rendelkezésre álló erőforrások. A változásban a fogyasztók mellett a vállalatoknak is kulcsfontosságú szerepe van. Ezt elősegítve Magyarországon is erősödnek a közzétételre vonatkozó elvárások és szigorodik a jogszabályi környezet, mely a vállalatokat arra „kényszeríti”, hogy az operatív működés szintjén, érdemben elkezdjenek foglalkozni a fenntarthatósággal.

Az Európai Unió fenntarthatósággal kapcsolatos iránymutatásainak való megfelelés, illetve a vállalatok fenntarthatósági célú átvilágítása és nyilvánossá tétele céljából került elfogadásra az „ESG törvény” (2023. évi CVIII. törvény), mely idén január 1-én lépett hatályba. A jogszabály olyan közzétételi kötelezettséget ró a hazai vállalatokra, melynek keretében részletesen be kell mutatniuk, milyen lépéseket tettek környezeti, társadalmi és vállalatirányítási témakörökben. A törvényt az évek előrehaladtával fokozatosan terjesztik ki a nagyvállalatoktól kezdve a középvállalatokon át egészen a kisvállalatokig. A vállalkozások a törvénynek való megfelelés érdekében ESG tanácsadó segítségét is igénybe vehetik.

Tudományos diákköri kutatásomat az ESG területén valósítottam meg. Céljaim között szerepelt, hogy megismerhessem a különböző méretű vállalatok ESG felkészültségét, továbbá, hogy átfogó képet kapjak arról, hogyan tudják segíteni a vállalatokat az ESG tanácsadók a fenntarthatóvá válás komplex folyamatában. Dolgozatom feltáró jellegű, primer, kvalitatív kutatáson alapul. Munkámat a választott tématerület teoretikus áttekintésével kezdtem, ezt követően a jogszabályi háttér feltárása helyeződött a fókuszba. Gyakorlati kutatásom során félig strukturált interjút folytattam le három ESG tanácsadóval és egy könyvvizsgálóval. Az interjúk által választ kaptam arra, hogy a tématerület szakemberei milyen segítséget tudnak nyújtani a vállalatok számára, ők maguk hogyan ítélik meg a hazai vállalati szektor felkészültségét, hogyan vélekednek az „ESG törvényről”, továbbá, hogy az ESG keretrendszer mely pillérét tartják a legnagyobb kihívásnak a vállalatok aspektusából.

SZABÓ CSABA

csszabo@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezetők:

Dr. habil. Juhász Tímea
egyetemi docens, BGE KKK

Dr. Gáspár Tamás CSc.
egyetemi docens, BGE KKK

A VÁLLALATOK FENNTARTHATÓ GONDOLKODÁSA AZ ESRS NÉZŐPONTJÁBÓL

Kulcsszavak: fenntarthatóság; ESRS; ESG; értékláncok; kockázat

A 2024-es év az ESG és a fenntarthatóság szempontjából egy kiemelten dinamikus időszak, amely során a magyarországi jogalkotás rendeleti szinten is beemelte az Európai Unió által közzétett ESRS standardot. Az ESRS standard a vállalatok fenntarthatósági jelentéseinek egyik strukturális alapját képezheti. A célom annak a vizsgálata, hogy a vállalatok mennyire mérik fel a fenntarthatósággal kapcsolatos kockázataikat, milyen hajlandóság mutatkozik a részükről a fenntarthatósággal kapcsolatos tevékenységeik pénzügyi finanszírozására, továbbá célom bemutatni a megkérdezett vállalatok értékláncainak monitorozási szándékát a fenntarthatóságra való törekvéseik vonatkozásában. A vizsgálat alapját az ESRS direktíva szolgáltatja. A kutatás primer része 2 db irányított interjú, majd kérdőíves adatgyűjtés formájában valósult meg. A dolgozat felfedi azt, hogy a kérdőívet kitöltő vállalatok nagy százalékban nem fordítanak kellő figyelmet a fenntarthatóságból eredő működési kockázataik monitorozására és elemzésére. A kutatás rámutat arra, hogy a kitöltő vállalatok nem allokálnak erre elegendő pénzügyi forrást (szüksége minimumra való törekvés elve érvényesül), valamint az értékláncaik kapcsán nem vizsgálják azok nem fenntartható vállalati működésének kockázatát.

TAJTI KITTI

tajtikitti@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Dániel Zoltán András

egyetemi docens, PE GTK

MAGYARORSZÁGON MŰKÖDŐ KÖZEPES VÁLLALKOZÁSOK ESG SZEMLÉLETE

Kulcsszavak: ESG; vállalkozás; KKV; fenntarthatóság; stratégia

Napjainkban a fenntarthatóság kérdésköre gyakori jelenség, hiszen már a mindennapi élet, a politika, üzleti világ és nem utolsósorban a kutatások szerves részét képezi. Azonban a fenntarthatóság sokak elképzelése szerint egy elemre korlátozódik, a környezeti tényezőre, csak hogy azonos mértékben jelenik meg emellett a gazdasági (vállalatok esetében irányítási), illetve társadalmi tényező is. Ezek a tényezők együttes elnevezése az ESG, ami tulajdonképpen egy olyan szempontrendszer, amely értékelhetővé teszi a vállalatok fenntarthatósági teljesítményét átfogó képet nyújtva mind a befektetők, üzleti partnerek, mind a fogyasztók, társadalom számára. Ezek a mutatók tehát egy vállalat vonatkozásában, valamint egy országra vonatkozóan egyaránt meghatározhatók. Bár az ESG már évtizedek óta jelen van, az utóbbi években kiemeltebb figyelemnek örvend és a nagyobb vállalatok hozzá is fogtak a stratégiájukba történő beépítéséhez, annak publikálásához, valamint már uniós törekvések is jelennek meg ennek szabályozására. Az Európai Unió szabályozása szerint 2022-től kötelezi a nagyvállalatokat az ún. nem pénzügyi jelentés készítésére, ami a következő időszakokban a vállalatok nagyobb arányát, azaz a kis- és közepes vállalkozásokat is érintheti.

Dolgozatom célja feltárni, hogy mely ESG intézkedéseket integrálják a magyarországi közepes vállalkozások a stratégiájukba, ezek az intézkedések jelenleg hol tartanak a bevezetésben, illetve a bevezetési szintek és a vállalatok pénzügyi teljesítménye között van-e egyértelmű kapcsolat. A kitűzött cél elérése érdekében kvantitatív módszert alkalmazva, első körben szakértők véleményének bevonásával határoztam meg az egyes ESG elemek fontosságát a vállalati stratégiába történő beépítés során. Ezt követően közepes vállalkozások körében történő felméréssel vizsgáltam, hogy az üzleti tevékenységük során tesznek-e intézkedéseket környezeti, társadalmi és irányítási területeken, az egyes intézkedések milyen státuszban vannak a vállalati stratégiába történő beépítésben, illetve hogyan alakult a vállalatok pénzügyi teljesítménye az elmúlt 3 évre vonatkozóan.

A felmérés eredményeinek elemzése során választ kaptam, hogy a vállalatok fel vannak-e készülve az EU által előmozdított nem pénzügyi beszámoló készítésének kötelezettségére, emellett statisztikai módszerek segítségével pedig arra, hogy van-e kimutatható kapcsolat az egyes ESG tényezők között, illetve a vállalatok eredményessége és ESG stratégiája között.

Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Fenntarthatóság társadalmi kérdései

Elnök:	Prof. Dr. Nagy Henrietta	MILTON
Társelnök:	Prof. Dr. Dunay Anna	NJE
Tag:	Dr. Ráthonyi-Ódor Kinga	DE
Tag:	Dr. Szigeti Cecília	METU
Titkár:	Pálné Gecse Dóra	ME

BERKI DZSENIKER KRISZTINA

dzseniferkrisztinab@gmail.com

Közösségszervezés

BA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

RUTTNER BENJÁMIN LEVENTE

ruttner03@gmail.com

Közösségszervezés

BA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Dr. Sólyom Andrea

egyetemi docens, BGE KVIK

EMBEREK HAJLANDÓSÁGÁNAK KUTATÁSA EGY FAÜLTETÉSI KEZDEMÉNYEZÉS TÁMOGATÁSÁRA EGY VENDÉGLÁTÓI LÉTESÍTMÉNYBEN

Kulcsszavak: fenntarthatóság; oktatás; innováció; faültetés; ökológiai tudatosság

A kutatásunk relevanciája és validálása érdekében különböző szakirodalmakat olvastunk el a faültetési kezdeményezésekkel kapcsolatban, továbbá arról is, hogy a vendéglátói létesítményeknek milyen környezetkárosító hatásai vannak és milyen fenntarthatósági kezdeményezések jöttek már létre.

Az olvasott szakirodalmak alapján megfogalmaztuk a kutatási kérdésünket, miszerint: Milyen tényezők befolyásolják az emberek hajlandóságát egy vendéglátói létesítményben megvalósuló faültetési kezdeményezés támogatására, és hogyan függ ez a demográfiai helyzettől, jövedelmi helyzettől és a környezetvédelmi tudatosságtól.

A kérdésünk megválaszolásához szükséges módszertanban szekunder, illetve primer kutatásokat alkalmaztunk, amely tartalmazott kvalitatív és kvantitatív kutatást is.

A primer kutatásunk keretein belül mélyinterjúkat készítettünk. Az egyik egy étterem vezetőjével történt. Tőle több, a kutatásunk szempontjából hasznos információt tudhattunk meg, mint például: a vendéglátói létesítmény befogadóképessége és a havi látogatottsági száma. A másik interjúalanyunk egy hivatásos faápoló volt, akitől a faültetésről és annak velejáróiról szereztünk információkat.

A primer kutatás második eleme egy általunk készített kérdőív, melyet 328 fő töltött ki. Ezt a kitöltő számot kényelmi módszerrel és hólabda módszerrel értük el. A kérdőívünkben megkérdeztük a kitöltőink demográfiai adatait, környezetvédelmi és faültetési támogatásra való hajlandóságukat, a környezetvédelmi edukáltságukat és a vendéglátói létesítménybe járási szokásaikat, amelyből megtudhattuk, hogy a kitöltőink nagy százalékban az éttermet részesítik előnyben.

Ezután a beérkezett válaszokból klasztereket képeztünk. Megkaptuk, hogy a kitöltőink nagy százalékban támogatnának egy ilyen faültetési kezdeményezést, viszont legnagyobb arányban a kitöltőink nem teljesen biztosak egy ilyen projekt támogatásában, amit a jövedelmi helyzetük befolyásolhat, de az általunk végzett kutatás alapján leginkább a környezetvédelmi edukáltság hiánya okozza a kitöltőink bizonytalanságát.

Konklúzióként elmondható, hogy a kitöltőink jövedelmi helyzete annyiban befolyásolja a támogatásuk mértékét, hogy amennyiben több bevétellel rendelkeznének a vallott támogatásuk is magasabb lenne, illetve, hogy nagy szükség lenne az emberek korszerű és pontos informálására a környezetvédelemmel kapcsolatban, hiszen az esettanulmányokban is nagyobb hajlandóságot mutattak azon válaszadók, akiknek a témában való jártassága magasabb volt.

DORKA FORGÁCS

dorka.forgacs@gmail.com

Finance

MSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Fanni Dudás

PhD student, BCE GTK

HOW CORPORATE GREENWASHING IS AFFECTED BY CORRUPTION AND NATIONAL WELL-BEING

Keywords: sustainability; greenwashing; corruption; national-wellbeing; panel regression

Understanding the impacts of company actions on societal well-being is of paramount importance, and this study addresses this concern by assessing the associations between corporate greenwashing, corruption, and national well-being. How do different levels of corruption in a country affect firms' willingness to adopt ESG greenwashing behavior by influencing transparency, the regulatory environment, corporate governance structures. Also, how the socio-economic development indicators and social expectations of a country combine to influence the acceptance of ESG greenwashing practices by companies. It also delves into investigating how does board size influence firm's ESG greenwashing behavior, and to extent does a larger board size mitigate such behavior through enhanced monitoring capabilities. Using multiple linear regression on panel data from notable sources such as Bloomberg, Refinitiv Eikon, the United Nations, and the Transparency International for the period between 2018 and 2021, insight into global capital markets was gleaned. The universe of the study is the MSCI Worldwide Index, reflecting diverse economies. Furthermore, the greenwashing scoring system used provides wide acceptance as a measure of corporate greenwashing. The results of the study suggest that companies are more likely to engage in greenwashing if the level of corruption in the country is high. It also suggests that in countries with advanced economies, where people are more educated and have better access to information, companies are less likely to greenwash in their sustainability reports. The results of the study also indicate that the more members a company has on its board, the more likely it is that these companies will engage in greenwashing practices. Conclusions absorbed from this research may notably impact investors, managers, and policymakers. The findings could potentially enforce better sustainability disclosures and reporting standards, enforce stricter corporate governance policies, and influence investment decisions, all with an aim to drive more sustainable and ethical corporate behavior.

JARECSNI KATERINA
jarecsni.katerina@gmail.com
vállalkozásfejlesztés
MA, 3. félév
Tokaj-Hegyalja Egyetem

*Témavezető:
Dr. habil. Köpeczi-Bócz Tamás
tanszékvezető, egyetemi docens, THE*

A SÁROSPATAKI GYÓGYVÍZ LEHETSÉGES GAZDASÁGI- ÉS TÁRSADALMI HATÁSAI A FENNTARTHATÓ TÉRSÉGI TERVEZÉSBEN

Kulcsszavak: fenntartható térségi tervezés; gyógyvíz; fürdőgyógyászat; társadalombiztosítási támogatással igényelhető gyógyászati ellátások; egészségturizmus

Dolgozatomban a Sárospatak területén található termálvíz készletek fenntartható és optimális használatának gazdasági és társadalmi hatásainak kapcsolatával szeretnék foglalkozni. Arra a kérdésre keresem a választ, hogy a Sárospatakon megtalálható termálvíz gyógyvízzé történő minősítésével, az erre épülő lehetséges fürdőgyógyászati szolgáltatások bevezetése milyen társadalmi- és gazdasági hasznot jelenthetnek. Érdekes-e további fejlesztésekben és beruházásokban gondolkodni?

Körbejárom a gyógyvízi minősítés folyamatát, az igénybe vehető gyógyászati ellátások körét, hogy meghatározhassam a jelenlegi infrastruktúrával mely szolgáltatások bevezetése valósulhat meg Sárospatakon. A kutatásaim során összegyűjtött adatok alapján költség-haszon elemzést végzek annak érdekében, hogy megvizsgáljam a balneoterápiás kezelések társadalombiztosítási finanszírozásával biztosíthatók-e a megvalósítás és szolgáltatások működtetésének költségei.

Arra a következtetésre jutok, hogy a Sárospatakon található gyógyvíz fürdőgyógyászati szolgáltatásokra történő alkalmazása pozitív gazdasági- és társadalmi hasznot jelenthet. A lakosságszám arányosan mért számítások a befektetési költségek nyereségességét mutatják. Akárcsak a hosszú távra számolt jelenértékszámítás is. A kutatási eredmények egyértelműen azt igazolják, hogy további beruházások és fejlesztések megvalósítása a fenntartható térségi tervezést eredményezhetik.

KOVÁCS ANTÓNIA

k.antonio01@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Eszterházy Károly Katolikus Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Baranyi Dániel Martin

tanársegéd, EKKE GTK

A KÖZSZOLGÁLTATÁSOK MINŐSÉGÉNEK ÉS A SZUBJEKTÍV JÓLLÉT KAPCSOLATÁNAK VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: közszolgáltatások; szubjektív jóllét; életminőség; fenntarthatóság; társadalmi egyenlőség

A szakdolgozat a közszolgáltatások minősége és a szubjektív jóllét közötti összefüggéseket vizsgálja Magyarországon, különös tekintettel az egészségügyi és oktatási szolgáltatások, a zöldterületek és a kulturális lehetőségek szerepére. A kutatás kiemeli a közjavak fontosságát a társadalmi jólét és az életminőség javítása szempontjából, miközben feltárja a regionális eltéréseket és azok hatásait a lakosság elégedettségére. Kvantitatív és kvalitatív módszerek segítségével készült az elemzés, beleértve kérdőíves felméréseket és statisztikai modellezést. Az eredmények alapján a közszolgáltatások elérhetősége és minősége meghatározó tényező a szubjektív boldogság szintjében, különösen a népsűrűség változásaival összefüggésben. A dolgozat rávilágít arra, hogy a közszolgáltatások fenntarthatósága és igazságos elosztása elengedhetetlen a társadalmi egyenlőség megteremtéséhez. Továbbá hangsúlyozza a közjavak tervezésében és fejlesztésében rejlő lehetőségeket a boldogság növelése érdekében, miközben a regionális fejlesztéspolitikai kérdésekre is javaslatokat tesz.

PINTYE LILI MIRELLA

pintyelili@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Karcagi-Kováts Andrea

egyetemi docens, DE GTK

NE SZORONGJ, INKÁBB CSELEKEDJ! – KLÍMASZORONGÁS A Z GENERÁCIÓN BELÜL

Kulcsszavak: klímaváltozás; fenntarthatóság; attitűd; fiatalok; pszichológia

A klímaszorongás mint kifejezés csak néhány éve jelent meg a közbeszédben. Globális méreteket öltő probléma, mely a Z generációra van a legnagyobb hatással, ezért a „Gondolkodj globálisan, cselekedj lokálisan” elvet követve Magyarországon belül érdemes felmérést végezni.

Dolgozatomban azt vizsgáltam, hogy a magyar Z generációban van-e kimutatható mértékű klímaszorongás és ha igen, akkor melyek azok a fontosabb tényezők, amik a 16-30 évesek klímaszorongását befolyásolják. Ennek érdekében kérdőíves felmérést végeztem, a kérdések összeállításánál a szakirodalomban fellelhető klímaszorongást vizsgáló kérdőívekre támaszkodtam és eredményeimet összehasonlítottam az általam feldolgozott kutatások eredményeivel. A klímaváltozás mentális egészségre való hatásaival kapcsolatban korcsoportonkénti összehasonlítást végeztem. A demográfiai jellemzők klímaszorongással való összefüggéseit a férfiak és nők, illetve a városban vagy falvakban élő fiatalok esetében kétmintás t-próba segítségével, míg a jövedelemszint, valamint az iskolai végzettséget illetően a Pearson-féle korreláció alkalmazásával mutattam ki, valamint rávilágítottam az egyének cselekedetének és a klímaszorongásnak a kapcsolatára, annak irányára és erősségére. Többváltozós lineáris regressziós számításokat végeztem, mellyel feltártam, hogy hogyan hat a fiatalok klímaszorongására a környezetük (család, barát, munkahely, döntéshozók) klímaváltozáshoz való hozzáállása.

Az eredményeim alapján megállapítható, hogy a magyar Z generáció esetében a nők, a kisebb egy főre eső jövedelemmel rendelkező háztartásban élők, illetve az alacsonyabb iskolai végzettségűek esetében magasabb a klímaszorongás jelenléte. A faluban és városban élők között nincs jelentős különbség. Általánosságban, a magasabb klímaszorongás mellett többen folytatnak klímabarát életmódot, bár jelenleg kivételt képeznek a 16-18 évesek. A klímaszorongás mértékét leginkább befolyásoló tényezők a döntéshozók, a munkahely, vagy iskola, valamint a szomszédok, a barátok, illetve a család klímaváltozással szembeni attitűdje.

PRELOZSNIK ZSÓFIA

prelozsofi@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Dr. Győri Zsuzsanna

tudományos főmunkatárs, BGE PSZK

Vági Eszter

színházpedagógus, Katona József Színház Közhasznú Nonprofit Kft.

A KÖZÖSSÉGI SZÍNHÁZ MINT A FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉS INKUBÁTORA

Kulcsszavak: közösségi színház; empowerment; színházi nevelés; részvételi akciókutatás; társadalmi egyenlőtlenségek csökkentése

Az elmúlt években a színházak repertoárján egyre nagyobb számban jelennek meg olyan darabok, melyek különböző társadalmi problémákkal, nehézségekkel foglalkoznak, mint például a fiatalok útkeresése, generációs problémák, társadalmi beilleszkedés vagy akár a kirekesztettség. Két éve látok bele egyre inkább a Katona József Színház értékkeremtő és közösségépítő programjaiba és eseményeibe, így eldöntöttem, hogy a TDK dolgozatom és később a szakdolgozatom megírásakor a színházi projektek társadalomra gyakorolt hatásait szeretném kutatni. A Katonában működő Behívó színházpedagógiai foglalkozásokat tartó csapatának tagjai egy nagyon szép és fontos projektet visznek immár négy éve – a Rákospalotai Leánynevelő és Javítóintézetbe járnak ki találkozni és alkotni a bent élő lányokkal, mely foglalkozásokhoz az intézet falain kívülről jövő nők és lányok, illetve a színház egyes színészei is csatlakoznak. A foglalkozások lényege, hogy elmossa a határokat roma és nem roma, fiatal és idősebb nők és lányok között, hogy színházi eszközök segítségével hidakat építsenek és felruházzák a lányokat az empowerment erejével. A résztvevők kapcsolódnak egymással és rengeteget tanulnak magukról és társaikról – mindezt játékos keretek között.

Ennek a projektnek a vizsgálatához a fenntartható fejlődési célokat (SDG-k) kezdtem el átfogóan tanulmányozni – kiemelt figyelmet fordítva az egyenlőtlenségek csökkentésére, mely a 10. cél, valamint arra, hogy hogyan kapcsolódnak ezek a célok egymáshoz, milyen hatásai vannak egymásra. A kutatás során a részvételi akciókutatás módszerét alkalmaztam – ami által nem csak mint megfigyelő, hanem mint résztvevő is jelen voltam a foglalkozásokon –, annak érdekében, hogy a fő kutatási kérdéseimre választ kapjak, mely a következő: Miben és hogyan mérhető a Behívó rákospalotai projektje, a Mégis szabadon... társadalmi hasznossága?

Kutatásom során félig strukturált interjúkat készítettem a program vezetőivel, az intézetben élő és a kívülről érkező lányokkal/nőkkel, illetve a részt vevő színészekkel, hogy a lehető leginkább átfogó képet kapjak a projektről és annak a közösségre, illetve az egyénre gyakorolt hatásairól.

Az interjúkból többek között kiderült, hogy a lányok kölcsönösen pozitívan hatottak egymásra: a bent élő lányok nyugodtabbak lettek, megtanultak jobban kommunikálni, a kintiek szókimondóbbak és őszintébbek lettek. Az otthon falai között lévő lányok a projekt során azt is megérezték, hogy figyelnek rájuk és számít, amit mondanak.

SEREGI MOIRA BIANKA

mseregi@ibs-b.hu

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 5. félév

Nemzetközi Üzleti Főiskola (International
Business School)

Témavezetők:

Dr. Várkonyi László

tanszékvezető, NÜF

Dr. Barta-Rigó Márta

főiskolai docens, NÜF

ÉDESVÍZ HELYETT TUDATOSSÁG: A WC-HASZNÁLAT ÚJRADEFINIÁLÁSA A FENNTARTHATÓSÁG JEGYÉBEN

Kulcsszavak: vízmentes szanitációs rendszer; komposztáló wc; komposzttrágya; körforgásos gazdaság

Kutatási kérdés

A kutatás célja annak vizsgálata, hogy a vízmentes szanitációs rendszerek, különösen a komposztáló WC-k, hogyan járulnak hozzá az édesvíz-megtakarításhoz, a talajminőség javításához és a fenntartható mezőgazdasághoz. A fókusz az emberi végtermékből készült komposzttrágya hosszú távú használhatóságán volt.

Kutatási módszertan

A kutatás kvalitatív és kvantitatív módszereket ötvözött. Egy Google Forms-alapú kérdőív feltárta a magyar lakosság attitűdjét, amit Oláh Zsolt közgazdásszal készített interjú egészített ki, gazdasági és társadalmi szempontból vizsgálva az alternatív WC-k alkalmazhatóságát. Nemzetközi esettanulmányok (Svédország, Kína, Haiti) és szakirodalmi áttekintések is alátámasztották az elemzéseket.

Eredmények

A komposztáló WC-k csökkenthetik az édesvíz-pazarlást, különösen Magyarország vízhiányos területein. Az emberi végtermékből készült komposzttrágya javítja a talaj termékenységet, és csökkenti a szintetikus műtrágyák szükségességét. A közvélemény-kutatás szerint a lakosság mérsékelt nyitott, de erős fenntarthatósági igényt mutatott. A sikeres bevezetés feltétele az infrastruktúra fejlesztése, társadalmi tájékoztatás és gazdasági ösztönzők biztosítása. A nemzetközi példák igazolják az alternatív rendszerek hatékonyságát megfelelő körülmények között.

SMUK VIKTÓRIA

smuk.viki2001@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Fajt Balázs

egyetemi adjunktus, BGE PSZK

A KLÍMASZORONGÁS ÉS A FELELŐS FOGYASZTÁS KAPCSOLATÁNAK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: klímaváltozás; klímaszorongás; felelős fogyasztás; etikus fogyasztás; öko-bűntudat

A klímaváltozás napjaink egyik legsúlyosabb globális problémája. Hatásait vizsgálva kiderül, hogy az egészségünkre, többek között a mentális egészségünkre is nagy hatást gyakorol. Ezáltal az elmúlt években olyan fogalmak jelentek meg, mint a klímaszorongás, az öko-bűntudat, az öko-gyász és még sok egyéb. Ezek mellett pedig megjelent a tudatos és felelős fogyasztás fogalma is, melynek fontossága egyre erősödik az évek folyamán.

TDK dolgozatomban többek között arra kerestem a választ, hogy a megkérdezettek között milyen mértékben van jelen a klímaszorongás, mint környezeti érzelem és milyen összefüggésben áll az életkorral. Ezen kívül az is érdekelt, hogy a felelős fogyasztás milyen formákban jelenhet meg és milyen erős kapcsolatban áll a klímaszorongással, valamint jelenleg melyek a legnépszerűbb cselekvések az emberek részéről, amelyet az éghajlatváltozás ellen tesznek.

Kutatási módszerként egy kvantitatív, kérdőíves kutatást végeztem. Ennek alkalmával 385 válasz érkezett. A kérdőívben megtalálható klímaszorongáshoz, öko-bűntudathoz és fogyasztáshoz kapcsolódó kérdések is.

A kutatás eredményeként megállapítható, hogy a fiatalabb korosztály körében nagyobb mértékben van jelen a klímaszorongás és az öko-bűntudat. Ezenkívül szignifikáns különbség volt a férfiak és a nők között klímaszorongás tekintetében. A megkérdezettek többsége próbál tenni az éghajlatváltozás ellen, például szelektív hulladékgyűjtéssel, otthoni energiatakarékossgal, vagy éppen kevesebb hús fogyasztásával.

SZTYEHLÍK ENDRE

endre2002@gmail.com

nemzetközi gazdálkodás

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Antalóczy Katalin

főiskolai tanár, BGE KKK

KÖZTERÜLET-MEGÚJÍTÁS BUDAPESTEN: NEMZETKÖZI ÉS HAZAI (KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOKAT ELŐSEGÍTŐ) KÖZTERÜLET-MEGÚJÍTÁSI MÓDSZERTAN BUDAPESTI ALKALMAZÁSÁNAK FEJLESZTÉSE

Kulcsszavak: közterület-megújítás; városfejlesztés; fenntarthatóság; Budapest

A fenntartható közgazdaságtan napjainkban egyre többet kutatott szegmense a településfejlesztés, különösen a közterület-megújítás, ami az elmúlt évtizedekben jelentős átalakuláson ment keresztül. A dolgozat célja a közterület-megújítási tendenciák átfogó ismertetése nemzetközi példák segítségével, valamint ezek budapesti alkalmazhatóságának feltárása.

A kutatás során a következő kérdés megválaszolása került a középpontba: Egy jelenleg erősen szennyezett, nem prosperáló útvonal hogyan tehető fenn-tarthatóbbá, környezetbarátabbá, és ez hogyan segítheti elő a kis- és középvállalkozások felvirágoztatását?

A kutatás módszertana illeszkedik a dolgozat témájához. Szekunder kutatás során átfogó szakirodalmi és esettanulmány-elemzést végeztem, melynek részét képezi nemzetközileg és hazánkban megvalósított programok elemzése, a budapesti városfejlesztési lehetőségek feltárása és ezek vállalkozási életre való hatásainak vizsgálata. Annak érdekében, hogy szemléltethető legyen a kutatásban kidolgozott, nemzetközi és hazai közterület-megújítási példákra alapozott városfejlesztési elmélet, példaként a dolgozatban Budapest egyik fő Kelet-Nyugat irányú összeköttetését biztosító útvonal, a Kossuth Lajos utca - Rákóczi út tengely fog szerepelni. Ez a választás azzal indokolható, hogy jelenleg a Kossuth-Rákóczi tengely Budapest egyik méltatlanul alábecsült, ámde óriási potenciálokat hordozó területe.

A szakirodalmi áttekintésre épülő primer kutatás részét képezte szakértőkkel folytatott konzultáció, helyszíni bejárások alkalmával készült adatgyűjtés, illetve típustérképek készítése a gyűjtött kvalitatív és kvantitatív adatok felhasználásával.

A dolgozat eredményeként bebizonyosodott, hogy vannak nemzetközi és hazai közterület-megújítási példák, amelyek integrálhatók egy Kossuth-Rákóczi tengelyt célzó revitalizációs programba. Megfogalmazódott egy a tengelyt érintő részletes megújítási javaslat is, problématerképekkel vizualizálva. Emellett, a minőségi adatgyűjtést elősegítve, a kutatómunkának köszönhetően telepítésre került egy levegőminőség-mérő eszköz a Budapesti Vállalkozásfejlesztési Közalapítvány Rákóczi úti irodájánál.

Összességében nem csak egy fejlesztési javaslat fogalmazódott meg, hanem konkrét lépés is született Budapest fenntartható fejlődésének érdekében.

A dolgozat a Kulturális és Innovációs Minisztérium 2024-2.1.1-EKÖP kódszámú Egyetemi Kutatói Ösztöndíj Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával készült.

VÁRKONYI DÓRA MÁRIA

dora.maria.varkonyi@student.uni-miskolc.hu

Pénzügy és számvitel

BSc, 5. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Füredi-Fülöp Judit

egyetemi docens, ME GTK

Várkonyiné Dr. Juhász Mária

egyetemi docens, ME GTK

MÉRHETŐ FENNTARTHATÓSÁG: AZ ELŐÍRÁSOK HATÁSA A FENNTARTHATÓSÁGI CÉLOKRA

Kulcsszavak: ESG; fenntarthatóság; greenwashing; műanyagszennyezés

Világunk erőforrásai végesek azonban az emberiség ezzel mit sem törődve mindent felhasznál szükségletei kielégítésére. Éppen emiatt a környezet védelme, annak kímélése egyre égetőbb kérdéssé válik, ugyanis amit ma még természetesnek veszünk, azt egy évtized múlva lehet csak képeken látja a következő generáció, amennyiben folytatjuk jelenlegi pusztító életstílusunkat. Azonban nem csak a magánszemélyek tehetnek Földünk állapotáról, a gazdaság főszereplői, a vállalatok is nagy szerepet játszanak az erőforrások felhasználásában.

Dolgozatomban bemutatom a fenntarthatóság fogalmának fejlődési korszakait, valamint a számviteli fogalomrendszer kialakulásának mérföldköveire is kitérek. Második fejezetemben a fenntartható fejlődési célokat, illetve az eltérő gyakorlatokat és megjelenési formákat tekintem át. Harmadik fejezetben az Európai Unió szabályozások mellett a Magyarországon érvényes törvényeket ismertetem, melyek a vállalati szintű gyakorlatot szabályozzák. Negyedik fejezetemben a greenwashing problémáját, annak módszereit dolgoztam fel, illetve nagyobb figyelmet kapó eseteket mutatok be. Utolsó, ötödik fejezetemben pedig megvizsgálom egy olyan tényező alakulását, mely több fenntartható fejlődési cél (SDG) változására is hatással van: a műanyag szennyezést. Ehhez összehasonlítom az arra vonatkozó vállalati jelentésekben szerepelő információkkal, végül kérdőíves kutatás keretében vizsgálom a fogyasztók környezetvédelmi háttérismeretét, vásárlási szokásaikat és azt, hogy az életmódjukat mennyire befolyásolja a fenntarthatóság.

A dolgozatom gyakorlati részének a célkitűzése a környezetvédelmi célok elérésének realitásának, illetve a környezetvédelem megítélésének a vizsgálata volt. Ehhez a műanyag szennyezést vizsgáltam esettanulmány módszerrel, az arra vonatkozó globális adatokat hasonlítottam össze a greenwashinggal is vádolt, Coca-Cola Company közzétett adataival. Emellett a fogyasztók vásárlási szokásait, felelősségvállalását is vizsgáltam, melyhez kérdőíves módszert alkalmaztam, ahol összesen 79 kitöltője volt a kérdőívnek.

Fenntartható gazdaság, zöld gazdaság – Zöld pénzügyek

Elnök:	Dr. Széles Zsuzsanna	SOE
Társelnök:	Dr. Csapi Vivien	PTE
Tag:	Dr. habil. Deák Zsuzsanna	OE
Tag:	Dr. Győri Zsuzsanna	BGE
Tag:	Dr. Tóth Balázs	SZTE
Titkár:	Dr. Zsombori Zsolt	ME

BALASA ZOLTÁN

balasa.zoltan@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 5. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Szekeres Alexandra
adjunktus, DE GTK

Dr. Tömöri Gergő
adjunktus, DE GTK

AZ ESG JELENTÉS HATÁSA A KÜLSŐ FINANSZÍROZÁSI FORRÁSOK KONCENTRÁCIÓJÁRA ÉS A HITELEZŐI KAMATELVÁRÁSOKRA

Kulcsszavak: fenntarthatóság; ESG; koncentráció; kamatelvárások, csődkockázat

Napjainkban számos globális kihívás van jelen úgy, mint a klímaváltozás, társadalmi egyenlőtlenségek növekedése, valamint a folyamatosan változó piaci és társadalmi igények. Ezek a változások jelentős hatást gyakorolnak a vállalatok külső finanszírozására is, amely területen az elmúlt időszakban egyre nagyobb jelentőséget kapott a fenntarthatóság kérdése és az ezzel összefüggő elvárások.

Magyarországon is törvényi szabályozás szintjén is egyre inkább előtérbe került a vállalati szektor fenntarthatósági célkitűzéseinek keretrendszerbe foglalása és prezentálásának elvárása ESG jelentések formájában. Kutatásom célkitűzése volt megvizsgálni 30 általam kiválasztott, 5 különböző iparágba tartozó ESG jelentést készítő vállalat kötelezettségeinek koncentrációját iparági regressziós becsléssel, valamint a tényleges pénzügyi beszámoló adatok segítségével, alkalmazva a piaci koncentráció mérésére szolgáló statisztikai mérőszámokat.

Ehhez kapcsolódóan fogalmaztam meg azon hipotéziseimet, miszerint az ESG jelentést készítő vállalatok kötelezettségeinek koncentrációja alacsonyabb, mint amennyit az iparági adatok alapján előre jelezni lehetne, illetve hasonló feltételezéssel éltem az idegen tőke átlagos költségére vonatkozóan is. Utóbbi regressziós becslésem során a kamatozó források állománya mellett az Altman Z-Score pontszámmal mérhető csődkockázatot is figyelembe vettem dummy változóként.

Eredményeim alapján arra a következtetésre jutottam, hogy a különböző iparágakban eltérő módon becsülhető kamatráfordítások szignifikánsan nem térnek el a beszámolóban kimutatott tényleges értékektől, míg a kötelezettségek koncentrációja esetében szignifikánsan magasabb eltérés volt tapasztalható a tényleges értékeknél. Ebből adódóan a fenntarthatósági célokat előtérbe helyező vállalatok iparági átlaghoz képest kedvezőbb hitelezői megítélése erősen megkérdőjelezhető, amelynek magyarázata, hogy az ESG elvek alkalmazása és értékelése terén a hazai vállalatok és hitelezők körében még nem alakult ki széleskörű, kiforrott gyakorlat, így ezen szempontok figyelembevétele a hitelezői döntések mérlegelése során még korai fejlődési stádiumban van.

MÁRK BÉRCHEGYI

berchegy7@gmail.com

Finance

BSc, 2. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Csaba Milan Badics

assistant lecturer, BCE PSZGJI

TRUMP RELOADED – GREEN AND BROWN ENERGY INDEXES REACTION TO A NEW CLIMATE POLICY ERA

Keywords: climate policy; energy indexes; event study; fossil fuels; market reaction

Donald Trump's 2024 reelection, coupled with his pro-fossil fuel stance, reshaped market expectations around U.S. climate policy. Building on shifts seen in the election of 2016, our event study analyze the reactions of green and brown energy stock indexes. We observed that Trump's victory led to gains in brown energy indexes and declines in green energy indexes, with their differential nearly doubling compared to 2016. Results reveal an immediate, concentrated market response on election day, aligning with economic expectations about policy impacts on climate-sensitive sectors.

ROZI HODOSI

hodosirozi@gmail.com

finance and accounting

BSc, 7. semester

Eötvös Loránd University

Faculty of Economics

Supervisor:

Dr. László Szívós

senior lecturer, ELTE GTK

THE EFFECT OF ESG CONTROVERSIES ON EARNINGS MANAGEMENT: EVIDENCE FROM THE GERMAN AND ITALIAN STOCK EXCHANGE

Keywords: earnings management; modified Jones model; ESG; ESG controversy

The paper aims to investigate whether ESG controversies influence the use of earnings management among firms listed on the German and Italian stock exchange, and whether the firms' ESG performance moderates this relationship. A detailed literature review about earnings management and the ESG controversy score's effect on the firm value describes the thought process behind the assumption that ESG controversies give rise to earnings manipulation. With data from 153 listed firms collected from Refinitiv Eikon database for the time period between 2018 and 2022, the research hypotheses were tested by using a fixed effect panel regression model which also incorporated the fact that firms with different ESG performance might react differently with their earnings management practices to being involved in a controversy. The hypothesis about the controversies' effect on earnings manipulation was partially accepted. When considering the ESG performance and the countries' effect, the results show that if the companies' ESG performance is relatively low, they tend to use income decreasing manipulation to worsen their current year's earnings and thus make the next year's performance seem better. However, the effect was not found to be significant for firms performing well in terms of ESG. This could possibly mean that they have a better reputation, the stakeholders put more trust in them, so they do not need to resort to earnings manipulation methods to compensate for the possible negative effects controversies could have on the firm value. To make well informed financial decisions considering non-financial data, such as being involved in an ESG controversy, plays a crucial role. While there have been number of research on ESG's effect on earnings management, up to my knowledge the effect of controversies has not been examined yet. By closing this research gap, the results could encourage investors and auditors to especially watch out for firms which have been involved in ESG related controversies.

HORNYÁK ANNA VIVIEN

hornyak.nusika@gmail.com

Gazdálkodási és Menedzsment

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Dr. Lencsés Enikő

egyetemi docens, BGE PSZK

Dr. Hegedűs Szilárd

főiskolai docens, BGE PSZK

ESG MEGFELELÉS INTEGRÁCIÓJA EGY ENERGETIKAI VÁLLALAT MŰKÖDÉSÉBE ÉS A FENNTARTHATÓSÁGOT ELŐTÉRBE HELYEZŐ MUTATÓSZÁMRENDSZER KIALAKÍTÁSA

Kulcsszavak: fenntarthatóság; nem pénzügyi jelentések; ESG; energiaszektor; Közép-Európa

A dolgozatomban a fenntarthatósági jelentés készítésének gyakorlatát és az ESG megfelelés vállalati integrációját járom körül, különös tekintettel a jelentéstételt övező kihívásokra és lehetőségekre. A dolgozat célja bemutatni azokat a jó megoldásokat, illetve hiányosságokat, amik a közép-európai energetikai szektor jelentéstételi gyakorlatát jellemzik. További cél feltárni, hogy milyen összefüggés figyelhető meg az ESG teljesítmény és a pénzügyi teljesítmény között. Végezetül pedig célom, olyan javaslatokat tenni, melyek segítségével a vállalatok javíthatnak a jelentésük minőségén.

A kutatási kérdések, melyekre a dolgozatomban választ kerestem a következők voltak: 1, Hogyan tekintenek a vállalatok a fenntarthatóságra és az ezzel kapcsolatos jogszabályokban előírt kötelezettségekre? 2, Mi az összefüggés egy, az energiaszektorba működő vállalat versenyképessége, pénzügyi teljesítménye, hosszútávú életképessége és az ESG szempontok vállalati működésbe történő integrációja között? 3, Milyen kihívásai vannak a fenntarthatóságot előtérbe helyező mutatószámrendszer kialakításának?

A szakirodalom feltárás és ezt követően a kutatásom jelentős része során szekunder adatokra támaszkodtam. A téma mélyebb megértéséhez, a kutatási kérdéseim megválaszolásához kevert kutatómódszertant választottam. A kutatásomhoz felhasznált jelentések megismerésére tartalomelemzéssel került sor. Az elemzés során hat közép-európai energetikai vállalat integrált jelentését vizsgáltam meg, 2021 és 2023 között. Az elemzést saját szempont, -és pontrendszer alapján végeztem. Ezt követően pénzügyi beszámolókat felhasználva a vállalatok pénzügyi teljesítményét is megvizsgáltam, a kiválasztott három évre vonatkozóan.

A kutatás eredménye rávilágít arra, hogy a vállalatok hogyan tekintenek az ESG szempontrendszer vállalati működésbe történő integrációjára. Vagyis, hogy a fenntarthatóságra valós elhivatásként, lehetőségként tekintenek, avagy mint kötelező teher, melyet a szigorú jogszabályi környezet ró rájuk.

LENGYEL ÁDÁM

adam.lengyel.ladam@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Becsky-Nagy Patrícia

tanszékegyetemi docens, DE GTK

Kauker Gergely

főosztályvezető, Magyar Nemzeti Bank

LÉTEZIK-E A ZÖLD PRÉMIUM JELENSÉG? AZ ESG ÉS A KONVENCIONÁLIS RÉSZVÉNY BEFEKTETÉSI ALAPOK TELJESÍTMÉNYÉNEK ÖSSZEHOSONLÍTÓ ELEMZÉSE AZ EURÓZÓNÁBAN

Kulcsszavak: fenntarthatóság; jövedelmezőség; teljesítményfaktorok; ESG-pontszámítás; szabályozás

A fenntarthatóság szerepe egyre jobban felértékelődik a pénzügyi rendszerben. Jelen dolgozat a zöld tőkepiaci befektetésekre, azon belül is a zöld befektetési alapokra fókuszál. A szekunder források feldolgozásával egy európai megközelítésű zöld befektetési keretrendszer legfontosabb alkotóelemeit gyűjtöm össze. Bemutatom a leggyakrabban alkalmazott zöld befektetési stratégiákat, ESG-pontszámítási-rendszereket és az Európai Unió szabályozói szerepét.

Az ESG vonatkozásában gyakran aggályként merül fel a zöld prémiumok dilemmája, ugyanis a piaci szereplők egy része azt gondolja, hogy a hagyományos befektetési termékekről zöldre váltani költségekkel és mérsékelt hozamokkal jár együtt. Kutatásom elemző részében a befektetési alapok körében alkalmazott mutatószámok múltbeli teljesítményét hasonlítom össze az egyes ESG-kategóriák között, és a piaci benchmarkhoz viszonyítva. Ezt követően a többváltozós lineáris regresszió módszertanát felhasználva az általam definiált ESG-tényezők mint magyarázó változók és a teljesítménymutatók mint függő változók között fennálló kapcsolatok irányát és erősségét térképezem fel.

Kutatási kérdéseimben arra keresem a választ, hogy létezik-e a zöld prémium jelenség az európai piacokon, továbbá van-e kimutatható érdemi összefüggés az ESG-tényezők és a pénzügyi jövedelmezőség között? Számításaimat az Eurózára mint befektetési régióra összpontosító részvény befektetési alapok körében végeztem el a 2014.02.28.-2024.02.29. tartó időtávon, az LSEG Workspace Lipper adatbázisát felhasználva.

A kapott eredmények tükrében elmondható, hogy a hatékony piacok elmélete érvényesül, továbbá az ESG-kategóriák szerinti megkülönböztetés szerepe a jogi és intézményi keretek lefektetését követően meghatározóvá vált. A zöld prémium jelenség létezését támasztja alá rövid távon az ESG-alapok alulteljesítése, amely beruházási és alternatív költségek szempontjából is értelmezhető. A regressziós modellben az ESG-tényezők és a pénzügyi mutatók között közepesen erős szignifikáns összefüggések fennállására derült fény, amelyből kiderül, hogy a magyarázó változók közül az alapok ESG-pillér-pontszámai és nettó eszközértéke pozitív, az SFDR-kategóriák szerinti besorolás és az ESG-ellentmondások pontszámai negatív kapcsolatban álltak a pénzügyi jövedelmezőséggel.

PINTÉR ANDRÁS

pntrndrs1994@gmail.com

Regionális és környezeti gazdaságtan

MSc, 4. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bartus Gábor

egyetemi adjunktus, BME GTK

UNIÓS TAXONÓMIA TŐKEPIACI HATÁSAINAK ELEMZÉSE

Kulcsszavak: EU Taxonómia; tőkepiac; kockázat; finanszírozás; hozam

A kutatás célja, hogy bemutassa az Európai Unió fenntartható befektetések elősegítését célzó tőkepiaci szabályozói rendeletének, az Uniós Taxonómiának az építő- és ingatlan szektorra vonatkozó kritériumait, valamint a rendelet hazai szabályozói és finanszírozói környezetébe való integrációjának csatornáit és annak lehetséges outputjait. A dolgozat kutatási részének alátámasztásához vizsgálat alá kerül holisztikus megközelítésben a fenntarthatóság és az épített környezet normarendszerének összekapcsolódása. A kutatás feltárja, hogy a Taxonómia hogyan csatlakozik be a gazdasági ökoszisztémába és irányítja a fenntartható befektetések irányába a tőkepiaci finanszírozást a kereskedelmi ingatlanszektoron belül. A Taxonómia értelmezése alatt kibontásra kerül annak gazdasági és tőkepiaci előnyei és a követelményeihez való megfelelés mérésének problematikája is. A Taxonómia hatásai a vizsgált szektorban egy esettanulmány (irodaépület) finanszírozásának és értékváltozásának lemodellezésével kerül bemutatásra. A kutatás központi elemeként szolgáló kibővített értékelő modell relevanciáját tudományos vizsgálatok sora bizonyítja, miszerint az épületek értékét egyre növekvő mértékben határozzák meg környezeti és fenntarthatósági vonatkozású indikátorok is. Ezen tudományos háttér gyakorlati átültetéséhez a dolgozat kutatási része két fő lépésből áll: az első része fenntarthatósági indikátorokkal kiterjesztett épület értékelési modellépítés, ahol az érték determinánsok kijelölése kvalitatív és kvantitatív megközelítési metodológiákon keresztül történik. A második részben a projekt finanszírozási kérdései és a modell eredményei kerülnek kiértékelésre a Taxonómia illeszkedés mértékének kockázataiból adódó szcenárió-analízis keretében. A finanszírozási kérdések mellett a kutatás nagy hangsúlyt fektet a fenntarthatósági értékváltozók szakirodalmi és empirikus alátámasztására, valamint a kockázatok azonosításának és értékelésének módszertanaira, ezért a modellépítés a legfrissebb uniós szabályozói elvárások és koncepciók (pl. CSRD rendelet ESRS sztenderdjei; kettős lényegesség) bizonyos módszertani elemeinek beemelésével lett kialakítva. A modellezés konzekvenciáinak fókuszában a Taxonómia aktuális sektorspecifikus „pénzügyi hatékonysága” és a vizsgált tőkepiaci szegmensre gyakorolt hatásai állnak. A kutatási probléma komplex jellegét tekintve, a megoldásokat előmozdító javaslatok megfogalmazása nem csak indokolt, hanem szükséges is.

TILL GÁBOR

gabort.255@gmail.com

Pénzügy

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:

Badics Milán Csaba

egyetemi tanársegéd, BCE PSZGJI

Dr. Neszveda Gábor

főosztályvezető, Magyar Nemzeti Bank

FENNTARTHATÓSÁGI MEGFONTOLÁSOK A BEFEKTETÉSEK VILÁGÁBAN – ESG FAKTORPORTFOLIÓK TELJESÍTMÉNYÉNEK NEMZETKÖZI EMPIRIKUS SZEKTORÁLIS ÖSSZEVETÉSE

Kulcsszavak: tőzsdei hozamok; ESG; egyváltozós sorbarendezés; abnormális hozam; fenntarthatóság

A kutatás a faktormodellek irodalmába illeszkedik, arra a kutatási kérdésre keresi a válasz, hogy a környezeti (E), társadalmi (S) és vállalatirányítási (G) szempontból magasra értékelt vállalatok képesek-e szignifikáns abnormális hozamot generálni az alacsonyabb ESG pontszámmal rendelkező vállalatokhoz képest. A szerző a vizsgálat során részvénytípusú panel adatbázison egyváltozós sorbarendezéssel teszteli a High Minus Low kereskedési stratégia hozamának alakulását eltérő strukturális törések és kontrollváltozók mellett. A tanulmány a New York Stock Exchange, Longon Stock Exchange és Deutsche Börse részvényein próbál időbeli és szektorális mintázatokat azonosítani a zöld befektetési stratégia teljesítményét illetően. A fenntartható befektetési stratégia parciális vizsgálata az energetikai, pénzügyi, közüzemi, élelmiszeripari, nehézipari, egészségügyi és technológiai vállalatok részvényein külön kerül implementálásra. Az eredmények robusztusságát a szerző Fama-MacBeth havi részvénytípusú gördülő regressziókkal teszteli a Fama-French háromfaktoros modell változói mellett. Az eredmények alapján összességében a vállalatok fenntarthatóság irányába tett törekvései, valamint a várható hozam köz a kapcsolat enyhén negatív.

Gazdaságpolitika – Gazdaságpolitika

Elnök:	Dr. Kasznár Attila	NJE
Tag:	Dr. habil. Kutasi Gábor	NKE
Tag:	Dr. Novoszáth Péter Károly	DUE
Titkár:	Dr. habil. Szép Tekla	ME

BANAI GELLÉRT

gellert.banai01@gmail.com

alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezetők:

Dr. Rácz Olivér Miklós
egyetemi adjunktus, BCE KTI

Dr. Kovács László
egyetemi adjunktus, BCE II

A CSALÁDI OTTHONTEREMTÉSI KEDVEZMÉNY (CSOK) HATÁSA A MAGYAR TERMÉKENYSÉGI RÁTÁRA

Kulcsszavak: demográfia; fertilitás; CSOK

A tartósan alacsony termékenységi ráta egyre növekvő társadalmi és gazdasági kihívás a fejlett országokban. Kutatásomban a 2015-ben Magyarországon bevezetett Családi Otthonteremtési Kedvezménynek (CSOK) a teljes termékenységi arányszámra gyakorolt hatását identifikálom szintetikus kontroll módszerével. Kutatásom legfőbb újdonsága mind a magyar, mind a nemzetközi szakirodalom számára, hogy egy a gyermekvállalást indirekten ösztönző politika hatásait elemzem. Eredményeim szerint a CSOK-nak van hatása a magyar teljes termékenységi arányszám emelkedésére, s bevezetést követően a teljes termékenységi ráta 7 év alatt több, mint 10 százalékkal lett magasabb a szintetikus kontrollnál. Ezt az emelkedést a CSOK bevezetésén kívül okozhatták a 2011-től bevezetett egyéb gyermekvállalást ösztönző intézkedések is, továbbá a kimutatott hatás a 2008-as pénzügyi válságot követő termékenység visszaesés kompenzációjának is betudható. Eredményeim ezen korlátozó tényezők figyelembevételével is robusztusnak tekinthetők.

FERENCZ BENCE

ecnebf@gmail.com

Mechatronikai mérnök

BSc, 5. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gépészmérnöki Kar

*Témavezető:
Dr. Víg Zoltán
adjunktus, BME GTK*

NYOMTATOTT PÉNZ, NYOMTATOTT BIZALOM

Kulcsszavak: pénzkibocsátás; monetáris politika; infláció; pénzügyi bizalom; gazdasági stabilitás

Az elmúlt években a központi bankok—különösen az Amerikai Federal Reserve és az Európai Központi Bank—példátlan mennyiségű pénzt juttattak a gazdaságba a világválság és az azt követő gazdasági nehézségek enyhítésére. Az USA például 2020 és 2021 között közel 6 billió dollárt teremtett, ami a pénzmennyiség több mint 40%-os növekedését jelentette. Összehasonlításképpen: a 2008-as pénzügyi válság idején a Fed hat év alatt nyomtatott 4 billió dollárt. A hirtelen pénzbeli bővítés jelentős gazdasági következményekkel járt, amit a 2021-es infláció jól tükröz, és bár az ütem lassul, a hatások továbbra is érezhetők. Ezzel párhuzamosan az államadósságok is rekordmagasságba emelkedtek: Japánban már meghaladja a GDP 240%-át, míg az USA-ban először lépte át a 100%-ot 2020-ban, és azóta is nő.

A növekvő adósság és a masszív pénzkibocsátás a pénzbe vetett bizalomra nézve komoly kockázatot jelent. Ha ez megrendül, az gazdasági instabilitáshoz és recesszióhoz vezethet. A kutatás elemzi a központi bankok szerepét és a monetáris expanzió hatásait.

MIHÁLY FLEINER

mihaly.fleiner@stud.uni-corvinus.hu

Economic and Financial Mathematical Analysis
Unified, 8. semester

Corvinus University of Budapest

TAMÁS VIDA

vidatamas3@gmail.com

Economic and Financial Mathematical Analysis
Unified, 8. semester

Corvinus University of Budapest

*Supervisor:
Dr. Miklós Váry
assistant professor, BCE KTK*

THE EFFECT OF WEALTH INEQUALITIES ON BANK RUNS

Keywords: Agent-Based Model; Diamond-Dybvig model

In this study we investigate the effect of wage inequalities on the risk of bank runs. Empirical evidence suggest that wage and income inequalities can lead to more frequent bank runs.

To better understand this connection we develop an agent-based model (ABM) based on the Diamond-Dybvig bank run model. We run computer simulations with a network of depositors.

Our results suggest that both systematic shocks and wealth inequalities are of great importance to the banking sector, as they increase the risk of a bank run.

KELEMEN HUNOR

hunor.kelemen98@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BSc, 9. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Kökény László

egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem. Fenntartható Fejlődés Intézet, Turizmus

Tanszék

AZ ORSZÁGGYŰLÉSI VÁLASZTÁSOK HATÁSA A VARSÓI ÉRTÉKTŐZSDÉRE, 2011–2023

Kulcsszavak: eseményelemzés; választások; tőzsde

A dolgozat a lengyelországi országgyűlési választások Varsói Értéktőzsde kiemelt részvényárfolyamainak alakulására gyakorolt hatását vizsgálja 2011-től 2023-ig. A négyévente megrendezett országgyűlési választások jelentős változásokat hozhatnak az ország helyzetében, a kormány politikájában és a gazdasági környezetben, amelyek hatással bírhatnak a tőzsdén jegyzett legnagyobb vállalatok teljesítményére. A választásoknak csak akkor van hatása a piacra, ha a befektetői várakozásokkal nem megegyező eredmény születik, azaz meglepetést okoz. Az így létrejövő információs aszimmetria jelentős volatilitást és magas abnormális hozamokat okozhat a piacon. Azonban a lengyel parlamenti választások körüli várakozások egyre inkább egybeestek az eredményekkel, így a meglepetésszerűséggel az abnormális hozamok is elmaradtak. Az eredmények láttán kijelenthetjük, hogy a választások tényének lényegében nincs hatása a tőzsde egészére, de szignifikáns abnormális hozammal járhat bizonyos állami vállalatok részvények esetében.

KELEMEN HUNOR

hunor.kelemen98@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:

Dr. Gallai Sándor

egyetemi docens, BCE NPRTI

Szalay-Berzeviczy Attila

főtanácsadó, Erste Investment vezérigazgató senior tanácsadója; senior tanácsadó: Central and South-Eastern European Capital Markets

BEFEKTETŐI VÁRAKOZÁSOK – AZ ORSZÁGGYŰLÉSI VÁLASZTÁSOK HATÁSA A BUDAPESTI ÉRTÉKTŐZSDÉRE, 2010–2022

Kulcsszavak: eseményelemzés; választások; tőzsde

A dolgozat a magyarországi országgyűlési választások Budapesti Értéktőzsde kiemelt részvényárfolyamainak alakulására gyakorolt hatását vizsgálja 2010-től 2022-ig. A négyévente megrendezett országgyűlési választások jelentős változásokat hozhatnak az ország helyzetében, a kormány politikájában és a gazdasági környezetben, amelyek hatással bírhatnak a tőzsdén jegyzett legnagyobb vállalatok teljesítményére. A választásoknak csak akkor van hatása a piacra, ha a befektetői várakozásokkal nem megegyező eredmény születik, azaz meglepetést okoz. Az így létrejövő információs aszimmetria jelentős volatilitást és magas abnormális hozamokat okozhat a piacon. Azonban a 2010 utáni magyar országgyűlési választások körüli várakozások egyre inkább egybeestek az eredményekkel, így a meglepetésszerűséggel az abnormális hozamok is elmaradtak. Az eredmények láttán kijelenthetjük, hogy a választások tényének lényegében nincs hatása a tőzsde egészére, de szignifikáns abnormális hozammal járhat bizonyos részvények esetében.

KISS RÉKA

kissrekax@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 2. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Vonnák Balázs

egyetemi docens, METU ÜKTF

HELIKOPTERPÉNZ A COVID-19 IDEJÉN

Kulcsszavak: gazdaságpolitika; monetáris finanszírozás; Covid-19

A tanulmány célja a Covid-19 pandémia alatt alkalmazott helikopterpénz-szerű intézkedések hatásának empirikus értékelése. A járvány váratlan kihívásai lehetővé tették ezen eszközök hatásának vizsgálatát, figyelembe véve a gazdaságpolitikai ágak rendkívüli együttműködését és az intézkedések exogén jellegét. Tanulmányomban azonosítom a fiskális stimulus és a monetáris reakció közötti kapcsolatot, és azt vizsgálom, hogy a fiskális expanzió hatékonysága miként függ a monetáris hatás „együttműködési hajlan-dóságától”. A becslések során közel 150 ország keresztmetszeti adatait használok fel – fő magyarázó változónak a kormányzati kiadásokat, bruttó adósság növekedését, s a jegybank kormányzattal szembeni bruttó követeléseinek változását tekintve. Empirikus megközelítésem többváltozás lineáris regresszió, interakciós tag bevonásával. Az eredmények azt mutatják, hogy a fiskális expanzió és a monetáris finanszírozás kombinációja hatékony lehet a recesszióból való gyors kilábalás szempontjából. Ugyanakkor, a helikopterpénz-szerű intézkedések fokozzák az árszínvonal emelkedését, s az inflációs nyomás az idővel egyre csak nő.

LÁZÁR BOTOND

lazarbotond02@gmail.com

Pénzügy és bank (magyar nyelven)

BSc, 5. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

Témavezetők:

Dr. Székely Imre

tanársegéd, RO BBTE

Dr. Dézsi-Benyovszki Annamária

egyetemi docens, RO BBTE

A C-FRSI HATÁSA AZ ÁLLAMHÁZTARTÁS ELSŐDLEGES EGYENLEGÉRE AZ EURÓPAI UNIÓ ORSZÁGAIBAN

Kulcsszavak: államháztartás; költségvetési szabály; C-FRSI

A kutatás arra a gazdaságpolitikai kérdésre keresi a választ, hogy milyen eredményességgel működnek a költségvetési szabályok az EU államaiban. A szakirodalom szerint a költségvetéspolitikai szabályok több szempontból is eltérők lehetnek, úgy mint: a szabály természete, jogi kerete vagy az államháztartás lefedett része. Az Európai Bizottság által kidolgozott

Fiscal Rule Index (FRI) módszertana az előbbi aspektusokat figyelembe véve helyezi az uniós tagállamok költségvetéspolitikai szabályait egy mérési keretbe. A 2009-2019-es időszakra és az Európai Unió országaira vonatkozóan panelregresszió segítségével elemzem, hogy a fiskális szabályok milyen hatással vannak az államháztartások elsődleges egyenlegeire.

PALA MARTIN

martinpala21@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 6. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Tarnóczy Tamás Bence**doktorandusz, DE GTK*

MEGÉLHETÉSI KÖLTSÉGEK MAGYARORSZÁGON 'A GAZDASÁGI NÖVEKEDÉS ÁRNYÉKÁBAN'

Kulcsszavak: infláció; vásárlóerő; jövedelem; társadalmi egyenlőtlenség; megélhetés

A dolgozat célja a 2019–2023 közötti magyar inflációs folyamatok hatásainak vizsgálata az átlag- és mediánbérek vásárlóerejére, különösen az alapvető és alapszükségleten felüli fogyasztási cikkek vetületében. A kutatás négy fő kérdésre kereste a választ:

1. Hogyan változtak a keresetek Magyarországon?
2. Hogyan alakult a fogyasztásszerkezet a társadalom egyes rétegeiben?
3. Milyen hatása volt az inflációnak az egyes termékcsoportokra?
4. Mennyi egység fogyasztási cikket lehet vásárolni az átlag-, illetve a nettó mediánbéreket alapul véve?

A kutatás szekunder adatokat használt, amelyek forrása a Központi Statisztikai Hivatal. Az infláció hatásait termékcsopontonkénti láncviszonyszámokkal értékeltem, továbbá bevezettem a „Zsíroskenyér Indexet”, amely a zsíroskenyér összetevőinek árát és azok vásárlóerejét vizsgálja a nettóátlag-, és nettó mediánbérhez képest. Az elemzés bemutatta, hogy míg 2019-ben egy mediánjövedelmű fogyasztó teljes jövedelméből havonta 183 adag zsíroskenyeret tudott volna megvásárolni, ez a szám 2023-ra 113-ra csökkent. A mediánbér reálértéke 48,11%-kal emelkedett ugyan, de az infláció hatása miatt ez a növekedés nem tudta tartani a lépést az árak emelkedésével. Ezzel szemben az átlagjövedelmen vásárolható zsíroskenyerek egységszáma 2019-ben 218 adag volt, ami 2023-ra 143 adagra csökkent. A vizsgált időszak alatt a mediánjövedelemtől nagyobb mértékben, 60,32%-kal emelkedett a nettó átlagjövedelem, melynek vásárlóereje szintén romlott. Ez jól példázza a két jövedelmi szint között kinyúló társadalmi ollót, hiszen az átlagjövedelem vásárlóereje nagy mértékben visszaesett, de még mindig kisebb mértékben, mint a mediánjövedelemé.

A lakosság fogyasztási szerkezete nagyban különbözött összetételét tekintve a két szélső jövedelmi ötödben. A legalacsonyabb jövedelmi ötödben az élelmiszerek és a lakásfenntartáshoz köthető cikkek 2023-ban a fogyasztás 57%-át tették ki. Ugyanezen arány a legfelső jövedelmi ötödben csupán 41% volt. Ez példázza a társadalmi olló kinyílását az 1. és az 5. jövedelmi ötöd között, mely a vizsgált időszakban szintén folyamatosan nőtt.

A kutatás – különösen a Zsíroskenyér Index – rávilágít az infláció megélhetési kihívásokra gyakorolt közvetlen hatásaira. Az eredmények fontos visszajelzést nyújthatnak a gazdaságpolitikai döntéshozók számára, bemutatva, hogy az infláció miként fokozta az alacsonyabb jövedelmű háztartások terheit, és hogyan mélyítette a jövedelmi különbségeket.

VARGA ÁKOS

sokaagrav2@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 3. félév

Dunaújvárosi Egyetem

*Témavezető:
Horváthné Fábíán Myrtil
mesteroktató, DUE*

A VILÁGGAZDASÁG ÁTALAKULÁSA ÉS A NIXON-SOKK MÁIG TARTÓ KÖVETKEZMÉNYEI

Kulcsszavak: Nixon-sokk; infláció; ingatlanárak; gazdaságtörténet; gazdaságpolitika

Az 1971-es év gazdaságtörténeti fordulópontként vált ismertté, különösen az amerikai, majd az ezt követő globális pénzügyi rendszer átalakulása szempontjából. A dolgozat célja a Nixon-sokk (a dollár aranyfedezetének megszüntetése) néven elhíresült esemény gazdasági következményeinek vizsgálata, amelyek az infláció, a lakásárak, valamint a bérek alakulásán keresztül mindmáig éreztetik hatásukat. Ez a döntés a Bretton Woods-i rendszer végét jelentette, amely alapjaiban változtatta meg a nemzetközi valutapiacot és egy új rendszer vette kezdetét, a lebegő árfolyamok rendszere.

Kutatási kérdéseim arra irányultak, hogy a Nixon-sokk milyen mértékben járult hozzá a gazdasági mutatók például a bérstagnálás, az infláció, a lakásárak növekedése és a jövedelmi egyenlőtlenségek drasztikus változásaihoz. További célkitűzésként vizsgáltam, hogy milyen párhuzamok vonhatók a 2020-as évek globális gazdasági kihívásaival. Elemzéseim során statisztikai adatokat és korabeli gazdasági folyamatokat vetettem össze, idősoros adatok vizsgálatával mutattam be az infláció, lakásárak és bérek időbeli alakulását, továbbá kvantitatív kérdőíves módszertant alkalmaztam. A kérdőív során közel 90 válaszadó adatait dolgoztam fel melyek segítségével feltártam az emberek ismereteit és véleményét a Nixon-sokk jelentőségéről, valamint a jelenlegi gazdasági helyzetről.

Az eredmények szerint az infláció 1971 és 1974 között 4%-ról 12%-ra emelkedett, a reálbérek stagnáltak, mindeközben a lakásárak drasztikus mértékben nőttek. Az ingatlanok terén az 1990-es évek 60%-os emelkedése, 2020-ra már megközelítette a 125%-os emelkedést. Minden eredmény azt mutatja, hogy Richard Nixon döntése előtt nem jelentkeztek hasonló mértékű problémák, míg a döntését követően ezek a mutatók drasztikusan emelkedtek és a társadalom azóta is küzd ezeknek a gazdasági torzulásoknak a hatásaival. Ezen változások felerősítették a jövedelmi egyenlőtlenségeket és olyan gazdasági tendenciákat indítottak el világszerte, amelyek a középosztály számára máig kihívást jelentenek.

A dolgozat rávilágít arra, hogy a Nixon-sokk gazdasági következményei nemcsak történeti jelentőséggel bírnak, hanem a jelenkori problémák gyökereit is erre az eseményre lehet visszavezetni. Mindezen túl releváns tanulságokat is hordoz a dolgozat a mai gazdaságpolitikai döntéshozók számára, különösen az inflációs nyomás a lakhatási válság és a gazdasági egyenlőtlenségek kezelésében.

VARGA LEVENTE

vargalev26@gmail.com

közgazdászstanár

MSc, 1. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Novák Zsuzsanna**egyetemi docens, BME GTK*

ALACSONY KAMATOK, MEGREKEDT NÖVEKEDÉS - A JAPÁN GAZDASÁG RENDELLENES BELSŐ ÖSSZEFÜGGÉSEINEK ELEMZÉSE

Kulcsszavak: gazdasági stagnálás; negatív kamatpolitika; defláció; likviditási csapda

A hagyományos közgazdaságtani álláspont szerint az alacsony jegybanki alapkamatok alacsony hitel- és betéti kamatokat eredményeznek, melyek a megtakarítások mérséklődését és a hitelezés felfutását indukálják. A megnövekedett kihelyezett hitelmennyiség forrásként szolgál a beruházások élénküléséhez, ami a munkanélküliség csökkenését és bővülő gazdasági növekedést eredményez, mely folyamatok összességében végül az infláció felfutását hozzák magukkal.

Ehhez képest Japánban a '90-es évek eleje óta alacsony, sőt zéró közeli és negatív kamatlábak jellemzők, mégis tartósan és együttesen fennáll az alacsony gazdasági növekedés és alacsony infláció problémája. A globális pénzügyi válság és a fukusimai katasztrófa kezelésére adott fiskális politikai válaszok és a szociális kiadások az államadósságot „világrekord” közelébe növelték, miközben a szigetország egyéb, demográfiai jellegű kihívásokkal is küzd.

Az ilyen egyedi gazdasági helyzetek vizsgálata lehetőséget nyújt a „normálisan” működő gazdaságok árnyaltabb megismeréséhez, valamint a makrogazdasági elméletek tesztelését, illetve a monetáris és fiskális politika határainak jobb megértését is lehetővé teszi. A tanulmányban ezért a japán gazdaság belső összefüggéseinek és folyamatainak elemzése kerül a középpontba a '90-es évektől napjainkig.

A kutatás fő kérdése, hogy Japán gazdasága miként lenne képes egy egészséges bővülési pályára állni. Ennek megvilágítása érdekében számos makrogazdasági indikátor és jellemző megvizsgálásra kerül. A gazdasági paraméterek empirikus elemzése vektor hibakorrekciós modellek (VECM) alkalmazásával történik, ami lehetővé teszi a rövid távú dinamikák és a hosszú távú egyensúlyi állapot együttes tanulmányozását.

Az empirikus vizsgálat részét képezi Richard A. Werner új makrogazdasági perspektívája is, mely szerint a monetáris politika hangsúlyát a kamatlábak befolyásolásáról a gazdaság finanszírozásának erősebb koordinációjára kellene helyezni, hiszen hosszú távon csak az innovatív és produktív beruházások élénkítése javíthatja fenntartható módon a gazdaság kondícióit.

A kutatási eredmények megerősítik a már többek által leírt álláspontot, mely szerint a monetáris politika kereteinek folyamatos újragondolására van szükség a különböző gazdasági korszakokban.

Az EKÖP-24-2 számú projekt a Kulturális és Innovációs Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, az EKÖP-24-2-BME-165 pályázati program finanszírozásában valósult meg.

VAS VIRÁG

viragvas@yahoo.com

Menedzsment

BA, 5. félév

Partiumi Keresztény Egyetem

Témavezetők:

Dr. Lakatos Artur Loránd
egyetemi adjunktus, RO PKE

Dr. Fogarasi József
egyetemi tanár, RO PKE

MEZŐGAZDASÁGI BIZTOSÍTÁSOK FEJLŐDÉSE MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: biztosítások piaca; kockázatmenedzsment; mezőgazdasági biztosítások; biztosítási díjtámogatás; kárenyhítés

A klímaváltozás komoly kihívást jelent a kockázatkezelési és biztosítási rendszerek számára. Az egyre szélsőségesebb időjárási viszonyok gyakran okoznak korábban nem tapasztalt károkat, különösen a mezőgazdaságban. Ez rendkívül megterheli a meglévő kockázatkezelési és biztosítási hálókat, mivel azoknak alkalmazkodniuk kell az újabb és súlyosabb kihívásokhoz. Az utóbbi évek pénzügyi innovációinak köszönhetően egyre elterjedtebbek lettek a mezőgazdasági biztosítási ajánlatok, s a kockázati transzfernek köszönhetően a különböző problémák is rugalmasabban kezelhetők lettek. A kutatás célja, a magyarországi mezőgazdasági biztosítási rendszer vizsgálata, alapvető problémáinak feltárása.

A mezőgazdasági biztosítás rendszer változásait 2018-tól 2023-ig vizsgáltam, arra a kérdésre keresve választ, hogy vajon mely tényezők befolyásolhatják a leginkább ennek fejlődését. Felmerült olyan kérdés, miszerint a biztosítási rendszerek alakulása több vagy kevesebb biztosított gazdaságot eredményeznek. A szakdolgozatnak a célja, hogy átfogó képet adjon a biztosítási szektor szerepéről a mezőgazdasági termelésben, a jelenlegi elérhető biztosítási termékekről és fedezetekről, és ezek alapvető problémáiról.

A kárhányad alakulása rávilágít a természeti kockázatok alakulására az elmúlt években. Ennek változása a vizsgált időszakban jól tükrözi a magyarországi biztosítási rendszer felkészültségét a természeti kockázatok megfelelő fedezésére. Ezt jól mutatja a biztosítottak számának növekedése is a vizsgált időszakban. A kutatás eredményeit alapul véve a vizsgálat folytatásában külön káreseményekre érdemes hangsúlyt fektetni, illetve összehasonlítani ezeket más országok biztosítási rendszerével.

ZSÓK RENÉ KEVIN

zsokkevin@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 6. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Szücs Tamás
egyetemi docens, PTE KTK

ÁRSTOP HATÁSAI A MAGYAR ÉLELMISZERKISKERESKEDELEMRE

Kulcsszavak: eredményelemzés; ársapkák

A tanulmányom a Magyarországon bevezetett árstop hatását vizsgálja az élelmiszer kiskereskedelemre. A dolgozatom célja megvizsgálni az ársapkák bevezetésének okait, a kiskereskedelem működési és árazási mechanizmusait, és ezek alapján elemezni az érintett vállalkozások gyakorlati helyzetét, lehetőségeit és végső eredményeit, a lehetőségek kapcsán mélyebb megértés érdekében vizsgálva a veszteség vezető stratégiákat és más költség csökkentő stratégiákat. Fő kérdés az, hogy az ársapkák mennyire voltak negatív sokk az élelmiszer kiskereskedelemnek és ezeket a hatásokat milyen mértékben tudták csökkenteni a vállalatok. Kutatási munka során vizsgáltam az árstop hatálya alatt lévő termékek kiskereskedelmi beszerzési árának és volumenének alakulását, ezek mellett 3 566 darab élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelemmel foglalkozó vállalkozás 2021. és 2022. évi üzleti eredményét elemeztem. Az érintett termékek több esetben negatív árrésekkel voltak csak értékesíthetőek, ezek a veszteségek természetesen megjelentek az évvégi eredmények romlásában keresztül. A gyűjtött adatok alapján komprehenzív képet ad a dolgozat arról, hogy milyen helyzet jött létre a kiskereskedelemben és mekkorák voltak az asszociált veszteségek, emellett még mi volt jó és mi lehetett volna jobb a rendelet kapcsán az élelmiszer kiskereskedelem szempontjából.

Gazdaságpolitika – Monetáris politika

Elnök:	Dr. Novák Zsuzsanna	BME
Társelnök:	Dr. Végh Marcell Zoltán	SZTE
Tag:	Dr. Czeczeli Vivien	NKE
Tag:	Dr. Szikszai Szabolcs	PE
Titkár:	Dr. Süveges Gábor Béla	ME

KISS LÁSZLÓ MARCELL

kissmarci00@gmail.com

Gazdaság-és pénzügy-matematikai elemzés

Osztatlan, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Madari Zoltán

egyetemi adjunktus, BCE MSMI

MONETÁRIS POLITIKAI MODELLEZÉS KELET-KÖZÉP-EURÓPAI ORSZÁGOKBAN ÁRNYÉKKAMATLÁB HASZNÁLATÁVAL

Kulcsszavak: monetáris politika; árnyékkamatláb; transzmissziós mechanizmus; VAR; Kelet-Közép-Európa

A dolgozat célja, hogy becslést adjon Magyarország, Lengyelország és Csehország rövid árnyékkamatlábára (SSR), és megvizsgálja, hogy alkalmas-e az SSR időszora monetáris politikai elemzésre ezekben az országokban. Az SSR elterjedt eszköze a monetáris politikai modellezésnek, mivel alacsony kamatkörnyezetben, a nemkonvencionális eszközök alkalmazásának idején is képes mérni a monetáris politika lazaságának változását. Dolgozatom tudtommal első az irodalomban, amelyik a kelet-közép-európai országokban vizsgálta meg az SSR alkalmazhatóságát. Az árnyékkamatlábát a Wu & Xia (2016) által javasolt módon besültem meg, és egyszerű monetáris VAR modellekben teszteltem az SSR teljesítményét. Azt találtam, hogy az SSR képes tükrözni a legfontosabb nemkonvencionális politikák hatását, Magyarország és Csehország esetében jól használható az alapkamat folytatásaként a nemkonvencionális időszakban, azonban az alapkamathoz képest az SSR nem képes javítani a fő makrováltozók előrejelzését. A nemkonvencionális politikák hatását értékelve azt találtam, hogy az MNB 2016 utáni politikája tartósan képes volt csökkenteni a munkanélküliségi rátát, azonban hozzájárult a forint gyengüléséhez.

JEL: C32, E52, E58

KORSÓS ZOLTÁN

zoltan@korsos.hu

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 2. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Baranyai Eszter

mesteroktató, MNB Intézet mesteroktatója

AZ EURÓPAI KÖZPONTI BANKBA VETETT BIZALOM ALAKULÁSA A COVID-VÁLSÁG HATÁSÁRA

Kulcsszavak: Covid; bizalom; jegybank; Európai Központi Bank (EKB)

A dolgozat az Európai Központi Bank (EKB) iránti bizalom változását vizsgálja a Covid-19 világjárvány hatására az eurózóna országaiban. A fő kutatási kérdésünk, hogy a járvány milyen hatást gyakorolt az EKB iránti bizalomra, és az egyéb – demográfiai, gazdasági és politikai irányultság – tényezők hogyan befolyásolták a jegybankba vetett bizalmat ebben az időszakban. A kutatásunk egy probit modellt alkalmaz az Eurobarométer felmérések és az Oxford COVID-19 Government Response Tracker adatbázisainak adatait felhasználva. A Covid-19 világjárvány általánosan negatívan érintette az EKB iránti bizalmat az eurózónában, de ez az általános intézményi bizalom csökkenéséből adódik, nem EKB-specifikus. A szigorúbb kormányzati intézkedések pozitív hatással voltak az EKB-ba vetett bizalomra. A szélsőséges politikai orientáció (bal és jobb egyaránt) csökkent a jegybankba vetett bizalmat. Az eredmények felhívják a figyelmet az egyes intézményekkel szembeni bizalmi folyamatok együttmozgására, és annak fontosságára, hogy mélyebben megértsük a szélsőséges csoportok bizalmi folyamatait.

MOLNÁR TAMÁS

molnar.tamas314@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 2. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Vonnák Balázs

egyetemi docens, NJE GTK

A JEGYBANKI KOMMUNIKÁCIÓ PIACI HATÁSA MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: szövegelemzés; jegybank; kommunikáció; devizaárfolyam; kamatvárakozás

Ebben a tanulmányban a Magyar Nemzeti Bank által publikált jegybanki közlemények piaci hatását vizsgáltam meg a forintárfolyam (EURHUF) és a 3 hónap múlva induló 3 hónapos határidős kamatláb-megállapodási ügylet (3X6 FRA) esetében. A vizsgálatot nagyfrekvenciás eseményelemzés segítségével végeztem el, míg a közlemények irányultságának megállapításához különböző szövegelemző módszereket használtam fel, melynek segítségével relatíve hatékonyan tudtam identifikálni a monetáris politika hangvételét, hogy az szigorító (hawkish), vagy lazító (dovish). A piaci várakozások proxyjaként az előző időszakos jegybanki közlemény szentimentje mellett makrogazdasági adatokat és piaci mutatók változását is vettem. Vizsgálatom során azt az eredményt kaptam, hogy mennyiben a jegybank által publikált közlemény szentimentje eltér a piaci várakozásoktól, akkor statisztikailag szignifikáns hatása van az EURHUF árfolyamra és a 3X6-os FRA hozamra, amely hatás a vizsgált időablakok hosszától is függ. Az FRA hozamnál időben csökkenő, míg az EURHUF árfolyamnál növekvő hatást tudtam kimutatni, melynek hátterében több tényező is állhat. A jegybanki közlemény meglepetés-komponense mellett az euró-dollár keresztárfolyam is szignifikáns hatást gyakorol mindkét eredményváltozóra. A magyarázóváltozók szórásának vizsgálatával viszont arra az eredményre jutottam, hogy a vizsgált időablakban történő eszközárváltozás számottevő hányada a közlemény által okozott meglepetéshez köthető. Ezek alapján feltételezhető, hogy a jegybanki kommunikáció, azon belül is a publikált közleményben szereplő üzenetek statisztikailag kimutatható hatással vannak a pénzügyi eszközárakra. Így összességében elmondható, hogy a közlemények tartalmára, és azon belül az egyes kiemelt témájú üzenetek pontosságra nagyfokú figyelmet érdemes fordítania a jegybankoknak.

OZORÓCZY ÁKOS ATTILA

akos.ozoroczy@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:

Dr. Sebestyén Géza

egyetemi docens, BCE PSZGJI

Dancsik Bálint

főosztályvezető, Magyar Nemzeti Bank

KAMATTRANSZMISSZIÓ KÖZÉP-KELET-EURÓPÁBAN

Kulcsszavak: gazdaságpolitika; pénzügyi rendszer; monetáris politika; időszerelemzés

A dolgozat a monetáris transzmisszió betéti csatornájával foglalkozik a közép-kelet-európai régióban. Az elméleti összefoglaló után összegzi a témával foglalkozó empirikus tanulmányok eredményeit. Ezután az Európai Központi Bank adatai alapján leíró statisztikával mutatja be Csehország, Lengyelország, Magyarország, Románia és Szlovákia betéti kamatainak és rövid bankközi kamatainak kapcsolatát. A dolgozat ökonometria rész hibakorrekciós modellel vizsgálja az elmúlt két évtized betéti kamattranzmissziójának mértékét és gyorsaságát, arra a következtetésre jutva, hogy Csehországban a leggyengébb a betéti transzmisszió, a háztartási betétek pedig rendre lassabban és kevésbé alkalmazkodnak, mint a vállalati betétek. A legtöbb ország legtöbb szegmensében teljes körű a hosszútávú alkalmazkodás. A leíró statisztikákban felfedezett kamatkülönbözet és az idő sorok végének nem kointegráltsága miatt ezután becslést (predikciót) végez a dolgozat szerzője a 2020 után kezdődő kamatemelési ciklusokban a korábbi tapasztalatok alapján várt betéti kamatszintekre. A historikus adatok alapján a magyar háztartások betétei esetében gyengült a legtöbbet a transzmisszió, így a dolgozat ennek a jelenségnek néhány lehetséges magyarázatát tárgyalja zárás ként. A dolgozat hozzájárulása kettős a szakirodalomhoz: egyrészt a koronavírus pandémia után 2021-2022-ben kezdődő kamatemelési ciklusról a szerző tudomása szerint még nem jelent meg se általában kamattranzmissziót, sem kimondottan betéti kamattranzmissziót vizsgáló tanulmány a KKE régióra vonatkozóan, ahogy olyanról sincs tudomása, amely ezen dolgozathoz hasonlóan a korábbi transzmisszió alapján várt (prediktált) kamatszintet hasonlítja össze a tényadatokkal.

SZÜCS SÁNDOR

szucssandor731@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 2. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Vonnák Balázs**egyetemi docens, Magyar Nemzeti Bank*

AZ EKB KAMATDÖNTÉSEINEK HATÁSA A CSEH, LENGYEL ÉS MAGYAR ESZKÖZÁRAKRA

Kulcsszavak: EKB; átgyűrűző hatás; monetáris politikai sokk; információs hatás

Tanulmányunk az EKB kamatdöntése miatt kialakuló átgyűrűző hatást vizsgálja Csehország, Lengyelország, valamint Magyarország esetében. Ezek az országok szorosan kötődnek az eurózónához, de nem tagjai annak. Első kutatási kérdésünk: hogyan hat az EKB monetáris politikája a cseh, lengyel, magyar devizaárfolyamokra, részvényindexekre, kötvényhozamokra? Második kutatási kérdésünk a következő: melyik átgyűrűzési csatorna erősebb a fenti három országban, a pénzügyi vagy a reálgazdasági csatorna? A tanulmányunk lineáris regressziókkal ragadja meg az EKB okozta sokkokat. A regressziókat elvégeztük a teljes mintán, valamint két részmintán is, ahol vagy a monetáris, vagy az információs sokk dominál, attól függően hogy a kamatok és a tőzsdeindexek együtt mozognak-e (információs sokk), vagy ellentétesen mozognak-e (monetáris politikai sokk) a bejelentések hatására. Az átgyűrűző hatást egy szűk időablakban vizsgáltuk a sajtóközlemény előtti tizedik és a sajtótájékoztató kezdete utáni hetvenedik perc között. A pénzügyi csatornát a kétéves EONIA kamatswappal, míg a reálgazdasági csatornát a Stoxx50 részvényindexszel ragadtuk meg. A lineáris regressziókban a függő változóink a cseh, lengyel és a magyar devizaárfolyamváltozások, egyéves, és azon kívül a tízéves államkötvényhozamok, valamint részvényindexek voltak. Az eredmények a kétéves EONIA kamatswap, valamint a Stoxx50 részvényindex együtthatói a lineáris regressziókban. A devizaárfolyamra szinte mindenhol negatív együtthatókat kaptunk, tehát az euró gyengül, nem nagy mértékben a másik három ország devizájával szemben. A tőzsdék esetében láthattuk, hogy a kétéves EONIA kamatswap együtthatója csak az esetek kevesebb, mint a felében kap szignifikáns értéket, míg a Stoxx50 részvényindex esetében szinte mindig egyszázalékon szignifikáns eredményeket kaptunk, függetlenül attól, hogy a teljes, vagy a két almintát nézzük. Az államkötvények esetében láthattuk, hogy a teljes minta esetében egyáltalán nincs szignifikáns hatása a kétéves EONIA kamatswap esetében, és a Stoxx50 részvényindex is csak a tízéves állampapírok esetében van szignifikanciája. Az eredmények alapján kijelentjük, hogy a reálgazdasági csatorna az, mely dominánsabban meghatározza a három ország eszközárainak a változását, a pénzügyi csatornával együtt változatos módon teszik azt meg.

Gazdaságtörténet, közgazdasági elmélettörténet – Gazdaságtörténet

Elnök:	Dr. Naárné Dr. Tóth Zsuzsanna	METU
Társelnök:	Dr. habil. Fülöp Tamás	NJE
Tag:	Dr. Pelles Márton	KRE
Tag:	Dr. habil. Strausz Péter	BCE
Titkár:	Tóth Zoltán	ME

KRISZTIÁN FILEP

krisztian.filep@stud.uni-corvinus.hu

Applied Economics

BSc, 6. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:
Róbert Venyige
assistant professor, BCE

**ETHNIC AND RELIGIOUS DIVERSITY, INCOME INEQUALITY AND ECONOMIC
DEVELOPMENT IN THE EARLY 20TH CENTURY HUNGARY**

Keywords: economic history; econometrics; development economics; ethnic diversity; public goods

This paper attempts to establish a connection between ethnic and religious diversity and several economic indicators using settlement-level data from early 20th century Hungary, using econometric techniques. Ethnic diversity was measured by two indicators: fractionalization and polarization. The following was tested in the paper: ethnic diversity is positively related to the production of private goods, and negatively to the provision of public goods. In the data, a positive association was found between ethnic fractionalization and both outcome variables, somewhat contradicting earlier findings. The relationship between ethnic fractionalization and polarization was also tested. Here, for a given level of fractionalization, polarization was found to have a detrimental effect on all outcomes. The effect of religious diversity was also studied in the paper, the coefficient of which was also determined to be positive and significant. When using literacy rate as the dependent variable, ethnic fractionalization had a negative effect for a given level of religious fractionalization. The results cannot be interpreted as causal, since despite efforts, migration-caused endogeneity between diversity and development could not be ruled out.

HANTOS JÓZSEF

hantosjozsef96@gmail.com

Pénzügy és számvitel alapképzési szak

BA, 3. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Nagy Andrea Magda
egyetemi docens, PE GTK*

A VÉGSŐ HITELNYÚJTÓ SZEREPE A 2008-AS GLOBÁLIS GAZDASÁGI VÁLSÁG IDEJÉN

Kulcsszavak: végső hitelnnyújtó; pénzügy; gazdasági válság; pénzügyi válság; központi bank

A pénzügyi összeomlások és krízisek mind szerves részei a pénzügyi történelem alakulásának. A féktelen spekuláció, pénzügyi innovációk, a szabályozások elmaradottsága, az elhibázott szakpolitikák és az ezekből fakadó krízisek azonban sokszor évekre, akár évtizedekre visszavetették a gazdasági fejlődést és számos szélsőséges elem felemelkedéséhez vezettek.

Tudományos diákköri dolgozatom a végső hitelnnyújtó (Lender of Last Resort, LOLR), a pénzügyi krízisek és az intézményi spekuláció témakörével foglalkozik a 2008-as globális gazdasági válság kapcsán. Kutatásom célja a pénzügyi és gazdasági krízis jellegzetességeire adott LOLR válaszok és eszközök felkutatása. Ezen eszközöknek és lépéseknek a LOLR elméleti keretrendszerében való elhelyezkedésének értelmezése, érintve a nemzetközi végső hitelnnyújtó problémakörét.

Dolgozatom irodalmi áttekintésében bemutatja a pénzügyi összeomlások és krízisek történelmét, azok háttérében álló legfontosabb eseményeket, valamint a központi bankok végső hitelnnyújtói feladatának fejlődéstörténetét, annak főbb elméleti kereteit és az azzal kapcsolatban felvetődő kérdéseket. Ezt követően pedig a 2008-as globális gazdasági válság előzményeinek majd gyakorlati LOLR tevékenységeinek bemutatása és elemzése következik szekunder adatok és empirikus elemzés formájában.

Kutatásom bemutatja, hogy a végső hitelnnyújtó feladatköre számos ponton ki kellett, hogy bővüljön a Walter Bagehot (1873) által megalkotott képhez képest. Láthatjuk, hogy a pénzügyi innováció és a szektor hatósági szabályozása kulcsfontosságú kérdés és közvetlen hatással van a válságok kialakulására, mivel az intézményi befektetők is hajlamosak a spekuláció túlzásainak áldozatául esni. Ezen felül bemutatásra kerül az is, hogy a végső hitelnnyújtó információ gyűjtő és stratégiai szervező szerepe rendkívül fontos, mivel az aszimmetrikus információ problémája a pénzügyi intézményeket és döntéshozókat sem kerüli el.

JANKOVITS ANDRÁS

andras.jankovits@stud.uni-corvinus.hu

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés

Osztatlan, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Dr. Katona Márton Tamás
egyetemi adjunktus, BCE KTI

A MECSEKI SZÉNÁNYÁK VÁLLALAT MEGSZÚNÉSÉNEK INTÉZMÉNYI ELEMZÉSE

Kulcsszavak: rendszerváltás; bányászat; bányabezárások

A dolgozat témája a Mecseki Szénbányák bezárásának intézményi elemzése. A kutatás a bányabezárások és a rendszerváltás kapcsolatát, illetve az átszervezés és a bányabezárások gazdasági, társadalmi és politikai okait, következményeit vizsgálja, ehhez a szakirodalom alapján meghatározva a rendszerváltás, és az azt követő időszak intézményi tényezőit. Ezután a Mecseki Szénbányák vállalat esetét elemzi, a bezárást okozó tényezőket gazdasági adatok és folyamatok, illetve az időszakban megjelent cikkek szövegelemzése, valamint bányászokkal készített fókuszcsoporthozos interjú, illetve mélyinterjúk alapján azonosítja. Az elemzés azonosítja az útfüggőséget és más szakirodalomban található faktorokat a Mecseki Szénbányákkal kapcsolatban.

SZABÓ ANTÓNIA

szaboantonio08@gmail.com

pénzügy-számvitel

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Prof. Dr. Kaposi Zoltán
egyetemi tanár, PTE KTK*

A BEZERÉDJ CSALÁD SZEREPE TOLNA MEGYE MODERNIZÁCIÓJÁBAN ÉS A MAGYAR SELYEMIPARBAN

Kulcsszavak: Tolna megye; Bezerédj István; Bezerédj Pál; selyemipar; hernyóselyem

A tanulmány család- és gazdaságtörténeti kutatás, amely a középbirtokos Bezerédj család működésén keresztül igyekszik képet adni Tolna vármegye gazdasági és társadalmi modernizációjáról, és azon belül a Bezerédj család szerepéről. A dolgozat három fő kérdést vizsgál: Tolna megye gazdasági- és birtokviszonyainak alakulását, Bezerédj István vármegyei gazdasági és politikai élet változásaira és a helyi reformokra gyakorolt hatását, valamint unokaöcse, Bezerédj Pál hozzájárulását a magyar selyemipar fejlődéséhez. A dolgozat arra a következtetésre jut, hogy a Bezerédj család alkalmazkodóképessége és újításai révén meghatározó szerepet játszott a térség fejlődésében. A tanulmány hozzájárul a Dél-Dunántúl gazdaságtörténetének és a magyar selyemipar múltjának megértéséhez. Gazdag történeti forrásbázison nyugszik, köztük korabeli iratokon, népszámlálási adatokon, ipartörténeti műveken. Az ipartörténeti kutatásban kiemelt figyelmet kaptak a hernyóselyem-tenyésztés és a selyemfonás folyamatainak dokumentumai, valamint a tolnai fonoda történetével kapcsolatos helyi és országos források. Szakirodalmi forrásokat Tolna megye nemességének működésére, a térség társadalmi-gazdasági átalakulására, illetve a magyar ipar múltjára használhattunk.

A 18. század elejétől Tolna megyében stabilizálódtak a földbirtokviszonyok, ahol a nagy- és középbirtokos nemesség jelentős szerepet játszott a mezőgazdaság fejlesztésében, különösen a szőlőtermesztés és belterjes gazdálkodás területén. A 19. század közepére azonban az ősiségtörvény, a birtokaprózódás és vagyoni nehézségeik végett a birtokállomány csökkent, ami a nemesi réteg társadalmi és gazdasági hanyatlásához vezetett. Bezerédj István (1796-1856) a reformkori Magyarország meghatározó politikusa és középbirtokos nemese volt, aki jelentős mezőgazdasági újításokat vezetett be, valamint elsőként kezdeményezte a jobbágyok felszabadítását birtokai örökbérletbe adásával. Reformpolitikusként támogatta az ősiség eltörlését, a magyar nyelv ügyét és a zsidók polgári jogainak elismerését, miközben példát mutatott önkéntes adózásával és társadalmi felelősségvállalásával. Bezerédj Pál (1840-1918) újjászervezte a magyar selyemipart az Országos Selyemtenyésztési Felügyelőség vezetőjeként, központi gyárhálózatot hozott létre, elősegítette a szederfaültetvények bővítését és szakszerű oktatást biztosított. Emellett szociális újításokat vezetett be, mint a munkásnőotthonok és családtámogatási programok, elősegítve a gazdasági és szociális fejlődést.

SZABÓ ANTÓNIA

szaboantonio08@gmail.com

pénzügy-számvitel

BSc, 6. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Prof. Dr. Kaposi Zoltán
egyetemi tanár, PTE KTK*

SKÓCIA FÜGGETLENSÉGE ÉS GAZDASÁGI KÉRDÉSEI: TÖRTÉNETI GYÖKEREK ÉS JÖVŐBELI KILÁTÁSOK

Kulcsszavak: Skócia; Egyesült Királyság; Egyesülési Törvények; függetlenség; skót devolúció

Dolgozatom egy széles körű érdeklődést kiváltó témát, Skócia függetlenségének kérdését ragadja meg. A komplex megközelítés mind történelmi, mind gazdasági aspektusokat figyelembe vesz, miközben elemzi a kérdést demográfiai, politikai, társadalmi és kulturális szempontból. Tanulmányom elemző jellegű, igyekszik átfogó képet nyújtani a függetlenségi kérdés különböző vetületeiről és keretbe foglalni a skót devolúció témaköréhez tartozó, a kutatás érdekében leglényegesebb eseményeket és folyamatokat, ezzel segítve a téma átláthatóságát, az abban való tájékozódást, a kérdéskör feltárását, válaszok és megoldások keresését. Írásom történeti jellegű áttekintés, amelyhez feldolgozásra került számos, a témához kötődő gazdasági és politikai kiadvány, egyetemi publikáció, jelentés, előrejelzés, kormányterv, statisztika, valamint gazdaság- és társadalomtörténeti tanulmány. Kutatási kérdéseim arra irányultak, hogy választ keressek azokra a társadalmi, politikai és gazdasági tényezőkre, amelyek kijelölik Skócia jelenlegi helyét Nagy-Britannia egészében, illetve milyen következményekkel járna Skócia szemszögéből a kilépés. A dolgozat Skócia történelmi dimenzióira épít, a tagország gazdasági és politikai helyzetét elemzi az Egyesült Királyságon belül és rávilágít a szétválás lehetséges körülményeire. A tanulmány továbbá mérlegeli az önállóság potenciális következményeit Skócia fejlődése szempontjából és rövid betekintést tesz Skócia európai jövőjére.

Megállapításaim egyik fontos eleme, hogy a függetlenség politikai döntés lesz, melyet nagymértékben befolyásolhatnak a gazdasági körülmények. Skócia és Anglia egyesülését (1707) gazdasági nehézségek, különösen Skócia 17. századi csődközeli helyzete és az angol támogatás szükségessége ösztönözte. Az egyesülés óta fennálló jóléti különbségek és a skót függetlenség kérdése azonban máig heves viták tárgyát képezik. Egy független Skócia pénzügyei jelentős kihívásokkal néznének szembe ma is, különösen a valutakérdés, a költségvetési hiány, és az északi-tengeri bevételek csökkenése végett, amelyek fenntarthatósági problémákat vetnének fel, mindez nem jelent változást a történelmi angol-skót gazdasági viszonyokat tekintve. Az ország gazdasági stabilitása nagymértékben függne EU-tagságától, miközben a demográfiai változások hosszú távon befolyásolhatják a függetlenség támogatottságát. Skócia függetlensége nem zárna ki a perszonálunió fennmaradását, mivel az Egyesülési Törvényektől függetlenül továbbra is életben maradna.

SZALAI ZSOMBOR ANDRÁS

szalai.zsombi@gmail.com

Gazdálkodási és Menedzsment

BSc, 6. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Prof. Dr. Kaposi Zoltán
egyetemi tanár, PTE KTK*

PÉCS GAZDASÁGI VÁLTOZÁSAI A RENDSZERVÁLTÁS IDEJÉN

Kulcsszavak: rendszerváltás; iparszerkezet; privatizáció; terciarizáció; dezindusztrializáció

A nyolcvanas években Pécs gazdaságát jelentősen meghatározta mecseki kőszén és uránbányászat, gépipar és különösen a könnyűipar. A rendszerváltás során a korábbi tulajdoni viszonyok átalakultak, a KGST piacok megszűntek, a gazdaság szerkezete a tercier szektor felé tolódott.

Kutatásom célja felmérni és bemutatni a város termeléssel, tulajdonviszonyokkal, nagyobb üzemeknek és szektorainak helyzetével kapcsolatos változásait. Ehhez az 1982-es IMF és Világbank csatlakozás utáni, illetve a 2004-es EU taggá válás előtti események vizsgáltam, mivel ezek az események jelentősebb változást hoztak a gazdaság működésében. A téma megismeréséhez elemeztem a rendszerváltás előtti viszonyokat és a nyolcvanas években végbemenő folyamatokat, majd megvizsgáltam a privatizáció szakaszait, az egyes vállalatok átalakulását, a kialakult makrogazdasági és gazdaságpolitikai helyzetet.

A téma feltárásához először szekunder kutatást végeztem. Továbbá a sajtóban, elsősorban a Dunántúli Naplóban megjelent információk, illetve a megyei statisztikai évkönyvek és más KSH-kiadványok elemzésével szeretném alátámasztani az álláspontomat.

A kutatás eredményeképp azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a pécsi gazdaság szerkezete egyértelműen eltolódott a tercier szektor irányába. A legnagyobb visszaesést a bányászatban figyelhetjük meg, amely 2004-re megszűnt. Ennek legfőbb oka a gazdaságos kitermelés teljes hiánya és az olcsóbb import és helyettesítő termék megjelenése, amelyek az ágazat felszámolásához vezettek. Nagyobb üzemeket sokkhatésként érte a KGST export kiesése, illetve a regionális recesszió, amely a 90-es elején jelentős veszteségekhez és csődökhöz vezetett. A Zsolnay Porcelángyár és a kesztyűgyár esetében a privatizáció sikertelennek mondható, amely a vállalatok felbomlásához és zsugorodásához vezetett. Ezzel szemben a Sopiana Gépgyár vagy a Pannonia Sörgyár hamar külföldi tulajdonba került és a sikeres privatizációt követően fennmaradtak a mai napig. A legjelentősebb beruházásokat a technológiai eszközöket gyártó, Hantarex, Nokia és Elcoteq hozta, amely 2004-ben a város legnagyobb foglalkoztatója volt. A tercier szektorban jelentős fejlődést jelentett a pénzügyi, telekommunikációs szolgáltatások fejlődése, a nagyáruházak felépülése, illetve az egyetem bővülése és fejlődése, amely a szaktudás felértékelődését is mutatja.

VARGA PATRIK ZSOLT

patrik.varga96@gmail.com

Vezetés és Szervezés

MSc, 3. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Kaposi Zoltán
egyetemi tanár, PTE KTK

A PÉCSI SZÁLLÁSADÁS VÁLTOZÁSAI A KÉT VILÁGHÁBORÚHÁBORÚ KÖZÖTT (1918–1941)

Kulcsszavak: Pécs; turizmustörténet; Mecsek; szállodatörténet; desztináció menedzsment

Dolgozatom célja a két világháború közötti pécsi szálláshelyek változásainak bemutatása. A mecsekaljai település szállásainak 1914 előtti történetével korábbi kutatásaimban foglalkoztam már, aminek folytatásaként most a két világháború közötti korszakot tekintetem át. Három fő szakmai kérdésre kerestem a választ: hogyan üzemelt a pécsi szállásadás ebben a korszakban; melyek voltak azok a lépések, amelyek alapvetően befolyásolták a vendégforgalom, és így a pécsi szállásadás történetének alakulását; s végül, mely szervezetek, intézmények és vállalkozások munkássága vitte előre az ágazatot. Munkámat egyrészt személyes kötődésem, érdeklődésem motiválta, másrészt pedig az, hogy erről a témáról átfogó irodalom eddig még nem jelent meg. Kutatómunkám széles forrásbázisra, és ezeknek megfelelő módszertanra épül (irodalomelemzés, levéltári kutatómunka során talált korabeli források feldolgozása, statisztikák elemzése, sajtóanyagok összegyűjtése, regionális szintű összehasonlítás stb.).

Kutatásom során bemutattam a pécsi szállásadás módosulásait a két háború közötti időszakban. Feltártam a szerb megszállás utáni változásokat, amelyek egy visszafogott, de lassú fejlődésről szóltak. Ennek során egyesével bemutattam a Pécsen található és működő hagyományos vendégfogadókat és modern szállodákat. Foglalkoztam a Hajó Szálló, a Vadember, a Nádor Szálló, a Pannonia Grand Hotel, a Vasúti Szálloda, a Hotel Excelsior és a Baranya Szálló múltjával. Ezt követően bemutattam a válság alatti visszaesést, de ezzel párhuzamosan a Pécs város által tett jelentős idegenforgalmi fejlesztéseket is, amelyek nagyrészt az Idegenforgalmi Bizottsághoz kapcsolódtak. Utolsó egysége a dolgozatnak az 1930-as évek második felében végbement fellendüléséről szól, amikor is egyre több szállodai kapacitás jött létre, s a hangsúly a belvárosi szállodákról lassan a Mecsekoldalban lévő új hotelekre került át. Részletesen bemutattam a dolgozatban a dömörkapui Menedékház, a Mecseki Üdülőszálló (Hotel Kikelet) és más szálláshelyek létrehozását. Ugyanakkor kitértem a mecseki üdülőtelep egyéb egységeinek történetére is. A dolgozatom tárgyát képező épületek közül, bár kevés maradt meg eredeti funkcióját tekintve, mégis a mai városkép meghatározó vonásai

Humán erőforrás gazdálkodás és fejlesztés – Humán erőforrás – trendek és folyamatok

Elnök:	Dr. Malatyinszki Szilárd	KJE
Társelnök:	Dr. András Klára	METU
Tag:	Barizsné Dr. Hadházi Edit	DE
Tag:	Dr. Csugány Julianna	EKKE
Tag:	PhDr. Szeiner Zsuzsanna	SK SJE
Titkár:	Dr. habil. Kunos István	ME

CZINEGE PETRA

czpetra98@gmail.com

Vezetés és Szervezés

MA, 2. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Dániel Zoltán András

egyetemi docens, PE GTK

MULTINACIONÁLIS VÁLLALATOK A GENERÁCIÓK TÜKRÉBEN: TEHETSÉGMENEDZSMENT ÉS A GENERÁCIÓK KAPCSOLATA A MULTINACIONÁLIS VÁLLALATOKNÁL

Kulcsszavak: tehetségmenedzsment; generáció; multinacionális környezet

A dolgozat központi témája a multinacionális vállalatok tehetségmenedzsmentje és a generációs különbségek közötti kapcsolat feltárása. A kutatás aktualitását a generációs kérdések növekvő jelentősége adja, hiszen a modern munkahelyeken egyre hangsúlyosabb a különböző generációk együttműködése és az ezekből fakadó kihívások kezelése. Azonban a szakirodalom gyakran a szervezeti kultúra oldaláról közelíti meg a generációk közötti különbségeket, ezért jelen dolgozat célja, hogy a tehetségmenedzsment szemszögéből vizsgálja meg, miként befolyásolják ezek a különbségek a munkahelyi stratégiákat.

Az első rész a generációk munkahelyi attitűdjeit és jellemzőit tárgyalja, különösen a Baby Boomer, X, Y, Z és Alpha generációk sajátosságait. A dolgozat második része a tehetségmenedzsment elméleti alapjait és gyakorlati vonatkozásait mutatja be, figyelembe véve a különböző generációk elvárásait.

A kérdőíves felmérés és személyes interjúk alapján a kutatás eredményei azt mutatják, hogy a különböző generációk eltérő munkahelyi elvárásai és motivációs tényezői egyértelműen differenciált tehetségmenedzsment stratégiákat igényelnek a hatékony megtartás és teljesítménynövelés érdekében, ugyanakkor nem minden esetben szükséges generációspecifikus stratégiák alkalmazása. A Z generáció számára különösen fontosak a fejlődési és továbbképzési lehetőségek, míg az X generáció inkább a stabilitást és a juttatásokat értékeli. A kutatás rámutatott arra is, hogy bár a vállalatok jelenleg nem alkalmaznak generációspecifikus tehetséggondozó programokat, a jövőben szükség lehet ilyenek kialakítására, ha a különböző generációk igényei egyre inkább kiemelkednek.

A dolgozat javaslatokat is tartalmaz, mint a tehetségek folyamatos támogatása, az utódlás tervezése, a generációs különbségek kezelése és a tudásmegosztás ösztönzése. A kutatás eredményei alapján a jövőbeli stratégiákban a generációs igények figyelembevétele hozzájárulhat a munkavállalói elégedettség növeléséhez és a munkahelyi kultúra erősítéséhez. A vállalatok számára hasznos lenne kidolgozni olyan programokat, amelyek támogatják a különböző generációk közötti együttműködést és a tehetségmegtartást, figyelembe véve azok eltérő motivációit és preferenciáit.

FAZEKASNÉ BATTÁ RITA

fazekasne.batta.rita@uni-mate.hu

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 4. félév

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Témavezetők:

Dr. Prihoda Emese

egyetemi docens, MATE AÉGI

Dr. Szakál Zoltán

egyetemi docens, MATE MI

MUNKAHELYI ELISMERÉS VIZSGÁLATA A MAGYAR AGRÁR- ÉS ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEMEN

Kulcsszavak: motiváció; elismerés; nem anyagi; hiányérzet

A jól képzett és kellően motivált munkaerő a szervezetek egyik legfontosabb versenyképességi tényezőjének számít. A motiváció megfelelő szinten tartása azonban egyben komoly kihívást jelent a vezetés számára, hiszen a bérjellegű ösztönzők mellett napjainkban mind jobban előtérbe kerülnek a nem anyagi jellegű ösztönzők is. Mindemellett a munkavállaló személyes attitűdjeinek mélyebb ismerete nélkül meglehetősen nehéz feladat kialakítani a megfelelő ösztönző csomagot és az ideális vezetési stílust is. Mivel a nem bérjellegű ösztönzők sorában az egyik legfontosabb motivátornak a munkahelyi elismerés számít, a szakdolgozat elsődlegesen a nem anyagi jellegű ösztönzők iránti elvárások gyakorlati sajátosságait veszi górcső alá a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem dolgozóinak körében.

A téma felvetéséhez kapcsolódóan a szakdolgozat célja az egyetemi munkatársak munkával való elégedettségének vizsgálata, továbbá választ keresek arra a kérdésre is, hogy az egyetemi munkatársak miként vélekednek a munkáltatói elismerés fontosságáról, és annak jelenlegi megvalósulását vajon mennyire tartják megfelelőnek. A kutatás arra is kísérletet tesz, hogy összefüggéseket tárjon fel a megfelelő munkáltatói elismerés és a dolgozói motiváció és termelékenység alakulása között. A kutatási eredmények tükrében lehetőség nyílik azoknak a stratégiáknak a kialakítására, amelyek módot adhatnak a dolgozói elégedettség javítására, a fluktuáció csökkentésére, és a munkatársak MATE iránti elkötelezettségének erősítésére.

Kétféle primer kutatási módszer együttes alkalmazása révén (kvalitatív fókuszcsoporthozos megkérdezés és kvantitatív kérdőíves felmérés) több hipotézis igazolást nyert. Az eredményeim alátámasztják, hogy a 40 évesnél idősebb munkatársak előnyben részesítik a szóbeli dicséretet, az egyetemi dolgozók számára a munkatársak felől érkező elismerések éppen olyan fontosak, mint a vezetők felől érkező elismerések, a primer kutatási adatokon alapuló GAP réselemzés továbbá azt az előzetes hipotézist is alátámasztotta, hogy a nem anyagi elismerések elmaradása esetén a hiányérzet alakul ki a dolgozóban.

A primer kutatási eredmények módot nyújthatnak a MATE vezetése számára, hogy jobban megértse a munkavállalók elvárásait a munkáltatói elismerés viszonylatában, és hogy az újszerű kutatási eredmények fényében az egyetemen alkalmazott visszajelzési kultúrát erősíteni lehessen a dolgozói elégedettség és a munkavállalói motiváció növelése érdekében.

HEGYI BERNADETT ZSANETT

bernadettegyi06@gmail.com

Emberi erőforrások alapképzési szak

BSc, 3. félév

Károli Gáspár Református Egyetem

Gazdaságtudományi, Egészségtudományi és

Szociális Kar

Témavezető:

Dr. Valkó Vivien

tanársegéd, KRE GESZK

ÚJ MUNKAVÁLLALÓI NORMÁK? Z GENERÁCIÓ IGÉNYEI, ELVÁRÁSAI ÉS SZERVEZETI ALKALMAZKODÁS

Kulcsszavak: Z generáció; munka-magánélet egyensúly; motiváció; megbecsülés; elégedettség

A munkaadók egyre inkább szembesülnek azzal a kihívással, hogy hogyan motiválják és tartják meg a fiatalabb munkavállalókat. A hagyományos módszerek már nem biztos, hogy működnek, ami új megközelítéseket követel meg. A szakdolgozat célja a Z generációs munkavállalók munkahelyi motivációinak és elvárásainak vizsgálata.

A tudományos munka szekunder és primer kutatás egységére épít. A szekunder kutatás, a vizsgált témával szorosan összefüggő hazai és nemzetközi szakirodalom begyűjtésén alapult. A primer kutatás, kvantitatív kutatási módszerrel, azon belül online kérdőíves felméréssel zajlott. A célcsoport a Z generációba tartozó munkavállalók voltak, ipari ágazattól függetlenül.

A kutatás során öt kutatási kérdést vizsgáltam meg, amelyek mindegyike összefüggéseket mutatott az elégedettség, motiváció, valamint a munka-magánélet egyensúlya és megbecsülés között. A kutatás fő megállapításai, hogy az általános elégedettség és a munkavállalók által érzékelt megbecsülés között erős kapcsolat mutatható ki, amely hozzájárul a munkahelyi elégedettség növeléséhez. Az elégedettség és a motiváció közötti szignifikáns összefüggés alapján megállapítható, hogy a munkavállalók érzelmi szükségleteinek kielégítése közvetlenül befolyásolja teljesítményüket és elkötelezettségüket. A munka és magánélet egyensúlya, valamint a megbecsülés és elismerés érzése közötti összefüggés alátámasztja, hogy a harmonikus munkakörnyezet hozzájárul a munkavállalók általános jóllétéhez.

A tudományos munka eredményei alapján elmondható, hogy egy Z generációs munkavállaló foglalkoztatása valóban több figyelmet és alkalmazkodóképességet igényel, de ez hosszú távon elengedhetetlen a vállalatok fenntartható működése érdekében. Ha a munkaadók nem hajlandók adaptálódni, komoly nehézségek elé nézhetnek a lassan elöregedő munkaerőpiac miatt. A kutatás további irányai között szerepel a generációk közötti eltérő igények összehangolásának vizsgálata, különös tekintettel arra, hogy az alkalmazkodás milyen hatással van a munkahelyi kohézióra és a többi generációra.

HOLLÓSI ISTVÁN

hollir@gmail.com

nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 4. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Baranyai Eszter

vezető szakértő, Magyar Nemzeti Bank

DIGITÁLIS FIATALOK

Kulcsszavak: yDSI; digitális készségek; fiatalok; képernyő idő; digitális index

Az alábbi kutatás középiskolások digitális készségeinek a Youth Digital Skills Indicator (yDSI) részletes mérési eszköz első hazai alkalmazásával felmért kérdőíves kutatás eredményeit mutatja be. A dolgozat legfőbb megállapítása az, hogy a nagy mértékű („folyamatos”) online jelenlét nem jár együtt a digitális készségek magasabb szintjével. E mellett igazoltnak találtam, hogy az inkább szórakozás és kapcsolattartás fókuszú készségek erősebbek, mint a tanulással – majd későbbi munkavégzéssel – kapcsolatosak. A dolgozat továbbá a nemzetközi szakirodalom számára is fontos következtetéseket fogalmaz meg a yDSI gyakorlati alkalmazhatóságának korlátaival kapcsolatban.

JACSÓ ZSANETT

jacsozsanett@gmail.com

Emberi erőforrás tanácsadó

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Olvasztó Zsófia
doktorandusz, DE GTK*

SZEMÉLYES ÉS MUNKAVÉGZÉSEL KAPCSOLATOS JELLEMZŐK VIZSGÁLATA A Z-GENERÁCIÓ TAGJAI KÖRÉBEN

Kulcsszavak: Z-generáció; jellemző; személyes; munkával kapcsolatos; tulajdonság

Az elmúlt években a Z-generáció az érdeklődés középpontjába került, hiszen képzettségük és a munkaerőpiac változásai nyomán hatékony toborzásuk, beillesztésük és megtartásuk kiemelten fontossá vált a munkáltatók számára. Mivel ez megismerésükkel válik lehetővé, így számos tanulmány vizsgálta különböző nézőpontokat és módszereket alkalmazva képességeiket, sajátosságait és fejlesztendő területeit.

A kutatás célja annak feltérképezése, hogy a személyes és a munkavégzéssel kapcsolatos szakirodalmi jellemzők közül melyek azok, amiket a Z-generáció tagjai leginkább vagy legkevésbé éreznek igaznak önmagukra. A vizsgálat továbbá törekedett annak felmérésére, hogy befolyásolják-e a válaszadók demográfiai jellemzői a munkavégzéshez kötődő elképzeléseiket.

Online kérdőíves vizsgálat (n=494) során valósult meg a személyes és munkával kapcsolatos jellemzők előfordulásának önbevalláson alapuló feltérképezése. Az adatok elemzése során K-központú klaszteranalízist, illetve nem paraméteres eljárásként Mann-Whitney-próbát és Kruskal-Wallis-próbát alkalmaztam. Emellett három fő humán erőforrás vezetővel készített interjú nyomán lehetőség nyílt a munkáltatók Z-generációval kapcsolatos tapasztalatainak megismerésére.

Az eredmények esetében megállapítható, hogy a válaszadók a hűséges, tisztelettudó és megértő tulajdonságokkal azonosultak leginkább, míg legkevésbé a türelmes, magabiztos vagy kezdeményező jelzőket választották. Emellett a tulajdonságok mentén kialakított három klaszter között eltérés mutatkozott aszerint, hogy az egyén végzettségének megfelelő munkahelyen helyezkedett-e el.

A munkavégzés tekintetében elmondható, hogy a generáció tagjai számára fontos, hogy a vezető közvetlen, baráti viszonyban legyen beosztottjaival, szívesebben dolgoznak néhány fős irodában, mint open-office-ban, a kapott feladatok megoldását pedig az instrukciókat követve látják el. A nem paraméteres tesztek alapján a munkavégzéshez kötődő jellemzők értékelését befolyásolja a kitöltők neme, munkaköre és munkatapasztalatának mértéke.

Összegezve az eredményeket, megállapítható, hogy a demográfiai jellemzők hatással vannak a munkához kapcsolódó jellemzőkre, valamint, hogy folyamatosan törekedni kell a Z-generáció tagjainak megismerésére, ugyanis kiderülhet, hogy egészen másképp gondolkodnak önmagukról, mint mi gondolkodunk róluk.

KIS PANNA BOGLÁRKA

pannaboglarka437@gmail.com

gazdálkodás és menedzsment

BSc, 7. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Viharos Zsolt János

dékanhelyettes, tudományos főmunkatárs, NJE GTK

FOLYAMATÁBRÁK HATÁSOS ALKALMAZÁSÁNAK VISSZAMÉRÉSE A VÁLLALATI OKTATÁSOKBAN

Kulcsszavak: folyamatábra; kérdőív; hatékonyság; training; leírás

A TDK dolgozatomban, ami a szakdolgozatom tovább gondolása, bemutatom egy vállalatirányítási rendszer bevezetésével járó oktatásokat és a vállalati oktatási típusokat egy multinacionális vállalat példáján keresztül. A folyamatábrák alkalmazását hasonlítom össze a leírással oktatóanyaggal. A munkavállalók a rendszer bevezetésével járó új modulok megtanulására szolgáló oktatás után egy kérdőívet töltenek ki, amiben az oktatásra és a fent említett oktatási anyagban található két módszer különbözőségeire és eltéréseire mutatnak rá. A kiértékelés alapján látható lesz, hogy a folyamatábra vagy a leírás a hatékonyabb. A hipotézisemben a folyamatábrák hatékonyságára fogalmaztam meg állításokat, amiket a végén összevetek a kutatásom eredményével és tudományos téziseket fogalmazok meg, amiben megbizonyosodok a feltevéseimről, hogy a folyamatábrák könnyítik, gyorsítják és jelentősen segítik a training anyag megértését és rögzülését.

KISS VIRÁG ANNA

virag.kiss2@stud.uni-corvinus.hu

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Jámber Zsófia

egyetemi adjunktus, BCE KTK

AZ EMBERI ERŐFORRÁS, MINT KOCKÁZAT VIZSGÁLATA EGY AUTÓIPARI LOGISZTIKAI SZOLGÁLTATÓ PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Kulcsszavak: emberi erőforrások; kockázatkezelés; logisztika

A kutatás témája egy specifikus logisztikai szolgáltató kockázatkezelési stratégiája kiemelt figyelmet fordítva az emberi tényezőre, mint rizikó faktor. A téma relevanciája abban rejlik, hogy napjainkban számos tényező, többek között emberi faktor, technológiai fejlődés, járványok, válságok és természeti katasztrófák hatására a vállalatok egyre nagyobb bizonytalanságnak vannak kitéve. A kutatás célja az emberi erőforrások kockázatainak elemzése a logisztikai szolgáltató körében, valamint az ehhez kapcsolódó stratégiák és megoldások feltárása. A kutatás módszertana primer és szekunder adatgyűjtést is tartalmaz, ami azt jelenti, hogy szakirodalmak, tudományos cikkek és tankönyvek mellett félig strukturált interjúk kerültek felhasználásra a vizsgált logisztikai szolgáltató munkavállalóival, a vállalati dokumentumok alapján elmezések készültek, és a kockázatkezelési lépések megvizsgálásra kerültek az üzleti életben. Az eredmények alapján elmondható, hogy a humán erőforrások nemzeti összetétele és a foglalkoztatási módok különbségei jelentős kockázati tényezők a vizsgált vállalat életében, mégsem fordítanak rá kellő figyelmet, amely hosszú távon problémához vezethet. Továbbá a kutatás eredményeképpen megállapítható, hogy a technős módszer statikus ábrázolást nyújt, ami azt jelenti, hogy nem tudja kezelni a dinamikus vagy időbeli változásokat, ezek a módszer korlátainak számítanak.

NÉMETH KLAUDIA

q2yامل@student.uni-pannon.hu

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezetők:

Dr. Palányi Ildikó

dékan, tanszékvezető, egyetemi docens, PE GKZ

Tóth Szilvia

oktató, PE GKZ

A VÁLLALATI SZFÉRA FELELŐSSÉGVÁLLALÁSA A FOLYAMATOS, KISZÁMÍTHATÓ ÉS NAPRAKÉSZ TUDÁSSAL RENDELKEZŐ MUNKERŐ-ELLÁTOTTSÁG ÉRDEKÉBEN

Kulcsszavak: felelősségvállalás; vállalati képzések; szervezetfejlesztés; munkaerő-ellátottság; motiváció

A modern gazdaságok egyik kulcsfontosságú jellemzője a változás és a dinamizmus. A technológia fejlődése, a globalizáció, az üzleti környezet változásai folyamatos kihívások elé állítják a vállalati szférát. A versenyképesség és a siker fenntartása érdekében azonban nemcsak a hagyományos gazdasági tényezőkkel, hanem az emberi erőforrásokkal is hatékonyan kell gazdálkodni. A munkaerő-ellátottság a gazdaság egyik sarkalatos pontja, hiszen a termelékenység, az innováció, és a vállalatok általános teljesítménye szorosan összefügg a rendelkezésre álló munkaerő minőségével és mennyiségével. A vállalati szféra felelőssége tehát nem csupán a profittermelésre korlátozódik, hanem a társadalmi szempontok és az emberi erőforrások iránti köteleességek is meghatározóak. A kutatás relevanciája kiemelkedő a jelenlegi munkaerőpiaci kihívások tükrében, amelyek közül az egyre súlyosbodó munkaerőhiány kiemelkedő problémát jelent.

Kutatásom során a vállalati szféra felelősségvállalásának szerepét vizsgálom a munkaerő-ellátottság javításának érdekében, vagyis, hogy milyen intézkedések és gyakorlatok segítik elő a naprakész tudással rendelkező munkaerőpiac kialakítását. Emellett megvizsgálom a vállalati szféra szerepét az oktatásban, valamint a munkaerő-piaci trendek és kihívások hatását az üzleti döntésekre és stratégiákra. Továbbá szeretnék rávilágítani arra, hogy a motiváció fontos eszköze a gazdaság fejlődésének, s nagyban hozzájárul a munkavállalók hozzáállásához, teljesítményéhez, végezetül pedig a vállalati szféra folyamatos gazdasági növekedéséhez.

Dolgozatom elméleti részében első körben napjaink HR kihívásainak nehézségeit szeretném részletesen bemutatni. Továbbá, szeretném ismertetni a munkaerőpiacon jelenleg aktív generációkat, valamint igényeiket, majd pedig definiálni a motivációt és típusait. Végezetül pedig a vállalati oktatási rendszer típusait és trendjeit mutatom be, valamint az oktatás és a motiváció kapcsolatát ismertetem a munkaerőpiac vonatkozásában.

A dolgozat gyakorlati részében szeretném feltárni a vállalati képzések és a folyamatos munkaerő ellátottság közti összefüggéseket továbbá megvizsgálni az oktatás és a motiváció kapcsolatát a versenyelőny, valamint a hosszú távú elkötelezettség összekötésében. A szakirodalmak, interjúk, valamint az online kérdőíves megkérdezés alapján szeretném bebizonyítani, hogy a vállalati szféra jelentős mértékben befolyásolja a munkaerőellátottság alakulását.

TÓTH DOROTTYA

tothdorottya19990828@gmail.com

Emberi erőforrás tanácsadó

MA, 5. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Pedagógiai és Pszichológiai Kar

Témavezető:

Csehné Dr. habil. Papp Imola

habil. egyetemi docens, ELTE PPK

A FLUKTUÁCIÓ OKAINAK ÉS MEGOLDÁSI LEHETŐSÉGEINEK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: fluktuáció; megtartási eszközök; kilépő interjúk; employer branding

Dolgozatom témája a fluktuációt, valamint megoldási lehetőségeinek vizsgálata. A szakdolgozat célja feltárni a magyar munkaerőpiac egyes szereplőinek megküzdési stratégiáját a fluktuációval és azok kihívásaival szemben. Tanulmányom két kulcskérdése, hogy a szervezetek miként igyekeznek megtartani a munkaerőt, mely eszközöket alkalmaznak ehhez, valamint, hogy milyen intézkedésekkel idézik elő a fluktuáció csökkenését. Kutatási módszerként félig-strukturált interjúkat készítettem 16 magyarországi versenyszférában működő vállalat HR területén dolgozó munkavállalójával. Az első hipotézis, miszerint a munkaerő megtartásra fordított befektetés megtérül a vállalatok számára, beigazolódott, míg a következő feltételezésem nem igazolódott be az interjúim alapján, mely szerint a generációs különbségek és jellemzőik hatással bírnak a munkaerő áramlásra. Harmadik hipotézisem szerint az employer branding egy megoldás a munkaerő megtartás erősítésében és a fluktuáció csökkentésében. A munkáltató márképítésre és a munkáltatói arculatra vonatkozó kérdések alapján kiderült az interjúim során, hogy a feltételezés igazolt. Utolsó hipotézisem részben igazolt, mely szerint a kilépési interjú során elhangzott hiányosságok/ gyengeségek javításával csökken a fluktuáció mértéke.

VARGA MÁTYÁS ZSOLT

matyas.varga@stud.uni-corvinus.hu

Nemzetközi Gazdálkodás

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Kerékgyártó Gábor

tud. segédmunkatárs, BCE VFI

A POLIKRÍZIS HATÁSA A FIATALOK FOGLALKOZTATÁSÁRA, AVAGY HOGYAN ERŐSÍTHETJÜK MEG A GAZDASÁGUNKAT ÉS TÁRSADALMUNKAT

Kulcsszavak: foglalkoztatás; munkanélküliség; szegénység; polikrízis

A polikrízis időszaka eddig közel fél évtizeden keresztül befolyásolta az életünket. A koronavírus járvány, valamint az orosz-ukrán háborúból fakadó bizonytalanságok komoly gazdasági és társadalmi kihívásokat okoztak.

Dolgozatomban a fiatalok foglalkoztatottságát elemeztem szekunder kutatással, a KSH, Eurostat, valamint az OECD Labour Force Survey-ből (LFS) származó adatainak felhasználásával. Az adatokból összefüggéseket tártam fel, ahol szükséges volt, saját számításokat végeztem.

A kutatásomból látszik, hogy 2019-2023 között bár vállalatok mentek csődbe, olyan mértékben nyíltak új lehetőségek – például elterjedtebb lett az atipikus (home office és a részmunkaidős) foglalkoztatás –, hogy magyar és uniós szinten is alig volt visszaesés a foglalkoztatási rátában.

Kutatásom alapján a duális képzésben résztvevőket nem számítja bele a KSH a foglalkoztatott fiatalok közé. Az LFS-ben ez egy egyre komolyabb súllyal számító részszegmensbeli eltérés hazánk és más uniós, valamint OECD tagállamoktól, aminek az okát a következő módszertani fejlesztésnél fontos lenne felülvizsgálni.

A hazai fiatalok életében még mindig jelentős törést jelent a munkaerőpiacra való kilépés a tanulmányaik befejeztével. A kutatásomból látszik, hogy a legális munkaerőpiac már nem másodosztályú munkaerőnek tartja a tanulmányaik mellett dolgozó fiatalokat, nem „éhbérért” dolgoztatja őket, hanem anyagi megbecsüléssel jutalmazza őket a munkájukért cserébe.

A térségünkben a munkaerőpiac még mindig nem tudja kellő mértékben foglalkoztatni a diákokat. A részmunkaidős foglalkoztatottság hazai munkavállalói és munkaadói kultúrába való beágyazásával csökkenthetnénk a munkaerőpiacra való kilépés sokkját, elősegíthetnénk a munkaerőpiaci tapasztalatok gyűjtését még abban az időszakban, amikor nem függ a fiatal egzisztenciája a munkaerőpiaci boldogulásától. A részleges vagy hibrid home office szélesebb körű bevezetése is nagyban hozzájárulna ehhez.

Pozitív hatása tud lenni az atipikus foglalkoztatásnak mind a munkavállaló foglalkoztatottságára, mind a társadalom gazdasági megerősítésére, azaz a szegénység vagy társadalmi kirekesztődés kockázatával élők arányának csökkentésére. A fiatalok foglalkoztatása bár hangzatos címszóvá vált az elmúlt években, a teljes társadalomra kiterjedő gazdasági fontossága és a pozitív hatása még nem ismert össztársadalmi szinten, így azt gyakorta alábecsülik – munkáltató és munkavállaló egyaránt.

VARGA TAMÁS

tamas.varga.1418@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Hidegh Anna Laura

egyetemi docens, BCE VTI

MUNKAERŐPIACI FUTÓSZALAG? – A „FUN CULTURE” SZEREPE A DIÁKSZERVEZETI ÉLETVILÁG GYARMATOSÍTÁSÁBAN A TLL DIÁKSZERVEZET PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Kulcsszavak: diákszervezet; fun culture; életvilág-gyarmatosítás; identitásszabályozás; munkaerőpiac

Dolgozatomban az egyetemeken egyre inkább elterjedő diákszervezetek és a „fun culture” kultúrakonceptió összefonódásából fakadó életvilág-gyarmatosítási jelenséget vizsgáltam Habermas-i kontextusban, fókuszban a tagok szakmai fejlődésével és identitásával. Célom volt feltárni és megérteni, hogy a „fun culture” hogyan formálja a hallgatók közösségi élményeit és szakmai orientációját.

Kutatási kérdésem („Hogyan járul hozzá a „fun culture” a diákszervezeti életvilág gyarmatosításához?”) három vizsgálódási perspektívát is feltár: a „fun culture”-t, mint a szervezet szórakozáson alapuló kultúráját; a diákszervezetet, mint az egyetemi hallgatók és a vállalatok közötti kohéziós erőt; illetve az életvilág gyarmatosítását, mint külső befolyás alapján történő tevékenységvégezést.

Mintám a TLL Diákszervezet volt és jelenlegi tagjaiból áll össze. Kvalitatív módszertant alkalmazva, húsz félig strukturált interjú segítségével vizsgáltam meg kutatási kérdésem szempontjait; törekedve a mögöttes okok, magyarázatok, miérték feltárására és megértésére.

Eredményeim rámutatnak arra, hogy a „fun culture” segíti a hallgatók szakmai fejlődését és elköteleződését, ugyanakkor hozzájárulhat a diákszervezeti életvilág gyarmatosításához is. A tagok a vállalati partnerek igényeinek megfelelő munkaerővé válnak: a hallgatók a képzéseken azt tanulják, amit a cégek akarnak. Mindez a szervezeti autonómia csökkenését és a tagok fejlődési szabadságának korlátozását eredményezheti identitásuk szabályozása mellett.

Kutatásom kiemeli továbbá, hogy a közösségi dinamikák jelentős hatással vannak a normák és értékek fenntartására: a diákszervezeti életvilág újratermelődik, azaz a tagok maguk azok, akik a diákszervezeti értékek aktív követésével alávetik magukat a potenciális identitásszabályozásnak, miközben még jól is érzik magukat.

Fő következtetésem, hogy a „fun culture” és a vállalati partnerségek révén a diákszervezetek jelentősen támogathatják a tagok szakmai fejlődését, ennek ára lehet viszont a hallgatói identitás korlátozása. A diákszervezetek könnyen „munkaerőpiaci futószalaggá” válhatnak, ha nem figyelnek tudatosan az autonómia és a tagok érdekeinek, értékeinek védelmére. Javaslatom, hogy a jövőben diákszervezetek (és más társadalmi szereplők) a gyarmatosítás elleni stratégiák implementálását és alkalmazását, illetve a tagok személyes fejlődésének előtérbe helyezését is tartsák tudatosan szem előtt.

Humán erőforrás gazdálkodás és fejlesztés – Humán erőforrás – HR gyakorlatok

Elnök:	Dr. Kópházi Andrea	SOE
Társelnök:	Dr. Kalasné Dr. Bíró Klára	DE
Tag:	Dr. habil. Ásványi Zsófia	PTE
Tag:	Dr. Kozák Anita	ELTE
Titkár:	Tóthné Dr. Kiss Anett	ME

ADORJÁN LUCA

adorjanluca@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 7. félév

Károli Gáspár Református Egyetem

Gazdaságtudományi, Egészségtudományi és

Szociális Kar

Témavezető:

Bedekovics Péter Pál

tanársegéd, KRE GESZK

A MUNKAVÁLLALÓI ELÉGEDETTSÉG ÉS MOTIVÁCIÓ ÖSSZEFÜGGÉSEI: HATÉKONY MOTIVÁCIÓS RENDSZER KIALAKÍTÁSÁNAK LEHETŐSÉGEI EGY CÉG MUNKAVÁLLALÓI KÖZÖTT VÉGZETT KUTATÁS FÉNYÉBEN

Kulcsszavak: munkavállalói; elégedettség; motiváció; Herzberg; szükségletek

Kutatásom során egy nagy létszámú vállalat keretein belül vizsgáltam a munkavállalók elégedettségét és motivációját, mely során célom volt a feltárt eredmények segítségével javaslatokat megfogalmazni a vállalat számára.

A dolgozat során Herzberg kéttényezős modelljét vettem alapul, amely higiénias és motiváció tényezőket különít el. Az elmélet a higiénias tényezőket teszi felelőssé az elégedetlenségért, a motivációs tényezőket pedig az elégedettségért.

Két kutatási módszert alkalmaztam: először fókuszcsoporthoz interjút készítettem, amely által a munkavállalók mélyebb betekintést nyújtottak személyes motivációjuk és tapasztalataik mögé. Másodrészt pedig egy kérdőíves felmérés keretein belül vizsgáltam a dolgozói elégedettséget. A kérdőívet 298 dolgozó töltötte ki, amely majdnem a vállalat létszámának a fele. Ezt követően a vállalat minden munkavállalója számára készült elégedettségi kérdőív eredményeit összehasonlítottam az interjún elhangzottakkal, amelyek alátámasztották, vagy éppen megcáfolták azt.

Azt a feltevésemet szerettem volna alátámasztani, hogy a dolgozói elégedettség megteremtéséhez egyaránt fontos az alapvető szükségletek megléte, mint a magasabb rendű egyéni céloké. Továbbá célom volt megerősíteni, hogy a dolgozók számára az elismerés és a pozitív visszajelzés motiváló hatással bír, ellenben ezek hiánya érdektelenséget és csökkenő munkaminőséget eredményez.

Kutatásom eredményei alapján arra a következtetésre jutottam, hogy a vállalat az alapvető szükségletek kielégítése terén jól teljesít, nem látható nagymértékű elégedetlenség. Azonban a magasabb szintű motiváció és elégedettség eléréséhez érdemes további lépéseket tenni a kommunikáció, az elismerés és a fejlődési lehetőségek ismertetése terén.

A megfogalmazott hipotéziseimet a kutatás eredményei igazolták, ugyanis az elégedettséget mind az alapvető szükségletek, mind a magasabb rendű célok egyaránt befolyásolták. Az is igazolást nyert, hogy az alapvető szükségletek kielégítése nélkülözhetetlen az elégedettség megteremtéséhez, míg a magasabb rendű céloké inkább a motivációt és az elkötelezettséget szolgálja. Az eredmények szintén megerősítették az elismerés és a pozitív visszajelzések hatásait a motiváció növelésére nézve. Mint az várható volt, hiányuk esetében érdektelenséget és közömbösebb hozzáállást tapasztaltam.

BALLY DANIELLA

ballydaniella@gmail.com

Emberi erőforrás tanácsadó

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Dajnoki Krisztina

egyetemi tanár, DE GTK

ÖNÉLETRAJZOK SZEMKAMERÁS VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: önéletrajz; szemkamera; emberi erőforrás; álláskeresés; kiválasztás

A szakmai önéletrajz az elnyerni kívánt állások megpályázásának egyik meghatározó eszköze, amely az első benyomást adja a jelentkezőkről a munkáltatók számára, éppen ezért fontos, hogy az hogyan készül el mind formai, mind tartalmi elemeiben. A kutatás során arra keresek választ, hogy melyek azok az elemek, amelyek felkeltik az emberi erőforrás szakemberek figyelmét?

A kutatás célja, hogy a szakirodalom alapján átfogó képet adjak az önéletrajzírás történetéről, trendjeiről. Célul tűztem ki, hogy saját vizsgálat keretében rámutassak azokra az elemekre, amelyek kiemelt fókuszban vannak, illetve amelyek csökkentik a visszahívás valószínűségét.

A szemkamera a marketing területen egy jól bevált módszer. Nemzetközi szinten használták már önéletrajzok vizsgálatára, ám Magyarországon még nem került sor ilyen célú alkalmazására.

Az általam összeállított 30 darab fiktív önéletrajz diverzifikált volt formailag és tartalmilag is, nem, kor, származás és tapasztalat terén. A megcélzott munkakör egy általános humán erőforrás pozíció volt. A résztvevőnként átlagosan fél órán át tartó szemkamerászvizsgálat során két különböző munkaerőközvetítő cégtől 5 női és 2 férfi HR-es nézte át az önéletrajzokat, azonos sorrendben. Ezen felül elmondták, hogy melyik önéletrajz kapott volna visszahívást és megindokolták a döntésüket. Az adatokat elemezve hő- és tekintet-térképek készültek, illetve az időadatokat is megvizsgáltam.

A kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy amennyiben van fénykép az önéletrajzon, a HR-esek nem minden esetben azt nézik meg elsőként, ugyanakkor minden alkalommal rápillantanak. A nők általában jobban megnézték a fényképet, mint a férfiak.

Egyetlen önéletrajzot sem utasítottak vissza csak a fotó megnézése, vagy valamilyen diszkriminációs tényező elolvasása után. Bár az elejétől a végéig szinte egyik önéletrajzot sem olvasták el, minden alkalommal megnézték a nevet, az alapadatokat, a végzettséget, a legfrissebb tapasztalatot és a nyelvtudást, mielőtt döntést hoztak volna.

A legtöbb időt a tapasztalatok és az alapadatok átnézésével töltötték. Egy egyoldalas önéletrajzot átlagosan fél perc alatt néztek át, az összes átolvasásával pedig 20 perc alatt végeztek. A színes, modern kinézet egyfajta szűrőként funkcionált, nem jelentett előnyt.

Az eredmények alapján javasolt a legfrissebb végzettségre és tapasztalatra, illetve a nyelvtudásra fókuszálni, egy letisztult és áttekinthető formátumban, kiemelve azokat az elemeket, amik a pozíció szempontjából kulcsfontosságúak.

GYÖRÖK ANNA

129202@student.ujt.sk

Közgazdaságtan és vállalati menedzsment

MA, 3. félév

Selye János Egyetem

Témavezető:

PhDr. Kahler Korcsmáros Enikő, PhD.

docens, SK SJE

A KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALATOK VERSENYKÉPESSÉGI KIHÍVÁSAI

Kulcsszavak: kis- és középvállalati szektor; versenyképességi kihívások; globális és lokális próbatétel; technostressz

Tanulmányunk célja hazai, és nemzetközi szakirodalom felhasználásával átfogó képet nyújtani a kis- és középvállalkozásokat napjainkban érintő legjelentősebb globális, valamint lokális kihívások tárházáról, középpontba helyezve a 21. század új népbetegségéként definiált technostressz területét. Tanulmányunk első fejezetében a kis- és középvállalati szektor életét meghatározó legjelentősebb globális, valamint lokális vállalati kihívások ismertetésén túl az olvasó betekintést nyer a digitális korszak új pszichopatológiájaként meghatározott technostressz fogalmi meghatározásába, fejlődési útjába, összetevőibe, valamint befolyásoló hatásaiba. Ezt követően kerülnek bemutatásra tanulmányunk fő célkitűzései, valamint a kutatás során alkalmazott vizsgálati és elemzési módszerek. A munka gyakorlati része a kutatás legfontosabb eredményeit taglalja, nagy hangsúlyt fektetve a kérdőíves lekérdezés adatainak elemzésére. A témakör vizsgálatának eredményei átfogó képet nyújtanak a kis- és középvállalkozások számára a 21. század legjelentősebb vállalati kihívásairól, előtérbe helyezve a digitalizáció korszakában meghatározó szerepet játszó technostressz munkavállalókra gyakorolt negatív humán következményeit.

KEREKES BOGLÁRKA

bogcsii2000@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Csillag Sára
egyetemi tanár, BGE PSZK

AZ IGAZSÁGOSSÁG MEGJELENÉSE A HR-SZAKEMBEREK GONDOLKODÁSÁBAN ÉS A HR-TEVÉKENYSÉGBEN

Kulcsszavak: etika; etikus emberi erőforrás menedzsment; igazságosság; szervezeti igazságosság; HR-szakemberek igazságosságészlelése

Napjaink tudásalapú gazdaságában és társadalmában – ahol az emberi „erőforrás” egyre inkább a szervezetek, így pedig az egész gazdaság legfőbb mozgatórugója és értékteremtője –, fontosnak tartom az emberek erőforrásként való „kezelésének” etikai kérdéseit, aspektusait, magának az emberi erőforrás menedzsmentnek, mint tudomány területnek az etikai vonatkozásait megvizsgálni. Ezen társadalmi-gazdasági háttér alapján a HR és az etika kapcsolatát kutatásra érdemes témának véltem, különös figyelmet fordítva a szervezeti igazságosság koncepciójára, illetve a HR-szakemberek igazságosságról alkotott észleléseire.

Bár számos kutatás foglalkozik a munkavállalók szervezeti igazságosság észleléseivel, még mindig kevés kutatás fókuszál a HR-szakemberek igazságosságfelfogásának vizsgálatára. Azért nagyon fontos a HR-szakemberek etikáról és szervezeti igazságosságról való gondolkodásának feltárására és megértésére tett kísérlet, mert a szervezetekben elsődlegesen ők azok a kulcsszereplők, akik az általuk alakított és megvalósított HR-gyakorlatokon és a komplett HR-tevékenységen keresztül befolyásolni tudják a szervezeti igazságosság szempontjainak érvényesítését, ezáltal az igazságos szervezeti működés előmozdítását.

Kutatásom céljához igazodva kutatási kérdésem a következőként fogalmaztam meg: „Hogyan jelenik meg az igazságosság a HR-szakemberek gondolkodásában és a HR-tevékenységben?” Kutatásom fő célja tehát az volt, hogy feltárjam és mélyebben megértsem a HR-szakemberek etikus emberi erőforrás menedzsmentről, illetve szervezeti igazságosságról való vélekedését, igazságosságészleléseit, őszi érzéseit és megélt tapasztalatait.

Kvalitatív kutatási módszertan keretében általam kiválasztott különböző szakmai háttérrel és tapasztalati idővel rendelkező nyolc HR-szakemberrel készítettem személyes, félig strukturált interjút. Ezen túl a vignetta módszertant alapul véve három vignettát, azaz rövid esetet dolgoztam ki az igazságosság szempontjából kritikus HR-gyakorlatokra alapozva, amelyekre a résztvevőknek reagálniuk kellett aszerint, hogy az adott fiktív helyzetben ők mit tennének.

Kutatási eredményeim arra világítottak rá, hogy a résztvevő HR-szakemberek a szervezeti igazságosságot leginkább az egyenlő bánásmóddal azonosítják, az igazságossági szempontok érvényesítésének lehetséges korlátozó, illetve erősítő tényezőjének pedig egyaránt a vezetői hozzáállást és a vállalati környezetet tartják.

BEÁTA PAJOR

beata.dioszegi@gmail.com

Management and Leadership

MSc, 2. semester

Budapest Metropolitan University

Supervisor:

András Szeberényi, PhD

associate professor, METU ÜKTF

EMPLOYEE ENGAGEMENT AT HUNGARIAN IT COMPANIES

Keywords: motivation; extrinsic; intrinsic; reward; home office

Increasing employee engagement is a key factor for organizations to keep talented employees. It is a positive psychological state when employees are dedicated to performing their tasks, are generally satisfied, and typically do not intend to leave the company. This study investigates the factors influencing engagement focusing on the different rewards, and the effects of home office. Using a mixed-methods approach, first, the literature review synthesized existing research and revealed contradictions regarding the impact and dominance of intrinsic and extrinsic factors on engagement, as well as the contradicting idea of how a sense of isolation decreases employee engagement while home office itself has been considered as a positive factor in it. As a result, the findings of the literature review provided a basis for developing the research questions for the primary research within the Hungarian IT sector. Subsequently, qualitative interviews with IT project managers and a quantitative survey with 226 IT professionals were conducted to explore these factors further. To explore the results, descriptive statistics, cross-tabulation analyses, and multiple regression were used. Contrary to some literature findings, respondents in this study predominantly prioritized extrinsic rewards – with salary being the absolute priority – over intrinsic ones. Age, salary range, and workplace tenure influence the perception of the rewards, however, gender does not. A statistically significant relationship between rewards and the components of employee engagement was also confirmed. Home office was found to be essential for employees, serving as a hygiene factor that, while not directly increasing engagement, could significantly decrease it if lacking. Its positive effects outweigh the possible negative impacts of isolation. The study emphasizes the importance of a future hybrid work model, combining flexibility with office socialization. These findings provide practical implications for organizations seeking to enhance employee engagement in the evolving workplace landscape.

RIBÁNSZKI NÓRA

rnorii07@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment alapszak

BSc, 7. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Karcsics Éva

főiskolai tanár, NJE GTK

TOBORZÁSI FOLYAMATBAN FELHASZNÁLT MESTERSÉGES INTELLIGENCIA MÓDSZEREK ALKALMAZÁSI TAPASZTALATAI

Kulcsszavak: emberi erőforrás; toborzás; mesterséges intelligencia; intelligens toborzási rendszerek

A dolgozat a mesterséges intelligencia (MI) és az intelligens jelöltkezelő rendszerek (ATS - Applicant Tracking System) alkalmazásának lehetőségeit és hatásait elemzi a modern toborzási folyamatokban. A technológia gyors fejlődése, különösen a gépi tanulás, az algoritmusok és a természetes nyelvfeldolgozás terén, lehetővé teszi a munkaerő-toborzás hatékonyságának alapvető átalakítását, gyorsabbá téve a legalkalmasabb jelöltek felkutatását és kiválasztását.

A kutatás az ATS rendszerek által nyújtott előnyökre és kihívásokra koncentrál, különös figyelmet fordítva az adatvédelemre, az objektivitás fenntartására és az esetleges torzítások kiküszöbölésére. A dolgozat kvalitatív módszereken alapuló elemzése keretében több munkaerő-közvetítő vállalattal és fejlesztő céggel készített interjúk segítik az ATS rendszerek gyakorlati alkalmazhatóságának megértését. Az eredmények rámutatnak arra, hogy az ATS rendszerek bevezetése gyorsabb és adatvezérelt döntéshozatalt eredményezhet, ugyanakkor technikai és szervezeti kihívásokkal, valamint jelentős etikai és adatvédelmi megfontolásokkal is jár. Az ATS rendszerek alkalmazása elősegíti az objektív, kompetenciaalapú kiválasztást, azonban az algoritmusok torzításmentes működésének biztosítása elengedhetetlen a méltányos eljárásokhoz.

A dolgozat következtetése szerint az ATS rendszerek hosszú távon hozzájárulhatnak a vállalatok versenyképességének növeléséhez és a toborzási költségek csökkentéséhez. A hatékony alkalmazás azonban megköveteli a felhasználók technológiai ismereteinek bővítését, a folyamatos fejlesztést, valamint az adatvédelmi és etikai szempontok szigorú betartását, amelyek biztosítják az MI-vezérelt toborzás transzparenciáját és méltányosságát.

Fontos kiemelni, hogy e rendszerek jelentős szerepet játszanak az esélyegyenlőség növelésében, mivel kizárják az emberi tényezőkből fakadó torzításokat, előítéleteket és előzetes véleményalkotást. Biztosítja, hogy az értékelés objektív kritériumok alapján történjen, ezáltal támogatva egy méltányosabb és igazságosabb kiválasztási folyamatot.

A kutatásom eddigi eredményei mellett további célom, hogy mélyrehatóan felmérjem és elemezzem a HR szakemberek véleményét és tapasztalatait az ATS rendszerek alkalmazásával kapcsolatban, valamint feltárjam a jelenlegi és jövőbeli munkavállalók tapasztalatait a toborzási folyamatokkal kapcsolatban.

TÓBIS ANITA ORSOLYA

anita.tobis@gmail.com

MBA

MSc, 2. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Andráskó Dóra Diána
tanársegéd, ME GTK*

HR- OKTATÁS A KÖVETKEZŐ GENERÁCIÓNÁL

Kulcsszavak: HR; vállalati oktatás; Z generáció; applikáció; gamifikáció

Kutatásomban arra keresem a választ, hogy vajon a hagyományos oktatási módszerektől eltérő applikációs oktatás megfelelhet-e a Z generáció igényeinek, és ha igen, akkor milyen lehetőségei vannak a multinacionális vállalatok esetében.

Vállalati oktatási módszerekkel és eszközökkel több szakirodalom is foglalkozik, ennek ellenére nem találtam olyan kutatást, ami kellő mélységgel taglalta volna a vállalati oktatási rendszerek Z generáció számára adta lehetőségeket. A Z generáció már belépett a munkaerő piacra, és igyekeznek beilleszkedni a vállalati életbe. Már most látszik, hogy az attitűdjük, a személyiségük, az értékrendszerük és a dinamikájuk nagyban eltér a korábbi generációktól. Szakirodalmi kutatásom alátámasztotta, hogy számukra nem feltétlenül alkalmasak a hagyományos oktatási módszerek.

A modern technológiának, a digitalizációnak és a mesterséges intelligenciának köszönhetően már számos korszerű megoldás áll a vállalatok rendelkezésére, és több vállalat már elkezdte ezeket adaptálni. A modern technikán túl a gamifikációs eszközök is határozottan sikeresebbé tehetik a vállalati oktatást.

A szakirodalmi kutatásom továbbá rámutat a humán erőforrás (HR) stratégiai jelentőségére és az ehhez tartozó feladataira. Kutatásomban a HR vállalati stratégia szempontjából jelentős feladatai és a Z generáció tulajdonságai között kapcsolatot állítottam és lényeges következtetéseket vontam le. Ezen következtetések és a szekunder kutatásom alapján felállítottam egy 5 funkcióból álló applikációt, ami adaptálja a szükséges gamifikációs és technikai eszközöket.

A kutatásom második felében taglalt öt funkció: hagyományos oktatási anyagok, soft skill és egyéb képzések, karrier fejlődés és magas szintű személyre szabottság, mentális egészség, kollaborációs platform. Ezek applikációba való implementálásával a vállalatok nem csak egy korszerű oktatást tudnak megvalósítani, de számos más lehetőséget is kiaknáznak. Ezt támasztja alá a fókuszcsoporthoz tartozó interjúm, ahol a résztvevő 4 Z generációs fiatal mind pozitív véleménnyel volt az applikációról.

Az általam bemutatott oktatási rendszer tehát komplex és több oldalról nyújt megoldást a vállalatoknak a Z generációs munkavállalók fejlesztésére és megtartására. Adaptálásával nőhet a munkavállalók lojalitása, munkakedve, tudása és képessége, és egy az innovációnak és kreativitásnak kedvező légkör megteremtéséhez is hozzájárulhat.

VARGA VIKTÓRIA

varga.viktoria@sze.hu

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Szabó-Szentgróti Gábor

egyetemi docens, tudományszervezési dékánhelyettes, SZE KGK

KOMPETENCIAALAPÚ HUMÁN ERŐFORRÁS-FEJLESZTÉS A HALLGATÓI ÉRDEKKÉPVISELETBEN

Kulcsszavak: kompetenciamérés; humán erőforrás-fejlesztés; soft skill; hallgatói érdekképviselet

A dolgozat célja a Széchenyi István Egyetem Hallgatói Önkormányzatának vizsgálata humán erőforrás-menedzsment szempontjából, különös tekintettel a képzés és fejlesztés területére.

A kutatásomban két kutatási kérdést fogalmaztam meg:

RQ1: Milyen soft skill kompetenciák szükségesek a Hallgatói Képviselők számára a hatékony érdekképviseleti tevékenység ellátásához?

RQ2: Jelenleg hogy értékelik ezeket a kompetenciákat?

A kutatás módszertanilag két fő pillérre épült: benchmarking és kérdőíves adatgyűjtés és elemzés. A benchmarking során olyan tudományos cikket kerestem, amelyek kifejezetten egyetemista hallgatók soft skill kompetenciamérésére irányulnak. Chan és Luk nemzetközi modellje alapján megalkottam saját kérdőívemet, amely a hallgatói képviselők kommunikációs, vezetői és szociális kompetenciáinak felmérésére szolgál.

A kutatásba a hallgatói képviselők csaknem fele bevonásra került, 1-6-os Likert értékelték saját kompetenciáikat. Az eredmények azt igazolják, hogy a képviselők erős soft skill kompetenciákkal rendelkeznek, mindhárom csoportban 1-1 kritikus pont van, amelyet érdemes célzottan fejleszteni. A kutatás azt is megerősítette, hogy a 180 fokos értékelési rendszer bevezetése szükséges lehet az önértékelés miatti torzítás kiküszöbölésére. A dolgozat hozzájárul egy személyre szabott mérőeszköz tökéletesítéséhez, amely támogatja a képviselők készségeinek célzott fejlesztését, elősegítve a szervezet fejlődését és a későbbi munkaerőpiaci sikerességet.

Humán erőforrás gazdálkodás és fejlesztés – Humán erőforrás – munka és magánélet

Elnök:	Prof. Dr. Poór József	MATE
Társelnök:	Dr. Szabó-Szentgróti Gábor	SZE
Tag:	Dr. Czeglédi Csilla	BGE
Tag:	Módosné Dr. Szalai Szilvia Valéria	SZE
Titkár:	Zapreskó-Farkas Evelin	ME

BERÉNYI BOGLÁRKA

berenyiboglarka00@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Ásványi Zsófia
egyetemi docens, PTE KTK

SZERVEZETI EGYENSÚLY MODELL: A MUNKAVÁLLALÓI JÓLLÉT MEGTARTÁSRA GYAKOROLT HATÁSÁNAK MÉRÉSE

Kulcsszavak: jóllét; munkavállalói jóllét; munkaerő-megtartás; mérési modell

A munkavállalói jóllét és a munkaerő-megtartás kapcsolata az elmúlt években egyre nagyobb figyelmet kapott mind a tudományos kutatások, mind a szervezeti gyakorlatok terén. A dolgozat célja, hogy feltárja a munkavállalói jóllét és a munkaerő-megtartás közötti kapcsolatot, miközben bemutatja az ezen célok elérését támogató mérési modellek alkalmazását a szervezeti gyakorlatban. A dolgozat kutatási kérdése tehát arra irányul, hogy a munkavállalói jóllét közvetlen és hosszú távú hatással van-e a munkaerő-megtartásra. A kutatás központi eleme egy új mérési modell, amely mind az objektív, mind a szubjektív tényezőket integrálja, így biztosítva egy komplex, többdimenziós megközelítést. A dolgozat három fő fejezetre tagolódik. Az elméleti háttér részletesen bemutatja a munkavállalói jóllét fogalmát, jelentőségét és az ahhoz kapcsolódó meglévő mérési modelleket. Az irodalmi áttekintés során hangsúlyt kap a munkahelyi stressz, a vezetési gyakorlatok és a munkahelyi kultúra szerepe, amelyek kulcsszerepet játszanak a dolgozói elégedettség és lojalitás kialakításában. A második fejezet egy saját mérési modellt, a Szervezeti Egyensúly Modell részleteit mutatja be, amely hat dimenzió mentén tárja fel a munkavállalói jóllétet, ötvözve az objektív adatelemzést és a szubjektív visszajelzéseket. Ez a kettős megközelítés rugalmas és széles körben alkalmazható eszközt kínál a vállalatok számára, lehetővé téve az adatok alapján történő célzott beavatkozásokat. A harmadik fejezet az empirikus kutatásra fókuszál, amely három eltérő profilú szervezet tapasztalataira támaszkodik. Az interjúk segítségével a fejezet vizsgálja a munkavállalói jóllét gyakorlati megjelenését és a saját modell alkalmazhatóságát is. A kutatás rámutat a témakör gyakorlati és elméleti jelentőségére, valamint hangsúlyozza a további vizsgálatok szükségességét, különösen a jólléti tényezők komplex megközelítése terén.

HORVÁTH ADÉL ÁGNES

horvath.adel11@gmail.com

Emberi erőforrások

BA, 7. félév

Kodolányi János Egyetem

Témavezető:

Dr. Niedermüller-Kovács Tímea

főiskolai tanár, KJE

MUNKAHELYI KONFLIKTUSOK A VERSENYSZFÉRÁBAN

Kulcsszavak: konfliktusok; versenyszféra

A dolgozatomban a munkahelyi konfliktusok témakörét dolgozom fel, kizárólag a versenyszféra munkahelyeit és munkavállalóit vizsgálva. Különös hangsúlyt fordítok arra, hogy milyen okok vezethetnek a konfliktusok kialakulásához és eszkalálódásához. Ezen kívül megvizsgálom azt is, hogy a vezetők milyen szerepet játszhatnak ebben és milyen lehetséges megoldási módokkal találkoztam a kutatásom készítése során. Külön kitérek a tréningekre, a mediációs és a coaching folyamatokra. A kutatásom nagyrészt a közelmúltban íródott szakirodalomra és saját kérdőíves kutatás kiértékelésére alapozom.

Mindenképpen egy olyan típusú kutatást szerettem volna végezni, amely a jövőben is hasznos lesz majd számomra a karrierem során, ezért is választottam a versenyszféra munkáltatóit és munkavállalóit. A munkahelyi konfliktusok témája egy nagyon hosszú ideje napirenden lévő kérdéskört fed le. Ez a dolgozat azért is kiemelkedően fontos számomra, mert szeretném alaposabban megérteni és bemutatni azt, hogy a versenyszférában milyen tényezők vezethetnek munkahelyi konfliktusokhoz, és hogyan lehet ezeket a leghatékonyabban kezelni. A dolgozat célja, hogy áttekintse a munkahelyi konfliktusok okait, típusait, valamint azok hatását a szervezetekre és a munkavállalókra egyaránt. Emellett bemutatom a lehetséges megoldásokat és stratégiákat, amelyekkel csökkenteni lehet a megjelenő feszültséget, a konfliktusok kialakulását, valamint elősegíteni az egészséges munkahelyi légkör fenntartását, ami manapság egyre inkább előtérbe kerül a gyakorlatban is. Kitérek továbbá arra is, hogy egy vezető milyen szerepet játszhat egy konfliktus kialakulásában, megelőzésében vagy éppen a hatékony és gyors megoldásában.

Az esszém első fejezetében röviden megfogalmazom azokat az információkat, amelyek tisztázását elengedhetetlennek tartom a téma teljes körű tárgyalásához. Ezeket elismert szakirodalmakra alapozva fogom majd kifejteni a következő részben. A dolgozatom második felében ismertetem a 2024 októberében végzett kérdőíves kutatásomat, melyet a versenyszférában dolgozó 100 személy válasza alapján értékelek ki. A munkám végén összefoglalom a kutatás eredményét és levonom a következtetéseket a témáról.

A téma nagyságát tükrözi az, hogy több irányból is meg tudtam közelíteni a munkahelyi konfliktusok kezelésének lehetőségeit. Mind a szervezeten belüli, mind a külső szakértő bevonásával történő megoldások lehetőségét és jelentőségét próbálom bemutatni.

KISPÁL LILLA

k.kispal.lilla@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 6. félév

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Agrár -és Élelmiszergazdasági Intézet

Témavezető:

Dr. habil. Varga Erika Erzsébet

egyetemi docens, MATE VFGI

MUNKA-MAGÁNÉLET EGYENSÚLYA HUSTLE KULTÚRA ÉS A GRINDSET GONDOLKODÁSMÓD JELENLÉTE ÉS VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: munka-magánélet egyensúlya; hustle kultúra; grindset gondolkodásmód; társadalmi elvárás

Ilyen kihívásokkal teli században nagyon magas az elvárás a munkavállaló emberek körében. A mai világban már nagyon fontos, hogy az ember saját egészségét megtartsa, ezért próbál arra törekedni, hogy egyensúlyt tartson a munka és a magánélete között.

Pályamunkámban a hustle kultúra és a grindset gondolkodásmód rejtelseit kutattam. Arra próbáltam rájönni, hogy a munka világában az emberek mennyire ismerik ezeket a kifejezéseket, és ha igen, hisznek-e ezen fogalmak létezésében és milyen megoldásokat ismernek ezeknek a fogalmaknak az elkerüléséhez magánéletükben és a saját cégükön belül.

A pályamunka első felében, a szakirodalom feldolgozásban azt kutattam, hogy mi is vezethetett e fogalmak kialakulásához és milyen hasonlóságokat találok a két fogalom között, valamint a hozzájuk kapcsolódó témáknál, mint például a kiégés vagy a home office hatása. A pályamunkám második felében, egyik kutatási célomként a „hustle culture” és a „grindset mindset” rejtelseire próbálok rájönni, mennyire ismerik e fogalmakat az emberek, illetve milyen lehetőségek vannak a saját cégükön belül a munka-magánélet egyensúly megtartására, illetve ezeket a lehetőségeket az alanyok mennyire ismerik.

A kutatásomat kérdőív formában végeztem el a Google Forms segítségével. Két darab kérdőívet köröztettem a válaszadók között: egyet egy adott multinacionális cégen belül, a másik kérdőívet pedig az adott multinacionális cégen kívül. A kettő kérdőív során ügyeltem arra, hogy az adott kérdőívet csak a releváns válaszadók töltsék ki. A kérdőívek belső és külső néven szerepelnek a pályamunkában. Összesen a kettő darab kérdőívet 151-en töltötték ki: a belső kérdőívet 90-en, míg a külső kérdőívet 61-en. Ezeket összehasonlítva állapítottam meg az eredményeket SPSS szoftver segítségével.

A kutatás végén az eredmények a hipotéziseim legtöbbjét alátámasztották. A belső és külső válaszadók egyaránt nem ismerik a hustle kultúra és grindset gondolkodásmód fogalmát. Szintúgy nincsenek tisztában azzal, hogy a saját cégüknél, milyen lehetőségek vannak ezek megszüntetésére.

KÓNYA KITTI MÓNICA

konyakitti14@gmail.com

Emberi erőforrás tanácsadó

MA, 1. félév

Kodolányi János Egyetem

Témavezető:

Dr. habil. Malatyinszki Szilárd
egyetemi docens, KJE

HOGYAN MOTIVÁLD A Z GENERÁCIÓS MUNKAVÁLLALÓD?

Kulcsszavak: Z generáció; motiváció; elvárások; együttműködés

A dolgozatomban főbb témája a Z generáció motivációja köré csoportosul, akik folyamatosan lépnek be a munka világába. A szervezeteknek annak érdekében, hogy bevonzzák és megtartsák ennek a generációnak a tagjait, megfelelő motivációs stratégiát szükséges alkalmazniuk. Ez a munkáltató és a munkavállaló közös érdeke is, hiszen a motivált dolgozó lelkes és jobban teljesít, lojális a munkahelyhez, illetve megélheti az önmegvalósulást is. Ennek érdekében megvizsgáltam, hogy mik a Z generációs munkavállalók elvárásai, illetve, hogy melyek azok a főbb motivációs elméletek, melyeknek mentén segíthetjük és vonzóbbá tehetjük a munkahelyet.

A fő célkitűzésem, hogy választ kapjak arra, vajon a Z generációnak mennyire meghatározó motivációs eszköz a magas pénzügyi juttatás. Továbbá a Z generáció rengeteg hasznos készséget birtokol, azonban elengedhetetlen kérdéskörnek tartom szemléltetni, hogy mennyire tud sikeresen együtt tevékenykedni a többi generációval, melyek a sikeres együttműködést gátló és segítő tényezők.

Primer kutatásomban kérdőív segítségével mértem fel a Z generáció motivációját, elvárásait munkavállaló és munkáltatói oldalról. A szekunder kutatásom során a dolgozatomban alappilléreként Steigerváld Krisztián és Bereczki Enikő generációkutatók előadásait/hanganyagait, továbbá Bakacsi Gyula: Szervezeti magatartás és vezetés, illetve Patrick Lencioni: Kell egy csapat című könyveit tanulmányoztam. Számos PhD, TDK dolgozat és további publikációk, könyvek, folyóiratok, elektronikus források biztosították a téma hiteles feldolgozását és az eltérő szempontok meglátását.

A dolgozatomban eredményeként kirajzolódott, hogy a Z generációnak bár lényeges az inflációkövető magas fizetés, azonban legalább annyira fontos számukra, hogy a csapat elismert tagjai lehessenek, megéljék az önmegvalósítást. Szeretnének társadalmilag elismert, értelmes célokért dolgozni, azonban sokszor „terelgetni” szükséges őket. Az útjuk megtalálásához pedig szükségük van támogató mentorokra, coaching szemléletű vezetőkre, kollégákra.

A rendszeres, építő jellegű visszajelzések segítségével, illetve a kölcsönös tisztelettel, megfelelő szervezeti felépítéssel, beilleszkedést segítő programokkal biztosítani lehet a generációk közötti sikeres és hatékony együttműködést.

KOVÁCS ADÉL MÁRIA

adel.kovacs@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 3. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Resperger Richárd

adjunktus, SOE LKK

Prof. Dr. Obádovics Csilla

egyetemi tanár, SOE LKK

A BENTLAKÁSOS INTÉZMÉNYEK BEN DOLGOZÓK MUNKAHELYI ELÉGEDETTSÉGÉRE HATÓ TÉNYEZŐK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: szociális; motiváció; munkaerő; gondozók; hivatás

A bentlakásos szociális intézmények nehézségeiről kevés információval rendelkeznek a kívülállók, holott az otthonok jelentős kihívásokkal néznek szembe a mindennapokban. A társadalom elöregedése, a háztartások átalakulása jelzi a társadalom növekvő igényét az intézményekben történő elhelyezésre, azonban a létszámhiány, a dolgozók közelgő nyugdíjazása miatt az elkövetkezendő években a jelenleg működő intézmények ellátása is ellehetetlenül, ha a döntéshozók nem teszik vonzóvá a fiatalok számára a szociális pályát, emellett nem fordítanak kellő figyelmet a munkaerő-megtartásra, a munkavállalói elégedettség növelésére.

Annak érdekében, hogy egy átfogó képet kapjunk a bentlakásos szociális intézmények nehézségeiről, örömeiről és fejlesztendő területeiről, kérdőíves kutatás formájában kérdeztem meg a szociális otthonokban gondozó/ápoló munkakörben foglalkoztatott dolgozókat demográfiai helyzetükről, munkahelyi elégedettségüket befolyásoló tényezőkről, váltási szándékukról. A felmérés alapján megállapítható, hogy a munkavállalók magas aránya éri el tíz éven belül a nyugdíjas kort, többségük elégedetlen a javadalmazással, a munkakörülményekkel. A munkavállalói elégedettségre negatív hatással van a stressz, a létszámhiány, mely növeli a kiégés kialakulásának kockázatát. A nehéz körülmények ellenére a gondozók/ápolók többsége mégsem gondolkodik pályaelhagyáson, ugyanis a lakókkal való szoros kapcsolatuk továbbra is a hivatásukban tartja őket.

A kutatás elvégzésével lehetőségem nyílt megismerni a fő nehézségeket, problémákat, így javaslatok kerültek kidolgozásra a szociális ágazatra vonatkozó bérrendszer átalakítására, a munkavállalók mentális egészségének megőrzésére szolgáló eszközökre, a munkakörülmények javítására és a fiatalok pályára vonzásának lehetőségeire, mindezt a munkavállalók elégedettség növelése, az intézmények zavartalan működése, és az ellátás minőségének javítása céljából.

MÁTHÉ IVETT ANDREA

mivett2332@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 3. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Boros József
tanársegéd, DE GTK*

A MI JÖVŐNK! – A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA MEGÍTÉLÉSE ÉS ALKALMAZÁSA AZ EMBERI ERŐFORRÁS MENEDZSMENT TERÜLETÉN

Kulcsszavak: mesterséges intelligencia; emberi erőforrás menedzsment; HR; megítélés; technológia

A mesterséges intelligencia (MI) egy igen aktuális, napjainkban erősen kutatott téma, mely elképesztő gyorsasággal alakítja át a munka világát. Bár az emberi erőforrás menedzsmentre irányuló mesterséges intelligencia használata számos kihívást rejt magában, egyre több szervezet gondolja úgy, hogy a technológia alkalmazásával egyszerűsíthetők a HR folyamatok. Ennek ellenére felmérések szerint a szervezetek kevesebb, mint felénél vannak folyamatban érdemi MI-kezdeményezések, amit esetenként tovább nehezít a munkavállalók tartózkodó hozzáállása az MI bevezetéséhez.

Jelen kutatás célja, hogy betekintést nyújtson a társadalom megítélésébe a mesterséges intelligenciával és annak munkahelyi alkalmazásával kapcsolatban, ismertesse a mesterséges intelligencia használatának lehetőségeit az emberi erőforrás menedzsment különböző funkcióiban, valamint áttekintést adjon az említett technológia fokozottabb munkahelyi alkalmazásának munkaerőpiaci hatásairól. Kvalitatív vizsgálatom során kérdőíves kutatást végeztem, 426 fő részvételével. Ezen felül szakértői interjút is készítettem az NI Hungary Kft. két HR vezetőjével.

Primer kutatásom eredményei rámutattak, hogy a mesterséges intelligencia munkahelyi alkalmazásának megítélése a válaszadók nemének és a korcsoportjának függvényében eltérő. A férfiak, illetve a Z és az Y generáció pozitívabban ítélik meg az MI munkahelyi alkalmazását, mint a nők, illetve az X és a Baby boomer generáció. Vizsgálatomban szignifikáns összefüggést találtam a kérdőívet kitöltők felkészültsége és megítélése között az MI munkahelyi alkalmazásának vonatkozásában. Az eredmények szerint minél felkészültebb a válaszadó a mesterséges intelligencia munkahelyi alkalmazásával kapcsolatban, annál pozitívabban ítéli meg azt. A kutatás továbbá rávilágított, hogy a mesterséges intelligencia integrációját olyan HR területeken fogadják el leginkább a válaszadók, ahol az MI személyes hatása az alkalmazottakra alacsony, tehát nincs közvetlen befolyással a felvételükre, elbocsátásukra, vagy teljesítményértékelésükre. A válaszadók megítélése szerint az MI fokozottabb munkahelyi alkalmazásának hatására a munkahelyek száma ugyan változatlan marad, de azok jellege megváltozik.

Úgy gondolom, hogy kutatásom eredményei a gyakorlatban is hasznosíthatóak lesznek, és bízom abban, hogy a javaslataim alapján létrejöhet egy olyan innovatív munkakörnyezet, melyben a mesterséges intelligencia és a HR kéz a kézben dolgozik egy új, versenyképes és fejlett jövőért, a MI jövőnkért.

MOLNÁR LEVENTE

molnarlevi07@student.elte.hu

Vezetés és szervezés

MSc, 3. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Hoffmann Piroska

egyetemi adjunktus, ELTE GTK

Dr. habil. Kozák Anita

habil. egyetemi docens, ELTE GTK

AZ ÉSZLELT PRODUKTIVITÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK VIZSGÁLATA HIBRID MUNKAVÉGZÉS ESETÉN A HAZAI MUNKAVÁLLALÓK KÖRÉBEN

Kulcsszavak: észlelt produktivitás; hibrid munkavégzés; hazai munkavállalók

A kutatás a hazai munkavállalók észlelt produktivitását befolyásoló tényezőket vizsgálta hibrid munkavégzés kontextusában. A hibrid munkavégzés, amely az irodai és otthoni munkavégzést ötvözi, az utóbbi évek egyik legelterjedtebb munkaformájává vált, azonban még mindig viszonylag kevés kutatás foglalkozik annak hatásaival. A munka tehát arra irányul, hogy feltérképezze, mely tényezők gyakorolnak leginkább hatást a hazai munkavállalók észlelt produktivitására ebben a munkamódban.

A befolyásoló tényezők azonosítását szisztematikus szakirodalmi áttekintés előzte meg, a Web of Science adatbázist segítségével. A szakirodalmi áttekintés alapján a technológia és az informatikai tudás, a kommunikáció és az internet támogatott kommunikációs eszközök, az ingázás, a munka jelentősége, a szervezeti elköteleződés, valamint a munkavállalói elkötelezettség került beazonosításra, mint az észlelt produktivitást potenciálisan befolyásoló tényezők, amely prezentálására egy elméleti modell is felállításra került.

A tényezők azonosítását és a hipotézisek megfogalmazását követően, a kérdőív összeállításához validált mérőeszközök kerültek felhasználásra, amely válaszai az SPSS szoftver alkalmazásával, Spearman-rangkorreláció segítségével kerültek elemzésre.

Bizonyítást nyert az az állítás, mely szerint a napi kumulált ingázás hosszának növekedésével többen érzik stresszesnek az ingázást a hibrid munkavégzésben dolgozók között. A technológia és az észlelt produktivitás, az internet támogatott kommunikációs eszközök és az észlelt produktivitás, valamint az informatikai tudás és az észlelt produktivitás között minden esetben gyenge, de szignifikáns kapcsolat áll fenn. Ugyanakkor a munka jelentősége, a munkavállalói elkötelezettség, a szervezeti elköteleződés affektív dimenziója, valamint az észlelt produktivitás közötti pozitív kapcsolat nem került bebizonyításra egyik releváns szignifikanciaszint esetében sem.

A kutatás alapján a vállalatoknak megfontolandó lehet hibrid munkavégzési mód bevezetésével csökkenteni a munkavállalókban keletkezett stresszt, céljaikat megfelelően kommunikálni, befektetni az internet támogatott kommunikációs eszközökbe, valamint növelni az ezek használatához kapcsolódó tudást alkalmazottaik között. További szervezeti érdek lehet még a munkavállalók minél korszerűbb információs és kommunikációtechnikai eszközökkel való ellátása, valamint nagyobb hangsúly helyezése az informatikai tudásra, mint kulcsfontosságú képessége az észlelt produktivitás növelésében.

PELYÁK LEJLA

lejlapelyak@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Prof. Dr. Dajnoki Krisztina

egyetemi tanár, DE GTK

Dr. Kotsis Ágnes

adjunktus, DE GTK

A MUNKAHELYI JÓLLÉT DIMENZIÓI: AZ ELÉGEDETTSÉG ÉS A MUNKA- MAGÁNÉLET EGYENSÚLYÁNAK ÖSSZEFÜGGÉSEI

Kulcsszavak: munkahelyi jóllét; munkavállalói elégedettség; munka-magánélet egyensúlya; Kano modell

A munkavállalók preferenciái évről-évre változnak, így a munkaadóknak oda kell figyelni, hogy a munkahelyi jóllétet befolyásoló tényezőket úgy alakítsák át, hogy azok megfeleljenek az átalakult munkavállalói elvárásoknak.

A kutatás során arra keresek választ, hogy a well-being elemei közül az elégedettséget és munka-magánélet egyensúlyát milyen tényezők befolyásolják szignifikánsan? Illetve mely szocio-demográfiai változók vannak hatással a válaszadók munkahelyi jóllét érzetére?

A kutatás célja, hogy hazai és nemzetközi szakirodalom alapján átfogó képet adjak a munkahelyi jóllét fogalmáról és meghatározó elemeiről, illetve primer kutatás keretében feltárjam a munkavállalók jólléttel kapcsolatos preferenciáit és a szervezetek well-being gyakorlatait.

A szakirodalmi áttekintést a PRISMA protokoll alapján készítettem el. A primer kutatás kvantitatív és kvalitatív módszerekre épült. Online kérdőív (n=323) formájában mértem fel a well-beinget befolyásoló tényezők hatását a jóllétre és egyes tényezők fontosságát. A Kano modell alkalmazásának célja, hogy feltérképezzem az egyes munkahelyi tényezők jóllétre gyakorolt hatását. Emellett bináris logisztikus regressziót és K-középpontú klaszter analízist alkalmaztam, illetve két nemzetközi szinten is elismert élelmiszeripari szervezet HR vezetőjével készítettem interjút.

A Kano modell alapján a munkahelyi jellemzők között nincsenek alapelvárások. A fizetés, a felettesekkel és munkatársakkal való kapcsolat teljesítményjellemző. A rugalmas munkaidőbeosztás és távmunka vonzó tényezőknek számít, hasonlóan a karrierlehetőségekhez. A határozott idejű munkaszerződés pedig semleges jellemző.

A munkavégzés jellege és a végzettség a legjelentősebb szocio-demográfiai változók, melyek hat, illetve öt jólléti tényezőre vannak hatással. Négyet befolyásol a nem, lakhely, jövedelmi helyzet, illetve szféra. A beosztás három tényezőre hat és a legkevésbé a generáció, a családi állapot, az iparág és a csoportos munkavégzés befolyásolja a jólléti tényezők hatását.

A munka-magánélet egyensúlyát befolyásoló tényezők alapján három klasztert alakítottam ki, melyek között eltérést találtam az egyéb juttatások, távmunka és rugalmas munkaidőbeosztás jóllétre gyakorolt hatásában.

Összegzésként megállapítható, hogy a vállalatoknak a jólléti gyakorlatok során kiemelkedő figyelmet kell szentelni a munkatársi kapcsolatokra és a fizetésre, melyeket befolyásol a nem, a végzettség, a beosztás és a munkavégzés jellege.

Információ-gazdaságtan, gazdasági informatika

Elnök:	Dr. Várallyai László	DE
Társelnök:	Dr. Viharos Zsolt János	NJE
Tag:	Dr. Hornyák Miklós	PTE
Tag:	Dr. Keszthelyi András	OE
Tag:	Dr. Szalay Zsigmond Gábor	MATE
Titkár:	Dr. Pál Zsolt	ME

KRISTÓF BALÁZS

balazskristof222@gmail.com

Business Information Systems

BSc, 5. semester

Babeş-Bolyai University

*Supervisor:
Dr. Dénes Csala
senior lecturer, RO BBTE*

BEYOND VISUALIZATION: THE TRANSFORMATIVE ROLE OF BI SYSTEMS IN ENHANCING ERP CAPABILITIES

Keywords: business intelligence; enterprise resource planning; data warehouse; data visualization; process automation

In the past decade, the feature set of many business intelligence (BI) tools have expanded, allowing SMEs to leverage these in several business process automation (BPA) scenarios. Most structural models of enterprise resource planning (ERP) systems include BI as merely a tool for reporting and data visualization, which is not entirely accurate anymore given the recent development of these tools.

We need to develop a framework that uses BI tools as its core, showcasing their potential beyond their initial intended use cases. As these tools provide over 100 different data connection types and as several plugin providers offer API based solutions for accounting systems and project management software, there is an untapped potential in using these tools to build solutions that can be tailored to the specific needs of SMEs. These solutions are often more cost-effective and flexible than the ones offered by large ERP vendors, even with implementation costs factored in.

I include the capabilities of Microsoft Power BI and Tableau, along with other emerging BI tools to construct the framework, including options for data sources, extract, transform, load (ETL) processes, data modelling, machine learning (ML) integration and deployment. The final model is generalized, constructed from the models built for each specific tool. Moreover, to provide practical examples for the framework, I use the solutions I have prepared in the past two years in Microsoft Power BI for (a) internal use for the company NGI Systems as well as for (b) their clients.

My findings indicate that the consideration of BI tools in BPA planning should be a common practice at SMEs as it opens many possibilities that would otherwise be unfeasible due to high licensing costs and the complexity of the solutions offered by large ERP vendors. Moreover, the reconstructed model with BI tools at its core provides a practical guide to a variety of professionals from business analysts to BI practitioners, enabling businesses to build solutions that are cost-effective, flexible, and even scalable.

ANNA BARTHA*bartha.anna999@gmail.com*

Business Informatics

MSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

*Supervisor:**Dr. Réka Franciska Vas
associate professor, BCE II*

AUTOMATING GRADING ANALYTICS FOR LEARNING PATTERN RECOGNITION IN HIGHER EDUCATION PROGRAMS

Keywords: learning analytics; student performance analysis; higher education curriculum; web application development

Higher education institutions today manage great amount of data, which can play a critical role in institutional decision-making and the evaluation of academic programs. While business intelligence (BI) solutions offer promising tools in this area, they often fail to deliver the expected results. The root of the problem frequently lies in the complexity of manual data processing and the lack of usability of these systems.

In a previous study, we explored whether the data available in the Neptun academic management system could be used to analyze the structure of academic programs. The framework we developed successfully uncovered relationships between courses, but its application required significant manual effort and the integration of multiple technologies. This meant that, while the framework was functional, it was not practically applicable in its initial form for everyday use.

In my current research, I sought to answer whether it is possible not only to automate the entire process but also to integrate it into a single platform. Can a solution be developed that is accessible to anyone without requiring specialized knowledge of model building or technology? The goal is to increase efficiency by minimizing manual interventions and simplifying workflows.

Based on these objectives, I developed the Grading Analytics application, an innovative, automated platform for analyzing relationships between courses. During the development process, particular attention was given to ensuring that the system is user-friendly and does not require specialized technological or data modeling expertise. The research is structured into five main parts: a detailed presentation of the existing framework and an overview of the technologies supporting the development process. Following this, I discuss the strategies and methodologies applied in the design and the development of the application. I also provided a comprehensive introduction to the features of Grading Analytics, and finally, assess the practical applicability of the solution through interviews.

The primary advantage of the Grading Analytics framework is that it minimizes the need for manual intervention, simplifies workflows, and provides decision-makers with easy access to insights about relationships between courses. The tool not only supports the work of program directors and teachers but also contributes to the academic curriculum development and evaluation processes of universities.

ÁDÁM CSÁPAI*adam.csapai@gmail.com*Econometrics and Operations Research
MA, 10. semesterUniversity of Economics in Bratislava
Faculty of Economic Informatics*Supervisor:*
Univ. Prof. Dr. Jesús Crespo Cuaresma
professor, FTDK

**FORECASTING MACROECONOMIC VARIABLES USING MACHINE LEARNING:
THE CASE OF SLOVAKIA***Keywords: machine learning; forecasting; macroeconomics*

In this study, we compare several machine learning models against a benchmark to forecast industrial production and inflation in Slovakia using a comprehensive dataset from the National Bank of Slovakia. To our knowledge, there is no systematic study of such breadth using these methods for an industrialized small open economy such as Slovakia. Our sample spans periods of high (Great Recession) and relatively lower economic uncertainty. To ensure robustness, we employ a rolling window scheme.

Our results underscore the importance of capturing nonlinearities in Slovakia's macroeconomic data, an aspect often ignored by published linear-model studies. Regularization also proves beneficial: we test three models each that account for regularization and nonlinearities across five forecasting horizons, minimizing the likelihood of random outperformance.

We address the critique of Makridakis et al. (2018), who used only really simple methods such as a basic Support Vector Machine (SVM) or a single decision tree and concluded that machine learning (ML) models fail to outperform. Consistent with their findings, SVM is the weakest model in our tests. However, more sophisticated, tree-based methods show substantial improvement, indicating that the choice of ML approach is crucial.

We further assess ML methods for forecast combination. They perform well for industrial production but less so for inflation. Additionally, we measure directional accuracy, revealing that ML models not only yield better forecasts but also are more likely to capture the correct direction of change in the target variables—a feature never tested before in machine learning related studies in economics.

Finally, we examine forecasts using common factors and soft indicators. While ML forecasts leveraging common factors can beat the benchmark, they are still outperformed by full-dataset models. Soft-indicator-based ML forecasts, on the other hand, are particularly effective in predicting the direction of change.

In sum, our findings confirm the value of ML models—especially Elastic Net and bagged methods—in consistently outperforming the benchmark for Slovakia's key macroeconomic variables. We therefore recommend rigorous testing of ML tools in official forecasting exercises and encourage macroeconomists to recognize the roles of regularization and nonlinear methods in generating superior forecasts.

DR. MÁNDY DÁVID GERGŐ

david.gergo.mandy@student.uni-miskolc.hu

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 1. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

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

ADATVAGYON, ADATGAZDÁLKODÁS, DE MINEK AZ AI?

Kulcsszavak: adatvagyon; AI; adatvagyon-gazdálkodás; adatgazdaságos vállalat; adatvagyon hasznosítás

Napjainkban egyre nagyobb a visszhangja az Ipar 5.0 koncepciónak, melyet az Európai Bizottság vizionált 2021-ben és amely alapjaiban változtatja meg a mai gazdasági paradigmáinkkal kapcsolatos elképzeléseinket. Tulajdonképpen a fő alapvetése az, hogy a jelenlegi technológiai forradalomnak – amit ma Ipar 4.0 néven emlegetünk – a szerepe kulcsfontosságú abban, hogy kialakuljon egy emberközpontú, reziliens és fenntartható ipar, amelybe az eddigiekhez képest sokkal mélyebbre integrálódnak a társadalmi és környezeti értékek.

Ehhez az átalakuláshoz azonban elengedhetetlen az a rendszerszintű szemlélet, ahol az individuális technológiai megoldások helyett általánosabb, átfogóbb modellek kapnak szerepet. Amelyekhez elengedhetetlen követelmény egy olyan mechanizmus, mely több sémára kompatibilis módon oldja meg az adattárolást, az adatelemzést, az adatvagyon védelmét, az adatok továbbítását és menedzsmentjét, illetve azt, hogy egy ilyen hálózatban működő intelligens szoftver döntésképes legyen azáltal, hogy például komplex, dinamikusan változó struktúrában ok-okozati összefüggések feltárására alkalmassá válik, vagy adott esetben képes azokra a real-time elemzésekre, melyek akár már a gyártás tervezési fázisában is lehetőséget adnak nagy pontossággal megbecsülni az ellátási lánc gyenge pontjait, vagy a későbbi piaci reakciókat a legyártott termékekkel kapcsolatban.

Dolgozatomban annak elemzését tűztam ki célul, hogy milyen adatgazdálkodási stratégia szükséges ahhoz, hogy egy ilyen rendszerből tiszta és valós adatokat nyerjünk ki, hogyan oldjuk meg a vállalati nyereséget biztosító adatvagyon védelmét, illetve miképpen tudjuk a cég döntési reakcióidejét még egy meglehetősen összetett rendszerben is lerövidíteni egyes akadályok leküzdése érdekében, ehhez egy hálózatelemzést és egy AI rendszerfejlődési struktúrát készítettem.

HOLLÓSI ISTVÁN

hollir@gmail.com

nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 4. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Granát Marcell

kutató, Magyar Nemzeti Bank

HÍREKBŐL FOGYASZTÓI VÁRAKOZÁSOK: TOPIK ALAPÚ ELŐREJELZÉS

Kulcsszavak: fogyasztói bizalom; inflációs várakozások; LDA; topik modellezés; előrejelzés

A gazdasági stabilitás és hatékony gazdaságpolitika szempontjából elengedhetetlen a háztartások gazdasági várakozásainak megértése. A tanulmány a hírek és a fogyasztói bizalmi index, valamint inflációs várakozások közötti összefüggéseket vizsgálja. Mintegy 2 millió online cikkből építettem LDA topik modelleket, amelyekkel előrejeleztem a fogyasztói várakozásokat. Míg a havi elmozdulásokat nem jelezték előre modelljeim, a változások öszszegzésével képzett idősorok jól visszaadták a tény idősorok számait. Kutatásom a várakozások hírekkel történő előrejelzésének abból adódó korlátjára is rávilágít, hogy számos esetben a témák legfeljebb egyidőben jelennek meg a sokkokkal.

HORVÁTH KATA

horvath.kata06@gmail.com

Marketing

MSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Molnár László

egyetemi docens, ME GTK

MESTERSÉGES INTELLIGENCIA FELSŐOKTATÁSI ADAPTÁCIÓJÁNAK KOMPLEX VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: mesterséges intelligencia; technológia-elfogadás; metaanalízis; UTAUT; felsőoktatás

A mesterséges intelligencia (MI) elfogadásának és integrációjának jelentősége egyre nő a felsőoktatás területén, amelyet a kutatás során végzett átfogó vizsgálatok eredményei is alátámasztanak. A dolgozat három fő pillére a PRISMA-protokoll alapján végzett szisztematikus szakirodalom-elemzés, a hipotézisvizsgálattal kiegészített empirikus kutatás, valamint az UNI.AI stratégiai keretrendszer kidolgozása és validálása.

A szakirodalom-elemzés során 44 tanulmányt vizsgáltam, amelyek alapján megállapítottam, hogy az MI fogyasztói elfogadásának vizsgálatára fókuszáló kutatások eddig főként az e-kereskedelemre, a pénzügyi szektorra és az általános technológiai adaptációra fókuszáltak, míg az oktatás területén jelentős hiányosságok tapasztalhatók. Az UTAUT-modell kiemelt szerepet kap az MI-elfogadás vizsgálatában.

Az empirikus kutatásban 438 egyetemi hallgató válaszait elemeztem a CB-SEM módszertan segítségével, hat hipotézis vizsgálatának céljával. Az eredmények szerint az elvárt teljesítmény, a várt erőfeszítés és a társadalmi befolyás szignifikáns hatást gyakorolnak a hallgatók MI-használati szándékára, amely egyértelmű prediktora a tényleges használatnak. Ugyanakkor az elősegítő feltételek használati szándékra és tényleges használatra gyakorolt hatása elhanyagolhatónak tekinthető.

A dolgozat kiemelkedő hozzájárulása az UNI.AI stratégiai keretrendszer kidolgozása, amely hat kulcsdimenzió (oktatás, technológiai fejlesztés, kutatás, adaptáció ösztönzése, etikai irányelvek, teljesítménymérés) mentén kínál iránymutatást a felsőoktatási intézmények számára. A stratégia validálása érdekében végzett mélyinterjúk alátámasztották a javaslat relevanciáját: az egyetemi oktatók és HR szakemberek egyaránt hangsúlyozták az MI integrációjának szükségességét az oktatás minőségének javítása és a hallgatók munkaerőpiaci versenyképességének növelése érdekében. Az UNI.AI hatékony támogatást nyújt a felsőoktatás és a munkaerőpiac MI-vezérelt átalakulásának sikeres megvalósításában, támogatásában.

MONDI RICHÁRD

mondirichard00@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

*Témavezető:**Dr. Budai László**egyetemi docens, BGE KKK*

GENERATÍV AI RENDSZEREK VÁLLALATI HASZNÁLATA- IT SZAKEMBEREK VÉLEMÉNYE ÉS TAPASZTALATAI ALAPJÁN

Kulcsszavak: mesterséges intelligencia

Tudományos dolgozatomban a mesterséges intelligencia, ezen belül pedig a generatív AI rendszerek IT munkaerőpiacon való megítélését, használatát vizsgáltam. Kutatásom fő céljával arra a kérdésre kerestem a választ, hogy milyen mértékben segítik az IT szakmában dolgozó szakemberek munkáját a generatív AI rendszerek, milyen gyakorisággal és céllal használják azokat, mik lehetnek a vállalati használat előnyei és hátrányai, esetleges limitációi. A médiában az OpenAI ChatGPT 3.5-ös verziójának megjelenése óta a megszokottnál is nagyobb figyelmet kap a mesterséges intelligencia fejlesztése, mely a személyes érdeklődési körömet is érinti. Ennél fogva szerettem volna tudományos szemszögbe helyezni a generatív AI rendszerek munkahelyi használhatóságát, valós szakmai környezetben dolgozó IT szakemberek szemszögébe belátást nyerni és felmérni, hogy milyen tapasztalatokkal rendelkeznek, ezáltal mélyebb ismereteket szerezni a témában.

Kutatásomban először a mesterséges intelligencia elméleti tanulmányozása kapott helyet, amelyben részletesen kitértem az AI-t felépítő technológiákra úgy, mint a mesterséges neurális hálókra, a nyelvi modellekre, a machine learning működési elvére és a prompt engineeringre. Továbbá azt is feldolgozom, hogyan épül fel egy adott generatív AI rendszerben a neurális hálók, nagy nyelvi modellek, és a deep learning technológiák együttese. A kutatás során 3 fő hipotézist vizsgáltam melyek a munkahelyi generatív AI használati szokásaikra, a generatív AI használat céljaira és eseteire, illetve az emberi erőforrás és az MI rendszerek munkahelyi pozíciójukban való összeférésükre vonatkoztak. Mivel a jelenséggel kapcsolatos véleményeket, mélyebb gondolatokat szerettem volna megismerni így kvalitatív kutatást végeztem, melynek érdekében mélyinterjút készítettem öt eltérő területen dolgozó tapasztalt IT szakemberrel, akiknek innovatív gondolatai hozzájárultak hipotéziseimre való válaszok megtalálásához és a projekt megvalósulásához. Külön figyelmet szenteltem az interjúalanyok kiválasztásának sokszínűségére, mivel minél széleskörűbb látásmódokat szerettem volna megismerni. Az interjúk során a szakemberek által megfogalmazott különböző véleményekkel és tapasztalatokkal igazán értékes és eltérő gondolatokat építhettem bele dolgozatomba.

TÓMÁCS RENÁTA

tomacs.reni@gmail.com

MBA Master of Business Administration (angol
nyelven)

MSc, 2. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Varga Beatrix Margit
egyetemi docens, ME GTK*

KÖZÖSSÉGI INFORMÁCIÓFOGYASZTÁS ÉS VESZÉLYEINEK ELEMZÉSE: STATISZTIKÁTÓL A PSZICHOLÓGIÁIG

Kulcsszavak: információfogyasztás; internet; statisztika; zaklatás; gazdaság

A kutatásom célja, hogy feltárjam a közösségi információfogyasztási szokásokat, az internethasználati tudatosság általános szintjét és a cyberbullying különböző aspektusainak összefüggéseit, valamint ezeket a közgazdasági folyamatokkal összekapcsoljam. További célom igazolni, hogy szükséges megismerni a területtel kapcsolatos veszélyeket, valamint fejleszteni a tudatosságot, a kritikus gondolkodást és a statisztikai kultúrát. Ezek eredményeképp elkészítettem egy segédletet, amely a tudatosabb internethasználatot támogatja.

A kutatás során két kérdőíves felmérést és egy mélyinterjút végeztem. A kérdőívekben a résztvevők internethasználati szokásait, tudatossági szintjét és az online zaklatás összefüggéseit vizsgáltam. A mélyinterjú során egy szakpszichológussal az internet hatásairól beszélgettünk, amely részletes képet adott arról, hogy az online tér hogyan hat a különböző korosztályokra, és milyen társadalmi jelenségek erősödnek fel a digitális világban. A szakpszichológus hangsúlyozta a tudatos technológiahasználat, a médiaoktatás és a szülői felügyelet fontosságát.

Eredményeim megerősítették azt a feltételezést, hogy a felhasználók gyakran tudatosabbnak tartják magukat, mint amilyenek valójában, és nem ismerik fel kellően az online tevékenységeik kockázatait. Ezért fontos az ilyen irányú edukáció. A cyberbullying megelőzése és kezelése szoros összefüggésben áll a kritikus gondolkodás fejlesztésével, mivel az objektív információértékelés és a tudatos döntéshozatal kulcsfontosságú az online interakciók során.

A segédletem gyakorlati útmutatást nyújt a biztonságos internethasználat felé, miközben fejleszti a magánélet védelmét és a statisztikai kultúrát, például a grafikus ábrázolások torzításának felismerésével. A pozitív visszajelzések és a statisztikai adatok igazolják, hogy a segédlet hozzájárult a tudatosabb online jelenlét kialakításához.

A kutatás rámutatott a közösségi információfogyasztás veszélyeire és az internethasználati tudatosság hiányosságaira, valamint megerősítette, hogy szélesebb körű összefogásra van szükség a tudatos internethasználat előmozdítása érdekében.

VASTAG EMESE

vastagemese9@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Dr. Kovács László

egyetemi adjunktus, BCE

A MAGYAR PROGRAMOZÓK BÉREGYENLETÉNEK BECSLÉSE ÉS BÉRKÜLÖNBSÉGEINEK ELEMZÉSE DEKOMPOZÍCIÓS MODELLEZÉssel A STACK OVERFLOW KÉRDŐÍVE ALAPJÁN

Kulcsszavak: programozói munkaerőpiac; bérkülönbségek; Blinder - Oaxaca dekompozíció; nem-metrikus többdimenziós skálázás

Az informatika ma már a mindennapjaink részét képezi és az utóbbi években rendkívül felgyorsult az iparágban az innovációk megjelenése. A terület ezért egyértelműen a K + F szektorba sorolható és egy ország informatikai fejlettségét többek között az ebben az ágazatban dolgozók bérezése is jól jellemzi. Éppen ezért dolgozatomban azokat a tényezőket vizsgálom, amelyek hozzájárulnak egy magyar szoftverfejlesztő fizetéséhez. Ehhez az évente megjelenő kérdőív, a Stack Overflow Annual Developer Survey által összegyűjtött, ingyenesen elérhető adatokat fogom használni a magyar válaszadókra nézve. Dolgozatomban programozónak vagy informatikusnak tekintek minden kitöltőt, akik a Stack Overflow felhasználói közösségének tagjai. Ezek a szakemberek zömében szoftver – illetve webfejlesztéssel foglalkozó vagy rendszerüzemeltető szakemberek.

A bérkülönbségek elemzésére számos módszert használok a hagyományos statisztikai elemzéstől kezdve a komplexebb ökonometriai módszertanokig, mint a Blinder - Oaxaca dekompozíció vagy a nem-metrikus többdimenziós skálázás. A dolgozat fő célja három kutatási kérdés megválaszolása:

1. Ugyanolyan hozzáadott értéke van -e a tudásnak a bérezéshez a magasabb szénioritású IT pozíciókban?
2. Mely technológiák fontosak bérezés szempontjából és ezek mennyire köthetőek az egyetemi képzéshez? Van -e relevanciája az IT szektorban a mesterdiplomának?
3. Van -e értelme nemek közti bérdifferentenciákról beszélni az IT szektorban?

VESZPRÉMI ANDREA KATALIN

veszpremi.a@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Témavezetők:**Dr. Dobák Dóra**egyetemi docens, BGE PSZK**Forman Norbert**tanársegéd, BGE PSZK*

BIZTOSÍTÓI MOBIL APPLIKÁCIÓK MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: digitalizáció; mobiltelefonok; informatikai stratégia; biztosítás; ösztönzés

A mobil eszközök térhódítása megváltoztatja a világot, mely már most alapvető változásokat hozott a különböző iparágak működésében is, ez alól a pénzügyi szektor sem kivétel. Magyarországon az okostelefon-használat folyamatos növekedése szükségszerűvé teszi a biztosítók számára, hogy foglalkozzanak a digitális ügyféligényekkel. Kutatásom során az lebegett a szemem előtt, hogy választ keressek arra, hogy van-e és ha igen, milyen mobil alkalmazásra van szüksége az embereknek, milyen speciális technológiai kihívásokkal kell szembenéznie a biztosítóknak, és mit tehet a biztosító annak érdekében, hogy az ügyfelek letöltsék és elégedetten használják a mobil appot? A kérdések megválaszolása mellett a célom az volt, hogy olyan ajánlásokat fogalmazzak meg, amelyek segítségével a biztosítók hatékonyan menedzselhetik mobilfejlesztési stratégiáikat a mai digitális világban.

Munkámhoz kevert módszertant választottam: élenjáró, mobil applikációval már rendelkező biztosító társaságok szakértőivel készítettem interjút, melyet hagyományos módon és a mesterséges intelligencia érzélem elemzésével dolgoztam fel, majd ennek alátámasztásáért kvantitatív kutatás keretében a felhasználókat kérdeztem meg a véleményükről.

Kutatásom alapján megállapítható, hogy a magyar biztosítók számára érdemes mobilalkalmazást bevezetni, mivel az ügyfelek egyre inkább preferálják a mobiltelefonon történő ügyintézés, különösen az úgynevezett after sales funkciók tekintetében, mint a kárbejelentés és kárfolyamat, díjfizetés és egyéb ügyintézés. Bár a hosszú távú, összetettebb biztosítási termékek esetében továbbra is fontos szerepe van a személyes kapcsolatoknak, a többi termék értékesítése hatékonyan implementálható. Az applikációk fejlesztése a vállalatnak jelentős technológiai és pénzügyi kihívásokat is jelentenek, de ezek leküzdése hosszú távú megtérüléssel járhat. A felhasználókat leginkább személyes ajánlás és különböző platformokon elérhető értékelések motiválják, mely miatt a biztosítóknak arra kell törekedniük, hogy a felhasználói élményt növeljék és értéket nyújtsanak ügyfeleiknek.

A mobil applikációk fejlesztése nem csupán ügyféligényeket elégít ki, hanem stratégiai lehetőséget is jelent a biztosítók számára a hatékonyság növelésére és a versenyelőny megszerzésére a magyar piacon. Az applikációk bevezetése azonban jelentős felsővezetői elkötelezettséget és folyamatos figyelmet igényel, hogy a felhasználói élmény hosszú távon fenntartható legyen.

Közgazdasági elméletek és modellek, játékelmélet – Döntéselmélet és játékelmélet

Elnök:	Dr. Kovács Attila Zsolt	MATE
Társelnök:	Prof. Dr. Kóczy Á. László	BME
Tag:	Dr. habil. Kása Richárd	BGE
Tag:	Dr. Nagy Viktor	OE
Titkár:	Dr. Varga Beatrix Margit	ME

CSAHÓK MIHÁLY

mihaly.csahok@stud.uni-corvinus.hu

Gazdaságinformatikus

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Dr. Ágoston Kolos Csaba
egyetemi docens, BCE GTK

BÓNUSZ-MÁLUSZ RENDSZEREK VIZSGÁLATA KÁRNAGYSÁG ALAPÚ ÁTSOROLÁSOK ESETÉN

Kulcsszavak: bónusz-málusz rendszer; nemlineáris optimalizálás; Pareto-eloszlás; exponenciális eloszlás; klasszikus analízis

Dolgozatomban bónusz-málusz rendszerekkel foglalkozom. Ez a gyakorlati életben a kötelező gépjárműbiztosítás területén előforduló közgazdasági modell a biztosítottak optimális csoportosítására törekszik, mellyel a biztosító cég profitját tudja maximalizálni. A csoportosítás az irodalom nagy részében és a gyakorlatban a károk száma alapján történik. Vizsgálódásom tárgyát azonban egy másik megközelítés adja, mely szerint a csoportosítást az okozott kár nagysága alapján érdemes végezni. Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy egy elméleti – és viszonylag egyszerű – bónusz-málusz rendszer esetén, kárnagyság alapú átsorolások esetén milyen zárt alak adható az átsorolási küszöbértékekre, fizetendő prémiumokra, zárt alak hiányában pedig milyen általános állítás tehető, mely a modell későbbi bővítésekor hasznosnak bizonyulhat. Munkámban kitérek a bónusz-málusz rendszerek szelekciós képességének mérésre, és ebben a témakörben is zárt alakok létezésének bizonyításával foglalkozom, melyekkel a különböző rendszerek könnyen összehasonlíthatóvá válnak.

Először definiáljuk a bónusz-málusz rendszert leíró nemlineáris programozási feladatot, majd megadunk kétfajta eloszlástípust – Pareto-eloszlást és exponenciális eloszlást –, mellyel a kárnagyságokat fogjuk jellemezni. A dolgozat későbbi részében állításokat teszünk a rendszerről, illetve bizonyítjuk ezeket. Az optimális prémiumok és küszöbértékek ezen állítások segítségével Pareto-eloszlás speciális eseteiben és exponenciális eloszlás esetén a klasszikus analízis eszközeivel számolhatók, Pareto-eloszlás általános esetében azonban csak egyértelműségi állítások tehetők. A szelekciós képesség mérésére bevezetésre kerül egy mutatószám, ennek határértékét vizsgáljuk extrém küszöbértékek esetén, illetve kísérletet teszünk a mutatószám optimalizálására is.

FENYVES SZABOLCS

fenyvesszabolcs@gmail.com

Gazdálkodási- és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Mágó Mánuel László
egyetemi adjunktus, BCE KTI

**A FIZETŐS KASSZÁK HATÁSÁNAK VIZSGÁLATA SORBANÁLLÁSI MODELLEK
SEGÍTSÉGÉVEL**

Kulcsszavak: sorbanállás; fizetős kasszák; állapotvalószínűség; profit

Dolgozatomban azt vizsgálom, hogy a boltokban az extra (feláras) kasszák jelenléte hogyan befolyásolja az emberek sorbanállási szokásait különböző helyzetekben. Ehhez a standard operációkutatásban használt sorbanállási modelleket kiegészítve készítek egy matematikai és közgazdasági modellt azért, hogy illeszkedjen az extra kasszához szükséges modell építéséhez. A modell segítségével arra a kérdésre keresem a választ, miszerint megéri-e ilyen kasszákat nyitni az egyes boltokban, illetve, hogy hogyan értelmezhető és kvantifikálható a megtakarított idő és a fizetett felár kapcsolata. A matematikai modellből először analitikus módszerrel felírom az egyes rendszerek egyes állapotaihoz tartozó egyenletrendszert, amelyet megoldok az állapotvalószínűségekre. Modellem matematikai zárásaként a szakirodalomban széles körben ismert és alkalmazott M/M/2 modellt írom fel és oldom meg a hozzá tartozó egyenletrendszert. A modell közgazdasági részeként a vásárlókhoz rendelek egy kétváltozós hasznossági függvényt, amely a rendszerben eltöltött időtől és a fogyasztói kosár árából függ, illetve az árhoz tartozik egy türelmetlenségi paraméter is. Az M/M/2 matematikai rendszerre alapozva egyedi, fogyasztó várakozástól függő rendszereket (például nullát vár, egyet vár) alkotok és írom fel a hozzájuk tartozó egyenletrendszert megoldással együtt. A boltokban két kassza működik, az egyik az „olcsó” kassza, amely a hagyományos felár nélküli, míg a másik a „drága” kassza, tehát amelyet csak a felár megfizetése esetén használhatunk. Emellett a vállalatok (boltok) szempontjából is megvizsgálom a kérdést, tehát felírom a vállalatok profitfüggvényét és összehasonlítom őket ordinális szempontból az egyes rendszereken belül és kívül egyaránt.

FENYVES SZABOLCS

fenyvesszabolcs@gmail.com

Gazdálkodási- és menedzsment

BSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Mágó Mánuel László
egyetemi adjunktus, BCE KTI

**A TAGÁLLAMOK EURÓPAI PARLAMENTI SZAVAZÓEREJÉNEK VIZSGÁLATA
GRÁFOKON MEGSZORÍTOTT KOOPERATÍV JÁTÉKOKKAL**

Kulcsszavak: gráfelmélet; kooperatív; játékelmélet; Shapley; Banzhaf

Az Európai Parlamentnek (EP) jelenleg 751 képviselője van, a székeket a tagállamok népességarányosan kapják. Kutatásom során a tagállamok a tagállamok szavazási játékok béli szavazóerejét vizsgálom, amiben a koalíciók formálódását hat szempont alapján elkészített gráfok segítségével megszorítottam. A gráfok elkészítésekor minden szempont esetén az országonkénti alapadatok euklideszi távolságon alapuló közelsége alapján határoztam meg, hogy két ország között legyen-e kapcsolat. Politikai szempontból az EP képviselők pártokba csoportosulásainak hasonlósága országonként szolgált alapul. Gazdasági szempontból az országok egy főre jutó GDP-jeinek természetes alapú logaritmusainak közelsége két év (2014 és 2019) alapján. Társadalmi szempontból az előbb említett két évben a tagállamok HDI indexe volt az alap. Földrajzi szempontból az országok fővárosai közötti távolságot használtam (légvonalban, km-ben). Kulturális szempontból a tagállamokban élő emberek idegen nyelv tudása szolgált alapadatként. Az utolsó szempont a vallási, amelynél az országok különböző vallási irányzatok közötti megoszlását használtam fel. Dolgozatomban az egyes országok szavazóerejének vizsgálatát először a szakirodalomban megszokott módszerekkel (Shapley- és Banzhaf-értékek) végzem el. Majd a szempontok alapján elkészített gráfok felhasználásával az eredeti szavazási játék gráfokon megszorított játékára kiszámolom a tagállamok Myerson-értékét, illetve az átlagos összefüggő hozzájárulási értéküket (ACC), ezzel meghatározva azt, hogy az adott szempontok hogyan befolyásolják a tagállamok szavazóerejét. A dolgozat fő eredménye ezen szavazóerők megállapítása, illetve összehasonlítása mind a szempontok között, mind a tagállamok között.

KERÉK NAPSUGÁR

napsugar.kerek@stud.uni-corvinus.hu

Gazdaság- és pénzügy matematikai elemzés

Osztatlan, 10. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Dr. Biró Péter

egyetemi docens, BCE KTI

MINŐSÉGI INDEXEK SZEREPE A VESECSERE ALGORITMUS JAVÍTÁSÁBAN*Kulcsszavak: vesezsere algoritmus; szimuláció; minőségi index*

A közgazdaságtan legizgalmasabb piacai azok a piacok, amik a pénz által nem vezérelhetőek. Ezeken a piacokon nem döntheti el a vásárló, hogy mit vásárol meg az adott áron, ugyanis nem csak mi választunk, hanem minket is választaniuk kell. Ilyen párosítási piac a munkaerőpiac, a felvételi rendszerek, illetve az általam vizsgált vesezsere piac.

A vesezsereprogramok olyan végstádiumú vesebetegségben szenvedőknek segítenek, akiknek van lehetséges donorja (például a házastársa vagy rokona), de az sajnos immunológiailag inkompatibilis vele, így a transzplantációt nem lehet köztük elvégezni. A betegek a donorjaikkal regisztrálnak az országuk vesezsereprogramjába, ahol az algoritmus optimális kettes vagy ennél nagyobb cserekört hoz létre, ahol a betegek elcsereélhetik inkompatibilis párjukat, hogy a körben mindannyian kompatibilis donorhoz jussanak.

A létrejött vesezserek minőségét különböző tényezők határozzák meg: elsősorban a vércsoport-egyezés, HLA-típus, de a kor, nem és a BMI index is meghatározhatja az új vese élettartamát. Az új vesék élettartama általában 10-15 év, így a betegek többségének második transzplantációra is szüksége van, ekkor azonban kisebb eséllyel találhatnak megfelelő donort, az első transzplantáció során kialakult antitestek miatt.

A vesezsereprogram optimalizációja során legtöbbször a transzplantációk számának maximalizálása a cél, a létrehozható körök nagyságának korlátozásával. A transzplantációk magas száma azonban nem garantálja, hogy a legjobb megoldást kaptuk, hiszen az új vesék várható élettartama, a cserek minősége hatalmas jelentőséggel bír. A dolgozatomban a Spanyolországban használt kritériumrendszert bővítem egy minőségi indexet optimalizáló kritériummal. A létrehozott optimalizációs kritériumokat a spanyol valós adatok alapján generált adathalmazon futtatom le, a kapott eredményeket elemzem a betegek és az egészségügyi rendszer számára legfontosabb szempontok szerint.

A futtatások a spanyol kritériumrendszer bővítése a minőségi kritériummal a lexikografikus optimalizáció minden szintjén hasznos volt a minőségekre nézve, a várakozási időket pedig nem rontotta jelentősen. Abban az esetben mutatja a legjobb eredményeket, amikor a rendszer második kritériumaként szerepelt. Az első szempont jelentőségének csökkentéséért a súlyozott kritériumrendszert is megvizsgáltam. Ez a fajta kritériumrendszer lehetőséget teremt az országok számára, hogy számukra megfelelően szabályozzák a minőség és a transzplantációk számának súlyozását.

KOMLÓ PETRA

komlo.petra@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Hauber György

egyetemi docens, BGE PSZK

HOMO OECONOMICUS-E A KÖZGAZDÁSZ HALLGATÓ?

Kulcsszavak: viselkedésgazdaságtan; viselkedési közgazdaságtan; közgazdaságtan; gazdaságpszichológia

Már a klasszikus közgazdászokat is foglalkoztatta a közgazdaságtani emberkép helyes meghatározása, azonban a mai napig vitatott, hogy mely elmélet használata segítené leginkább a közgazdaságtan előrehaladtát. Kezdetben még csak gazdálkodó emberről írtak, később megszületett a Homo Oeconomicus fogalma, mára pedig létrejött a viselkedési közgazdaságtan, a gazdaságtudomány egy új ága, amely kifejezetten a valós emberek gazdasági szituációkban mutatott viselkedéseit vizsgálja, ötvözve a pszichológia és a közgazdaságtan vívmányait.

Az, hogy a Homo Oeconomicus nem egy valós ember már számtalan alkalommal bizonyításra került, így dolgozatom célja nem ennek az újbóli bizonyítása. Kutatásom során azt vizsgálom, hogy a közgazdászok és a közgazdász hallgatók közelebb állnak-e a Homo Oeconomicussághoz, mint a közgazdaságtant felsőoktatásban soha nem tanult emberek. A vizsgálat kiterjed a Homo Oeconomicusra jellemző viselkedésmintákra, illetve az ezen aspektusok mentén megvalósuló önértékelésre is.

A primer kutatásom kvantitatív, kérdőív segítségével került kivitelezésre. A kapott adatokat paraméteres, illetve nem paraméteres függetlenségvizsgálatok segítségével elemeztem. Hét hipotézis került tesztelésre. A kutatás eredménye, hogy a közgazdaságtan felsőoktatási intézményben való hallgatása, és az önértékelés, a túlzott magabiztosság, az önérdékérvényesítés, illetve a befolyásolhatóság hiánya között szignifikáns kapcsolat található.

A felsőfokú közgazdász tanulmányok és az optimalizációra való hajlam, a racionalitás, illetve az önkontroll mértéke között nem találtam szignifikáns kapcsolatot. A szekunder kutatás igazolta a közgazdász hallgatók eltérő viselkedését más szakok hallgatóitól.

A kutatás eredményeinek relevanciája elsősorban a közgazdaságtan jellemre gyakorolt pozitív hatásában rejlik, mivel igazolásra került a közgazdász tanulmányok és a magabiztosság közötti kapcsolat, így megfontolandó lehet a tantárgy oktatásának kiterjesztése szélesebb körökre. Napjainkban talán relevánsabb probléma, mint korábban bármikor, a fiatal generációk rossz mentális egészsége.

Természetesen nem gondolom, hogy a közgazdaságtan-oktatás kiterjesztése megszüntetné a problémákat, azonban úgy vélem, ha csak egy kis mértékben is képesek lehetünk a fiatalok önbizalmának növelésére vagy befolyásolhatóságának csökkentésére és csak egy gyermek egészségét sikerül megőrizni ezekkel a módszerekkel, akkor valóban megfontolandó, hogy helye van-e a Marshall-keresztnek a középiskolák tábláin.

PINTÉR ATTILA

pinter.attila0202@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés

Osztatlan, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Dr. Váry Miklós

egyetemi adjunktus, BCE KTI

KÉTDIMENZIÓS TÉRBELI VERSENY – A HOTELLING-MODELL KITERJESZTÉSE

Kulcsszavak: térbeli verseny; piaci szimulációk; Hotelling model; Nash-egyensúly; játékelmélet

A piaci versenyek során kialakuló üzleti stratégiák és piaci dinamikák megértéséhez elhanyagolhatatlan a vállalatok térbeli elhelyezkedésének figyelembevétele. A mindennapokban is látható, hogy hasonló jószágot értékesítő üzletek, közel helyezkednek el egymáshoz, tekintsünk csak a gyorséttermekre, vagy a benzinkutakra. Ezen jelenségnek felderítésére Harold Hotelling 1929-ben mutatta be úttörő modelljét, amely további kutatások alapját alkotja.

Hotelling a problémát analitikus módszerekkel közelítette meg, míg a kutatásom során én ezt ágens alapú modellezéssel tettem. A piac pontosabb reprezentációja érdekében egyéb tényezőkkel lehet bővíteni az alapmodellt. A dolgozatomban az alapmodellt lépésről lépésre bővítettem újabb és újabb kiterjesztésekkel, így megfigyelhető volt minden kiegészítésnek a hatása. A kutatás célja a bevezetett tényezők hatásának vizsgálata a térbeli piaci egyensúlyra.

A modell két dimenzióra történő kiterjesztése nagyobb mozgásteret biztosított a térbeli elrendeződésekre, amely különböző formájú térbeli egyensúlyokat eredményezett. A vállalatok kognitív képességeinek csökkentése egyensúlyi állapotba terelte a modellt. Az eredmények alapján ellentétes kapcsolatot láthatunk a kognitív képesség és az egyensúlyi állapot beállásának hajlandósága között. Az árszínvonalról függő költözési költség bevezetése a magas áron értékesítő vállalatoknak kedvezett, amely megemelte a piaci átlagárat és átlagbevételt. Az átlagbevétel alapján történő osztalékfizetés mellett, az alacsony áron értékesítő vállalatok nagyobb hajlandóságot mutattak a csődbe menésre, amely tovább emelte az átlagárat a modellben. Egy csődbe jutott vállalat más vállalatokat is lehúzott a modellben. Erre ellenállóbbnak bizonyultak az idősebb vállalatok, akik kellő tartalékot tudtak megtakarítani a nehezebb időkre.

SILLING SZINTIA ADRIÁNA

sillingszintia@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 5. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Czine Péter

adjunktus, DE GTK

Prof. Dr. Dajnoki Krisztina

egyetemi tanár, DE GTK

HASZNOSSÁGMAXIMALIZÁLÁS VAGY MEGBÁNÁS MINIMALIZÁLÁS – A RACIONÁLIS DÖNTÉSHOZATAL KÉT ELTÉRŐ MEGKÖZELÍTÉSE

Kulcsszavak: diszkrét választási modellezés; véletlen hasznosság; véletlen megbánás

A fogyasztói preferenciák mélyebb megértése érdekében gyakorta alkalmazott diszkrét választási modellezések szinte kivétel nélkül a véletlen hasznosság maximalizálásán (random utility maximization – RUM) alapulnak. Ezzel szemben a szakirodalomban kevés figyelmet kapnak a nem RUM alapú modellezések. Utóbbiak közé tartozik a véletlen megbánás minimalizálásán (random regret minimization – RRM) alapuló megközelítés is, melynek alapkoncepcióját már nem a hasznosság maximalizálása, hanem a megbánás minimalizálása jelenti.

Kutatásom célja, hogy összehasonlítsam a RUM és az RRM modellezési megközelítéseket, melyhez egy hazai szálláshely választási preferenciák vizsgálatára irányuló diszkrét választási kísérlet adatait használok fel. Az adatbázis 200 magyar belföldi utazó választásait tartalmazza, a kísérlet attribútumai között pedig a szálloda ára, a személyzet rugalmassága, a megközelíthetőség, az elérhető szolgáltatások és a vendégek általi értékelés szerepelnek.

A vizsgált modellezési megközelítések tesztelésének eredményei alapján megállapítottam, hogy (1) a szignifikáns paraméterbecslések azonos következtetésekre vezetnek mind az alap (pl. az ár negatívan befolyásolja a fogyasztói preferenciákat, míg a magas vendégértékelések pozitív hatást mutatnak), mind pedig az interakciókat is szerepeltető modellek esetében (a négy és öt csillagos értékelések preferáltabbak a női kitöltők által), függetlenül attól, hogy RUM vagy RRM kontextusban becsültük őket; (2) a modellek illeszkedésének hipotézisvizsgálaton alapuló összehasonlítása során az RRM alapú modell szignifikánsan jobb illeszkedést mutat, mint a RUM alapú; (3) a helyettesítési határárány kalkulációk interpretálása a RUM alapú modellezés esetében rendkívül egyszerű, míg az RRM alapú modellezésnél már jóval összetettebb, nagyban függ a döntési halmaz további opcióit jellemző tulajdonságok változásától.

Annak ellenére, hogy kutatásom következtetései között kiemeltem, hogy az RRM megközelítés még kevésbé kiforrott, modell összehasonlításaim alapján megállapítható, hogy nem indokolt a szakirodalom egyértelmű eltolódása a RUM felé. Amennyiben a kutatás célja nem helyettesítési határárány kalkulációra irányul, az RRM alapú modellezés jobban illeszkedő specifikációhoz vezethet.

SZABÓ BOGLÁRKA

szabo.boglarka.4@stud.u-szeged.hu

gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Sávai Marianna

adjunktus, SZTE GTK

A HÁLÓZATI EXTERNÁLIÁK ÉS HATÁSOK MEGJELENÍTÉSE A FRANCHISE ÉS A STREAMING PIAC ESETÉN

Kulcsszavak: hálózati externália; hálózati hatás; franchise; streaming

A kutatásom során a hálózatokhoz kötődő piaci elégtelenségeket vizsgáltam. A kutatási problémámat képezte a hálózati externáliák és hatások jelenléte és hatása a piacokon. Dolgozatommal az alábbi kérdés megválaszolását tűztem ki célul: Hogyan ábrázolható a piac keresleti és kínálati oldala hálózatkutató módszerek felhasználásával, a különböző externáliák és hatások egyszerre történő megjelenítésére? Szakirodalmi áttekintést végeztem releváns közgazdasági és hálózattudományi források összefüggéseinek vizsgálatával, majd a modellem összefüggéseit alkalmaztam. Az egyszerű elméleti modellem, a bipartit kereslet-kínálati-modell által a piacokon azonosított hálózati externáliákat és hatásokat egyszerre mutatom be a dolgozatban. Kutatásomból kiderül, hogy a keresleti oldalon jelentkező hálózati externáliák és a kínálati oldalon tapasztalható hálózati hatások nemcsak az információs technológiák piacán fordulnak elő, hanem más hálózatot alkotó piacokon is. Egy-egy piaci szereplő esetében ezek akár egyszerre is jelentkezhetnek. A kutatásom során dinamikus ábrázolást próbáltam nyújtani a keresleti és kínálati oldal megjelenítésére, a különböző externáliák és hatások így ott jelennek meg, ahol befolyásolják a piac működését. Törekedtem arra, hogy az elméleti áttekintést szintetizálva egy olyan modellt alkossak meg, amely segítheti az ehhez hasonló elemzéseket a jövőben is.

TIBOR MIRKÓ SZAKALI

mirkoszakali@gmail.com

Applied Economics

BSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Dr. Mánuel László Mágó
assistant professor, BCE KTI

AGENT-BASED MODEL FOR EXPLORING OPTIMAL DATING STRATEGIES

Keywords: agent-based model; reinforcement learning; two-sided markets

I formulate and simulate an agent-based model to explore optimal strategies within a dynamic dating market. The model aims to replicate real-world interactions through agents' attributes, preferences, utilities, and behaviors, as grounded in relevant literature. The agents have incomplete information about their own preferences and the attributes of others. They learn to adjust and refine their own preferences over time based on the feedback (utility) received from interactions. The interactions happen in a 2-dimensional space, the incorporation of the spatial element simulates proximity-based preferences and homophily. With the use of reinforcement learning (RL) algorithms I simulate agent behaviors and evaluate their performance using the complete information stable equilibrium point (Gale-Shapley) as benchmark. This evaluation reveals optimal stopping points where the expected utility of maintaining a current relationship exceeds potential benefits derived from new encounters. I find that attractive people have significantly shorter waiting times before securing partners, a phenomenon amplified by the network effects associated with the ratio of attractive individuals in the population. My model achieves, on average 71.1% of the welfare realized by the Gale-Shapley algorithm. However, the personality traits do not have predictive power regarding dating strategies in my model. These findings contribute to understanding strategic behavior not just in dating markets, but also offer implications for the economic theory of two-sided markets.

SZÜCS ADÉL LUCA

szucsadelluca@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Dr. Mágó Mánuel László

egyetemi adjunktus, BCE

AZ ELME JÁTÉKAI – SAKKÁLLÁSOKKAL ÉS JÁTÉKELMÉLETI MÓDSZEREKKEL A KOGNITÍV TORZÍTÁSOK ÉS JÁRTASSÁG NYOMÁBAN

Kulcsszavak: sakk; kísérlet; százlábú játék; kognitív torzítások; döntéshozatal

Mennyire behatóan tudunk előre gondolkodni, k-szintig analizálni? Hogyan viselkedünk kockázatos helyzetekben? Biztosak lehetünk a logikus elemzésünkben, vagy az agyunk is kijátszik minket bizonyos kognitív hatások miatt? Végül segít-e a tapasztalat a tárgyilagosság megőrzésében vagy éppen rontja azt?

Kutatásom középpontjában a kognitív torzítások, mint a keretezési hatás, megerősítési torzítás, birtoklási hatás, valamint a magasabb szintű gondolkodás és kockázatkerülés állnak. Azt vizsgálom egy kísérlet segítségével, hogy hogyan kapcsolódnak össze a különböző torzítások a sakktudással. Kísérletemben részt vesznek professzionális sakkjátékosok, illetve sakktudás szempontjából átlagos diákok. A kitöltők sakktudását különböző nehézségű, azaz mélységű és variációjú sakkállások alapján a Stockfish sakkprogram segítségével értékelem ki. Az elemzés megtámogatására felhasználok egyéb, a szakirodalomban bevett játékokat is, mint a keynesi szépségverseny döntés, százlábú játék, a baseball ütő és a labda problémája, így nyerve információt a résztvevők kognitív képességeiről.

Az eredmény, hogy a sakktudás szignifikáns a kognitív képességeket igénylő feladatokban, a gyakorlott sakkozók jobban is teljesítenek. A pszichológiai torzítások rajtuk gyengülnek. A nők és férfiak között vannak gondolkodási és szociális hozzáállási különbségek.

VIKTOR VARGA

v.viktoros27@gmail.com

Finance

MSc, 3. semester

Budapest University of Technology and

Economics

Faculty of Economic and Social Sciences

Supervisor:

Dr. Robert Somogyi

associate professor, BME GTK

A THEORETICAL MODEL FOR BUNDLING GAMES ON VIDEO GAME CONSOLE PLATFORMS

Keywords: videogame; platform; bundling; model

Offering content through bundle-based subscription services has become a common business strategy among online platforms. This trend has also been implemented by the highly innovative and rapidly growing video game industry. Subscription bundles, such as Sony's PlayStation Plus and Microsoft's XBOX GamePass, exemplify this approach. Despite the popularity of the subscription models, most of the industry literature focuses on bundling integrated content, i.e. content that is bundled with the console, while there is limited research on the effects of bundling developer-supplied content.

This research aims to develop a theoretical framework to analyze the impact of bundling developer-supplied games on video game console platforms. The model distinguishes between two consumer groups: one that perceives indie games and traditional games as imperfect substitutes, and another that views them as independent products. The games are also vertically differentiated: traditional games have a higher objective value for all consumers compared to indie games. I analyze two market scenarios: one with traditional à la carte pricing for games and another with pure bundling of both game types by the platform.

The results show that the platform can enhance its profit by adopting the bundling model. From the developers' perspective, indie game firms may see increased profits as their less popular games are bundled with better ones, attracting more consumers. Conversely, traditional firms with popular games benefit from bundling only if there is a sufficiently big segment of consumers with low willingness to pay, or if their games are significantly superior to those of the other firm.

VEREB BOGLÁRKA SÁRA

verebbogi@gmail.com

gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés

Osztatlan, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Dr. Szádóczki Zsombor

egyetemi tanársegéd, BCE KTK

HOGYAN VISZONYULNAK EGYMÁSHOZ KELET-KÖZÉP-EURÓPA EGYETEMEI VALÓJÁBAN? – VIZSGÁLAT PROMETHEE MÓDSZERTANNAL

Kulcsszavak: egyetemi rangsorok; többszemponú döntési módszerek; PROMETHEE

Dolgozatomban arra keresem a választ, hogyan teljesítenek egymáshoz képest a kelet-közép-európai régió felsőoktatási intézményei. Természetesen erre léteznek különféle egyetemi rangsorok, azonban ezek sokszor olyan szempontból torzított képet adnak, hogy több különböző adottságú és oktatási rendszerű térség intézményeit hasonlítják össze. Ezért én a V4 országokra (Lengyelország, Csehország, Szlovákia, Magyarország) szűkítettem az elemzést. Emellett bizonyos értelemben hiányosnak is mondhatók, hiszen csupán a ranglista első néhány eleméhez társítanak konkrét helyezést, a hátrébb szereplőket pedig csak egy intervallumba sorolják. Hogy egy pontosabb képet kapjak, összegyűjtöttem, hogy a régió mely intézményei szerepelnek a legfrissebb Times Higher Education rangsorban, majd négy mutató szerint vizsgáltam a teljesítményüket. A PROMETHEE módszer segítségével alakítottam ki a rangsort, amely szerint a Semmelweis Egyetem kiugróan teljesít. Ezután a GAIA-vizualizációt alkalmazva megállapítottam a klasztereződéseket, majd megvizsgáltam, mennyire érzékeny a rangsor az egyes szempontokra.

Közgazdasági elméletek és modellek, játékelmélet – Közgazdasági elméletek és modellek

Elnök:	Dr. Bessenyei István György	PTE
Társelnök:	Dr. Csapodi Pál	NKE
Tag:	Prof. Dr. Czeglédi Pál	DE
Tag:	Dr. Debrenti Edith	RO PKE
Tag:	Dr. Ligeti Zsombor	BME
Titkár:	Kis-Orloczki Mónika	ME

BISZÁK ALETTA

alletta.biszak@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 2. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Gánics Gergely

megbízási szerződéses oktató, METU ÜKTF

VÁLTOZIK-E IDŐBEN AZ ELŐREJELZÉSI IRRACIONALITÁS? ELŐREJELZÉSI HIBÁK IRRACIONÁLIS KOMPONENSÉNEK VIZSGÁLATA IDŐBELI BONTÁSSAL

Kulcsszavak: racionalitás; előrejelzők; hibák jellemzői; válságidőszakok

A tanulmány professzionális előrejelzők irracionálisi komponensét vizsgálja időbeli bontással, a Survey of Professional Forecasters (SPF) adatbázis használatával. A fő kutatási kérdés a következő: változik időben a professzionális előrejelzések racionálistól való eltérése? A tanulmányban négy irracionálisi modellt alkalmazok, amelyek közös jellemzője, hogy kizárólag olyan információkat használnak fel, amelyek az előrejelzés publikálásakor is az elemzők rendelkezésére álltak. Az időbeli bontást csúszóablakokban vizsgálom, ahol bár a pontos időpontja az irracionálisi torzításnak nem meghatározható, hozzávetőleges időpontja igen.

A vizsgált változóimat tekintve az esetek 78,6 százalékában elvethető a racionalitás, tehát ekkor a megfigyelt idősorban van olyan időpont, amikor irracionálisnak tekinthető az előrejelzés. A torzítás tartóssága szerint, három nagyobb csoport – csak átmenetileg torzított, szinte a teljes idősoron torzított, hosszabb időn keresztül torzított – állapítható meg, ahol legtöbb esetben az előrejelzési horizontok között nincs jelentős eltérés, hasonló időpontokban vethető el a racionalitás. Megfigyelhető, hogy a válságidőszakok alatt – 2008-as válság, Covid válság – megjelennek időben előtte és utána nem jellemző típusú irracionálisi torzítások, azaz egy válsággal terhelt időszakban nemcsak az általános bizonytalanságtól torzítottak az előrejelzések, hanem addig nem jelenlévő irracionálisi torzítások is megfigyelhetők. Ez a jelenség a gazdaságpolitikai döntéshozók számára tovább nehezíti a válság időszakban az előrejelzéseket is figyelembe vevő döntéshozatalt.

BISZÁK ALETTA

aletta.biszak@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

VÉKÁSSY ESZTER ALEXANDRA

vekassy.eszter@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BSc, 7. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Kerekes Sándor

professzor emeritus, BCE GT

ALTRUIZMUSSAL KAPCSOLATOS ATTITÜD VIZSGÁLATA A PÉNZÜGYI SZÉKTORBAN DOLGOZÓK KÖRÉBEN

Kulcsszavak: társadalmi felelősségvállalás; altruizmus; pénzügyi szektor; attitűdvizsgálat; fenntarthatóság

Tanulmányunkban a pénzügyi szektor munkavállalóinak altruizmusával kapcsolatos attitűdjét vizsgáljuk. Dolgozatunk elméleti áttekintésében bemutatjuk az altruizmushoz és CSR tevékenységhez kapcsolódó kihívásokat. A CSR (Vállati társadalmi felelősség) fogalmát összevetjük az ESG (Környezet, társadalom, kormányzás) definíciójával. Kitérünk a CSR tevékenység hatásaira, összefoglaljuk a pénzügyi szektorra jellemző CSR tevékenységeket. Kutatásunk fő kérdésköre aköré épül, hogy magánszemélyek és vállalatok esetében különböző típusú altruizmust ír le a szakirodalom. Személyek esetében megjelenhet tiszta altruizmus, addig vállalati szinten a reciprok altruizmus a meghatározó. Elképzelésünk szerint azonban a személy altruista attitűdje befolyásolhatja azt is, hogy a vállalatokkal kapcsolatban milyen mértékű altruista megnyilvánulásokat tart elvárhatónak. A pénzügyi szektor munkavállalóit különösen érdekes megfigyelési csoportnak tartjuk, mivel szakmából adódóan inkább analitikus gondolkodásmódot feltételezhetünk róluk.

A kutatásunk empirikus részében az attitűd vizsgálatot Q módszerrel végeztük. 24 pénzügyi alkalmazottal folytatottunk személyes vagy online interjút. Az interjúk során 39 állítást kellett az alanyoknak egy (-4, +4) skálán elhelyezniük, attól függően, mennyire értenek egyet az adott kijelentéssel. A módszertan lényege, hogy csak meghatározott számú állítást lehet bizonyos szintekhez tenni, ezzel elérve azt, hogy a kis minta ellenére nagy mintás tulajdonságokkal rendelkezzen az adatbázisunk. Ezzel a módszerrel lehetőségünk van különböző gondolkodásmódokat leíró faktorokat megjeleníteni és ezek mentén csoportokba rendezni a válaszadókat.

Kutatásunk során két hipotézist fogalmaztunk meg, ezek a következők. Azok, akik magánszemélyként altruistábbak/önzetlenebbek, nagyobb intenzitású CSR tevékenységet tartanak elvárhatónak a vállalatok esetében is. A profitorientáltabb személyek inkább a vállalatnak is hasznot hozó CSR tevékenységet találják kívánatosnak. Elemzésünk eredményeképpen három faktort tudtunk azonosítani: az érzelmi alapú altruizmus, az önérdékkövető altruizmus és a "csináld magad" fiatalok. Ezen csoportok nem csupán a Q módszerrel végzett kutatások során voltak világosan elkülöníthetők, hanem az interjúkérdések eredményei alapján is.

CSIKÓS PETRA ZITA

csikos.petrzita@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi
Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

FODOR VERONIKA ANGÉLA

fodor.verka@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi
Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Zsiros Ádám

doktorandusz, BME GTK

KÉT KOREA, EGY JÖVŐ – EGY LEHETSÉGES ÚJRAEGYESÍTÉS GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI HATÁSAI

Kulcsszavak: újraegyesítés; Dél-Korea; Észak-Korea; rendszerdinamika; gazdasági és társadalmi hatások

A dolgozat a Koreai-félsziget újraegyesítésének gazdasági és társadalmi hatásait vizsgálja, különös tekintettel a két ország közötti jelentős eltérésekből fakadó kihívásokra és lehetőségekre. Kiemeli, hogy Dél-Korea a világ egyik legfejlettebb gazdaságával rendelkező kistigris országává vált, míg Észak-Korea elszigetelt, gazdaságilag elmaradott, diktatórikus vezetés alatt lévő régióvá vált. A kutatás célja, hogy elemezze az egyesülés lehetséges következményeit, figyelembe véve a legfontosabb gazdasági, társadalmi tényezőket.

A kutatás a két Korea közötti gazdasági és társadalmi különbségek elemzésével kezdődik, ez alapozza meg a kutatás során készített modelleket. Ezután következik a rendszerdinamikai modellezés, amely egyrészt áll egy ok-okozati diagrammot felépítő részből, másrészt pedig áll egy áramlási diagrammot (SFD-t) elemző részből. A CLD-t tartalmazó rész kvalitatív módon vizsgálja az egyesítés gazdasági és társadalmi hatásait, míg az SFD-t tartalmazó rész a gazdaság vizsgálatára fókuszál a legfontosabb mennyiségi tényadatok felhasználásával. Az SFD elméleti hátterét a makroökonómiai körforgás modellje adja, amely a gazdaság különböző szektoraiban bekövetkező változásokat elemzi. A módszertan lehetővé teszi a munkaerőpiaci integráció, az infrastruktúra-fejlesztés és a társadalmi felzárkóztatás kritikus tényezőinek hosszú távú (120 hónapra terjedő) vizsgálatát.

A modellezés során kapott eredmények azt mutatják, hogy az újraegyesítés jelentős gazdasági és társadalmi kihívásokat hordoz magában. Az észak-koreai lakosság dél-koreai társadalomba történő integrációja komoly akadályokba ütközne a kulturális, nyelvi és gazdasági különbségek miatt. Ugyanakkor a gazdasági szimulációk azt mutatják, hogy a két Korea egyesülése hosszú távon gazdasági növekedést eredményezhetne, különösen az észak-koreai nyersanyagforrások és a dél-koreai technológiai fejlettség kiaknázásával. A társadalmi kohézió és a közös identitás kialakítása kulcsfontosságú az egyesülés fenntarthatóságához.

A dolgozat hangsúlyozza, hogy a folyamat jelentős anyagi terhet róna Dél-Koreára, különösen az infrastruktúra-fejlesztés és a felzárkóztatás terén. Az eredmények azonban arra utalnak, hogy egy békés egyesülés fokozatos lépésekkel és alapos tervezéssel megvalósítható lenne, amely hosszú távon stabilitást és gazdasági fejlődést hozhatna az új Korea számára.

MÁTÉ EGRI

egrimate99@gmail.com

Actuarial and Financial Mathematics

MSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:
Dr. Miklós Pintér
professor, BCE

FINANCIAL BUBBLES FROM AN EPISTEMIC VIEWPOINT

Keywords: financial bubbles; Bayesian game theory; belief hierarchies; type spaces; Markov chains

We explore the phenomenon of financial bubbles from a Bayesian game-theoretical perspective. Our primary question is how financial bubbles can be rigorously defined and analyzed using the framework of type spaces and belief hierarchies in games of incomplete information. We examine the interplay of higher-order beliefs and common priors as the driving force behind speculative bubbles.

We employ the mathematical model of type spaces, introduced by Harsányi's seminal paper "Games with incomplete information played by Bayesian players". Harsányi's key postulate was the existence of a common prior, which suggests that agents' beliefs can only differ because of their private information. To model the belief chain, we consider type functions as Markov kernels, as in Dov Samet's "Iterated expectations and common priors". In this framework, the belief chain about the valuation of an asset is the iterated expectations of the players, which is the same as the product of their Markov transition matrices. This approach provides a powerful tool to handle the calculations regarding beliefs about beliefs and most of Samet's results are proven analogously in our research, which assumes the more general case of a countably infinite state space.

Our contributions include three distinct definitions that describe unusual market behavior.

- Illusions are defined as events that are only given positive probability by higher-order beliefs.
- Financial bubbles are random variables valued more highly by higher-order beliefs than by any player's individual (first-order) beliefs.
- Hyperbolic financial bubbles are random variables assigned unbounded values by higher-order beliefs.

We state and prove several results about the connections of these concepts and their relation to common priors. Specifically, Corollary 3.7 shows how illusions can imply the existence of financial bubbles. Conversely, Propositions 3.8 and 3.11 establish the conditions under which financial and hyperbolic financial bubbles respectively imply the existence of illusions. Furthermore, Proposition 3.3 and Theorems 3.5 and 3.12 provide necessary and sufficient conditions for the existence of illusions, financial bubbles, and hyperbolic financial bubbles respectively, based on the properties of the common prior.

In the end, we set up an asset pricing model in this framework and provide an example of a hyperbolic financial bubble emerging from it.

HORVÁTH BENCE TIBOR

bhorvi0807@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Huzsvai László

egyetemi docens, DE GTK

Dr. Czine Péter

adjunktus, DE GTK

AZ INFLÁCIÓ ÉRZÉKELESE ÉS MÉRÉSI MÓDSZEREI

Kulcsszavak: infláció; mérés; torzítás; érzékelés; várakozás

Az elmúlt néhány évtizedben a statisztikai adatokkal kapcsolatban egyre nagyobb figyelmet kap a minőség szerepe. Ez a trend a világjárvány és a jelenlegi instabil gazdasági helyzet hatására még inkább felerősödött. A pandémia okozta lezárások és korlátozások drasztikusan megváltoztatták a háztartások fogyasztási szerkezetét. Az intézkedések okozta változások a statisztikai hivatalok számára lényegesen megnehezítették a minőségi adatgyűjtés menetét, ezzel szemben az emberek számára egyre fontosabb, hogy pontos, egyszerűen értelmezhető és rendszeresen frissülő adatokat közöljenek számukra.

A mai közgazdaságtan egyik legfontosabb makrogazdasági jelensége a fogyasztói árak alakulása. Az árindexek módszertana állandó vita tárgyát képezi, hiszen folyamatosan változnak az igények, a gazdasági háttér, illetve a XXI. század technikai fejlődése, ami során teljesen új termékek jelennek meg.

A dolgozatom első felében bemutatom, hogy a statisztikai hivatalok által használt hivatalos mérési módszereknek milyen korlátai vannak az árak növekedésének pontos mérésében. Kiindulási pontként a Boskin-bizottság 1996-os jelentésében összefoglalt inflációs torzításokat vettem. Megnézem, hogy ezek a torzítási hatások az idő előrehaladtával hogyan változtak, továbbá összegzem, hogy a 21. század technológiai fejlődése és a világgazdasági eseményei milyen további kihívásokat jelentenek az infláció mérésére.

Dolgozatom második felében egy empirikus kutatáson keresztül mérem fel a fogyasztók pénzügyi alapismereteit, inflációs érzékeléseit és az inflációs várakozásait. Kutatásom során célom, hogy megismerjem a fogyasztók inflációs kilátásait, illetve választ akarok kapni arra, hogy milyen egyéb tényezők befolyásolhatják a fogyasztók által érzékelt inflációt és a rövid távú inflációs várakozásokat. A primer kutatásom során a kérdőíves felmérés módszerét választottam. Kérdőívem első részében a válaszadók általános pénzügyi ismereteit mértem fel egy általam kialakított teszt segítségével. Ezután a kitöltőknek az általuk érzékelt inflációról és a rövid távú inflációs várakozásaikról kellett beszámolniuk. A teszt a szociodemográfiai jellemzők felmérésével zárult.

Eredményeim alapján elmondható, hogy szinte az összes demográfiai tényező szignifikáns hatással volt a válaszadók inflációs kilátásaira, míg az általános pénzügyi ismeretek kapcsolata az inflációs becslésekkel kevésbé volt egyértelmű.

IVÁN DÁVID

ivandavid.edu@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 2. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Vonnák Balázs

egyetemi docens, METU ÜKTF

HÉJARÓPTÚ GALAMBLELKŰSÉG? JEGYBANKI DÖNTÉSHOZÓK EGYÉNI MUNKAFORMÁLÓ KARAKTERISZTIKÁJA

Kulcsszavak: monetáris-politika; jegybankelnök; karakterisztika; döntési-preferenciák

Hogyan befolyásolja a jegybankelnök személye a monetáris politikát és azon keresztül a gazdasági folyamatokat. Ennek a kérdésnek a megválaszolásához 140 ország és 1337 jegybankelnök 1970–2022 közötti adatait tartalmazó adataiból összeállított paneladatbázist használtam, fix hatásokkal végzett regresszió számításához. Kutatásom lehetséges választ kerestem, hogyan alakult az infláció, a GDP és a munkanélküliség azokban az években, amelyeket egy adott karakterisztikákkal rendelkező jegybankelnök töltött hivatalban. Ha az infláció magasabb volt és a GDP növekedése is jelentős volt, miközben a munkanélküliség alacsony volt, arra lehet következtetni, hogy a jegybankelnök inkább "galamb" hozzáállást képviselt. Ellenkező esetben, ha az infláció alacsonyabb volt és a GDP növekedése stagnált vagy csökkent, miközben a munkanélküliség magasabb volt, arra lehet következtetni, hogy inkább "héja" hozzáállást képviselt. Karakterisztikák eredményeit tekintve az, hogy közgazdász végzettségű-e a jegybankelnök, valamint, hogy hány éve van hátra hivatali idejéből, közepes szignifikanciaszinten hatást mutatott. A nem közgazdász végzettségű jegybankelnökök és a minél több hivatali idővel rendelkező jegybankárok szignifikánsan szigorúbb monetáris politikát folytatnak, azaz „héjábbnak” bizonyultak. A kezdőbetűnek bizonyos hatása van a jegybankelnökök döntéseire: minél inkább Z felé haladunk, annál inkább lesz a jegybankelnök „galambabb”, különösen a munkanélküliség és a GDP tekintetében. A nem is befolyásolhatja a döntéseket, azaz a nők „héjábbnak” bizonyultak, különösen a munkanélküliség esetében. A fiatalok tapasztalatok, például az infláció és a GDP észlelése, nem mutatott ki szignifikáns hatást a makrogazdasági változókra. A jegybankelnök csillagjegye is esetenként szignifikánsan magyarázó változónak bizonyult. Becslések közül például szignifikánsan magasabb munkanélküliséggel párosítható a „Mérleg” csillagjegy, mint a „Bak”.

KÁRTYÁS SEBESTYÉN

sebestyen.kartyas@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés

Osztatlan, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Badics Milán Csaba

egyetemi tanársegéd, BCE PSZGJI

IDŐBEN VÁLTOZÓ ÖSSZEKAPCSOLTSÁG MÉRÉSE BAYES-I MEGKÖZELÍTÉSSEN

Kulcsszavak: összekapcsoltság; hálózat; sokkok; TVP-VAR; Bayes

Összekapcsoltság és strukturális változások. A 2008-2009-es pénzügyi válság számos tanulsága közül talán ez a kettő a legfontosabb a pénzügyi modellezés szempontjából, és fontosságuk az európai államadósság-válság és a közelmúltban a Covid-19-járvány során ismét bebizonyosodott. Különösen a turbulens, bizonytalan időszakokban a kockázatok tovaterjednek a piacokon és a különböző eszközosztályokon. Ebben a tanulmányban egy olyan keretrendszert javaslok, amely egyszerre foglalja magában a két fogalmat, hogy megbecsülhessük a hálózatban bekövetkező strukturális törések miatti változást a hálózatokban. A pénzügyi kapcsolatok dinamikus jellegének megragadására egy időben változó paraméterű, sztochasztikus volatilitással rendelkező vektorautoregressziós (TVP-VAR-SV) becslési módszert vezetek be a Diebold-Yilmaz-féle spillover keretrendszerbe, amelyet széles körben használnak a piacokon belüli és a különböző szektorok közötti összekapcsoltság mérésére. Három Monte Carlo-szimuláción keresztül két különböző előzetes specifikáció ("patkós" és inverz gamma prior) becslési hatékonyságát is vizsgálom. Először is, a priorok alapvető tulajdonságainak elemzése érdekében egy egyváltozós modellt szimulálok a paraméterekben és a sztochasztikus volatilitási folyamatban is bekövetkező törésekkel. Ezután egy kétváltozós modellt generálok három különböző strukturális törés-rezsimmel, és elemzem a két priorspecifikáció modellilleszkedési tulajdonságait. Végül a Diebold-Yilmaz keretrendszert alkalmazom a generált és az illesztett kétváltozós idősorokra is, ami lehetővé teszi a hálózatbecslés pontosságának értékelését. A fő eredmény, hogy a különböző priorok pontossága ceteris paribus függ a paraméterek varianciaszintjétől, a paraméterek varianciája és a strukturális törések mérete közötti aránytól, valamint a strukturális törések meglététől a rendszerben. Továbbá, a pontossági mintázatok a hálózati becslésben hasonlóak ahhoz az esethez, amikor az alapul szolgáló TVP-VAR-SV modellt becslöm.

KISS LÁSZLÓ MARCELL

kissmarci00@gmail.com

Gazdaság-és pénzügy-matematikai elemzés

Osztatlan, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

*Dr. Szádóczi Zsombor
egyetemi adjunktus, BCE KT*

TELJESÍTMÉNY ALAPON VANNAK-E ELOSZTVA A FIFA VILÁGBAJNOKSÁG KVÓTÁI?

Kulcsszavak: FIFA világbajnokság; páros összehasonlítás; döntéselmélet; kvótaelosztás

Az először 2026-ban megvalósuló, 48 csapatos FIFA futball világbajnokság és a kontinensek közötti megváltozott kvótaelosztás nagy vitát váltott ki a futballtársadalomban, mivel az új rendszerben az UEFA kvótáinak aránya csökkent, míg az ázsiai, afrikai és észak-amerikai kontinensek aránya növekedett. A dolgozatban a kvótaelosztás történelmi kontextusának ismertetése után arra a kérdésre keresem a választ, hogy összhangban van-e az új kvótaelosztás a kontinensek korábbi VB-ken nyújtott teljesítményével. A teljesítmények meghatározásához és rangsorolásához az elmúlt VB-k mérkőzéseinek eredményeiből készült páros összehasonlítás mátrixon alapuló súlyszámítást alkalmazok, amely módszer tudomásom szerint először kerül alkalmazásra a VB kvóta-allokáció irodalmában. A módszertant továbbfejleszttem lineáris korlátozó feltételek és a kontinenseken belüli verseny erősségének figyelembevételével. Az eredmények azt mutatják, hogy a múltbéli teljesítmény alapján Afrika kvótaszáma jól tükrözi a kontinens erősségét, viszont Ázsia nagyjából 1-gyel kevesebb kvótát érdemelne az afrikai kontinensnél. A CONCACAF a leginkább alulreprezentált szövetség, amely az afrikai CAF- nál is némileg magasabb kvótát érdemelne. Az UEFA viszont felülreprezentált a VB résztvevők között, múltbéli teljesítménye 11-14 kvótát diktálna a 16 helyett. A megállapításokat robusztusságvizsgálattal is megerősítem, és ismertetem a módszertan alkalmazásának limitációit.

ISTVÁN JÁNOS SZENTISTVÁNYI

jszentistvanyi@gmail.com

International Economy and Business

MSc, 4. semester

John von Neumann University

Faculty of Economics and Business

Supervisor:

Dr. Gergely Gánics

visiting lecturer, Budapest Metropolitan University, MNB Institute

IDENTIFICATION OF SECTORAL SUPPLY SHOCKS: A LARGE BAYESIAN VAR APPROACH

Keywords: Bayesian econometrics; VAR; sectoral shocks; input-output

This paper employs a large Bayesian vector autoregression framework to identify sectoral supply shocks using US producer price indices at the industry level. In this approach, all sectoral variables are directly included in the model to provide a more systemic view on the interdependence of sectoral and aggregate dynamics. The identification restrictions take the form of ranking restrictions based on input-output tables, which are constructed to treat import contributions as a separate sector. Four sectoral shocks are identified and their impact on various aggregate variables is assessed. The results show that some of the identified sectoral shocks, such as the ones related to Machinery and Computer & electronic products industries, have a significant impact on aggregate industrial production and unemployment, while Import supply shocks have a significant impact on the consumer price index. The results confirm the findings of structural macro models that sectoral fluctuations have aggregate effects by propagation through the production network. The robustness of the results is confirmed by testing different model specifications.

SZÜCS NIKOLETT

szucsnicolett@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Fajt Balázs

egyetemi adjunktus, BGE PSZK

A MAGYAR IDŐSZEMLELET ÉS ANNAK HATÁSA A GAZDASÁGI EGYÜTTMŰKÖDÉSEKRE ÉS A MUNKAFOLYAMATOKRA

Kulcsszavak: gazdaságpszichológia; interkulturális kommunikáció; magyar időszemlélet

A kutatás célja a magyar időszemlélet átfogó vizsgálata, különösen annak a gazdasági együttműködésekre és a munkafolyamatokra gyakorolt hatásának azonosítása. Bár számos nemzetközi tanulmány született más országok időszemléletének feltárására, Magyarország esetében még nem készült olyan empirikus kutatás, amely a magyar társadalom időhöz való viszonyát gazdasági szempontok figyelembevételével vizsgálta volna, így jelen kutatás hiánypótlónak tekinthető. A magyar időnormák megismerése nemcsak a vezetők számára nyújthat hasznos útmutatást a hatékonyabb munkafolyamatok kialakításában, hanem kulcsfontosságú lehet a nemzetközi és szubkulturális együttműködések optimalizálásában is. A tanulmány a kvantitatív kutatási paradigma keretein belül kérdőíves módszerrel (n=1225) tárja fel azokat a tényezőket (pl. életkor, nem, munkahelyen betöltött pozíció), melyek hatással lehetnek az időkezelésre, azon belül is a pontosság és a késés megítélésére. Az eredmények alapján megállapítható, hogy Magyarországon a pontossággal kapcsolatos időnormák egyén- és szituációfüggők, vagyis nincs széles körű konszenzus a késés meghatározását illetően. Mivel a pontosságára vonatkozó időnormák homályosak, azok szándékolatlan megsértése nemcsak interkulturális környezetben, hanem szervezetben belül is konfliktusokat okozhat. Az adatok elemzésének tükrében az is kijelenthető, hogy a magyar gondolkodásmód erősen óráközpontú, vagyis a késés megítélésénél az óra által mutatott idő sokkal fontosabb szerepet játszik, mint a felmerülő körülmények. Ez többek között arra is hatással van, hogy időmenedzsment szempontjából a magyar gazdasági szereplők számára mely kultúrákkal gördülékenyebb az együttműködés.

TORY ESZTER

toryeszter@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 2. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Világi Balázs

egyetemi docens, Magyar Nemzeti Bank

LEHET-E A PÉNZNYOMTATÁS A JÓLÉT KULCSA? A MONETÁRIS FINANSZÍROZÁS TÁRSADALMI JÓLÉTI HATÁSAINAK ELEMZÉSE

Kulcsszavak: monetáris finanszírozás; helikopterpén; társadalmi jólét

Cespedes és szerzőtársai hívták fel 2020-as cikkükben a figyelmet arra, hogy a megszorító költségvetési politikának, vagy egy nem a kívánt hatást elérő monetáris politikának milyen jóléti majd végső soron pedig egy recessziós spirálba torkolló következményei lehetnek. A hitelezés fenntartása válsághelyzetben, a jólét és a fogyasztás elősegítése rengeteg hosszútávú gazdasági előnnyel és a válság során a gazdasági visszaesés megelőzésével járhat.

A monetáris finanszírozás az a nemkonvencionális monetáris politikai eszköz, amely ezt tudja biztosítani. Emellett pedig hosszútávon is előnyösebb, mint a legtöbb nemkonvencionális eszköz, hiszen később sem jár társadalmi költségekkel az adósságfinanszírozásból adódóan, ami a mennyiségi lazításból következik. Az infláció a legféltebb hozadéka az eszköznek, amely miatt sok országban tiltják. Azonban az árrugalmasság paraméterét figyelve, csak nagyon ragadós áraknál van extrém hatása a pénznyomtatásnak, rugalmas árak esetén eltölpül. A jegybanki függetlenség egy másik vitatott veszély, azonban a legtöbb tanulmány arra hivatkozik, hogy válsághelyzetben egy minél szorosabb fiskális és monetáris együttműködés tudja a legjobban stabilizálni a helyzetet.

A modell felépítése során, háztartásokat, kormányzatot és termelést vizsgáltunk ragadós árakkal, kétperiódusos időtávban. Az eredmények azt mutatták, hogy létezik egy olyan árrugalmasság határérték, melynél a paraméterek függvényében a monetáris finanszírozás hasznossága megelőzi az inflációs célkövetés társadalmi hasznosságának értékét. Bár ragadós áraknál az inflációs és az egyensúlyi kibocsátás nem optimális szintjétől a társadalmi költségek magasak, rugalmas áraknál ezek mérséklődnek és az eszköz hasznossága pedig megelőzi az inflációs célkövető rezsimét.

A monetáris finanszírozás tehát nem ördögtől való, és válsághelyzetben különös stabilizáló erővel bír. A tanulmányok is kiemelik, hogy nagyon fontos az eszköz nem tabutémaként való kezelése, megfelelő szabályozása és bizonyos esetekben az alkalmazása.

Marketing – AI a marketingben

Elnök:	Dr. Simay Attila Endre	KRE
Társelnök:	Dr. habil. Soós Mihály	DE
Tag:	Dr. Mitev Ariel Zoltán	BCE
Tag:	Dr. Papp Vanda	BGE
Tag:	Sasné Dr. Grósz Annamária	PE
Titkár:	Somosi Zoltán	ME

FARKAS KIRA ZOÉ

farkaskira.99@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 1. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Dr. Hegedűs Szilárd

főiskolai docens, BGE PSZK

Dr. Németh Szilárd

egyetemi docens, BGE PSZK

A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA HATÁSAI A MARKETINGBEN ÉS HR-BEN

Kulcsszavak: HR; marketing; mesterséges intelligencia; MI; chatgpt

A mesterséges intelligencia 2022-ben robbant be nagyon a köztudatban, ekkor kezdett el nagyon sok embert foglalkoztatni a téma. A téma elterjedésének köszönhetően velem is szembe jött számos platformon, ezért elkezdtem felkutatni használati példákat és márkákat. Rövid időn belül körvonalazódott bennem, hogy a marketing és HR területen már nagyon sok esetben használják ezt az újszerű technológiát. Egészen annyira elterjedt a világban, hogy az egyik legnagyobb globális márkák (Coca Cola, Hell) is alkalmazták az MI-t arra, hogy dizájnoljon egy teljes új ízű terméket (íz és csomagolás).

Fontosnak tartottam a téma mélyebb megismerését, hiszen úgy gondolom, hogy a jövőben egyre elterjedtebb lesz a technológia és ezért meg kell ismerni.

A dolgozatom fő célja, hogy felderítsem a hazai marketing szakemberek és nem szakemberek véleményét és elvárásait a mesterséges intelligenciával szemben, különös tekintettel a marketing és HR területekre koncentrálva.

A dolgozatom első része magát a mesterséges intelligenciát és generatív MI-t vizsgálja empirikus és elméleti megközelítésekben, különös tekintettel az alkalmazási területekre. Ezt követően a fő fókuszba helyeztem a gépi tanulást megvizsgálását. A szakirodalmak során mélyebben megvizsgáltam a mesterséges intelligencia témáját, ami egy jó ugródeszka volt a primer kutatásom felépítéséhez és a kutatási kérdéseim megfogalmazásához.

A dolgozatom során a primer kutatás eredményeit az alábbi módon fogom bemutatni: kezdetben a kvantitatív eredményeimre fogom a hangsúlyt fektetni, ahol (Google Forms) online kérdőíves kutatást végeztem, mind a szakértőkre mind nem szakértőkre annak érdekében, hogy átfogóbb képet kapjak a témában.

A következő lépésben a netnográfia során szerzett eredményeim részleteit fogom ismertetni, amelyek a kvalitatív kutatásom részei. Továbbá pedig a 3 szakértővel készített interjú eredményeit fogom ismertetni. Végezetül pedig bemutatom további netnográfia eredményeimet, ahol a ChatGPT és embereket hasonlítottam össze különböző feladatok során.

A dolgozatom lezárásaként pedig kérdéseket fogok felvetni a következő kutatásokhoz, amelyekkel véleményem szerint lehet a témában tovább haladni.

FÉSÜ FANNI

fesu.fanni@gmail.com

Marketing

MSc, 3. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. habil. Lányi Beatrix
egyetemi docens, PTE KTK*

A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA HATÁSA A SZÉPSÉGIPARRA A L'ORÉAL PÉLDÁJÁN BEMUTATVA

Kulcsszavak: mesterséges intelligencia; szépségipar

A dolgozatom központi témája a mesterséges intelligencia és annak hatása a szépségiparban, melyben arra kerestem a választ, hogy az újabb technológiai megoldások milyen pozitív, illetve negatív hatással van a szépségápolás világára. A technológiai haladás megjelenése számos újítást idézett elő, a termékek megalkotásánál egyre fontosabbá vált a személyre szabhatóság. Megvizsgáltam a TAM modelleket is annak érdekében, hogy megértem a fogyasztók viselkedésének mögöttes tartamát, illetve azt, hogy mitől függ egy-egy technológia elfogadása vagy elutasítása fogyasztói részről. A TAM modell az attitűd és a használati szándék kapcsolatát vizsgálta, azt ábrázolja, hogy a fogyasztók milyen tényezők alapján döntenek az egyes újabb technológiák használatáról. Alapelve, hogy az adott technológia használatát az egyének saját tapasztalataik alapján értékelik. Számos szépségipari vállalat foglalkozik a legújabb technológiák megalkotásával, használatával, de a piacnak az egyik legkiemelkedőbb szereplője a L'Oréal, aki ma a világ egyik legnagyobb szépségipari vállalata, mely a technológiai újításival garantálja piacvezető helyét. Kutatási feltevésként két állítást fogalmaztam meg, az első kutatási feltevés, hogy a L'Oréal márkát leginkább a fiatal felnőttek (18-26 éves korosztály) vásárolják. Második kutatási feltevés, hogy a sminkelés gyakorisága összefüggésben van a mesterséges intelligenciára való nyitottsággal, tehát aki gyakrabban használ sminkterméket, ő nyitottabb az újabb technológia által javasolt termékek használatára. Primer kutatásomban a kutatási felvéseimre kerestem a választ, kérdőíves megkérdezést végeztem online térben, a közösségi média felületén. A primer kutatás elemzése után arra a következtetésre jutottam, hogy a legtöbb kitöltő még bizonytalan az új technológiával kapcsolatban, így csak talán vásárolnának olyan terméket, amelyet a mesterséges intelligencia ajánlott nekik. A bizonytalanság az új technológiával kapcsolatban visszatérő motívum volt a kutatás során. A mesterséges intelligencia egyértelmű pozitív vagy negatív hatását sem tudták kiemelni a fogyasztók, de úgy gondolják, hogy a jövőt ez a technológiai megoldás jelenti majd. A kutatási felvéseim közül az elsőt tehát igazolni tudtam, hiszen a L'Oréal márkát vásárlók közé leginkább a fiatal felnőtt, 18-26 éves korosztály tartozik. A másik kutatási felvésemet, miszerint aki gyakrabban sminkeli magát, ő nyitottabb az új technológia által javasolt termékek elfogadására, elvettem.

FINTA KRISZTINA ERZSÉBET

finta.kriszta00@gmail.com

Marketing mesterszak

MSc, 4. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:

Dr. Szeberényi András

egyetemi docens, METU ÜKTF

MESTERSÉGES INTELLIGENCIA A DIGITÁLIS MARKETINGMÉRÉSBEN

Kulcsszavak: mesterséges intelligencia; digitális marketing; online marketing; webanalitika; adatvédelem

Korunk legmeghatározóbb technikai vívmánya a mesterséges intelligencia, melynek népszerűsége egyre növekszik a szélesebb közönség körében is. Az internet felhasználói könnyedén hozzáférhetnek az ingyenesen elérhető, MI-támogatott kép- és szöveggeneráló, valamint manipuláló alkalmazásokhoz, így megváltoznak az általuk létrehozott tartalmak is. A mesterséges intelligencia végtelen lehetőséget nyújt, teret ad a kreativitásnak, ebből adódóan a marketing célú, sőt, a webanalitika speciális területén való felhasználása is kecsegtető, azonban számos jogi és etikai problémát is felvet.

A mesterséges intelligencia és a digitális webanalitika kapcsolatának vizsgálata során összegyűjtöttem azokat az eszközöket és felhasználási módokat, amelyek a mesterséges intelligencia támogatásával megkönnyítik az online marketingmérés munkafolyamatát. Kutatásaim alkalmával marketing-relációjú kitöltők kérdőíves megkérdezésének eredményeit egészítettem ki digitális marketing analitikai szakértők interjúban tett észrevételeivel, így módon vizsgálva az MI és a mérések kapcsolatára vonatkozó jelenlegi és jövőbeli attitűdöket, trendeket és információkat.

Eredményeimből jól kivehető, hogy a mesterséges intelligencia ilyen célú használata még kezdetleges, de a big data, a GDPR és a DMA (digitális piacok szabályozásáról szóló Európai Uniói törvény) korában nagy a potenciál a webanalitika mesterséges intelligenciával történő támogatásában. A modellezés, a mintázatok felfedése, a marketingstratégia optimalizálása, valamint az adattudományon alapuló predikció olyan feladatok, amelyek a jövőben nem fognak gondot okozni a szakembereknek; a mesterséges intelligencia egy magasabb szintre emelheti a vállalkozások működését.

HÁMORI VIKTÓRIA*hamori.viktoria@gmail.com*

Turizmus-menedzsment

MA, 2. félév

Kodolányi János Egyetem

*Témavezető:
Károlyi Henriett
oktató, KJE*

MESTERSÉGES INTELLIGENCIA A TURIZMUSBAN SZOLGÁLTATÓI ÉS FOGYASZTÓI ÉSZLELÉSEK ALAPJÁN: SZOLGÁLTATÁSOK ÚJ SZINTJE VAGY AGGÁLYOK MELEGÁGYA?

Kulcsszavak: ESG fenntartható turizmus; adatvezérelt döntéshozatal; technológiai innováció; prediktív analitika; digitális transzformáció

OTDK dolgozatom fő kutatási témája a mesterséges intelligencia (MI) turisztikai szolgáltatói szektorban való alkalmazását vizsgálja, egyidejűleg pedig feltérképezi a fogyasztók véleményét, elvárásait és aggályait az MI turizmusban betöltött szerepével kapcsolatban. A tanulmányom célja, hogy a szakemberek tapasztalatait és véleményeit megismerjem az MI hozzájárulásáról a szolgáltatások hatékonyságának és minőségének javítása, valamint a fogyasztói igények feltérképezése érdekében. Kutatásom relevanciája abból fakad, hogy a turizmus szektorban egyre inkább megjelenik a digitalizáció és az online jelenlét szükségessége, amelyek a versenyképesség alapvető feltételei. A téma aktualitása abból fakad, hogy hazánk Mesterséges Intelligencia Stratégiája adatai szerint 2020-2030-ig terjedő időszakban 4.134 millió aktív munkavállalóból 900.000 elveszíti az állását az MI terjedése miatt. Vajon milyen mértékben érintheti a turisztikai szektort? Kétségtelenül állítható, hogy az MI szerepe napjainkban kiemelkedően fontos. A kutatás tárgyának vizsgálatához számos szakirodalmi forrást használtam fel. A szekunder irodalom feldolgozása mellett, primer módszereket is alkalmaztam kérdőívek és mélyinterjúk formájában. A kvantitatív kutatás megvalósításához főképp utazásszervezők és -közvetítők, idegenvezetők és szállásadók járultak hozzá, míg a kvalitatív kutatásban turisztikai szakértők, cégvezetők, kutatók és oktatók vettek részt. A jelen tanulmány arra a fő kérdés megválaszolására szenteli sorait, hogy az MI milyen módon járul hozzá a turisztikai szolgáltatások optimalizálásában. Kutatásomból kiderült, hogy ügyfélkezelés, értékesítés, marketing, piac kutatás, termékfejlesztés és projekt menedzsment területeken is alkalmazzák a MI megoldásokat. Továbbá segítenek a szöveges és grafikus tartalomgyártásban, kivonatok és összesítők készítésében, fordításban és nyelvtani javításokban, adatelemzésben, belső és külső tudásbázis építésben. Az eredmények azt mutatják, hogy kiemelkedő szereppel bír az innováció, elengedhetetlen az MI mielőbbi bevezetése és alkalmazása, valamint szükségszerű az adaptáció, mint alapvető elem az újonnan megjelenő munkaköri feladatok ellátásában. Kutatásom alátámasztotta a személyes emberi interakciók jelentőségét, mint a személyre szabás egyik megjelenési formája. Az MI technológiák révén a turisztikai szolgáltatók lehetőséget kaphatnak arra, hogy még versenyképesebbek legyenek ebben a gyorsan digitalizálódó globális piaci világban.

HORVÁTH KATA*horvath.kata06@gmail.com*

Marketing

MSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Molnár László**egyetemi docens, ME GTK*

MESTERSÉGES INTELLIGENCIÁVAL KAPCSOLATOS ATTITÜDÖK ÉS FOGYASZTÓI SZEGMENSEK VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGON: A GENERAL ATTITUDES TOWARDS AI SCALE ALKALMAZHATÓSÁGÁNAK EMPIRIKUS TESZTELÉSE

Kulcsszavak: mesterséges intelligencia; attitűd; szegmentáció; GAAIS

A mesterséges intelligencia (MI) technológiák terjedése új lehetőségeket és kihívásokat teremt a társadalomban, különösen a fogyasztói szokások és attitűdök területén. A kutatás célja a General Attitudes Towards AI Scale (GAAIS) alkalmazhatóságának empirikus tesztelése volt a magyar lakosság körében, valamint a fogyasztói attitűdök alapján történő szegmentáció és az azonosított csoportok részletes profilozása is kiemelt kutatási perspektívát jelentett.

Az eredmények alapján három eltérő attitűd-szegmenst azonosítottam. A Pozitív szegmens tagjai jellemzően fiatalabbak, magasabb iskolai végzettségűek, és haladó technológiai kompetenciával rendelkeznek. Értékkrendjükben az Önmeghaladás és a Nyitottság a változásra dimenziók dominálnak, ami az altruizmus és az innováció iránti nyitottságot tükrözi. Személyiségüket a Nyitottság, Extraverzió és Lelkiismeretesség határozza meg, ami az MI előnyeinek könnyebb elfogadását eredményezi.

Az Ambivalens szegmens kiegyensúlyozott értékkrendet mutat. A Konzerváció dimenziókban átlag feletti eredmények jellemzik őket, miközben mérsékelt nyitottságot tanúsítanak az új technológiák iránt. Tagjai jellemzően középkorúak, középfokú végzettségűek, és technológiai tudásuk középhaladó szinten van. Érdeklődésük az MI gazdasági és társadalmi előnyei iránt keveredik az adatbiztonsági és etikai aggályokkal.

A Negatív szegmens tagjai idősebbek, alacsonyabb iskolai végzettségűek, és kezdő szintű technológiai ismeretekkel rendelkeznek. Az autonómia, adatbiztonság és kontrollvesztés miatti félelmek központi szerepet játszanak attitűdjeik alakításában. Értékkrendjükben az Önérvényesítés és a Konzerváció dominál, míg személyiségükben az Érzelmi instabilitás és az alacsony Nyitottság az uralkodó.

A kutatás rámutatott, hogy a szegmensek közötti eltérések a demográfia, az értékkrend és személyiségjegyek mentén világosan kirajzolódnak. Az eredmények további elemzések és célzott stratégiák alapját képezhetik, s hozzájárulhatnak az AI-attitűdöket illető akadémiai diskurzus színesítéséhez.

KREISZ VIVIEN LAURA

kreisz.vivien.laura@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Kasza Lajos

mesteroktató, BGE KVIK Kereskedelmi Tanszék

AI HATÁSA AZ FMCG KISKERESKEDELEMRE ÉS ANNAK FOGYASZTÓIRA

Kulcsszavak: mesterséges intelligencia; gyorsan forgó fogyasztási cikkek; kiskereskedelem; vásárlói élmény

A TDK dolgozatomban a mesterséges intelligencia (Artificial intelligence, AI) a gyorsan forgó fogyasztási cikkek (Fast-Moving Consumer Goods, FMCG) kiskereskedelmi szektorra gyakorolt hatását vizsgáltam, fogyasztói és kereskedelmi perspektívából.

A kutatás célja az volt, hogy feltárjam, milyen mértékben járul hozzá az AI alkalmazása az üzleti hatékonyság növeléséhez, a vásárlói élmény személyre szabásához és javításához, valamint, hogy megvizsgáljam, milyen új kihívásokkal kell szembenézniük a kereskedőknek a technológia bevezetése és alkalmazása során.

Kutatásomban vegyes módszertant alkalmaztam, primer és szekunder adatgyűjtéssel. A primer kutatás során 120 fő válaszolt a kérdőívemre, amely az AI technológiákkal kapcsolatos attitűdöket, nyitottságot és bizalmatlanságot vizsgálta. Statisztikai elemzéseket (ANOVA, regresszió, korreláció) használtam az összefüggések feltárására. A kereskedelmi oldalt esettanulmányok és egy részletes interjú támogatta, melyet a Székesfehérvári Interspar áruházvezetőjével folytattam.

A dolgozatomban mindkét oldalról (fogyasztói és kereskedelmi) két-két fő hipotézist fogalmaztam meg, amelyekre az alábbi összegző eredményt kaptam: Az AI technológiák alkalmazása jelentős előnyökkel jár az üzleti hatékonyság és a vásárlói élmény javításában, különösen a készletgazdálkodás és a logisztikai folyamatok optimalizálása terén. A fiatalabb generációk nyitottabbak az AI alkalmazására, míg az idősebbek jellemzően nagyobb bizalmatlansággal viszonyulnak hozzá. Bár az AI bevezetése üzleti előnyöket hozott, a rendszerbevezetés kihívásokkal járt, mivel Magyarország még le van maradva ezen technológia tényleges bevezetésével.

Összegzésként megállapítható, hogy az AI alkalmazása az FMCG kiskereskedelmi szektorban mélyreható változásokat eredményezett mind az üzleti hatékonyság, mind a fogyasztói élmény terén. A kutatásom hozzájárult a téma mélyebb megértéséhez, és rávilágított a jövőbeni kutatási lehetőségekre, különösen a technológiai integráció és a fogyasztói viselkedés változásainak elemzése terén.

NAGY PÉTER*n.p.nagypeter2002@gmail.com*

Informatikus Könyvtáros

BA, 5. félév

Eszterházy Károly Katolikus Egyetem

Informatikai Kar

Témavezető:
Dr. Nagy Róbert
adjunktus, EKKE IK

MI-ALAPÚ LEHETŐSÉGEK AZ E-KERESKEDELEMBEN

Kulcsszavak: mesterséges intelligencia; e-kereskedelem; esettanulmány; API; Python

A mesterséges intelligencia (MI) az informatika területéről kilépve számos gazdasági és társadalmi folyamatot katalizál (Ofosu-Ampong, 2024): a gazdasági ágazatok közül az egyik legnagyobb mértékben a kereskedelmet érinti: működteti annak dinamikusan fejlődő alrendszerét, az e-kereskedelmet és a fogyasztói magatartás befolyásolásán keresztül erőteljes hatást gyakorol a piaci kereslet alakulására is (WEF, 2023).

A kutatás elsődleges célkitűzése, hogy az esettanulmány módszertani keretébe ágyazva létrehozzon olyan MI-alapon működő modelleket, amelyek egyrésztől hatékonyabbá tehetik az e-kereskedelmi vállalatok ügyfélkezelési és vásárlástámogató funkcióit, másrésztől csökkenthetik az információs túlterhelésből fakadó vásárlói döntési bizonytalanságot, növelheti a felhasználói élményt a vevői igények felmérésével, az információk közötti szelekciók elvégzésével, a termék kiválasztásához szükséges döntést támogató megoldásokkal. Az értékesítés volumenében jelentkező változásra vonatkozó beválasztásvizsgálat egy következő kutatás alapját fogja képezni.

Az esettanulmány módszer alkalmazását indokolja, hogy a megalapozó elmélet még kezdeti, formálódó stádiumban van valamint a vizsgált probléma gyakorlati jellegű, ahol meghatározó a kutató tapasztalata és az alkalmazás kontextusa.

A létrehozott modellek pilot-verziója konkrét webhelyen elhelyezett szöveg tartalmában képes parancsok alapján keresést folytatni, valamint azt saját tudásbázisából kiegészíteni. A program elsősorban az eladókat segítheti, a vevői kérések priorizáltan pontos, emellett gyors és hiteles megválaszolásában; az időmegtakarítás és a hitelesség, mint bizalomteremtő erő segítségével a kínálati oldal eladási hatékonysága nőhet.

A termékkereső chatbot asszisztencia nélkül is képes a vevőket vásárlásaikban támogatni. A program tárolja és felhasználja a keresési előzmények során rögzített információkat, amelyekből adatbázis építésére alkalmas állományokat készít. Kérdés-válasz alapú, antropomorfizált vásárlási élményt biztosít, reprodukálva az interperszonális kommunikációs helyzeteket, hozzájárulva a vásárlói élmény fokozásához, az információs túlterhelésből adódó frusztráció csökkentéséhez.

Az interaktív chatbot számára mind a forrásokat, mind a kinyerni kívánt információk körét magunk határozhatjuk meg. Ez a megoldás mind az eladót, mind a vevőt támogathatja az egyes termékekhez kapcsolódó terjedelmes mennyiségű információk lényegkiemelésével.

PÁL BERTOLD

pbc2000@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BA, 5. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Iványi Tamás

egyetemi adjunktus, BME GTK

A GÉPI TANULÁS LEHETŐSÉGEINEK VIZSGÁLATA A FOGYASZTÓI PREFERENCIÁK ÉS DÖNTÉSEK FÜGGVÉNYÉBEN

Kulcsszavak: marketing; adatelemzés; mesterséges intelligencia

A tanulmány célja, hogy bemutassa, hogyan használhatnak a kis- és középvállalkozások (KKV-k) programozási ismeretek nélkül mesterséges intelligencia (MI) eszközöket és gépi tanulási algoritmusokat marketingtevékenységeik fejlesztésére, különös tekintettel a szegmentációra és a targetálásra. A dolgozat első részében irodalmi áttekintés nyújt átfogó képet az MI és gépi tanulás marketingbeli alkalmazásáról. A második részben egy társasjáték-vásárlásra és társasjáték-kávézók látogatására vonatkozó esettanulmány kerül bemutatásra, amely primer kutatáson alapul, és egy valós szegmentálási, valamint targetálási helyzetet szimulál.

A kutatás során hagyományos marketingkutatási módszerekkel, kérdőíves megkérdezéssel történt az adatgyűjtés, két mintán: egyetemi hallgatók körében, illetve társasjátékozással foglalkozó online csoportok tagjai között. Az adatokat modern adatfeldolgozó szoftverekkel és gépi tanulási algoritmusokkal elemeztem, különböző modelleket (pl. logisztikus regresszió és véletlen erdő) alkalmaztam a releváns változók azonosítására és optimalizálására. Az eredmények rámutattak a két minta közötti jelentős eltérésekre, mind a predikció hatékonysága, mind a legfontosabb változók összetétele terén. Ez hangsúlyozza, hogy a mintavételi keret helyes megválasztása kulcsfontosságú a KKV-k számára.

Az esettanulmány gyakorlati haszna abban rejlik, hogy példát mutat arra, miként alkalmazhatók MI-algoritmusok a KKV-k számára is hozzáférhető adatok feldolgozásában, növelve a marketinghatékonyt. A bemutatott módszerek jól adaptálhatók más iparágakban és különböző mintákon is.

A kutatás limitációi közé tartozik az adatgyűjtés korlátozott módszertani kerete, az egyetlen iparágra való fókuszálás, valamint a minták és változók mérete, amelyek szűkítik az eredmények általánosíthatóságát. Ennek ellenére a dolgozatban ismertetett módszerek alapelvei széles körben alkalmazhatók, különösen olyan KKV-knál, amelyek törekednek a modern MI-megoldások bevezetésére.

TOLNAY DORKA MÍRA

dorka.tolnay@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás alapszak

BA, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kelemen-Erdős Anikó
egyetemi docens, BME GTK

A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA ÉS A DIGITÁLIS MARKETINGESZKÖZÖK HATÁSA A VÁSÁRLÓI MAGATARTÁSRA ÉS ÉLMÉNYRE A KOZMETIKAI TERMÉKEK ONLINE PIACÁN

Kulcsszavak: MI-alapú marketingeszközök; digitális marketing; fogyasztói élmény; személyre szabott marketing; kozmetikai ipar

A mesterséges intelligencia (MI) alapú marketingeszközök egyre nagyobb szerepet kapnak a kozmetikai iparban, mivel a fogyasztói élményt és vásárlási döntéseket is jelentős mértékben képesek befolyásolni. A vásárlók egyre inkább a személyre szabott ajánlatokat és élményeket preferálják, miközben a digitális környezet és az innováció hatványozzák a versenyt a vállalatok között.

A dolgozat célja a kozmetikai iparban használt digitális és MI támogatású marketingeszközök bemutatása és hatékonyságuk vizsgálata, különös tekintettel a fogyasztói magatartás, élmény és elégedettség befolyásolásában betöltött szerepükre. Arra keresem a választ, hogyan érdemes alkalmazni, mérni és kiértékelni a hatékonyságukat, valamint hogyan befolyásolják a vásárlási folyamatot és a vásárlás élményét, milyen mértékben motiválják vásárlásra a célcsoportot.

A kutatás három pillérre épül: az irodalomkutatás során feltárom az online marketing eszközök és a fogyasztói magatartás elméleti háttérét, míg a fókuszcsoportos interjúk és a kérdőíves megkérdezés az MI-alapú eszközök gyakorlati alkalmazhatóságát és fogyasztói megítélését vizsgálják.

A kutatás eredménye alapján megállapítható, hogy a személyre szabott marketingnek kiemelt szerepe van a fogyasztói élmény és az elégedettség növelésében, mivel egyszerűbbé teszi a vásárlási folyamatot, általa szorosabb kapcsolat alakulhat ki a márkák és vásárlók között, ami pedig a vásárlói lojalitás mértékét növelheti. A kozmetikai vállalatoknak érdemes kiemelt figyelmet fordítaniuk a fogyasztói élmény minőségére és fokozására, a pozitív érzelmek kiváltására a vásárlókban, hiszen ezáltal erősödik a márkahűség és növekszik a vásárlói elégedettség. Mindezek jelentős mértékben formálják a kozmetikai ipar jelenét és jövőjét egyaránt.

VOLFORD ANITA

anita.volford@stud.uni-corvinus.hu

Marketing

MSc, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:**Dr. Csordás Tamás Viktor
egyetemi adjunktus, BCE*

**FMCG AI MÓDRA – FOGYASZTÓI REAKCIÓK A MESTERSÉGES
INTELLIGENCIÁVAL KÉSZÍTETT GYORSAN FORGÓ FOGYASZTÁSI CIKKEKRE***Kulcsszavak: marketing; innováció; fogyasztói percepció; új technológia megítélése; termékfejlesztés*

A közelmúltban egyre több mesterséges intelligencia (AI) bevonásával készült FMCG termék jelent meg mind a magyar, mind a nemzetközi piacon. A vállalati gyakorlat azonban még nem kiforrott az AI technológia termékfejlesztésbe való implementálására. A dolgozatomban a magyar fogyasztók AI-val készült termékekre adott reakcióit vizsgálom. Ennek megértéséhez feltárom, hogy milyen szempontok játszanak szerepet ezen termékek megítélésében. Továbbá, hogy milyen tényezők befolyásolják a termék kipróbálását. Végezetül a termék megítélését hogyan befolyásolja az innovációkkal, illetve a mesterséges intelligenciával készített termékekkel (MIKT) szembeni nyitottság? A kutatási kérdések megválaszolásához fókuszcsoportos módszertant választottam. A kutatás részét képezte a magyar piacon jelenleg elérhető két AI termék tesztje is (energiaital és dezodor). Az alanyok kiválasztása önkényes módon történt, fiatalokat vontam be (20-28 éves korosztályt) vegyesen nőket és férfiakat. A csoportokat a fogyasztók innovációkhoz, valamint az MIKT-hoz való hozzáállása alapján alkottam meg, öt fókuszcsoportos beszélgetést szerveztem, összesen 30 fő bevonásával. A megkérdezettek eltérő reakciókkal bírtak ezen termékekre. Az alanyok szkeptikusak voltak az AI bevonásával szemben, mivel bizonytalanok voltak abban, hogy a technológia hogyan képes emberi érzékszervekre épülő termékek fejlesztésében részt venni. Továbbá a megkérdezettek percepciójára nagy befolyással voltak az egyén korábbi tapasztalatai és az AI-hoz kötődő elvárásai. Az alanyok AI-val kapcsolatos asszociációik köszöntek vissza a vizsgált termékek értékelésekor. Egyedit vártak az AI tervezéstől, azonban közben tisztában voltak vele, hogy az AI csak a tömegigények kielégítésére képes. Ez egyfajta ellentmondáshoz vezetett a megkérdezettek esetében, mely a vizsgált termékek megítélésére jelentős hatással bírt. A kíváncsiság nagy szerepet játszott a kipróbálásban, azonban a termékekkel kapcsolatos észlelt személyes és információs kockázat a kipróbálási szándékot csökkentette a megkérdezettek körében. A relatív előny felismerésének hiánya is a termékek elutasításához vezetett. A vizsgált termékek megítélésében nagy szerepet kapott az, hogy az AI-t mennyire vonták be a termékfejlesztésbe. Azonban az innovációval és az MIKT-val kapcsolatos attitűd nem bizonyult meghatározónak. A kutatás konklúziói az FMCG gyártók számára tanulságosak lehetnek, melyek felhasználásával az AI-val készített termékek népszerűségét növelhetik.

Marketing – Digitális marketing

Elnök:	Dr. Lengyel Péter	DE
Társelnök:	Dr. Csordás Tamás Viktor	BCE
Tag:	Dr. Eisingerné Dr. Balassa Boglárka	SZE
Tag:	Dr. Nagy Ákos	PTE
Titkár:	Dr. Papp Adrienn	ME

ALFÖLDI MARCELL PÉTER

alfold.marci2000@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BA, 5. félév

Eszterházy Károly Katolikus Egyetem

Informatikai Kar

Témavezető:

Dr. Király Sándor

egyetemi docens, EKE IK

AZ ONLINE MARKETING SZEREPE A SPORTBAN (FORMULA 1-BEN)

Kulcsszavak: online marketing; Formula 1; közösségi média

Az online marketing egyre nagyobb szerepet kap a sportok életében. Kutatódolgozatomban választ keresek arra a kérdésre, hogy milyen gazdasági hatásai lehetnek az online marketingnek a Formula 1-ben. Ahhoz, hogy megválaszoljam a kérdést, statisztikai forrásokat elemeztem mely során levonhattam olyan következtetéseket melyek alátámasztották állításomat. Az online marketing módszerek közül a közösségi média kiemelt fontosságú. A dolgozatomban kvantitatív kutatási módszert alkalmaztam mely során data collection tool-ok segítségével megszerzett adatokat vizualizáltam Microsoft Office Power Bi segítségével. A kutatásom eredményeképpen láthatóvá vált az egyértelmű összefüggés az online marketing és a bevételek közötti kapcsolat.

BÁCS BALÁZS*bacsrbalazs@uni.sapientia.ro*

Marketing

BSc, 4. félév

Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem

Csíkszeredai Kar

KELEMEN MELÁNIA-EMŐKE

Marketing

BSc, 5. félév

Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem

Csíkszeredai Kar

*Témavezető:**Dr. Kádár Beáta**egyetemi adjunktus, RO EMTE CSK*

HALLGATÓK STREAMING PLATFORMOK HASZNÁLATI SZOKÁSAI ÉS EGYETEMI HOZZÁÁLLÁSUK KÖZÖTTI ÖSSZEFÜGGÉSEK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: fogyasztói magatartás; streaming platformok; egyetemi hozzáállás

A fogyasztói magatartás kutatásában egyre nagyobb figyelmet kapnak a digitális platformok, különösen a streaming szolgáltatások, mint a Netflix, HBO, és Disney+. Ennek kapcsán kutatást végeztünk a Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem Csíkszeredai Karának hallgatói körében, hogy feltárjuk a streaming platformok használati szokásait és ezek kapcsolatát a hallgatók szabadidős tevékenységeivel, valamint tanulmányi eredményeikkel. Az SVOD (Subscription Video on Demand) szolgáltatókhoz fűződő „likvid” magatartás, valamint jelenségek, mint a „binge-watching” és a „Netflix and chill”, kiemelt szerepet kaptak a kutatásban.

A kutatás célja az volt, hogy megvizsgáljuk, hogyan befolyásolják a streaming platformok az egyetemisták szabadidő-gazdálkodását és tanulmányi teljesítményét. Elemeztük a platformok használati gyakoriságát, a nézett tartalmak típusát, valamint az ezekhez kapcsolódó időráfordítást. Ezen túlmenően a tanulmány arra is kitért, hogy a streaming tartalmak fogyasztása milyen módon hat az időmenedzsmentre, és milyen szerepet játszik az egyetemi eredmények alakulásában.

A kutatás adatgyűjtése kérdőívek segítségével történt, amelyeket több mint száz hallgató töltött ki. Az eredmények azt mutatták, hogy a streaming platformok használata szorosan összefügg a hallgatók szabadidős preferenciáival. A nők körében gyakoribb a romantikus tartalmak iránti érdeklődés, míg a férfiak az akciófilmeket és -sorozatokat részesítik előnyben. A „binge-watching” szokás elterjedt, különösen vizsgaidőszakban, ami negatívan befolyásolhatja a tanulmányi teljesítményt.

A kutatás eredményei hasznosak lehetnek a hallgatói célcsoport szokásainak megértésében, valamint olyan marketingstratégiák kialakításában, amelyek hatékonyabban szólítják meg ezt a korosztályt. A vizsgálat rávilágított arra is, hogy a streaming platformok használata egyensúlyozható, ha a hallgatók hatékony időgazdálkodási stratégiákat alkalmaznak.

BANA DORKA PATRÍCIA

bdor123.bdor123@gmail.com

kereskedelem és marketing

BA, 2. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Juhász Tímea
egyetemi docens, BGE KKK

A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁBAN TARTALOMGYÁRTÓKON KERESZTÜL MEGJELENŐ ESZTÉTIKAI KEZELÉSEK HATÁSA A 18-25 ÉVES MAGYAR NŐKRE NÉZVE

Kulcsszavak: digitalizáció; marketing; szépségipar, hirdetések; társadalom

2024-ben a közösségi média mindennapi használata és a tartalomgyártók hatása a döntési- fogyasztási szokásainkban tagadhatatlan. Az influenszerekben rejlő marketingkommunikációs eszközt a feltörekvésükkel a különböző vállalatok felismerték és aktívan használják az együttműködések adta lehetőségeket. A szépségiparban is, amely magában foglalja az arc nem műtéti útján megváltoztatására irányuló kozmetikai kezelésekkel foglalkozó klinikákat és orvosokat is megjelent az influencers marketing tevékenysége; reklámozni kezdték szolgáltatásaikat a közösségi médiában.

E két jelenség következtében vizsgálom azt a kérdést, hogy ennek a kibontakozó folyamatnak milyen hatása van a fiatal nőket tekintve. Kutatásom három fő alterülete, célja az influenszerek által megteremtett szépségideál felállítása és ennek befolyása a választott célcsoportomra, az univerzálissá tett szépség hatása a testképükre és a professzionális, munkakörnyezetbe való beszívargása a szépségápolási beavatkozásnak.

Az előbb említett három hipotézisre szekunder kutatással, majd saját kérdőívvel kerestem a választ, amely eredményeit SPSS 28-as verzióban elemeztem ki.

A vizsgálat arra világított rá, hogy bár globálisan egyre növekvő számban végeznek esztétikai kezeléseket célcsoportom annyira elégedett a testképével, hogy nem vetné magát alá ilyen szolgáltatásnak. Továbbá a megteremtett szépségideál a megkérdezett minta szerint is homogén, a válaszadók egyöntetű véleményüket nyilvánították ki. Harmadik hipotézisemet is validálni tudtam a kutatásom alapján, a munka világában valós, jelentős befolyása van a szépségnek.

BERECZKI ALPÁR-ELŐD

alparelodbereczki@gmail.com

Marketing

BA, 5. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezető:
Dr. Alt Mónika-Anetta
docens, RO BBTE*

A SZEMÉLYRE SZABOTT KÖZÖSSÉGI MÉDIA REKLÁMOK HATÁSA AZ ONLINE IMPULZUSVÁSÁRLÁSI HAJLANDÓSÁGRA

Kulcsszavak: személyre szabott reklám; észlelt újszerűség; észlelt relevancia; adatvédelmi aggályok; online impulzusvásárlási hajlandóság

A kutatás fő célja a személyre szabott közösségi média reklámok hatásának vizsgálata az online impulzusvásárlásra, különös tekintettel arra, hogy a fogyasztók hogyan reagálnak és viszonyulnak ezekhez a hirdetésekhez, ugyanakkor értelmezni, hogy mi történik egy ilyen reklámmal való találkozás és az impulzív vásárlás közötti úton. A kutatás alapvető elemei közé tartozik az észlelt relevancia és újszerűség vizsgálata, vagyis, hogy a fogyasztók mennyire találják relevánsnak és újnak a személyre szabott reklámokat, és ezek milyen mértékben befolyásolják a vásárlási döntéseiket. A reklámérték szerepe is kulcsfontosságú, hiszen az határozza meg, hogy a fogyasztók mennyire értékelik az adott hirdetést, mint hasznos és érdekes információforrást. Ezen túlmenően, a kutatás során kiemelt figyelmet kapnak az adatvédelmi aggályok és az affektív reakciók, mint például a „hátfeszítő” érzés, amely a túlzottan személyre szabott reklámok által kiváltott negatív érzelmeket jelenti. A tanulmány kvantitatív módszertant alkalmaz, kérdőíves adatgyűjtéssel a romániai közösségi média felhasználóktól. Az adatok leíróstatisztikai, míg a kapcsolatok elemzése strukturális egyenletmodellezéssel történik. Eredményei rámutatnak arra, hogyan hatnak a személyre szabott reklámok a vásárlói döntéshozatalra, ezáltal hozzájárul a fogyasztói pszichológia mélyebb megértéséhez, ugyanakkor segít a vállalatoknak megérteni ezen reklámok működését és hatásosságát, illetve a fogyasztók által mutatott attitűdöket velük szemben, és ezek jobb megértése elősegítheti a hatékonyabb marketingstratégiák kialakítását.

FEKI IMEN

imenf58@gmail.com

Student

MSc, 3. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Keller Veronika

egyetemi docens, SZE KGK

THE IMPACT OF UGC ON CONSUMER'S PURCHASING DECISIONS

Keywords: UGC; user generated content; purchase intention; decision making process; trust

This systematic literature review examines the impact of User-Generated Content (UGC) on consumer purchase intentions, highlighting its role in decision-making processes and brand perception. This review, which draws from 39 research chosen using PRISMA, shows how user-generated content (UGC), such as peer recommendations, social media posts, and online reviews, improves customer trust and affects buying decisions through social proof, authenticity, and emotional engagement. According to the research, UGC is frequently seen as more authentic than traditional marketing, which strengthens consumer-brand bonds and increases purchase intents. This review makes clearer what relationship UGC functions does have with the S-O-R Model, the Theory of Planned Behavior, and Social Proof Theory and how they represent a stimulus that can influence consumers' emotional and cognitive reactions. Given the variety of UGC's characteristics, this study emphasizes how important it is as a marketing tactic in influencing consumer views and behavior, offering useful information to companies looking to successfully use peer-generated material.

PETRA HUNYADI

hunyadipetra1@gmail.com

Business Administration and Management

BSc, 5. semester

Széchenyi István University

Kautz Gyula Faculty of Business and

Economics

Supervisors:

Dr. Petra Judit Koltai

associate professor, SZE KGK

Dr. Tamás Vinkóczy

assistant professor, SZE KGK

THE EFFECT OF INSTAGRAM ON HUNGARIAN UNIVERSITY STUDENTS PURCHASE INTENTIONS IN THE FASHION INDUSTRY

Keywords: E-WOM; digital marketing; impulse buying; shoppable features

The objective of this study is to examine the influence of Instagram usage on consumer purchasing behaviour. The present study aims to ascertain whether purchases made via social media, particularly Instagram, are becoming increasingly popular among younger generations. This phenomenon presents a unique opportunity for companies to cultivate relationships with customers and engage with them in a novel way. The fashion industry was identified as the preferred sector for analysis in this research, given the pivotal role of visual representation and collaboration with prominent figures in this market. Social media platforms provide a forum for individuals and organisations to disseminate information, showcase products and offer feedback, as well as express opinions through a variety of visual communication channels, including live videos, stories and posts. The younger generations demonstrate a clear preference for Instagram over Facebook. The platform offers a multitude of possibilities for companies, celebrities, influencers, and other users to promote products and services through visual communication. Instagram has become a key platform for influencing consumer perceptions, shaping decision-making processes and fostering virtual communities where individuals actively share information. The role of visuals in marketing fashion items makes Instagram a crucial tool for fashion brands. This study compares previous research findings with new insights gained from a questionnaire completed by Hungarian university citizens about their Instagram usage and purchase habits. During the analysis the main factors in shaping customers decision-making process are defined and explained based on preliminary studies and literature. In addition the interconnections and influencing power of these factors are also explored. The aim is to investigate the relationship between the diverse marketing tools that Instagram offers and the different generations' purchasing practices. Further suggestions for future investigations include the recommendation to brands' own customers' analysis, in order to benefit from the opportunities offered by Instagram and gain competitive advantage, especially for Hungarian companies, thus in our country social media marketing (SMM) is still in its very early stage.

KOCSÓ BARBARA*kocso.barbara@gmail.com*

Marketing

MSc, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:**Dr. Markos-Kujbus Éva
egyetemi adjunktus, BCE MI*

GÖRGETÉS A BŐRÁPOLÁSÉRT – A TIKTOK, MINT EDUTAINMENT ESZKÖZ KVALITATÍV VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: marketingkommunikáció; TikTok; bőrápolás; short-format videó; edutainment

A TikTok felhasználói bázisának exponenciális növekedése a tartalomfogyasztás dinamikus terévé alakította át a platformot. A pandémia következtében az edukatív tartalmak száma is jelentősen megnőtt a platformon belül, ezen belül a bőrápolási tartalmak gyorsan bővülő kategóriaként jelentek meg, ami egy dinamikusan és gyorsan növekvő iparágra hívja fel a figyelmet. Ennek következtében felmerül a platform edutainment – az oktatás és a szórakozás dinamikus összefonódása – oldalról történő vizsgálatának igénye. Így a kutatás célja, hogy feltárja a TikTok által nyújtott edutainment-élmény jelenségét a bőrápolási tartalmak fogyasztásának a kontextusában, az edutainment-tartalom, a fogyasztói interakció és az ebből eredő tanulási eredmények közötti kölcsönhatásokon keresztül.

A kutatást a marketing és médiatudományok bevett elméletei vezérlik, beleértve az információkeresési stratégiákat, a használat-kielégülés elméletét (UGT), az edutainment koncepcióját, és a tanulás különböző típusait és területeit. A kutatási kérdések megválaszolásához a dolgozat egyes módszertani megközelítést alkalmaz. Kvalitatív tartalomelemzés alkalmazásának segítségével feltárja a TikTok-on elérhető rövid formátumú bőrápolási videókban közvetített oktatási üzeneteket és kulcsfontosságú jellemzőket. Ezt kiegészítve a TikTok felhasználóival készített fókuszcsoporthoz interjúk segítik a fogyasztói interakciós minták, igények és a bőrápolási edutainment tartalmak fogyasztása során alkalmazott stratégiák, keresett kielégülések és tanulási eredmények megértését.

A tartalomelemzés az információs igények széles skáláját, és a videók jellemzőit tekintve egy igényes és ingerekben gazdag formátumot körvonalaz, melyeknek elsődleges célja a figyelem felkeltése volt. A fókuszcsoporthoz kutatás során a résztvevők beszámoltak a platformon belüli tanulási tapasztalataikról, ahol véletlen és informális tanulás útján egyaránt jelentek meg kognitív, érzelmi és pszichomotoros tanulási eredmények. A kutatási eredmények alapján elmondható, hogy a TikTok képes a tanulási folyamat minden szintjére és típusára hatással lenni, és a fogyasztók egyaránt fogyasztják ezeket a tartalmakat szórakozási és tanulási célokkal is, kihasználva a platformon elérhető funkcionalitások széles skáláját. A kutatás során körvonalazódott információk a marketing szakemberek és a tartalomgyártók számára is hasznosak lehetnek, akik így releváns és hasznos tartalmakat hozhatnak létre a bőrápolással kapcsolatosan.

NAGY BERNADETT

nagy.bernadett0706@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment

BSc, 3. félév

EDUTUS Egyetem

Témavezető:

Dr. Juhász Krisztina

főiskolai tanár, EDUTUS

A TEMU TERJESZKEDÉSÉNEK HATÁSA, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A PIACRA, A VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOKRA ÉS A KÖRNYEZETI TÉNYEZŐKRE

Kulcsszavak: TEMU; szekunder; primer; kérdőív; eredmény

A TEMU megjelenésével, alacsony áraival és a mindenhol megjelenő reklámaival pillanatok alatt stabil helyet szerzett magának a köztudatban. Vannak más vállalatok is hasonló koncepcióval, mégsem ilyen sikeresek. Vajon mi lehet a TEMU titka? Mitől ennyire sikeres, ha több ezer kilométert kell a csomagoknak megtenni, ami nem kis ökológiai lábnyommal jár együtt? Ez adta dolgozatom fő vonalát.

Legfőképp az érdekelt, hogy mivel hozzám csak a magyarországi megjelenéstől számított nagyjából fél év után jutott el, a kis falu - melyben élek – naprakészebb-e online vásárlások terén. Így a kutatásomat az alábbi kérdések válaszainak keresése határozta meg:

1. Mi állhat a TEMU sikeres terjeszkedésének hátterében?
2. Az általam lakott kis faluban mennyire ismert és kik körében gyakoribb a vásárlás?

Ezen kérdések válaszainak elemzéséhez a dolgozatom során felhasználtam szekunder illetve primer kutatási módszereket egyaránt.

Szekunder adatokat a vállalkozás pénzügyi beszámolóiból, kormányzati publikációkból (Európai Parlament, WWF Magyarország), szakirodalmakból és intézeti statisztikákból (Nasdaq) gyűjtöttem, melyek pontosak és elengedhetetlenek a teljes kutatás kvalifikálásához.

Kiértékelendő adatokat pedig a kis faluban - ahol élek – gyűjtöttem. Néhány napot azzal töltöttem, hogy a kisbolt előtt várakozva az arra járókat megkérjem, hogy töltsék ki az általam készített rövid kérdőívet. Így a primer kutatásomat személyes megkereséssel, kérdőív kitöltéssel készítettem a 16 és 75 év közötti, szári lakosok esetében, kvótás mintavétellel (nem és kor szerinte). A kérdőívet 120 fő töltötte ki, mely a beszélgetéssel együtt átlagosan 5-10 percet vett igénybe. Az adatok gyűjtésére 2024.09.30. és 2024.10.03. között került sor.

A kutatásom várható eredménye az volt, hogy a fiatalok gyakrabban vásárolnak internetes felületen és természetesen ismerik a TEMU-t és vásárolnak is onnan. Természetesen valós eredményként is ezt kaptam. Ellenben a kérdőív kitöltése során a személyes beszélgetések alkalmával a környezettudatosság is felmerült, mely meglepő eredményeket hozott. A fiatalok egyre környezettudatosabbak, gyakrabban vásárolnak csomagolásmentes boltokban, szelektíven gyűjtik a szemetet, ugyanakkor a TEMU kínálta olcsó termékek, a kuponok, a játékok, a garancia - melyet nyújt nem megfelelő/meg nem érkező termék esetén –, mind-mind arra sarkallja őket, hogy innen vásároljanak. Még a környezettudatosságot is hajlandóak feladni.

PAP ERŐS

papperos999@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Honti Tamás

tanársegéd, SZTE GTK

A FACEBOOK SZEREPE A 2024-ES ÖNKORMÁNYZATI VÁLASZTÁSI KAMPÁNYBAN

Kulcsszavak: választás; politika; Facebook; politikai marketing; közösségi média

A 2024-es önkormányzati választás nagy versenyt hozott a főpolgármester jelöltek között, hiszen a pártos ajánlatok mellett megjelent egy egyéni jelölt is, és a kampányidőszak során többször témában is ütközött a jelöltek véleménye. Dolgozatom a 2024-es budapesti főpolgármester-jelöltek Facebookos kampányát elemzi, és feltárja, hogy milyen kapcsolatok fedezhetők fel a megosztott posztok és az azokra érkező interakciók között. A cél az, hogy megértsük, milyen jellemzők segítenek növelni a választói aktivitást, és milyen összefüggések figyelhetők meg a posztok tartalma és az népszerűségük között. Az elemzés a politikai marketing és a közösségi média főbb sajátosságain alapul, kiegészítve ezek összefonódásával a mai kampányok során. A dolgozat primer kutatása két kutatáson alapul: egy kvantitatív posztelemzésen és egy kvalitatív fókuszcsoporton. A posztelemzés során közel 900 poszt alapján megvizsgáltam, hogy az egyes jelöltek milyen tulajdonságú posztokat részesítenek előnyben, illetve a különböző tulajdonságú posztok közül melyekre érkezik több interakció. A kutatás alapján elmondható, hogy leginkább a politikus személyéről szóló posztok teljesítettek a legjobban. A fókuszcsoport alkalmazása segített alátámasztani a posztelemzés során létrehozott posztkategóriákat, illetve rálátást biztosított a célcsoportom álhírekkel szembeni felkészültségére.

SZOMMER BIANKA

bianka1989119@gmail.com

Kereskedelem és Marketing

BA, 6. félév

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Agrár -és Élelmiszergazdasági Intézet

Témavezető:

Prof. Dr. Sente Viktória

egyetemi tanár, MATE-AGI, MATE AÉGI

A KÁVÉ ÉRZÉKSZERV HATÁSAINAK MEGJELENÉSE A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁBAN

Kulcsszavak: kávé; közösségi média; érzékszervi; tartalommarketing

A kávé a világ egyik legnépszerűbb itala. Szinte mindenütt fogyasztják jótékony élettani hatásai vagy íze miatt, esetleg pusztán megszokásból. Probléma a különböző trendek és a kávézási szokások folyamatos változása. A fogyasztók nem feltétlenül elégszenek meg csupán a termékkel, sokszor plusz élményre vágnak.

Célom, az eredményeim révén rámutatni azokra az "élménytermékekre", amelyek hozzájárulhatnak a kávé fogyasztásához a közösségi média eszközein keresztül. Célom továbbá azoknak a tényezőknek az azonosítása, amelyek az egészséges életmód kialakításához segíthetik a kávéfogyasztókat. Ennek érdekében a tartomelemzés módszertanát alkalmaztam, valamint, két fókuszcsoportos interjú lebonyolítására is sor került.

Összességében elmondható, hogy a kávé értékesítő vállalatok hatékonyan kihasználják a közösségi médiában rejlő marketingeszközök kínálta lehetőségeket. A megosztott képes és videós bejegyzések többsége a kávé, mint terméket valamilyen csendéletben ábrázolja vagy életképbe illeszti, mint kelléket. A posztok feltételezhető szándéka, hogy a fogyasztókban érzelmeket, generáljanak, amit úgy érnek el, hogy a bejegyzésekben valamilyen élményt, különleges pillanatokat, vagy a kávéfogyasztás varázslatos rituáléját prezentálják. Alkalmazzák továbbá a tartalommarketinget receptötletek, oktatóanyagok, barista videók formájában. Értékesítésösztönző eszközökkel is találkozhatunk, mint pl. nyereményjátékok, kuponakciók. A fókuszcsoportos interjú résztvevői számára a kávéfogyasztás nem csupán a napi rutin része. Sokkal inkább az élményeket, és a kávézás rituális pillanatait jelenti. Motivációjuk szerteágazó, a legkedveltebb kávézási helyszín pedig az otthon. Előszeretettel reagálnak kávétermékekkel kapcsolatos posztokra a közösségi média oldalaikon, és előnyben részesítik a tartalommarketinget az értékesítésösztönzéssel szemben. A kutatás során hiányoltam a koffein- és laktózmentes, valamint bio termékekről készült posztokat. Az eredmények alapján fontos lenne ezen termékek gyakoribb népszerűsítése, hiszen az egészséges életmód trend hívei, és a különböző ételintoleranciával együtt élő emberek megszólítása ma nélkülözhetetlen. Lényeges lenne minél több élelmiszerjellegű termék online vásárlásának népszerűsítése, az idő és a kényelem trend térhódításának eredményeképpen. A közösségi médiában rejlő erő, és a fogyasztási szokások átalakulása, megkövetelik a vállalatoktól, hogy lépést tartsanak a kávétrendek folyamatos változásával.

Marketing – Élelmiszer marketing

Elnök:	Dr. habil. Huszka Péter	SZE
Társelnök:	Dr. habil. Kiss Marietta	DE
Tag:	Prof. Dr. Garai-Fodor Mónika	OE
Tag:	Dr. Soós Gabriella	BGE
Titkár:	Juhász Annamária	ME

BÁNSZKI FRUZZSINA FLÓRA

fruzzi0116@gmail.com

Marketing

MA, 2. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Boros Henrietta Mónika

doktorandusz, DE GTK

AZ EGÉSZSÉGESNEK VÉLT ÉLELMISZEREK ÉS AZ ONLINE ÉLELMISZER- VÁSÁRLÁS KAPCSOLATÁNAK VIZSGÁLATA KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A FEHÉRJE TARTALMÚ TERMÉKEKRE

Kulcsszavak: online élelmiszer-vásárlás; fehérjefogyasztás; webáruház; szemkamera; fogyasztói preferencia

A digitális korszakban az egészségtudatos táplálkozás és az online élelmiszer-vásárlás iránti kereslet egyre növekvő figyelmet kap. Jelen kutatásom célja, hogy feltárjam, milyen tényezők befolyásolják a fogyasztók döntéseit kifejezetten a fehérjealapú termékek vásárlását, különös tekintettel a GymBeam és MyProtein webáruházakra. A kutatás központi kérdései között szerepel, hogyan vonzza a termékek ábrázolása a vásárlók figyelmét, milyen szempontokat vesznek figyelembe az online élelmiszer-vásárlás során, és melyik márka termékeit részesítik előnyben.

A kutatásom során szemkamerás vizsgálatot végeztem, amelyet utókérdőívvelés fókuszcsoporthoz kutatással egészítettem ki. Első lépésként szakirodalmi elemzést készítettem a kutatás megalapozása érdekében az egészségtudatos vásárlói magatartásról, illetve az online vásárlásról. Ezt követően a szemkamerás vizsgálat 40 résztvevőjének az eredményeit elemeztem, ahol a GymBeam és MyProtein weboldalak kezdőlapjait, termékkategória aloldalait és két kiválasztott termékoldalt tekintetek meg. A vizsgálat után utókérdőívet töltöttek ki a demográfiai háttér hozzátársítása érdekében, majd 8 fő segítségével fókuszcsoporthoz kutatással mélyebb információt gyűjtöttem a fogyasztói preferenciákról, a termékekkel kapcsolatos benyomásokról és az online vásárlási szokásokról.

Az eredmények alapján a fogyasztók döntéseit leginkább az íz, az ár és az ajánlások befolyásolják. Kiderült, hogy az online vásárlás során nagyobb mennyiségben vásárolnak a megkérdezettek, és különösen figyelnek a márkák által kínált akciókra és promóciókra. A fogyasztók számára továbbá fontos az egyszerű, jól érthető és kezelhető weboldal, valamint a termékek világos és pontos leírása, különösen az ízvilág és a tápanyagösszetétel tekintetében. A kutatásból kiderült, hogy a vizuális megjelenés, a csomagolás és a weboldali promóciós felületek figyelemfelkeltő ereje szintén magas arányban befolyásolja a vásárlói döntést.

A kutatásom javaslatai között szerepel, hogy a webáruházak helyezzenek nagyobb hangsúlyt a vásárlói vélemények megjelenítésére, tegyék egyértelműbbé a termékek ismertetését, különösen az ízvilág leírását, és alkalmazzanak figyelemfelkeltő promóciós megoldásokat a vásárlók figyelmének megragadása érdekében.

BOROS HENRIETTA MÓNKA

borosh19@gmail.com

Marketing

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Fehér András

egyetemi docens, DE GTK

A NEUROMARKETING ALKALMAZÁSI LEHETŐSÉGEI ÉS A MÓDSZERTANHOZ KAPCSOLÓDÓ TÁRSADALMI ATTITŰDÖK

Kulcsszavak: neuromarketing; szemkamera; marketing; szisztematikus irodalmi áttekintés; PRISMA

A marketing és az idegtudomány összefonódásának is nevezhetjük a neuromarketinget, amely a társadalom hatékonyabb és mélyebb megértését szolgálja. Általa minőségi információkat kaphatunk a fogyasztók reakcióiról, gondolatairól és attitűdjeiről. A módszer az élelmiszeriparban is széles körben alkalmazható, például a csomagolások tervezésében vagy az optimális polckép kialakításában.

Legfőbb célkitűzésem volt a szakirodalmak átfogó és részletes elemzésével megvizsgálni a neuromarketing kutatások alkalmazási lehetőségeit Magyarországon. Emellett hangsúlyt helyeztem a módszertan létjogosultságának kutatására is az élelmiszeripar területén. Kiemelt feladatom volt továbbá megismerni a társadalom álláspontját a neuromarketing kutatásokat illetően.

Szisztematikus irodalmi áttekintést végeztem, ahol a PRISMA modellt alkalmaztam, így lehetőségem volt strukturált keretek között összegyűjteni a magyar neuromarketing kutatásokat kifejezetten az élelmiszeripar területén. Továbbá két fókuszcsoportos kutatást is lebonyolítottam, ahol az első csoport a harminc év alatti egyetemistákat, a másik pedig a harminc év feletti egyetemen végzetteket jelentette.

Az eredményeim rámutattak, hogy a szakirodalomban legelterjedtebb neuromarketing kutatási eszköz a szemkamera volt. A megbízható adatok érdekében pedig javasolt kombinálni más kvalitatív és kvantitatív kutatási módszerekkel. A megkérdezett alanyok számára idegen volt a módszertan, nemek arányát tekintve pedig a nők tájékozottabbak voltak a területtel kapcsolatban, a megismerésénél mégis férfinek írták körül a neuromarketing kutatók személyét. A módszertan alkalmazását illetően viszont etikai kérdések is felmerültek, amelyre a vállalatoknak figyelemmel kell lenniük. A kutatás részben kiterjedt a meggyőzés és a manipuláció közötti különbség vizsgálatára is, amely kapcsán az egyik alany úgy nyilatkozott, hogy szerinte „a neuromarketing a meggyőzés asszertív módja”.

GULYÁS KRISTÓF SÁNDOR

gulytof01@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Kovács András

tanszékvezető, egyetemi docens, BGE KVIK

AZ INFLÁCIÓ HATÁSA AZ ÁRKÉPZÉSRE ÉS A FOGYASZTÓI DÖNTÉSEKRE AZ ÉLELMISZER KISKERESKEDELEMBEN

Kulcsszavak: árképzés; fogyasztói magatartás; infláció; magyar gazdaság; élelmiszer-kiskereskedelem

Az elmúlt évek gazdasági befolyásoló tényezői az élelmiszer piacon jelentős változásokat idézett elő. Kutatási célom, képet kapni arról, hogyan befolyásolta az élelmiszer-áremelkedés egy kiskereskedelmi vállalat árképzését, illetve hogyan változtak a fogyasztói döntések a helyzet hatására és ehhez hogy alkalmazkodnak az üzletláncok.

Kutatásommal feltárom az infláció és az árak kapcsolatát a közgazdasági iskolák szerint és az infláció napjainkban történő alakulását. Ezen felül összefoglalom az élelmiszer-kiskereskedelmi piac fontosabb jellemzőit, hazai felépítését és végül, a kereskedelmi árképzés ismeretkörét részletezem. Saját kutatásaimként, először egy kérdőíves vizsgálat formájában megkérdeztem a fogyasztókat arról, milyen hatást gyakorolt a fogyasztói szokásaikra a termékek áremelkedése. Ezt követően egy fogyasztói ár-megfigyelés eredményeit mutatom be, mely 9 hónapon át tartott Magyarország legmeghatározóbb FMCG üzletláncainál 16 termék fogyasztói árának elemzése formájában. Végül egy fókuszcsoporthoz interjút készítettem 3 beszerzési szakemberrel, akik a SPAR Magyarországnál dolgoznak és nagy szakmai tapasztalatuk van az árképzés terén. Rezümében kutatásaim legfontosabb eredményeinek ismertetésére fókuszálok.

Kérdőívemre kapott válaszaim alapján (N=152) a fogyasztók leginkább az akciós termékeket keresik gyakrabban az infláció hatására (n=96), míg második leggyakoribbként 55 kitöltőm jelölte, hogy kevesebb mennyiségben vásárol korábbi szokásaihoz képest. Gyakori válaszként jelent meg emellett a korábban vásárolt termékek olcsóbbakkal való helyettesítése (n=51), valamint a kevesebb értékben (n=47) és a ritkábban történő vásárlás (n=37). 18 válaszadóm jelölte pedig, hogy nem változtak a vásárlási szokásai az áremelkedések hatására. A fogyasztói árak alakulásáról végzett mérés alapján a vizsgált időszakban havonta átlagosan a SPAR árai csökkentek a leginkább (-1,81%), míg a legnagyobb havi növekedés a Penny Marketnél volt megfigyelhető (1,39%) a megelőző hónapokhoz képest. Az áringadozást megfigyelve a havi átlagos változás a Tesconál volt a legalacsonyabb 3,75%.-tal, míg a termékek árai havonta a CBA-nál ingadoztak legnagyobb mértékben, 11,88%.-ban. Interjúból megtudtam, hogy a vállalatok számára az infláció legnagyobb tanulsága a változások rugalmas kezelése, jövőbeni kihívásuk pedig az ár és akciózási stratégiájuk újragondolása jövedelmezőségük biztosításáért, míg a gazdasági helyzet maradandó oka számos kisebb piaci szereplő végleges kiesése volt.

NÉMETH KLAUDIA

q2yامل@student.uni-pannon.hu

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Dr. Palányi Ildikó

egyetemi docens, PE GKZ

GLUTÉNMENTES ÉLETMÓD AVAGY FOGYASZTÓI PREFERENCIÁK ÉS PIACI TRENDEK MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: gluténmentes; cöliákia; autoimmun; fogyasztói preferenciák; szükséglet

A gluténmentes életmód Magyarországon egyre nagyobb térhódítást nyer, amelyet részben egészségügyi szükségletek, részben pedig fogyasztói preferenciák alakítanak. A gluténérzékenység (cöliákia) elterjedése mellett az egészségtudatosság növekedése is hozzájárul a gluténmentes termékek iránti kereslet növekedéséhez. Bár sokan orvosi diagnózis alapján követik ezt az étrendet, egyre többen választják önszántukból is a gluténmentes élelmiszereket, abban a hitben, hogy azok egészségesebbek, jobban támogatják a jó közérzetet vagy segítenek a fogyásban.

A kutatás relevanciája kiemelkedő a jelenlegi gluténmentes termékek piacán, mivel jelentős fejlődés tapasztalható. Az élelmiszeripar folyamatosan bővíti kínálatát, új gluténmentes ételek jelennek meg a szupermarketek polcain és a speciális élelmiszereket kínáló kisboltokban. Ezek a termékek már nemcsak gluténérzékenyek számára készülnek, hanem az egészségtudatos közönség igényeit is figyelembe veszik. A termékek fejlődése technológiai innovációkkal is párosul, hogy a gluténmentes élelmiszerek minőségben és ízben is megfeleljenek a hagyományos termékekkel szemben támasztott elvárásoknak.

Kutatásom során a gluténmentes termékek piacát vizsgálom, azon belül is a fogyasztói preferenciákat és a piaci trendeket. Dolgozatom elméleti részében első körben részletesen ismertetem a gluténérzékenységet, mint ételintolerancia elterjedését, fogalmát és szerepét az étrendben. Majd a fogyasztói preferenciákat, valamint motivációit, és a gluténmentes termékek iránti keresletet veszem górcső alá. Emellett megvizsgálom a gluténmentes termékek piacán végbemenő növekedéseket, kihívásokat és innovációkat.

A dolgozat gyakorlati részében szeretném feltárni mennyire fontos a gluténérzékenység megfelelően való kezelése, illetve, hogy a fogyasztók milyen kihívásokkal szembesülnek a diéta során. A szakirodalmak, valamint az online kérdőíves megkérdezés alapján szeretném bemutatni, a jelenlegi fogyasztói preferenciákat, illetve, hogy hogyan változott a gluténmentes termékek piaca Magyarországon.

PÁLL RÉKA*pallrekus@gmail.com*

Marketing

BSc, 5. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezető:**Pop Rebeka-Anna**doktorandusz, RO BBTE*

A MARKETINGMIX ÉS A MOTIVÁCIÓ HATÁSA AZ ORGANIKUS ÉLELMISZEREK VÁSÁRLÁSI SZÁNDÉKÁRA

Kulcsszavak: organikus; TPB modell; vásárlási szándék

Napjainkban az organikus élelmiszerek piaca exponenciálisan növekedik és egyre több kutató és agrárvállalkozó figyelmét ragadja meg ennek az iparágnak a vizsgálata. Ebben a növekedésben viszont Románia nem rendelkezik vezető szereppel, mivel a biotermékek részaránya a teljes mezőgazdasági területből nemzeti szinten Romániában mindössze 2% (Radulescu és társai, 2021)¹.

Ez a lemaradás azt feltételezi, hogy a romániai fogyasztók korlátokba ütköznek az organikus élelmiszerek vásárlási szándékát illetően. A kutatás célja feltérképezni azokat az aspektusokat, amelyek segítenek megérteni a romániai vásárlók döntéseit az organikus élelmiszerekkel kapcsolatosan. Ezeknek a tényezőknek a megismerése segíthet Romániát felzárkóztatni az öt megelőző országokhoz.

Ez a tanulmány a TPB modell segítségével vizsgálja a motiváció (egészségtudatosság, társadalmi felelősségvállalás) és a marketingmix (termékjellemzők, ár, disztribúció, kommunikáció) tényezők hatásait, mint a romániai fogyasztók bioélelmiszer-vásárlási szándékának mozgatórugóit. A TPB modellből származó attitűd és szubjektív norma kapcsolata a vásárlási szándékkal is vizsgálatra kerül. A korábbi tanulmányok alapján a kutatási módszertant tekintve kvantitatív kérdőíves kutatás lesz alkalmazva.

Az eredmények azt fogják mutatni, hogy a pszichológiai, motivációs tényezők és a marketingmix elemei milyen mértékben befolyásolják a fogyasztók vásárlási szándékát az organikus élelmiszerekhez. Továbbá a kutatási eredmények reflektálni fognak arra, hogy a romániai fogyasztók bioélelmiszerek vásárlási szándékát pozitívan vagy negatívan befolyásolja az attitűd és a szubjektív norma.

E tanulmány eredményei fontos hozzájárulást fognak nyújtani a marketingkutatók, szakemberek és agrárvállalkozók számára, különösen a bioélelmiszer-fogyasztás javítása érdekében a feltörekvő romániai piac fogyasztóinak kontextusában.

¹ Radulescu, V., Cetina, I., Cruceru, A. F., & Goldbach, D. (2021). Consumers' attitude and intention towards organic fruits and vegetables: Empirical study on romanian consumers. *Sustainability (Switzerland)*, 13(16). <https://doi.org/10.3390/su13169440>

PINTÉR KATHRIN

kleipold77@gmail.com

Marketing

MA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Szabó Edit

óraadó, BGE KKK

HÚSHELYETTESÍTŐ TERMÉKEKRE VALÓ NYITOTTSÁG ÉS AZOK FOGYASZTÁSA A MAGYARORSZÁGI HOBBIFUTÓK KÖRÉBEN

Kulcsszavak: élelmiszermarketing; fogyasztói magatartás; húshelyettesítő; laborhús; rovarhús

Az egészséges és hosszú élet kérdése világszerte foglalkoztatja az embereket, ezért az Egészségügyi Világszervezet (WHO) mozgásra és étrendre vonatkozó ajánlásokat fogalmazott meg, többek között a húsfogyasztás mérséklését javasolva. Ennek pótlására mára számos húshelyettesítő alternatíva elérhető. Dolgozatomban a húshelyettesítő élelmiszertermékek ismertségét és elfogadottságát vizsgáltam a magyarországi hobbifutók körében. Elemeztem a hozzájuk kapcsolódó attitűdöket, érzelmeket és a fogyasztást motiváló tényezőket.

A szekunder kutatás során bemutattam az egészséges életmód elméleti hátterét és a vonatkozó nemzetközi ajánlásokat. Elemeztem a fogyasztói magatartás életmódjait, különös tekintettel a LOHAS szegmensre és annak élelmiszeriparra gyakorolt hatására. Bemutattam a húshelyettesítő termékeket, azok szabályozási hátterét és étrendekbe illesztési lehetőségeit.

A primer kutatási fázisban saját online kérdőívet használtam, melyet 895 fő töltött ki, a szűrők után 876 fő adatait elemeztem. A hobbifutók étkezési szokásait, a húshelyettesítők ismertségét, fogyasztási hajlandóságát és motivációit vizsgáltam. Az eredmények szerint a hobbifutók körében körülbelül hatszorosa a vegetáriánusok aránya a teljes lakossághoz képest (6,4% vs. 1,1–1,2%). A legnépszerűbb étrend a mindenevő után a laktózmentes diéta és az időszakos böjt. A rendszeresen futók közel fele legalább alkalmanként kétféle húshelyettesítőt fogyaszt, melyek közül a tofu a legnépszerűbb, míg a szejtán kevésbé ismert.

A húshelyettesítők fogyasztását főként az egészségtudatosság motiválja, de sokan finomnak is tartják ezeket. A rovar- és laborhús fogyasztására a húsevők nyitottabbak, mint a vegetáriánusok. A kipróbálásra hajlandók háromnegyede felsőfokú végzettségű, és több mint fele jó anyagi körülmények között él. A kapcsolatok elemzésére Cramer's V asszociációs mutatót használtam 5%-os szignifikancia szint mellett.

Konklúzióm szerint a futás mint tevékenység jól illeszkedik a LOHAS életmódhoz, és a hobbifutók nyitottabbak az egészséges életmódra, a húsmentes étrendre és az alternatív húsfélék kipróbálására.

TÖVISI JÚLIA

juliatovisi1@gmail.com

Marketing

BSc, 5. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezető:
Dr. Alt Mónika Anetta
docens, RO BBTE*

GOING PLANT-BASED: A NÖVÉNYI ALAPÚ ÉLELMISZEREKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI SZÁNDÉK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: növényi alapú élelmiszerek; tervezett magatartás; attitűd; vásárlási szándék

A növényi alapú élelmiszerek piaca folyamatos növekedést mutatott az elmúlt évek során, és előrejelzések szerint ez a tendencia a jövőben is megmarad, sőt erőteljesebbé válhat. Bár a szigorúan vegán és vegetáriánus étrendet követők száma a társadalomban viszonylag alacsony, mégis egyre több fogyasztó választja a növényi alapú étkezési trendet, egyre több vegán vagy vegetáriánus terméket építve be étrendjébe. Dolgozatom célja megvizsgálni a fogyasztók növényi alapú élelmiszerekkel szembeni magatartását és ennek okait. A tervezett magatartás elméletét felhasználva feltérképezem a növényi alapú termékekkel szembeni attitűdöt és a vásárlási szándékot befolyásoló tényezőket. Az elemzett szakirodalom és elméleti modell alapján megfogalmazott hipotéziseket kérdőíves kutatás segítségével vizsgálom a romániai fogyasztók körében. A kutatás eredményeiből levont következtetések hozzájárulnak a növényi alapú élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói magatartás szakirodalmához, valamint ezekhez a termékekhez kapcsolódó marketingtevékenység hatékonyságának növeléséhez, a fogyasztók attitűdjének és magatartásának megismerése által.

Marketing – Élményközpontú marketing

Elnök:	Dr. Keller Krisztina	BCE
Társelnök:	Dr. Bráváczy Ibolya	ELTE
Tag:	Dr. Gyurián Nagy Nikolett	SZE
Tag:	Dr. Iványi Tamás	BME
Tag:	Dr. Magyar Zoltán	NYE
Titkár:	Dr. Kerchner András	ME

BALOGH GERGELY
balgergo2014@gmail.com
Nemzetközi Gazdálkodás
BA, 4. félév

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Lengyel Péter József
egyetemi docens, DE GTK

AZ „AAA” VIDEOJÁTÉKOK NÉPSZERŰSÉGÉT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK VIZSGÁLATA HAZÁNKBAN

Kulcsszavak: "AAA" videójátékok; klaszterelemzés; Best-Worst Scaling; preferenciák

A videójáték-iparban az "AAA" (Triple-A) egy szakszó, amelyet közepes vagy nagy kiadó által gyártott vagy forgalmazott videójátékok osztályozására használnak, amelyek jellemzően magasabb fejlesztési és marketing költségvetéssel rendelkeznek, mint a játékok többi rétege.

Kutatásomban arra kerestem a választ, hogy hazánkban mely tulajdonságok a legfontosabbak a felhasználóknak az „AAA” játékokban. Ezzel a műfajjal kapcsolatos fogyasztói preferenciák vizsgálatához egy nemzetközi téren elterjedt, Best-Worst Scaling-ként ismertté vált preferenciaértékelő eljárást, annak „object” esetét alkalmaztam. A következő hét szempontot tartottam a legjelentősebbnek: ár, folytatás, kiadó, műfaj, platform, kritikusi értékelések, felhasználói értékelések. A dolgozatom elkészítése során szekunder és primer kutatásokat végeztem. A primer piackutatásomban kvantitatív online kérdőíves megkérdezést alkalmaztam 914 fő bevonásával.

A válaszadók a műfajt tartották a legfontosabb szempontnak. A második és a harmadik legfontosabbnak választott szempont az ár és a platform, ezeket követte a folytatás tulajdonság. A kiadó, a felhasználói értékelések és a kritikusi értékelések voltak a három utolsó szempont a rangsorban. A preferencia-heterogenitás vizsgálata érdekében az egyén szintű Best-Worst értékekkel további statisztikai elemzéseket végeztem. A végső elemzésemben a K-közép klaszterezési eljárás során kapott három klaszter eredményeit vizsgáltam, amit kiegészítettem korrespondencia elemzéssel is. Az első klaszterbe a kevésbé árérzékeny, kiadóra és műfajra nem nagy hangsúlyt fektető, platformot és felhasználói értékeléseket preferáló játékosok tartoztak. A második klaszterbe az árérzékeny, folytatásokkal és platformmal nem foglalkozó, kiadót és műfajt preferáló, fiatal, főleg női válaszadók kerültek. Továbbá ők költenek a legritkábban és a legkevesebbet az ilyen típusú játékokra a 3 klaszter közül. A 3. klaszterbe a folytatásokat preferáló, értékeléseket elutasító, idősebb és régóta videójátékokkal játszó férfiak tartoztak.

Meg kell jegyezni azonban azt, hogy a jövőben az általam vizsgált preferenciák változhatnak, mivel az „AAA” videójátékok iparága nagyon gyorsan fejlődik, ezért a játékosok igényeinek kielégítéséhez folyamatosan alkalmazkodnia kell a játék kiadóknak ezen a területen.

FAZEKAS BENCE

fazekasbence98@gmail.com

Marketing

MA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Kovács András
egyetemi docens, BGE KVIK

SNEAKERKULTÚRA ÁTLÉPVE

Kulcsszavak: Z generáció; fogyasztói magatartás; szubkultúra; sneaker; divat

Sneakerek, azaz sportcipők. Funkcionális tárgyak, melyek a hétköznapi viselet részévé váltak. Jogosan merülhet fel a kérdés, kicsit túlzottan is? Sneakerek, azaz sportcipők. Presztízstárgyak a Z generációs fogyasztók szemében. Kultusztárgyak a sneakerheadek (azaz a legnagyobb rajongók) szemében.

Két eltérő megközelítés, melyek összefonódása szorosabb, mint elsőre tűnhet.

Pár évvel korábban a sneakerrajongók egy relatíve szűk szubkultúrát alkottak, ami mostanra kinőtte magát, a hétköznapi divat alapidarabjává váltak a sneakerek.

Dolgozatom során ezen folyamat mozgatórugóit vizsgálom, és keresek igazolást felvetéseimre, miszerint a szubkultúrából mainstream, tömegkultúra lett.

Sportcipők lévén hogyan változtak a sporthoz kapcsolódó reklámozási szokásai a vezető márkáknak, miként idomultak a fogyasztói igényekhez a sneakerek piacán. Vajon még mindig sikeresek a zenészekkel kötött kollaborációk? Hogyan teljesít az iparág?

A kérdések és a felvetés tisztázása érdekében sorra vettem a sneakervilág legjelentősebb eseményeit, illetve olyan sneakerheadekkel készítettem mélyinterjúkat, akik már jelentős ideje szerelmesei a sportcipőknek. Így lehetőségem nyílt megismerni a sneakerkultúra jelenlegi helyzetéről alkotott véleményüket, megérteni motivációikat, hogyan válhat egy hétköznapiak tűnő tárgy kulturális értéké a szemükben és fogyasztásuk központi elemévé.

Véleményük, meglátásaik igazolták felvetésemet, ahogy a globális trendek is ezen irányba mutatnak, a sneakerek meghódították a hétköznapiakat, és egyre kevésbé hivatkozhatunk rá szubkultúraként. Megfigyelés útján végzett kutatásom pedig mindezt alátámasztotta, a fiatalabb generációk esetében hatványozottan.

A sneakerkultúra többé nem szubkultúra, már nem csak a sneakerheadeké. Az aktuális divatipari mikrotrendek, a Z generáció új fogyasztási szokásai és a viszonteladók átvették felette az uralmat, és kitolták a mainstreambe.

FEKETE KRISTÓF- DÁNIEL

f.kristof04@gmail.com

Menedzsment

BSc, 5. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezető:
Dr. Szász Levente
professzor, RO BBTE*

ÉLMÉNYSZOLGÁLTATÁSOK FEJLESZTÉSE EGY FESZTIVÁLON, AVAGY FELEJTHETŐ HELYETT MARADANDÓ ÉLMÉNY

Kulcsszavak: szolgáltatás; élményszolgáltatás; fesztivál

Napjainkban a fesztiválok egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek. Az emberek szívesen választják ezt a szórakozási lehetőséget, így a fesztiválipar nagyon dinamikusan fejlődő szektor a szórakoztató iparágban. Az imént említett magas igény miatt jelentős verseny van a piacon, ezért szükség van olyan eszközökre, szolgáltatásfejlesztésre, melynek köszönhetően a piaci előny megszerezhető és fenntartható.

Dolgozatomban a VIBE Fesztivál helyzetét vizsgálom, mely a legnagyobb, erdélyi magyarság számára megrendezett zenei esemény. A jelenlegi helyzetet interjú segítségével mérem fel. Kutatásomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy mely tényezők azok, melyek egy fesztivál esetében az egyszerű szolgáltatást élményszolgáltatássá alakítják, ezáltal lojalitást eredményezve a résztvevőkben.

HÁMORI ANDRÁS

andrishamor79@gmail.com

Kereskedelem és Marketing

BSc, 7. félév

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Agrár -és Élelmiszergazdasági Intézet

Témavezető:

Urbánné Treutz Ágnes

egyetemi tanársegéd, MATE AGI

A BUDAPEST, VALAMINT A FŐVÁROS KÖRNYÉKI FIATALOK (21 ÉS 27 ÉVESEK) SZÓRAKOZÁSI ÉS KIKAPCSOLÓDÁSI SZOKÁSAINAK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: szórakozás; Z generáció; Budapest; agglomeráció; tömegközlekedés

A dolgozat alapkérdése, hogy miként szórakoznak, kapcsolódnak ki a 21 és a 27 év közötti fiatalok, mindezt a szórakozóhelyek tükrében. Másrészt arra a kérdésre is keresi a választ, milyen módon viselkednek a Budapesten és agglomerációjában élő fiatalok a szórakozóhelyeken. A kutatás továbbá a fiatalok fogyasztói magatartásába is szeretne jobban betekintést nyerni (anyagi lehetőségek, öltözködés, viselkedéskultúra, alkoholfogyasztás, zenei ízlés, szórakozás gyakorisága).

A felsorolt tényezők alapján kerültek megfogalmazásra a célkitűzések, melyek a dolgozat főbb fejezeteihez kapcsolódnak (szekunder kutatás, kvalitatív- és kvantitatív kutatás).

A kutatás első fázisa a szekunder kutatás, mely a már elérhető, főként nyilvános adatokra támaszkodik. Az itt kigyűjtött adatokból áll össze az első célkitűzésben meghatározott, azaz a szórakozás múltjának és jelenének a megismerése, tanulmányozása.

Dolgozat következő eleme az anyag és módszertan fejezet, ahol a primer kutatások módszerei kerültek bemutatásra. Ezután kvalitatív, majd ezt követően kvantitatív kutatás következett. A kvalitatív kutatáson belül fókuszcsoporthozos interjú módszer, azon belül is félig strukturált interjúvázlat típussal készültek el az interjúk. A primer kutatás második összetevője a kvantitatív kutatás volt, ahol önkényes mintavételi módszer került alkalmazásra. Itt standardizált kérdőívet készítettem, melyet az interneten tettem közzé. Az így lefolytatott kutatások által jutott el a dolgozat a feltett alapkérdések megválaszolása szakaszba, vagyis miként szórakoznak, kapcsolódnak ki a 21 és 27 év közötti fiatalok, illetve mi jellemző a fogyasztói magatartásukra.

A kutatások lefolytatása után az eredmények elemzése, valamint értékelése szakasszal zárult a dolgozat fő fejezete. Az itt született eredmények pedig röviden összegzésre kerültek. Elmondható, hogy a fiatalok a barátaikkal szeretnek a leginkább szórakozni, főként Budapest belvárosi diszkóiban, exkluzív szórakozóhelyein. Legnépszerűbb szórakozóhelyek között a Budapest Park, a Morrison's, valamint az Ötkert végzett az élen. A szórakozások alkalmával leginkább a tömegközlekedést választják a megkérdezettek, míg legfontosabb kiválasztási szempontnak az árat mondták.

SÁNDOR SZÓFIA

sandor.szaffi2001@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BA, 5. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bíró-Szigeti Szilvia
egyetemi docens, BME GTK

FÉRFIAK, MINT A KÖRÖMSZALON VENDÉGEI

Kulcsszavak: marketing; férfiak; fogyasztói magatartás; körömszalón

A dolgozat középpontjában a férfi fogyasztói kör áll. Kutatásom során azt vizsgálom, hogy a társadalom mely férfi tagjai tartozhatnak egy körömszalón vendégkörébe.

A férfi vendégkör feltérképezéséhez a Kotler-Keller fogyasztói magatartás modellt, valamint a szolgáltatások elemzésére használt 7P modellt veszem alapul. Az elméleti kutatásomat követően a kutatási kérdéseimre kérdőíves megkérdezéssel keresem a választ.

A kutatási kérdéseim közé tartoznak a következők: milyen motiváló, vagy éppen leküszködésre váró távoltartó tényezők léteznek egy férfi szalonba látogatása során, valamint a 7P modellben meghatározottak milyen nagy vagy elenyésző befolyással vannak a szalonok közötti választásra. Kifejezetten nagy hangsúlyt fektetek a különböző kulturális hatások, mint a jelenlegi trendek, vagy férfi szubkultúrák, illetve a társadalmi és személyes tényezők szerepének meghatározására.

Az így kapott eredményeket egy körömszalón fel tudja használni marketing tevékenységei kiépítése során, például a célcsoport meghatározását, vagy a marketing üzenetben közlendők kiválasztását tekintve.

SZABÓ FANNI

szabo.fanni0801@gmail.com

közösségszervezés

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Dr. Kiss Kornélia

egyetemi docens, BGE KVIK

NEMZETKÖZI SPORTRENDEZVÉNYEK HELYI KÖZÖSSÉGEKRE GYAKOROLT HATÁSA ÉS ÖRÖKSÉGE

Kulcsszavak: nemzetközi sportrendezvény; örökség; társadalmi-kulturális hatás; helyi lakosság; Budapesti Atlétikai Világbajnokság

Az elmúlt 5-10 évben folyamatosan növekedő tendenciát mutat a Budapesten és Magyarországon megrendezésre kerülő nemzetközi sportversenyek száma. A 2023-ban Budapesten megrendezett atlétikai világbajnokság az elmúlt idők legnagyobb, legsikeresebb, legszórakoztatóbb sporteseménye volt. Kutatásom fő célja a 2023-as atlétikai világbajnokság helyi közösségre gyakorolt hatásainak és örökségének vizsgálata volt.

Kutatásommal azokra a kérdésekre kerestem a választ, hogy milyen hatásai voltak a Budapesten megrendezett atlétikai világbajnokságnak a helyi lakosságra, hogyan alakult a nemzeti büszkeség érzése a vb kapcsán az emberekben, milyen közösségépítő hatásai lehetnek egy világversenynek, egy mozgásra ösztönző program mennyire befolyásolja a résztvevők sportolási szokásait és milyen társadalmi-kulturális öröksége van egy világbajnokságnak.

A kutatásomat félig strukturált interjúk készítésével végeztem: a helyi lakosság és a szervezők körében összesen 15 interjút készítettem.

A helyiekkel készített interjúk alapján nem volt hatással a mindennapi életükre a vb szervezési periódusa. A többség elégedett az új létesítménnyel, többen számoltak be arról, hogy a fejlesztéseknek köszönhetően a kerületet pozitívabban látják. A világbajnokság életre szóló élményt adott, a megkérdezettek nemzeti büszkeségét erősítette.

A Hétköznapi Hősök programban részt vevők körében vegyes eredmények születtek, volt, akit a mozgás és a sport szeretete motivált a részvételre, és volt, aki csak a kedvezményes kupon miatt indult el egy-egy rendezvényen.

A szervezői interjú alapján tudatosan terveztek az örökséggel. Ezen felül igyekeztek a helyiekkel kapcsolatba lépni, ferencvárosi és csepeli iskolákkal, önkormányzattal is felvették a kapcsolatot, továbbá törekedtek arra, hogy a helyi lakosok részt tudjanak venni az eseményen.

A rendezvény társadalmi-kulturális örökségére alanyaik nehezen tudtak konkrét példát említeni, némi fogalmi tisztázást követően azonban voltak, akik tudtak örökséget azonosítani. A másik témakör, amiben egyezést mutattak a csoportok, az az atlétikai központ megnyitásával kapcsolatos kérdés, ugyanis a legtöbben azon a véleményen vannak, hogy a központot meg kell nyitni a nagyközönség számára is.

SZILÁGYI ADRIENN

szilagyi.adrienn2001@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kontor Enikő

egyetemi docens, DE GTK

SZÍNEK SZEREPE A MARKETINGBEN

Kulcsszavak: marketing; pszichológia; színek; fogyasztói magatartás

Napjaink rohanó és folyamatosan fejlődő marketing világában a színek stratégiai hasznosítása kulcsfontosságú és sokrétű összetevővé vált a fogyasztók figyelmének megragadásában és döntéseinek befolyásolásában. A színek szerepe a marketingben messze túlmutat a pusztán esztétikán, mivel hatékony eszközként működik, amely képes alakítani az észleléseket, előidézni az érzelmeket, és ami a legfontosabb, a vásárlási döntéseket ösztönzi. Mivel a vállalkozások folyamatosan versengenek a fogyasztói elkötelezettségért, hűségért és versenyelőnyért, a színek marketingstratégiákon belüli manipulálása a feltárás és tanulmányozás létfontosságú útjává vált.

A marketing modern korszakában, ahol az információk és reklámok özöne folyamatosan verseng a fogyasztók figyelméért, a tömegből való kitűnés óriási kihívás. A színek egyedi és általánosan elismert szimbolikájukkal közvetlen vonalat kínálnak az emberi pszichének. Átlépik a nyelvi korlátokat, és gyakran ezek az első elemek, amelyek a fogyasztó elméjében rögzítődnek.

A kulturális tényezők tovább erősítik a színmanipuláció összetettségét a marketingben. Míg a színpszichológia értékes betekintést nyújt, elengedhetetlen, hogy felismerjük a kulturális eltérések hatását a színérzékelésre és -preferenciákra. Ami az egyik kultúrában pozitív vagy negatív színtársításnak tekinthető, nem biztos, hogy igaz a másokban.

A fogyasztói magatartásnak a színek stratégiai felhasználásával történő befolyásolása nem elszigetelten működik. A színek nem léteznek vákuumban; befolyásuk gyakran attól függ, hogy milyen kontextusban mutatják be őket. A kontextuális alapozás elve szerint a szín hatása a környezetétől függően változhat. A színek kombinációja a hirdetésben vagy a termék megjelenítési környezetében megváltoztathatja a színek észlelését, és ezáltal befolyásolhatja a fogyasztói magatartást.

A színpszichológia egy érdekes átfogó téma, amelynek ismerete felettébb hasznos lehet, főleg egy marketingszakember számára. A színekkel kapcsolatos tudás és a színek megfelelő használatával a cégek versenyelőnyre tehetnek szert, illetve a márka és a fogyasztók kapcsolatát is megerősítheti.

THOMKA BALÁZS

thomkabal@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Fehér András

egyetemi docens, DE GTK

AZ ÉLMÉNYMARKETING HATÁSA A LEVENDULATERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI SZOKÁSOKRA

Kulcsszavak: fogyasztói magatartás; piaci diverzifikáció; érzékszervi marketing; stratégiai pozicionálás; élmény

Az élménymarketing napjainkban egyre növekvő figyelmet kap mind hazai, mind nemzetközi vállalatok körében, hiszen új utakat nyit az ügyfélkapcsolatok mélyítésében és a fogyasztók érzelmi kötődésének erősítésében. Különösen releváns lehet ez a természetes termékek piacán, így a hazai gyógynövénytermelésben, és azon belül a levendula termesztésében is. A levendula ismert nyugtató és stresszoldó tulajdonságairól, kellemes illatáról, valamint egyéb jótékony hatásairól. A mai fenntarthatósági és egészségorientált trendekhez igazodva a fogyasztók egyre inkább keresik azokat a termékeket, amelyek egészségesek, környezettudatosak és fenntarthatóak.

Kutatásomban azt vizsgálom, kérdőíves megkérdezés és szakértői interjúk segítségével, hogy hogyan lehet az élménymarketinget hatékonyan felhasználni a levendulatermékek piaci pozicionálásában, valamint, hogy a fogyasztók milyen élményeket keresnek ezekkel a termékekkel kapcsolatban. Emellett fontos kutatási témakör volt a potenciális piacbővítési lehetőségek feltárása akár földrajzi akár termékdifferenciálás szintjén is. A primer és szekunder kutatásaim során választ kerestem arra, hogy az élmények hogyan befolyásolják a fogyasztói döntéseket, és milyen szerepet játszanak a vásárlási folyamatban.

Az eredmények azt mutatják, hogy az élménymarketing kiváló eszköz lehet a levendulatermékek piacán, mivel a termelők tudatosan építhetnek a fogyasztók élményfogyasztására mind a termékek, mind a kapcsolódó szolgáltatások terén. A fogyasztók különösen keresik az eszképpista élményeket, a természetességet és a harmóniát. Az interjúk alapján az élménymarketing alkalmazása jelentős piaci előnyt biztosíthat, segítheti a brandépítést és elősegítheti a levendulatermékek piaci pozíciójának erősödését, különösen a gasztronómia területén.

Összefoglalva, az élményalapú marketingstratégia hatékony eszközként szolgálhat a levendulatermékek piaci növekedéséhez és a fogyasztói kapcsolatok erősítéséhez, különös tekintettel az új célcsoportok megszólítására és a termékek diverzifikációjára, illetve elősegítheti a vidéki turizmus fejlődését a különböző hazai régiókban vagy akár piacbővítési lehetőséget rejthet a hazai vagy külföldi piaci terjeszkedés tekintetében.

TÓTH KRISZTINA

krisztinat2001@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Fehér András

egyetemi docens, DE GTK

A FOGYASZTÓI MAGATARTÁS ÉS A SZEMÉLYISÉG KAPCSOLATÁNAK VIZSGÁLATA VÁSÁRLÓI DÖNTÉSEK ELEMZÉSÉVEL

Kulcsszavak: fogyasztói magatartás; marketing; személyiség; MBTI; pszichológia

A rohanó világban egyre több kihívással kell szembenéznünk, ha a marketingkommunikációról beszélünk. Az egyén és a személyre-szabottság egyre nagyobb szerepet kap és a fogyasztók igénylik is az ilyen jellegű szegmentációt. Éppen ezért a célcsoportok megalkotásához jobban kell ismerniük a fogyasztók személyiségét.

A külső motivátorokon túl, a személyiség az egyik legnagyobb befolyással rendelkező pszichológiai motivátor a vásárlásban. A vásárlói döntések meghozatalához sokszor fordul az ember önmagába, de legalább ugyanennyi személy fordul a környezete felé. Ahhoz, hogy megtudhassuk, ki hogyan cselekedne az adott szituációban, ismernünk kell a személyiségének egyes tulajdonságait, hogy nagyobb rálátásunk legyen a döntéseinek miértjére.

A kutatás során elsődleges célkitűzéseim között az szerepelt, hogy egy olyan átfogó szakirodalmi áttekintést alkossak meg, mellyel a későbbiekben segítséget nyújthatok egy ilyen jellegű marketingkampány megalkotása során felmerülő kérdésekben. Amellett, hogy javasoltam a Myers-Briggs személyiségtípus-elméletet, alternatívaként bemutattam a Big Five modellt, valamint a fogyasztói magatartás egyéb befolyásoló tényezőit is figyelembe vettem. A primer kutatás során arra törekedtem, hogy összefüggéseket találjak az egyes vásárlói döntéshozatalok és az alanyok személyisége között, ehhez pedig egy kvantitatív és egy kvalitatív kutatási módszert is felhasználtam. Egy kérdőíves megkérdezést végeztem el, valamint egy fókuszcsoportos beszélgetést bonyolítottam le. A nem reprezentatív és nem véletlenszerű kérdőíves megkérdezésemet 306 fő töltötte ki. A kitöltők relatívan magas száma lehetőséget biztosított számomra, hogy fontos összefüggéseket fedezzek fel. A kérdőív kielemezése során Khi-négyzet próbával tártam fel az összefüggéseket, valamint diagramokat készítettem az eredményekről és azokat elemeztem. A fókuszcsoportos beszélgetés során a résztvevőket vásárlási döntéseikkel kapcsolatban kérdeztem, mivel korábban a kérdőív kitöltése során megismertem személyiségüket.

A fontosabb eredmények közé tartozik, habár a két kutatásom mintája nem reprezentatív, a megállapításaim alkalmasak arra, hogy különbségeket lehessen tenni az extrovertált és introvertált fogyasztók vásárlási szokásai között.

UHRIN DÁVID

david.uhrin@gmail.com

Marketing

MA, 2. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Szabó Edit

óraadó, BGE KKK

MIT FOGYASZT, AKI NEM FOGYASZT? A SZERVEZETI KULTÚRA ÉS AZ EGYÉN SZINTŰ FOGYASZTÓI MAGATARTÁS ÖSSZEHASONLÍTÓ ÉS ELEMZŐ VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: fogyasztói magatartás; szervezeti kultúra; szervezeti magatartás; nemfogyasztás; employer branding

Napjainkban a társadalmat áthatja a végletesen túlzott fogyasztás. Mit tud tenni egy munkáltató ennek vissza szorítására? Teret tud nyerni a nemfogyasztói magatartás szervezeti szinten? Képes hatni a munkavállalói fogyasztói magatartásra a kultúra? – ilyen és ehhez hasonló kérdésekre keresem a válaszokat dolgozatomban az egyéni, csoportos (peer-to-peer) és a szervezeti szinteken.

A vizsgálat és kutatási terület emellett, a szervezeti csoporthatások és az egyéni fogyasztói döntések kapcsolatán keresztül hivatott új perspektívákat nyitni és összefüggéseket keresni két távolinak tűnő, viszont szorosan összefüggő terület között az alábbi hipotézisek vizsgálatán keresztül:

1. A szervezeti fogyasztói magatartás hatással van a munkavállalói fogyasztói magatartásra.
2. A munkavállalói fogyasztás kölcsönhatásban van (peer-to-peer) a kollégák fogyasztói szokásaival.
3. Az alulról szerveződő kezdeményezések hatást gyakorolnak a szervezeti fogyasztói szokásokra.
4. A lemondásos nemfogyasztás kollegális szinten előidézhető a munkavállalók egymásra gyakorolt hatásának köszönhetően.
5. A kimaradási nemfogyasztást elő tudja idézni a fogyasztó munkakörnyezetének nem megfelelő munka-magánéleti egyensúlya.

A kutatásom szekunder adatforrások elemzését és értékelését, valamint kvantitatív kérdőíves vizsgálatot foglal magában, amely a munkahelyi szolgáltatásokat, csoporthatásokat és munkavállalói jóllétet érinti. A kvantitatív eredményeket kvalitatív fókuszcsoportos interjúkkal validálom hat kis csoport esetében. A kvantitatív minta eredményeit statisztikai vizsgálatokkal kiértékelem, míg a kvalitatív kutatást a means-end-chain technikával elemzem.

Az eredményekből megállapítható, hogy a szervezeti kultúra szerves része a fogyasztói magatartás, amely a munkavállalók számára napjainkban kiemelten fontos a munkahelyválasztás során. Továbbá, hogy a hiteles employer branding gyakorlatok mellett, a szervezeten belüli csoport-közi hatások tesznek egy munkahelyet élhetővé és példamutatóvá.

VETRÓ BERNADETT LILLA

vetrobernadett@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment szak

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Témavezető:
Kisfürjesi Nóra
tanársegéd, BGE PSZK*

ÉRZELMEK VAGY TÉNYEK? ÉRZELMEK JELENTŐSÉGE A VINTEDEN TALÁLHATÓ FELHASZNÁLÓI VISSZAJELZÉSEKBEN

Kulcsszavak: érzelmek; Vinted; online vélemények; szájreklám

A Vinted platform egyre növekvő népszerűsége miatt fontos megértenünk a felhasználói interakciók dinamikáját, különösen a szöveges visszajelzések vásárlási döntésekre gyakorolt hatását. Dolgozatom célja az eladókra vonatkozó visszajelzések hasznosságának és befolyásoló erejének vizsgálata volt.

Kutatásom során vegyes módszertant alkalmaztam: kvalitatív tartalomelemzést és kvantitatív online kérdőíves felmérést. A résztvevők (195 személy) négy különböző stílusú, szimulált visszajelzést értékelték, az érzelmi telítettség és a polaritás dimenziói mentén. A visszajelzések négy tényező mentén lettek mérve: hasznosság, a véleményíró vélt racionalitása, az eladóról alkotott kép és a vásárlási szándék.

Az elemzés során ismételt méréses ANOVA-t alkalmaztam a hipotézisek tesztelésére. Az eredmények azt mutatták, hogy a felhasználók értéklik az eladókról szóló szöveges visszajelzéseket és ezek jelentős hatással vannak vásárlási döntéseikre. Az érzelemmentes visszajelzéseket hasznosabbnak és racionálisabbnak tartották, míg az érzelemteljes értékelések negatívan befolyásolták az eladóról alkotott képet és a vásárlási szándékot.

A kutatás nemcsak a felhasználók számára nyújt értékes információkat, hanem a Vinted számára is fontos betekintést ad a platformon megjelenő visszajelzésekről és azok fontosságáról.

Marketing – Fogyasztói magatartás

Elnök:	Dr. Balogh Péter	DE
Társelnök:	Dr. Agárdi Irma	BCE
Tag:	Dr. Lógó Emma	BME
Tag:	Dr. Máté Zoltán	BGE
Tag:	Dr. Szigeti Orsolya	OE
Titkár:	Tóth Zoltán	ME

ALMÁSI NIKOLETT
almasi.nikolett02@gmail.com
emberi erőforrások
BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem
Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:
Balázsné Dr. Lendvai Marietta
főiskolai docens, BGE PSZK
Farkas Kira Zoé
Üzleti Partnerség koordinátor, BGE Üzleti Partnerség, Alumni Kapcsolatok Iroda

ÉLMÉNYEK NYOMÁBAN A BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM EMBERI ERŐFORRÁSOK SZAKOS HALLGATÓI KÖRÉBEN

Kulcsszavak: hallgatói élmény; elégedettség; élmény; ügyfélélmény; egyetemi hallgatók

Az ügyfélélmény fogalmával a szolgáltatásmenedzsment és marketing gyakorlati órán volt lehetőségem részletesebben megismerkedni. A témakör bővebb feltárása során áttekintettem, hogy egy ügyfél milyen sok ponton tud kapcsolódni egy vállalathoz és hogy élményképének kialakítását jelentősen meghatározza a vásárlás előtti, alatti és utáni tapasztalata is. Manapság a vállalatok már tudatosan nagy hangsúlyt fektetnek az ügyfélélmény kialakítására, hiszen ez nélkülözhetetlenné vált a versenyképesség megteremtéséhez és a hosszútávú ügyfélkapcsolatok kialakításához.

Tanulmányaim során elgondolkodtam azon, hogy az ügyfélélmény koncepció, hogyan állná meg a helyét felsőoktatási vonatkozásban. Ez alapján született meg a TDK dolgozatom fő témája, mely a hallgatói élmény mögötti dimenziókat kívánja feltárni.

Dolgozatom során az élmény és ügyfélélmény szakirodalmi áttekintésével kezdtem, majd kitértem a hallgatói élmény meghatározására is. Választ kerestem arra, hogy a hallgatói élménynek milyen összetevői lehetnek és azokat milyen módszerekkel lehet mérni.

A dolgozat második felében saját primer kutatásom során kevert módszertant alkalmaztam, melynek során az alábbi kérdésekre kerestem a választ:

1. Mi jelent élményt a hallgatók számára?
2. Milyen élménydimenziók azonosíthatók a hallgatók válaszai alapján?
3. Mik a főbb észlelt kockázatok, csalódási esetek?
4. Milyen javaslatokat tennének a hallgatók a hallgatói élmény fejlesztése kapcsán?

Kvantitatív oldalról kérdőíves kutatást végeztem, melyben a harmadéves és végzős emberi erőforrások szakos hallgatókat kérdeztem meg előre meghatározott élménydimenziók alapján, melyeket egy előkutatás keretében mértem fel. Az adatelemzés módszereként a gyakorisági eloszlással kapcsolatos statisztikai mutatókat, kapcsolatszorossági vizsgálatokat és klaszterelemzést alkalmaztam. Kvalitatív oldalról interjúkat készítettem egyrészt egyetemi oktatókkal, hogy megismerjem az oktatói szempontot is a témát illetően, másrészt diákszervezeti tagként is jelen lévő hallgatókkal, hiszen ők nem csak megélik, hanem alakítják is a hallgatói élményt.

Kutatásom során sikerült válaszokat kapnom a feltett kérdéseimre, melyek eredményét összegezve a dolgozatom utolsó részében ismertettem.

RÁHEL ORSOLYA CZIRE

czire.rahel@gmail.com

Commerce and Marketing

BSc, 7. semester

Eötvös Loránd University

Faculty of Economics

Supervisors:

Dr. Erika Hlédik

associate professor, ELTE GTK

Prof. Dr. Gábor Forrai

professor, ELTE GTK

CUPFLUENCE - MOTIVATIONS AND BARRIERS SHAPING THE PERCEPTION OF MENSTRUAL CUPS AMONG 18 TO 50-YEAR-OLD CONSUMERS

Keywords: menstrual cup; diffusion of innovation; consumer behaviour; alternative menstrual products; perception analysis

Despite potential advantages and waste reduction effects, the adoption of menstrual cups remains low. This study explores the perceptions, motivations, and barriers influencing menstrual cup usage among Hungarian consumers, focusing on consumer behaviour and product preferences. A mixed-methods approach is used, combining in-depth interviews with consumers and company representatives and an online questionnaire addressing four key factors related to knowledge gaps, societal taboo, product choices, and environmental concerns.

The findings provide valuable insights into the role of education and information dissemination, which is crucial in enhancing the perception of menstrual cups and driving product adoption. Further, there is a notable improvement in opinions when individuals are educated about menstrual cups. This study highlights strong connections between environmental consciousness and product choice, as well as monthly spending on menstrual products and the choice to use menstrual cups.

The research contributes to the understanding of the adoption process of menstrual cups, applying the Diffusion of Innovation framework. What sets this study apart is the intricacy of the primary research, the Central European context and the examination of the awareness stage of the innovation process, as understanding the influential factors in this stage can aid the progression of the innovation adoption. Such influential factors are the societal taboo, the sustainable nature of the product and the effect of the knowledge gap. The findings offer important insights for companies in the menstrual product industry, emphasizing the significance of factors such as comfort, protection, and environmental considerations in product selection. Education also plays a pivotal role in alleviating concerns about alternative period products.

However, it is important to acknowledge the study's limitations, including convenience sampling, uneven age group distribution, reliance on self-reported answers, and potential bias. Therefore, the results should be interpreted with caution, recognizing that they may not fully represent the broader population. Nevertheless, these findings provide a solid foundation for further analysis and consideration.

HORVÁTH RAMÓNA

mazsirami@gmail.com

Marketing

MSc, 3. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Keller Veronika

egyetemi docens, SZE KGK

ZSÁNERKUTATÁS A KÖNYVPIACON

Kulcsszavak: marketing; zsánerkutatás; könyvpiac; buyer persona; olvasási szokások

Az OTDK dolgozatom témája a könyvpiacra végzett zsánerkutatás, amely keretein belül a regényfogyasztók szegmentálására, olvasói és vásárlási szokásainak feltérképezésére, és a tökéletes buyer persona behatárolására törekszem.

Számos tudományos kutatás született már az olvasói szokásokról, azonban kevés foglalkozik a regényolvasással, mint szórakozással, kikapcsolódási tevékenységgel, a zsánerirodalommal pedig még kevesebb. A dolgozatom célja, hogy feltérképezem a zsánerirodalom fogyasztóinak olvasási és vásárlási szokásait, valamint meghatározzam az egyes zsánerek tökéletes buyer personáját.

A dolgozatom szakirodalmi részében szekunder kutatás alapján körbejáróm az olvasási szokások témakörét. Különböző tudományos kutatásokat dolgozok fel, amelyek már foglalkoztak ezzel a témával. Ezek feldolgozását követően összegzem az eddig ismert információkat az olvasói szokásokról, és levonom a témámhoz releváns következtetéseket.

A dolgozatom célját, hogy meghatározhasam az egyes zsánerek fogyasztói rétegét és megalkothassam a tökéletes buyer personát, primer kutatással összegyűjtött információk alapján érem el. Kérdőíves kutatást végeztem különböző internetes olvasói csoportokban, ahol a célcsoportok fellelhetők. Az ő válaszaik alapján kerül meghatározásra a zsánerek fogyasztóinak jellemzése.

A kutatásom gyakorlati jelentősége, hogy bármelyik könyvkiadó, amelyik zsánerirodalommal is foglalkozik, felhasználhatja stratégiaalkotásra, kommunikációs terv készítésére, ami támogatja a hatékony marketingmunkát. A kutatásom által rálátásuk nyílhat, hogy egyes zsánerek fogyasztóinak mik a fogyasztási szokásaik.

JÉCSAI-KRISTON KOPPÁNY FERENC

kristonferi281@gmail.com

Turizmus-Vendéglátás

FSz, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:

Dr. Lenkovics Beatrix

főiskolai docens, BGE KVIK

Szakál Dorina

tudományos segédmunkatárs, BGE KVIK

A MAGYAR GINEK SZEMKAMERÁS ÉS FOGYASZTÓI ÉRZÉKSZERV VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: minőség; gin; magyar; szemkamera; kostolás

A kutatásom témáját személyes érdeklődésem ihlette meg. Így kerültek a magyar ginek a TDK dolgozatom középpontjába, melyeket új szemszögből vizsgáltam meg. Egyetemi éveim első két évében étteremben dolgoztam, ahol láthattam, hogy évről évre egyre több és különlegesebb gin kap helyet az itallapon. Tanulmányomban azt kívánom megvizsgálni, hogy egyes üvegek címke design-ja befolyásolja-e, és ha igen mennyire a gin fogyasztóinak elfogadottságát, tulajdonságát és vásárlási szándékát.

Napjainkban a legnagyobb kihívást az információ feldolgozása jelenti. Az ember és a műszerek nem versenytársak, hanem inkább kiegészítik egymást. A szemkamerás vizsgálat egyre elterjedtebb, ami annak is köszönhető, hogy akár milliméter pontossággal tudja lekövetni a szem mozgását. Követi, hogy mely területekre, és hogy azon belül mennyi ideig figyel az emberi szem. A szemmozgás alapján feltártam, hogy melyik gin termék címkéje vonzza leginkább a résztvevők vizuális figyelmét, majd egy demográfiai kérdőívet töltöttem ki, hogy választ kapjak a gin ismeretekről. A szemkamerás mérésen a Budapesti Gazdasági Egyetem hallgatói vettek részt, akik egy fogyasztói érzékszervi tesztben is közreműködtek.

Kutatásom egyik alap kérdése: Befolyásolja-e a palack megjelenése az első benyomást a palackban rejlő minőségről?

Az érzékszervi vizsgálatoknak különösen fontos szerepe van az alkoholos italok esetében, mivel ezen italok megítélése nagyban függ az érzékszerveken keresztül tapasztalt élményektől. A látvány az illat az íz és a textúra kulcsfontosságú tulajdonságok a minőség megítélésében. Fogyasztói érzékszervi kutatásomban vakteszt vizsgálatot végeztek el a bírálók, akik nem ismerték a termék márkáját, árát, és csomagolását, hanem egy kódolt minta alapján kérdeztem meg a véleményüket. Kutatásomban arra kerestem a választ, hogy melyik magyar gint kedvelik a legjobban a vizsgálatban résztvevők.

A dolgozatom végén összevetem a szemkamera által kapott adatokat és az érzékszervi teszt eredményét. A kutatásom eredményt ad arról, hogy a gin palackján található címke érdeklődést felkeltő hatása és a valós íz élmény között milyen összefüggés lehet.

JÓNA ROZINA

jona.rozi94@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezetők:

dr. Palányi Ildikó

egyetemi docens, PE GKZ

Jámbor Balázs Róbert

főiskolai adjunktus, PE GKZ

PANDORA SZELENCÉJÉNEK TITKA AVAGY MIBEN REJLIK AZ "ÉKSZERNAGYÁGYÚ" SIKERE?

Kulcsszavak: Pandora; márka-brand; fogyasztói szokások; ékszerek

A Pandora a világ egyik vezető ékszermárkája, és hatalmas sikerrel működik az ékszerpiac különböző szegmenseiben. Az elmúlt évek során a Pandora a fogyasztók körében kiépítette hírnevét, mint egy olyan vállalat, amely minőségi ékszereket kínál megfizethető áron.

A kutatásom legfőbb motivációja, hogy a Pandora vállalatot különböző szempontok szerint megvizsgáljam, valamint a primer kutatásom során a magyarok Pandora vásárlási szokásait elemezzem. A témaválasztásom legfőbb oka, hogy 17 éves korom óta én magam is a Pandora egyik rendszeres vásárlója vagyok.

Fő kutatási kérdésem: Mi a Pandora ékszerek titka? Miben rejlik az ékszernagyágyú sikere?

Szekunder kutatás keretein belül bemutatom a Pandora cég történetét, termékpalettáját, elemzem a helyét a piacon figyelembe véve a versenytársakat is. Céljaim közé tartozik az is, hogy felkutassam azokat a nehézségeket, amikkel az utóbbi években szembe kellett néznie a vállalatnak, illetve hogyan kezelte a cég ezeket a problémákat, és hogyan hatottak ezek a működésre és a vásárlói szokásokra. Kutatásom során azt is megvizsgálom, hogy a Pandora milyen lépéseket tesz a vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR) irányába, illetve a vállalat marketing stratégiáját is elemzem különböző módszerekkel (SWOT analízis, BCG mátrix, 4P elemei). Azt is kutatom, hogy a Pandora esetében hogy jelenik meg a napjainkban széles körben elterjedt tömeges testreszabás.

Primer kutatásom során pedig azt szeretném felmérni, hogy a magyaroknak milyen vásárlási szokásai vannak a Pandora esetében, illetve mennyire ismert ez a márka Magyarországon. Itt kitérek arra, hogy mekkora összeget szoktak kiadni egy-egy vásárlás esetén, milyen gyakran vásárolnak, milyen hatással volt/van a Covid és az infláció a vásárlási szokásaikra. Ehhez kvantitatív módszerrel online kérdőíves megkérdezést végzek. Kutatásom eredményeképpen azt várom, hogy sikerül megalkotni egy perszóna profilt a Pandora egy tipikus magyar vásárlójáról. A dolgozat végén pedig összegzem az elemzés eredményeit, és javaslatokat teszek a cég számára.

MÉSZÁROS CSABA

csabime@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 4. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Prónay Szabolcs
egyetemi docens, SZTE GTK

AZ ÖNVEZETŐ AUTÓK TÁRSADALMI ELFOGADOTTSÁGA A HAZAI FIATALOK KÖRÉBEN

Kulcsszavak: önvezető járművek; társadalmi elfogadottság; conjoint; UTAUT-2 modell; fókuszcsoport

A kutatás vizsgált tudományos kérdése az önvezető autók társadalmi elfogadottsága a hazai fiatalok körében. Központi kérdésem, hogy a hazai fiatalok körében milyen aggályok és kardinális kérdéskörök jelennek meg, amelyek döntéshozatali szempontból kritikusak az önvezető autók igénybevételére vonatkozóan. Emellett vizsgálom, hogy általánosságban milyen mértékben kritikus szempont az autonóm járművek funkcionalitási jellemzői, illetve, hogy mely funkcionális jellemzőket tartják a legfontosabbnak az önvezető autók kapcsán.

A tanulmány során két kutatási módszert alkalmazok: fókuszcsoportos kutatást és full profile conjoint kutatást. A minőségi megismerés különösen fontos az önvezető autók társadalmi elfogadottságára vonatkozóan, mivel társadalomtudományi szempontból rendkívül széles skálán lehet megfogni a kérdéskört. A guide tematizált részét képezte a modell alapján a várható teljesítményre, a várható erőfeszítésre, a társadalmi hatásra, a támogató, facilitáló feltételekre, a hedonista motivációkra, az ár-érték percepcióra, az észlelt veszélyre és a megszokásra vonatkozó kérdéskörök.

A full profile conjoint elemzés keretein belül 18 db teljes önvezetést (L5) modellező kártyákat hoztam létre, amelyeket egy adott termékjellemző és a kapcsolódó attribútumszint jellemez. Az önvezető autózást befolyásoló tényezők megállapítása az UTAUT-2 modell alapján történt, így összesen 7 attribútum, független változó került kialakításra. Továbbá elmondható, hogy a full profile conjoint módszerrel jól mérhető az adott attribútumok relatív fontossága és részhasznossága.

A fókuszcsoportos kutatás alapján a felhasználók számára az egyéni biztonság a legfontosabb szempont, a full profile conjoint kutatás során is a legmagasabb részhasznossági és relatív fontossági értékekkel rendelkező ezen attribútum. Emellett döntő kritérium az önvezető autók használata, igénybevétele során az ár, illetve a megfizethetőség, így, amennyiben az önvezető autók költséghatékony megoldásnak mutatkoznak - a saját autó fenntartásával szemben - magasabb társadalmi elfogadásra tehet szert. A kutatás alapján kijelenthető, hogy a társas, szociális befolyása kisebb értékkel bír, mint az egyéni megítélésünk. Természetesen - ahogy ez a fókuszcsoportos kutatás alapján is kirajzolódott – nem csak az egyén kizárólagos megítélése fog számítani, hanem a technológiával kapcsolatos szakelemek, közéleti vélemények, illetve a család és barátok, ismerősök véleménye is árnyalhatja attitűdünket.

RÉGI BOGLÁRKA BEÁTA

regi.boglarka@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Sipos Erika

mestertanár, BGE KVIK

AZ ÖNKÉNTESSEG, MINT ÚJ MOTIVÁCIÓ NAPJAINKBAN

Kulcsszavak: önkéntesség; önkéntes turizmus

A kutatás célja az önkéntesség, mint motiváció szerepének feltárása a rendezvények terén és a turizmusban, különösen a magyar fiatal korosztály körében. Nagy hangsúlyt fektet ezen kívül az egyetemi szervezésű önkéntes programok hatásának felmérésére is. Az önkéntes turizmus iránti érdeklődés növekedett a 18-35 év közötti fiatalok körében, akik az utazások során szerzett önkéntes élményeken keresztül társadalmi értékeket, új kapcsolatokat és személyes fejlődést keresnek. Ez az ága a turizmusnak a 2000-es évek elején tapasztalt jelentős növekedést, melynek oka az olcsóbb légi utazás és az online foglalások elterjedése volt (Better Volunteering Better Care, 2014). A kutatás központi kérdése, hogy az önkéntes tevékenységek, illetve az ilyen jellegű egyetemi szervezésű kezdeményezések milyen hatással vannak a fiatalok utazási szokásaira, motivációira és a közösségi programok iránti érdeklődésükre.

A kutatás kvantitatív és kvalitatív módszereket ötvözt. Két fókuszcsoportos interjúra került sor, az egyikben az önkéntességben már jártas fiatalok, a másikban pedig olyanok, akik még nem próbálták ki ezt a tevékenységet, vettek részt. A kutatás továbbá nyolc, különböző önkéntességgel foglalkozó szervezettel és alapítvánnyal készült mélyinterjút foglal magában, aminek célja a hazai önkéntes programok, illetve az ezzel kapcsolatos egyetemi rendezvények és együttműködések részleteinek megismerése volt. Ezek mellett a kvantitatív, online kérdőíves adatgyűjtés, több, mint 200 kitöltővel, a 18-35 év közötti magyar fiatalokat célozta meg, és első sorban a motivációikra, tapasztalataikra és az önkéntes turizmushoz kapcsolódó preferenciáikra fókuszált.

Az eredmények alapján a 18-35 éves korosztály tagjai legfőképpen időhiány miatt inkább az alkalmi és rövidebb programokat részesítik előnyben, ugyanakkor korlátozott információkkal rendelkeznek ezekről az eseményekről. A kutatás kiemelten vizsgálja az egyetemi szervezésű események szerepét, amelyről kiderült, hogy bizonyos kereteken belül képes lehet nagyobb érdeklődést generálni, és támogatni a fiatalokat az önkéntes tevékenységekben való részvételben. A kutatás eredményei hozzájárulhatnak az önkéntes turizmus népszerűsítéséhez és az iparág számára releváns önkéntes programok kidolgozásához, amelyek a közösségi értékeket és a fiatalok személyes fejlődését fenntartható módon támogathatják.

Marketing – Generációs marketing

Elnök:	Dr. habil. Reicher Regina Zsuzsánna	BGE
Társelnök:	Dr. Gyulavári Tamás	BCE
Tag:	Dr. Kovács Stefan	BME
Tag:	Mgr. Dr. Zsigmond Tibor	SK SJE
Titkár:	Dr. Kovács Bence	ME

ALBERTI LAURA

albertilaura2003@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Németh Péter

adjunktus, PTE KTK

A GREENWASHING JELENSÉGE ÉS FELISMERÉSÉNEK KÉPESSÉGE A Z GENERÁCIÓS FOGYASZTÓK KÖRÉBEN

Kulcsszavak: greenwashing; zöld marketing; Z generáció; szemkamera; fogyasztói magatartás

Ahogy korábban is meg voltak minden időszaknak a saját maga kihívásai, ez napjainkban sincsen másképp. A digitalizáció rohamos fejlődése és a mesterséges intelligencia térhódítása mellett azonban, nem hunyhatunk szemet az életünket egyre gyakrabban sújtó környezeti problémák felett sem. Látva viszont azt, hogy a fenntarthatósági kérdések túlmutatnak a környezeti problémákon, dolgozatomban egy, a fenntarthatósági szemlélet előtérbe kerülése kapcsán kialakuló, társadalmi-gazdasági jelenséget vizsgálok: a greenwashing-ot; amelynek jelenléte megakadályozza, vagy legalábbis jelentős mértékben késlelteti a fenntartható gazdasági folyamatok kialakítását.

Dolgozatom szakirodalmi részében átfogóan bemutatom a jelenséget; hogy mit is jelent pontosan a greenwashing, milyen tényezők állhatnak a háttérben, illetve, hogy hogyan jelenhet meg a gyakorlatban. Mindemellett, kérdőívvel kiegészített, de elsősorban stabil szemkamerával végzett primer kísérleti kutatásommal azt tárom fel, hogy hogyan viszonyulnak a Z generációs fogyasztók a greenwashing jelenségéhez és hogy egy „zöld”, illetve egy semleges termék összehasonlításakor, milyen tényezők alapján hozzák meg a vásárlási döntésüket. Továbbá megvizsgálom, hogy képesek-e kiszűrni a döntéshozatal során a greenwashing jelenségét a Z generáció tagjai és ha igen, akkor milyen egyéni, viselkedési, magatartási karakterisztikákkal írhatóak le azok az egyének, akik képesek erre.

Az eredményeim alapján elmondható, hogy a „tudatos” generációként ismert Gen Z tagjai jellemzően nem ismerik a greenwashing jelenségét, és bár a fenntarthatósági aggályok kognitív szempontból megjelennek az egyéneknél, ez a viselkedésükben jellemzően nem tükröződik vissza; melynek háttérben többek között a megfelelő edukáció hiánya áll.

Ahhoz azonban, hogy egy fenntartható – de legalábbis fennmaradó – világban tudjunk élni, esszenciális lépés lenne a gazdasági szemléletünk és folyamataink teljeskörű átalakítása. Az ezt megakadályozó, hátráltató greenwashing jelenség elleni harcban pedig a leghatékonyabb és legfontosabb fegyverünk a fogyasztók edukációja és fogyasztással kapcsolatos attitűdjük megreformálása.

BAYER NIKOLETT

bayerniki@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Nagy Ákos**adjunktus, PTE KTK*

A GYÜMÖLCSBOR WEBÁRUHÁZAK UX ELEMEINEK ÖSSZEHASONLÍTÁSA A Z GENERÁCIÓ ESETÉBEN

Kulcsszavak: e-kereskedelem; UI; UX; gyümölcsbor; ajándékvásárlás

Dolgozatom a gyümölcsbor webáruházak felhasználói felületének (UI) és felhasználói élményének (UX) vizsgálatával foglalkozik, különösen a Z generáció körében, ajándékvásárlási helyzetekben. Az első fejezetben a Z generáció bemutatásával kezdtem, valamint fogyasztói magatartásuk jellemzőivel, amelyek alapvetően meghatározzák vásárlási döntéseiket. A második fejezetben a magyar bortermelés történeti háttérét, a gyümölcsborok előállítási módját, helyzetüket Magyarországon és világszerte, illetve a Z generáció borfogyasztási szokásait ismertetem. A harmadik fejezetben a felhasználói felület és élmény fogalmát, valamint azok e-kereskedelmi vonatkozásait mutatom be részletesen, kiemelve, hogyan befolyásolják a vásárlói élményt.

A szakirodalmi háttér áttekintése alapvetően segítette kutatásomat, mivel számos új felfedezést tettem a témában. A kutatási kérdést így fogalmaztam meg: milyen mértékben befolyásolják a UI és UX elemek a vásárlási döntéshozatalt a Z generáció körében, különösen ajándékvásárlási szituációkban? A kérdés megválaszolására kombinált kutatási módszertant alkalmaztam, amely lehetőséget biztosít a jelenség átfogó vizsgálatára mind kvantitatív, mind kvalitatív megközelítéssel. A primer kutatásomat mélyinterjúkkal indítottam, ahol 10 különböző gyümölcsborászati webshopot elemeztem, és 5 főt kérdeztem meg, hogy megérthessem a vásárlók mélyebb motivációit. Ezt követően szemkamerás kutatást végeztem, amely során 5 webshopot elemeztem 20 fő bevonásával.

A kutatás eredményei rávilágítottak a gyümölcsbor webáruházak hiányosságaira, valamint arra, hogy mely UI és UX elemeket értékelik a Z generáció tagjai. A szemkamerás kutatás során kiderült, hogy a Z generáció számára kiemelten fontos a felhasználóbarát, egyszerű navigációval rendelkező webshopok választása. A kérdőíves kutatás megerősítette, hogy a vizuális hierarchia, a jó képminőség, és az oldal gyorsasága és kényelme nagyobb relevanciát kap, mint a márka neve, a termék ára vagy annak kiszárazása.

Összességében a kutatás arra a következtetésre jutott, hogy a UI és UX elemek professzionális kialakítása döntő szerepet játszik a Z generáció vásárlási döntéseiben, különösen ajándékvásárlási helyzetekben. A vásárlók elsősorban az egyszerű, jól navigálható, gyors és vizuálisan vonzó weboldalakat részesítik előnyben, amelyek segítenek a döntési folyamatban, és megfelelő vásárlói élményt biztosítanak.

BUJTOR SÁRA

sarabujtor@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kelemen-Erdős Anikó

egyetemi docens, BME GTK

AZ ONLINE MARKETING HATÁSAINAK VIZSGÁLATA AZ X, Y, Z GENERÁCIÓK INTERNETHASZNÁLATI SZOKÁSAI ALAPJÁN

Kulcsszavak: online marketingkommunikáció; adatvédelem; esettanulmány; mélyinterjú; online megkérdezés

Megosztott adataink egyre nagyobb veszélynek vannak kitéve az online felület mérete, valamint az adatok hozzáférhetősége miatt. Így egyre kiemelkedőbb szerepet kap adataink védelme, azonban a felhasználók gyakran nem ismerik, vagy nem foglalkoznak az adatvédelemmel, így az adatok sebezhetőségével sem.

Jelen dolgozat során célom, hogy feltárjam adataink felhasználásának néhány okát, valamint azok sebezhetőségét. Dolgozatom fókuszában interdiszciplináris megközelítésben a digitális marketing, a különböző online marketingkommunikációs eszközök, valamint az adatvédelem állnak. Emellett központi szerepet kap az eltérő generációk internethasználati szokásainak elemzése, a motivációk feltárása és megértése.

Szakirodalmi kutatásom az online marketingeszközöket és technikákat elemzi, illetve azt, hogy miképp befolyásolja a hirdetések megjelenése adataink megadását. Esettanulmány segítségével megvizsgálom egy korábbi Facebook-botrány miertjét, stratégiáját, leleplezését és az esetből levonható következtetéseket. Primer kvalitatív kutatásom során tizenkét mélyinterjút készítettem, melynek segítségével mélyebb információkra tettem szert az internethasználati, illetve adatmegosztási szokásokkal kapcsolatban, generációkra bontva. Feltártam a felhasználók viselkedésének okait, vizsgálva az elektronikus eszközök használatát, az online platformok igénybe vételét, valamint a közösségi média használati és adatmegosztási szokásait. Az eredmények alapján hipotéziseket alkottam, melyeket felhasználtam a kvantitatív kutatásom alaphipotéziseiként. Primer kvantitatív kutatásom online megkérdezés formájában történt. Az eredmények szerint az idősebb generáció elővigyázatosabb adatmegosztás terén. Az életkor, valamint az internethasználatához fűződő addikció között van kapcsolat. Mindemellett elmondható, hogy a fiatalabb nemzedék tart inkább attól, hogy visszaélnek adataikkal.

A dolgozat eredményei rámutatnak, hogy mivel az adatvédelmi visszaélések a mai napig megoldandó problémát jelentenek, mind a jogalkotók, mind a jogalkalmazók, valamint az internetfelhasználók számára, fontosnak tartom, hogy a visszaélések elkerülése miatt szélesebb körű tájékoztatást nyújtsanak a felhasználók részére az adatok jogszerűtlen felhasználásáról és annak megelőzéséről akár az iskolákban, akár az online térben. Nagyobb rálátást szükséges biztosítani az adatok interneten történő felhasználásának nyomon követésével kapcsolatban, hogy nagyobb ismeretre tegyünk szert azok kiszolgáltatottságának okán.

DÉNES JULIANNA KRISZTINA

julianna.krisztina@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 5. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kelemen-Erdős Anikó
egyetemi docens, BME GTK

MAMA HOTEL SZEREPE A Z GENERÁCIÓ FOGYASZTÁSI SZOKÁSAIBAN

Kulcsszavak: mama hotel; Z generáció; étkezési szokások; fókuszcsoport

Napjainkra egyre gyakoribb jelenséggé vált, hogy a középiskola befejezése után, a fiatalok hosszabb ideig élnek otthon a szüleikkel, így az egyetemi tanulmányaik mellett nincsenek rákényszerítve arra, hogy elhelyezkedjenek a munkaerőpiacon. Emiatt viszont várhatóan később teremtik meg saját egzisztenciájukat, mellyel elkezdhetik önálló életüket. A dolgozatom témája az úgynevezett „mama hotelben” élők fogyasztási szokásainak vizsgálata a Z generáció körében. Azért választottam ezt a témát, mert foglalkoztat, hogy a generációm hogyan gondolkodik a vásárlásról, egészségesen, tudatosan és változatosan étkeznek-e.

A dolgozat céljai közé tartozik, hogy elemezem a szülőkkel élő fiatalok, illetve az albérletben vagy kollégiumban lakók termékpreferenciáinak eltéréseit, fókuszálva az étkezési és a vásárlási szokásokra. Vizsgálom az ehhez kapcsolódó egészségtudatosságot is mind az elfogyasztott élelmiszerek, mind az ahhoz kötődő szokások, így különösen a rendszeresség tekintetében. Emellett szeretném feltérképezni, milyen mértékben fogyasztanak félkész, kész és gyorséttermi ételeket. Megvizsgálom azt is, hogy mennyiben befolyásolja vásárlási szokásaikat az önálló keresetre, illetve a szülők támogatására való támaszkodás. Ezen felül megállapítom, hogy élnek-e az online bevásárlás nyújtotta lehetőségekkel.

A dolgozatomat szakirodalmi forrásokra alapozom, melyet követően kvalitatív, fókuszcsoportos kutatást végzek, amelynek során a Z generáció preferenciáit elemzem. Négy fókuszcsoportot készítek, interjúalanyaim egyik csoportját a „mama hotelben” élők, második csoportját a kollégiumban vagy albérletben lakók képezik. További két csoportot mindkét jellemző együttes alkalmazásával konfliktus csoportként hozok létre. Ezen felül kvantitatív online megkérdezés alapján szeretném felmérni a táplálkozási szokásokat és a fogyasztási preferenciákat a mama hotelben élő és az önfenntartó Z generáció körében.

A kvalitatív kutatás eredménye rámutat arra, hogy milyen motivációból fakadó különbségek vannak az étkezési és vásárlási szokásokban a lakhatástól függően, míg a kvantitatív megkérdezés alapján pedig megállapítható, hogy az otthon élő fiatalok rendszeresebben étkeznek, kevesebb gyorsételt fogyasztanak és általában még a szülők felelnek a főzésért a mindennapokban.

JUHÁSZ RÉKA

reka.juhasz20@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Czine Péter
adjunktus, DE GTK

GENERÁCIÓS ELTÉRÉSEK A KÖNYVVÁSÁRLÁSI SZOKÁSOKBAN – AZ X, Y ÉS Z GENERÁCIÓ VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: könyvpiac; generációk; fogyasztói magatartás; e-könyvek

Az elmúlt évek kutatásai szerint az emberek körében egyre inkább csökken azok száma, akik szabadidejükben olvasnak. Mindemellett az figyelhető meg, hogy a könyvpiac egyre nagyobb piaci bevétellel rendelkezik, és a kiadók egyre több könyvet jelentetnek meg.

A kutatásom általános célkitűzése megvizsgálni a könyvfogyasztói magatartást az X, Y és Z generációk közötti eltérések tükrében. Specifikus céljaim közé tartozik megvizsgálni, hogy van-e szignifikáns összefüggés a generációk és az elmúlt egy évben könyvekre költött összeg, valamint az elektronikus könyvek jövőbeli népszerűsége között.

Kutatási célom vizsgálata érdekében kérdőíves felmérést hajtottam végre online formában, kényelmi mintavételi eljárást alkalmazva (n=445). Kérdőívem négy részből állt össze, melyek a következő témákat vizsgálják: (1) jelenlegi könyvolvasási szokások a kitöltők körében, (2) a megkérdezettek fogyasztói magatartása, (3) elektronikus könyvekkel kapcsolatos attitűd felmérése, (4) társadalmi-demográfiai adatokat feltáró rész. Az adatok feldolgozásához leíró és következtető statisztikai elemzéseket is végeztem, utóbbi esetében Pearson-féle χ^2 -próbát alkalmaztam.

A kapott eredmények alapján megállapítottam, hogy nincs szignifikáns összefüggés a generációk és az elmúlt egy évben könyvekre költött összeg között (χ^2 -érték=11,3; df=10; p-érték (0,33) > α (10%)). Továbbá arra a következtetésre jutottam, hogy szignifikáns összefüggés van a generációk és az e-könyvek népszerűsége között (χ^2 -érték=14,6; df=8; p-érték (0,067) < α (10%)). Mindemellett az is kiderült, hogy a megkérdezett X generáció tagjai körében szignifikánsan kevésbé gyakoriak azok, akik nem értenek egyet azzal a kijelentéssel, hogy a jövőben az e-könyvek lesznek a legnépszerűbb könyvkiadási formák.

Kutatásom következtetései alapján elmondható, hogy nem mutatkoztak kardinális különbségek a generációk könyvolvasási és könyvvásárlási szokásai között. A fellelhető differenciákat vélhetőleg a generációs jegyekből és az életkori sajátosságokból lehet eredeztetni.

MUZSLAI ANIKÓ

muzslaianiko@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:

Dr. Cserdi Zsófia Hajnalka
egyetemi adjunktus, BCE

Dr. Galla Daniella Dominika
egyetemi adjunktus, BCE

TÉGED HÍV A SZIGET FESZTIVÁL ÉS A SZEGEDI IFJÚSÁGI NAPOK? – ÉLMÉNYDIMENZIÓK SZEREPE ÉS HATÁSA A Z GENERÁCIÓT MEGSZÓLÍTÓ MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓS GYAKORLATOKBAN A FESZTIVÁLSZEZONBAN

Kulcsszavak: fesztiválélmény; élménydimenziók; fesztivállojalítás

Az élménygazdaságban a figyelem a termékekről és szolgáltatásokról az általuk nyújtott élményekre helyeződött át, amelyek vizsgálata elengedhetetlen a fesztiválszervezők számára. A kutatás célja, hogy feltárja a zenei fesztiválok Instagramon folytatott online kommunikációjának hatását és jellemzőit, valamint az ezen események által nyújtott élmények és a fogyasztók közötti kapcsolatot. A vizsgálat középpontjában két jelentős magyar fesztivál, a Sziget Fesztivál és a Szegedi Ifjúsági Napok áll, különös tekintettel a Z generációra, akik számára a nyári fesztiválok kiemelkedő jelentőségűek.

A kutatás négy fő kérdést vizsgált:

1. Hogyan határozza meg a Sziget Fesztivál és SZIN Instagram oldalán folytatott kommunikációjának tartalma a felhasználók részvételét és reakcióit?
2. Felfedezhető-e a Sziget Fesztivál és SZIN online kommunikációjában Pine és Gilmore (1999) négy élménydimenziója, és ha igen, melyik dimenziók mutatnak legnagyobb hatást a követőkre?
3. A Sziget Fesztivál és SZIN Instagram oldalán folytatott online kommunikációja során felfedezett legjelentősebb élménydimenziók megegyeznek-e a Z generációs fesztiválozók legemlékezetesebb élményeivel?
4. Van-e kapcsolat a Z generációs fesztiválon résztvevők lojalitása, valamint a Sziget Fesztivál és SZIN Instagram oldalán folytatott kommunikációja között?

Vegyes kutatási módszertan keretében tartalomelemzést végeztem a fesztiválok Instagram-oldalain a rendezvény időszaka előtt, alatt és után, valamint mini fókuszcsoportos interjúkat készítettem a Z generáció tagjaival.

A kutatás eredményei mélyebb megértést kínálnak a fesztiválok Instagram-kommunikációjának hatékonyságáról, kiemelve annak kulcsszerepét a felhasználói aktivitás és részvételi szándék ösztönzésében. Az élménydimenziók elemzése alapján az eszközpizmus dimenzió érte el a legmagasabb engagement értékeket, míg az eszközpizmus és szórakozás kombinációja még tovább fokozta a felhasználói aktivitást. Ezek az eredmények egyértelműen alátámasztják az élményalapú kommunikáció hatékonyságát az online elköteleződés növelésében. Az Instagram-kommunikáció szerepe kettős: az online tartalmak nem feltétlen erősítik az érzelmi kötődést a fesztiválokhoz, azok hiánya mégis kétségeket ébreszthetne a rendezvény hitelességével kapcsolatban. Az online jelenlét tehát nélkülözhetetlen eszköz a résztvevők bizalmának megőrzésében és az esemény iránti hosszú távú érdeklődés fenntartásában.

TÓTH LAURA EVELIN

tthlrln16@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Sasné Dr. Grósz Annamária

egyetemi docens, PE GTK

KI VAGYOK ÉN? AVAGY HOGYAN BEFOLYÁSOLJA A SZEMÉLYISÉGTÍPUS A Z GENERÁCIÓ TIKTOK FOGYASZTÁSI SZOKÁSAIT?

Kulcsszavak: közösségi média; FoMO; TikTok; posztolás; Z generáció; személyiségtípus

A Z generáció szocializációjának fő mozgatórugója, a másokkal való online interakció és kapcsolattartás. A 14-27 éves korosztály hajlamosabb az online közösségi média platformokat előnyben részesíteni és fontos számukra, hogy nem csak a való életben, de az online jelenlétben is pozitív visszajelzéseket kapjanak. A közösségi média platformok közül népszerű vált TikTok alkalmazás lehetővé teszi számukra a rövid formátumú videók létrehozását és megosztását, ezzel generálva a kapcsolataik visszajelzéseit. Egy kutatás szerint a közösségi média felhasználói főleg a közösségi interakció céljából fogyasztják és nézik a TikTOKot és a felhasználók, valamint a használati szokásaik között nem található személyiségalapú különbség.

Első lépésként irodalomelemzést végeztem az eddigi kutatási területekre, alkalmazott módszerekre és célcsoportokra vonatkozóan. Ezt követően primer kutatás keretein belül kvalitatív kutatást végeztem, ahol a célcsoport a 14-27 év közötti TikTok felhasználók voltak.

A csoportok kialakításánál külön csoportba kerültek a TikTokra regisztrált, de oda tartalmat nem posztolók, és a szintén regisztrált, de tartalom megosztást is alkalmazó válaszadók. A csoportinterjú célja a TikTOKot böngésző és regisztrált, valamint a TikTokra posztoló és regisztrált felhasználók motivációjának megértése és fogyasztási szokásainak minél alaposabb megismerése volt. Kvalitatív kutatás eredményeire építve online kérdőív kitöltést végeztem, korábbi kutatások validált mérőeszközei segítségével. Eredményekből megállapítható, hogy a regisztrált, de TikTokra nem posztoló felhasználók tudatosabb közösségi média használatot folytatnak, valamint a TikTokra rendszeresen posztolók elveszítik időérzéküket a TikTok felület böngészése közben.

Kutatási eredményeim hozzájárulnak ahhoz, hogy a TikTok közösségi média fogyasztók és a Big Five személyiségtípusok között van-e összefüggés. Kutatásom során célom meghatározni, hogy a FoMO jelensége vagy a személyiségtípus befolyásolja-e jobban a Z generáció TikTok fogyasztási szokásait.

UNYI DOMINIK VAJK
unyivajk4@gmail.com
kereskedelem és marketing
BA, 7. félév

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Fehér András
egyetemi docens, DE GTK*

AZ Y ÉS Z GENERÁCIÓ KÖZÖTTI KÜLÖNBSÉGEK A MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ TEKINTETÉBEN

Kulcsszavak: marketing; szegmentáció; médiahasználat; közösségi média; generációs különbségek

Kutatásom kiindulópontja az a felvetés volt, hogy az egyes nemzedékek eltérő ingerekre reagálnak, amelyeket különböző módon értelmeznek, és ezekre más-más válaszreakciókat adnak, mivel életük során eltérő hatások érték őket. Alapvető célkitűzésem volt, hogy az Y generációt összehasonlítsam a Z generációval a marketingkommunikációs eszközöket alapul véve.

Kutatómunkám központi kérdése volt, hogy milyen módszerekkel érhető el hatékonyan ez a két nemzedék. Szekunder kutatásomat hazai és nemzetközi forrásokra támaszkodva készítettem el. Részletesen ismertettem, hogy milyen szegmentációs technikák léteznek, külön hangsúlyt fektetve a generációt alapul vevő csoportképzési eljárásra. Továbbá bemutattam a generáció fogalmát és jellemeztem a különböző nemzedékeket. Szemléltettem a médiahasználatban is megfigyelhető eltéréseket. Ezentúl kifejtettem, hogy milyen széles tárház áll rendelkezésre a marketingkommunikációs szakemberek részére, ha üzenetet kívánnak közvetíteni egy adott célcsoport számára.

A téma alaposabb vizsgálata érdekében két primer adatgyűjtési módszert alkalmaztam. Kvalitatív kutatásként két fókuszcsoportos vizsgálatot valósítottam meg, egyet az Y generáció, egyet pedig a Z generáció képviselőivel, melynek középpontjában egy megszemélyesítési kísérlet állt. Kvantitatív adatgyűjtési módszerként egy nem reprezentatív, online kérdőíves felmérést készítettem a két, kutatásomban vizsgált korcsoport tagjainak részvételével. Ennek elemzése során több, statisztikai módszerrel igazolható szignifikáns eltérést fedeztem fel bizonyos kérdések és a generáció háttérváltozó között. Mindkettő vizsgálat alatt kiválóan megmutatkoztak a két nemzedék közötti differenciák, így alátámasztva a felvetéseimet.

Az eredmények összesítését követően beigazolódott, hogy markáns eltérés fedezhető fel a két nemzedék különféle médiumokhoz való viszonya során, továbbá jelentős differencia mutatkozik az online felületen használt platformok területén is. Megállapításra került az is, hogy egyre nehezebb a fiatalabb generációk figyelmét lekötni, ezzel is tovább nehezítve az üzenet hatékony átadását a célcsoportnak. Alapvetően elmondhatom, hogy sikerrel jártam a két generáció összehasonlítása során.

VÉGSŐ VERONIKA

vegsoveronika650@gmail.com

Kereskedelem és Marketing

BSc, 3. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Keller Veronika**egyetemi docens, SZE KGK*

A CSERKÉSZET SZEREPE A Z GENERÁCIÓ MENTÁLIS EGÉSZSÉGÉNEK FEJLŐDÉSÉBEN

Kulcsszavak: mentális jólét; cserkészlet; MET - Mentális Egészség Teszt; Z generáció

A Z generáció tagjai számára a mentális egészség megőrzése komoly kihívást jelent a digitális világban. A folyamatos online jelenlét, a közösségi média nyomása és a gyorsan változó elvárások mind növelik a stresszt és szorongást a fiatalok körében. Kutatásom célja annak feltárása, hogy a cserkészlet hogyan járul hozzá a fiatalok lelki egyensúlyának fenntartásához és fejlesztéséhez. A cserkészlet közösségi és természetközponturn programjai lehetőséget biztosítanak a fiataloknak arra, hogy elszakadjanak a digitális világ nyomásaitól, erősítsék szociális kapcsolataikat, mentális egészségüket és fejlesszék személyes készségeiket.

Módszerként kvantitatív megközelítést alkalmaztam (n=150 fő), online kérdőíves felméréssel, amelyben cserkészek (n=69 fő), más közösségek tagjai (n=36 fő), valamint közösséghez nem tartozó fiatalok (n=45 fő) vettek részt. A kutatás az alábbi területekre fókuszált: (1) Baráti társaság, (2) Képernyőidő, (3) Fizikai aktivitás, (4) Mentális egészség, (5) Közösségi tapasztalatok. A mentális egészség vizsgálatára a pszichológia tudományában népszerű MET, mint Mentális Egészség Tesztet használtam. Az eredmények feldolgozása az Excel statisztika programcsomag segítségével történt, khi-négyzet (χ^2) próbával, t-próbával, valamint az átlagok összehasonlításával elemeztem az egyes csoportokat.

Az eredmények szerint a cserkészletben résztvevő fiataloknál jelentősen alacsonyabb szorongást és magasabb érzelmi jóllétet mértem. A természetben végzett tevékenységek különösen hatékonyak bizonyultak a stressz csökkentésében, míg a közösségi programok erősítették a szociális kapcsolatokat. A kutatás eredményei arra utalnak, hogy a közösséghez való tartozás fontos a fiatalok számára a mentális egészségük érdekében. Így fontos lehet népszerűsíteni más hasonló közösségi programokat, amik értékeben a természet közelsége és a digitális világ mellőzése áll.

Marketing – Influencer marketing

Elnök:	Dr. Gáti Mirkó	BCE
Társelnök:	Dr. Kovács András	BGE
Tag:	Dr. Bence-Kiss Krisztina	ELTE
Tag:	Dr. Saáry Réka	OE
Titkár:	Dr. habil. Kunos István	ME

AGÓCS LAURA BIANKA
agocs.laura.bianka@gmail.com
gazdálkodási és menedzsment
BSc, 7. félév

Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kéri Anita
adjunktus, SZTE GTK

TE HISZEL NEKI? AZ INFLUENZSZEREK ÚJ GENERÁCIÓJA, AZ AI

Kulcsszavak: influenszer; influenszer marketing; mesterséges intelligencia; AI influenszer

Megbízhatóak-e az AI influenszerek? Kutatásom során arra a kérdésre kerestem a választ, hogy milyen a mesterséges intelligencia által generált influenszerek általános elfogadottsága és megbízhatósága a Z generáció körében.

A kutatáshoz szemkamerás vizsgálatot és azt kiegészítőleg RTA interjúkat alkalmaztam egy 31 fős mintán. A vizsgált célcsoportom a Z generáció tagjai voltak.

Előzetes hipotéziseim között szerepelt, hogy a Z generáció tagjai kevésbé tartják megbízhatónak a mesterséges intelligencia által generált influenszereket az emberiekkel szemben; a generáció tagjai a posztolt képeken leginkább az arcokat nézik meg, illetve, hogy hatással van a fogyasztók bizalmára az, hogy mennyire tudnak azonosulni az influenszerrel.

A kutatásom során arra az eredményre jutottam, hogy a Z generáció tagjai nem tartják megbízhatónak a mesterséges intelligencia által generált influenszereket, ezáltal nem is fogadják el őket és nem tartják elképzelhetőnek, hogy az ajánlásukra vásárolnának. Hiányolják belőlük a személyességet, a tapasztalatokat és csak a gépet látják bennük.

A posztolt képeken valóban az arcokat figyelik a legtöbb ideig, azon belül is a szemeket, egyéb figyelemfelkeltő elem ellenére is. Az archoz közeli logók ezáltal nagyobb figyelmet kapnak, amit a márkáknak az együttműködések során érdemes lenne kihasználni.

BARTHA HILDA BIBORKA

biborkabartba00@gmail.com

Marketingkommunikáció

FSz, 4. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Eisingerné Dr. Balassa Boglárka
egyetemi docens, SZE KGK*

**A FOGYASZTÁS DIVERZITÁSA: A PIAC ÉS INFLUENCER MARKETING
TALÁLKOZÁSA, AVAGY A MAGYAR 18 ÉS 25 ÉV KÖZÖTTIEK VÁSÁRLÁSI
SZOKÁSAINAK VÁLTOZÁSA.**

Kulcsszavak: digitális marketing; influencer marketing; közösségi média; vásárlói magatartás; márkahűség

A dolgozat a digitális marketing, azon belül is az influencer marketing és a közösségi média platformok vásárlói magatartásra gyakorolt hatását vizsgálja a magyar 18–25 év közötti fiatalok körében. A kutatás célja, hogy átfogó képet adjon arról, hogyan formálják ezek a modern kommunikációs eszközök a fiatalok fogyasztói döntéseit, márkahűségét és termékpreferenciáit. A tanulmány módszertanilag a PRISMA-modellre épülő szisztematikus szakirodalmi áttekintést alkalmazott, melynek során 28 releváns tanulmány kritikai elemzése készült.

Az elemzés eredményei szerint a közösségi média platformok – mint például a Facebook, Instagram és TikTok – kulcsszerepet töltenek be a fiatalok fogyasztói magatartásának alakításában. Az influencer marketing lehetővé teszi a márkák számára, hogy autentikus, személyre szabott tartalmakkal ériék el célcsoportjukat, ezáltal erősítve a márkahűséget és növelve a vásárlási szándékot. A kutatás rámutat, hogy az autentikus tartalom és a releváns influencer kampányok kulcsfontosságúak a fogyasztói bizalom építésében, és döntő szerepet játszanak a vásárlási döntések meghozatalában.

A dolgozat hangsúlyozza, hogy a digitális marketing új dimenziókat nyit a márkaépítésben és a fogyasztói kapcsolatok kezelésében. Az eredmények alapján a vállalatok számára stratégiai jelentőségű, hogy pontosan megértsék célcsoportjaik igényeit, valamint gondosan válasszák ki azokat az influencereket, akik képesek hitelesen képviselni márkájukat. Az autentikus kommunikáció és a személyre szabott üzenetek hosszú távon hozzájárulnak a márkahűség fenntartásához és a vásárlói elköteleződés erősítéséhez.

Összegzésként a dolgozat rámutat, hogy a digitális marketing, különösen az influencer marketing, forradalmi változásokat hozott a fiatalok vásárlási szokásainak formálásában. A kutatás gyakorlati ajánlásokat is megfogalmaz a vállalatok számára, kiemelve a digitális környezethez való folyamatos alkalmazkodás szükségességét. A sikeres márkák jövőjét az autentikus tartalom, az értékteremtő üzenetek és az aktív fogyasztói párbeszéd határozza meg, amelyben az influencer marketing meghatározó szerepet játszik.

BOBÁK CSENGE

bobak.csenge@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Agrár -és Élelmiszergazdasági Intézet

*Témavezető:
Horváth Ádám Benedek
egyetemi tanársegéd, MATE AGI*

AZ INFLUENSZER MARKETING HATÁSA AZ INSTAGRAMON A FOGYASZTÓI DÖNTÉSHOZATALRA

Kulcsszavak: közösségi média marketing; Instagram; influenszerek; tartalomgyártás; tartalomfogyasztói magatartás

Pályamunkámban az influenszer marketing hatását vizsgáltam az Instagramon a fogyasztói döntéshozatalra. Fontosnak tartottam az influenszer marketing témáját körbejárni, hiszen azt tapasztaljuk, hogy a kereskedelmi folyamatok nagy része átkerült az online térbe, azon belül is a közösségi média platformokra, itt pedig sok influenszer tevékenykedik. A marketinges költségek egy igen számottevő részét ide szánják a nagyobb vállalatok és márkák. Szerettem volna alaposan utána járni, hogy miért is ilyen népszerű marketinges forma az influenszerekkel való együttműködés, mitől tud ilyen hatékony lenni, ugyanakkor, alkalmazásuknak mely buktatói vannak.

Több kutatási célt is kitűztem a munkám elején, melyek az alábbiak voltak, és amelyeket sikeresen végig vittem.

C1 (szekunder): A szakirodalmi áttekintésben a marketingkommunikációról, az influenszerekről, valamint a tartalomfogyasztók jellemzőiről szerzem meg a háttértudásomat, mely a saját primer kutatásomhoz nyújt majd a későbbiekben támogatást.

C2 (kvalitatív): Céлом a tartalomfogyasztók Instagram használati szokásainak a megismerése, különös tekintettel az influenszer marketingre, valamint az influenszerek által közzétett szponzorált tartalmak hatására végbement fogyasztói döntéshozatalra.

C3 (kvalitatív): A tartalomfogyasztók véleményének megismerése mellett szeretnék az influenszerek szemszögéből is vizsgálni, megismerni munkájuk jellegzetességeit.

C4 (kvantitatív): Online kérdőíves megkérdezéssel immáron számszerűsíthető adatokból fogok rálátni az influenszer marketing teljes egészére.

A szekunder kutatás után a saját primer kutatásom megtervezéséhez és lebonyolításához láttam neki. Kvalitatív kutatás során két mélyinterjút készítettem influenszerekkel, és nem kihagyva a másik oldalt, további interjúkat folytattam le olyan tartalomfogyasztókkal, akik influenszereket is követnek az alkalmazáson. Így mindkét oldal szempontjait, véleményét, motivációit megismerhettem, valamint szembe állíthattam egymással azokat.

Ezen információk alapján, a számszerűsíthető adatokért online kérdőívet készítettem, ahol összesen 126 válaszadót gyűjtöttem. A mért adatokból összefoglaló elemzést készítettem. Pályamunkám zárásaképpen pedig a három kutatási részből levontam a megfelelő következtetéseket, valamint ehhez kapcsolódó javaslataimat is megfogalmaztam az influenszerek számára.

SIMON SÁRA LEONA

sara.leona2003@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 6. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Keller Veronika

egyetemi docens, SZE KGK

AZ INFLUENCER MARKETING FOGYASZTÓKRA GYAKOROLT NEGATÍV HATÁSAI

Kulcsszavak: influencer; marketing; negatív; mesterséges intelligencia

TMDK dolgozatomban témája az influencer marketing fogyasztókra gyakorolt hatásának vizsgálata, különös hangsúlyt fektetve a negatívumokra.

Napjainkban virágkorát élik a tartalomgyártók és a vállalatok közti együttműködések, melyeknek célja, hogy a márka minél nagyobb ismertségre tegyen szert és minél több potenciális vásárlót érjen el. Ennek érdekében számos stratégiát alkalmaznak, amelyek a fogyasztók attitűdjeire és vásárlási magatartására is befolyással vannak.

Dolgozatomban elméleti részében részletesen bemutatom az influencer marketing jelenséget, valamint annak jelentőségét és hatékonyságát, hazai és nemzetközi szakirodalmakra, valamint szekunder adatokra támaszkodva. Az aktuális trendek is említésre kerülnek, különös figyelmet szentelve a mesterséges intelligencia térhódítására. Ezen túl kitérek arra, hogy milyen lehetőségei vannak a fogyasztói döntéshozatal befolyásolásának és maguk a tartalomgyártók ebben milyen szerepet játszanak.

Primer kutatásomban kvalitatív és kvantitatív online tartalomelemzésen alapul, melynek eredményeit egyváltozós statisztikai elemzésekkel szemléltetem. Kutatásomban célja, hogy azonosítsam az influencer marketing fogyasztókra gyakorolt negatív hatásait, kockázatait és kihívásait, majd ezek alapján javaslatokat teszek ezen negatív hatások csökkentésére és az influencer marketing fenntarthatóbb, etikusabb működésére.

SIMON SÁRA LEONA

sara.leona2003@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Keller Veronika

egyetemi docens, SZE KGK

MANIPULÁCIÓ VAGY INSPIRÁCIÓ? FOGYASZTÓI ATTITÜDÖK VIZSGÁLATA VALÓS ÉS VIRTUÁLIS INFLUENCEREK ESETÉBEN

Kulcsszavak: influencer marketing; manipuláció; inspiráció; attitűdök

TDK dolgozatom témája a valós és virtuális influencerekkel kapcsolatos fogyasztói attitűdök vizsgálata, különös figyelmet szentelve az inspirációs és manipulációs hatásoknak.

Azért választottam ezt a témát, mert nagyon érdekesnek és aktuálisnak találok a feldolgozását. Bár az ágazat megítélése rendkívül szélsőséges, a jelentősége vitathatatlan. Egyre több szakember foglalkozik a témával, akár jogi akár pszichológiai megközelítésben, hiszen a véleményvezérek mára szinte kikerülhetetlen fogalomként váltak. Az influencer marketing az elmúlt években robbanásszerű növekedést mutatott az online marketing területén, és egyre fontosabb szerepet tölt be a márkák és fogyasztók közötti kapcsolatok kialakításában. Az ágazat jelentőségét mutatja az is, hogy értéke mára már eléri a 24 milliárd dollárt.

Dolgozatom célja az influencer marketing jelenlegi működésének felmérése és elemzése, valamint az azzal kapcsolatos fogyasztói attitűdök feltérképezése. Kutatásom során részletesen elemzem az influencer marketing fogalmát, folyamatát és jellemzőit, kitérek a trendekre és a hatékonyság mérésének lehetséges módszereire, valamint megvizsgálom a fogyasztókra gyakorolt hatásokat is. Dolgozatom során végig nagy hangsúlyt fektetek a mesterséges intelligencia szerepére az influencer marketing területén. A virtuális influencerek megjelenése a piacon új kihívásokat és lehetőségeket teremtett a marketingben. Ezeknek a digitális karaktereknek minden megnyilvánulása gondosan megtervezett, ami még élesebben felveti a manipuláció kérdését. A fogyasztók számára különösen érdekes, hogy mennyire tudnak hitelesen kapcsolódni egy mesterséges karakterhez. A MI megjelenése a közösségi médiában újak tekinthető, ezért izgalmasnak találtam ezt is belevonni a kutatásomba.

A gyakorlati részben a kvantitatív kutatásom alapjául szolgáló kérdőíven és az arra érkező válaszok elemzésén keresztül mutatom be a magyar fogyasztók közösségi média használati szokásait és preferenciáit, illetve az influencer marketing hatásait. Ezen kívül összehasonlítom egy népszerű magyar tartalomgyártó és egy virtuális influencer megítélését egy-egy promóciót tartalmazó Instagram-posztjuk alapján. A gyakorlati rész végén levonom következtetéseim az elemzett témakörökről, illetve javaslatokat annak érdekében, hogy az ágazatban érdekelt vállalatok hatékonyabb és etikusabb influencer marketing stratégiákat dolgozhassanak ki, miközben arra is rávilágítok, hogy a tartalomgyártók hitelessége miként őrizhető meg a fogyasztók szemében.

SONJE MONIQUE

sonjemonique31@gmail.com

marketing

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Gál Tímea

egyetemi docens, DE GTK

A FOGYASZTÓI TUDATOSSÁG ÉS A SKINFLUENCEREK BEFOLYÁSÁNAK VIZSGÁLATA A NŐI BŐRÁPOLÁSI TERMÉKEK PIACÁN

Kulcsszavak: influencers marketing; bőrápolás; szépségipar; tudatos fogyasztás; fogyasztói magatartás

A bőrápolás kezdeti formái egészen az ókori időkig vezethetők vissza, ma már viszont vezető ágazatnak számít a szépségiparon belül. Az orvostudomány és a technológia fejlődésével elérhetővé váltak olyan bőrápolási termékek, amelyek a bőr megjelenésének javítására és különböző bőrproblémák megoldására alkalmasak. Napjainkban a kozmetikai termékek vásárlására egyre inkább jellemző a tudatosság, melynek elterjedésében nagy szerepet játszanak a különböző közösségi felületek, valamint erre a területre specializálódott influencerek.

Célként tűztem ki, hogy megvizsgáljam a női nem körében, milyen szerepet kap a közösségi média a bőrápolási termékek fogyasztásában. Ezzel összefüggésben olyan kutatási kérdéseket fogalmaztam meg, mint milyen szempontok alapján választanak bőrápolási termékeket? A vásárlási döntés folyamatában hol helyezkednek el a közösségi felületek és skinfluencerek? Jellemző-e a végső vásárlási döntés meghozatalára a tudatosság?

A szekunder információgyűjtést követően, a kutatási kérdések megválaszolása és a hipotézisek bizonyítása érdekében primer módszerek kerültek alkalmazásra. A kvantitatív kutatás megalapozottságát kvalitatív módszerek biztosították, mégpedig netnográfiai kutatás és szakértői mélyinterjú formájában. Annak vizsgálata érdekében, hogy a bőrápolás milyen módon jelenik meg az olyan közösségi felületeken, mint a Facebook, Instagram és TikTok, netnográfiai kutatást végeztem. Ezt követően három, a tudatos bőrápolás területén jelentős véleményvezér nézőpontját ismertetem. Végül a kérdőíves megkérdezésben a (tudatos) bőrápolással kapcsolatos fogyasztói magatartás megismerésén és a közösségi média használati szokások feltárásán volt a hangsúly, amely 846 fő bevonásával valósult meg. A mélyebb szintű összefüggések feltárása érdekében a kiértékelés során leíró és többváltozós statisztikai módszereket (keresztábra-elemzés, varianciaanalízis) is alkalmaztam.

A kutatás főbb eredményeként említhető, hogy a közösségi felületek elsősorban információforrásként szolgálnak a vásárlási döntés folyamatában. A kutatásban résztvevő női fogyasztók nem az ár alapján döntenek elsősorban, hanem a termék összetételét vizsgálják meg elsőként. A kutatás során megállapításra került az is, hogy a megkérdezettek többsége már hallott a skinfluencer kifejezésről és jelentős része már vásárolt az ajánlásukra bőrápolási terméket, amellyel többnyire elégedettek voltak annak használata során.

Marketing – Kulturális marketing

Elnök:	Prof. Dr. Józsa László	SZE
Tag:	Dr. Kontor Enikő	DE
Tag:	Dr. Mészáros Katalin	SOE
Tag:	Dr. Szeidl Klaudia	BGE
Titkár:	Dr. Papp Adrienn	ME

ALBRECHT PANNA

panni0908@gmail.com

Marketing

MSc, 4. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Gerdesics Viktória
adjunktus, PTE KTK*

ÚJ SZÍNHÁZI ÉLET? A HAZAI SZÍNHÁZAK MARKETINGTEVÉKENYSÉGÉNEK HATÁSA A FOGYASZTÓI MAGATARTÁSRA A PANDÉMIA ÓTA

Kulcsszavak: színház; marketing; pandémia; online

Dolgozatom fő témája a hazai színházak marketingtevékenységének alakulása és a fogyasztókra gyakorolt hatása a pandémia óta. Célom a kutatással az volt, hogy a vírushelyzet óta a teátrumokban bekövetkezett változásokat a nézők szemszögéből is megismerhessem. Elsődleges kérdésem az hogy milyen hatással voltak a színházak által közzétett online tartalmak a fogyasztók pandémia utáni viselkedésére és milyen további lehetőségeket rejt magában az e-színház. Kutatásomhoz online kérdőívet alkalmaztam, amelyet hazai színházlátogatók körében végeztem, és amelyet végül 256 fő töltött ki. A kutatás során három hipotézist állítottam fel, amelyeket IBM SPSS szoftver segítségével igazoltam. A három feltételezés közül kettő esetében szignifikáns kapcsolat észlelhető, amelyek hozzájárultak a fő kérdésem sikeres megválaszolásához. A felmérés során arra a következtetésre jutottam, hogy a hazai színházak online tevékenysége valóban befolyásolta a fogyasztók pandémia utáni viselkedését, viszont az eredmények azt is mutatják, hogy az e-színházak új iparágként való bevezetésére még nem állunk készen.

BARNA GRÉTA

barnabg16@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 6. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Marien Anita

egyetemi docens, ME GTK

A FILMTURIZMUS RENDSZERÉNEK BEMUTATÁSA KÜLÖNÖS TEKINTETTEL AZ ÉRINTETTEK VIZSGÁLATÁRA ÉS A FILMGYÁRTÁS IMÁZS BEFOLYÁSOLÓ HATÁSÁNAK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: filmturizmus; érintettek; imázs

A dolgozatomban a filmturizmus egyes témaköreit járom végig. A kutatási témámon belül különös figyelmet szentelek a magyar filmgyártásra, a külső helyszínek, azaz a településekre gyakorolt imázsformáló hatásra, illetve a filmturizmus érintettjeit vizsgálom meg.

Kutatási kérdéseim:

1. Milyen hatást gyakorol a filmforgatás a forgatási helyszín imázsára?
2. Milyen szerepe van Magyarországnak a filmgyártásban?
3. Milyen motivációk mentén utaznak a filmturisták?
4. Milyen elvárásokat támasztanak a filmturisták a filmturisztikai desztinációkkal szemben?

Annak érdekében, hogy a vizsgálatom, minél valósabb képet adjon a témaköréről, két primer kutatást is végeztem. Először is készítettem egy mélyinterjút a Budapesten található Origo Stúdió marketingesével és elvégeztem egy kérdőíves megkérdezést is, ahol a filmturizmus általam érintett témaköreiben érdeklődtem.

A beadványom elméleti szakaszában részletesen kifejtem, hogy a filmturizmus miként definiálható és mely turizmusfajtához tartozik (kulturális, hivatás, niche). A filmturisztikai attrakciótípusokat számba vettem. Ilyen látnivalók közé soroltam a tematikus parkokat, a filmstúdiókat, a filmes múzeumokat és a filmes fesztiválokat. A kutatásom során megvizsgáltam, hogy a filmturisták, milyen motivációval rendelkeznek és ez alapján, milyen csoportokra, azaz szegmensekre oszthatjuk fel őket. Feltételezem, hogy a filmforgatások jelentős mértékben gyakorolnak hatást az adott település imázsára. A feltételezésem vizsgálatában volt segítségemre a kérdőíves megkérdezés, amely arra a vizsgálati irányra is kitért, hogy a magyarok mennyire vannak tisztában azzal, hogy hazánknak milyen jelentős szerepe van a filmgyártásban.

A kutatás eredményeképpen elmondható, hogy Magyarország szerepe a filmgyártásban még jelentőségteljesebb, ahogy gondoltam. Az is beigazolódott, hogy egy sorozat vagy egy filmnek a forgatása hatalmas imászbefolyásoló hatással rendelkezik, de csak kizárólag akkor, hogy ha a helyszín ténylegesen szerepel a vásznon és önmagát alakítja vagy a néző számára felfedik a képernyőn látott helyszín nevét. A kutatásom során világossá vált, hogy hazánkban a filmturizmus hivatás turisztikai jelentősége erősebb, mint a kulturális turisztikai. Viszont, hogy ha ilyen mértékben nő hazánk népszerűsége a filmgyártásban, valószínűsíthető, hogy a kulturális rész is fejlődésnek fog indulni.

CSIKÓS ZSÓFIA NIKOLETTA

cs.zsofica@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Társadalomtudományi TDK

Témavezető:

Dr. Boros Kitty

egyetemi tanársegéd, BGE KVIK

A SZABADSÁG SZIGETÉRE JELLEMZŐ ZÖLD MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: fesztiválturizmus; fenntarthatóság; marketingkommunikáció; közösségi média; Green Sziget

A 21. századi társadalomban felértékelődött a szabadidő minőségi eltöltése iránti igény, amelynek következtében előtérbe került a különféle rendezvények látogatása. A könnyűzenei fesztiválok meghatározó szerepet töltenek be a rendezvényturizmusban, amelynek kiemelkedő magyarországi példája a Sziget Fesztivál. A fesztivál kiemelt figyelmet fordít a fenntarthatóságra, így a szervezők létrehozták a Green Sziget nevezetű környezetvédelmi programot, amelynek szemléletmódja, valamint közösségi oldalainak tartalma miatt követendő jógyakorlatnak tekinthető, a fenntarthatóság, illetve a közösségi média tekintetében. Az utóbbi, népszerű trendek alapján kutatásom aktuális és releváns témákat foglal magában.

Dolgozatom során arra keresem a választ, hogy milyen módon jelenik meg a fenntartható szemlélet a Sziget Fesztivál által kommunikált kínálatban. Kutatási kérdésem teljeskörűbb kidolgozásához kutatási alkérdéseket fogalmaztam meg a Sziget Fesztivál általános marketingkommunikációjáról, a környezetvédelemmel kapcsolatos közösségi média tartalmainak jellegzetességeiről, továbbá a Zöld Rendezvény Minősítés követelményeinek való megfeleléséről.

A szakirodalom elemzését követően primer kutatásom keretein belül a mélyebb összefüggések feltárására törekedtem. Ennek érdekében kutatási módszerként szakértői mélyinterjúkat készítettem, valamint a Sziget Fesztivál közösségi oldalain kvalitatív tartalomelemzést végeztem, különös tekintettel az Instagramon található környezetvédelemmel kapcsolatos online tartalmakra. A legfőbb eredmény, hogy a Sziget Fesztivál posztok formájában tájékoztatja és edukálja látogatóit a fenntarthatósági törekvéseiről, valamint általános marketingkommunikációjában társadalmi sokszínűség előnyeit hirdeti. A Green Sziget számos okból adódóan hazai, környezetvédelmi jógyakorlatnak tekinthető, azonban a Zöld Rendezvény Minősítésre nem jogosult, hiszen nem felel meg az előírt követelményeknek.

Kutatásom célja, hogy a Sziget Fesztivál példáján keresztül felhívjam a figyelmet a fesztiválturizmus gazdasági, társadalmi és környezeti hatásaira, a természeti károk enyhítését szolgáló kezdeményezésekre, továbbá a közösségi oldalak véleményformáló- és üzenetközvetítő hatására. Ezzel pedig a gyakorlatban is hasznosítható javaslatokat fogalmazok meg a jövő fenntartható rendezvényeinek szervezői számára.

GABNAI MÁRTA EMESE

gabnai.marta@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Vizi Noémi

tudományos segédmunkatárs, SZTE GTK

TÁRSAD A LOMBAN VAGY TÁRS A DALOMBAN – OLVASÁS-, ÉS IRODALOMNÉPSZERŰSÍTÉS MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: olvasásnépszerűsítés; irodalomnépszerűsítés; Z generáció; POKET zsebkönyvek; VATES projekt

Az irodalom és az olvasás népszerűsítése egyre nagyobb figyelmet kap hazánkban, különösen a fiatalok körében. Az elmúlt években számos innovatív kezdeményezés látott napvilágot, amelyek célja, hogy újra felkeltsék a fiatal generációk érdeklődését az olvasás iránt, és olyan közösségi élményeket kínáljanak, amelyek túlmutatnak a hagyományos olvasás fogalmán.

Az elemzésem célja feltárni a választ arra, hogy hogyan valósul meg és milyen a hatása az olvasás- és irodalomnépszerűsítésnek Magyarországon, különösen a Z generáció körében. A POKET zsebkönyvek, VATES projekt sikere mögött meghúzódó folyamatokat feltárva kívánok hozzájárulni ahhoz a diskurzushoz, amely az olvasás és irodalom jövőjét érinti.

A dolgozatomban a vegyes módszertant; mixed method megközelítést alkalmazom, amely során kvalitatív és kvantitatív kutatási módszereket egyaránt használlok annak érdekében, hogy a kutatási kérdésekre minél átfogóbb és pontosabb választ tudjak adni. Készítettem interjút Bárány Bencével, a VATES társalapítójával, Pompor Zoltánnal, a Magyar Olvasástársaság elnökével és kérdéseket tettem fel Berg Judit írónak. A Z generáció tagjait pedig szóban és írásban, kérdőív formájában is kérdeztem, amire 249 fiattól érkezett válasz. Ebben demográfiai adatok mellett kértem véleményt a kezdeményezésekről is.

A felmérés során kiderült, hogy a Gutenberg-galaxis még korántsem a végnapjait éli, hiszen létezik egy olyan, az olvasásra nyitott csoport, aki pozitívan viszonyul az ilyen kezdeményezésekhez, és jelentős érdeklődést mutat az irodalom iránt. Mivel a kérdőívet olyanok töltötték ki, akik eleve érdeklődnek az olvasás iránt, a válaszok is rendkívül pozitívak voltak, rávilágítva arra, hogy a POKET és a VATES közösségformáló szerepet töltenek be és nem didaktikus módon segítik az olvasási szokások elmélyítését.

A kutatás eredményei arra utalnak, hogy az olvasóvá nevelés és a meseolvasás kiemelt fontossággal bír a megkérdezettek körében, amit a statisztikai adatok is alátámasztottak. Az olvasás számos pozitív készséget fejleszt, legyen szó kreativitásról, kritikai gondolkodásról vagy empátiáról, amelyek mind hozzájárulnak a személyes és közösségi fejlődéshez.

Összességében arra a következtetésre jutottam, hogy az olvasás továbbra is értéket képvisel a Z generáció számára is, és az olvasásnépszerűsítő kezdeményezések hatékony eszközként szolgálnak ennek fenntartására, a digitális kor kihívásai közepette, társak tudnak lenni a dalunkban.

GYARMATI GRÉTA

gyarmatigreta33@gmail.com

Marketing

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Soós Mihály

egyetemi docens, DE GTK

A MAGYARORSZÁGI FOGYASZTÓK FILMIPARRAL KAPCSOLATOS ATTITŰD VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: streaming; marketingkommunikáció; marketing mix; marketingstratégia

Kutatásomban a magyarországi fogyasztók filmiparral kapcsolatos attitűdjét vizsgáltam. A filmipar egy folyamatosan változó, bővülő és fejlődő iparág. Elsősorban a streaminggel foglalkoztam, és annak hatásaival a mozira és a kábeltelevízióra. Ezt követően közelebbről megvizsgáltam az előzetesek és filmes plakátok fogyasztóra gyakorolt hatásait.

A streaming a média és a szórakoztató ipar egyre növekvő részét képezi, a digitális médiaipar egyik legújabb formája. Ezek a társaságok egyre jobban szembe szállnak Hollywooddal és a televízióval. 2024 februárjában, világszerte körülbelül 1,8 milliárd ember volt feliratkozva valamelyik streaming szolgáltatóra.

A marketingstratégiák kidolgozása az egyik kulcsfeladat a filmiparban. Az előzetes a filmek marketing mixének egyik legfontosabb eleme, amivel pozicionálni lehet a filmet a piacon. A posztterek, és a hirdetőtáblák a marketing és a reklám másik legfontosabb eszközei. A posztterek a felkeltik a fogyasztó figyelmét, és tájékoztatják.

Dolgozatomban először szakirodalmi áttekintést készítettem. Ezt követően az általam készített fókuszcsoporthoz interjú eredményeit vizsgáltam. Majd a saját készítésű kérdőívemre adott fogyasztói válaszokat elemeztem. Eredményeim szerint a moziknak nagyobb fenyegetettséget jelentenek a Hollywood által gyártott, már tömegcikknek számító filmek, amik egyre kevésbé nyerik el a fogyasztók tetszését, mint a streaming terjeszkedése. A kábeltelevízió viszont nagy veszélyben van a streaming szolgáltatók terjedése miatt. Eredményeim szerint az előzetesek hatással vannak a fogyasztóra, és a filmes plakátok figyelemfelhívóak, és minden fontos információ megtalálható rajtuk.

HORVÁTH VIKTÓRIA

vikih13@gmail.com

Turizmus-vendéglátás BA

BA, 6. félév

Eszterházy Károly Katolikus Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Domjáné Dr. habil. Nyizsalovszki Rita

egyetemi docens, EKKE GTK

A KULTURÁLIS TURIZMUS FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEI A SIROKI VÁR PÉLDÁJÁN

Kulcsszavak: kulturális turizmus; örökségvédelem; kulturális és örökségturizmus, fejlesztés

A dolgozat célja a kulturális turisztikai attrakciók hatékonyabb kihasználásának bemutatása, különös tekintettel a várakra és kastélyokra, valamint a fejlesztések elmaradásának következményeire. A kutatás szekunder és primer módszerekre épül: szakirodalmak, esettanulmányok elemzése mellett interjúkat és kérdőíves felméréseket alkalmazott.

Az interjúk során a kulturális turizmus területén dolgozó szakemberek, mint létesítményvezetők, marketing szakértők és operatív menedzserek osztották meg tapasztalataikat. Egybehangzó véleményük szerint az integrált tervezés – amely az infrastruktúrát, a látogatói élményt és a fenntarthatóságot egyaránt figyelembe veszi – kulcsfontosságú a sikeres fejlesztésekhez. Hangsúlyozták a digitális technológiák bevezetésének szükségességét, például VR-alapú bemutatók és interaktív kiállítások alkalmazását.

A kérdőíves kutatás a látogatói elégedettséget és preferenciákat mérte fel. Az eredmények szerint a látogatók nagyra értékelik a vár történelmi és kulturális jelentőségét, de igénylik a modern interaktív elemeket és a könnyebb tájékozódást segítő online tartalmakat. Szívesen térnének vissza, ha bővülnének a tematikus rendezvények, programok és gasztronómiai kínálatok.

A dolgozat három fő hipotézist vizsgál:

1. A földrajzi elhelyezkedés jelentős hatással van a turisztikai attrakciók sikerességére, de megfelelő marketinggel és infrastruktúrával a regionális attrakciók is országos jelentőségűvé válhatnak.
2. A látogatói elégedettség és a fejlesztések minősége szoros összefüggésben állnak, különösen az élményalapú elemek terén.
3. A fejlesztések hiánya a látogatószám csökkenését eredményezheti.

A dolgozat egy második ütemű fejlesztési koncepciót is bemutat, amely a keresleti oldal preferenciáira reagál. Ez magában foglalja a digitalizáció fejlesztését (pl. VR-tartalmak és mobilalkalmazások), tematikus rendezvények szervezését, valamint a vár és környező attrakciók összekapcsolását. A siker érdekében a javasolt fejlesztések fenntarthatóságra és hosszú távú trendekre építenek.

ISPÁNKI ESZTER ZSÓFIA

ispieszti@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Dr. Vágány Judit Bernadett

főiskolai tanár, BGE KVIK

A KÖNYVPIAC ÚJ KORSZAKA: AZ ONLINE ÉRTÉKESÍTÉS ÉS A GAZDASÁGI VÁLSÁGOK HATÁSAI A KÖNYVVÁSÁRLÁSI ÉS OLVASÁSI SZOKÁSOKRA, VALAMINT A KÖNYVPIACRA

Kulcsszavak: könyv; könyvkereskedelem; válság; online kereskedelem; fogyasztói szokások

A könyvek kultúránk szerves részét képezik és formálják azt nap mint nap. Az elmúlt években a digitalizáció gyors előrehaladásának és a gazdasági válságoknak köszönhetően drasztikusan felgyorsult és átrendeződött a könyvpiac, megváltoztatva ezzel a könyvkereskedelem hagyományos struktúráját.

Dolgozatom az internetes könyvkereskedelem és a válságok könyvpiacra, valamint fogyasztói szokásokra gyakorolt hatását vizsgálja, átfogó képet nyújtva a magyarországi könyvpiac működéséről és a piaci szereplők kapcsolatáról.

Tanulmányomban két kutatási kérdés és két hipotézis került megfogalmazásra. Első kutatási kérdésem (K1): Hogyan reagálnak a magyar könyvpiac szereplői a válsághelyzetekre? Második kutatási kérdésem (K2): Milyen hatással volt az online könyvkereskedelem növekvő népszerűsége az elmúlt évtizedben a könyvkiadás, a könyvértékesítés és olvasói szokások alakulására? Első hipotézisem (H1): A könyvpiac jelentősen változik a válsághelyzetek ideje alatt és az azt követő időszakban. Második hipotézisem (H2): Az online könyvkereskedelem elterjedésével csökkent a könyvesboltok forgalma, miközben az online könyvvásárlások száma jelentősen növekedett.

Dolgozatomban kvantitatív és kvalitatív módszerek alkalmazásával, három kutatást végezve tártam fel a témaköröm. A fogyasztói oldalt kvantitatív kérdőíves kutatás segítségével vizsgáltam 219 fő bevonásával. A piaci szereplőket érintő kutatásomat két részre osztottam, alkalmazva kvantitatív és kvalitatív módszereket is, hogy minél átfogóbb képet kapjak helyzetükről. A strukturált kérdőívemet 19 kiadó és könyvkereskedő töltötte ki, emellett 7 interjút készítettem a könyvpiac több szektorában (kiadó, kereskedő, nyomda) elhelyezkedő cég vezetőivel, munkatársaival.

Kutatásomból megállapítható, hogy a válságok idején a könyvek árai emelkednek, a fogyasztók pedig odafigyelve költségeikre, előnyben részesítik a kedvezményes vagy régebbi kiadású könyveket. A könyvpiacra a válságok negatívan hatnak, azonban nem minden esetben jelentkeznek a következményei azonnal. A fogyasztók nagyobb hajlandósággal költenek többet az online vásárlások során. Az e-kereskedelem forgalma a Covid járvány ideje alatt megnövekedett, azt követően szinte visszacsökkent a járványt megelőző szintre, mivel a vásárlók nagy része visszatért a könyvesboltokba vásárolni. Az eredményekből következtethető, hogy a könyv közgazdasági értelemben véve nem normál jószág és az online könyvkereskedelem nem helyettesíti hosszú távon a könyvesbolti kereskedelmet.

KOHL ZSANNA*kzsanna2@gmail.com*

kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Jakopánecz Eszter
adjunktus, PTE KTK

A KÖNYVPIAC ÉS A SZERZŐI MARKETING VIZSGÁLATA A DIGITALIZÁCIÓ KORÁBAN

Kulcsszavak: kultúramarketing; könyvpiac; írói marketing; digitális marketing

Dolgozatom elkészítésével célom az volt, hogy megvizsgáljam a mai Magyarország könyvkiadási helyzetét legfőképpen a szerzők oldaláról, hiszen úgy gondolom, hogy a kulturális piac kihívásai némiképp ellehetetlenítik és elkedvetlenítik a tapasztalatlan alkotni vágyókat. Meggyőződésem, hogy a kezdő írók is képesek a lehetőségeik kihasználásával, megfelelő tájékozódással és alapvető piaci ismeretek megszerzésével a számukra kitűzött piaci eredményt elérni.

Ez a terület marketing szempontból kevésbé vizsgált, amiknek felderítésére egy átfogó szekunder kutatást készítettem, melyben először a kultúra gazdasági alapvetéseit és a magyar könyvpiac sajátosságait mutattam be. Értekeztem a könyvkiadásban használt hagyományos és innovatív üzleti modellekről, a piac szereplőiről is. A fókusz marketing értelemben főként azokra az innovatív digitális megoldásokra helyeztem (közösségi média, online publikálás stb.), melyek a megfelelő stratégiai szempontok figyelembevételével elérhetik a kívánt célcsoportot, növelhetik az olvasóbázist. Öt csoportra osztottam az online tartalomgyártókat (elsősorban írókat), a két általam meghatározott elemzési módszer alapján, ami az én- és a termékmarketing koncepcióján alapult. Primer kutatásom kvalitatív módszertannal készült. Saját kutatásomban a Z generáció (digitális bennszülöttek) rendszeres olvasóival, összesen 10 fővel készítettem mélyinterjút. Főként az olvasási preferenciákat, vásárlási döntéseket, illetve a sikeres online írói imázs olvasói szemléletét tártam fel.

Az eredményeim alapján megállapítható, hogy a rendszeresen olvasók aránya összefügg olyan társadalmi tényezőkkel is, mint a háztartás egy főre jutó vagyona, illetve az iskolázottság. Elmondható, hogy a digitális robbanás jelentősen csökkentette az olvasók számát. Az online marketingstratégiák alkalmazásakor fokozottan ügyelni kell a piac változásaira, hiszen az olyan tényezők, mint a hosszú farok modell érvénybe lépése jelentősen megnehezítik a kellő mértékű kattintás/vásárlás elérését. Az interjúk során kiderült, hogy a Z generáció előnyben részesíti a vásárlást, mint a kölcsönzést, ugyanakkor vásárlási döntéseiket egy hagyományos olvasói értékrend alapján hozzák meg. Világossá vált, hogy a könyv alternatívák használata helyett, még mindig a nyomtatott regényeket helyezik előtérbe. Az online- mellett hangsúlyozzák a személyes kommunikáció jelentőségét is, illetve összességében jobban szimpatizálnak azokkal az írókkal, akik a termékkoncepciót helyezik előtérbe.

KREITER KARINA

kreiter.karina@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 5. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Tóth Tímea Zsófia

tanársegéd, SOE LKK

„EGY KIS BONJOUR MESSZIRE VISZ.” - PÁRIZS FILMTURIZMUSA AZ EMILY PÁRIZSBAN C. SZOROZAT VONATKOZÁSÁBAN

Kulcsszavak: tematikus utak; utazási motiváció; nemzetközi filmipar

A Tudományos Diákköri dolgozat tárgya Párizs filmturizmusa, valamint az Emily Párizsban című Netflix sorozat bemutatása és elemzése volt.

A filmturizmus egy rendkívül szűk terület a turizmuson belül, de igazán egyedi és fontos, mert egyre népszerűbbé válik. Az elemzés során a filmturizmus fogalmát, jellemzőit, valamint a pozitív és negatív hatásai lesznek ismertetve. A dolgozat gócpontokat is bemutat, illetve a sorozat helyszíneit és kínálati elemeit is részletezi.

Az elemzést követően a fókusz Párizsra terelődik, ahol a helyi filmstúdió kerül megemlítésre. Mindezekon kívül filmforgatási adatok is bemutatásra kerülnek. A dolgozat arra is rávilágít, hogy milyen a kapcsolat a filmipar, a kreatív ipar és az irodalom között. Ebben a részben a Disney filmek, Disneyland és a Párizsban készült filmek is szerepet kapnak.

A dolgozat középpontjában az Emily Párizsban sorozat áll. A kutatás célja, hogy feltárja a sorozat népszerűségét, valamint összegyűjtse a keresleti és kínálati elemeit. Elemzésre kerülnek a nézettségi adatok, a tematikus séták lehetőségei, a promóciós termékek, és a sorozattal együttműködő cégek is.

A dolgozat primer kutatással is kiegészül, amelyben egy kérdőíves lekérdezés és szakmai mélyinterjúk is megvalósulnak. A kérdőív kitöltőitől megtudjuk, hogy ismerik-e a sorozatot, és igénybe vennének-e tematikus utakat. A 135 főből 52,6% látta a sorozatot, és a legtöbben 10 pontra értékelték egy 10-es skálán. A mélyinterjúk során egyértelműen világossá vált, hogy az utazási irodák nyitottak a tematikus utakra. Az utazási irodák hangsúlyozták, hogy a vendég az első, így, ha valaki sorozattal kapcsolatos utat szeretne, azt meg is valósítják a jövőben.

Összegzésként elmondható, hogy az Emily Párizsban egy jó sorozat, amely vonzza a fiatalokat, és utazásra ösztönözheti őket. A sorozat a mindennapi életet mutatja be, így a nézők jobban azonosulnak a főszereplő karakterével.

Végül megállapítható, hogy a sorozat és a filmturizmus egyaránt fejlődik, és számos lehetőség rejlik bennük, amit ki kell aknázni. A primer kutatás eredményei is azt mutatják, hogy fényes jövő vár a sorozatra és a filmturizmusra is.

SCHMIDT DÓRA ÁGNES

schmidtdora21@gmail.com

kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Nagy Ákos

adjunktus, PTE KTK

KÖNYVKERESKEDELEM MAGYARORSZÁGON - A MAGYAR VÁSÁRLÓK OMNICHANNEL KÖNYVVÁSÁRLÁSI SZOKÁSAI ÉS PREFERENCIÁI

Kulcsszavak: könyvkereskedelem; customer journey; omnichannel; Need for Touch; impulzusvásárlás

A dolgozatom a magyarországi könyvkereskedelemről szól. Így először rövid történelmi áttekintéssel kezdem, majd bemutatom a jelenlegi helyzetet, a könyvolvasási és könyvvásárlási szokások tekintetében. Már ezekből is igen érdekes következtetéseket tudtam levonni. Ezekután a jelenlegi két legnagyobb könyvkereskedőt, a Librit és a Lírát elemzem és mutatom be röviden. Ezt követően a kutatásom előkészítése érdekében szakirodalmi áttekintés segítségével magyarázom el a szükséges fogalmakat.

A dolgozatom fő kutatási célja, hogy minél jobban megértsem a könyvvásárlás esetében a customer journey-t, ügyfél utat, vagyis azt, hogy egy könyv megvásárlása során, milyen folyamatokon megy végig egy vásárló, melyik magatartás a legjellemzőbb Magyarországon a könyvvásárlókra. Szeretném megtudni, hogy melyek azok a helyszínek, platformok, ahol leginkább el tudják érni a kereskedők a fogyasztóikat. Illetve szeretném megtudni, hogy a könyvek esetében mennyire van jelen a „need for touch” (érintés iránti vágy) jelenség, illetve mennyire jellemző a könyvvásárlókra az impulzusvásárlás.

A kutatásomat kérdőíves megkérdezéssel végeztem, mert így tudtam a lehető legtöbb embert elérni és valamilyen általános érvényű választ kapni a kutatási kérdéseimre. A kérdőívet könyves csoportokba tettem ki, így valóban olyan emberek választ sikerült összegyűjtenem (665 fő), akik érdekeltek, érintettek a témában.

A kutatásom során több érdekes megállapításra is jutottam. Bizonyosságot nyertem, hogy már Magyarországon is igénylik a fogyasztók az omnichannel lehetőségeket. A tradicionális/hagyományos és online vásárlók mellett megjelentek már a showroomer, webroomer, smart shopper, omnishopper vásárlók is. Az omnichannel magatartás talán nem meglepő módon legtöbbször online információszerzés (leginkább okostelefon használatával) és fizikai üzletben való vásárlásként jelenik meg. Az is kiderült számomra, hogy a könyvszerető emberek nagyon szeretik a könyves csoportokat, fórumokat, platformokat, így itt érdemes jelen lenniük a könyvkereskedőknek. A NFT és impulzusvásárlás szintén bizonyítható, hogy jelen vannak a könyvkereskedelemben. Az NFT nyilvánvalóan a tradicionális/hagyományos vásárlók számára kiemelten fontos. Az impulzusvásárlás azonban online és offline vásárlás esetében is előfordul sokaknál, illetve azoknál, akik könyves csoportoknak tagjai, azoknál még gyakrabban.

TÓTH BENEDEK

tothbenedek36@gmail.hu

Turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

*Témavezető:**Sipos Erika**mestertanár, BGE KVIK*

A KELETI HULLÁM, AZAZ A KELETI POPKULTÚRA TÉRHÓDÍTÁSA, ILLETVE A VONATKOZÓ IGÉNYEKET KISZOLGÁLÓ RENDEZVÉNYEK ELEMZÉSE

Kulcsszavak: popkultúra; rendezvény; rendezvényszervezés; fogyasztók; kereslet

A keleti popkultúrára támaszkodó rendezvények hazai térnyerése új jelenség, így bőven akad mit kiaknázni a rendezvényszervezők számára. A rendezvényszervezőknek tisztában kell lenniük a keleti popkultúra elemeivel, és a fogyasztók igényeivel, hogy minél kiválóbb rendezvényeket szervezhessenek. Ehhez piackutatást kell végezni, és a fogyasztói igényeket minél jobban fel kell térképezni. Erre vállalkozom is a szakdolgozatomban. Meg kell ismerni részletesen a fogyasztók preferenciáit, motivációit, hozzáállását, hogy minél hatékonyabban szervezhessünk minél jobb rendezvényeket, melyek minél több látogatót vonzanak. A rendezvényszervezőknek nagy hangsúlyt kell fektetniük a kreativitásra és az innovációra. Olyan ötletes elemeket kell a rendezvénybe szervezniük, melyek a legmagasabb szinten elégítik ki a fogyasztók igényeit. A minél kiválóbb rendezvények szervezése gazdasági haszonnal is kecsegtet, ami még korántsem maximálisan kihasznált. Megfelelően kell kommunikálniuk is a célközönségükkel, a megfelelő területeken, az eziránt érdeklődők nagyrészt internetes fórumokon keresztül elérhetőek és megszólíthatóak. A közösségi média kiváló eszköz az ilyen típusú rendezvények népszerűsítéséhez. A Mondocon kapcsán is van, amit javítani lehetne. Fogyasztói oldalról több kritikával is találkoztam már erről a rendezvényről, több megszólalással, és kommenttel, melyek változások létrehozásáról szóltak. Azért készülne tehát szakdolgozatom, hogy kutassam a fogyasztók igényeit mind a keleti popkultúrára támaszkodó rendezvényekkel, mind kifejezetten a Mondocon-nal kapcsolatban, és így a magyar rendezvényszervezők számára hasznos információkkal szolgálhassak, hogy minél kiválóbb rendezvényeket szervezhessenek. Céлом tehát a célpiac kutatása. Megértése annak, hogy milyen elvárásokat támasztanak a célpiac tagjai egy ilyen témájú rendezvénnyel szemben. Kutatása annak, hogy mely programok vonzanak a legtöbb látogatót, illetve mely programokra hajlandóak a legtöbb pénzt kifizetni. Felkutatása annak, hogy mik azok a negatívumok, amik arra kényszerítik a célpiac tagjait, hogy érdeklődésüket egyre inkább elveszítve ne jelenjenek meg több ilyen jellegű rendezvényen. Motivációk kutatása/elemzése, és minél jobb megértése. Céлом az is, hogy kifejezetten a Mondocon-nal kapcsolatban kutassam/elemezzem a fogyasztók változtatásokkal kapcsolatos igényeit, és a szakdolgozatom végén ajánlással szolgálhassak a Mondocon rendezői számára, a minél kiválóbb programterv összeállításának az érdekében.

Marketing – Márkázás

Elnök:	Dr. Jenes Barbara	NJE
Tag:	Dr. Kádár Beáta	RO EMTE
Tag:	Dr. habil. Juhász Csilla	DE
Ttikár:	Dr. Kovács Bence	ME

BIRKÁS BEATRIX

trixi.birkas@gmail.com

Marketing

MA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezetők:

Dr. Székács Anna

óraadó, BGE KKK

Dr. Sato Noriko

óraadó, BGE KKK

A TOKYO DISNEYLAND SAJÁTOSSÁGAI ÉS KÜLÖNLEGESSÉGEI MARKETINGES SZEMMEL

Kulcsszavak: Japán; Disneyland; marketing

Hipotézis 1: A Tokiói Disneyland márkájának áttörő sikere nagymértékben rejlik abban, hogy rendkívül jól adaptálta a Disney globális márkáját a japán kulturális értékekhez és az emberek preferenciájához.

Hipotézis 2: A Tokiói Disneyland exkluzív, sokszor limitált kiadású termékei, valamint a helyi, „japánokra szabott” élményei nagyban hozzájárulnak egy igen magas fogyasztói lojalitáshoz – ami jóval magasabb a többi Disneyland-hez képest.

Hipotézis 3: A japán emberek fokozott érzelmi kötődése az egyes Disney karakterekhez egy olyan kulcsfontosságú tényező a Tokiói Disneyland marketingjének sikerében, amellyel jelentősen befolyásolja a fogyasztói magatartást és növeli a látogatottsági arányt.

Kutatásom során feltárom miben is rejlik Japánban a Disney igazi varázsa. Hogy lehet az, hogy sosincs „egy unalmas nap” a témaparkban, mindig több ezres tömegek állnak sorba a bejutásnál reggelente. Miért képesek a japánok akár másfél órát sorban állni ahhoz, hogy felülhessenek egy tíz percre tartó látványosságra. Miért aggatják tele a táskájukat különböző Disneyland-es szuvenírekkel és miért szinte kötelező elem a park látogatásakor a híres Mickey Egér fül beszerzése? Ilyen és ezekhez hasonló kérdéseket boncolgattam TDK kutatásom során.

Fontosnak tartom megjegyezni, hogy van Tokyo Disneyland és Tokyo DisneySea, jelen dolgozatomban egyként szeretnék rájuk utalni, mint „Disneyland”. Szekunder kutatásom során a Disney szeretetmárkává válásáról, a japán emberek kitalált karakterekhez kötődéséről, valamint a Disneylandről, mint szolgáltatásról írtam elsősorban.

Primer kutatásként pedig elvégeztem egy kisebb volumenű (120 fő) fogyasztói kérdőívet, amellyel megpróbáltam belelátást nyerni a japán fogyasztói döntéshozatal „fekete dobozába”, hogy pontosan miért is népszerű annyira ez a látványosság. Mi lehet az oka annak, hogy a Disneyland nem kizárólag a gyerekek kedvelt célpontja, hanem még a nyugdíjas korosztály is hatalmas rajongója Walt Disney parkjának. Miért rendelkeznek éves bérletekkel és látogatnak el a parkba akár minden hónapban is. Ezt a kutatást nem a magyar, hanem a japán fogyasztókon futtattam le.

BOROS HENRIETTA MÓNICA

borosh19@gmail.com

Marketing

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Fehér András

egyetemi docens, DE GTK

Dr. Kontor Enikő

egyetemi docens, DE GTK

ARCULATVÁLTÁS VIZSGÁLATA SZEMKAMERÁS KUTATÁSSAL EGY ÉLELMISZERIPARI VÁLLALATNÁL

Kulcsszavak: arculatváltás; szemkamera; márkaidentitás; élelmiszeripar; rebranding

Az arculatváltás stratégiai jelentőséggel bírhat a vállalatok számára, többek között lehetőséget nyújt a versenyképesség növelésére vagy fenntartására, valamint a változó piaci igényekhez és fogyasztói preferenciákhoz való jobb alkalmazkodásra is. Ugyanakkor egy arculatváltás számos kihívást rejt magában, mivel potenciálisan az egész márkaidentitást képes megváltoztatni. A vállalatoknak tehát gondosan meg kell tervezniük a folyamatot, figyelembe véve a fogyasztók reakcióit és a piaci környezet változásait.

A tanulmány megírása során különös hangsúlyt fektettem arra, hogy átfogóan megvizsgáljam az adott élelmiszeripari vállalat arculatváltását. Kiemelt célom volt további irányokat és lehetséges fejlesztési lehetőségeket azonosítani a vállalat kommunikációs stratégiájában. Ezenkívül arra törekedtem, hogy értékeljem a cég márkaidentitásának változását az arculatváltás következtében.

A kutatást az alapfogalmak definiálásával indítottam, majd arculatváltással kapcsolatos szakirodalmak és szemkamerás vizsgálatok területén végzett tudományos cikkek elemzésével folytattam. A primer rész szemkamerás kutatásból, utókérdőívbeli és fókuszcsoportos megkérdezésből állt. A szemkamerás kutatás során a vállalat korábbi és jelenlegi csomagolását, közösségi média profilját és plakátjait vizsgáltam. A kutatásban 30 fő vett részt, akik utána utókérdőívet töltöttek ki a tapasztalatok és megfigyelések visszacsatolására. Ezt követően fókuszcsoportos kutatás keretében további információkat gyűjtöttem, például a régi és új arculat márkaszemélyiségének felmérésével, illetve storyboardok készítésével a potenciális reklámfilmekhez az új arculat alapján.

Az új dizájn még idegen a megkérdezett alanyok számára, illetve szerintük túl nagy változáson esett át a márka. Emellett kijelentették, hogy sokkal letisztultabb és konzisztensebb lett az új arculat, így összességében pozitív visszajelzést kaptam a fókuszcsoport résztvevőitől. Ezen felül megújult a márkaszemélyiség is, a korábbival ellentétben most fiatalabb és tudatosabb karaktert tükröz a márka, ami összhangban van a célcsoport preferenciáival és elvárásaival.

Javaslataim között megfogalmaztam, hogy a korábbi dizájn elemekből és kommunikációs technikákból érdemes néhányat integrálni a jelenlegibe is, lehetőség szerint akár külön személyiséget adva a termékkategóriáknak, ezzel csempészszerű játékosságot a kommunikációba.

KONTRA ANNA

kontra.anna.cecilia@gmail.com

Marketing

MSc, 4. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Prónay Szabolcs
egyetemi docens, SZTE GTK

A KULTÚRA ÉRTÉKNÖVELŐ SZEREPÉNEK VIZSGÁLATA A VÁROSMÁRKÁZÁSBAN

Kulcsszavak: kulturális turizmus; transzformációs gazdaság; transzformációs élmény; városmarketing; City Brands Index

Dolgozatom célja bemutatni, hogyan lehet egy várost az ott átélhető kulturális élmények mentén pozicionálni, kiemelt tekintettel azokra az élményekre, melyek által a fogyasztó személyisége egyfajta átalakuláson mehet keresztül. Ehhez a kultúra, a kulturális turizmus, valamint az abban megjelenő transzformációs formákat vizsgálom, valamint a városmarketinggel kapcsolatos legfontosabb összefüggéseket is ismertetem. A dolgozatom célja továbbá a pozicionálás elősegítésére egy keretrendszer felállítása, melyhez Anholt (2006) City Brands Index városmárkázási modellje adta az elméleti alapot. Az adaptációm eredménye a Transformation City Brands Index, mely 5 dimenzió mentén méri az átalakulásélmény jelentőségét a települések esetében. A primer kutatás keretében grounded theory alapú netnográfia segítségével tárom fel a modellem tartalmi elemeit Santiago de Compostela és Barcelona példáján keresztül, melynek validálására szakmai interjúkat készítetek magyar idegenvezetőkkel, akik a városok szakavatott ismerői.

MÁRKUS RÉKA

markus.reka00@gmail.com

Turizmus Vendéglátás

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Társadalomtudományi TDK

*Témavezető:**Dr. Boros Kitti**egyetemi tanársegéd, BGE KVIK*

BUDAPEST ÉS BARCELONA IMÁZSVIZSGÁLATA A TANULMÁNYÚTON LÉVŐ Z GENERÁCIÓS FIATALOK KÖRÉBEN

Kulcsszavak: városimázs; hivatásturizmus; tanulmányút; döntési folyamat; projektív technika

A globalizáció hatására a tanulmányutak, mint az interkulturális kompetenciák elsajátításának leghatékonyabb módja, egyre fontosabb szerepet játszanak a karrierépítés során. A nemzetköziesedés felé törekvő egyetemek, vállalatok, sőt az Európai Unió stratégiájában is kulcsszerepet játszanak a nemzetközi mobilitási programok. A tanulmányutak a hivatásturizmus egyik kevésbé kutatott területe, ugyanakkor a hivatáshoz kapcsolódó utazások rendkívül népszerűek az egyéni utazók körében, amelynek hatása nemzetgazdasági szempontból sem elhanyagolható. A dolgozat középpontjában a következő kutatási kérdés áll: A tanulmányúton lévő Z generációs fiatalok percepciói alapján Budapest és Barcelona milyen hasonló és különböző város imázs elemekkel rendelkezik? A turizmus az összehasonlítás alapjául szolgáló mindkét város szempontjából kiemelt ágazat, amihez nagymértékben hozzájárul az Európai Unió személyek áramlására vonatkozó szabadság elve. A két város között azonban kulturális, földrajzi és turisztikai különbségek is fennállnak, amelyek tovább színesítik az elemzést. Kutatásom során tehát Budapest és Barcelona imázsát hasonlítom össze a hivatásturizmushoz kapcsolódó, tanulmányúton lévő egyetemisták körében. A dolgozat első felében a hazai és nemzetközi szakirodalom főbb eredményeit foglaltam össze, majd a kvalitatív kutatás során 8 interjút készítettem tanulmányúton lévő egyetemistákkal. Európában az elmúlt évek gazdasági jólétéből adódóan a fiatalok szerepe felértékelődött a turizmus szempontjából, és a közösségi média platformoknak köszönhetően ez a csoport jelentős imázs formáló erővel rendelkezik. A megkérdezett Z generációhoz tartozó fiatalok döntési folyamatában a város, ezzel együtt a kultúra, időjárás, megfizethetőség, előzetes benyomások a leghangsúlyosabb tényezők, valamint a szakmai motivációk is nagy hatással vannak az egyetem kiválasztására. A desztináció imázs arculati elemeit – országlogó, országszlogen – elenyésző esetben ismerik fel a kutatásban résztvevők, valamint elsődleges információ forrásként a közösségi média felületeket jelölték meg. A kutatás eredményei hozzájárulhatnak az egyetemek külföldi diákokat célzó marketing kommunikációjához, valamint feltárja a Z generáció döntési folyamatában megjelenő legfontosabb tényezőket, amely információ az országmárkázásért felelős kommunikáció szempontjából releváns.

MÜLLER ESZTER ABIGÉL

muller.eszter.abigel@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment Alapszak

BA, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kelemen-Erdős Anikó
egyetemi docens, BME GTK

A Z GENERÁCIÓ MÁRKAKÖTŐDÉSE ÉS HASZNÁLT RUHA VÁSÁRLÁSI SZOKÁSAI: AZ ÖNKIFEJEZÉS, A KÖRNYEZETTUDATOSSÁG ÉS A VÁSÁRLÓI ÉLMÉNY SZEREPE

Kulcsszavak: Z generáció; használt ruhák; márkakötődés; vásárlási szokások; önkifejezés

A használt ruhák a környezetvédelemben fontos szerepet kapnak napjainkban, a textilipar a világ egyik vezető hulladéktermelő ipara, ezt pedig a ruhák másodlagos piaca, újra értékesítése csökkentheti, bár napjainkban továbbra is csak kisebb részét képezik a ruhapiacnak. A Z generáció ennek a változásnak egy kulcsfontosságú szereplője a jelentősebb környezettudatossága miatt. A dolgozat elsősorban a Z generáció használt ruhákkal való kapcsolatát vizsgálja. Ezen témakörbe beletartozik az önkifejezésük annak fényében, hogy mennyi használt ruhát birtokolnak, valamint a vásárlási hajlandóságuk. A primer kutatást szakirodalmi kutatás előzte meg, amely feltárja a generációk közötti elsősorban nézetbeli különbségeket, miszerint a Z generáció nagyobb valószínűséggel vásárol környezetvédelmi szempontból etikusnak vélt termékeket, mint az őket megelőző generáció. Primer kutatásomhoz az online megkérdezést választottam, a 158 fős mintát a hólabda elv alapján választottam ki. Kutatásomból kiderül, hogy a Z generáció elsősorban a környezettudatosság miatt vásárol használt ruhákat, az érzékenyséjük és a vásárlási hajlandóságuk között összefüggés nem állapítható meg. Bár önkifejezésük és státuszszimbólumbéli értékük szempontjából a használt ruhákat nem kategorizálják külön az új ruháktól, a minőségbeli különbséget a kettő között szignifikánsnak tartják. A generáció a vásárlást pozitív élményként fogja fel, ebbe beletartozik a használt ruhák vásárlása is. Online vásárlásaik jelentős mértékűek, azonban sokszor nem használt ruhát rendelnek, inkább a fast-fashion termékek vásárlása jellemző vásárlási szokásaikra, de a válaszadókra a változásra való hajlandóság is jellemző. A vásárlási hajlandóság és a gyakorlat közötti szignifikáns különbség további kutatásra ad alapokat a jövőben.

SIMON DÓRA*simon.dora999@gmail.com*

Vezetés és szervezés

MA, 3. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

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

A MUNKÁLTATÓI MÁRKA ÉS A MUNKÁLTATÓI ÉRTÉKAJÁNLATOK KÜLÖNBÖZŐ ASPEKTUSAI – FÓKUSZBAN AZ AUTÓIPAR

Kulcsszavak: HR; munkáltatói márka; autóipar; tehetségek

A tehetséges szakemberek bevonása és megtartása mindig is kihívást jelentő feladat a szervezetek számára. Napjaink munkaerő- és tehetséghiányos munkaerőpiacán a tudatos munkáltatói márkaépítési stratégia, az egyedi munkáltatói értékaajánlatok megalkotása az eredményes működés érdekében kulcsfontosságúvá vált.

A kutatás célja, hogy szakirodalom szintetizálás keretében átfogó képet adjon arról, hogy hogyan tudjuk megkülönböztetni a munkáltatói márkát és a munkáltatói értékaajánlatokat, illetve, hogy felmérje a legfontosabb munkáltatói márkaelemeket és márkaértékeket a hazai autóiparban tevékenykedő vállalatok esetében. A célok megvalósítása érdekében primer vizsgálatok keretében egyrészt potenciális munkavállalók körében diszkrét választási kísérleten alapuló kérdőíves felmérést végeztem (n=300), másrészt vezetői interjúkat készítettem az Audi Hungaria Zrt. és BMW Manufacturing Hungary Kft. munkáltatói márkaépítésért felelős vezetőivel, melynek fókuszában a szervezetek márkaépítési és értékaajánlat stratégiája, azok kiemelt elemei álltak. Továbbá a Magyarországon működő autóipari szervezetek egyik külső munkáltatói márka elemét, a karrier oldalukat is elemeztem munkáltatói értékaajánlat szempontjából.

A kérdőíves kutatás eredményei alapján a potenciális munkavállalók körében a legfontosabb munkáltatói márka kategóriák, az „anyagi és nem anyagi jellegű juttatások”, a „munkavállalói teljesítmény” és a „teljesítmény mérés, képzés-fejlesztés”. A munkáltatói értékaajánlatok elemzése rávilágított arra, hogy az olyan munkáltatói márkaérték elemek, mint a „vállalat értékeivel való azonosulás”, „értelmes, értékteremtő munka”, „továbbképzési lehetőségek”, „onboarding”, „egyértelmű munkaköri leírás”, „karrierlehetőségek”, „mentor/coach támogatása” szignifikánsan preferáltabbá tesznek egy munkahelyet a kitöltők állás kiválasztása során. A vezetői interjúk eredményei alapján a két vizsgált vállalat stratégiai szinten kezeli a munkáltatói értékaajánlatok kialakítását és egyaránt fontosnak tartja az olyan munkáltatói márka elemeket, mint „ergonomikus munkakörnyezet”, „fenntartható vállalat”, illetve „munka-magánélet egyensúly”. Ezt a karrieroldalak összehasonlító vizsgálata is alátámasztotta.

A kutatás eredményei lehetőséget adnak a hazai autóipari vállalatok számára a munkáltatói márkaépítés stratégiájuk tovább fejlesztéséhez és a konkrét célcsoportokhoz illeszkedő márka ígérek megalkotásához.

Marketing – Marketing

Elnök:	Dr. Szalkai Zsuzsanna	BME
Tag:	Dr. habil. Gál Tímea	DE
Tag:	Dr. Kéri Anita	SZTE
Tag:	Dr. Putzer Petra	PTE
Titkár:	Dr. Hajdú Noémi	ME

SZABOLCS ROLAND BALOGH

roland.szabolcs.balogh@gmail.com

international business economics

BSc, 7. semester

Eötvös Loránd University

Faculty of Economics

Supervisor:

Dr. Erika Hlédik

associate professor, ELTE GTK

INTERNATIONAL STUDENTS' CONSUMER BEHAVIOR REGARDING HOUSEHOLD GOODS IN THE SHARING ECONOMY

Keywords: sharing economy; product service systems; consumer behavior; household items; international students

This study outlines the elements of product service systems (PSSs) that international exchange students in higher education in Budapest require or find desirable in terms of household goods.

These students move to temporary accommodations during their exchange semesters, often not fully equipped to fit their needs. A further difficulty they face is the lack of Hungarian language knowledge and awareness about local distributors and brands. Thus, for this segment, consumption of household goods through PSSs (without customers claiming ownership over the assets during their usage) can be a potential business model for organizations seeking to build a P2P network of providers and borrowers or rent out its assets to international exchange students.

Sharing economy as a consumption model is vastly researched and prior studies provide well-designed theoretical approaches to explain some examples of consumer behavior. This study reviews the literature on sharing economy with special attention to motivating factors and barriers to participation, in sharing consumption as well as some of the contextual influences that can be used to pose the correct research questions before the operationalization of the primary data collection.

Managerial contribution: to explore the needs and wants of students related to household goods and examine their attitudes towards PSSs, semi-structured in-depth interviews were conducted. The findings show that students viewed PSSs as a convenient way of acquiring items, mainly because it helps them avoid wasteful consumption, saves space in their luggage, and can reduce their expenditures. Parallely, they require the items to be clean above all and they showed preference towards a simple customer journey, taking up as little time and effort as possible in general. The item categories seemed not to have a differentiating impact on their preferences, but if the perceived value of the items was too low, the beneficial effects of PSSs diminished. The facilities available at the students' accommodation, along with their cultural background and habits strongly determined their needed and desired products.

Theoretical contribution: an attempt to systematically review extant literature on consumer behavior in the context of household goods in the sharing economy shows that research in the subfield is very limited and thus further studies focusing on sharing economy in different contexts and with regard to different items seem justified.

VIRÁG ÉGERHÁZI

viragegerhazi8@gmail.com

Marketing

MSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

*Supervisor:
Dr. József Hubert
senior lecturer, BCE MI*

FEAR AND FASCINATION? – CONSUMER ATTITUDES TOWARDS VIRTUAL INFLUENCER MARKETING

Keywords: virtual; influencer; consumer; attitudes; uncanny

This study aims to gain deeper understanding of consumer perceptions of virtual influencers and the brands they endorse, offering valuable insights into this growing trend. It highlights gender differences in how virtual influencers are perceived, with females finding them more attractive yet also more uncanny. Additionally, I found that hyper-realistic virtual influencers, such as Lil Miquela and Gecko, evoke more positive responses from consumers.

Examining brands utilizing virtual influencers, I uncover variations in consumer attitudes towards likeability, innovativeness, and perceived wisdom. GEICO emerges as the most likeable and wisest brand, while Mercedes-Benz receives lower ratings, potentially due to negative associations with transgressive behaviors depicted in collaborations with virtual influencers.

Overall, our study sheds light on the complex dynamics of virtual influencer marketing, providing actionable insights for brands aiming to leverage this innovative approach to engage with their target audience in the digital landscape.

MÓNIKA HAMUTH

h.monika15@gmail.com

Commerce and marketing

BSc, 6. semester

Széchenyi István University

Kautz Gyula Faculty of Business and

Economics

Supervisor:

Dr. László Buics

associate professor, SZE KGK

**ANALYSING STUDENT SATISFACTION OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS AT
SZÉCHENYI ISTVÁN UNIVERSITY: AN EXPLORATORY SURVEY RESEARCH**

Keywords: social media sites; higher education marketing; online platforms; student engagement; digital presence

Social media (SM) platforms have become essential for higher education institutions as they can effectively communicate the university's mission and core values of the university to students and staff. However, in terms of academic SM marketing articles, there is currently relatively little research on the effectiveness of higher education institutions' SM marketing.

This study aims to fill the existing research gap by examining student satisfaction with the social media platforms of Széchenyi István University. To achieve this goal, the author conducted a systematic literature review to gather a comprehensive and current overview of recent research in the domain of academic social media. The review utilized the Scopus and Science Direct databases to identify relevant studies. Subsequently, the selected research was analyzed using Excel, allowing for a thorough examination of key findings and trends in student satisfaction with university social media sites.

In addition to the literature review, a comprehensive survey data analysis was undertaken to assess student opinions and satisfaction levels regarding Széchenyi István University's social media presence, encompassing platforms such as Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, and TikTok. A total of 1116 responses were collected from both Hungarian (915) and international (201) students. The data analysis employed a diverse range of statistical methodologies, including descriptive statistics, t-tests, variance analysis, text mining, correlation analysis, regression analysis, factor analysis, and cluster analysis. These analytical techniques were instrumental in revealing student perspectives on various aspects of the university's social media content, including its quality, up-to-dateness, and transparency. The findings offer valuable insights into student sentiment and preferences, which can inform strategies aimed at enhancing the university's social media engagement and communication efforts.

MÓNIKA HAMUTH

h.monika15@gmail.com

Commerce and marketing

BSc, 5. semester

Széchenyi István University

Kautz Gyula Faculty of Business and

Economics

Supervisor:

Dr. László Buics

associate professor, SZE KGK

STUDENTS' MEDIA CONSUMPTION HABITS ON THE SOCIAL PLATFORMS OF SZÉCHENYI ISTVÁN UNIVERSITY

Keywords: platform analysis; social media marketing; marketing research; content analysis; student satisfaction

Social media (SM) platforms have become essential for higher education institutions as they can effectively communicate the university's mission and core values of the university to students and staff. However, in terms of academic SM marketing articles, there is currently relatively little research on the effectiveness of higher education institutions' SM marketing. The aim of this study is to fill the research gap by investigating the website and social media consumption of university students, focusing on Széchenyi István University. The author conducted a systematic literature review in order to obtain a broad and up-to-date overview of recent research in the field of academic social media. The Scopus and Science Direct databases have been used for the review. The selected research was analysed using Excel. A platform and a content analysis has been also conducted by examining the website of Széchenyi István University and its social media sites, which include Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn and TikTok. Using Facepager version 4.5.3, the content of the SM posts, their number of comments and reactions (e.g.: likes, shares) were imported into a CSV file and analysed using Excel and the Python programming language. The results show the patterns of online engagement and interaction between the students and the university, as well as the strengths and weaknesses of each platform.

HOANG DUONG MINH ANH

minhanh.bge@gmail.com

Commerce and Marketing

BA, 5. semester

Budapest Business University

College of Commerce, Catering and Tourism

HUYNH MINH THU

hjane1502@gmail.com

Commerce and marketing

BA, 5. semester

Budapest Business University

College of Commerce, Catering and Tourism

Supervisor:

Dr. habil. András Kovács
associate professor, BGE KVIK

MADE IN HUNGARY: DOES IT MATTER? A STUDY ON HUNGARIAN CONSUMERS' PREFERENCES FOR LOCAL F&B BRANDS

Keywords: consumer behaviour; marketing, F&B industry; country-of-origin effect

Research Questions

1. Does the country-of-origin effect exist among Hungarian customers and to what extent?
2. What are the relationships among consumer ethnocentrism, the determination to find and purchase Hungarian products, age, and proportion of local brands in consumers' baskets?
3. How does the country-of-origin effect influence how Hungarian consumers perceive the quality and value of local F&B brands compared to international ones?
4. To what extent do country image/national stereotypes, consumer ethnocentrism, product familiarity, brand equity, and price influence Hungarian consumers buying decisions?

Research methodology used in the paper

We used a mixed methodological approach to gather quantitative and qualitative data including a quantitative survey and qualitative group experiment and interview.

Research Results

There is a subtle existence of country-of-origin effect among Hungarian consumers. The phenomenon can be observed more clearly from the older generations.

There is a moderate to strong positive correlation between consumer ethnocentrism, the determination to find and purchase Hungarian products, age, and the proportion of local brands in consumers' baskets. Among these, the relationship between ethnocentrism and the determination to find and buy local products of consumers is the strongest followed by the correlation between age and consumer ethnocentrism.

The country-of-origin effect does influence the way Hungarian consumers perceive the quality and value especially when there are few to no clue's circumstances.

The experiment reveals that no single factor consistently manipulates the consumer decision-making process. They interact with each other, and customers must consider many aspects before making decisions. Depending on the product, taste, COO, and brand equity have a certain impact on customers' buying decisions but not the willingness to pay. Price remains the most important factor in finalizing the transaction.

EVELIN NÉMETH

nevelin111@gmail.com

Marketing Strategy and Innovation

MSc, 2. semester

Corvinus University of Budapest

*Supervisor:
Dr. habil. Ákos Varga
dean, BCE*

ANALYZING THE IMPACT OF THE NUTRI-SCORE NUTRITION LABELING SYSTEM ON CONSUMER PERCEPTIONS AND PURCHASE INTENTION

Keywords: consumer behaviour; Nutri-score labelling system; implicit association test; online marketing

This quantitative study aims to investigate the effect of Nutri-score nutrition labelling system on consumers' perception of product healthiness and buying intention utilizing explicit (self-report) and implicit methods in an online shopping context. The study addresses also, whether personal factors such as nutrition knowledge, general health interest, body weight discrepancy and demographic variables affect their perception and behaviour. In the self-report questionnaire, participants evaluated product healthiness with validated scales and indicated their purchase intention. The implicit association test revealed that consumers rather associate Nutri-score with healthy concepts, moreover, t-test confirmed that participants had significantly higher explicit healthiness perception and purchase intention in the Nutri-score label intervention condition. The research has several implications to businesses, most importantly, that by presenting Nutri-score label in online shopping environments, demand and sales for specific products can be increased and so yield management can be optimized.

PHAM HA PHUONG

phhaphuong2002@gmail.com

International Business Economics

BA, 5. semester

Budapest Business University

College of International Management and

Business

Supervisor:

Dr. Hajeer Ahmad

egyetemi tanár, BGE KKK

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON ATTRACTING BUDAPEST BUSINESS UNIVERSITY STUDENT ENROLLMENT

Keywords: social media marketing; student enrolment; Budapest Business University

1. Research objective:

- Investigate the effectiveness of social media marketing (SMM) in enticing prospective students to choose Budapest Business University (BBU).
- Gain insights into current BBU students' perceptions of the university's SMM efforts and their influence on enrollment decisions.
- Identify strengths and weaknesses in BBU's SMM strategies.
- Provide practical recommendations to enhance BBU's SMM efforts.
- Contribute valuable insights to higher education marketing.

2. Research questions:

“How does social media marketing influence the students' enrollment decisions of Budapest Business University?”

3. Research methodology: Mixed Methods Research

- Quantitative: An online survey of 50 BBU students to refine SMM strategies, understand competitive positioning, and optimize content to influence prospective students' decisions.
- Qualitative: In-depth interviews with five BBU students and one social media employee to explore individual experiences and suggestions for improving BBU's SMM capacity to attract prospective students.

4. Short presentation of research results:

The survey highlights the profound role of social media in students' daily lives, with platforms like Instagram, YouTube, Facebook, TikTok, and LinkedIn as key tools for social connection and information. BBU's outreach on Instagram and Facebook proved highly effective in raising awareness, with 65% of respondents crediting these platforms. Visually appealing images and graphics were influential, with 58% finding them compelling. While 82% of participants were neutral on the accuracy of BBU's social media representation of the student experience, 28% acknowledged its impact on their enrollment decisions, emphasizing social media's growing role in higher education marketing. Academic programs were pivotal for 56% of participants, underlining the need for transparent program information on social media. Although 30% of respondents found BBU's social media effective in differentiating it from competitors, overall satisfaction varied, with 44% expressing neutrality.

Marketing – Marketing stratégia

Elnök:	Dr. Pólya Éva	BGE
Társelnök:	Dr. Keszey Tamara	BCE
Tag:	Dr. habil. Kelemen-Erdős Anikó	BME
Tag:	Dr. Kővágó Györgyi	KRE
Tag:	Dr. Szántó Ákos	EKKE
Titkár:	Andráskó Dóra Diána	ME

BIANKA CSILLA ANTAL

antal.bia97@gmail.com

Marketing

MSc, 4. semester

University of Pannonia

Faculty of Business and Economics

Supervisor:

Zoltán András Dániel PhD
associate professor, PE GTK

**ARE FEMALE ENTREPRENEURS WINNING THE „MARKETING GAME”? – A
COMPARATIVE ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES AMONG MALE AND
FEMALE ENTREPRENEURS IN HUNGARY**

Keywords: entrepreneurship; female entrepreneurs; marketing strategies; gender differences

It is estimated that there are more than 111 million female-owned businesses worldwide, illustrating the influence of female entrepreneurs across the globe.

This significant influence of women entrepreneurs has inspired me to start my scientific research about their entrepreneurial journey with a particular focus on their marketing activities, as having a proper marketing strategy is essential before launching a business. Apart from analysing the marketing approach of female entrepreneurs, my study compares them to their male counterparts, looking at potential differences, special qualities, and tactical advantages that women may bring to the business world. I also aimed to find out what kind of tools or so-called “weapons” women entrepreneurs might have and how they use them to “promote” their business successfully. My goal was to explore whether women entrepreneurs have unique traits or strengths that improve their marketing strategies and discover to what extent they utilize these potential benefits.

To achieve my research objectives, I used qualitative interviews and a quantitative survey. First, in-depth interviews with female entrepreneurs provided insight into their perspectives, challenges, and planning processes related to marketing strategy. Then, a survey for both male and female entrepreneurs explored gender aspects of marketing strategy development and highlighted differences in approach, decision-making, and implementation.

The aim of my research is to provide a comprehensive analysis of female entrepreneurs’ marketing tactics compared with male entrepreneurs’ approaches, offering insights for promoting gender equality and fostering entrepreneurial success in today’s dynamic business environments.

Based on my findings, both men and women entrepreneurs have their own strengths and weaknesses in marketing. In some cases, their approaches differ; in others, they are surprisingly similar. Feminine attributes such as intuition and emotional attractiveness can be advantageous for women in marketing. However, successful marketing activities depend on many factors beyond gender.

My results demonstrated the relevance of the research questions and encourage further exploration of related topics.

BUZSIK CSENGE

zellerovics07@gmail.com

Középiskolai hallgató

Szent Benedek Gimnázium

*Témavezető:
Dr. Saáry Réka
adjunktus, OE KGK*

MOZILÁTOGATÁSI SZOKÁSOK ÉS SIKERES FILMKAMPÁNYOK STRATÉGIÁJA

Kulcsszavak: generációs marketing; mozilátogatási szokások; filmkampányok; marketingstratégia; reklámmarketing

A dolgozatban bemutatott kutatás azt vizsgálta, hogy hogyan mutatkoznak meg a generációs különbségek a mozilátogatási szokásokban és a modern filmkampányok stratégiáit elemzi. A kutatás célja, hogy megértse, miként változtak a mozilátogatási szokások az egyes generációk körében, illetve, hogy a mozilátogatás negatív tendenciája ellenére hogyan lehet sikeres egy-egy produkció. Ennek érdekében a 2023-ban Magyarországon a két legnézettebb mozifilm, a 'Barbie' és az 'Oppenheimer' bevezető marketingkampányának elemzésére, valamint egy primer kutatás elvégzésére is sor került. Az online kérdőíves felmérésben, különböző generációk tagjai lettek megkérdezve.

A dolgozat első része a generációelméletek és a generációs marketing áttekintésével kezdődik. Ezen csoportok közötti különbségek mélyebb megértése érdekében hangsúlyosan tárgyalja a fogyasztási szokásokat, vásárlási magatartásokat és a digitális technológiák hatását, külön kiemelve a Z-generáció médiafogyasztási szokásait.

A kutatás második része két ikonikus film, a Barbie és az Oppenheimer kampányain keresztül vizsgálja, milyen marketingstratégiák járulnak hozzá a filmsikerekhez. Az elemzés feltárja, hogy mindkét film sikere mögött összetett és hatékony marketingkampány áll. Azonban a két film a két teljesen különböző téma miatt jelentősen eltér a marketingstratégiájukban. A Barbie kampánya például a nosztalgia és a popkultúra elemeire épített, különös hangsúlyt fektetve az Y és Z generációra. Ezzel szemben az Oppenheimer a történelmi drámák iránt érdeklődő idősebb közönséget célozta meg, miközben a világhírű rendező hírnevére támaszkodott. Közös pontként jelenik meg a két film premierjének időzítése és az ebből eredő „Barbenheimer” jelenség, amely spontán közösségi kampányként jelentősen növelte mindkét produkció iránti érdeklődést.

A kutatás betekintést nyújt a mozik helyzetének alakulásába, amit az egyes generációk meghatározott jellemzői és szokásai alapján lehetett megállapítani. A mozilátogatási eltérések és a sikeres filmkampányok vizsgálata segítségünkre lehet a jövőbeli marketingstratégiák kidolgozásában és a mozik célközönségének kiterjesztésében.

CSONTOS DÓRA CSENGE

csdoracs@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Iványi Tamás

egyetemi adjunktus, BME GTK

A KULINÁRIS ELIT MARKETINGSTRATÉGIÁI ÉS KIHÍVÁSAI BUDAPESTEN

Kulcsszavak: marketingstratégia; fine dining; szolgáltatásmarketing; élménymarketing; mélyinterjú

A dolgozat célja a budapesti fine dining éttermek marketingstratégiáinak és problémáinak mélyreható vizsgálata a szolgáltatásmarketing, élménymarketing, fogyasztói magatartás, élményterek és életstílus modellek keretein belül. Az elméleti háttér a fine dining szegmens sajátos jellemzőit és kihívásait elemzi, bemutatva, hogyan befolyásolják a prémium szolgáltatások a fogyasztói élményeket, valamint hogyan formálják a célcsoportok életstílusa a piaci dinamikát. A szolgáltatásmarketing elvei alapján a budapesti fine dining éttermeknek figyelembe kell venniük a vendégek egyedi igényeit és elvárásait, míg az élménymarketing hangsúlyozza a vendégélmények kiemelését, amely lehetőséget teremt a versenyelőny megszerzésére. A fogyasztói magatartás vizsgálata segít feltárni, hogy a vendégek döntéseit milyen tényezők befolyásolják, míg az élményterek koncepciója a gasztronómiai élmények körül kialakuló közösségek szerepét emeli ki. Az életstílus modellek pedig azt elemzik, hogyan hatnak a különböző szociokulturális tényezők a fine dining éttermekhez való viszonyulásra. A primer kutatás során mélyinterjúk készültek különböző stakeholderekkel, mint például étteremtulajdonosokkal és menedzserekkel. A mélyinterjúk célja az elméleti keretek gyakorlati alkalmazásának feltárása annak érdekében, hogy a dolgozat egy átfogó képet nyújtson a budapesti fine dining éttermek marketingstratégiáiról és a piaci kihívásokról, lehetőséget biztosítva a jövőbeli fejlesztésekhez.

FEHÉR REGINA

egina.feher@gmail.com

Kereskedelem és Marketing

BA, 5. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Fehér András**egyetemi docens, DE GTK*

AZ EGYÉNI ÉS ÜGYNÖKSÉGI MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIÁK FONTOSSÁGA ÉS SZEREPE A KKV-SZEKTOR VÁLLALKOZÁSAINAK SIKERÉBEN

Kulcsszavak: KKV; marketing; ügynökség; online; hirdetés

A dolgozat fő témája a KKV szektorhoz tartozó vállalkozások marketingtevékenységének feltárása. Több mint 1 100 000 db működő KKV van Magyarországon, azonban ezen cégek harmada nem éli meg az 5 éves működési időt. Ez sokszor helyes marketinggel - feltételezve, hogy a termék piacképes, és az üzleti tevékenység folytatásához szükséges alapfeltételek teljesülnek - elkerülhető lenne. Akadnak olyanok is, akik bár felismerik a fontosságát, nem tudják, miképp folytassanak marketingtevékenységeket. Kutatásom során szekunder adatokkal és információkkal alapoztam meg témám, figyelve arra, hogy hasonló arányban mutassak be hazai és külföldi forrásokat. Bár a hazai KKV szektort vizsgáltam, a nemzetközi trendek egyfajta előrejelzésként szolgáltak a Magyarországon várható tendenciákban. Primer kutatásként cégtulajdonosok tapasztalatait vizsgáltam a cégek marketingtevékenységével elért sikerek tükrében. Az interjúk során meghatározott témák adták a marketingszakemberekkel folytatott interjúk alapját. A két adatgyűjtés kiteljesedése egy szemkamerás kutatás volt, melyben a reklámozási folyamatok harmadik résztvevőjének, a fogyasztónak meglátásait, reakcióit vizsgáltam internetes hirdetésekre. Kutatásom egyik fő célja az volt, hogy megmutassam, milyen mértékben járul hozzá a sikerhez egy profi marketingügynökség által menedzselte online jelenlét. A másodlagos fókuszban az állt, hogy megértsem a vezetők mennyire értik a cégek sikerében a marketingfolyamatokat. Az látszik, hogy a marketing fontosságát már felismerte a cégek nagy százaléka, azonban ezen folyamatok elindítása problémát okoz számukra. Így a továbbiakban a cégek és marketingügynökségek kapcsolatát, dinamikáját vizsgáltam. Céлом volt rávilágítani a különböző szolgáltatások nyújtotta előnyökre, a teljesítmények közötti különbségekre, együttműködések dinamikájára. Munkám bizonyította kiindulási hipotézisemet: „A tudatos marketingtervezés és stratégia elengedhetetlen egy sikeres vállalkozáshoz.” A tudatos stratégia mentén haladó vállalkozások eredményei mutatják a sikerek folyamatos növekedését - a feszített hirdetési verseny ellenére is-. Ezen tevékenységeket cégen belüli osztály munkájával, marketingügynökségnek való kiszervezéssel lebonyolítani - bár anyagi áldozatokkal jár - megéri.

PUSKÁS BÁLINT

p.balint0311@gmail.com

Marketing

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Fehér András

egyetemi docens, DE GTK

AZ EMAIL MARKETING HATÉKONYSÁGA ÉS OPTIMALIZÁLÁSI LEHETŐSÉGEI A TÁRSASJÁTÉK-PIACON: A KIDOLOGIC KFT. ESETTANULMÁNYA

Kulcsszavak: hírlevél; online marketing; e-mail marketing; társasjáték-piac

A dolgozatom célja a hírlevelek szerepének és hatékonyságának elemzése volt a társasjáték-piacon, különösen a Kidologic Kft. esetében. A dolgozat kutatási kérdései, többek között arra vonatkoznak, hogy a hírlevelek tartalma, vizuális felépítése mennyire befolyásolja a felhasználókat? A demográfiai tényezők mennyire hatnak ki a hírlevelek fogyasztására? Továbbá milyen módon lehetne optimalizálni a Kidologic Kft. e-mail marketingjét az eredmények alapján?

A szekunder kutatás során bemutattam a digitális marketing alapvető jellemzőit, kitérve az e-mail marketing fontosságára. Megvizsgáltam az online vásárlói magatartás főbb jellemzőit, amely alapján kiderült, hogy mennyire fontos szerepe van a felhasználói élménynek.

A primer adatgyűjtés során egy interjút készítettem a vállalkozás vezetőivel, majd egy online kérdőívet állítottam össze, amely a hírlevelekről, azon belül a társasjáték-piac hírleveleivel foglalkozott. A Kidologic Kft. hírleveleiben kiküldtem a kérdőívet, így N=291 fő töltötte ki. Az eredményeket a JASP statisztikai elemző program segítségével elemeztem, többek között szignifikáns eltéréseket keresve különféle változók között. Az eredmények alapján elkészítettem egy hírlevél sablont a Figma vektorgrafikus program segítségével. Fix szemkamerás vizsgálat alá vettem az elkészült terveket egy 36 főből álló csoporttal.

Az eredmények rámutattak arra, hogy a hírlevelek hatékonysága számtalan tényezőtől épül fel. Többek között szoros összefüggés figyelhető meg a demográfiai tényezők, a vizuális tényezők és az eszközhasználat esetében. A fiatalabb korosztály (18-35) a mobiltelefonon olvasható, vizuálisan vonzó, színes és játékos tartalmakat részesíti előnyben. Az idősebb korosztály a strukturált, információgazdag hírleveleket részesíti előnyben, de hasznosabbnak tartja a hírleveleket, mint a fiatal korosztály. A kutatás során kiderült, hogy a nemek esetében is eltérés figyelhető meg. A nők számára fontos a promóciók és az árak, a férfiak kisebb arányát érdeklik a vásárlói vélemények a hírlevélben.

Összességében a hírlevelek okostelefonra optimalizálása, célzott szegmentálása, vizuális és interaktív elemek alkalmazása és promóciók biztosítása növelné a hatékonyságot. A személyre szabottabb hírlevelek növelhetnék a vásárlók lojalitását és aktivitását, így a Kidologic Kft. hosszú távon eredményesebb lehetne.

RÁCZ ADÉL

raczadel10@gmail.com

Marketing

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kiss Marietta

egyetemi docens, DE GTK

MAGYARORSZÁGON JELENLÉVŐ STREAMINGSZOLGÁLTATÓK MARKETINGTEVÉKENYSÉGÉNEK ÉS A FOGYASZTÓK ATTITÚDJÁNEK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: streamingszolgáltatók; fogyasztói magatartás; generációs különbségek; online marketing; netnográfia

A digitális médiafogyasztás lendületes növekedése számos piaci lehetőséget kínál a szórakoztatóiparban. A streamingszolgáltatások megjelenése jelentős változást hozott a tartalomszolgáltatás terén, és a fogyasztók számára új lehetőségeket nyitott meg a médiafogyasztást illetően.

Jelen tanulmány célja annak vizsgálata, hogy a hazánkban népszerű streamingszolgáltatók miként és milyen eredményességgel alkalmazzák a különböző marketingeszközöket Magyarországon, valamint hogyan alakulnak a fogyasztók attitűdjei a generációs különbségek tükrében. Célkitűzéseim egyike, hogy feltárjam, az egyes streamingszolgáltatók online marketingtevékenységének aktivitása, minősége milyen szerepet tölt be népszerűségükben a fogyasztók körében.

Primer adatgyűjtésem során netnográfias vizsgálatot, kérdőíves megkérdezést, illetve fókuszcsoporthoz tartozó kutatást végeztem. A netnográfias elemzés során az Ads Transparency Center, a Facebook hirdetési tár, valamint a Similarweb felületeit hívtam segítségül, melynek köszönhetően a forgalomra vonatkozó adatok mellett az egyes streaming platformok hirdetési tevékenységéről is átfogó képet kaptam. A kérdőíves megkérdezésbe 340 személyt vontam be a filmkedvelők köréből, a felmérés nem reprezentatív. A fókuszcsoport nyolc résztvevőjét a kérdőívet kitöltők generációs összetétele alapján toboroztam.

Az eredmények értékelése során fény derült arra, hogy az egyes generációk képviselői más-más előnyöket értékelnek fontosnak, amikor egy adott streamingszolgáltató mellett döntenek, összefüggés mutatható ki a generációk és a streaminghasználatot befolyásoló tényezők között, illetve a felhasználókban élő márkaszemélyiség megismerése is lehetővé vált. Összességében a kutatási eredményeim átfogó képet adnak a vizsgált streaming platformok online marketingtevékenységéről, valamint a fogyasztókra gyakorolt hatásáról.

SZALÁNCZY ESZTER

szalanczy.eszter@gmail.com

Marketing

MSc, 4. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Révész Balázs

egyetemi docens, SZTE GTK

CO-CREATION A FELSŐOKTATÁSBAN: A KÖZÖS ÉRTÉKTEREMTÉS JELENTŐSÉGE AZ ÖREGDIÁK ENGAGEMENT NÖVELÉSE ÉRDEKÉBEN

Kulcsszavak: elköteleződés; közös értékalkotás; bevonódás; alumni; felsőoktatási marketing

A dolgozatom célja az öregdiákok elköteleződésének a vizsgálata volt, annak a függvényében, hogy hallgatóként milyen intenzíven vettek részt az egyetemükkel közös értékalkotásban. A kutatási kérdésem a következő: „Milyen mértékben determinálja a hallgatók egyetemi évek alatti co-creation tevékenysége azt, hogy öregdiákként hogyan és milyen mértékben kapcsolódnak az egyetemhez?”.

A kutatásom során kvantitatív, valamint kvalitatív módszereket alkalmaztam. Kérdőíves megkérdezést valamint mélyinterjút végeztem, a célcsoportomat pedig a Szegedi Tudományegyetem alumni közössége alkotta. A kvantitatív kutatásom során a szakirodalom alapján felállított modelletem SmartPLS útelemzéssel vizsgáltam, majd az eredmények alapján értékeltem hipotéziseimet. Ezután a szekunder kutatásomat, valamint a kvantitatív elemzéseimet felhasználva, előfeltevéseket alkottam, melyek validálására a mélyinterjúk során született megállapítások szolgáltak. A kvantitatív eredményeim azt mutatták, hogy hatással van a közös értékalkotás az elköteleződésre, viszont nem olyan mértékben, mint azt előzetesen a szakirodalmak alapján megállapításra jutott. Ellenben olyan szinteken, mint a bevonódás vagy az aktivitás, erős hatásokról beszélhetünk. Ezen kívül megállapításra került, hogy a közös értékteremtésnek csak nagyon kevés tényezője rendelkezik komoly befolyásoló erővel magára a közös értékalkotásra, és ezzel együtt a modell többi tagjára. A kvalitatív eredményeim pedig a kvantitatív vizsgálódásaim alátámasztására valamint kiegészítésére szolgáltak, hiszen megállapításra került, hogy az öregdiákok bár érzelmileg kötődnek az egyetemhez, és öregdiáknak vallják magukat, ehhez cselekvés nem igazán tartozik. Az eredményeim alapján úgy gondolom befolyásolja az egyetem alatti tevékenység a későbbi viselkedést, viszont nem mindegy, hogy egyetemi évei alatt pontosan, hogyan is veszi ki a részét a hallgató az értékalkotásból, mert ez komolyan befolyásolhatja a későbbi részvétele nagyságát. A témában további kutatásokat javaslok, melyek fényt derítenek a motivációkra is, ezáltal segítve az egyetemeket egy erős öregdiákközösség kialakításában.

SZATMÁRY KORNÉLIA SÁRA

szatmary.sara@gmail.com

mérnökinformatika

BSc, 2. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:

Dr. Szekeres Valéria

egyetemi docens, OE KGK

A PACK AND ROLL VÁLLALAT ELŐTT ÁLLÓ PIACI LEHETŐSÉGEK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: piackutatás; fenntarthatóság; csomagolóipar; szabályozási környezet

A dolgozat a Pack&Roll vállalat piaci lehetőségeit vizsgálja, különös tekintettel az EU és Magyarország fenntartható csomagolási szabályozásainak hatásaira. Az elemzés feltárja a vállalat makro- és mikrokörnyezetét, valamint stratégiai javaslatokat kínál.

Az EU fenntarthatóságot támogató szabályozásai, mint az egyszer használatos műanyagokról szóló irányelv és a Körforgásos Gazdaság Akcióterve, jelentős változásokat hoztak. Magyarország ezeket átvette, és további törvényekkel egészítette ki, amelyek kihívásokat jelentenek a kis- és középvállalkozások számára, de hosszú távú előnyöket is kínálnak, például a márkaimázs javulását és költségcsökkentést.

A Pack&Roll, egy 1996-ban alapított budapesti családi vállalkozás, újrahasznosított papírból készült csomagolóanyagokra specializálódott. Modern technológiával és testreszabott megoldásokkal dolgozik. Az elemzések rávilágítanak, hogy a fenntarthatósági trendek és a növekvő kereslet kedvező lehetőségeket kínálnak a cég számára, bár a piaci verseny és a magas technológiai költségek kihívást jelentenek.

A dolgozat javasolja a termékfejlesztés és az innováció folytatását, például új gépek beszerzésével a termelékenység növelésére. A vállalatnak bővítenie kellene online jelenlétét és marketingtevékenységét, hogy szélesebb vásárlói réteget érjen el. Környezetbarát partnerekkel való együttműködés tovább erősítheti piaci pozícióját.

A tanulmány szerint a Pack&Roll stratégiája, amely a piaci behatolásra és a termékfejlesztésre épül, hatékony a jelenlegi helyzetben. A cég hosszú távú sikere azon múlik, hogy képes-e kiaknázni a fenntarthatósági trendek kínálta lehetőségeket, miközben továbbra is a minőségi és testreszabott szolgáltatásokra összpontosít.

VARGA NÓRA*nora.varga2@stud.uni-corvinus.hu*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Dr. Varga Ákos
dékán, BCE*

**A FORMULA 1 DIGITÁLIS MARKETINGSTRATÉGIÁJÁNAK VIZSGÁLATA –
HOGYAN VÁLTOZOTT MEG A FORMULA 1 MARKETINGSTRATÉGIÁJA A
LIBERTY MEDIA TULAJDONOSSÁ VÁLÁSA UTÁN, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A
DIGITÁLIS MARKETING ESZKÖZÖK ÉS MÓDSZEREK ALKALMAZÁSÁRA?**

Kulcsszavak: digitális marketingstratégia; elköteleződés; Formula 1; közösségi média; márkakommunikáció

A digitális marketing jelentősége és hatása a sportiparban, különösen a Formula 1 esetében, egyre növekvő figyelmet kap a kutatási és üzleti szférában. Jelen tanulmány célja a Liberty Media által végrehajtott változások hatásainak vizsgálata a Formula 1 marketingstratégiájára, különös tekintettel digitális jelenlétének és a közösségi média hatásának elemzésére, a rajongói bázis növekedésére és az elköteleződés fokozására. A dolgozat foglalkozik többek között a közösségi médiával és az ott zajló (márka)kommunikációval, ezen belül a vállalatok által generált tartalmak jelentőségével, az elkötelezettséggel, a márkaértékkel és a márkaismertséggel, továbbá törekedtem arra, hogy a sport kontextusában is megvizsgáljam az előbb említett témákat. A kutatás szekunder kutatási módszerekkel, szakirodalmi áttekintéssel és adatelemzéssel készült, mely során többváltozós lineáris regressziós modelleket alkalmaztam. A primer kutatás a kérdőívet kitöltők szemszögéből vizsgálja a Formula 1 és a pilóták közösségi média tartalmainak fogyasztási szokásait, az ott látható tartalmak értékelését, valamint a Netflix Drive to Survive című sorozatával kapcsolatos fogyasztási értékeléseket. Az eredmények elemzése során kiderült, hogy a Liberty Media által bevezetett digitális marketingstratégiák jelentős hatással voltak a Formula 1 rajongók viselkedésére és attitűdjére. A Drive to Survive sorozat és az eSport integrációja mellett a közösségi média intenzív használata jelentősen növelte a Formula 1 népszerűségét, különösen a fiatalabb generációk körében. Az adatelemzés és a közösségi média tartalmak fogyasztása alapján megállapítható, hogy a rajongók élénk érdeklődést mutatnak a sportággal kapcsolatos tartalmak iránt, különösen az Instagramon megjelenő posztok esetében, mind a szezon alatt, mind azon kívül. Ezek az interaktív tartalmak, valamint a Netflix sorozatának sikere egyaránt hozzájárultak a sportág nézettségének növekedéséhez és a rajongói elköteleződés fokozásához. A kutatás rámutatott, hogy a digitális marketing stratégiák hatékony eszközök lehetnek a sportiparban a nézettség növelésére és a rajongói bázis bővítésére. A Liberty Media által végrehajtott átalakítások jelentős mértékben hozzájárultak a Formula 1 digitális jelenlétének erősítéséhez, különösen a fiatalabb közönség elérésében és a sportág globalizációjában. Az új kommunikációs csatornák és interaktív tartalmak alkalmazása lehetővé tette a sportág megújulását, miközben új rajongókat vonzott a digitális térben.

Munkaerőpiac – Labour market & HR

Elnök:	Dr. Kárpáti József	NJE
Társelnök:	Dr. Kun András István	DE
Tag:	Dr. Cserháti Gabriella	PE
Tag:	Dr. habil. Rudnák Ildikó	MATE
Titkár:	Andráskó Dóra Diána	ME

MELINDA LILLA CSORBA

csorbaalillaa@gmail.com

International Business

BSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Antal Péter Szántay, PhD

associate professor, BCE

**GENDER WAGE GAP AND FAMILY POLICIES: A COMPARATIVE ANALYSIS OF
THE INFLUENCE OF SEGREGATION AND PARENTHOOD ON THE GENDER PAY
GAP AND ECONOMIC DISPARITIES IN THE HUNGARIAN LABOR LANDSCAPE**

Keywords: gender pay gap; segregation; motherhood penalty; family policies

In 2022, women's average gross hourly earnings in Hungary were 17.5% lower than men's. The issue of wage disparities has been extensively discussed in international scholarly work, with its components attributed to observed and unobserved factors. While the impact of motherhood on wages has been studied in numerous countries, there was a gap in understanding its effects in Hungary. This study aimed to examine how motherhood influences the broader economic activity and the gender pay gap in Hungary and to explore the potential of family policies in reducing this gap and improving mothers' position in the labor market. The research methodology employed a mixed approach, combining quantitative and qualitative methods for data analysis. A comparative statistical analysis was conducted across several European countries, including Hungary, Sweden, Denmark, Austria, Czechia, and Latvia, using data from international databases, while primary data from semi-structured surveys supplemented the findings through narrative inquiry, providing deeper insights. Contrary to previous studies, this research found that occupational segregation plays a more significant role in the gender pay gap than sectoral segregation. Moreover, the study highlighted the substantial gaps in employment and wages for women of childbearing age, partially linked to the impact of motherhood and the child penalty. While Hungary's employment gap and hours gap patterns may not experience as drastic changes as in other countries, many mothers face challenges reintegrating into the workforce upon extended parental leave. The paper suggests that in the short term, it is essential to assess existing policies and supplement them with flexibility and a shift in employer attitudes. In the long term, increasing male participation in caregiving and unpaid work should be a priority in both policy and practice.

NUR KANONGE MITONGA

nurkanonge@gmail.com

Business Administration and Management

BSc, 7. semester

University of Szeged

Faculty of Economics and Business

Administration

Supervisor:

Anita Kéri, PhD

assistant professor, SZTE GTK

EXPLORING STUDENTS' PERCEPTION OF AI TOOLS FOR CAREER GUIDANCE IN CAREER SERVICES: A CASE STUDY OF THE UNIVERSITY OF SZEGED

Keywords: AI in career service; student perception; University of Szeged; career guidance.

The use of AI tools has been spreading rapidly across various domains, including higher education, where its potential to enhance student services is increasingly explored. Given the evolving nature of the job market and the increasing role of technology, the study explores students' perceptions of career services at the University of Szeged and their attitudes toward the potential integration of AI tools to enhance these services. The research was conducted using a mixed-methods approach, combining a quantitative survey with qualitative interviews to gain in-depth insights into students' experiences and openness to AI-based career guidance. Findings indicate that while a majority of students are aware of AI tools like job-matching algorithms and resume analyzers, their adoption remains limited. A significant number of students express interest in a hybrid model that combines AI with traditional career counseling, valuing the personalized support that human advisors provide alongside the efficiency of AI tools. These insights can guide universities in integrating AI into career services effectively, potentially enhancing student engagement and career readiness.

MAJID SADEGHIAN
majidsadeghian2022@gmail.com
Management and Leadership
MSc, 4. semester

Hungarian University of Agriculture and Life
Sciences
Institute of Agricultural and Food Economics

Supervisor:
Dr. habil. Erika Erzsébet Varga
associate professor, MATE VFGI MATE- Hungarian University of Agriculture and Life Sciences

**BALANCING WORK AND LIFE IN TODAY'S WORLD: UNDERSTANDING THE
MULTIFACETED RELATIONSHIP BETWEEN HOME OFFICE AND BEYOND**

Keywords: work-life balance; working from home; work organisation; well-being; productivity

This study explores how remote work impacts work-life balance and productivity, focusing on social, psychological, and economic influences. The research aims to answer which factors most significantly affect remote workers' well-being and how remote work influences long-term productivity and social connections.

Data were collected from participants across 20 countries through surveys and interviews, and analyzed using statistical techniques, including multiple regression analysis. Findings indicate that social factors, such as workplace support and connectivity, have the strongest influence on work-life balance for remote workers, followed by psychological and economic impacts. The study suggests that to improve remote work experiences, organizations should prioritize social support systems, foster professional development, and integrate technology effectively. These measures can enhance remote workers' productivity and well-being, ultimately supporting a balanced and productive work environment.

KATINKA OROVA

orokatinka@gmail.com

Management and Leadership

MSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Anna Laura Hidegh

associate professor, BCE VTI

**ENABLING SOCIAL MOBILITY JOURNEY AS A WAY FOR INCLUSIVE
EXCELLENCE POTENTIAL INITIATIVES FOR CORVINUS UNIVERSITY BASED ON
THE EXAMPLE OF A SZABÓ KÁLMÁN TEHETSÉGPROGRAM**

Keywords: social mobility; critical management studies; Bourdieu's key concepts; Corvinus University of Budapest; Szabó Kálmán Tehetségprogram

Although Corvinus University of Budapest (CUB) mentions diversity and social responsiveness in its framework of excellence, social mobility is not currently a focus of the university. In comparison, 12 years ago, one of CUB's advanced colleges, the Rajk College for Advanced Studies established the Szabó Kálmán Tehetségprogram (SzKTP), aiming to support ambitious high school students with financial aid and mentoring. The paper examines how the SzKTP enables social mobility through its various programme elements, as seen through Bourdieu's key concepts (field, capital and habitus) and proposes mobility initiatives for the development of the CUB in this regards. Adopting critical management studies and within it, a critical performativity perspective, it critiques existing practice, but also suggests solutions. For the theoretical background, the paper outlines CMS principles, Bourdieu's concepts, the role of business schools, and Hungary's social and educational landscape. Interviews with SzKTP scholarship receivers and institutional actors are the main sources for the analysis. It delves into the current organisational framework of both SzKTP and CUB, maps out potential social mobility journeys and constraints, and evaluates SzKTP's impact through Bourdieu's key concepts. Ultimately, besides acknowledging already good practices (such as the establishment of Illyés Gyula Program) it proposes further improvements for CUB to foster inclusivity and diversity.

ANNA SZAKONYI

anna@szakonyi.eu

Vehicle Engineering

BSc, 4. semester

Széchenyi István University

Audi Hungaria Faculty of Vehicle Engineering

Supervisor:

Prof. Dr. habil. Márta Konczosné Szombathelyi PhD

professor, SZE KGK

ASSESSING THE SOCIAL IMPACT OF FORMULA STUDENT: A CASE STUDY OF THE TU VIENNA RACING TEAM

Keywords: corporate social responsibility; experiential learning; impact assessment; university collaboration; student innovation

The social impact of the Formula Student competition was assessed through an SROI (Social Return on Investment) analysis, focusing on the TU Wien Racing team over a three-year period to evaluate both immediate and future effects. The goal was to explore how Formula Student participation contributes to societal advancement. The research question posed was: "How does Formula Student participation contribute to societal advancement, as assessed through the Social Return on Investment (SROI) framework?"

Using proxies to quantify intangible benefits and costs, the analysis identified significant positive outcomes, such as student learning, STEM outreach, career progression, and diversity promotion. However, negative impacts, including noise and environmental pollution, were also noted.

The calculated SROI ratio for the 2022/2023 season of TU Wien Racing is 1.9, meaning that every euro invested generated nearly double the social value. These findings highlight the project's overall effectiveness and societal contribution. They also provide valuable insights for sponsors, universities, and stakeholders, emphasizing the benefits of supporting Formula Student teams and their alignment with corporate social responsibility and educational goals. Despite its limitations, such as reliance on subjective data and the complexity of quantifying intangible factors, the SROI framework remains a powerful tool for evaluating and optimizing the social value of non-profit initiatives like Formula Student.

VANNAVONG MANILATH

manilath1918@gmail.com

International Business Economics

BA, 5. semester

Budapest Business University

College of International Management and

Business

Supervisor:

Dr. Vallyon Andrea Júlia

college associate professor, BGE KKK

ATTITUDES TOWARD SAVING AND INVESTING AMONG YOUNG ADULTS AGED 18-26 IN VIENTIANE CAPITAL

Keywords: saving; investing; young adults; financial literacy; Laos

The purpose of the paper is to identify the attitudes of young adults aged 18-26 towards saving and investing and evaluate determinants that influence their financial decision. As their financial habits and perceptions can significantly influence their future country's economic stability. The main research question guiding this study is: "What are young adults aged 18-26's attitudes towards saving and investing in Laos?" To explore this question further, three sub-questions were developed: "How important do they consider saving and investing for their future?"; "What are the main factors influencing their saving and investment decisions?" and "What barriers do they perceive when starting to save or invest?"

Quantitative Method research was used in this research through an online survey which targets young adults aged 18-26 in Vientiane Capital in Laos. The survey included a mix of multiple choice questions and Likert scale, designed to collect data on their financial knowledge, behavior, attitudes, and the biggest obstacle on saving and investing. I aimed for a sample size of approximately 250 respondents to be able to ensure statistical relevance. Data collections were analyzed by descriptive statistics to display key trends and insights. The survey results have underscored that many young adults understand the importance of saving but are required to be more confident and active in investing. Even with a low income, most respondents indicated they try to save regularly because it's a safer and more accessible option. However, investing is less common, with many young adults either lacking the financial knowledge to start or being careful of the risks involved. In particular: lack of financial education stands out as a significant barrier; family influence plays a strong role in financial decisions; and economic constraints include low income and limited access to financial services making it harder for young people to consider investment options beyond traditional saving accounts.

The result of this paper has suggested that improving financial literacy and creating more accessible, low-risk investment opportunities could empower young adults in Vientiane to manage their finances more confidently and consider investing as a viable option for future security.

ANHELINA YAKUSHKO

yakushkoav@gmail.com

MBA

MSc, 2. semester

University of Miskolc

Faculty of Economics

Supervisor:
Dr. Szendi Dóra
associate professor, ME GTK

THE IMPACT OF MIGRATION FROM UKRAINE ON THE ECONOMIES OF EUROPEAN UNION'S COUNTRIES

Keywords: migration; world economy; host economy

The issue of migration from Ukraine to the European Union (EU) is significant since recent events have led to large migration flows, impacting the economies of several European nations. The conflict in Ukraine has driven millions to flee, presenting both challenges and opportunities for the EU. This study examines how Ukrainian migration has affected the economies of EU nations, focusing on employment, public budgets, and the integration of migrants into society.

The main aim of this research is to better understand the economic effects of Ukrainian migration, particularly in relation to labor markets and welfare systems. It seeks to highlight both the advantages and disadvantages of hosting Ukrainian migrants. The research addresses key questions: How does Ukrainian migration influence European labor markets? What is their impact on public budgets and welfare programs? And what challenges and benefits come from trying to integrate Ukrainian migrants?

This study combines both qualitative and quantitative approaches to explore the socio-economic impacts of the Ukrainian refugee crisis on European countries. It includes a literature review of academic papers, policy reports, and official data from sources like UNHCR and Eurostat to analyse refugee flows, demographic changes, and economic contributions. Quantitative analysis focuses on labor market integration, education levels, and unemployment trends, while qualitative research explores integration challenges through case studies, interviews, and reports.

The Ukrainian refugee crisis has brought both challenges and opportunities to European countries. Over 6 million refugees have received support like housing and financial aid, but nearly half still live below the poverty line. Refugees have made a positive economic impact, especially in countries like Poland, where they've helped fill labor shortages and boosted the economy. In fact, taxes paid by refugees in Poland have exceeded the costs of supporting them, and their contributions could raise Poland's GDP by up to 2% in the long term. Despite these benefits, integrating refugees into the workforce is still a big challenge. To make the most of refugees' contributions, it's important to focus on things like free language courses, easier ways to recognize qualifications, and job programs. Moving refugees to countries with labor shortages and raising awareness about their positive impact could also help.

Munkaerőpiac – Munkaerőpiaci esélyegyenlőség

Elnök:	Dr. habil. Kőműves Zsolt	MATE
Társelnök:	Szakálné Dr. Kanó Izabella	SZTE
Tag:	Dr. habil. Ing. Hajabáč Machová Renáta, PhD.	SK SJE
Tag:	Dr. Jenei Szonja	SZE
Tag:	Dr. habil. Juhász Gábor	PTE
Titkár:	Dr. Kiss Zsuzsanna	ME

BOTH SÁRA

bothsara@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Ásványi Katalin

egyetemi docens, BCE GT

A MEGVÁLTOZOTT MUNKAKÉPESSÉGŰ MUNKAVÁLLALÓK – ÚJ UTAK A VÁLLALATI SIKERHEZ?

Kulcsszavak: üzleti siker; megváltozott munkaképességű munkavállalók; munkahelyi inklúzió; kihasználatlan erőforrások; Q-módszertan

A megváltozott munkaképességű személyek mögött sokszínűség rejlik, ami túlmutathat egy klinikai diagnózison. A kutatás célja, hogy feltárja, hogyan befolyásolhatja a megváltozott munkaképességű munkavállalók foglalkoztatása a vállalati sikert a kiskereskedelmi szektorban működő vállalatok esetében.

A téma kiemelkedő fontosságú, mivel a megváltozott munkaképességű személyek társadalmi elfogadása és integrációja kulcsfontosságú lehet a munkaerőpiacon való aktív részvételükhöz és gazdasági aktivitásuk növeléséhez. Ennek eléréséhez azonban alapvető fontosságú, hogy a munkáltatók felismerjék ezen munkavállalók foglalkoztatásának vállalati előnyeit, valamint azt, hogy hogyan járulhatnak hozzá a szervezet sikerességéhez.

Az elemzéshez a Q-módszertant alkalmazom, melyben két mintát hasonlítok össze, olyan munkavállalók véleményét és preferenciáit, akik megváltozott munkaképességű munkavállalókkal dolgoznak, és olyanokét, akiknek nincs ilyen kollégájuk. A vélemények mélyebb megértése érdekében a kutatást szakértői interjúval egészítem ki, hogy teljes képet kaphassak a válaszadók preferenciáiról. A kutatás amellet, hogy feltárja a lehetséges vállalati sikertényezőket, megmutathatja, hogy milyen különbség tapasztalható a kutatásban résztvevő két minta között a megváltozott munkaképességű személyek elfogadásával kapcsolatban, valamint, hogy az elfogadás a mindennapi életben is megjelenik-e.

A mintát a Decathlon, kiskereskedelmi lánc munkavállalói és vezetői képzik, mivel a vállalat évek óta alkalmaz megváltozott munkaképességű munkavállalókat, valamint stratégiájának fontos része a munkahelyi inklúzió.

Eredményeim szerint a megváltozott munkaképességű munkavállalók alkalmazása nyolc különböző dimenzióban járulhat hozzá a vállalati sikerhez. Azok a munkavállalók, akik már dolgoztak ilyen kollégákkal elismerik, hogy alkalmazásuk pozitívan befolyásolhatja a fogyasztói preferenciákat, míg akiknek nincs tapasztalatuk velük, nem osztják ezt a véleményt. Az adóoptimalizáció előnyeit mindkét csoport elismeri, valamint a szakértői interjú alapján a közös munkavégzés pozitívan befolyásolhatja a munkahelyen kívüli társadalmi elfogadást.

DARABÁNT MÁRTA REBEKA

darabantrebeka@gmail.com

Emberi Erőforrások

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Szirtesné Kiss Ágota

kari nemzetközi vezető, BGE PSZK

A KISGYERMEKES ÉDESANYÁK ELHELYEZKEDÉSI NEHÉZSÉGEI A MUNKAERŐPIACON

Kulcsszavak: diszkrimináció; toborzás; kiválasztás; munkaerőpiac; megkülönböztetés

Tanulmányomban a magyar kisgyermekes édesanyák munkaerőpiaci helyzetét és elhelyezkedési nehézségeit vizsgálom a toborzási és kiválasztási folyamat szempontjából. A kutatásom segítségével arra szeretnék rávilágítani, hogy a kisgyermeket nevelő nők mind a toborzási, mind a kiválasztási folyamat során negatív megkülönböztetésekben részesülnek. A téma kutatása fontos, hiszen a szakirodalmak feldolgozása során egyértelművé vált számomra, hogy a kisgyermekes édesanyák diszkriminációja a munkaerőpiacon egy észlelhető probléma hazánkban, amelynek megoldása összetett, de elengedhetetlen. Kutatásom elsődleges célja tehát az, hogy rámutassak arra, hogy Magyarországon milyen kihívásokkal és megkülönböztetésekkel szembesül egy munkahely keresése és megtalálása során egy kisgyermeket nevelő édesanya. Emellett vizsgálom, hogy milyen mértékben észlelik a kisgyermekes édesanyák az elutasítást a munkaerőpiacon, és hogy milyen tényezők befolyásolják az ő esetükben a munkahely keresés hosszát. Annak érdekében, hogy a kutatási kérdéseimre választ tudjak kapni, valamint hogy igazolni, vagy épp cáfolni tudjam a hipotéziseimet a kisgyermekes édesanyák munkahelyi helyzetével kapcsolatosan primer kutatást hajtok végre, melyet egy kérdőíves vizsgálat eredményei alapján valósítok meg. Ezek alapján tehát a kutatásom kvantitatív. A tanulmányom eredményeként azt kaptam, hogy a kisgyermekes édesanyák a toborzási és kiválasztási folyamat során diszkriminatív gyakorlatokkal találkoznak. A negatív megkülönböztetés megmutatkozik az álláshirdetésekből, az önéletrajzok szűrésében, a visszahívások számában és az állásinterjúkon feltett kérdésekben. Ezt a fajta diszkriminációt maguk a kisgyermekes édesanyák is nagy mértékben észlelik, hiszen a kérdőívet kitöltők közül majdnem mindenki úgy gondolta, hogy a gyermekvállalás és a kisgyermeknevelés hátrányosan érinti az elhelyezkedési esélyeiket. A probléma főleg abból ered, hogy tapasztalataik alapján a cégek úgy gondolják, hogy az édesanyák sokat fognak távol lenni a munkahelyüktől kisgyermekük miatt, valamint a munka és a gyermeknevelés egy nem összeegyeztethető feladat, ezért nem is szeretnék őket alkalmazni. Ezeken felül kutatásomból kiderült, hogy a magasabb iskolai végzettségű kisgyermekes édesanyák szignifikánsan rövidebb idő alatt találtak munkát. Összességében az eredmények alátámasztják, hogy az iskolai végzettség pozitív hatással van a kisgyermekes édesanyák munkaerőpiaci integrációjának gyorsaságára.

KOVÁCS KITTI

kitti.kovacs99@gmail.com

Kereskedelem és marketing alapképzési szak

BA, 1. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Péter Erzsébet

egyetemi docens, PE GTK

HÁTRÁNYOS VERSENYHELYZET? - A FOGYATÉKOSSÁGGAL ÉLŐK FOGLALKOZTATÁSA ZALA VÁRMEGYÉBEN

Kulcsszavak: szociális intézmény; fogyatékossgal élők; foglalkoztatás; termék; versenyhelyzet

Kutatásom fókuszában áll a megváltozott munkaképességű és fogyatékossgal élő személyek foglalkoztatása és az általuk készített termékek megjelenése a fogyasztói szférában. A munka függetlenné teszi az embereket és segít saját méltóságuk megőrzésében, azonban a testi vagy szellemi fogyatékossga foka tovább csökkenti a munkaerőpiaci kilátásokat a megváltozott munkaképességű személyek számára. A téma fontosságát és aktualitását abban látom, hogy egyre több személyt foglalkoztat mind az esélyegyenlőség elveinek érvényesülése, mind a fogyatékossgal élő személyek társadalmi- és munkaerőpiaci integrációjának megvalósulása.

Kvalitatív kutatásom során strukturált interjú készült két Zala vármegyei intézmény vezető beosztású alkalmazottjaival, melynél az értékesítési rendszert, csatornáit, alkalmazott marketing eszközeit, stratégiáit és a fogyasztói, partneri kapcsolatait vizsgáltam meg. Emellett az intézmény és a társaság által foglalkoztatott 1 fő értelmi fogyatékos, 1 fő mozgásában korlátozott és 1 fő autizmus spektrumzavarral élő munkavállalókkal további strukturált interjút készítettem a munkavállaláshoz való hozzáállásuk és szerzett tapasztalataik kapcsán. A vizsgált intézmények esetében a kutatás eredményei igazolták a marketing tevékenységek, stratégiák hiányát. Az intézmény és a társaság is egyaránt a társadalmi- és munkaerőpiaci integráció, illetve a rehabilitáció fontosságát és a foglalkoztatottak jólétét tartja elsősorban szem előtt. Ezért a termékek értékesítésénél és a marketing területén hiányosságok tapasztalhatók, melyek gazdasági és humánerőforrás hiányából erednek. Termékértékesítésük során nagyrészt hagyományos értékesítési módot alkalmaznak, jellemző a rendezvényeken különböző eseményeken való megjelenés.

Kvantitatív kutatásom során a fogyatékos személyek által készített termékek iránti fogyasztói magatartást vizsgáltam kérdőíves lekérdezéssel 151 fő bevonásával 2023 tavaszán. A kutatás alanyai az ünnepi időszakokban hajlandóak a fogyatékossgal élő személyek által gyártott termékekre többet költeni, mint általában. Viszont a megkérdezettek többsége fontosnak tartja azt is, hogy a megvásárolt termék mind esztétikumban, mind funkciójában kielégítse az igényeket.

Társadalmi konvenciók és tabuk vonják körül a fogyatékos személyeket és az általuk készült termékeket, amely eltérhet az aktuális társadalmi normáktól és attitűdöktől, és emiatt versenyhátrányba kerülhetnek más piaci szereplőkkel szemben.

LÁZÁR LILI

lazarlili19@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Csillag Sára
egyetemi tanár, BGE PSZK

AZ AUTIZMUS SPEKTRUMZAVARRAL ÉLŐ NŐK MUNKAERŐPIACI INTEGRÁCIÓJA AZ INTERSEKCIONALITÁS TÜKRÉBEN.

Kulcsszavak: diszkrimináció; nemi diszkrimináció; nők; autizmus; interszekcionalitás

Dolgozatomban az autizmus spektrumzavarral élő nők munkaerőpiaci integrációját vizsgáltam az interszekcionalitás elméletének alkalmazásával. Kutatásom során arra fókuszáltam, hogy a női lét és az autizmus diagnózis hogyan befolyásolja ezen nők esélyeit a munkaerőpiacon, és milyen akadályokkal szembesülnek a karrierjük során. Az interszekcionális megközelítés lehetővé tette, hogy feltárjam, miként hat a nemi és neurodivergens identitás ezeknek a nőknek a foglalkoztatási tapasztalataira, különösen a strukturális egyenlőtlenségek és a diszkrimináció szempontjából. Ezen túlmenően a média szerepére is kitértem, megvizsgálva, hogyan jelenik meg az autizmus a médiában.

Kutatásom kvalitatív módszertanon alapul, melynek során félig strukturált interjúkat készítettem olyan nőkkel, akik autizmus diagnózissal élnek. Az interjúk során arra kerestem választ, hogy ezek a nők milyen kihívásokkal találkoznak az álláskeresés, a munkahelyi beilleszkedés, valamint a szakmai előmenetel terén. A kutatás során médiatartalmak elemzésére is sor került, amelyek az autista karakterek reprezentációját vizsgálták. Célom az volt, hogy feltárjam a média által közvetített sztereotípiákat az autizmus spektrumzavarral kapcsolatban.

Az eredmények rámutattak, hogy ezek a nők számos nehézséggel szembesülnek a munkaerőpiacon, különösen a munkahelyi környezet rugalmatlansága, a társas kapcsolatok nehézségei és a jelenlévő diszkrimináció miatt. Az interszekcionalitás, vagyis a női lét és az autizmus diagnózis együttesen jelentős hatással van a munkahelyi tapasztalataikra. A médiában megjelenő sztereotipikus ábrázolások tovább súlyosbíthatják ezt a helyzetet, mivel tovább erősítik a már így is jelenlévő negatív előítéleteket.

NÉMETH KATALIN

katlinnemeth@gmail.com

Nemzetközi Gazdaság és Gazdálkodás

MA, 1. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Ferkelt Balázs

egyetemi docens, BGE KKK

NEMI ESÉLYEGYENLŐSÉGET TÁMOGATÓ INTÉZKEDÉSEK A MAGYAR VÁLLALATOKNÁL

Kulcsszavak: nemi kvóta; nemi esélyegyenlőség; Magyarország; vállalati szféra

A világ sokszínű nemzetek halmaza, ennek következménye, hogy eltérő a különböző nációk társadalmának gondolkodásmódja is. A nők társadalmi helyzete például egyike azon témáknak, amelyben ez tükröződik. Bizonyos régiókban a lányoknak nincs hozzáférése az oktatáshoz, nem megengedett, hogy iskolába járjanak, míg más országokban támogató intézkedéseket hoznak annak érdekében, hogy biztosítsák a nemek közötti esélyegyenlőséget.

A dolgozatom célja, hogy a Magyarország helyzetét elemezzem nemi esélyegyenlőség szempontjából és megvizsgáljam milyen módszerekkel lehetne megszüntetni azokat a korlátokat, amelyek visszatartják a képzett női munkavállalókat a felsővezetői pozíciók elérésétől.

Kutatásomat a következő kérdések mentén végeztem el:

1. Hogyan befolyásolják a nemi szerepekkel kapcsolatos kulturális attitűdök Magyarországon a nők karrierlehetőségeit?
2. Szükséges-e Magyarországon a nemi kvóta alkalmazása?
3. Milyen egyéb, a nemek közötti egyenlőséget támogató intézkedések vannak érvényben a Magyarországon működő vállalatoknál?

A fenti kérdések megválaszolásához egyaránt alkalmaztam szekunder és primer kutatási módszereket. Könyveket, szakcikkeket, tanulmányokat, interjúbeszélgetéseket, statisztikákat, újságcikkeket, jelentéseket és egyéb online forrásokat dolgoztam fel, valamint mélyinterjú, kérdőívezés formájában végeztem primer kutatást is.

Kutatásaim eredményeképpen megfogalmazható, hogy – bár Magyarország sosem tartozott a nemi esélyegyenlőséget leghatékonyabban támogató országsoportba-a női munkavállalók többsége sosem tapasztalt nemi diszkriminációt munkahelyén. Bár nem a legmegfelelőbb módszere a nemek közötti egyenlőség megteremtésének, a vállalati női kvóta bevezetése egyértelműen javítana a nők karrierlehetőségeit az üzleti életben.

NOVÁK MARIANNA
marcsinovak30@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 7. félév
Nyíregyházi Egyetem

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

NŐK HELYZETE A MUNKA VILÁGÁBAN (SZABOLCS-SZATMÁR-BEREG VÁRMEGYÉBEN)

Kulcsszavak: munkaerőpiac; nők; differenciálás; családbarát; változás

Kutatásom első szakasza a munka történeti áttekintése volt, amelynek során világossá vált, hogy a férfiak és nők közötti munkamegosztás az emberiség történelmének korai szakaszában a háztartás vezetése és a gyermeknevelés alapján alakult ki.

Az iparosodás, az innováció és a technológiai fejlődés változásokat hozott ezen a munka területén, a feminista mozgalom pedig egyenlő jogokat és esélyeket követelt. A férfiak azt próbálták bizonyítani, hogy a nők munkateljesítménye gyengébb a férfiakénál, hogy a nők a gyermeknevelés miatt nem tudnak tartósan és megbízhatóan hozzájárulni a társadalomhoz, és hogy a munka világában hosszú távon nem lehet rájuk számítani.

A következő 4 hipotézist állítottam össze:

Hipotézis 1: Feltételezem, hogy a nők többsége képzettségének megfelelő munkakörben dolgozik.

Hipotézis 2: Az életkor előre haladtával egyre kevesebb az inaktívak száma a nők körében.

Hipotézis 3: Feltételezem, hogy a nők többsége alkalmazottként dolgozik.

Hipotézis 4: Feltételezem, hogy a munkahelyek többsége nem családbarát.

Kutatási módszernek az online kérdőíves felmérést választottam, 98 nő vett részt a kutatásomban 2023.09.18. és 2023.10.23. között. Ezen számok alapján a kutatásom egyáltalán nem nevezhető reprezentatívnak, de a dolgozat megírása céljából kiértékelésre kerültek.

Az első feltételezésem igaznak bizonyult. Ennek oka, hogy a válaszadók többsége, 70,1%-a egyetért azzal, hogy a képzettségének megfelelő munkát végez. A második hipotézisemmel a legtöbb nő nem értett egyet. Ezen kérdésemre 55,8 %-ban „nem” válasz érkezett. A kitöltők alapján a harmadik hipotézisem is igaz, a válaszadók 89,6%-a dolgozik alkalmazottként. Viszont ez az állításom nem csak a kérdőívem alapján igazolódott be, hanem egy korábbi táblázatom is jól szemlélteti, hogy ha csak a tavalyi évet vizsgáljuk, az összes női foglalkoztatott (2203,5 ezer fő) közül a nők körében 1984,3 ezer fő dolgozik alkalmazottként és csupán 219,2 ezer fő nem részesül alkalmazotti foglalkoztatásban. A kitöltések alapján az utolsó hipotézisem tévesnek tűnik, mivel a válaszadók túlnyomó többsége inkább gondolja családbarátnak a munkahelyét, mint sem.

A szakirodalom feldolgozása során, továbbá a gyakorlati tapasztalatok birtokában következtetéseket vontam le, javaslatot tettem a problémák kezelésére a családbarát munkahelyek népszerűsítésével. Úgy vélem, jelentős társadalmi változás a közeljövőben nem várható, mivel ez egy nagyon lassú és összetett folyamat viszont nagyon jó irányban halad a fejlődés felé.

SÁRVÁRI NELLI

nellisarvari@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 2. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Horváth Patrícia

egyetemi tanársegéd, SZE KGK

NŐK HELYZETE AZ OKTATÁSBAN ÉS ENNEK HATÁSA A MUNKAERŐPIACRA VALÓ BELÉPÉSRE

Kulcsszavak: esélyegyenlőség; felsőoktatás; nemek közötti egyenlőség; üvegplafon; sztereotípiák

A férfiak és a nők közötti esélyegyenlőség, valamint a nemek közötti egyenlő bánásmód egy kiemelkedő kérdéskör a 21. században is. A téma aktualitása megkérdőjelezhetetlen, mivel annak ellenére, hogy nőtt a nők foglalkoztatási rátája és javult a gazdasági helyzetük, még mindig nagy különbséget fedezhetünk fel a két nem között. Egyenlőtlenség mutatkozik meg az oktatásban, az egyetemi képzések terén, a szakmai területek nemi összetételénél, valamint a munkaerőpiacon és az oktatásban is hátrányban szenvednek a kisgyermeket nevelő női hallgatók. Ezekre alapozva a TMDK dolgozatomban vizsgálom a nők helyzetét az oktatási szférában és ennek hatását a munkaerőpiacra való belépésre. A releváns szakirodalom mellett, szekunder adatok segítségével elemzem a női startupperek arányát és a tudományos díjakat elnyerő személyek nemi összetételét, valamint a globális kihívásnak titulált fenntarthatóságban való női nem szerepét és a „rózsaszín galléros munkák” kifejezés eredetét.

A szakirodalmi kutatásra alapozva kérdőíves felmérést végeztem, melyben célom volt egy átfogó kép kialakítása az oktatás kérdésköre, az oktatásban tapasztalt kihívások, a hátrányos megkülönböztetés és a munkahellyel kapcsolatos diszkrimináció világáról. Mélyebb elemzések segítségével további célom volt az oktatással és a munkaerőpiacra kapcsolatos válaszok közötti kapcsolat feltárása is. Az eredmények alapján megállapítható, hogy vannak olyan tudományterületek, amelyeken erős női, illetve férfi többlet figyelhető meg, továbbá a nők körében többen tapasztaltak eltérő bánásmódot az oktatók, tanárok részéről és a nők úgy érzik, hogy a férfiak előnyösebb helyzetben vannak a hivatalos és a tudományos elismerések tekintetében.

SZŐNYI ANNA

szonyianna10@gmail.com

Gazdálkodási- és menedzsment

BSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Madari Zoltán

egyetemi tanársegéd, BCE KTK

NEMEK KÖZÖTTI BÉRSZAKADÉK VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: diszkrimináció; magyarázott és magyarázatlan bérszakadék; családpolitika; foglalkozási szegregáció; esélyegyenlőség

Tanulmányom célja a nemek közötti bérszakadék vizsgálata Magyarországon és a nőket ért diszkriminációt befolyásoló tényezők meghatározása. Kutatásomhoz a Bértarifa felvétel adatait használtam fel, 17 évet vizsgálva 2002-2018 között. Számos tanulmány foglalkozott a témában, akár az országon belül vagy európai összehasonlításban, kutatásuk eredményeit figyelembe véve végeztem el az elemzésemet. Két módszertant is felhasználtam a vizsgálathoz, a Blinder-Oaxaca dekompozíciót, ami segítségével éves bontásban meghatároztam a magyarázott és magyarázatlan bérszakadék mértékét és a férfi-női keresetek közötti különbséget. A Lineáris Regressziós modell segítségével külön vizsgáltam a felhasznált változók kapcsolatát az eredményváltozóval, ami a keresetek logaritmus volt.

Eredményeim azt mutatták, hogy szignifikáns különbség van a férfiak és nők bérei között, a férfiak javára. A magyarázott bérszakadék mértéke és negatív kapcsolata a jövedelemmel azt jelenti, hogy a nőknek munkaerőpiaci jellemzőik alapján magasabb bér lenne indokolt. A nők arányaiban szakképzettebbek, mint a férfiak, ami magasabb bérrel járna, azonban nem ez a tendencia figyelhető meg. A magyarázatlan bérszakadék jelenti a tényleges diszkriminációt, ami szignifikáns mértékben jelen van Magyarországon, ennek okozóira csak következtetni lehet.

Munkaerőpiac – Munkaerőpiaci folyamatok

Elnök:	Csehné Dr. habil. Papp Imola	ELTE
Társelnök:	Prof. Dr. Csillag Sára	BGE
Tag:	Dr. Borzán Anita	BGE
Tag:	Dr. Tánczos Tamás	EKKE
Tag:	Dr. habil. Varga Erika	MATE
Titkár:	Zapreskó-Farkas Evelin	ME

BARAKSÓ LAURA

larabarakso@gmail.com

Emberi erőforrások

BSc, 3. félév

Károli Gáspár Református Egyetem

Gazdaságtudományi, Egészségtudományi és

Szociális Kar

Témavezető:

Dr. Valkó Vivien

tanársegéd, KRE GESZK

AMIRŐL A VEZETŐK HALLGATNAK: MUNKAHELYI DISZKRIMINÁCIÓ

Kulcsszavak: negatív diszkrimináció; pozitív diszkrimináció; kvantitatív kutatás; kvalitatív kutatás; vezetőség

A munkahelyi diszkrimináció jelentős hatással van a munkavállalók általános jólétére, a munkahelyi légkörre, a szervezet teljesítményére. A kutatás segíthet megérteni azokat a folyamatokat, amelyek a munkavállalók hátrányos megkülönböztetéséhez vezetnek, ami lehetőséget teremt arra, hogy hatékonyabb beavatkozások történjenek a megkülönböztetés visszaszorítására. A kutatás során arra kerestem a választ, hogy miből fakad a megkülönböztetés, milyen típusai lehetnek a diszkriminációnak, az egyes típusok miként és hogyan nyilvánulnak meg, a vezetőség milyen mértékben törődik a felmerülő diszkriminációs problémákkal, és mit eredményez, ha nem foglalkoznak vele kellőképpen. A tudományos munka szekunder és primer kutatás egységére épít. A szekunder kutatáson belül aktuális hazai és nemzetközi szakirodalmakat, folyóiratcikkeket kerestem, amelyekben átfogóan írnak a problémáról, a munkahelyi diszkrimináció egy-egy fajtájáról, ezeken belül is leginkább arra koncentráltam, hogy melyek azok az írások, amelyek nem a problémáról nemcsak felületesen szólnak, hanem ki is fejtik a probléma gyökerét és hatásait. A primer kutatás keretében a negatív és pozitív diszkriminációt más módszerekkel vizsgáltam: a negatív diszkriminációt kvantitatív kutatás keretében, kérdőíves felméréssel vizsgáltam, a pozitív diszkriminációt kvalitatív kutatással, mélyinterjú formájában. A szakirodalom alapján felvetett hipotéziseken belül a változók közötti összefüggéseket Pearson-féle korrelációelemzéssel vizsgáltam, hogy kimutassam a változók közötti kapcsolatok meglévőségét és intenzitását. A kutatásból kiderült, hogy a diszkrimináció továbbra is fennáll, valamint kiemelkedő fontosságú lenne az elégedettség szempontjából, hogy a vezetők foglalkozzanak a problémával. A kérdőív alapján megállapításra került, hogy kisebbségben vannak azok, akiket sosem diszkrimináltak, illetve, hogy a negatív megkülönböztetés sokrétűen keletkezik és jelenik meg. A legjelentősebb az életkori és a nemi diszkrimináció volt, a legtöbbször előforduló probléma pedig az, hogy nem vették komolyan a válaszadókat és a fejlődési lehetőségek egyenlőtlenek voltak. A három mélyinterjú során kiderült, hogy az alanyok esetében súlyos és hátráltató jellegű volt a pozitív diszkrimináció és a vezetőség egyikük esetében sem tett előrelépést a probléma megoldására.

BIRÓ DORINA

birodorina0113@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

*Témavezető:
Dr. Czeglédi Csilla
egyetemi docens, BGE KKK*

A MUNKA-MAGÁNÉLET EGYENSÚLYÁNAK KÉRDÉSE A MAGYAR MUNKAVÁLLALÓK KÖRÉBEN

Kulcsszavak: munka-magánélet egyensúly; magyar munkavállalók

A dolgozatom témája a munka-magánélet egyensúly megteremtése, fenntartása a keresőmunkát végző magyar munkavállalók körében, ezen belül is különös hangsúlyt fordítva a nők és férfiak közötti különbségekre, a gyermekesek helyzetére, illetve a vezető beosztású munkavállalókra. A dolgozatom fő célja, hogy feltárjam a munka-magánélet egyensúly megteremtésének elősegítő eszközeit a magyar munkavállalók számára.

Dolgozatom első felében körüljártam a munka-magánélet egyensúlyának fogalmát, majd röviden kialakulásának történelmi háttérét. Ezt követően a munka-magánélet egyensúly kutatásának korábbi elméleteit tártam fel. A vállalati kultúra és vállalatpolitikák egyensúlyra gyakorolt hatásaival folytattam, majd a téma hazai vonatkozásait tekintettem át. A dolgozatom fő célja az egyensúlyt megteremtő intézkedések vizsgálata. Munkámban elsősorban az egyéni megoldásokkal foglalkoztam, melyeket azonban meghatároz a vállalatpolitika és az állami szabályozások is.

Primer kutatásom során kérdőíves felméréssel, (N=152) vizsgáltam a felállított kutatási hipotéziseket. Kutatásom fő kérdései arra keresik a választ, hogy mit is jelent a magyar munkavállalók számára az, hogy egyensúlyban van a munka és a magánélet, illetve, hogy mit is tehet az egyén annak érdekében, hogy ilyen állapotot alakíthasson ki. Ehhez kapcsolódóan megvizsgáltam, hogy milyen mértékben állnak rendelkezésre a rugalmas munkavégzési módok a különböző foglalkoztatási kategóriákban. A nemek közötti különbségekre vonatkozóan azt vizsgáltam, hogy az egyensúly kialakításában, fenntartásában milyen eltérések lelhetők fel. Emellett a gyermekesek helyzetét figyeltem még meg, hogy számukra milyen egyéb munka-magánélet egyensúlyt elősegítő intézkedések állnak rendelkezésre és ezeket mennyire veszik igénybe.

A vizsgálati eredmények azt mutatták, hogy a rugalmas munkavégzési módok csak bizonyos munkavállalók számára állnak rendelkezésre, azonban sokaknak megoldást jelentenének. A nők és férfiak között a munka és magánéletet elválasztó határok felállításában mutatkozik meg leginkább a különbség, illetve, hogy a munkavállalók a munka-magánélet egyensúlyának meghatározásakor elsősorban az időfaktort veszik figyelembe.

BUJDOSÓ DIÁNA ESZTER

bujdoso.dia@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 3. félév

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Agrár -és Élelmiszergazdasági Intézet

Témavezető:

Dr. habil. Rudnák Ildikó
egyetemi docens, MATE AGI

A CSOPORTOS LÉTSZÁMLEÉPÍTÉS HATÁSA AZ ELBOCSÁTOTT ÉS A TOVÁBBALKALMAZOTT MUNKAVÁLLALÓKRA EGY ADOTT VÁLLALATNÁL

Kulcsszavak: HR; elégedettség; munkaerőpiac; vállalati kultúra

Egyrészt a csoportos létszáMLEÉPÍTÉS aktuális téma globalizált és válságtól sújtott világunkban, másrészt a folyamatban érintett személyként saját bőröMÖN tapasztaltam a gyakorlati megvalósítását, hiszen munkahelyemen, egy nagy brit multinacionális vállalatnál a felsővezetés úgy döntött, hogy a teljes budapesti globális üzletág 184 alkalmazottját elbocsátja, és ezeket a pozíciókat Indiába szervezik ki. Ezért döntöttem úgy, hogy elméleti és empirikus tanulmányt készítek a témában.

Célom, hogy a nemzeti és nemzetközi, klasszikus és legújabb tudományos publikációk alapján áttekintést adjak a csoportos létszáMLEÉPÍTÉSEKKEL kapcsolatos változásmenedzsment legjobb gyakorlatairól, trendjeiről és módszereiről, majd egy empirikus felmérés keretében megvizsgáljam a csoportos létszáMLEÉPÍTÉSEK elfogadására irányuló intézkedések hatékonyságát a társadalmi-demográfiai jellemzők alapján.

A szakirodalom és személyes tapasztalataim alapján a következő kutatási kérdéseket fogalmaztam meg:

1. kérdés: Függ-e a munkavállalók csoportos létszáMLEÉPÍTÉSEL kapcsolatos véleménye a demográfiai jellemzőktől?
2. kérdés: Elégedettek-e a munkavállalók a csoportos létszáMLEÉPÍTÉSEK feltételeivel?
3. kérdés: Változik-e a vállalat iránti elkötelezettség szintje, ha csoportos létszáMLEÉPÍTÉST közölnek?

Az elsődleges kutatásomban kvalitatív (mélyinterjú a gazdasági igazgatóval) és kvantitatív (kérdőíves felmérés, N = 224, keresztáblás elemzés) vizsgálatot végeztem.

A primer kutatás eredményei alapján arra a következtetésre jutottam, hogy- a munkavállalók csoportos létszáMLEÉPÍTÉSEL kapcsolatos nézetei függnék a társadalmi-demográfiai jellemzőiktől, és

- a csoportos létszáMLEÉPÍTÉSEK elfogadására irányuló célzott intézkedések hasznosabbnak bizonyultak, mint a közvetett intézkedések, és
- a csoportos létszáMLEÉPÍTÉSEK körülményeihez képest az elkötelezettség szintje alacsony.

Elemzésem alapján ajánlásokat teszek az elbocsátások által érintett és nem érintett munkavállalók számára, hogy tovább támogassam őket.

GEDEON ANNA

annagedeon7@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:
Dr. Kovács László
adjunktus, BCE MSMI

MAGYAR TELJES TERMÉKENYSÉGI ARÁNYSZÁM MODELLEZÉSE ÉS ELŐREJELZÉS

Kulcsszavak: időszorelemzés; gépi tanulás; modellezés; előrejelzés; termékenységi arányszám

Egy ország népességszámának alakulása annak gazdaságára közvetlen és érdemi hatást gyakorol, így annak modellezése elengedhetetlen. Egy ország népességének változását több szempontból jól írja le, közelíti a teljes termékenységi arányszám, melynek tanulmányozása és a lehetséges alakulásának vizsgálata, előrejelzése az utóbbi években egyre nagyobb hangsúlyt kapott és kap Európa szerte. Az indok érthető, egy európai ország fent említett termékenységi mutatója sem éri el a népesség szinten tartásához szükséges 2.1-es értéket (c. p.). Ráadásul, jellemzően csökkenő tendencia érvényesül a mutatószám időbeli alakulására. A téma jelentőségét az is emeli, hogy szemben például a halálozási rátával, a teljes termékenységi rátának nincsen fejlett, kidolgozott modellezési irodalma. A kutatásomat a téma aktualitása és a modellezés területén jelenlevő hiányosságok és az ebből adódó lehetőségek indokolják. A magyar teljes termékenységi arányszám alakulását 1949 és 2022 közötti időszakon modelleztem hét módszer segítségével, amelyek az ENSZ BayesTFR modellje, illetve az ARIMAX, Prophet, véletlen erdő és XGBoost, valamint ARIMAboost és ProphetBoost modellek. Az 1949-2012 közötti időszakon a modellek hiperparaméter optimalizálását végeztem el, míg a 2013-2022 közti tesztidőszakon értékeltem ki és hasonlítottam össze a modellek teljesítményét az időszorelemzés szakirodalmában népszerű mutatószámok (RMSE, MAPE stb.) alkalmazásával. A modellek közül végül - a MAPE hibamutatót tekintve az összehasonlítás alapjának - az ARIMABoost modell teljesített legjobban a validációs időszakon, így azt tanítottam újra a teljes 1949-2022 időszakon, és a Központi Statisztikai Hivatal előrejelzési időtájára, 2070-ig tettem előrejelzést.

Összességében a kapott eredmények alapján elmondható, hogy a magyar TTR modellezésénél jobban teljesítenek a hagyományosabb idősor-alapú modellek. Mindazonáltal azok kiegészítése gépi tanulási technikával jelentős javulás érhető el a becslések pontosságát tekintve. Így érdemes lehet a két típusú model család együttes alkalmazása a TTR idősorának modellezésénél.

KÁDAS RÉKA

rekakadas16@gmail.com

emberi erőforrás tanácsadó

MSc, 4. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. habil. Lipták Katalin
egyetemi docens, ME GTK*

AZ EGÉSZSÉGÜGYI RENDSZER HELYZETÉNEK ELEMZÉSE

Kulcsszavak: egészségügy; munkaerőpiac; humán erőforrás; egészségügyi szolgálati jogviszony; kihívás

TDK dolgozatomban célja, hogy bemutassam az egészségügyi rendszer helyzetét, különös tekintettel a humán erőforrás okozta kihívásokra. Választásom azért erre a témára esett, mivel nap, mint nap találkozom a problémákkal és szembesülök a nehézségekkel. Általánosságban elmondható, hogy az egészségügyi rendszer folyamatosan változik. Külső és belső körülmények hatnak rá. Az elmúlt években számos olyan esemény, döntés született, mely igen komoly hatással volt az egészségügyi rendszer átalakulására.

A kutatásom célja, hogy megvizsgáljam a Borsod-Abaúj-Zemplén Vármegyei Központi Kórház és Egyetemi Oktatókórház munkavállalóinak véleményét és elégedettségét a témával kapcsolatosan, melyet kérdőíves módszerrel valósítottam meg. Elemzésre került a munkavállaló saját helyzetének megítélése és beosztása az egészségügyön belül, a pályakezdés és a külföldi munkavállalás, valamint a bérek, béremelési tendenciák minősítése. Az egészségügy jelenlegi és jövőbeli helyzetének alakulása.

A vizsgálat során beigazolódott, hogy mind az egészségügyi szolgálati jogviszonyra való áttérés, mind pedig a COVID-19 világjárvány negatívan befolyásolta a humán erőforrás helyzetét. Az előbbinél a bértáblák átalakulása és az átvezényelhetőség megjelenése, míg az utóbbinál a COVID-ba történő átirányítások, illetve a kötelező oltás hatása emelhető ki. A kérdőíves felmérés során bizonyosságot nyert az, hogy a munkavállalóink elégedetlenek. Gyakorlatilag mindennel, a pénzbeli juttatásokkal, a jelenlegi helyzetükkel, beosztásukkal. Komoly problémát jelent az is, hogy a többség nem tud csapatként együttműködni, nincs meg az a tisztelet és már-már baráti viszony a kollégák között. Elszomorító még, hogy problémát jelent az orvos-szakedzői viszony sajátossága, a kiemelkedő alá-fölérendeltségi viszony is, ami azért az egészségügyi rendszerre kezdettől fogva jellemző. A jövőben komoly probléma lesz az állami ellátórendszer tovább romló helyzete. Az biztos, hogyha nem történik változás, akkor az állami egészségügyi ellátórendszer zuhan lefelé továbbra is. A beszállítói tartozásállomány az egekben, a bérezés konstans, a finanszírozás nem fedezi a betegellátás költségeit. Nagy szükség lenne arra, hogy a kormányzati kiadásokból többet fordítsanak az egészségügyre, annak fejlesztésére, az eszközök és a munkakörülmények tekintetében is.

LŐRINCZ VIKTÓRIA

viktoria.lorincz20@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 5. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Lipták Katalin

egyetemi docens, dékánhelyettes, ME GTK

AZ EGYESÜLT KIRÁLYSÁG MUNKAERŐPIACÁNAK VIZSGÁLATA, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A BREXIT OKOZTA HATÁSOKRA

Kulcsszavak: munkaerőpiac; Brexit; munkaerőhiány; migráció

A dolgozat célja az Egyesült Királyság munkaerőpiacának vizsgálata, különös tekintettel a Brexit okozta hatások elemzésére.

Több kutatási kérdést is megfogalmaztam: (1) Negatívan hatott a Brexit az Egyesült Királyság munkaerőpiacára? (2) Az Európai Unió munkaerő csökkenése előidézhette-e a hiányt az egyes ágazatokban, vagy sikerül pótolni? (3) Az új letelepedési szabályoknak köszönhetően hogyan változott a munkavállalók összetétele? (4) Hogyan alakult a migráció a Brexit hatására?

Kutatásom során Brexit foglalkoztatásra, bérekre, bevándorlásra, különböző ágazatokra gyakorolt hatásait elemeztem az Office for National Statistics, a Migration Observatory adatait alapján. Gazdasági és társadalmi helyzet komplexebb értelmezése érdekében fontos tisztában lenni az eseményhez vezető okokkal. Ennek érdekében ismertetem a 2016-os népszavazást előzményeit is.

A kutatás módszertana szekunder és primer adatok feldolgozásával készült: tanulmányok, szakcikkek elemzésével, továbbá az Egyesült Királyságban élő személyek körében folytatott mélyinterjúk eredményeinek az ismertetésével valósítottam meg. A brit egyetemek, intézetek által elvégzett felmérések kiváló alapul szolgáltak a téma elemzéséhez.

A kutatásaim alapján megállapítható, hogy az Európai Unóból való kilépés jelentős hatást gyakorolt a szigetország munkaerőpiacára. Több ágazatban is hiány alakult ki, ellátási problémák léptek fel, számos projekt félbeszakadt, a béreket kénytelenek voltak emelni. A bevándorlók származási, képzettségi összetétele megváltozott, valamint a kivándorlást is befolyásolta. A migráció tekintetében nemcsak a munkaerő, hanem a diákok döntéseire is hatást gyakorol a mai napig.

Ezek alapján arra a következtetésre jutottam, hogy a brit munkaerőpiac átalakulásokon ment keresztül az elmúlt 4 évben. Az elmúlt években több válság is kialakult a világban, így nem lehet az esetleges problémákat egyértelműen a Brexitnek tulajdonítani. Hosszú távú következtetések levonásához még nem telt el elegendő idő, viszont az eddigi tapasztalatok segíthetnek a jövőbeni stratégiák kidolgozásában.

SCHWEMMER MARTIN LÁSZLÓ

schwemmer.martin1@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Chikán Attila

professzor emeritus, BCE KT

**MUNKAÜGYI ÉRDEKEGYEZTETÉS A NYUGAT SZÍVÉBEN ÉS A
POSZTSZOCIALISTA RÉGIÓBAN – BELGIUM ÉS MAGYARORSZÁG
ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE**

Kulcsszavak: érdekegyeztetés; szakszervezetek; összehasonlítás

A kutatás összehasonlítja Belgium és Magyarország jelenleg működő országos munkaügyi érdekegyeztető rendszereit azzal a céllal, hogy rámutasson, milyen hatalmi helyzettel rendelkeznek az egyes szereplők és milyen különbségek azonosíthatóak a két rendszer felépítése között. A kvalitatív kutatás során a belgiumi és magyarországi érintettekkel készültek interjúk. A vizsgálat először a munkaügyi rendszereken belüli erőviszonyokat tárja fel, kiemelt figyelmet fordítva a szakszervezetekre, majd az érdekegyeztetés intézményrendszerét és a kollektív tárgyalások országos folyamatát elemzi. A kutatás megállapítja, hogy több külső és első tényező miatt a belgiumi szakszervezetek hatalmi helyzete jelentősebb, ami nagyobb erőegyensúlyt biztosít a rendszerben a hazai tapasztalatokhoz képest, ahol ezzel szemben a szakszervezeti mozgalom számos szempontból gyengébben szervezett. A dolgozat rámutat továbbá, hogy a nyugat-európai ország érdekegyeztetési folyamatát stabilabb, nagyobb legitimitással rendelkező intézményrendszer jellemzi, a központi kollektív alkufolyamat pedig inkább kompromisszumokra épül és összekapcsolódik az iparági és vállalati kollektív szerződésekkel. Ezzel szemben Magyarországon az intézményrendszer gyakran kormányzati ciklusonként került átalakításra, a testületek pedig főleg konzultatív szerepet töltenek be, így az országos érdekegyeztetést másfajta dinamikák jellemzik.

SZABÓ RÉKA

szaboreka0626@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 3. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Prof. Dr. Dajnoki Krisztina

egyetemi tanár, DE GTK

Dr. Czine Péter

adjunktus, DE GTK

A HARMADIK ORSZÁGBÓL ÉRKEZŐ MUNKAVÁLLALÓK INTEGRÁCIÓS KIHÍVÁSAI

Kulcsszavak: munkaerőpiac; harmadik országbeli munkavállalók; xenofóbia; szervezeti kultúra

Az utóbbi években a harmadik országból érkező munkavállalók integrációja a magyar munkaerőpiacon kulcsfontosságúvá vált. Ennek számos oka van, melyek közül kiemelhető a munkaerőhiány, a demográfiai kihívások, mint például a népesség elöregedése, vagy akár a bérköltségek optimalizálása. Az integráció azonban számos akadályba ütközik, ami megjelenhet például a kulturális és társadalmi különbségek áthidalásának nehézségeiben. Ez nehezítheti a munkavállalók beilleszkedését, bizonyos társadalmi rétegekből pedig ellenséges érzéseket és félelmet válthat ki.

A kutatás célja egyrészt hazai és nemzetközi szakirodalom alapján képet adni a harmadik országból érkező munkavállalókat érintő kihívásokról, valamint a munkaerőpiaci helyzetet értékelve megállapítást tenni a munkaerőimport szükségletére és az integrációs folyamat eredményességére. A specifikus célok közé tartozik a xenofóbia munkaerőpiacra és szervezeti kultúrára gyakorolt lehetséges hatásainak vizsgálata, valamint feltárni, hogy a harmadik országbeli munkavállalók és a magyar munkáltatók közötti együttműködést elősegítő szervezetek miként értékelik a munkaerőimport jelentőségét, illetve az integráció hatékonyságát és megvalósíthatóságát.

A célok megvalósítása érdekében kutatásokat végeztem. Egyrészt kérdőív segítségével tártam fel a válaszadók véleményét arra vonatkozóan, hogy hogyan látják a jelenlegi munkaerőpiaci helyzetet, illetve a xenofóbia szintjének mérésére szolgáló állítások, előítéletek és integrációs tapasztalatok is szerepeltek a kérdőívben a demográfiai kérdések mellett. Adatelemzésem során mind leíró statisztikai módszereket, mind pedig hipotézisvizsgálatokat alkalmaztam. Emellett szakértői interjúkat készítettem tercier szektorban dolgozó HR szakemberekkel, hogy átfogó képet kapjak az integráció kihívásairól és a gyakorlati megvalósítás tapasztalatairól.

Megállapításaim alapján a xenofóbia szintje szignifikáns hatást gyakorol a harmadik országból érkező munkavállalók megítélésére és beilleszkedésére. A xenofób attitűd érdekében végzett elemzések rávilágítottak arra, hogy az attitűd szintjében lévő heterogenitás forrása nem köthető csupán demográfiai jellemzőkhöz és munkaerőpiaci státuszhoz. Az interjú során megkérdezett szakemberek hangsúlyozzák, hogy a helyi munkaerő nem tudja teljes mértékben kielégíteni a munkaadók igényeit, az integráció azonban kihívásokkal jár, különösen a kulturális és nyelvi különbségek miatt, ezért célzott oktatási és beilleszkedési programokra van szükség.

TÓTH MÁTÉ

tothamate@gmail.com

gazdaságinformatikus

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Dr. Fodor Szabina Eszter

egyetemi docens, BCE

AZ AUTOMATIZÁCIÓ HATÁSA MAGYARORSZÁG MUNKAERŐPIACÁRA, AVAGY MI VÁRHATÓ A CHATGPT BECSLÉSEI ALAPJÁN?

Kulcsszavak: automatizáció; munkaerőpiac; GPT-4.5; AI; FEOR

Kutatásom során arra a kérdésre kerestem a választ, hogy a már most is rendelkezésünkre álló technológiák milyen rövid és középtávú munkaerőpiaci hatásokat vetítenek előre Magyarországon, illetve, hogy mi várható hosszú távon. Dolgozatomban a Foglalkozások Egységes Osztályozási Rendszere (FEOR–08) által meghatározott feladatok, és ezáltal munkakörök automatizálhatóságát vizsgáltam a GPT-4.5 nagy nyelvi modell becsléseinek segítségével.

Tanulmányomhoz egy előző kutatásokra építő, mégis új keretrendszert alakítottam ki az automatizáció munkaerőpiaci hatásainak elemzésére. Az eljárásom során megszereztem az egyes foglalkozáscsoportok munkakörök munkafeladatait, majd az OpenAI akkor elérhető legújabb nagy nyelvi modelljével (GPT–4.5) három értéket becsültem meg minden munkafeladattal kapcsolatban:

1. Hány százalékát teszi az ilyen munkakörben dolgozó munkavállaló munkaidejének az adott feladat.
2. Hány százalékban automatizálható az adott munkafeladat.
3. Hány százalékban automatizálható az adott munkafeladat gazdaságosan, 2023-ban Magyarországon.

Ezek segítségével minden FEOR-08 munkakörre kiszámítottam a jelenlegi technológiákkal automatizálható munkaidő arányát közép, illetve rövidtávon, majd a kapott értékeket összegeztem, elemeztem.

Eredményeim hatalmas munkaerőpiaci változásokat vetítenek előre: egy átlagos foglalkoztatott munkaideje modellem szerint kb. 50%-ban automatizálható. Ha a gazdaságosságot is figyelembe vesszük, akkor pedig teljes munkaidejének 36%-a automatizálható. Magyarországon több mint 600 ezer munkahely (a foglalkoztatottság kb. 14%-a) van nagy veszélyben a már gazdaságosan implementálható automatizációs technológiáktól, és ezen felül még több mint 2,5 millió munkavállalónak kell majd ezekkel együttműködnie a közeli jövőben. Ha a gazdaságosságot nem vesszük figyelembe, akkor 2,9 millió munkahely, azaz a foglalkoztatottság kb. 68%-a van nagy veszélyben, és a munkavállalók döntő többségének alkalmazkodnia kell majd a technológiai fejlődéshez.

Kutatásom eredményei alapján úgy tűnik, hogy az automatizáció mindannyiunk életét alapvetően befolyásolni fogja. Többségünk mindennapi munkájának alapvető eszközei lesznek. Alkalmazkodásunk és a szabályozási környezet kialakítása meghatározhatja, hogy munkahelyünk elvesztésével, vagy a munkakörnyezet átalakulásával fogunk szembenézni.

TÖRÖK HANNA

hannatorok22@gmail.com

nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MA, 1. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Juhász Tímea

egyetemi docens, címzetes egyetemi tanár, BGE KKK

**ADDIG ÜSD A VASAT, MÍG MELEG – DE MEDDIG MELEG? AVAGY A
PERFEKCIONIZMUS ÖRDÖGI KÖRE A TAPASZTALT MUNKAVÁLLALÓK
KÖRÉBEN.**

Kulcsszavak: perfekcionizmus; tökéletesség; tapasztalt munkavállalók; perfekcionizmus típusai

A kutatásom a perfekcionizmust vizsgálja a tapasztalt munkavállalók körében. A téma nagyon aktuális, a munkaerőpiac ugyanis szinte elvárja a perfekcionista attitűdöt.

A dolgozatom fő kérdése, hogy mi a véleménye a tapasztalt munkavállalóknak a perfekcionizmusról, mi a perfekcionizmus és a terhelhetőségnek a kapcsolata, meddig terhelhető a perfekcionista munkavállaló. A kérdéskört megvizsgálom a szervezeti életben, a perfekcionista egyén és munkatársak szempontjából is. A dolgozatom elején egy részletes célstruktúra található, ami rendszerezi kutatásom célját.

A kutatásomhoz, mind primer, mind szekunder kutatást végeztem. A téma szempontjából releváns szakirodalmak alapján készítettem el szekunder kutatásom, ahol bemutatom a perfekcionizmus fogalmát, és a perfekcionizmust a szervezeti életben. A primer kutatásomnak két alappillére van: a strukturált interjú és a kérdőív. Az interjúkkal az volt a célom, hogy felmérjem valós-e az általam felvetett probléma, érdemes-e a kérdőíves a vizsgálatot elvégezni. A kérdőíves elemzést egy 237 fős mintán készítettem, saját kérdőívvel dolgoztam. Statisztikai módszerekkel (például ANOVA vizsgálat, t-próba, korreláció) elemeztem a kérdőívet SPSS segítségével.

A kérdőíves elemzést hipotézisek alapján végeztem, és minden hipotézisem alátámasztottam, vagy megcáfoltam kutatásom alapján. A hipotéziseim és eredményeim szeretném sorban bemutatni. Az első és második hipotéziseim a következők: A perfekcionizmusról alkotott véleményt befolyásolja, hogy az egyén perfekcionista-e, illetve volt-e valaha perfekcionista.; A perfekcionista munkavállalók egyértelműen jó hatással vannak a csapatmunkára, a cég hatékonyságára és versenyképességére is. A kutatásom ezt a két hipotézist alátámasztotta, ezzel szemben a következő két hipotézisem a kérdőíves kutatásom alapján megcáfolásra került: A perfekcionista munkavállaló a legjobban terhelhető munkavállaló, mind a munkatársak, mind a cég szempontjából.; Csak a perfekcionista munkavállalók véleménye szerint növekszik a cég versenyképessége a perfekcionista munkavállalók hatására.

A dolgozat végén arra következtettem, hogy jó példákat kellene Magyarországon is figyelembe venni, és a perfekcionizmussal a szervezeti életben is foglalkozni kell, hogy ne vezessen kiégéshez. A dolgozat végén javaslatokat tettem további kutatásokra.

Pénzügy – Adóügyek és kriptovaluták

Elnök:	Dr. Fülöp Katalin	NKE
Társelnök:	Dr. Baranyi Aranka	SOE
Tag:	Dr. habil. Becsky-Nagy Patrícia	DE
Tag:	Dr. Dobák Dóra Éva	BGE
Tag:	Dr. Ing. Gyurián Norbert	SK SJE
Tag:	Dr. Lakatos Vilmos	DE
Tag:	Dr. Loszkorih Gabriella	RFKMF
Tag:	Dr. Tariszka Éva Ilona	EKKE
Titkár:	Dr. Füredi-Fülöp Judit	ME
Titkár:	Dr. Pál Zsolt	ME

DOBOS ZSOMBOR

zsombi.dobos@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Bárczi Judit

egyetemi docens, Neumann János Egyetem Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori

Iskolája

PÉNZÜGYEK A DIGITÁLIS KORBAN A HAGYOMÁNYOS PÉNZÜGYI RENDSZER ÉS A KRIPTOVALUTÁK ÖSSZEHASONLÍTÁSA, A JÖVŐ KILÁTÁSAI

Kulcsszavak: pénzügyi rendszer; Bitcoin; téma aktualitása; kriptovaluták; jövő

Témám aktualitását tükrözi, hogy az emberekben egy bizalmatlanság alakult ki a jelenlegi rendszerrel kapcsolatban a 2008-as gazdasági világválság után. 2009-ben, feltételezhetően erre való reagálásként hozták létre az első kriptovalutát, a Bitcoint. Aktualitását az is mutatja, hogy a kormányzatok, nemzeti bankok egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a kriptovalutákra. Vizsgálatomban azokra a kérdésekre kerestem a választ, hogy átalakulhat-e a jelenlegi pénzügyi rendszer hatásukra? Miért lehetnek jobb megoldások? Melyiknek van lehetősége arra a jövőben, hogy elismert fizetőeszközzé válhasson? Integrálható-e a való világ és a vállalatok a kriptotérbe? Mik a jövő kilátásai?

A szakirodalmi feldolgozásban bemutattam a jelenlegi pénzügyi működését. A pénzügyi intézetek felelőtlen hitelezése, valamint a Lehman Brothers bank csődje vezetett a 2008-as válsághoz.

A kriptovaluták célja, hogy egy igazságosabb, valamint hatékonyabb rendszer jöhessen létre. A mögöttes technológiája a blokklánc-technológia, melyhez nem szükséges egy harmadik közvetítő fél. Minden új felhasználóval növekszik az eszköz értéke. Készlete véges, bányászáson keresztül lehet hozzájutni. Inflációja megváltoztathatatlan.

Saját vizsgálatomban a Bitcoint, Ethereumot, Solana-t, Polkadotot, Chainlinket és VeChaint elemeztem. Vizsgáltam, hogy mire jöttek létre, a technológiájukat, a felhasználási eseteiket, tokenomiájukat, piaci kapitalizációjukat, likviditásukat, volatilitásukat és kockázataikat. Majd ezeket a projekteket összehasonlítottam.

Arra a következtetésre jutottam, hogy a jelenlegi pénzügyi rendszer hibái miatt jó alternatívát nyújthat a Bitcoin és a többi kriptovaluta. A jövőben átalakulhat a jelenlegi pénzügyi rendszer a Bitcoin tulajdonságainak köszönhetően, de magas volatilitása miatt nem alkalmas még mindennapi fizetésre. A többi vizsgált projektet két csoportra lehet osztani. Az Ethereum, Solana és Polkadot azok számára lehet fontos, akik ebben a világban már jelen vannak. A Chainlink és a VeChain pedig integrálja a vállalatokat. Az integrációjának szempontjából megkülönböztethetők a megoldást kínáló projektek, a megoldásra vágyó személyek, vállalatok, a befektetők, valamint az edukáción keresztül is integrálni lehet. A technológia értéke a használatban rejlik. Akkor lesznek még elterjedtebbek, ismertebbek és elfogadottabbak a kriptovaluták, ha felismerik a felhasználók a technológiának az értékét.

GYENES ZOLTÁN

gyezo12@gmail.com

Master of Business Administration

MSc, 4. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Jónás Tamás
egyetemi tanár, ELTE GTK

A KRIPTOVALUTÁK IRÁNTI PREFERENCIÁK ELEMZÉSE MAGYARORSZÁGON FLEXIBILIS FUZZY SZÁMOK FELHASZNÁLÁSÁVAL

Kulcsszavak: kriptovaluta; blokklánc technológia; flexibilis fuzzy számok

A kutatás elsődleges célja, hogy feltárja a magyarországi egyéni befektetők kriptovaluták iránti preferenciáit. Egy újszerű, flexibilis fuzzy számokat alkalmazó elemzési módszert használtunk fel, amely a hagyományos Likert skálás elemzéstől eltérve előnyt kínál a válaszadók bizonytalanságának figyelembevételében. A kutatásban résztvevők online kérdőív segítségével adták meg válaszaikat, összesen 116 válasz érkezett. A kezdeti elemzést leíró statisztikai módszerekkel végeztük. A rugalmas fuzzy számokat alkalmazó kérdőív kérdései a kriptovalutákkal kapcsolatos ismereteket, a blokklánc tudást, és a kriptovalutákba vetett bizalom szintjét vizsgálták. A válaszokból nyert flexibilis fuzzy számokat egy adekvát matematikai módszerrel aggregáltuk, valamint súlyponti defuzzifikálás módszerével határoztuk meg a fuzzy számokat reprezentáló éles értékeket. További elemzést végeztünk az olyan demográfiai tényezőkre vonatkozóan, mint az életkor, a nem, az iskolai végzettség, a családi állapot, a jövedelmi szint és a kriptovaluta-tulajdonlás. A kriptovaluta-tulajdonosok és nem-tulajdonosok csoportjai közötti hipotézisvizsgálatot végeztünk a defuzzifikált értékekre vonatkozóan Mann-Whitney és Moods medián tesztek alkalmazásával. A vizsgált változók közötti sztochasztikus kapcsolatok erősségét Pearson korrelációs együtthatókkal és az ezekből származtatott heatmap segítségével jellemeztük. Ezt követően összehasonlító vizsgálatokat végeztünk a magyarországi- és a németországi (potenciális) befektetők kriptovalutákkal kapcsolatos preferenciáira vonatkozóan. A tanulmányból nyert eredmények a befektetési bankok és más pénzintézetek számára hasznosak lehetnek a jövőbeli befektetési portfóliók kialakításában a magyarországi egyének kriptovaluta-preferenciáinak megértése révén.

HADJADJ KARIM

karimhadjadj20011009@outlook.com

Pénzügy és számvitel

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Hegedűs Szilárd

főiskolai docens, BGE PSZK

ADÓRENDSZEREK VIZSGÁLATA AZ OECD TAGORSZÁGOKBAN

Kulcsszavak: adó; OECD; többváltozós statisztikai elemzés; versenyképesség; idősoros elemzés

Manapság egyre fontosabb kérdéssé vált hogy hogyan tehetjük hatékonyabbá egy ország adózási rendszerét. Az országok nagyon sok próbálkozást tettek a cél elérésének érdekében, aktuális cél még mindig az Európai Unióban hogy egységes adózási rendszer kialakítása az egységes rendszerért. Kutatásom célja, hogy mely adónemek és tényezők rendelkeznek befolyásolási erővel amik ténylegesen hatnak az adózási rendszer működésért. Mellesleg, a 2019,2020,2021 és 2022 években milyen tanulságot vonhatunk le az adózási rendszer működéséről és az országoknak milyen eszköztárakkal rendelkeznek a felmerül nehézségek megoldásához.

A kutatás elkészítéséhez felhasználtam magyar és angol forrásokat amik nagy segítséget nyújtottak az alap problémák megértéséhez. Egy nagyon fontos megállapítást fogalmaznak meg a források hogy az adózási rendszer csak egy adalék ami jobbá vagy rosszabbá teszi egy ország gazdasági versenyképességét. A kutatás ezt a célt próbálja elérni és analizálni különböző statisztikai módszertanoknak a segítségével. A kapott eredményeknek a tartalma jó tükrözik hogy jelenleg az országok milyen adózási politikát használnak és hogy ezeknek milyen hasznossági súlyuk van. Tökélesen le lehet követni hogy az OECD-n belül az irányok merre akarnak orientálódni és hogy nekünk mint közgazdászoknak mely irány elveket kell elhagyni, eltörölni vagy megreformálni hogy az országoknak alkalmazhatósági képességük ne sérüljön.

A téma fontosság megkérdőjelezhetetlen hiszen az adózási kérdések folyamatosan változnak és ennek eredményeként lépnek hatályba szigorúbb adó jogszabályok. Jogszabályok megértése bonyolult és gyakran előfordulnak azok a esetek amikor a gazdasági szereplők félre értik vagy adójukat megpróbálják jelentősen optimalizálni. A kutatás tesz megjegyzéseket ezeknek a problémáknak a megoldásának érdekében. Az összefüggések megértéséhez korreláció és főkomponens elemzéseket végeztem, hogy megérthessem hogy mely adóterhelési mutatóknak van a legerősebb befolyásoló ereje. Kutatás mélyen hisz abban, hogy akkor lesz egy adórendszer hatékony ha betartja az egyszerűség elvét ami eredményezheti az adómorálnak a javulását.

Végezetül, a kutatás eredménye javaslat tétel ami szerint az adórendszer hatékonyságának a javulásához vezethet. A kutatás azt mutatta ki hogy a vizsgált években nem történt jelentős változás de fontos hogy kezdjünk el dolgozni, hogy egy jobb adórendszer szülessen ami az országok versenyképességét nem rontja hanem javítja.

HADJADJ KARIM

karimhadjadj20011009@outlook.com

Pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Dr. Hegedűs Szilárd

főiskolai docens, BGE PSZK

Bogdán Gergely Ármin

vezető elemző, HÉTFA Kutatóintézet és Elemző Központ

ÖNKORMÁNYZATOK HELYZETEI ÉS A HELYI IPARÚZÉSI ADÓ KOMPLEXITÁSA

Kulcsszavak: hatékonyság; helyi adó; helyi iparúzási adó; helyi önkormányzatok; versenyképesség

A dolgozat témája a magyar önkormányzatok helyzetei 2015-től egészen 2022-ig és a helyi iparúzási adó komplexitása. A téma fontossága megkérdőjelezhetetlen, hiszen egy ország nemzetgazdasága akkor tud versenyképes maradni, ha annak önkormányzatai stabilan tudnak működni. Továbbá egy másik fontos kérdés, hogy a helyi iparúzási adó jelenthet-e stabil bevételi forrást az önkormányzatok számára ?

Sajnos a válasz nem egészen egyszerű hiszen Magyarországon az önkormányzatok helyzetei nem változtak a 2015 és 2022-es időszak között. A dolgozat célja, hogy felhívja a figyelmet az önkormányzatok fontosságára, továbbá aktualizálni szeretné a témát a hallgatók és szakemberek körében.

1. A dolgozatnak a kutatási kérdései a következők:
2. A Magyar önkormányzati rendszer alul adóztatott-e ?
3. Ha kivonnák az állami támogatásokat akkor az önkormányzatok mekkora része lenne szuverén ?
4. Adóreform megoldhatja-e a helyi iparúzási adó bonyodalmait ?

Az elemzéseim során az SPSS statisztikai program csomag segítségével végeztem el a számításokat. Az alkalmazott elemzések a következők:

1. Helyi iparúzási adóval kapcsolatos statisztikai elemzések
2. Önellóság elemzés az önkormányzatok körében (HIPA összesen/ Működési kiadások összesen)
3. Önkormányzatokról készült szisztematizált összefoglaló
4. Varianciaanalízis (klaszter táblák segítségével)

A kutatás eredményei cseppet sem meglepőek hiszen, ahogyan említettem az önkormányzatok helyzetei nem javultak. Az önkormányzatok bevételi forrásai bizonytalanok, azaz az önkormányzati rendszer alul adóztatott. A helyi iparúzási adó komplexitása miatt az adóbevételek kiszámíthatóságában kihívások jelentkezhetnek. Ezek a kihívások akadályozhatják a tervezhetőséget az önkormányzatok körében.

KOVÁCS EDINA

edina.kovacs1@stud.ubbcluj.ro

Pénzügy és bank

BA, 5. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

Témavezető:

Dr. Benedek Botond

adjunktus, RO BBTE

A KRIPTOVALUTÁK HOZAMÁT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

Kulcsszavak: bitcoin; kriptovaluták; strukturális törések

Az elmúlt években egyre növekvő érdeklődés tapasztalható a pénzügyi szakemberek, a média, a szabályozók és a befektetők körében a kriptovaluták, különösen a bitcoin iránt. Ez nem meglepő, hiszen a bitcoin értéke a 2013-as 13 dollárról, 2023 végére elérte a 42 000 dolláros értéket. A kutatás 2018 január 1. és 2023 december 31. közötti időszakban vizsgálja a bitcoin, ethereum és binance hozamának érzékenységet olyan tényezők változására, mint az arany és tőkepiaci hozamok, a volatilitás index, az Amihud féle illikviditási mutató, vagy épp a google trend által mért bitcoinra vonatkozó keresések száma. A kutatás során a Bai-Perron teszt által azonosított strukturális töréspontok figyelembevételével három különböző alperiódusra alkalmaztuk a legkisebb négyzetek módszerét (Ordinary Least Square - OLS). Az eredmények alapján a vizsgált tényezők a különböző periódusokban más-más befolyásoló erővel bírnak. Az első periódusban, amikor a kriptopiac viszonylag stabil, a vizsgált kriptovaluták hozamát főként az arany és a volatilitás index befolyásolja. A második időszakban, amikor a piacot turbulencia jellemzi a bitcoinra történő keresések száma és a tőkepiaci hozam a legfontosabb tényezők, míg a harmadik periódusban, a piaci visszaesés során, a tőkepiaci hozam válik a legmeghatározóbbá.

PATAKI PÉTER GERGELY

pitegeri@gmail.com

Gazdaságinformatika

BA, 5. félév

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság

Intézet

Témavezető:

Dr. Zörög Zoltán

egyetemi docens, MATE-VFGI, MATE VFGI

A KRIPTOPÉNZEK ÉS AZOK KOCKÁZATAINAK MEGÍTÉLÉSE A FIATAL KOROSZTÁLY SZEMSZÖGÉBŐL

Kulcsszavak: kriptodeviza; veszély; árfolyamkockázat; Altcoin; CBCD

Dolgozatomban bemutattam a kriptoeszközök, azon belül is kifejezetten a kriptodevizák történetét, működési mechanizmusukat, a bennük rejlő kockázatokat és szabályozási aspektusait. Kérdőíves felmérés keretében vizsgáltam a fiatal korosztály befektetési szokásait, különös tekintettel a kriptopénzekhez való viszonyukra.

Vizsgálataimat a 18 és 30 év közötti korosztályra terjesztettem ki. Két kérdőíves felmérést (2022 ősz végén és 2023 tavaszán) bonyolítottam le, online kérdőíves platform (Google Forms) segítségével. Az első kérdőívet 224-en töltötték ki, elsősorban felsőoktatásban tanuló hallgatók, illetve friss diplomások. A második felmérés ugyanerre a válaszadói körre terjedt ki.

Az első kérdőíves felmérés eredményei közül kiemelendő, hogy a pénzügyi befektetéssel rendelkező válaszadók közül a legtöbben kriptopénz befektetésekkel rendelkeztek, amely lehetőségről elsősorban a közösségi médiából szereztek információt. A legismertebb kriptopénzek a Bitcoin, az Ethereum és a Dogecoin voltak a megkérdezettek körében. A befektetésben rejlő kockázatok közül az árfolyam kockázatot emelték ki, s a legtöbben nemzetközileg egységes szabályozást vártak el a kriptopénz piacokkal kapcsolatban. Közel 60 százalékban a kriptopénzek népszerűségének további növekedését prognosztizálták a válaszadók.

A két adatfelvételezés közötti időszak eseményei csak kis mértékben befolyásolták a válaszadók befektetési attitűdjeit. A kriptopénzek a befektetési termékek „népszerűségi listáján” az állampapírok és a részvények mögé szorultak. A stablecoinok ismertsége némileg növekedett. A kockázatokat kissé magasabbnak ítélték, főleg az újrabefektetési kockázatát. A két felmérés közötti nemzetközi események hatását ott lehetett leginkább „tetten érni”, hogy a piac szabályozottsága iránti igény nőtt. Dolgozatomban kitértem a kapott eredmények és a levont következtetések limitációira, s a jövőbeni további kutatási elképzeléseimre is.

SZÉLES RÉKA

szelesriki@gmail.com

pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Hegedűs Szilárd

főiskolai docens, BGE PSZK

**A SZEMÉLYI JÖVEDELEMDÓ-KEDVEZMÉNYEK ÉS A CSALÁDTÁMOGATÁSI
RENDSZEREK HATÁSAI A DEMOGRÁFIAI VÁLTOZÁSOKRA A V4 ORSZÁGOKBAN,
KÜLÖNÖS TEKINTETTEL MAGYARORSZÁGRA**

Kulcsszavak: népességcsökkenés; visegrádi országok; adókedvezmény; családtámogatás; Európai Unió

A dolgozatomban arra keresem a választ, hogy a személyi jövedelemadó-kedvezmények hogyan hatnak a visegrádi országok demográfiai mutatóira. Megvizsgálom, hogy a családokat befolyásolja-e az adókedvezmény gyermekvállalás szempontjából, illetve hány gyermek esetén a leghatékonyabb a gyermekek után járó kedvezmény. Összehasonlítom a négy ország szja-rendszerét és családtámogatásait, majd a demográfiai mutatóikat is. A mutatók között szerepel többek között a 15 éven aluliak aránya és a migrációs egyenleg is.

A kutatásom során a statisztikai adatok feldolgozására vegyesen használok korrelációs elemzést, leíró statisztikát és klaszterelemzést az SPSS szoftver segítségével. A dolgozat az adatok összehasonlíthatósága és értékelése érdekében az Európai Unió átlagokat is vizsgálja.

A kutatásom eredménye nem csak arra világít rá, hogy a fejlett országokban csökken a népesség és elöregedő korfa jellemző, hanem megállapítja azt is, hogy az szja-kedvezmények egy- és kétgyermekes családokban nyújtják a legnagyobb anyagi segítséget. Továbbá a válással érintett háztartásokban átlagosan kevesebb a gyermekek száma, míg a fennálló házasság esetén erre nincsen bizonyíték. A pénzbeli családtámogatásokat illetően az összes V4 ország el van maradva az Európai Unió átlagtól.

ZSÓK SÁNDOR ÁRPÁD

sandor.zsok12@gmail.com

gazdálkodási- és menedzsment

BSc, 10. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Huszák Loretta

egyetemi adjunktus, BCE GT

HOVA TOVÁBB KATA-S BT-K? – A BETÉTI TÁRSASÁGOK LEHETŐSÉGEI AZ ÚJ KATA TÖRVÉNY UTÁN

Kulcsszavak: adózás; vállalkozás; KATA; betéti társaság; KKV

2022-ben több vállalkozó is szembesült az új KATA-törvény okozta hatásokkal, mely felforgatta az érintettek mindennapjait. Az vállalkozások egy csoportját azon betéti társaságok alkották, melyek addig a kisvállalkozók tételes adóját fizették. Ezt a réteget különösen negatívan érintette a változás, mivel teljes mértékben kiestek a KATA hatálya alól és kénytelenek voltak más adózási formát választani.

A választható adózási formák a társasági adózás (TAO) és a kisvállalati adózás (KIVA) voltak számukra, melyek merőben eltérő lehetőségeket hordoztak magukban. A kutatás megállapította, hogy a TAO-t sokkal nagyobb arányban választották, melynek valószínű oka a rendkívül rövid határidő volt, és az, hogy a TAO választása automatikusan történt, míg a KIVA választását nyilatkozattételhez kötötték. Emellett a társaságok csaknem egytizede év végéig a megszűnés mellett döntött.

A kutatás második fele rávilágított arra, hogy bár a TAO volt a legnépszerűbb választás a korábban KATA alanyiságú betéti társaságok körében, mind 2022. őszét, mind 2022. év végét tekintve, a KIVA nagyobb eséllyel lett volna előnyösebb választás annak, az érintett bt-k számára előnyös tulajdonságai miatt. Az előnyei ellenére aránytalanul kevés bt. választotta ezt az adónemet, ami arra enged következtetni, hogy az adózók ismereti hiányosak voltak az adózási lehetőségeket illetően, amit megerősítenek a megkérdezett szakértők is.

A betéti társaságok számának sokévi konstans csökkenése mindezek eredményeképpen felgyorsult, e jogi forma jövője pedig bizonytalanná vált.

Pénzügy – Digitális pénzügyek

Elnök:	Dr. Zéman Zoltán	NJE
Társelnök:	Prof. Dr. Csiszárík-Kocsir Ágnes	OE
Tag:	Dr. Badics Milán Csaba	BCE
Tag:	Dr. Kálmán Botond Géza	KJE
Titkár:	Dr. Szemán Judit Margit	ME

ANTAL PÉTER

4ntal.p@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Póta Cserne Panka

doktorandusz, DE GTK

A V4 ORSZÁGOK FIZETÉSI SZOKÁSAINAK ÉS RENDSZEREINEK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE DIGITÁLIS PÉNZÜGYI FÓKUSSZAL

Kulcsszavak: FinTech; fizetési szokások; azonnali fizetési rendszer; V4 országok

A kutatási téma aktualitását az adja, hogy a FinTech jelenség kiemelkedően fontosszerepet tölt be a háztartások, vállalkozások és a nemzetgazdaságok életében.

Dolgozatomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy a készpénzes tranzakciók aránya valóban egységesen csökkenő tendenciát mutat-e a V4-es országokban, illetve ezzel egyidejűleg előtérbe kerültek-e az elektronikus fizetési módok. Továbbá azt is vizsgálom, hogy a magyar azonnali fizetési rendszer és a digitális jegybankpénz kutatás fejlettebb-e a többi V4 országhoz képest. A szakirodalmi áttekintésben a digitális pénzügyi szolgáltatásokról és a fizetési szokásokat befolyásoló tényezőkről mutatok egy általános helyzetképet. A kutatási kérdések megválaszolása érdekében szekunder kutatást végeztem, melynek keretében először a V4 országok jegybankjai által készített jelentéseket és kiadványokat dolgoztam fel. Ezt követően egy Közép-Kelet Európai reprezentatív kutatás adatait elemeztem, amely a V4 országok fizetési szokásainak vizsgálatára terjedt ki. Ezen kívül a Statista által elkészített statisztikai becsléseket használtam fel, majd az így begyűjtött adatok alapján összehasonlító módon elemeztem a V4 országokat.

Kutatásom eredményeként megállapítható, hogy a V4 országok mindegyike nyitott az innovatív digitális pénzügyi megoldások adaptálására, hiszen rendelkeznek azonnali fizetési rendszerrel, illetve az elektronikus fizetési módok használata is egyre népszerűbb. Kijelenthető, hogy a modern fizetési módok növekvő népszerűsége egyértelműen hozzájárul a készpénzes tranzakciók csökkenő arányához a V4-es országokban, azonban a legelterjedtebb fizetési mód továbbra is a készpénz. Kutatásom szintén fontos megállapítása, hogy bár minden V4-es országban elérhető valamilyen azonnali fizetési rendszer, kötelező jelleggel csak Magyarországon alkalmazandó. Nem utolsósorban Magyarország a digitális jegybankpénz fejlesztések területén szintén kiemelkedik pilot programjával a V4 országok közül.

DÓRA KATA FANNI

kata.dora.4646@gmail.com

Kereskedelem-és marketing

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Mezőné Dr. Oravecz Titanilla Éva

főiskolai docens, BGE KKK

A DIGITÁLIS FELÜLETEK MINŐSÉGE, AZ ÜGYFÉLÉLMÉNY ÉS A BIZALOM SZEREPE A BANKVÁLASZTÁSI DÖNTÉSEINKBEN

Kulcsszavak: bankszektor; bankolás; digitalizáció; felhasználói felület; felhasználói élmény

A digitális megoldások gyors fejlődése jelentős hatással van a szolgáltatások átalakulására, hiszen napjainkban a pusztán ügyféligenyek kielégítésén túl egyre nagyobb hangsúlyt kap maga az ügyfélművelés – különösen a digitális térben. A felhasználói élmény közvetlenül befolyásolja az elégedettséget és a lojalitást, így a banki szolgáltatások esetében is alapvető szerepet játszik a hosszú távú ügyfélkapcsolatok kiépítésében. Kutatásom célja, hogy feltérképezzem a digitális banki szolgáltatók által kínált ügyfélművelés jellemzőit Magyarországon, kiemelt figyelmet fordítva a digitális felületek tulajdonságaira, a felhasználói élményre és a bizalomra, amelyek együttesen alakítják a bankválasztási döntéseinket.

Kutatási kérdéseim:

1. A digitális banki felületek használhatósága mennyire befolyásolja a bankválasztást, hányadik fontossági szempont?
2. Mi a bizalom és az ügyfélművelés szerepe a bankokkal való kapcsolatunkban, és mi alakítja online térben?
3. Mik azok a funkciók, ami a felhasználóknak frusztrációt jelent, esetleg hiányzik? Ezen tényezők vezethetnek bankváltáshoz?

A kutatás során a szekunder adatok elemzésén túl primer kvantitatív és kvalitatív módszereket alkalmaztam. Kvantitatív kutatásom során online kérdőíves lekérdéztést végeztem, mely az ügyfelek digitális banki felületekkel kapcsolatos tapasztalatait, preferenciáit és frusztrációit mérte fel. Ezt a kvalitatív kutatásom, fókuszcsoporthoz interjú egészítette ki, mely mélyebb betekintést nyújtott az ügyfelek digitális szolgáltatásokkal kapcsolatos elvárásaiba, és abba, hogy milyen tényezők – például a felületek használhatósága, adatbiztonság és vizuális megjelenés – hatnak a bankválasztásra és a digitális szolgáltatások iránti bizalomra.

A kutatás eredményei alapján a bank iránti bizalom bizonyult az elsődleges szempontnak a kérdőívemet kitöltő felhasználók számára, mikor bankot választanak. Az ezt követő legfontosabb 3 tényező a digitális banki felület minősége, az online ügyintézés egyszerűsége és az átlátható weboldal, applikáció, internetbank. Ez jól tükrözi, mennyire fontos az ezen felületeken szerzett élmény a felhasználóknak. A frusztráló tényezők közül a lassú működés és a nehezen navigálható felület kiemelkedően negatív hatást gyakorol a felhasználói élményre, és hozzájárulhat a bankváltási szándékhoz. A kutatás igazolta, hogy a digitális felületek minősége és az ott nyújtott élmény jelentős hatással van a bankválasztásra és az ügyfélkapcsolatok hosszú távú fenntartására.

FÜREDI ANITA

anitafuredi@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Deutsch Nikolett

intézetvezető, egyetemi docens, BCE GTK

TECHNOLÓGIAI INNOVÁCIÓK A PÉNZÜGYI SZÉKTORBAN – A MAGYARORSZÁGI KERESKEDELMi BANKOK DIGITALIZÁCIÓs TÖREKVÉSEI

Kulcsszavak: vállalkozásfejlesztés; technológiai innováció; digitalizáció; kereskedelmi bank; fintech

A dolgozat a pénzügyi szektorban jelen lévő technológiai innovációk típusait, kiterjedését és diffúzióját vizsgálja meg stratégiai és vállalkozásfejlesztési perspektívából. A dolgozat elméleti részében az innováció és a technológia vizsgálata mellett sor kerül a globális pénzügyi szektor digitalizációs trendjeinek bemutatására is, melyben a hagyományos banki szereplők digitalizációs tevékenységei és lehetőségei, valamint a fintech ökoszisztéma szereplői és innovációi is tárgyalásra kerülnek. A dolgozat az inkumbens pénzügyi intézmények és a fintech vállalatok versenyének és együttműködésének kereteit is vizsgálja, elsősorban a stratégiai döntéshozatal szintjén releváns kérdések mentén.

A dolgozat célja, hogy rávilágítson a kereskedelmi bankok által megtett és választható innovációs és technológiai stratégiai lépésekre, az iparági versenyben való helytállás feltételeire és a pénzügyi szektor szereplőit érintő vállalkozásfejlesztési kihívásokra. A fő kutatási kérdés, hogy a hazai kereskedelmi bankok hogyan tudnak versenyképesek maradni a jövőben, illetve a fintech megoldások hazai piacon való jelenlétének milyen következményei lehetnek a pénzügyi szektor jövője szempontjából Magyarországon. Kutatásmódszertani szempontból a dolgozat két pillérre támaszkodik: a hazai pénzügyi ágazati körkép ismertetése szekunder kutatásra épít, míg primer kutatásként a hazai pénzügyi szektorban dolgozó felsővezetőkkel történő szakértői interjúk lebonyolítására került sor az ágazati kihívások és az ezekre adható lehetséges stratégiai válaszlépések azonosítása érdekében.

A kutatási eredmények alapján a hazai szabályozói környezet ösztönzi az ágazati innovációt. A fintech megoldások hazai jelenléte digitalizációs nyomást helyez a bankokra a megnövekedett fogyasztói elvárások következtében. A fintech megoldások digitalizációs irányvonalat mutatnak az inkumbens bankoknak. A fintech szereplők az elkövetkező 15 évet tekintve nem veszélyeztetik az inkumbens intézmények versenypozícióját abban az esetben, ha ezen intézmények innovatív szemlélet mentén digitalizálják folyamataikat. A bankokat érintő digitális átalakulás a fiókhálózatok mellett mind a belső folyamatokat, a termék és szolgáltatás konstrukciókat, az ügyfélkapcsolatokat és a banki alaprendszereket is érinti.

HAJMÁSI KITTI

126926@student.ujs.sk

Közgazdaságtan és vállalati menedzsment
MA, 10. félév

Selye János Egyetem

Gazdaságtudományi és Informatikai Kar

Témavezető:

PhDr. Antalík Imrich, PhD.

docens, SK SJE

A KÉSZPÉNZ ÚJ KORSZAKA, AVAGY A DIGITÁLIS JEGYBANKPÉNZ A XXI. SZÁZADBAN

Kulcsszavak: digitális jegybankpénz; jegybank; készpénz; digitális pénz; MNB

Dolgozatom célja a digitális jegybankpénz bevezetésével kapcsolatos attitűdök és várható magatartás vizsgálata a 18 év feletti magyarországi lakosság körében, illetve a kutatás eredményei alapján ajánlattételek kidolgozása a téma további kutatásaira vonatkozóan. A dolgozat elkészítéséhez áttanulmányoztam a digitális jegybankpénz helyét a pénz evolúciós fejlődésében, a bevezetés lehetséges működési kereteit és modelljeit, a nemzetközi és magyarországi helyzetet. Kiemelt figyelmet szenteltem a jegybankokat érintő legújabb közpolitikai, társadalmi és közgazdaságtani kihívásoknak. A dolgozat gyakorlati részében a digitális jegybankpénz bevezetésével kapcsolatos primer kutatásom legfontosabb célja feltárni a magyarországi felnőtt lakosság várható attitűdjeit a digitális jegybankpénz bevezetésével kapcsolatban. Ennek érdekében átfogóan vizsgáltam a pénzügyi tudatosságot, a fizetési szokásokat, a kereskedelmi bankokkal való elégedettséget, a különböző fizetőeszközök tulajdonságainak értékelését, a tájékozottságot, a várható magatartást és az elvárt preferenciákat az új fizetőeszközzel kapcsolatban. A kutatás módszertanát illetően feltáró kutatást végeztem, egyrészt dokumentumelemzéssel, másrészt primer kvantitatív adatgyűjtéssel, leíró és következtető statisztikai módszerek elemzésével.

Kutatásom során arra a megállapításra jutottam, hogy a lakosság nyitott az új pénzügyi megoldások és a digitális jegybankpénz irányába, annak ellenére, hogy az általános tájékozottság nagyon alacsony. A digitális jegybankpénz bevezetése tovább növelné a digitális fizetések iránti keresletet, gazdaságos alternatívát nyújtana a magas banki költségekre és biztonságosabb megoldást a Fintech eszközökkel szemben. A digitális jegybankpénz a techdevizákat kiegészítve, azok alternatívájaként növelné a bankrendszer hatékonyságát, és erősítené a jegybank monetáris szuverenitását.

HALIMA KAA

halimakaa85@gmail.com

International Business Economics

BSc, 7. semester

University of Sopron

Alexandre Lamfalussy Faculty Of Economics

Supervisor:

Károly Szóka PhD

associate professor, SOE LKK

A JOURNEY AROUND CONSUMER BEHAVIOR IN DIGITAL FINANCE

Keywords: digital finance; fintech; consumer behaviour

This study explores the factors driving or hindering digital financial services (DFS) adoption in Hungary, an important area as digital finance reshapes consumer behavior and financial inclusion on a global scale. Digital Financial Services (DFS) encompass financial solutions delivered via electronic platforms, such as mobile apps and online interfaces, enhancing convenience and operational efficiency. They play a crucial role in promoting financial inclusion by providing cost-effective access to essential financial services for both served and underserved populations. Understanding the dynamics of DFS adoption is crucial for addressing barriers and expanding financial access across diverse demographic groups.

Using a mixed-methods approach, this research integrates survey data collected from consumers in Hungary with qualitative insights gathered through semi-structured interviews conducted with Hungarian bank managers, along with findings from an extensive international literature review. This combination provides a comprehensive view of the Hungarian digital finance landscape.

Results reveal a generational divide, with younger consumers highly engaged due to DFS convenience, while older users face barriers related to digital literacy and technology access. Perceived security emerges as a critical factor across all demographics, underscoring the need for trust-enhancing measures. Mobile banking apps and digital wallets are popular among retail consumers, whereas corporate clients tend to prefer in-person transactions for complex services. The analysis highlights the importance of user-friendly design, strong security measures, and targeted promotions in promoting DFS adoption.

This research presents actionable recommendations for financial institutions, emphasizing the importance of targeted educational initiatives, secure user-friendly designs, and promotional strategies that highlight DFS benefits. By addressing digital literacy gaps and enhancing user experience, banks and fintech firms can broaden adoption and improve inclusivity. Although focused on Hungary, these findings offer valuable insights into the global challenges and opportunities within digital finance, underscoring the potential of DFS to foster financial inclusion.

KOVICS ADÉL LILLA

adel.kovics@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BA, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Mezei Kitti

egyetemi adjunktus, BME GTK

A VIRTUÁLIS FIZETŐESZKÖZÖK JOGI SZABÁLYOZÁSA

Kulcsszavak: kriptovaluta; jogi szabályozás; jogi kihívás; pénzmosás; terrorizmusfinanszírozás

A virtuális fizetőeszközök, ezen kategórián belül pedig a kriptovaluták az elmúlt évtized talán egyik legmegosztóbb kérdéskörével rendelkeznek a jogalkotók körében. A masszívan népszerűvé vált kriptovaluták természetükből adódóan nem sorolhatók be és nem definiálhatóak konkrétan egy pontos kategóriába, ezért használatuknak szabályozása rendkívül nehezen indult el és számos megközelítés is született. Pénzek, értéknek, adatnak vagy egy befektetési formának kellene őket tekinteni? Dolgozatomban főként ezekre a kérdésekre keresem a választ a jelenlegi jogi álláspont bemutatásával. Az Európai Tanács 2023. május 31-én fogadta el a kryptaeszközök piacairól (MiCA) szóló rendeletét, mely jelentősen megváltoztatja a piac működését, a kriptokibocsátóknak és felhasználóknak egyaránt egy új perspektívához kell alkalmazkodniuk az Unió tagállamaiban. A jogszabály elemzésével bemutatom azt, hogy milyen hatása van az új rendeletnek a piac résztvevőire, milyen új intézkedéseket kell bevezetniük akár a cégeknek és felhasználóknak a mindennapi tevékenységeikben, továbbá mennyire érzik hatékonynak eddig rövid idő elteltével az új rendeletet?

Tulajdonképpen miért is volt ennyire fontos, hogy egy egységes álláspontot és szabályozási rendszert alakítsanak ki a jogalkotók? A kriptovalutákkal elkövetett bűncselekmények az elmúlt években exponenciálisan növekedtek, főként a szabályozás hiányának kihasználása miatt. A legfőbb bűncselekmények közé tartozik a pénzmosás és az ehhez szorosan kapcsolódó terrorizmusfinanszírozás is. Dolgozatomban részletesen kitérek arra, hogy a bűnelkövetők milyen mechanizmus által használták fel az újonnan népszerűvé vált valutákat konkrét jogeset bemutatásával egybevéve. Továbbá, a szabályozást tekintve ugyan egy nagyon új keletű dologról van még szó, a tendenciát és statisztikai adatokat figyelembe véve egy előrejelzést adok arról, hogy mi várható a jövőben a kriptovaluták használatát illetően.

TÎRNĂVEAN ANAMARIA-PETRUȚA

anamariatirnavean@yahoo.com

Digitális marketing

MA, 1. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezető:
Dr. Alt Mónika-Anetta
docens, RO BBTE*

A BIOMETRIKUS FIZETÉSI MEGOLDÁSOK ELFOGADÁSA ÉS HASZNÁLATI SZÁNDÉKA A ROMÁNIAI FOGYASZTÓK KÖRÉBEN

Kulcsszavak: biometrikus fizetés; innováció; fogyasztói magatartás

A technológia egyre nagyobb elterjedésének és rohamos fejlődésének köszönhetően, számos iparág innovatív megoldásokat nyújt a fogyasztók számára. Az elmúlt években a pénzügyi és kereskedelmi szektorok is lényeges átalakuláson mentek keresztül. Az innovatív, folyamatosan fejlődő technológiák új fizetési alternatívákat hoztak létre, átalakítva a fogyasztók fizetési szokásait. Ezen új fizetési lehetőségek közé sorolható a biometrikus fizetési módszer, amely egy gyors és kényelmes fizetési opciót kínálhat fel a fogyasztók számára, egy tenyérérítéssel vagy akár egy mosollyal is végbemehet a tranzakció. A biometrikus fizetési alternatíva egy viszonylag új, innovatív területet képvisel a fizetési módszerek között, valamint kevésbé kutatott terület a romániai piacon. Jelen dolgozat célja megvizsgálni a romániai fogyasztók attitűdjét a biometrikus fizetési alternatívák iránt. Továbbá felmérni ezen fogyasztók használati szándékát, valamint a biometrikus fizetési technológia elfogadási tendenciáját kvantitatív, kérdőíves kutatást végezve. A kutatás eredményei olyan új üzleti lehetőségekre mutatnak rá, amelyek elősegítik a biometrikus fizetési technológiák forgalmazásában és alkalmazásában érdekelt vállalatok döntéshozóit, az új technológia bevezetési szándékát illetően. Emellett hozzájárulnak a biometrikus fizetési megoldások fejlesztéséhez és kialakításához, ezáltal növelve a fogyasztói elégedettséget ezen fizetési lehetőséggel szemben.

UJVÁRI TÍMEA

titijvari@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Szigili Krisztina

mestertanár, BGE PSZK

Dr. Dobák Dóra

egyetemi docens, BGE PSZK

DIGITÁLIS BANKI FRONTVONAL: A WEBOLDALAK KIALAKÍTÁSA, A SZELFIS SZÁMLANYITÁS KORSZAKA

Kulcsszavak: bank; ügyfélélmény; számlanyitás; ügyfél; kialakítás

A banki szektor digitális átalakulása az utóbbi évtizedben radikálisan megváltoztatta a pénzügyi szolgáltatások igénybevételének módját. Az online bankolás előretörése és a digitális technológiák gyors fejlődése új lehetőségeket teremtett a bankok számára, hogy innovatív szolgáltatásokat nyújtsanak és javítsák ügyfélélményüket. Mivel a bankok folyamatosan versenyeznek az ügyfelekért, az online szolgáltatások minősége és az általuk nyújtott funkciók kiemelkedő szerepet játszanak a piacon való megkülönböztetésben.

Kutatásom célja, hogy átfogó értékelést nyújtsak a bankok online platformjairól, azok funkcióiról és a felhasználói élményről, beleértve a szelfis számlanyitás korszakát. Mivel a bankszektorban folyamatos verseny folyik, fontos megérteni, hogy milyen online szolgáltatási platformokat kínálnak, hogyan teljesítik azokat a felhasználói elvárások és igények szempontjából.

Ebből kifolyólag kutatási kérdéseim:

1. Milyen ügyféltámogatási lehetőségek találhatók a különböző magyarországi bankok weboldalain, és ezek mennyire felelnek meg a felhasználói elvárásoknak?
2. Milyen tényezők (bank weboldala, bank rekláma, számlacsomagok ár-érték aránya, ismerősök/család/barátok, költségek korrekt megjelenítése) befolyásolják legnagyobb mértékben az ügyfelek bankválasztását?
3. Mennyire befolyásolják a különböző korosztályokat a szelfis számlanyításban az alábbi szempontok: biztonság, kényelem, gyorsaság, ár és díjak?

Kutatásom során mind kvalitatív és kvantitatív adatokra támaszkodtam. Elsősorban dokumentumelemzést végeztem, amely során az ügyfélközpontú weboldal kialakításával kapcsolatos szakirodalmat elemeztem. Ezt követően a kiválasztott magyar bankok hivatalos weboldalait hasonlítottam össze, megadott szempontok alapján. A felhasználói élmény és szelfis számlanyitás igényéről kérdőívet készítettem, hogy számszerű adatokat kapjak. Végül interjúkat folytattam banki szakemberekkel, hogy megértem az online bankolás aktuális trendjeit és problémáit.

VARGA LAURA

vargacsolli03@gmail.com

pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Becsky-Nagy Patrícia

egyetemi docens, DE GTK

A DIGITÁLIS FIZETÉSI MEGOLDÁSOK KOCKÁZATAI

Kulcsszavak: Fintech; mesterséges intelligencia; pénzügy; fizetés

A mai felgyorsult világban napról napra találkozunk számos innovációval az élet minden részén. Ez a rohamos fejlődés a pénzügy területén is megfigyelhető, legyen szó akár a mesterséges intelligencia használatáról, a mobilpénztárcákról vagy a mobilbankolásról. Olyan mértékben felkeltette az érdeklődésem a pénzügynek ez a területe, hogy elhatároztam, mindenképpen ezt választom dolgozatom témájául.

Kutatásom fő célja, hogy a Fintech újításokat, azon belül a digitális fizetési és adatvédelmi megoldásokat is vizsgáljam.

A kutatásomat először egy primer kérdőíves felméréssel kezdtem, melyben a Fintech újítások, az adatvédelem, a META pénzügyi szolgáltatásai, a mesterséges intelligencia pénzügyi alkalmazása és a Revolut felhasználók preferenciáival kapcsolatos hipotéziseimet kívántam tesztelni. Az adatokat IBM SPSS-es statisztikai programmal értékeltem ki. A megfelelő statisztikai próbák kiválasztása a vizsgált változók minősége, eloszlása, egymással való kapcsolata alapján történt. Elsősorban keresztábra elemzéseket, chí-négyzet próbákat, Kruskal-Wallis-próbákat, Kolmogorov-Szmirnov-próbákat, valamint Cramer-féle asszociációs együtthatót alkalmaztam.

Kérdőíves felméréseim fő következtetései a következők:

Míg a mesterséges intelligencia nyújtotta innovációk, valamint a fizetési módok igénybe vételére csupán az életkor volt meghatározó tényező, addig a Fintech cégek újításai esetén az életkoron túl az iskolázottság is fontos szereppel bír.

Az adatvédelmi tájékoztatók kapcsán megfigyelhető volt, hogy míg online vásárlás, valamint a Revolut használat terén tudatosok, addig a közösségi média használata során kevésbé körültekintőek az emberek.

Az eredményeim rávilágítottak a pénzügy ezen területének a fejlesztendő lehetőségeire, valamint irányvonalat mutatnak a pénzügyi szolgáltatók számára.

Pénzügy – Finance

Elnök:	Dr. Radnai Márton	RAMASOFT ZRT.
Társelnök:	Dr. Nagy Bálint Zsolt	RO BBTE
Tag:	Dr. Homolya Dániel	THE
Tag:	Dr. Kucséber László Zoltán	BGE
Titkár:	Dr. Bozsik Sándor	ME

LÁSZLÓ MARCELL KISS

kissmarci00@gmail.com

Economic and Financial Mathematical Analysis

Unified, 10. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisors:

Milán Csaba Badics

assistant professor, BCE PSZGJI

Zoltán Madari

assistant professor, BCE MSMI

**A COMPREHENSIVE LOOK ON THE GLOBAL SPILLOVERS OF US MONETARY
POLICY – THE ROLE OF THE ‘FED INFORMATION EFFECT’ AND UNCERTAINTY**

Keywords: international spillovers; Fed information effect; monetary policy; monetary policy uncertainty

Recent advancements in the literature on international monetary policy spillovers have emphasized the role of central bank information effects and monetary policy uncertainty in driving global asset prices around FOMC announcements. This study conducts a comprehensive analysis of global spillover effects using a wide and long panel of FOMC announcements and asset price responses. We find that the level of monetary policy uncertainty determines how policy shocks spill over on a global scale, especially in advanced countries and through term premia. We show that the Fed information effect is a prominent factor in global spillovers. An interest rate hike associated with the Fed’s optimism about economic fundamentals has expansionary effects on global risk-taking and equity prices, and an information-type hike does not translate into higher long-term bond yields in emerging economies. We find that countries with more financial depth are associated with larger information spillovers to long-term yields, and larger spillovers are present in countries with fixed exchange rate regimes. Our study calls attention to the importance of controlling for information effects and uncertainty in event-study regressions to achieve a better understanding of why international spillovers occur.

JEL classification: E43, E58, F36, F42, G15

MÁRTON ATTILA KOVÁCS

kovacsmarci4321@gmail.com

Applied Economics

BSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Dr. Ágoston Reguly

assistant professor, BCE KTI

**DOES MONETARY POLICY MATTER? – IDENTIFICATION AND EMPIRICAL
ANALYSIS OF THE HUNGARIAN MONETARY SHOCKS VIA TEXT ANALYSIS**

Keywords: monetary policy; natural language processing; inflation

The objective of the study is to provide a systematic approach for accurate evaluation of sentiment expressed in monetary publications using several methodologies, including state-of-the-art machine learning algorithms. With these measures monetary shocks can be analyzed with a continuous shock variable, assuming the sentiment scores identify shocks. This novel approach is then contrasted with a classical shock identification approach based on foreign exchange rate jumps. The impact of monetary shocks on unemployment, real GDP, and inflation is assessed using these indicators. The findings suggest considerable impacts, indicating that contractionary shocks have a detrimental impact on the economy, while Hungarian monetary policy effectively combat inflation between 2008-2023.

VIKTOR LÁZÁR*viktor.lazar99@gmail.com*Economics and Financial Mathematical
Analysis

Unified, 10. semester

Corvinus University of Budapest

*Supervisor:
Milan Csaba Badics
assistant lecturer, BCE*

QUANTITATIVE METHODS FOR PAIRS TRADING RISK MANAGEMENT

Keywords: algorithmic trading; cointegration; geometric Brownian motion; Monte Carlo simulation; sensitivity testing

As algorithmic trading has been emerging in recent decades, which could be even more amplified with the rapid spread of artificial intelligence, new risk management methods could appear with bolstered importance. However, recent literature focuses largely on the profitability of algorithmic trading on empirical data while the importance of risk assessment in a realistic simulated environment is not in the centre of attention.

This research builds a scenario risk analytics framework for pairs trading strategies, a type of algorithmic trading strategy, to fill this gap in the literature. 15 stocks are simulated utilizing financial mathematical methods combining the geometric Brownian motion for stock prices with the Ornstein-Uhlenbeck process for mean-reverting cointegration of stock prices with multiple pairwise relationship levels.

While there are various methods for pairs trading strategies, this research is limited to the simple distance, the Engle-Granger cointegration and the Johansen cointegration methods, which are often in the literature's spotlight. The trade opens and exits are executed based on predefined parameters in line with the literature. All three strategies are evaluated based on annualized returns and risk metrics including but not limited to the value at risk and the Calmar ratio. The return and risk performances are also evaluated in four risk scenarios in the trading period: lower cointegration, loss of cointegration, lower return in a stock of the pair and higher stock pair spread volatility. The results are assessed through Monte Carlo simulations at various confidence levels.

The results indicate that there are only slight return and risk performance differences between the three strategies in the base and the stressed scenarios, rejecting the 1st hypothesis of the simple distance method's inferiority. All the four analysed risk scenarios impact the return and risk metrics of the trading strategies negatively, confirming the 2nd hypothesis. The loss of cointegration risk scenario has the largest impact on the profitability and risk metrics, which confirms the 3rd hypothesis. These findings suggest that algorithmic traders could utilize the proposed risk assessment framework for evaluating and communicating risks to investors, regulators and other stakeholders to gain trust. The implementation of a risk management framework may lead to more assets under management in algorithmic trading strategies.

ALBERT MOLNÁR

treblaranlom@gmail.com

Business development

MSc, 10. semester

Obuda University

Keleti Károly Faculty of Business and
Management

Supervisor:
Prof. Dr. Ágnes Csiszárík-Kocsir
Professor, OE KGK

**ANALYZING SPILLOVER EFFECTS OF ECB RATE HIKES ON THE EURO FORINT
EXCHANGE RATE AND THE 3-MONTH BUBOR. A VAR APPROACH USING THE
DIEBOLD-YILMAZ METHOD**

Keywords: Bubor; economic crisis; Euribor; Generalized Forecast variance error decomposition; spillover; recession.

We intend to show the directional volatility spillovers between the short term interbank lending rates in EU and in Hungary. We employ the Diebold and Yilmaz methodology of dealing with non-orthogonal innovations through a Generalized forecast error variance decomposition framework and we also highlight the issues with the impulse response functions when it comes to ordering the variables that arise from the Cholesky decomposition, which solves the contemporaneous correlation problem of residuals. In case of the 3-month BUBOR rate, the Euro/Hungarian Forint exchange rate and for the MAX government benchmark variable we are able to identify three episodes of increased volatility: Q3-Q4 of 2019, the 2020 lockdown recession and the October 2022 rate hikes of the MNB. These volatility increases correspond with volatility spikes in EU markets that had to some extent a measurable spillover effect on Hungarian interbank rates.

We find that on average, across the entire sample of over 957 observations of 5 variables, about 6.3% of the volatility forecast error variance in all 5 variables comes from spillovers. The total and directional spillovers over the sample are extremely low.

In light of these findings, we conclude that the ECB's surprise policy decisions have a marginal impact on Hungarian financial time series.

From the 300-day rolling sample plot we observed that the BUBOR is a net receiver of spillovers from the MAX short term government bond benchmark rather than the EURIBOR – this disproved our initial considerations.

ZSOMBOR NAGY

zsombornagy99@gmail.com

Finance and Accounting

BSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Milán Csaba Badics

assistant lecturer, BCE - Institute of Finance

VOLATILITY MANAGED MOMENTUM PORTFOLIOS IN COMMODITY MARKETS

Keywords: momentum; volatility scaling; commodity market; risk-managed portfolio

The momentum strategies perform well across asset classes however, the stellar performance of momentum trading comes with periodic crashes that wipe out the accumulated returns. Based on previous works on the topic, I compare three volatility-scaled strategies in the US commodity futures market, namely the constant volatility scaled, the dynamic volatility scaled, and my enhanced dynamic volatility scaled momentum strategies. The implementation of the scalings enhances the returns of the portfolios and also reduces the skewness of the return distribution. A deeper examination reveals that the characteristics of the crashes are different from the ones usually experienced in equity markets. In commodity markets, the crashes tend to happen more frequently but they are smaller in absolute terms hence implementing risk management into portfolios achieves better results on a longer time horizon.

NGUYEN ANH DUONG

anhduong.fimb.bbs@gmail.com

International Business Economics

BA, 5. semester

Budapest Business University

College of International Management and

Business

Supervisor:

Dr. Czalleng Ádám

associate professor, BGE GKZ

UNCOVERED INTEREST PARITY IN ASEAN COUNTRIES WITH ARDL BOUNDS TESTING APPROACH

Keywords: Uncovered Interest Parity; ASEAN; exchange rate stability

Despite extensive research on Uncovered Interest Parity (UIP) in developed nations, there is a lack of empirical evidence from emerging economies, particularly ASEAN countries. This study aims to address this gap by answering the following research questions:

1. Does the Uncovered Interest Parity (UIP) hypothesis hold in the five middle-income ASEAN countries?
2. Does the long-term cointegration relationship exist between interest rate differentials and exchange rate returns in these countries?
3. How do recent U.S. Federal Reserve interest rate hikes influence capital flows in the region?

The study employs a time series analysis to investigate the UIP hypothesis in five middle-income ASEAN countries (Vietnam, Thailand, Malaysia, Indonesia, and the Philippines) during the period from 2010 to 2023. Autoregressive Distributed Lag (ARDL) Bounds Testing Approach is applied to assess cointegration between the variables. Toda-Yamamoto Granger Non-causality tests are conducted to examine the dynamic causal relationships between interest rate and exchange rate as well as to specify the dependent variable in the ARDL model.

The findings reveal mixed evidence for UIP in the ASEAN-5 countries. While there is some degree of long-term relationship between interest rate differentials and exchange rate returns, UIP does not fully hold in any of the countries studied. Central bank interventions aimed at stabilizing exchange rates will likely respond to the U.S Fed's rate hikes and appear to contribute to UIP deviations. These results suggest that while ASEAN-5 countries prioritize exchange rate stability, the persistence of UIP deviations offers profit opportunities for arbitrageurs.

SÁMUEL PATYI

psamu13@gmail.com

Finance and Accounting

BSc, 6. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Milán Csaba Badics

assistant lecturer, BCE GTK

CRYPTOCURRENCY MOMENTUM: IS IT THERE? – PERSISTENCE AND PREDICTABILITY

Keywords: momentum; cryptocurrency market; conditional momentum strategies; nonstandard errors

This study seeks to examine the enduring nature of cryptocurrency momentum and the capacity to forecast its profitability. In light of the distinguishing findings in the existing literature, this study thoroughly investigates the momentum anomaly. The findings of this paper demonstrate that the cryptocurrency momentum effect exists and is persistent, as indicated by the momentum portfolio's average weekly return of 2.60%. Enhancing this strategy conditional on the momentum gap—the difference between the returns of past winners and past losers in the formation period—as proposed by Huang (2022), increases the Sharpe ratio of the momentum strategy by nearly 9%, to 1.41. This strategy's superior performance remains robust across different time periods and for alternative portfolio constructions.

Pénzügy – Pénzügyi modellek, technikai elemzések

Elnök:	Dr. Csernák József	MILTON
Társelnök:	Dr. Baranyai Zsolt	METU
Tag:	Dr. Darabos Éva	DE
Tag:	Dr. Huzdik Katalin	BGE
Tag:	Dr. Králik Lóránd István	RO PKE
Titkár:	Dr. Süveges Gábor Béla	ME

BABOS ANDRÁS

bandras2000@gmail.com

Pénzügy

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Madari Zoltán

egyetemi tanársegéd, BCE MSMI

STATISZTIKAI MÓDSZERTANOK ALKALMAZÁSA SPORTFOGADÁSI STRATÉGIÁK KIDOLGOZÁSÁHOZ ÉS A SPORTFOGADÓPIACOK HATÉKONYSÁGÁNAK VIZSGÁLATÁHOZ

Kulcsszavak: futballmérkőzések előrejelzése; Premier League; gépi tanulás; statisztikai arbitrázs; hozam - kockázati paraméterek

A technikai fejlődés és a globalizáció napjaink egyik vezető szórakoztató iparágává tette a sportot, és különösen a labdarúgást. A sportág gazdasági fejlődésével párhuzamosan a kapcsolódó piacok, így a sportfogadópiacok is dinamikus növekedésen mentek keresztül az elmúlt években, nagyban köszönhetően a fogadási lehetőségek bővülésének és a mérkőzésekről gyűjtött adatok szélesebb körének. A közelmúlt trendjének megfelelően a mérkőzések kimenetelének előrejelzése és a piacok hatékonysága kiemelten foglalkoztatja a fogadókat és a kutatókat, az említett témák pedig jelen dolgozat céljául is szolgáltak. Kutatásom kérdése tehát az volt, hogy a találkozók kimenetelének előrejelzése által azonosítható-e statisztikai arbitrázslehetőség az angol első osztályú labdarúgó bajnokság (Premier League) sportfogadópiacán.

A meccsek eredményét osztályozási (klasszifikációs) és regressziós feladatként is értelmezve gépi tanuláson és neurális hálón alapuló modellekkel jeleztem előre, melyek magyarázó változói a csapatok közelmúltbeli meccsein nyújtott teljesítményét, valamint a játékoskeret pillanatnyi jellemzőit ragadták meg. A korábbi kutatásokhoz képest a kezdőcsapatok piaci értéke, a sérült és eltiltott játékosok száma, valamint a csapatok aktuális formája is bevonásra került a modellekbe. A becslések alapján különböző kockázati paraméterekkel rendelkező stratégiákat definiáltam, melyek közül a legjobb 76% feletti pontosságot, valamint 2,13%-os meccsenkénti hozamot ért el. A hozam pozitivitása azonban statisztikailag nem bizonyult szignifikánsnak, megerősítve ezáltal a labdarúgómérkőzések kimeneteléhez kapcsolódó magas bizonytalanságot és a fogadási piacok többnyire hatékony működését. Összességében bár jelen kutatás nem tudott szignifikánsan pozitív hozamú stratégiát felmutatni, az előrejelzés módszertanának bővítésével és az optimális fogadási stratégiák kockázati jellemzőinek meghatározásával utat mutathat a jövőbeli elemzések számára.

BALLA JÁNOS

ballajanos2002@gmail.com

Pénzügy

MA, 2. félév

Partiumi Keresztény Egyetem

Témavezető:

Dr. Fogarasi József

egyetemi professzor, RO PKE

DEVIZAÁRFOLYAM ÉS PÉNZKÍNÁLAT KAPCSOLATÁNAK VIZSGÁLATA ROMÁNIÁBAN

Kulcsszavak: devizaárfolyam; pénzkínálat; gazdasági növekedés; Románia; M1 pénzaggregátum

Sok ország célkitűzéseinek egyike a stabil gazdasági növekedés elérése, aminek érdekében számos olyan kutatás született, melyek a különböző makroökonómiai összefüggéseket vizsgálják, választ keresve például az árfolyam és pénzkínálat közötti kapcsolatra, illetve annak erősségére.

Kutatásom célja megfigyelni a devizaárfolyam és pénzkínálat közötti kapcsolatot Romániában 2008-2023 között, amihez az euró árfolyamának havi lebontású adatait használom fel, a pénzkínálatot pedig az M1 pénzaggregátummal mérem. A vizsgálat részét képezi a változók leíró statisztikájának, a többváltozós lineáris regressziónak elkészítése, és egyéb tesztek elvégzése, melyek a devizaárfolyam és pénzkínálat közötti kapcsolat bizonyítását fogják szolgálni.

CSERNIK BALÁZS

cserbalazs98@gmail.com

nemzetközi gazdálkodás és gazdaságtan

MSc, 4. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Gánics Gergely

egyetemi adjunktus, NJE

ELŐREJELZÉS ÉS BEFEKTETÉS IDŐSOROS MODELLEK SEGÍTSÉGÉVEL

Kulcsszavak: előrejelzés; részvény; idősor; VAR

Jelen tanulmány a részvényhozamok előrejelezhetőségének kérdését tárgyalja, megvizsgálva azokat a módszereket, melyek segítségével a részvényhozamok előrejelzése lehetővé válik, különös tekintettel az Europe STOXX600 tőzsdeindexre.

A dolgozat különböző idősoros modelleket alkalmaz, mint például az ARMA, ARMA-GARCH és a VAR. Ezek a modellek különféle adatokat használnak fel az előrejelzéshez, beleértve a múltbeli tőzsdei adatokat és kiegészítő információkat az amerikai S&P500 indexből. A tanulmány célja a kisbefektetők számára is hatékony, alacsony költségek mellett történő hozamnövelés lehetőségeinek bemutatása.

A vizsgálat eredményeit figyelembe véve megállapítható, hogy a kombinált modellek alkalmazása általában jobb előrejelzéseket tesz lehetővé, mint az egyes modellek külön-külön használata. A tesztek alapján különösen a VAR modell bizonyult hatékornak, amely az amerikai piaci adatok felhasználásával képes jobban előrejelezni az európai tőzsdeindex hozamait. A tanulmány számos statisztikai hibamérő módszer segítségével támasztja alá az előrejelzések pontosságát, és kereskedési stratégiákat is bemutat, amelyek a modell által generált információkat használják fel a potenciális hozamnövekedés elérésére.

A tanulmány arra is kitér, hogy a kereskedési stratégiák alkalmazása során fontos figyelembe venni a tranzakciós költségeket, mivel ezek jelentősen befolyásolhatják a ténylegesen realizálható hozamokat. Összességében a dolgozat alátámasztja, hogy az előrejelző modellek hatékony alkalmazása lehetővé teszi a kisbefektetők számára is, hogy többelhozamot érjenek el a piacon a tőzsdeindexhez képest.

FERENC SÁK EDINA

dynamail@gmail.com

Pénzügy

MA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

PEREDY ZITA BEÁTA

zitaperedy95@gmail.com

Pénzügy

MA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Hegedűs Szilárd

főiskolai docens PhD, BGE PSZK Pénzügy Tanszék

BINÁRIS LOGISZTIKUS REGRESSZIÓ ÉS DÖNTÉSI FA MODELLEK ALKALMAZÁSA A NEGATÍV SAJÁT TŐKE ELŐREJELZÉSÉBEN

Kulcsszavak: bináris logisztikus regresszió; döntési fa modellek; negatív saját tőke; középvállalatok

Napjainkban egyre bizonytalanabb a gazdasági helyzet (háború, covid, energiaválság, ellátási láncok problémái) okán kockázatosabb minden üzleti tevékenység. Kutatásunk során a jelenlegi instabil helyzet miatt elemzéseket végeztünk arra vonatkozóan, hogy a nyilvánosan elérhető beszámoló adatokból meg lehet-e állapítani, hogy egy vizsgált vállalat egy vagy két éven belül csődközel állapotba kerül-e.

Hipotézisünk az volt az elemzésünk során, hogy az egyes pénzügyi adatok szignifikánsan hozzájárulnak a negatív saját tőke kialakulásához. A hipotézisünk igazolására különböző statisztikai elemzéseket végeztünk SPSS 27 program segítségével.

Dolgozatunkban kitértünk a különböző iparágak szerint a negatív saját tőke megjelenésének arányára és elemeztük az ok-okozati gazdasági összefüggéseket.

Bináris logisztikus regressziós és döntési fa modelleket készítettünk a negatív saját tőke előrejelzésére, majd az eredményeket gyakorlati példán több szemszögből értelmeztük. Elemzéseink során az Amadeus Orbis és az Igazságügyi Minisztérium három gazdasági évre vonatkozó beszámoló adatait (2020, 2021, 2022) használtuk fel.

Tanulmányunkban javaslatokat fogalmaztunk meg a vállalatok működésének javítására és partnereik elemzésére az elkészült modellek segítségével. A kutatásunk legfontosabb eredménye, hogy egy gyors és könnyen alkalmazható modellt sikerült felállítanunk. Az egy évre történő előrejelzést négy beszámoló adat megadásával meg lehet határozni, míg a két évre történő előrejelzéshez három beszámoló adat megadása elegendő. Javasoljuk modellünk felhasználást a magyar kis- és középvállalatoknak, akiknek nincs lehetőségük hitelbiztosító, vagy cégelemző társaságokkal együttműködniük.

FÖVÉNYI ZSOMBOR

zsomborfovenyi@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 4. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Petróczy Dóra Gréta
egyetemi adjunktus, NJE GTK

AZ NBA DÖNTŐK HATÁSA A RÉSZVÉNYPIACRA

Kulcsszavak: Fama French; eseményelemzés; várakozási hatás; viselkedési közgazdaságtan

Tanulmányomban az NBA döntők (amerikai Nemzeti Kosárlabda bajnokság) mérkőzéseinek részvényhozamokra mért hatásait vizsgáltam. A hipotézisemet miszerint a hatás megfigyelhető, eseményelemzés során Fama és French három faktoros modelljének segítségével vizsgáltam meg. Reprezentatív mintával dolgoztam, minden NYSE, Nasdaq, NYSE Mkt és NYSE Arca részvénytőzsdéken megtalálható részvényt felhasználtam az elemzés során 2011 és 2023 között. A hatás nem bizonyult szignifikánsnak, amely cáfolta a kiinduló hipotézisemet. Az hatás létezésének teljes kizárásához további kutatások szükségesek, amelyek lehetőségeit a tanulmány során kifejttem.

GYULAI ÁDÁM

gyulai.adam14@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Prof. Dr. Fenyves Veronika

egyetemi tanár, DE GTK

Dr. Szenderák János

adjunktus, DE GTK

ÁTGYŰRÜZÉSI HATÁSOK VIZSGÁLATA A VISEGRÁDI NÉGYEK TŐZSDEINDEXEI KÖZÖTT

Kulcsszavak: átgűrűzési index; átgűrűzési hatások; Visegrádi Négyek; tőzsdeindex

A nemzetközi pénzügyi piacok közötti átgűrűzési hatások, illetve a válságidőszakok alatti piaci összekapcsolódások különösen erősen befolyásolták a Visegrádi Négyek tőkepiacait az elmúlt időszakban. Dolgozatomban a Visegrádi országok, azaz Magyarország, Lengyelország, Csehország és Szlovákia legfontosabb tőzsdeindexeinek (BUX, WIG, PX és SAX) piaci összekapcsolódásait vizsgáltam 2010.01.01. és 2024.09.30. között, napi adatokon Diebold és Yilmaz átgűrűzési (spillover) hatásindexének segítségével.

A primer és szekunder kutatás során bemutattam a tőzsdeindexek összetételét, a meghatározó szerepet betöltő vállalatokat és iparágakat. Az elemzések során megvizsgáltam az ár- és hozam tendenciákat, majd összehasonlítottam őket, különös figyelmet fordítva a napi hozamok eloszlására, a korrelációra, illetve a napon túli árfolyamváltozások valószínűségére.

Kutatásomban központi szerepet kapott az átgűrűzési hatások vizsgálata, amelyekhez különböző spillover indexeket elemeztem. Az összesített spillover index segítségével megvizsgáltam az elmúlt 15 év átgűrűzési dinamikáját. A továbbított és fogadott, illetve a nettó spillover indexekkel feltérképeztem a vizsgált piacok sokktranszmisszióját, azaz, hogy mely piacok fogadják vagy továbbítják a sokkhatásokat. A kétoldalú spillover indexekkel pedig megvizsgáltam, hogy az adott indexpárok között hogyan alakultak az átgűrűzési hatások. Ezzel a módszerrel részletesen elemeztem a Visegrádi Négyek tőzsdeindexei közötti kapcsolatok dinamikáját, különös tekintettel az átgűrűzési hatások változására a piaci dinamika függvényében.

Az eredmények világosan megmutatták, hogy a régió tőzsdei piacai milyen mértékben és módon hatottak egymásra, különösen olyan válsághelyzetekben, mint a Covid-19 járvány vagy az orosz-ukrán konfliktus. A lengyel piac régiós dominanciája és kockázat-átadási képessége miatt a visegrádi kitettséggel rendelkező befektetőknek különös figyelmet kell szentelnie a lengyel gazdasági események alakulásának. Amennyiben a régióban nincsenek jelentősebb piaci sokkok, akkor a magyar és cseh tőkepiacok hosszú távon potenciálisan stabilabban viselkednek, míg a szlovák piac globális sokkokkal szembeni ellenálló képessége miatt csökkentheti a teljes portfólió kockázatát.

Összességében az eredményeim igazolták, hogy a visegrádi piacok közötti kapcsolat és a kockázat terjedése időben változik, és az átgűrűzési hatások fontos szerepet játszanak a régió piacainak összefüggéseiben, különösen krízisidőszakokban.

HEGEDŰS GERGELY

hegege01@gmail.com

alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezetők:

Madari Zoltán

egyetemi tanársegéd, Budapesti Corvinus Egyetem - Adatelemzés és Informatika Intézet -

Statisztika Tanszék

Dr. Mák Fruzsina

egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem - Adatelemzés és Informatika Intézet -

Statisztika Tanszék

EUR/HUF VALUTAÁRFOLYAM RÖVIDTÁVÚ ELŐREJELZÉSE TAR MODELLEKKEL A TECHNIKAI ELEMZÉSBEN HASZNÁLT INDIKÁTOROK ALAPJÁN

Kulcsszavak: idősorelemzés; ökonometria; devizapiac; árfolyamok; előrejelzés

Jelen dolgozat arra a kérdésre keresi a választ, hogy a technikai elemzésben használt mozgóátlag-indikátorok és a küszöb-autoregresszív (TAR) modellek használatával lehetséges-e mintán kívül is pontosabb előrejelzést adni az EUR/HUF árfolyam következő napi loghozamára, mint a véletlen bolyongás, vagy az ARMA-GARCH modellek. A dolgozat hipotézise szerint a technikai elemzés és az algoritmikus kereskedés elterjedtsége miatt az ezek során használt indikátorok szignifikánsan befolyásolhatják az árfolyam adatgeneráló folyamatát. A tanulmány a kérdés elemzéséhez először mintán belül azonosítja a potenciálisan legjobb ARMA-GARCH – valamint a küszöb-nemlinearitás-tesztek elvégzése után – TAR modelleket, majd elemzi utóbbiak együtthatóit az egyes rezsimekben, és végül elvégzi a mintán kívüli előrejelzést a 2022 és 2024 áprilisa közti időszakra. A dolgozat arra a következtetésre jut, hogy bár azonosíthatók szignifikánsan eltérő árfolyam-viselkedést leíró rezsimek – amelyek tulajdonságai összhangban állnak a pénzügyi piaci kereskedés logikájával – azonban a TAR modellek csupán a véletlen bolyongással összevetve teljesítenek szignifikánsan jobban a mintán kívüli előrejelzés során, az ARMA-GARCH modellekkel összehasonlítva már nem.

KREBS ÁRON ANTAL

krebsaron15@gmail.com

Mérnök-informatikus

BSc, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Villamosmérnöki és Informatikai Kar

Témavezető:

Békési Gergő Bendegúz

PhD hallgató, BME VIK

IDŐSOROS MÉLY NEURÁLIS HÁLÓK ÉS MIXTURE DENSITY NETWORK ALAPÚ RÉSZVÉNYÁRFOLYAM ELŐREJELZÉS ENSEMBLE MODELLEK ALKALMAZÁSÁVAL

Kulcsszavak: részvény előrejelzés; Mixture Density Network; MDN; ensemble modellek; idősoros neurális háló

Az utóbbi években egyre nagyobb figyelmet kap a mesterséges intelligencia alkalmazása a pénzügyi szektorban, különösen a részvényárfolyamok előrejelzésében. Jelen tanulmány újszerű megközelítést mutat be, amelyben fejlett neurális hálózati architektúrákat, mint a Long Short-Term Memory, Gated Recurrent Units, self-attention és Mixture Density Network, nemcsak önállóan, hanem különféle soros és párhuzamos kombinációkban is alkalmaztam a SONY japán részvény árfolyamának előrejelzésére.

Az innovációs érték abban rejlik, hogy a modellek együttes hatását vizsgáltam, ami lehetővé tette a komplex időbeli és nemlineáris összefüggések hatékonyabb feltárását. Különösen újszerű, hogy a Mixture Density Network réteg kimeneteit a szakirodalomban eddig nem alkalmazott módon dolgoztam fel. Ez a megközelítés lehetővé tette a jövőbeli árak eloszlásának előrejelzését, ami a bizonytalanságok jobb kezelését és a kockázatkezelés hatékonyságának növelését eredményezte.

A módszertan erőssége az Optuna hiperparaméter-optimalizáló alkalmazásában rejlik, valamint a szigorú train-validation-test és backtesting folyamatban, amely biztosította az eredmények robusztusságát és skálázhatóságát. A különböző stratégiák, mint a CDF-alapú, súlyozott várható érték és variancia, valamint az 1-Sigma stratégia, összehasonlítása során a CDF-alapú megközelítés bizonyult a legeredményesebbnek, a teszt adathalmazon elért legmagasabb Sharpe-mutatóval (1,3888).

Fontos kiemelni, hogy míg az eddigi kutatások többsége az amerikai tőzsdék részvényeire fókuszált, ez a tanulmány a SONY japán részvényre irányult, ami tovább növeli a munka újszerűségét és relevanciáját. A dolgozat témája korszerű és nem lezárt. A mesterséges intelligencia és a pénzügyi előrejelzés metszéspontjában helyezkedik el, amely terület magas szintű, tudományos és elmélyült tudást igényel.

A jövőbeni fejlesztési lehetőségek között szerepel további technikai indikátorok bevonása, a stratégiák finomítása, különösen a stop loss és take profit szintek meghatározásában, valamint az időintervallumok módosítása kisebb léptékű adatok bevonásával. Ezenfelül az architektúra továbbfejlesztése, például ResNet típusú hálózatok vagy Transformer encoder-decoder modellek alkalmazása is ígéretes irány lehet.

Összefoglalva a tanulmány nemcsak újszerű ipari megoldásokat mutat be, hanem integrálja a szakterületen releváns kutatási eredményeket is, ezzel gazdagítva a pénzügyi előrejelzés és a gépi tanulás területét.

MAKÓ TAMÁS

makotamas1997@gmail.com

Pénzügy

MA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Csongrádi Gyöngyi
egyetemi docens, BGE PSZK

MESTERSÉGES INTELLIGENCIA ALKALMAZÁSA A TECHNIKAI ELEMZÉSEKBEN

Kulcsszavak: indikátor; mesterséges intelligencia; Python; részvény; technikai elemzés

A pénzügyi piacok kereskedésének története hosszú múltra tekint vissza, és már a kezdetektől fogva próbálták az emberek az árfolyammozgásokat előrejelezni. A kezdetleges megközelítések egyre fejlettebbé váltak, különösen az elmúlt évtizedek információs forradalmának hatására, ami új lehetőségeket nyitott meg. A számítógépek megjelenése és a számítási kapacitás növekedése révén olyan technikák váltak elérhetővé, amelyek korábban elképzelhetetlenek voltak. A technikai fejlődés egyik jelentős eredménye a mesterséges intelligencia (AI) megjelenése, amely dolgozatomban központi témája. Az AI alapú rendszerek nagy mennyiségű adatot gyorsan és hatékonyan képesek feldolgozni, valamint olyan komplex mintázatokat felismerni, amelyeket az emberi szem és a hagyományos megközelítések nem tudnak azonosítani. Ezáltal az AI alapú elemzések különösen hasznosak lehetnek a gyakran kiszámíthatatlan pénzügyi piacokon. A dolgozatomban öt részvény historikus adatait használtam fel. A kutatásom fő kérdése, hogy az alkalmazott indikátorok és AI algoritmusok közül melyikkel sikerül nagyobb profitot elérni. Az elemzés elvégzéséhez a Python programozási nyelvet, valamint a Google Colab nevű ingyenes felhőszolgáltatást használtam.

DAMJÁN MIKLÓS

miklos.damjan@gmail.com

Mechatronics engineer

BSc, 3. semester

Budapest University of Technology and

Economics

Faculty of Mechanical Engineering

Supervisor:

András Póra

assistant lecturer, BME GTK

IRRATIONALITY IN SKEWNESS PREFERENCES

Keywords: skewness premium; asset pricing; efficient markets; financial economics; risk premium

The phenomenon that stocks with high skewness had a lower realized return than those with low skewness has been widely documented in recent decades. In our paper, we create hypothetical skewed distributions with different skewness levels and evaluate them in very left-tail sensitive scenarios using Monte Carlo randomized simulations. We show that skewness does have a statistically significant impact. Utilizing these hypothetical distributions, we can calculate the expected skewness premia compared to a portfolio with a normal distribution at different investment horizons that would compensate investors for a higher chance of left-tailed outcomes. When comparing our results to premia found empirically in other papers, we find that the extra risk from investing in a long-short portfolio of stocks with low skewness minus stocks with high skewness can largely be diversified away such that even for very left-tail sensitive investors the empirical skewness premia is much higher than the expected skewness premia. Suggesting that the premia found in recent papers are irrationally high and behavioral effects are likely to be responsible for the rest of the premia that is not explained by return risk.

SZABÓ TAMÁS

sztomi963@gmail.com

Pénzügy és Számvitel

BA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Dr. Hegedűs Szilárd

főiskolai docens, BGE PSZK

Dr. Gáspár Sándor

ügyvezető, Axioma Group Kft.

NEURO-FUZZY ALAPÚ MUTATÓSZÁMHALMAZ KIALAKÍTÁSA AZ AUTÓIPAR TŐZSDEI ELŐREJELZÉSEIHEZ

Kulcsszavak: Neuro-Fuzzy; autóipar; Mesterséges Intelligencia; tőzsdei előrejelzés

A kutatás arra kereste a választ, hogy mely pénzügyi mutatószámok a legalkalmasabbak az autóipar részvényárfolyamainak előrejelzésére. A cél annak meghatározása volt, hogy mely mutatószámok gyakorolnak szignifikáns hatást az árfolyamokra és ezek közül melyek azok, amelyek leginkább felhasználhatók mesterséges intelligencia alapú kereskedési rendszerekben, az előrejelzések pontosságának növelése érdekében. Az autóipar kiválasztása különösen indokolt, mivel ez az iparág jelentős gazdasági hatással bír és az előrejelzési modellek megbízhatósága közvetlenül hozzájárulhat a befektetési hajlandóság növeléséhez. A kutatás eredményei túlmutatnak az autóiparon és más iparágakban is alkalmazhatóvá válhatnak, lehetővé téve iparág-specifikus, integrált elemzéseket. A kutatás módszertanának részeként először szakirodalmi áttekintést végeztem, hogy meghatározzam a részvényárfolyamok előrejelzésében releváns pénzügyi mutatókat és mesterséges intelligencia modelleket. Ezt követően félig strukturált interjúkat készítettem iparági szakértőkkel, amelyek eredményeképpen négy kulcsfontosságú mutatószámot választottam ki: ROA, ROE, EPS és PM. A kiválasztott mutatókhoz 2019 és 2023 közötti időszakra gyűjtöttem adatokat, amelyeket MATLAB-ban az ANFIS (Adaptív Neuro-Fuzzy Inference System) modell segítségével elemeztem. Az ANFIS alkalmazása lehetővé tette a nemlineáris összefüggések feltárását és a prediktív pontosság növelését, hogy megbízható előrejelzéseket nyújtson az autóipari részvényárfolyamok számára. Az eredmények azt mutatták, hogy az autóipari cégek részvényárfolyamának előrejelzésére a ROE, ROA, EPS és PM mutatószámok együttes alkalmazása bizonyult a leghatékonyabbnak, mivel ezek szinergikusan támogatják egymást a modell pontosságának növelésében. Bármelyik mutatószám eltávolítása esetén az RMSE (Root Mean Square Error), NRMSE (Normalized Root Mean Square Error) és a konfidencia intervallum jelentősen romlott, ami arra utal, hogy mind a négy mutató együttes jelenléte elengedhetetlen a modell optimális működéséhez.

GYÖRGY JÓZSEF SZÉKELY

szgyj2010@gmail.com

actuarial and financial mathematics

MSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

*Supervisor:
Milán Csaba Badics
senior lecturer, BCE*

JUMP ACTIVITY INDEX FOR SEMIMARTINGALES – WHICH METHOD SHOULD WE USE?

Keywords: jump activity index; asset prices; high-frequency data; estimators; semimartingale

Nowadays, more and more articles deal with high-frequency financial data. During the modeling, the logarithm of the exchange rate is written as a semi-martingale. Jumps are also present in this. To examine this, the degree of jump activity was defined. This characterizes the frequency of small jumps, the higher this number, the more small jumps are present in the process. Recently, more and more estimates have been created for this.

The thesis aimed to compare the different jump activity index estimates with each other and to see what advantages and disadvantages the complexity of the estimate has. At the beginning of my thesis, I presented the necessary theoretical background, the three most common estimates (Ait-Sahalia, Jing, Bull), and then I described an alternative method in which I combined two estimates, replaced the Bull weight function with a Jing type, and then I turned to compare these methods.

During the simulations, we saw that in the noise-free case, the Jing estimator outperforms the AS estimator in all aspects, as can be seen in the heatmaps. The Bull estimator produces slightly better results than the Jing estimator when $\beta < 1.6$, but at higher betas it underestimates and cannot provide an accurate estimate. The alternative method proved to be slightly better than the Bull solution, but it still had the disadvantages that Bull had.

Since I am looking at high-frequency data, it is an important question how the estimators react in this case. I examined several types of noise, which showed everywhere that when the normal noise reaches a certain level, the Bull estimator suddenly collapses. This behavior is not observed in the case of the Jing and AS estimators. However, when I examined T-distributed noise, we saw that the Bull estimator handles this better, unlike its predecessors who, however, estimated much worse in such a noisy environment. The AS estimator proved to be the most robust to the noise size compared to itself, but even then it could only show a better MSE than the Jing estimator in the case of large noise - especially in extreme situations. The Jing method is more sensitive to noise due to its weight function, as it also includes smaller increments in the jumps.

SZILÁGYI-NAGY ZÉTÉNY

zetenyszn@gmail.com

Bank és Pénzügy

BA, 5. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

Témavezető:

*Dr. Dézsi-Benyovszki Annamária
egyetemi docens, RO BBTE*

HITELMINŐSÍTŐ ALGORITMUSOK ÖSSZEHASONLÍTÁSA: MESTERSÉGES INTELLIGENCIA ALAPÚ ALGORITMUSOK VS. HAGYOMÁNYOS MÓDSZEREK

Kulcsszavak: hitelminősítés; személyközi hitelezés; logisztikus regresszió; véletlen erdő; döntési fa

A tanulmány célja összehasonlítani a logisztikus regresszió, döntési fa és a véletlen erdő teljesítményét egy valós P2P (peer-to-peer) hitelezési adatbázison. A peer-to-peer (vagy személyközi, P2P) hitelezési piac megkönnyíti a hitelfelvevők és a hitelezők közötti pénzügyi tranzakciókat. A hitelkockázat-kezelés hagyományosan a hitelpontozáson alapszik, amely segítségével a hitelek nemteljesítésének valószínűségét becsüljük. A megfelelő hitelminősítési technika nagyon fontos mind a pénzügyi intézmények, mind a P2P hitelezési platformok hosszú távú sikere szempontjából. A hitelminősítő algoritmusok összehasonlítása a Lending Clubról származó adatok alapján történik. Az adatbázis 2017 első negyedévére terjed ki, 563 847 megfi gyelést és 23 különböző változót tartalmaz. Az eredmények alapján arra a következtetésre jutunk, hogy a véletlen erdő a jobb hitelminősítő algoritmus a Lending Club adatbázisa esetében.

WINTERVERBER LÁSZLÓ MÁTYÁS

wvvlmb@gmail.com

Pénzügy

MSc, 3. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. habil. Csapi Vivien
egyetemi docens, PTE KTK*

A PÉNZÜGY MESTER DIPLOMA REÁLOPCIÓS ÉRTÉKELÉSE

Kulcsszavak: pénzügy mester diploma; reálopció értékelése; halasztás

A kutatásom elsődleges célja, a felsőoktatási lehetőségek értékelése reál opciós eszközökkel. Azt szerettem volna, megtudni, hogy a hallgatók számára felajánlott lehetőségek különböző variációi között melyikkel érik el a legnagyobb hasznot. Így három kutatási kérdést fogalmaztam meg. Megéri-e elvégezni a mester képzést? Mik a döntést befolyásoló paraméterek? Mikor éri meg elvégezni a mesterképzést? Jól látható, hogy eléggé lekorlátoztam a kutatásom méretét és felhasználhatóságát. Elsősorban a Közgazdasági területre, azon belül is a Pénzügy mester diplomára koncentráltam. A kutatás megalapozásához megismerkedtem a Pénzügyi világban gyakran használt reálopció árazási módszerrel és annak felhasználhatósági lehetőségével.

Ezt követően megfelelő adatokra volt szükségem. Végül ezeket az adatokat felhasználva különböző scenáriókat vázoltam fel, amelyek mentén könnyebben elvégezhetem a teszteket. Minden scenárió alapját egy hipotetikus diák képez, aki a kutatás elvégzésének időpontjában áll a döntés előtt, miszerint továbbtanuljon-e mesterképzésen, vagy pedig később folytassa a tanulmányait. Erre, azért volt szükség, mivel az adatok felhasználása így volt a legegyszerűbb. Sajnos nem volt lehetőség historikus adatok elemzésére. Megállapítottam melyek azok a tényezők, amik a hallgató döntését befolyásolhatják, kiszűrtem azokat, amelyek elemzése túl nagy időtávot vett volna igénybe, vagy nem áll rendelkezésre megfelelő minőségű adat.

Miután az összes rendelkezésre álló adatot begyűjtöttem, elkészítettem egy táblázatot, aminek a segítségével modellezhetem az eltérő scenáriókat. Az elsődleges változó a halasztás hossza volt, míg a többi megpróbáltam előre jelezni, a rendelkezésemre álló adatok alapján. Ezt követően kiértékeltem az eredményeket, megvizsgáltam, hogy jelenértékre számítva a mester képzés mekkora hozzáadott értékkel bír a hallgató számára. Az eredmények alapján a bővítési opció értéke mindig nagyobb, mint az opció nélküli lehetőségnek, de ha a hallgató huszonöt évnél többet halaszt akkor már a flexibilitás olyannyira lecsökken, hogy nem éri meg elvégezni a képzést.

Így a kutatási kérdéseim eredménye, Megéri elvégezni a mester képzést, a megnövekedett jövedelem miatt. A legfontosabb paraméterek a munkavégzés kezdete, a halasztás hossza és a tandíj. Valamint, ha maximalizálni szeretnénk a jelenértéket, munkavégzés mellett azonnal érdemes elkezdni a mester képzést.

Pénzügy – Pénzügyi tudatosság

Elnök:	Dr. habil. Juhász Péter	BCE
Társelnök:	Dr. Gál Veronika Alexandra	MATE
Tag:	Dr. Kuruczleki Éva	SZTE
Tag:	Dr. Szász Erzsébet	RO PKE
Titkár:	Dr. Kántor Béla Péter	ME

FÜHRINGER ANNA

fuhringer.anna@gmail.com

Középiskolai hallgató

SZC Ceglédi Közgazdasági és Informatikai
Technikum

Témavezetők:

Dombiné Mirkó Ilona

középiskolai tanár, SZC Ceglédi Közgazdasági és Informatikai Technikum

Dr. Téglá Zsolt

egyetemi docens, OE KKK

TERMÉSZETES SZEMÉLYEK PÉNZÜGYI TUDATOSSÁGÁNAK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: pénzügyi tudatosság; természetes személyek; finanszírozás; hitelezés; megtakarítás

Manapság egyre inkább előtérbe kerülnek a személyes pénzügyi döntések. Fontos, hogy időben elkezdjünk takarékoskodni a jövőnk érdekében. A korábban ingyenes egészségügyi, oktatási, nyugdíj ellátást fokozatosan váltja fel a fizetős ellátás, hiszen ezek állam által történő finanszírozása már nem megoldható. A TDK dolgozatomban elsősorban a magánszemélyek pénzügyi tudatosságait vizsgáltam. Kutatásom során arra kerestem a választ, hogy mennyire körültekintően hozzák meg pénzügyi döntéseiket. Milyen befektetési, biztosítási, hitel fajtákat ismernek és ezek közül melyikeket alkalmazzák a gyakorlatban. Melyek azok a pénzügyi attitűdök, amelyek ismeretlenek számukra. A dolgozatomban első részében az elérhető szakirodalom felhasználásával ismerttettem a témához kapcsolódó alapfogalmakat. Kérdőív segítségével arra kerestem választ, hogy a természetes személyek mennyire döntenek tudatosan, mennyire tájékozottak. Milyen gyakran készítenek költségvetéseket és mennyire körültekintően hozzák meg döntéseiket.

HÁBEL NOÉMI

habelnoya@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 5. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Fentősné Mohácsi Bernadett

mesteroktató, PTE KTK

AZ ÁLTALÁNOS ISKOLÁS GYEREKEK IS LEHETNEK PÉNZÜGYILEG TUDATOSAK?

Kulcsszavak: pénzügyi tudatosság; pénzügyi szocializáció; pénzügyi nevelés; gyermekek; család

A pénzügyi kultúra és annak fejlesztése egyre fontosabb társadalmi kérdéskörre válik. A megszokott felnőtt és egyetemista korosztály megismerésétől eltérően dolgozatomban az általános iskolás generáció pénzügyi tudatosságának feltérképezésére helyeztem a hangsúlyt.

A szakirodalom felhívja a figyelmet arra, hogy a szocializációs életterek egymásra hatást gyakorló rendszerként alakítják ki az egyén pénzügyi tudatosságát, azonban a pénzügyi viselkedésre a családháttér gyakorolja a legnagyobb hatást. Az alapvető mintázatok már kiskorban beépülnek a gyermek jellemébe, melyek az élet későbbi szakaszaiban is meghatározzák az egyén pénzügyi attitűdjét.

Kérdőíves kutatásomban a családháttér befolyásoló erején keresztül vizsgáltam az általános iskolás gyermekek pénzügyekhez való viszonyát. A szülők pénzügyi tudatosságának felmérését követően kutatásom arra irányult, hogy megismerjem a pénzügyi gyermeknevelési szokásaikat. Továbbá a gyermekek személyisége és pénzügyi döntéshozatali képességének felmérése került a kérdések középpontjába. Az eredmények alátámasztják, hogy a szülők tisztában vannak azzal az otthoni közeg meghatározó az attitűdök kialakulásában. Azok az egyének, akik a saját életükben törekszenek a tudatosságra gyermekeik esetében is igyekeznek megfelelő mintákat továbbadni. A válaszok alapján megállapítható, hogy már kis korban is meghatározó a pénzügyileg tudatos jelenlét. Fontos azonban belátni, hogy egy pénzügyileg tudatos generáció megteremtése azért is okoz nehézséget, mivel a sok esetben a felnőtt korosztály tagjai sem rendelkeznek megfelelő tudással a témakörrel kapcsolatosan.

KOVÁCS PATRÍCIA

kovacs.patri2001@gmail.com

Pénzügy

MA, 2. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Hegedűs Szilárd

főiskolai docens, BGE PSZK

Z GENERÁCIÓ PÉNZÜGYI HELYZETE ÉS BOLDOGSÁGA A JELENLEGI GAZDASÁGI KÖRNYEZETBEN

Kulcsszavak: Z-generáció; pénz; boldogság; tudatosság; elégedettség

Az elmúlt években egyre jobban felmerült és kritikus fontosságú kérdéssé vált a Z generáció pénzügyi tudatossága és boldogsága a jelenlegi gazdasági környezetben. Számos kihívással kellett/ kell szembe néznie ennek a generációnak, mint például a folyamatos technológiai fejlődések, éghajlati vészhelyzet, környezeti problémák, COVID-19 világjárvány, változó pénzügyi körülmények és a gazdasági válságok. Ezek a kihívások mind-mind olyan tényezők, amelyek befolyásolják identitásukat és életük minden területét, beleértve pénzügyi döntéseiket és boldogságukat is. Véleményem szerint a Z generáció pénzügyi helyzete és boldogsága a mai gazdasági környezetben egy életően fontos és aktuális téma.

Dolgozatom fő kérdése, hogy hogyan befolyásolja a jelenlegi gazdasági környezet a Z generáció pénzügyi tudatosságát és boldogságát? Továbbá kidolgoztam néhány alkérdést is.

- Van-e kapcsolat a Z generáció jövedelme és az általános elégedettsége között?
- Mely tényezők okozzák a legnagyobb aggodalmat a Z generáció számára?

A szakirodalom feldolgozásomat a pénz fogalmának, szerepének és a pénzügyi kultúra alakulásának részletes elemzésével indítottam. Majd a boldogság kérdéskörét vizsgáltam, kitértem a fogalmára, mérhetőségére, a pénz és boldogság közötti kapcsolatra. Ezt követően a Z generáció jellemzőit vizsgáltam, valamint elemeztem a jelenlegi gazdasági környezetnek a hatásait erre a korosztályra.

Primer kutatásomhoz mennyiségi, azaz kvantitatív kutatási módszert választottam. Online kérdőív segítségével felmértem, hogyan kezelik a pénzügyeiket a fiatalok, milyen kihívásokkal szembesülnek és mindez hogyan hat a mentális egészségükre, jövőbeli kilátásaikra. Dolgozatomban három hipotézist fogalmaztam meg, a hipotézis vizsgálatot SPSS Statistics programban készítettem el, Khi-négyzet próbával. Továbbá többváltozós statisztikai elemzést közül faktoranalízist és klaszteranalízist végeztem.

Az első hipotézisem szerint a jövedelem összefügg az élettel való elégedettséggel, azonban elutasításra került. A második hipotézisem eredménye alapján a női és férfi nem nem befolyásolja a jövővel kapcsolatos aggodalmat és szorongást, tehát ez egy generációs probléma. Az utolsó hipotézisnél szignifikáns kapcsolat van a nemek és a kockázatvállalási hajlandóság között.

Összességében úgy gondolom a kutatásom nemcsak a Z generációra vonatkozik, hanem a társadalom egészének jövőjére is hatással van. A pénzügyi biztonság és a tudatosság növelése elengedhetetlen az emberek jóllétéhez.

MÁTHÉ NIKOLETT CSILLA

mathencsilla@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kincsesné Dr. Vajda Beáta

adjunktus, SZTE GTK

GOOGLE A TANÁCSADÓM! INFORMÁCIÓFORRÁSOK ÉS BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK A MAGYAR FIATALOK BEFEKTETÉSI DÖNTÉSEIBEN

Kulcsszavak: fiatalok; befektetés; pénzügyi tudatosság; információforrás

Tőzsdézni, pénzt befektetni ma már nem csak egy adott társadalmi csoport kiváltsága, egyre több fiatal is csatlakozik és válik kisbefektetővé a jövőjük anyagi megalapozásának érdekében. Megtalálni a számukra legmegfelelőbb befektetési eszközt azonban nem egyszerű. A hivatásos szakértők helyett felértékelődött az internetes fórumok, blogok, a nem szakértői pénzügyi tanácsadók és kommentszekciók szerepe, mint a befektetési ötletek, tanácsok és elemzések forrása, megjelentek a pénzügyi influenszerek is. A család és barátok szerepe az online források mellett kiemelten fontos a fiatalabb generáció befektetési döntéseiben. Jellemzően, inkább rokonokra, barátokra hallgatnak, valamint az interneten könnyen elérhető információforrásokra támaszkodnak. Kutatásomban arra keresem a választ, hogy a magyar fiatal kisbefektetők főként melyik forrásból szerzik az információkat a befektetési döntéseikhez és mely befolyásoló csoport van a legnagyobb hatással a választott befektetési eszközök típusára? Empirikus kutatásomhoz kérdőíves megkérdezést alkalmaztam, a 18 és 30 év közötti fiatalokat felmérve, melyben 256 fő vett részt. Kutatásom során képet kaptam a pénzügyi befektetésekkel rendelkező fiatalok és a jelenleg nem befektetők attitűdjeiről is, összehasonlítva a két csoportot. Eredményeim visszaigazolták, hogy a fiatal befektetők jelentős része az internetről tájékozódik a befektetési lehetőségekről és ott gyűjt információkat. Jelenleg az állampapírok bizonyulnak a legnépszerűbb befektetési eszköznek köreikben, a válaszadók 54%-a választotta ezt a befektetési formát, ami a kockázatkerülési attitűd dominanciájára utal. A kiválasztott eszközök típusára a szülői befektetői háttér jelenti a legjelentősebb befolyásoló erőt, továbbá a szakértői véleményeket fontosnak tartják, de csak kevesen fordulnak hozzájuk befektetési tanácsért. A pénzügyi influenszerek véleményét nem tartják fontosnak a befektetési döntéseikhez, azonban gyenge kapcsolat mutatkozott az influenszerek követése és a birtokolt befektetési eszköz típusa között. Ezt az ellentmondást további kutatásra javaslom, mint ahogyan a faktoranalízisem eredményét is a fiatalok befektetési eszköz választási szempontjainak további elemzésére. Kutatásom hozzájárul a magyar fiatalok befektetési attitűdjeiről szóló szakirodalomhoz, és támogatja a pénzügyi ismeretek fejlesztését a fiatalok körében, ezzel elősegítve a magyar lakosság pénzügyi tudatosságának növelését.

NAGY ADRIENN

nagyadri.08.na@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Hegedűs Szilárd

főiskolai docens, BGE PSZK

A DIGITALIZÁCIÓ HATÁSA A PÉNZÜGYI TUDATOSSÁGRA, ÉS ENNEK MEGJELENÉSE A GENERÁCIÓK KÖZÖTT

Kulcsszavak: digitalizáció; pénzügyi tudatosság; generáció

Dolgozatomban a digitalizáció hatását vizsgálom a pénzügyi tudatosságra figyelemmel. Egyik fő célom, hogy bemutassam a digitalizáció hogyan ékelődik be az emberek életébe, milyen hatása van a pénzügyeikre, pénzügyi tudásaikra, a technológia melyik eszközeit használják a mindennapokban és milyen formában rendezik a pénzügyeiket. A másik fő célom, hogy összehasonlítsam a generáció tagjait ezen jelenségek szerint.

Három hipotézisre épül a kutatásom, ezeket próbálom bizonyítani: (H1) Az, aki már részt vett valamilyen pénzügyi tanfolyamon, az tudatosan menedzseli pénzügyeit, biztosan készít pénzügyi tervezetet, számon tartja kiadásait és rendelkezik megtakarítással. (H2) Az X-generáció biztosan jobban szereti a pénzügyeit személyesen, akár bankfiókban intézni, mivel tartózkodik az internet világtól és a biztonságra törekednek. (H3) Az állam feladata közé tartozik az is, hogy a pénzügyi kultúra növelésének keretében, már az általános iskolások tantervében szerepeljenek pénzügyi tanórák/kurzusok.

Kutatásomhoz kvantitatív módszertant alkalmaztam, kérdőív formájában. A célközönség a különböző generációk tagjai voltak. Eredményként 335 értékelhető választ kaptam. A kutatási segédeszköz csak zárt kérdéseket tartalmazott: egy-és többválasztós kérdések, rövid válasz kifejtős, Likert-skálák.

A dolgozatban lévő elemzéseket Microsoft Excel, illetve SPSS statisztikai programcsomaggal végeztem. Az elemzések, illetve a módszertan kiválasztáskor figyelmet fordítottam az adatok megfelelő tisztítására, illetve strukturálására. A kérdőívem alapján keresztábrák elemzéseket keretében, két változók között is megvizsgáltam, hogy található-e szignifikáns összefüggés, és a változók között mekkora a kapcsolat erőssége. Ezen felül döntési fát is alkalmaztam kutatásom kiértékelésénél, melyek esetében diszkrét bemeneteket tételeztem fel, osztályozás (classification) tanulással foglalkozva. Bináris osztályozásra fókuszáltam, ahol csak igaz (pozitív) és hamis (negatív) példák léteznek. Ezeket a módszereket használtam fel hipotéziseim vizsgálatára.

Kutatásom bebizonyította, hogy a pénzügyi és digitalizálódó világban már-már a legfontosabb a pénzügyi műveltségre épülő öngondoskodás és a pénzügyi termékek ismerete és használata, mely tulajdonságokat ki kell alakítani, fejleszteni és javítani.

Dolgozatom által valós képet kaphatunk, hogy a digitalizáció hogyan is hat pénzügyi tudatunkra és pénzügyeink menedzselésére.

RUPPERT GÁBOR

gaboruppert@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Posza Alexandra
adjunktus, PTE KTK*

ZSEBPÉNZTŐL A MILLIÓKIG: FIATALOK MEGTAKARÍTÁSI SZOKÁSAI

Kulcsszavak: megtakarítások; fiatalok; pénzügyi tudatosság

A megtakarítások témaköre napjainkban különösen aktuális, hiszen a pénzügyi bizonytalanság egyre inkább ráirányítja a figyelmet az anyagi tartalékok fontosságára. A fiatalok pénzügyi szokásainak vizsgálata lehetőséget nyújt arra, hogy jobban megértsük, milyen tényezők befolyásolják a megtakarítások kialakulását.

Dolgozatom középpontjába a 18-35 éves korosztály megtakarításai szokásait helyeztem. Arra keresem a választ, hogy melyek azok a tényezők, amelyek befolyásolják a fiatalok félretett összegeit. Különös figyelmet helyezek arra, hogy a demográfiai jellemzők és a pénzügyi tudatosság milyen hatást gyakorolnak a megtakarításokra.

A kutatásomban szekunder és primer kutatást egyaránt végeztem. Az előbbi keretein belül megvizsgáltam az egyes megtakarítási és befektetési lehetőségeket, a megtakarításokhoz tartozó elméleteket, illetve a magyar lakosság megtakarításai szokásait szakirodalmi áttekintésen keresztül. Az utóbbit anonim kérdőíves megkérdezés formájában valósítottam meg, amiben lekérdeztem a demográfiai jellemzők mellett a kitöltők megtakarítási szokásait, illetve azt, hogy mennyire tudatosak a pénzügyek terén. Az adatokat többfajta statisztikai módszerrel elemeztem, készítettem egy leíró statisztikát, egy kapcsolatvizsgálatot és végül egy klaszterelemzést.

Az elemzés eredményei alapján megállapítható, hogy a demográfiai tényezők a megtakarítások meglétét nem befolyásolják, azonban a megtakarított összegeket igen. A félretett összegeket a legtöbb kitöltő készpénzben és/vagy folyószámlán tartja, ez a befektetési lehetőségek szűk körének ismeretére utal. Klaszterelemzés során három klasztert azonosítottam az „egyetemistákat”, a „pénzügyi tervek útkeresőit” és a „tudatos kirepülőket”. Az „egyetemisták” még otthon élnek, nem dolgoznak teljes állásban és ezek miatt nem is rendelkeznek nagyobb összegű megtakarításokkal. A „tudatos kirepülőket” már diplomások, magas jövedelemmel és megtakarításokkal rendelkeznek. A „pénzügyi tervek útkeresői” klaszter tagjait pedig alacsony félretett összegek és megtakarításokkal való elégedetlenség jellemzi.

Összességében elmondható, hogy a fiatalok körében fontos a pénzügyi tudás növelése. Az alacsony vagy semmilyen megtakarítás azt indikálja, hogy az emberek nincsenek mind tisztában azzal, hogy a tartalékok megléte és tudatos befektetése mennyire is fontos. A klaszterelemzésben látszik, hogy a korosztály legfiatalabbjaira két út vár, vagy a tudatos és biztos jövőt választják vagy a kevésbé végig gondolt és bizonytalanabbat.

SUMITZ GABRIELLA ANNA

gabriellasumitz122@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:

Dr. Katona Ferenc

adjunktus, OE KGK

A PÉNZÜGYI TUDATOSSÁG SZEREPE A VAGYONI ÉS JÖVEDELMI EGYENLŐTLENSÉGEKBEN

Kulcsszavak: pénzügyi tudatosság; jövedelmi egyenlőtlenségek; vagyonmegoszlás; háztartások; együttható

Tudományos diákköri dolgozatom alapját az MNB Intézet számára készített pályamunkám és a háztartási szektor vagyonmegoszlását vizsgáló publikációm képezi. A fejlett országokban a jövedelmi és vagyoni egyenlőtlenségek egyre jelentősebb kihívást jelentenek, amelyeket elsősorban a globalizáció, a piaci dereguláció, valamint a gyors ütemű technikai fejlődés idéz elő. Dolgozatomban arra kerestem a választ, hogy a pénzügyi tudatosság milyen mértékben és hogyan képes befolyásolni az egyenlőtlenségek mértékét a társadalom egyes szereplőinek szintjén.

Kutatásom egy nem reprezentatív primer és egy szekunder kutatáson alapszik, melynek során komplex statisztikai vizsgálatokat végeztem, többek között keresztábla-elemzések segítségével, hogy feltárjam az egyes változók közötti összefüggéseket. A primer kutatásom fókuszában a magyar lakosság pénzügyi tudatosságának felmérése állt, különböző demográfiai és társadalmi tényezők mentén. A kapott eredmények elemzése során igazolni tudtam, hogy az egyes demográfiai jellemzők szignifikáns hatással vannak a pénzügyi tudatosság szintjére, továbbá igazoltam a pénzügyi tudatosság és az egyenlőtlenségek egyes jellemzőinek kapcsolatát is. Szekunder kutatásomban a társadalmi kirekesztettség és a jövedelmi egyenlőtlenségek mértékét elemeztem a GINI-együttható segítségével EU-s viszonylatban. Mindezek mellett olyan társadalomtudományi kérdésekkel is foglalkoztam, mint az iskolázottság és foglalkoztatottság mértéke, valamint az esélyegyenlőség és a társadalmi jólét megteremtése. A téma újszerűsége abban rejlik, hogy a pénzügyi tudatosságot és az egyenlőtlenségeket nem csupán közgazdasági, hanem szociológiai szempontok integrálásával vizsgáltam.

Mivel a pénzügyi tudatosság és az egyenlőtlenségek témaköre interdiszciplináris megközelítést igényel, ezért a terület további kutatása elengedhetetlen ahhoz, hogy egy átfogóbb képet kapjunk a társadalmi, gazdasági és kulturális tényezők közötti összefüggésekről. A jövőben célom a kutatás folytatása, különös tekintettel a pénzügyi edukáció hatásának mérésére, valamint a különböző demográfiai csoportok közötti egyenlőtlenségek hosszú távú alakulásának vizsgálatára. Fontosnak tartom, hogy a kutatás eredményeit gyakorlati alkalmazásokon keresztül is hasznosítsuk, például pénzügyi tudatosságot növelő programok kidolgozása révén, amelyek hozzájárulhatnak az egyenlőtlenségek csökkentéséhez és a társadalmi jólét erősítéséhez.

SÜTŐ FRUzsina

suto.fruzsina00@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 7. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Szemán Judit

egyetemi docens, ME GTK

A PÉNZÜGYI TUDATOSSÁG HATÁSA A MAGYAR LAKOSSÁG BEFEKTETÉSEIRE

Kulcsszavak: pénzügyi tudatosság; pénzügyek; befektetések; kockázatvállalás; megtakarítás

A magyar társadalom többsége pénzügyileg nem kellően tudatosan bánik jövedelmével, megtakarításaival. A pénzügyi kultúra szerepe és fontossága elengedhetetlen annak érdekében, hogy megfelelő pénzügyi döntéseket hozzunk. A digitalizáció a pénzügyi szektorban is egyre nagyobb befolyással bír, azonban ennek kihasználtsága még nem teljes. A fintech lehetőségeinek elterjedtségével a magyar társadalom kis rétege van csak tisztában.

A kutatásom célja, hogy feltárjam a magyar lakosság pénzügyi tudatossága és befektetési szokásai közötti kapcsolatot. Vizsgálom a magyar lakosság jártasságát a pénzügyi digitalizációban, a pénzügyi technológiák ismeretében és a kockázatosabb befektetések lehetőségeiben. A kockázatvállalási hajlandóságot vizsgálom a bizalom függvényében.

A dolgozatomban arra keresem a választ, hogy magyar lakosság pénzügyi tudatossága, és annak fejlesztése, hogyan befolyásolná befektetési szokásaikat. Továbbá kutatom, hogy a pénzügyi tudatosságot hogyan fejleszthetnénk tovább. Emellett vizsgálom, hogy miként lehetne javítani a kockázatvállalási hajlandóságot, a bizalmat a befektetések felé.

Kutatásom primer és szekunder kutatások segítségével végeztem. Kérdőíves online megkérdezést alkalmaztam, melyben 221 fő vett részt. A kérdőívet leíró statisztikával elemeztem. Emellett mélyinterjút készítettem Juhász Miklós befektetési szakértővel.

A magyar lakosság kockázatvállalási hajlandóságát valóban befolyásolja a bizalom kérdése. A bankba vetett bizalom függ annak jó hírnevétől és stabilitásától, ez garantálja sikerességét az ügyfelek között, a befektetési hajlandóságot is. A pénzügyi tudás fejlesztését korszerű, korcsoportokra lebontott módon érdemes megvalósítani. A kockázatosabb befektetésektől, mint a kriptovaluták, a megkérdezettek ódzkodnának a nem megfelelő jártasságuk miatt a témában. A digitalizáció adta pénzügyi lehetőségeket egyre nagyobb százalékban alkalmazzák az emberek, azonban ezt érdemes tovább növelni.

A pénzügyi tudatosság fejlesztését tovább kell folytatni a már eddigi módszerekkel és újak bevezetésével, mint pénzügyi szektorban dolgozók előadásaiival, oktatóvideókkal és szimulációs játékokkal. A pénzügyi konferenciákat széles körben elérhetővé tétele, a gazdasági folyamatok érthető köznyelvre fordítása nagyban hozzájárulna a pénzügyi kultúra fejlesztéséhez. Fontos, hogy az ismertetés által minél több befektetési formát ismerjenek meg a magyar lakosok, melyeket kihasználva vagyoniuk gyarapodását és a gazdaság fejlődését idézik elő.

SZATMÁRI LÁSZLÓ BALÁZS

szatmari.laszlo.balazs@gmail.com

Középiskolai hallgató

Székács József Evangélikus Óvoda, Általános

Iskola és Gimnázium

Témavezető:

Schmittinger Anikó

oktató, Székács József Evangélikus Óvoda, Általános Iskola és Gimnázium

AZ IFJÚSÁG BEFEKTETÉSI LEHETŐSÉGEINEK FELFEDEZÉSE ÉS KIAKNÁZÁSA

Kulcsszavak: középiskolások; befektetés; befektetési szokások

Munkámban az általam meghatározott középiskolás korcsoportot és befektetési lehetőségeiket mutatom be. A témát két nagyobb szerkezeti egységre bontom: előbbiben egy elméleti áttekintésben bemutatom a legnépszerűbb befektetési eszközöket, az ezekről kapott általános információk forrását a középiskolások számára (például iskola, Pénziránytű), valamint betekintést nyújtok a befektetések fontosságába. A második, hipotézisblokkban három fő feltételezésemet fejtlem ki, melyek kitérnek a fiatalok pénzgazdálkodási szokásaira, pénzügyi felvilágosultságaira, valamint megvizsgálom ezeket demográfiai szempontból is. A hipotéziseket valós adatok, felmérések eredményeként demonstrálom. Az egyes hipotézisblokkok felvezetéseként kifejtlem még, hogy miért fontos fiatalon elkezdni befektetni, vagy pénzügyi intelligenciánkat fejleszteni. Dolgozatom miértje, hogy kutatásommal reprezentáljam a pénzügyi tudatosság szintjét a hazai fiatalok körében, másrészt pedig rámutassak arra, hogy az iskola nem nyújt a tanulók részére kellő információt ezen a téren, és ez kihatással lehet felnőttkori anyagi helyzetünkre is.

ZSIGRAI HANNA

zsigraihanna2002@gmail.com

pénzügy és számvitel

BSc, 5. félév

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Baranyi Aranka

egyetemi docens, SOE LKK

PÉNZÜGYI- ÉS KÖRNYEZETTUDATOSSÁG SZEREPE A LAKOSSÁGI ZÖLD PÉNZÜGYI TERMÉKEK IRÁNTI KERESLET MEGTEREMTÉSÉBEN

Kulcsszavak: zöld pénzügyi termékek; tudatosság; kereslet

Napjainkban a zöld törekvések jelentőségének növekedése a pénzügyi intézmények szerepét is felértékelte a környezetvédelem területén, és a zöld pénzügyi megoldások piaci bevezetését eredményezte. Bár a fenntarthatóság egyre fontosabb szerepet játszik fogyasztási szokásainkban, a zöld pénzügyi termékek használati szintje egyelőre alacsony a lakosság körében. Ennek nyomán célom, hogy feltárjam azon tényezőket, amelyek hatással lehetnek a lakosság zöld pénzügyi termékek iránti keresletére, annak érdekében, hogy lehetővé váljon ezen megoldások széles körű és célnak megfelelő alkalmazása.

Dolgozatom első részében szakirodalmi források segítségével átfogóan vizsgáltam a pénzügyi- és környezettudatosság elméleti megközelítéseit, aktuális eredményeit, majd a zöld pénzügyi megoldások definiálását és a piaci tendenciákat ismertetem. A korábbi szekunder kutatások megismerését követően kvantitatív, kérdőíves felmérést végeztem, melynek eredményei SPSS program segítségével kerültek kiértékelésre.

Elemzési módszertanom részét leírói statisztikai és kereszttábla-elemzések, varianciaanalízis képezte, valamint faktor- és klaszteranalízis nyomán a felmérésben résztvevők körében csoportalkotást végeztem. Felmérésem eredményei nyomán kijelenthető, hogy a megkérdezettek többségének a zöld pénzügyi megoldásokkal kapcsolatos ismeretei hiányosak, a zöld pénzügyi termékek használata kevésbé elterjedt, így aktuális és releváns feladat a kereslet növelése érdekében javaslatokat megfogalmazni. Ehhez azonban számos tényezőre kell tekintettel lenni, melyet kutatásom is alátámasztott. Beigazolódott, hogy a pénzügyi- és környezettudatossággal kapcsolatos attitűdök befolyásolják a zöld pénzügyi termékek iránti motivációs tényezőket, így a pénzügyi értelemben tudatos egyének számára inkább az anyagi előnyök, míg a környezettudatos emberek számára inkább a környezetvédelem lehetősége bír nagyobb ösztönző erővel. Továbbá, a demográfiai tényezőkre, így főleg az iskolai végzettségre és a generációs hovatartozásra is ügyelni kell a motivációs tényezők kialakítása során.

Összességében kutatásom átfogóan vizsgálja az általam megkérdezettek körében a pénzügyi- és környezettudatossággal kapcsolatos attitűdöket, a magatartásformák jellegét, szintjét, kiemelve a zöld pénzügyi keresletre gyakorolt hatásukat, valamint rávilágít arra, hogy a lakossági zöld pénzügyi megoldások elterjedéséhez elengedhetetlen a pénzügyi és környezeti szemléletformálás, valamint az állami szerepvállalás kiterjesztése.

Pénzügy – Vállalatfinanszírozás, vállalati pénzügyek

Elnök:	Prof. Dr. Takács István	OE
Társelnök:	Dr. Dániel Zoltán András	PE
Tag:	Dr. habil. Sági Judit	BGE
Tag:	Dr. Udvaros József	BGE
Titkár:	Dr. Füredi-Fülöp Judit	ME

AJTAY ADRIENN

ajtay.adrienn@gmail.com

Pénzügy és Számvitel

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Hegedűs Szilárd

főiskolai docens, BGE PSZK

BUDAPESTI MIKRO-, KIS-ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK PÉNZÜGYI STABILITÁST BIZTOSÍTÓ INTÉZKEDÉSEI EXOGÉN VÁLSÁGOK IDEJÉN

Kulcsszavak: pénzügyi válságkezelés; KKV; pénzügyi stabilitás; pénzügyi eszköztár; állami támogatások

2024-ben a Covid-19 járvány, az energiaválság és az infláció hatásai valamennyi vállalkozásra hatással voltak. A válságos idők felszínre hoznak olyan kihívásokat és azokra adott válaszokat, amelyek minden idők vállalkozói számára tanulságosak lehetnek.

Egy vállalkozás életében számos külső és belső krízis jelentkezhet, a pénzügyi stabilitás azonban alapvető feltétele a válsághelyzetekkel szembeni ellenállóság felépítésének. Kutatásom célja válaszokat adni azoknak a vállalkozóknak, akik az elmúlt években fellépő exogén krízisek idején árfolyamkockázatot, a megrendelések visszaesését, forráshiányt vagy költségemelkedést tapasztaltak. A kutatási kérdésemben arra kerestem válaszokat, hogy melyek azok a likviditás, stabilitás, finanszírozás biztosítását támogató kockázatkezelési, tervezési és értékelési eljárások, amelyek pozitívan hatottak a vállalkozások pénzügyeire.

A vállalkozókat pénzügyi döntéseik megalapozásában segítő szakirodalom tanulmányozását követően kvantitatív kutatás keretében statisztikai és pénzügyi mutatószámokkal végeztem el a kutatásom célpontjául kiválasztott vállalatok komplex elemzését.

Ezt követően több, mint húsz budapesti KKV vezetőjével, pénzügyi vezetőjével készített interjúm során lehetőségem nyílt megismerni az aktuálisan alkalmazott sikerre vezető pénzügyi eszköztárukat. Az adatok táblázatos összefoglalása további statisztikai elemzéssel lehetővé tette, hogy az egyes intézkedések alkalmazásában meghatározott jellemzők szerinti mintákat azonosítsak.

A második hipotézisem igazolására elvégzett kvantitatív kutatás alátámasztja, hogy a budapesti KKV-k által tapasztalt külső válságok szélesíthetik a pénzügyi stabilitás érdekében alkalmazott intézkedéseik körét.

Végül következtetésként kijelenthetem, hogy jelen tanulmány új összefüggéseket tárt fel a vállalkozásokat érintő makrogazdasági kihívások és az általuk alkalmazott pénzügyi intézkedések fajtái között.

Dolgozatom nem csak felhívta a vállalkozásvezetők figyelmét a pénzügyi tudatosság mélyítésének fontosságára, hanem a gyakorlatban is jól alkalmazható intézkedések összegyűjtésével új szemléletmóddal sikerült bővítenem a vállalkozásfejlesztés szakirodalmát.

A kutatás a Kulturális és Innovációs Minisztérium Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, az Egyetemi Kutatói Ösztöndíj Program keretében valósult meg.

BARACSI ÁRON LAJOS

baracsi.aron@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Dr. Hegedűs Szilárd

egyetemi docens, BGE PSZK

Dr. Denich Ervin

egyetemi adjunktus, BGE PSZK

**A SZÁMVITELI CSALÁSOK VÁLLALATI ÉRTÉKVÁLTOZÁSRA GYAKOROLT
HATÁSÁNAK, ILLETVE A PIACI ÁRFOLYAMVÁLTOZÁS KAPCSOLATÁNAK
EMPIRIKUS VIZSGÁLATA AMERIKAI TŐZSDEI VÁLLALATOK PÉLDÁJÁN
KERESZTÜL**

Kulcsszavak: számviteli minőség; számviteli csalás; EVA; tőzsde

Az elmúlt évtizedek pénzügyi és számviteli botrányai kétségtelenül hatással bírtak a közéletre, illetve napjainkig is aktív figyelem áll fent ezen témakörök kapcsolatában társadalmi és gazdasági kérdésekben. Számos hazai kutatás fókuszában a számviteli befolyásolás és ezen tényezők hatásai mentén megjelenő számviteli minőség változása, illetve etikai kérdések állnak. Mindazonáltal kevés számú hazai publikáció vizsgálta nemzetközi szinten a számviteli csalás hatásait, pénzügyi változókkal való összefüggéseit. A dolgozat a számviteli csalás nyilvánosságra hozatalának éveitől kezdve megjelenő számviteli minőség kapcsolatát vizsgálja a vállalati gazdasági hozzáadott érték mutató alakulásával, illetve a vállalati részvények ár- és volumenváltozásaival, továbbá az átlagosan fizetett éves osztalék mennyiségével egy 19 elemű minta és kontrollminta felhasználásával 2016-tól 2022-ig terjedő időszak során. A minta elemei igazoltan számviteli csalásban érintett a NASDAQ vagy a NYSE részvénytőzsdén megjelenő vállalatok, amelyek az Amerikai Egyesült Államokban végeznek gazdasági tevékenységet, valamint a székhelyük is ezen országban helyezkedik el. A számviteli minőség Dechow et. al. módosított Jones modelljével került tanulmányozásra, még az EVA mutató változói a Stern Stewart tanácsadó cég képlete alapján kerültek kiszámításra. További kutatási célként azonosítható a minta és kontrollminta szignifikáns eltéréseinek vizsgálata az érintett időszakban.

Kutatási módszertanát tekintve a dolgozat metrikus mérési skálás változókkal rendelkezik, amelyek meghatározzák az empirikus vizsgálatok eljárás módjait. A változók eltéréseinek és kapcsolatának meghatározásához az SPSS statisztikai szoftverre nyújtott segítséget, amelyben lefuttatásra került többváltozós lineáris regresszió, korrelációszámítás, egy szempontos varianciaanalízis. A statisztikai tesztek ellenőrzéséhez normális eloszlás, kiugró értékek és varianciahomogenitás vizsgálata is elvégzésre került. Az alkalmazott empirikus elemzések eredményei alapján megállapítható, hogy a vizsgált minták esetében az érintett vállalatok számviteli minőségei és az EVA értékei eltérnek egymástól, azonban a kapott eredmények nem szignifikánsak, így nem állítható az általános és a jelentős különbség megléte. Az elvégzett korrelációs tesztek szignifikáns megfigyelései azt mutatják, hogy a számviteli minőség pozitívan kapcsolódik a pénzpiaci mutatókhoz, azaz a jövedelemkezelés, mint minőséget csökkentő tényező negatívan hat ezen mutatók értékeire.

BARLOG LÉNA

lencsi.barlog@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 6. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

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

A MIKROFINANSZÍROZÁS SÖTÉT OLDALA A SRÍ LANKAI MIKROFINANSZÍROZÁS ELEMZÉSE A KÉPESSÉGSZEMLÉLET SEGÍTSÉGÉVEL

Kulcsszavak: mikrohitel; átváltási tényezők; nők; kizsákmányolás; szabadság

A mikrofinanszírozás, mint eszköz rengeteg lehetőséget nyújt a képességszemlélet alapján, amellyel a hitelfelvevők szabadsága bővül, és részt vehetnek olyan képességek előmozdításában, amely számukra valóban értékkel bír. Ugyanakkor az átváltási tényezők miatt nem minden esetben bővíti a szabadságot, sőt csökkentheti is azt. Dolgozatomban a Srí Lanka-i mikrohitel válságot elemzem, amely 2018 és 2022 között sújtotta a szigetországot, és amely a nőket, a mikrofinanszírozó intézmények legfőbb célcsoportját olyan helyzetbe hozta, amelyben többen zaklatás áldozatai lettek. A képességszemlélet értékelési eszközként használható a szegénység, és társadalmi kérdések megvitatásában, ezért én is alkalmazom a Srí Lanka-i mikrohitel válság elemzésére. Bemutatom a szakirodalmat, sajtóanyagokat és interjúkat alapján, hogy a mikrohitelek felvétele milyen képességeket tesz lehetővé, és a Srí Lanka-i válság kapcsán melyeket szüntet meg, mindezek mellett az átváltási tényezők is szerepet kapnak. Kutatásom célja, hogy a mikrofinanszírozás sötét oldalának bemutatásával ne csak a pozitív oldal kapjon hangsúlyt, és bemutassa, hogy milyen megpróbáltatásokon kellett keresztül menni azoknak a nőknek, akiket a mikrofinanszírozó intézmények kihasználtak. Az eredményeim alapján Srí Lankán a mikrohitel felvétele nem tudott pozitív lehetőségeket nyújtani, viszont sok lehetőségtől fosztotta meg a családokat.

GULYÁS DÁVID JÁNOS

gdavid2955@gmail.com

nemzetközi gazdálkodás

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Szendrey Orsolya
tanársegéd, DE GTK*

TISZTESSÉGTelen BANKI GYAKORLATOK, AVAGY A MŰKÖDÉSI KOCKÁZATKEZELÉS ELMÉLETI ÉS GYAKORLATI JELENTŐSÉGE NAPJAINKBAN

Kulcsszavak: működési kockázat; üzletviteli kockázat; fair bankolás; tisztességtelen banki gyakorlatok; információs aszimmetria

Manapság a banki működési kockázatok, azon belül is különösképp az üzletviteli kockázatok azonosítása, kezelése egyre hangsúlyosabb szerepet kap a kockázatkezelésen belül. A 2008-as pénzügyi válság és részben ehhez kapcsolódva a magyar devizahitel-válság is rámutatott ennek jelentőségére. Mindkét válság kirobbanásáért felelőssé tehetőek többek között a tisztességtelen banki gyakorlatok, a fair bankolás elvének figyelmen kívül hagyása.

A kutatásom során arra keresem a választ, hogy mennyiben tekinthető tisztességtelen banki gyakorlatnak az, hogy a bankok ügyfeleikre számos olyan pénzügyi terméket, például biztosításokat, folyószámla-hitelkereteket erőltetnek rá, amire egyáltalán nincs szükségük. Azt is vizsgálom, hogy az ügyfelek milyen mértékben vannak tudatában annak, hogy milyen kapcsolattartókat vesznek igénybe, s mit jelent ez rájuk nézve kockázatvállalási szempontból.

Kutatásom több részből épül fel. Elsőként a működési kockázatokot definiálom, felvázolom a ma hatályos működési kockázatkezelési szabályozást, s annak kialakulását is áttekintem. Majd közelítve központi témánkhöz meghatározom az üzletviteli kockázat fogalmát, s elhelyezem azt a működési kockázatkezelési keretrendszeren belül. Ezt követően Magyarországra fókuszálva a devizahitel-válság kialakulásában szerepet játszó értékesítői, kereskedelmi banki gyakorlatokat vizsgálom, különös tekintettel a felmerülő üzletviteli kockázatokra vonatkozóan. Lehatárolom, mi minősülhet tisztességtelen banki gyakorlatnak, hogyan valósulhat meg a fair bankolás. Elméleti áttekintésem végén számba veszem, hogy miért problémásak a mai magyar pénzintézetek által árusított kapcsolattartó termékek, s, hogy az információs aszimmetria hogyan ver éket a bank és az ügyfél közé.

Primer kutatást is folytatok dolgozatom elkészítése során. Egy online kérdőív segítségével a magyar felnőtt lakosság folyószámla konstrukciók közti választását vizsgálom. Az eredményeket leíró és matematikai statisztikai módszerek segítségével elemzem, melyek alapján igyekszek egyaránt az ügyfelek, s a hazai bankszektor számára is hasznosítható következtetéseket és javaslatokat megfogalmazni.

HORVÁTH FANNI

fanniuszas@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Dr. Antal Anita

egyetemi docens, PE GKZ

LIKVIDITÁS VAGY LIKVIDÁLÁS? A FIZETŐKÉPESSÉG ÉRTÉKELÉSE ÉS SZEREPE AZ ELŐREJELZÉSBEN

Kulcsszavak: fizetőképesség; cash flow; csőd; előrejelzés; modell

A vállalkozások működésének alapfeltétele a fizetőképesség, különösen a rövidtávú likviditás fenntartása a folyamatosság érdekében. Nem megfelelő likviditás esetén nő a csőd kockázata, amit a Covid-19 járvány időszakában tapasztalt likviditási problémák és a 2022 végére megnövekedett felszámolási eljárások száma is alátámaszt. Bár a pontos okok nehezen azonosíthatók, valószínűsíthető, hogy a fizetőképesség alakulása meghatározó szerepet játszott.

Kutatásom célja a vállalkozások fizetőképességét előrejelző hagyományos és nem hagyományos módszerek vizsgálata, különös tekintettel a tradicionális és cash flow alapú mutatók hatékonyságára. A vizsgálatot hazai felszámolás alá került vállalkozások mintáján végzem, valamint bemutatom és tesztelem egyes csődelőrejelző modellek teljesítményét.

Kutatási kérdéseim:

1. Milyen tradicionális és cash flow alapú mutatókkal mérhető a fizetőképesség?
2. A tradicionális vagy a cash flow alapú mutatók előrejelző szerepe nagyobb a felszámolás alá kerülő vállalkozások esetén?
3. Kimutatható-e kapcsolat a két mutatótípus eredményei között?
4. Milyen eredményt ad egy választott nemzetközi csődelőrejelző modell hagyományos és cash flow alapon?
5. Jobb előrejelzést nyújtana-e egy hazai modell a nemzetközihez képest?

Módszertanilag az alkalmazott kutatáson belül értékelő kutatás, amely ötvözi a feltáró, leíró, magyarázó és korrelációs elemeket, kvantitatív adatokra támaszkodva. A primer kutatás során magyar vállalkozások nyilvános éves beszámolóit elemzem, a szekunder kutatás részeként irodalomkutatást, online keresést és adatbázis-elemzést végzek. Az adatokat pénzügyi és statisztikai módszerekkel (pl. korrelációanalízis) dolgozom fel.

Eredményeim hozzájárulhatnak a likviditást mérő mutatók hatékonyságának megértéséhez és csődelőrejelző modellek empirikus vizsgálatához. Célom a témában elérhető tudományos és gyakorlati ismeretek bővítése, amelyek hasznosíthatók a vállalati gyakorlatban is.

JOBBÁGY ANNA

anna.jobbagy13@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Hamad Mirjam

adjunktus, DE GTK

Dr. Tömöri Gergő

adjunktus, DE GTK

A JÖVEDELMEZŐSÉGI MUTATÓK SZEREPE AZ OSZTALÉKDÖNTÉSEK ELŐREJELZÉSÉBEN

Kulcsszavak: osztalékpolitika; jövedelmezőségi mutatók; cash flow alapú jövedelmezőségi mutatók; befektetői döntések; vállalatértékelés

Napjainkban az osztalékkifizetések a befektetők által leginkább mérvadó szempontnak minősülnek a részvénybefektetések megítélése során. Kutatásom célja volt, hogy feltárjam, hogy a különböző jövedelmezőségi mutatók változásai milyen hatással vannak az osztalékkifizetésre a US GAAP-ben, illetve IFRS-ek szerint beszámolójukat készítő tőzsdei vállalatok körében. Ez a két vállalatcsoport két különböző gazdasági környezetben helyezkedik el, így célszerűnek találtam annak vizsgálatát is, hogy ez hatással van-e a két rendszer elvei szerint eredményüket prezentáló vállalatok saját tőke arányos osztalékkifizetéseinek eltéréseire.

A szakirodalmi áttekintés során bemutatásra került a vállalatértékelés elméleti alapjai, az eredmény és a cash flow alapú jövedelmezőségi mutatók szerepe, illetve az osztalékpolitika alapkérdései.

A kutatásomhoz felhasznált szekunder adatok a fenti indexkörbe tartozó tőzsdei vállalatok nyilvánosan elérhető pénzügyi beszámolóiból származnak. Az adatok leíró statisztikai elemzéssel történő rendszerezésével megvizsgáltam a fő jövedelmezőségi indikátorok legfőbb paramétereit a két mintasokaságban. Továbbá faktoranalízist és panelregressziós analízist alkalmaztam annak megállapítására, hogy van-e összefüggés a vállalatok jövedelmezőségi helyzete és a saját tőke arányos osztalékkifizetés között. A rendelkezésre álló számos magyarázó változót faktoranalízis segítségével redukáltuk, így az eredeti változók mögött rejlő közös tényezőket, az úgynevezett faktorokat azonosítottuk. Ezeket a faktorokat ezután panel regressziós modellben használtuk magyarázó változókként, hogy felmérjük, mely tényezők gyakorolnak hatást a saját tőke arányos osztalékkifizetésre.

Az elemzés eredményei azt mutatták, hogy bár a DAX index körbe tartozó vállalatok esetében a cash flow alapú változókat sikerült szignifikánsként azonosítani, a teljes modell általános illeszkedése nem volt megfelelő ahhoz, hogy az eredmények alapján megbízható következtetéseket vonjunk le belőle. Ezzel szemben a DJIA körbe tartozó vállalatok esetében már kifejezetten erős kapcsolatot lehetett kimutatni a magyarázó és a függő változó között. Így az európai vállalatok osztalékpolitikájára feltételezhetően – szemben az amerikai versenytársaikkal – sokkal inkább jellemzőek voltak az óvatossági és a növekedést előtérbe helyező motívumok.

SCHMID KRISZTIÁN JÓZSEF

schmidsedric@gmail.com

Pénzügy

MSc, 2. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Kosztópulosz Andreász
egyetemi docens, SZTE GTK*

AZ ELSŐDLEGES NYILVÁNOS RÉSZVÉNYKIBOCSÁTÁSOK ALULÁRAZÓDÁSÁNAK VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: IPO; tőzsdei bevezetés; részvénykibocsátás; alulárazódás; rövid távú alulárazódás

A tőzsdei finanszírozás témakörében egy nemzetközileg is népszerű témának számít a tőzsdei bevezetések során újonnan kibocsátott részvények (együttesen: IPO-k) alulárazódása. Az IPO részvények gyakran megfigyelhető alulárazódása komoly közvetett költségnek számít a tőzsdei bevezetés és a tőzsdei finanszírozás során, amelyet a gyakorlati vállalati pénzügyi döntésekben a pénzügyi menedzsmentnek mindenképpen figyelembe kell vennie. Kiváltképp fontos ezzel a témával foglalkozni a magyar részvénytőzsdén, mert a KKV-k számára optimalizált BÉT Xtend 2017 óta folyamatosan bővül.

Mivel hazai kutatás, magyar tőzsdei vállalatok IPO részvényeiről nem született még a 2000-es évek eleje óta, ezért megítélésem szerint magyar pénzügyi szakirodalom adós az alulárazódást érintő elméletek összefoglalásával és annak gyakorlati vizsgálatával. Kutatásom célja az, hogy felvázoljam az IPO részvények alulárazódásainak tényezőit. Ennek során összefoglaltam a lehetséges elméleteket, amelyek az alulárazódás jelenségét magyarázhatják, majd ezeket négy fő elméleti kategóriába soroltam. A szakirodalom az alulárazódást elviekben az információs aszimmetriával, az intézményi közgazdaságtan elméleteivel, a viselkedési pénzügyekkel, valamint a részvénytársasági kontroll megtartásával összefüggésben lévő megközelítésekkel magyarázza. Az elméletek gyakorlati teszteléséhez az elmúlt 20 év magyar IPO-it vizsgáltam meg és egy összehasonlító esettanulmány-elemzést végeztem.

Az elemzésből úgy tűnik, hogy az IPO részvények alulárazódására kihat az általános piaci tendencia, a befektetői légkör, a kibocsátó társaságok IPO-marketing tevékenységének kiterjedtsége, a kibocsátó vezetőségének szakmai és nyilvánosság előtti megítélése, a befektetési vállalkozások jegyzési garanciavállalása, illetőleg a tőkepiacot is érintő adórendszer stabilitása.

SCHMID KRISZTIÁN JÓZSEF

schmidsedric@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kosztópulosz Andreász

docens, SZTE GTK

AZ IPO, AZAZ A TŐZSDEI BEVEZETÉS FOLYAMATA ÉS KIHÍVÁSAI

Kulcsszavak: IPO; tőzsdei bevezetés; BÉT Xtend; tőzsdei jelenlét előnyei-hátrányai; tőkebevonás

A magyar tőkepiac egyik legfontosabb helyszínén, a Budapesti Értéktőzsdén 2017-ben indult útjára a BÉT Xtend részvénykereskedési platform, amely a kis- és középvállalkozások számára nyújt könnyített bevezetési és megjelenési lehetőséget. Azóta a BÉT Xtend folyamatosan bővült, ráadásul a mai tőkepiaci környezetben jelentős alternatívává vált a magyar vállalatok számára a tőzsdei finanszírozás és a szabályozott értékpapírpiazi jelenlét.

Ennek apropóján folytattam szakdolgozati kutatást, amely a tőzsdei bevezetésről és az elsődleges részvénykibocsátásról (együttesen: IPO) szól. A kutatásom célja az, hogy felvázoljam a tőzsdei bevezetés mögötti döntések szempontjait, a tőzsdei bevezetés folyamatát és meghatározzam azt, hogy megéri-e egyáltalán a tőzsdei jelenlét. A kutatásom során teoretikus úton jártam végig az IPO lépéseit, majd az elméleti kategóriák cáfolása, avagy igazolása érdekében esettanulmányokat írtam három magyar IPO kapcsán. Az általam kutatott tőzsdei bevezetések mögött lényegesen eltérő motivációk és megvalósítások jelentek meg. Az esettanulmányok módszertani háttérét egy szekunder kutatással kiegészített primer kutatás adja. A szekunder kutatás nyilvános közzététel útján elérhető dokumentumok tanulmányozásában, míg a primer kutatás interjúkban nyilvánult meg.

Az esettanulmányok és az elméleti áttekintés következtében egyértelművé vált, hogy a tőzsdei bevezetés sosem egy cél, hanem egy eszköz, amely a társaság organikus fejlődésében és a hosszú távú célok elérésében óriási jelentőséggel bír. Klasszikus értelemben vett, kvantitatív jellegű költség-haszon elemzés alá vonni az IPO folyamatát nem lehet, de a tapasztalatok alapján a tőzsdei bevezetés nettó hozadéka mindenképpen pozitív.

SZOKOLY MÁTÉ

ec6mk7@student.uni-pannon.hu

Gazdálkodás és menedzsment

BA, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Dr. Joó István

egyetemi adjunktus, PE GKZ

LAKÁSCÉLÚ MEGTAKARÍTÁSOK A LAKOSSÉG KÖRÉBEN

Kulcsszavak: pénzügy; megtakarítás; lakás; Magyarország; hitel

Az elkészült dolgozatban a lakáscélú megtakarítások helyzetét, szerepét, fontosságát és lehetőségeit vizsgáltam meg. A dolgozat bevezetésében bemutattam a lakáscélú megtakarítások és lakáshitel témakörét. A lakáscélú megtakarítások fogalma és jelentősége került részletes elemzésre, kihangsúlyozva azok gazdasági és társadalmi előnyeit. A lakosság megtakarítási szokásait vizsgálva statisztikai adatok segítettek megérteni a pénzügyi magatartás tendenciáit.

A lakáscélú megtakarítási lehetőségek kiterjedt katalógusa és a megtakarítások hozamai alapos bemutatásra került, ideértve a lakástakarékpénztárak szerepét, a különböző befektetési lehetőségeket és az adózási előnyöket is. A pénzügyi tervezés kiemelt jelentősége került szóba, mely segíthet a megtakarítások hatékonyabb kezelésében.

A lakáshitelek részben különböző típusok kerültek bemutatásra, és statisztikai adatok segítségével elemeztük a lakáshitelek piacának tendenciáit. A kutatási kérdések segítettek megérteni a lakhatási feltételek alakulását és a kormányzati támogatások szerepét ezen a területen. A hipotézisek értékelése megvilágította, hogy milyen tényezők befolyásolják a lakás iránti keresletet és a megtakarítási döntéseket.

Összességében a dolgozat azt mutatja be, hogy a lakáscélú megtakarítások miért rendkívül fontosak a lakosság pénzügyi életében, és azoknak számos gazdasági és társadalmi vonatkozása van. A kutatás megvilágítja az állami támogatások és a pénzügyi tervezés szerepét ezen a területen, valamint azok hatásait a lakosság pénzügyi döntéseire és az ingatlanpiacra. Továbbá mivel a lakáscélú megtakarítások sok esetben párosulnak lakás/háztvásárlási szándékkal a dolgozat második felében elemeztem a lakáspiaci helyzetet is. A lakáshiteleket azért vizsgáltam meg, mert manapság a legtöbb átlagember számára elképzelhetetlen nélküle a lakásvásárlás.

Regionális gazdaságtan – Regionális egyenlőtlenségek

Elnök:	Dr. Káposzta József	MATE
Társelnök:	Prof. Dr. Gál Zoltán	PTE
Tag:	Dr. habil. Horváth Péter	DE
Tag:	Dr. Vida György	SZTE
Titkár:	Dr. Orosz Dániel	ME

BÁLINT LEVENTE KRISTÓF

balintleventek2003@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Bilicz Hanga Lilla

tanársegéd, PTE KTK

A DEPRIVÁLT TELEPÜLÉSEK LEHATÁROLÁSA MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: depriváció; kedvezményezettség; kompozit mutató; települések

Dolgozatom a hazánkban tapasztalható hátrányos helyzet felkutatását tűzte ki céljául, melyhez a területi szintű deprivációkutatás módszertanát vettem segítségül. A téma aktualitását az adja, hogy a 2023-ban elfogadott területfejlesztési törvényhez nem tartozik olyan kormányrendelet, amely a kedvezményezettség státuszát megállapítaná. A szegénységkutatás általános irodalmának bemutatása után a magyarországi kedvezményezett települések besorolási módszerét taglalom a rendszerváltástól napjainkig.

Elemzésemben először a ma is érvényes besorolási módszer alapján számítottam ki a deprivációs mutató értékét a magyar településállományra. Az e során tapasztalható nehézségek, mint például az adatok elérhetetlensége, alapján döntöttem úgy, hogy egy alternatív mutatót alkotok, mellyel más szemszögből ragadom meg deprivált településeket. A számításaimat a kormányrendeletben szereplő képletekkel végeztem el.

A két index alapján kapott eredmények szignifikánsan különböznek egymástól, ez leginkább az elmaradott települések elhelyezkedésében mutatkozik meg. Dolgozatom végén javaslatokat teszek a kormányrendeletben használt mutatókra, valamint a kutatásom során elért eredményeket összegzem.

ZSOMBOR BECSKEHÁZI

zsombor.becskehazi@stud.uni-corvinus.hu

International Business

BSc, 6. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisors:

Ákos Miklós Balázs

PhD Student, BCE KTI

Dániel Tordai

assistant research fellow, Hungarian Institute for Transport Sciences and Logistics

EXPLORING TRANSPORTATION-RELATED ONLINE MEDIA THEMATIZATION THROUGH THE STUDY OF CONGESTION IN BUDAPEST

Keywords: thematization; congestion; traffic; Budapest; regression

Is transportation-related thematization based on evidence? This paper explores the topic through the lens of Budapest, and the Hungarian media landscape. It starts by introducing the literature relevant to this theme. Then, it takes a look at the Hungarian media's evolution and role between 1990-2024. Afterward, the paper provides an overlook of the current transportation situation and plans in Budapest. The research question is whether there is a relationship between daily congestion and the number of articles written about it. Traffic data was obtained from TrafficIndex.org, article data was collected by the author of the paper. The methodology used for analyzing this relationship is regression analysis, with the number of articles written as the dependent, and the traffic data as the independent variables. The result of the analysis is that there is a significant relationship between the two, however, one variable is not enough to fit a model properly, signaling that there are other variables that influence how much traffic gets mentioned.

CSONTOS ALEX

csontos.alex5@gmail.com

Jogász

Osztatlan, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Állam- és Jogtudományi Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Szilovics Csaba
egyetemi tanár, PTE ÁJK

ÖNKORMÁNYZATI PÉNZÜGYI AUTONÓMIA: FIKCIÓ VAGY BEVÁLT RENDSZER?

Kulcsszavak: helyi önkormányzat; autonómia; pénzügyi helyzet; túlszabályozottság; összehasonlítás

Kutatásom során arra kérdésre kerestem a választ, hogy létezik-e még önkormányzati autonómia vagy egy kiüresedett frázissá vált.

A kutatómódszertanom fő eleme az összehasonlítás. Elsősorban megvizsgáltam az évezred eleji és hatályos jogszabályokat, összevetésükből pedig konklúziót vontam le. Ezen felül a román és szerb önkormányzati rendszert vetettem össze a hazaival, valamint kiegészítettem az Európai Unió Önkormányzati Chartájával.

Másodsorban kutatásomban négy hazai várost vizsgáltam meg, majd hasonlítottam össze. Ezek Székesfehérvár, Pécs, Debrecen és Hódmezővásárhely. A települések kiválasztása során fontos volt eltérő adottságokkal rendelkező helységeket találni úgy, hogy közös mégis legyen bennük. Ez pedig, hogy mind megyei jogú város, ahol van, vagy korábban történt nagyobb beruházás.

Kutatásom során arra az eredményre jutottam, hogy nem csak Magyarországon, de a vizsgált további országokban is kiüresedett az autonómia, egyfajta „marionett rendszer” működik. A vizsgált jogszabályok alapján, mi hazánk rosszabb helyzetben van, mint a környező államok. A jogszabályok túlságosan beszűkíti a lehetőségeit a helyi önkormányzatoknak, így tulajdonképpen nem mások, mint egy „plusz kéz”, amit az állam használ. Ezt a fajta túlszabályozottságot lenne szükséges megszüntetni, több lehetőséget biztosítani az önkormányzatoknak.

FERCSIK BENEDEK

fercsik33@gmail.com

Regionális és környezeti gazdaságtan

MSc, 4. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Szabó Mariann

egyetemi adjunktus, BME GTK

A MAGYAR FALU PROGRAM ELSŐ 5 ÉVÉNEK TERÜLETI ELEMZÉSE

Kulcsszavak: forrástámogatás; vidék; településfejlesztés; versenyképesség

A hazai forrásból megvalósuló Magyar Falu Program (továbbiakban: MFP) 2018-ban kezdődő elindulása óta, még nem született egy átfogó tanulmány arról, hogy hazai szinten milyen területi eloszlással irányultak a forrástámogatások. Az MFP 5000 fő alatti lakosságsszámmal rendelkező településeknek nyújt fejlesztési alternatívát, a legszükségesebbnek gondolt fókuszterületen. A településnél egy magasabb szintű térre, járásokra (LAU 1) korlátozódva végeztem el a vizsgálatot, de a második részben hangsúlyt kapnak a régiók is (NUTS 2). Egy jóléti államnak kötelessége biztosítani a megfelelő infrastruktúra meglétét azon településeken, ahol önerőből ezeknek kivitelezése kiemelten nehéz. A dolgozat első részében lehatárolom a vidéket, mint a megvalósulás központi színterét, arra keresve a választ milyen attitűdökkel rendelkeznek. Fontos megismerni, hogy a magyarországi területfejlesztés milyen irányokat adott a vidék számára és ez miként feleltetett meg a később létrehozott MFP életére. A statisztikai elemzés részében egy komplex mutatót (Bennett féle) fogok létrehozni, amihez gazdasági, társadalmi és környezeti indikátorokat használok fel. Az egy főre jutó MFP támogatásnál vizsgálni fogom a komplex mutató közötti korrelációt, khi-négyzet próbát (illeszkedésvizsgálat) számolok a támogatások eloszlásáról. Ezt követően pedig a Modern Települések Fejlesztéséért felelős kormánybiztossal, Gyopáros Alpárral készíték egy mélyinterjút, ahol az MFP során felmerült tapasztalatok, tervek és az irányok meghatározása lesz középpontban.

IMRE GÉMES

imre.2000.cime@gmail.com

Economic Analysis

MSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Dr. Barna Bakó

head of research, associate professor, BCE KTI

SPATIAL INTERACTION BETWEEN FUEL STATIONS IN THE HUNGARIAN GASOLINE MARKET

Keywords: spatial interaction; gasoline prices; market definition

Several shocks have hit the Hungarian fuel market in recent years, particularly affecting small fuel brands, consequently influencing the market ecosystem and consumer well-being. To ensure a balanced functioning of the market, it is essential to understand how these small brands interact with other participants. This paper investigates how the small fuel brands with only a few stations spatially interact with other stations in the Hungarian 95-octane gasoline market. The paper reveals how the change in price level charged by competitors affects the price changes of the small station itself. Effects are separated by the type of competitor in the local market of a station, defined as a circular area. By gradually increasing the radius of the relevant local markets, it is shown how spatial dependence unfolds as a function of distance. In a similar setup, concentric rings are introduced instead of circular markets to mitigate the distortions of heterogeneous station network density. The empirical research is based on a spatiotemporal model with time and station fixed effects. Overall, the prices charged by large premium brands have the highest and most persistent effect in distance, followed by large discount and other small stations. Spatially relevant large premium and large discount brands are located within a 10-kilometer radius area of the small brands, while relevant small brands are located no further than 5 kilometers from the respective small station. In these wide ranges, the level of interaction falls rapidly with distance. The results may be of interest to competition authorities in market definition and to urban planners deciding on new station locations.

OLÁH ZOLTÁN

olahzoltan970301@gmail.com

pénzügy

MSc, 1. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Bodnár Gábor
egyetemi adjunktus, SZTE GTK

A MAGYAR JÁRÁSOK VIZSGÁLATA AZ ENDOGÉN FEJLŐDÉS SZEMSZÖGÉBŐL 2011 ÉS 2021 KÖZÖTT

Kulcsszavak: endogén fejlődés; területi tőke; területi mintázat; régió

Az utóbbi évtizedekben, a tudományos szakirodalomban egyre népszerűbbé vált az endogén fejlődés teóriája. Az endogén megközelítés felértékelődése kiváltképp tapasztalható a gazdasági fejlődés vizsgálata kapcsán. Egyre inkább, s nem csak a vidéki terek vonatkozásában, előtérbe kerül a helyi erőforrások hasznosítása, kiaknázása. Nem függhet egy régió csak a külső forrásoktól, illetve támogatásoktól. Ezek helyett a helyi adottságokat is ki kell használnia. Erre a megközelítésre számos modell épül, ilyen például a területi tőke modellje.

Munkám tudományos kérdéseként azt vizsgáltam, hogy az egyes területegységek esetében megfigyelhető-e egy „szokásos” mintázat a tőketényezők felhalmozása kapcsán. Továbbá elemzésembe beemelem az időtényezőt, és a vizsgált tőketényezők felhalmozását egy évtizedes időhorizont vonatkozásában értelmezem. A vizsgálat során a gazdasági, illetve társadalmi tőke esetében megfigyelhető egy általánosnak nevezhető területi mintázat, sűrűsödés. A másik két, vizsgált tőketényező esetében minden nagyobb régióban van magas tőkefelhalmozású járás. Bizonyos járások komoly fejlődésen mentek keresztül 10 év alatt, ugyanakkor több területegység esetében a hanyatlás jelei mutatkoznak.

PAP SEBESTYÉN

pap.sebestyen@gmail.com

Survey statisztika és adatanalitika

MA, 4. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Katona Eszter

tanársegéd, ELTE TÁTK

MOZGÁSBAN A TÁRSADALOM - A TÖMEGKÖZLEKEDÉSI ELÉRHETŐSÉGBEN MUTATKOZÓ EGYENLŐTLENSÉGEK VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: elérhetőség; tömegközlekedés; társadalmi egyenlőtlenség; közlekedési egyenlőtlenség; területi egyenlőtlenség

A dolgozat célja Magyarország különböző területi elérhetőségeinek település szintű vizsgálata a tömegközlekedésen keresztül, valamint annak a feltárása, hogy az egyes társadalmi csoportok mekkora egyenlőtlenséget tapasztalnak az elérhetőségben. Az elérhetőségi mutatókat a dolgozat az elérhető népességben, iskolákban, valamint munkahelyekben határozza meg. A tanulmány az elemzés során arra az eredményre jut, hogy a tömegközlekedés és elérhetőség szempontjából elszigetelt területeken főként alacsony jövedelmű vagy főként nemzetiségi lakosság található. A különbségek leginkább az iskolák, valamint a munkahelyek elérésében tapasztalhatók. A kutatási kérdések megválaszolásához a tanulmány tömegközlekedési hálózatokon közlekedési időt számít, majd ezeket felhasználva kumulált lehetőség mutatókat képez. A dolgozat egy elérhetőségi indexet is képez, mely képes egy adott település közlekedési fejlettségének összetett mérésére. Az eredmények hozzájárulhatnak a tömegközlekedési hálózat fejlesztési irányainak meghatározásához, mely megalapozhatja a társadalmilag egyenlően elosztott közlekedési szolgáltatás jövőjét.

SÁNDOR VIKTÓRIA

viktoria.sandor1044@gmail.com

Államtudományi Osztatlan Mesterképzés

MA, 11. félév

Nemzeti Közzolgálati Egyetem

Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok

Kar

Témavezető:

Dr. Buskó Tibor László

adjunktus, NKE ÁNTK

REGIONÁLIS EGYENLŐTLENSÉGEK MAGYARORSZÁGON - AZ EURÓPA 2020 STRATÉGIA CÉLKITŰZÉSEINEK HATÁSAI A 2010-2020 KÖZÖTTI IDŐSZAKBAN

Kulcsszavak: Európa 2020 stratégia; NUTS 2 szintű régiók; kohéziós politika; területi egyenlőtlenségek; társadalmi-gazdasági változások

A dolgozat fő témája annak a kérdésnek a vizsgálata, milyen társadalmi-gazdasági változások zajlottak le a Magyarország régióiban a 2010-2020 közötti időszakban.

A dolgozat az Európai Bizottság „Európa 2020: Az intelligens, fenntartható és inkluzív növekedés stratégiája című” 2010. évi közleményében meghatározott stratégiai célkitűzések és a Magyar Nemzeti Reform Programban meghatározott magyar vállalatok elemző-értékelő feldolgozásának tükrében vizsgálta a Magyarországi régiókban történt változásokat. Kutatásom során főként közleményeket, állásfoglalásokat, statisztikai táblákat és kiadványokat használtam fel. Kvantitatív kutatási módszert használva a 2010 és 2020 közötti változásokat értékeltem, továbbá területi alapú a régiók eredményei közötti eltéréseket megvizsgáltam, értékeltem és rangsoroltam. Dolgozatomban kérdésfelvetéseken keresztül bemutattam az Európa 2020 stratégiai jellegű célkitűzései továbbá a Magyar Nemzeti Reform Programban meghatározott nemzeti célkitűzések megvalósítása a vizsgált területeken milyen mértékben történt valósult meg a vizsgált időszakban Magyarországon. A célok tekintetében értékeltem, NUTS 2 szinten a területi egyenlőtlenségek változását konvergencia vagy divergencia jellemezte. Kitekintve a stratégia jellegű célkitűzések közötti összefüggésekre az iskolai végzettség szintje, a korai iskolaelhagyók aránya és a foglalkoztatás közötti összefüggések kérdéskörét is körbejártam. A kutatásom során arra a következtetésre jutottam, hogy a meghatározásra került célkitűzések országos szintű és nem regionális szintű változásokra koncentrálnak, annak ellenére, hogy a kohéziós politikai támogatások a NUTS 2 szintű régiók fejlettségi szintje alapján kerülnek meghatározásra. Magyarország nyolc régiója közül Budapest régió kiemelkedik, eredményeivel jelentősen befolyásolva az országos átlagot. A vizsgált időszakban a régiók jelentős mértékben fejlődtek, Pest, Közép- és Nyugat-Dunántúl fokozatosan felzárkóztak Budapest régióhoz, viszont továbbra is megfigyelhető a nyugat-kelet közötti különbség.

Regionális gazdaságtan – Regionális gazdaságtan

Elnök:	Dr. Pető Károly	DE
Társelnök:	Dr. Molnár Tamás	PE
Tag:	Dr. habil. Suhányi Ladislav	TPF
Titkár:	Dr. Szendi Dóra	ME

ANTAL ANDRÁS

antalandris32@gmail.com

Pénzügy és bank

BA, 5. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezető:
Dr. Benedek Botond
adjunktus, RO BBTE*

A TURIZMUS MENEDZSMENTJÉNEK HATÁSA A GAZDASÁGI FEJLŐDÉSRE KELET- ÉS KÖZÉP-EURÓPA ORSZÁGAIBAN

Kulcsszavak: turizmus; gazdasági fejlődés; panel regresszió; Kelet-Európa; Közép-Európa

A tanulmány célja, hogy feltérképezze a turizmus és a gazdasági fejlődés közötti kapcsolatot Kelet- és Közép-Európa országaiban. A fő kérdés az, hogy a nemzetközi turista érkezések száma hogyan befolyásolja az egy főre jutó GDP-t a régió országaiban? A kérdés megválaszolása iránymutató lehet állami intézmények vagy turisztikai szolgáltatók számára, hiszen bizonyíthatja, hogy a turizmus népszerűsítését célzó befektetések megtérülnek és pozitív hatással vannak a gazdaságra. A vizsgált periódus 2006 és 2020 közöttre tevődik. A kutatás eredeti, mivel a Balti államokat, a Balkán-félsziget országait, a visegrádi országokat, valamint Kelet-Európa államait vizsgáltam együttesen. A fő kérdés megválaszolásához panel regressziót alkalmaztam, melyben kontroll változónak a kereskedelmet, az emberi fejlesztési indexet, a munkaerő-részesedési rátát, valamint a városi lakosság arányát alkalmaztam. Az eredmények összhangban vannak a szakirodalom túlnyomó többségével, melyek alátámasztják a turizmus által vezérelt gazdasági növekedés hipotézisét, kiemelve a turizmus által nyújtott lehetőségeket a kormányzati és vállalati szektor számára a régióban.

BALLA JÁNOS

ballajanos2002@gmail.com

Pénzügy

MA, 2. félév

Partiumi Keresztény Egyetem

Témavezető:

Dr. Králik Lóránd-István
egyetemi adjunktus, RO PKE

A KÜLFÖLDI MŰKÖDŐTŐKE BERUHÁZÁS (FDI) ELEMZÉSE AZ EURÓPAI UNIÓBAN

Kulcsszavak: FDI (F21); emberi fejlettségi index (J24); beruházás (F21); Európai Unió (O52); regressziós modell (C30)

A külföldi működőtőke beruházás (FDI), egy külföldi vállalatba történő befektetést vagy egy újnak létrehozását jelöli, melynek a megszerzett részesedésének köszönhetően, a befektető befolyásolni tudja működését. Ezeknek az üzleti döntéseknek hátterében főleg a piacfejlesztés, vagy az új vevők és erőforrások elérése állnak. Több kutatás is kimutatta, hogy az FDI serkenti a fogadó ország gazdasági növekedését, mely technológiatranszfer csatornaként funkcionál az országok között, új munkahelyeket teremtve a lakosság számára, kiépítve hosszú távú kapcsolatokat a nemzetek között és elmélyítve a nemzetközi kereskedelem egy további szintjét.

Dolgozatomban megvizsgálom az Európai Unióban az elmúlt 20 évben a tagországok tőkebeáramlását ugyanakkor keresem arra is a választ, hogy milyen összefüggés áll fenn az FDI és a különböző gazdasági, információtechnológiai mutatók, mint a humán fejlettségi index, internet penetráció, illetve GDP között. A kapcsolatok erősségét többváltozós regressziós vizsgálattal tesztelem.

EPERJESI-KOVÁCS ÁDÁM

az.adam.kovacs@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Madari Zoltán

egyetemi tanársegéd, BCE MSMI

**A KÜLFÖLDI BERUHÁZÁSOK HATÁSÁNAK VIZSGÁLATA A KÖRNYEZŐ
TELEPÜLÉSEK GAZDASÁGI FEJLETTSÉGÉRE, A KECSKEMÉTI MERCEDES GYÁR
PÉLDÁJÁN KERESZTÜL**

Kulcsszavak: külföldi közvetlen-tőke; regionális foglalkoztatottság; regionális fejlődés; munkaerő-kereslet; dinamikus panel modellek

Számos tanulmány foglalkozik a külföldi közvetlen-tőkeberuházások makrogazdasági hatásaival. Ugyanakkor viszonylag kevés olyan cikk van, főleg magyar kontextusban, amely ezen külföldi beruházások regionális gazdasági hatásait vizsgálja. Ezen kutatás célja megvizsgálni, hogy milyen hatással vannak a lokális foglalkoztatottságra a külföldi beruházások, a kecskeméti Mercedes-Benz gyár példáján keresztül. A tanulmány elsősorban arra keresi a választ, hogy hogyan változtatta meg a helyi munkaerő foglalkoztatottságbeli összetételét, illetve, hogy okozott-e a nemzetgazdasági dinamikától eltérő változást a munkaerőpiacon a gyár megjelenése a Kecskemét körüli járásokban. Az előbbi leíró elemzés formájában került megvizsgálatra, míg az utóbbi megválaszolásához az elméleti munkaerőkeresleti függvény került megbecsülésre dinamikus panel modellek segítségével, ahol a kecskeméti térség foglalkoztatottsága a miskolci térség, a Daimler AG másik nyilvánosan ismert gyár helyszín alternatívájának foglalkoztatottságával került összehasonlításra. A leíró elemzés alapján azt mondhatjuk, hogy nem kimutatható, hogy a gyár jelentős munkaerőösszetételbeli átrendeződéseket okozott volna, ugyanakkor a gyár megépítését követő időszakban jelentősen megnőtt a szakképzettséget nem igénylő foglalkozások részaránya. Ami a helyi munkaerőkeresletet illeti, a modellek eredményei alapján azt mondhatjuk, hogy kontrollálva a foglalkoztatottságot meghatározó változókkal, szignifikáns pozitív munkaerőkeresleti sokkot okozott a gyár megjelenése. Átlagosan, c.p. 5,7% lett magasabb a vállalati versenyszférában foglalkoztatottak aránya az aktív lakossághoz viszonyítva Kecskemét és környékén, mint Miskolcon.

HORVÁTH BENDEGÚZ GYŐZŐ

bendeguz.horvath2@stud.uni-corvinus.hu

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
Osztatlan, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

VIDA TAMÁS

vidatamas3@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
Osztatlan, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi TDK

Témavezetők:

Madari Zoltán

egyetemi tanársegéd, BCE MSMI

Dr. Keresztély Tibor

egyetemi docens, BCE MSMI

**KÜLFÖLDI ÉS HAZAI TULAJDONÚ VÁLLALATOK BÉREGYENLŐTLENSÉGÉNEK
ÉS TERÜLETI HATÁSAINAK VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGON**

Kulcsszavak: bérkülönbség; külföldi tulajdon; területi autokorreláció; Blinder-Oaxaca dekompozíció

Dolgozatunkban a magyarországi keresetek területi eloszlásának, valamint a hazai és külföldi tulajdonrészű vállalatok szerinti különbségeit elemeztük a 2010-es, 2014-es, valamint a 2018-as évben Blinder-Oaxaca dekompozíció segítségével. Mindhárom évben pozitív területi autokorreláció figyelhető meg az átlagbérek között járási szinten, a nagyobb átlagkeresetű területekhez nagyobb bérkoncentráció társul. A külföldi tulajdonrészrel nem rendelkező vállalatok dolgozói körülbelül 30-34%-kal alacsonyabb átlagbérben részesültek, ez felbontható egy összetételhatásra és egy nem megmagyarázható részre. Az átlagos keresetek eltérésének körülbelül fele nem magyarázható meg a munkavállalók és a vállalatok adottságainak eloszlásából, ez a három év során közel azonos értékeket mutatott. Az összetételhatás mértéke ezzel szemben 2010-ről 2018-ra csökkent. A külföldi érdekeltséggel rendelkező cégek magasabb bérekkel értékelik a diplomás végzettségű dolgozóikat, emellett a kontrollváltozókkal meg nem magyarázható módon a béregyenletek tengelymetszete is különbözött. A hatásfelbontást vármegyék szerint külön megvizsgálva megfigyelhető, hogy az egyes területi egységeken más-más értéket vett fel a bérprium.

KRABÁK ATTILA ADRIÁN

krabak.attila@gmail.com

Emberi erőforrás tanácsadó

MSc, 4. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. habil. Lipták Katalin

egyetemi docens, dékánhelyettes, ME GTK

Dr. habil. Szabó-Tóth Kinga

egyetemi docens, intézetigazgató, ME BTK

MARGINALIZÁLT CSOPORTOK MUNKAERŐPIACI INTEGRÁCIÓJÁNAK ELŐMOZDÍTÁSA VÁROSI KÖRNYEZETBEN

Kulcsszavak: szegregáció; hátrányok; foglalkoztathatóság; együttműködések; inklúzió

A hátrányos helyzetű, sérülékeny csoportok foglalkoztatása, társadalmi integrációja számos terület szakembereinek egyaránt kihívást jelent. Ezen társadalmi osztály tagjai gyakran szegregátumokban koncentrálódnak. Ezeken a sajátos jellemzőkkel bíró területeken számos probléma egyszerre van jelen: többek között oktatási, lakhatási egyenlőtlenségek, kedvezőtlen egészségi állapot, infrastrukturális hiányosságok, pénzügyi és nem utolsósorban foglalkoztatási nehézségek. A szegregátumokban jelenlévő problémákon túlmenően a marginalizált csoportok munkaerőpiaci részvételét számos további jelenség, sajátosság nehezíti.

Kutatási kérdésként adódik tehát, hogy hogyan lehet a kihívások ellenére a szegregátumos városrészekben élők társadalmi, munkaerőpiaci integrációját elősegíteni? Hogyan lehet javítani foglalkoztathatóságukon? Milyen módszereket szükséges alkalmazni? Valamint, hogyan tehetjük hatásosabbá a társadalmi leszakadás elleni fellépést?

A munkámban kvalitatív módszerekkel dolgoztam. A projektasszisztensi szerepemnél fogva a résztvevő megfigyelést alkalmaztam, mialatt a projekt alatt keletkezett dokumentumokat elemeztem és több alkalommal is részt vehettem a terepmunkában, ahol közvetlen benyomásokat és tapasztalatokat szereztem, ami nagyban támogatta a dolgozat elkészülését.

A dolgozatban előbb a makro-, és mikrokörnyezetet ismertetem és szakirodalmi áttekintést végzek. Ezt követően egy az EaSI keretrendszerbe illeszkedő, az Európai Unió által finanszírozott, két miskolci szegregátumra összpontosító kísérleti projektet és céljait, eredményeit mutatom be. Legfőképpen a projekt foglalkoztatásfejlesztési folyamatának felderítésére, leírására és elemzésére koncentrálok. Emellett kitérek ennek kihívásaira, valamint a projekt elemeinek intézményi adaptálhatóságát vizsgálom, majd következtetéseket vonok le. Ezek által esettanulmány rajzolódott ki a két vizsgált városrészre vonatkozóan.

A projekt partnereinek, munkatársainak segítségével üzemlátogatás, csoportos foglalkozások és egyéni tanácsadások valósultak meg a foglalkoztathatóság javítására és az elhelyezkedés támogatására, a lakosság aktivitása pedig általánosságban nőtt. Azonban egy projekt sikerességét az is jelzi, hogy mi marad belőle a lezárulta után. Mindazonáltal, a téma és a projekt vizsgálatával értékes tapasztalatokat nyerhetünk, jó gyakorlatokat írhatunk le a városi szegregátumokban élők foglalkoztathatóságának javítására, így a társadalmi integrációhoz is közelebb kerülhetünk.

LINKA ZÓJA*linkazoja@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 1. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**László Veronika**PhD hallgató, PE GTK*

A HELYI ÉLELMISZERPIACOK FENNTARTHATÓ GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI HATÁSAINAK ELEMZÉSE

Kulcsszavak: helyi gazdaságfejlesztés; közösségfejlesztés; helyi élelmiszer rendszerek; helyi élelmiszerpiacok; fenntarthatóság

A dolgozat középpontjában a helyi élelmiszerpiacok szerepének elemzése áll, amelyek kulcsfontosságúak a helyi gazdaság és közösségfejlesztés támogatásában, valamint a fenntartható élelmiszertermelés és fogyasztás elősegítésében. Az itt előállított és értékesített termékek nemcsak a helyi fogyasztók számára jelentenek előnyt, mert friss és minőségi élelmiszert kapnak, hanem kiemelkedő szerepet játszanak a környezetvédelem terén is, mert kevesebb távolságot kell megtenni az élelmiszer szállításához. Emellett szerepük fontos a közösség szempontjából is, mert segítik a helyi munkahelyteremtést és ösztönzik a helyi gazdaságot. Azonban ezek a piacok többet jelentenek, mint pusztán a helyi élelmiszerellátás forrásai. Az ENSZ Fenntartható Fejlődési Célok közül többek között az Éhínség megszüntetése (Cél 2), a Fenntartható Városok és Közösségek kialakítása (Cél 11) és a Fenntartható Fogyasztás és Termelés (Cél 12) célkitűzéseit is érinti. Az élelmiszerbiztonság megteremtése és fenntartása súlyos probléma, mivel egyre több embernek kell ellátást biztosítani, miközben a természeti erőforrások korlátozottak. Az élelmiszertermelés pedig hatással van a környezetre, például az erdőirtás és a vízszennyezés révén. A helyi élelmiszerpiacok egyre fontosabb szerepet játszanak az emberek mindennapi életében, mivel a fogyasztók értékelik a minőségi, friss élelmiszert, valamint a közvetlen kapcsolatot a termelőkkel, és ennek következtében a fenntartható élelmiszertermelés és -fogyasztás kérdése az egyik legaktuálisabb problémává vált.

A kutatás során az élelmiszerpiacok szerepét vizsgáltam Nemesvámoson, különös hangsúlyt fektetve a termelők és vásárlók motivációinak és kihívásainak megértésére. A kutatási téma választását több tényező is befolyásolta, azonban a központi szempont az volt, hogy megértem, hogyan járulhatnak hozzá a helyi élelmiszerpiacok a fenntartható fejlődéshez. Azonban ugyanilyen fontos bemutatni, hogy ezek a piacok milyen hatással vannak a helyi közösségekre, valamint a helyi gazdaság növekedésére. A 2023. augusztus 12-i Nemesvámosi falunap során, félig strukturált interjúk segítségével vizsgáltam a helyi lakosok körében a helyi élelmiszerpiacok szerepét és hatásait a helyi közösség és gazdaság szempontjából. A kutatás eredményei alapján a helyi élelmiszerpiacok pozitív hatással vannak a közösségi összetartásra és a helyi gazdaság növekedésére. A válaszadók többsége nyitott a helyi termelőktől való vásárlásra, és különböző helyi termékeket preferál.

MÉSZÁROS RÉKA*m.reka0908@gmail.com*

gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés

Osztatlan, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:**Takács Olga**egyetemi adjunktus, BCE KTI*

MUNKAPIACI KERESLET ÉS KÍNÁLAT MAGYARORSZÁGON, FÖLDRAJZI KÜLÖNBSÉGEK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: munkapiac; keresési függvény; munkanélküliség; álláshelyek; földrajzi különbségek

A hazai munkapiacot a pénzügyi válságból való kilábalás óta a munkanélküliségi ráta csökkenése, valamint a betöltetlen álláshelyek számának és arányának növekedése jellemzi. A munkaerő keresleti és kínálati oldalának viszonyát aggregált szinten feszesnek tekinthetjük. Kutatásom során a magyar munkapiacot jellemző regionális és vármegyei szinten megjelenő keresleti és kínálati oldal közötti eltolódásokkal foglalkozom.

Egy ország munkanélkülisége földrajzi okokkal is magyarázható, azaz csökkentheti az állásszerzési valószínűséget az a tény, hogy a kereslet és a kínálat nem ugyanazon térségben jelentkezik. Amennyiben az egyes területeken a munkakínálat vagy -kereslet eltolódik, egyensúlytalanságot definiálhatunk. A tanulmányom során azt vizsgálom, hogy az utóbbi időszak feszesedése csökkentette-e hazánkban a földrajzi egyenlőtlenségeket.

A munkanélküliséget földrajzi megközelítésben, az eltolódást számszerűsítő indexek időbeni alakulását vizsgálva elemzem. A felhasznált mutatók alapgondolata, hogy létezik egy olyan földrajzi területek között megvalósuló optimális munkaerőallokáció, amelynek megvalósításával maximalizálható lenne egy ország aggregált munkapiacán megvalósuló sikeres új alkalmazások száma. A sikeres munkapiaci találatok számát az állásszerzési folyamatot modellező keresési függvény adja meg a betöltetlen álláshelyek, valamint álláskeresői számának függvényében. A valóságban ez az optimális allokáció nem valósul meg. Ha a munkavállalókat korlátlanul mozgathatnánk a részpiacok között, növelhetnénk a foglalkoztatást, hatékonyabbá téve az álláskeresői folyamatot, csökkentve ezáltal a munkanélküliséget.

Dolgozatomban a földrajzi egyensúlytalanságokat számszerűsítve arra a következtetésre jutok, hogy az utóbbi időszak feszesedése nem csökkentette a földrajzi különbségeket, amiket regionális, illetve vármegyei szinten vizsgállok. Az indexérték kiszámításához a munkanélküliségi, álláskeresői, valamint betöltetlen álláshelyek állományi adatainak felhasználásával megbecsülöm a hazai munkapiacot, illetve az egyes régiók és vármegyék munkapiacát jellemző keresési függvényeket. A számításaimhoz a Nemzeti Foglalkoztatási Szolgálat, a Központi Statisztikai Hivatal, valamint az Eurostat adatbázisait használom fel.

MUNKÁCSI LILLA

mlilla527@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodási

BSc, 5. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

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

MUNKAERŐPIAC KIHÍVÁSAI ÉS VENDÉGMUNKÁSOK SZEREPE MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: munkaerőpiac; regionális különbségek; konvergencia számítás

A munkaerőpiac a gazdasági növekedés és a társadalmi jólét alapvető területévé vált, mivel a munkaerő hatékony kihasználása és mobilizálása döntően befolyásolja egy ország fejlődési lehetőségeit. A témaválasztásomat személyes érdeklődésem indokolta, amely részben a társadalmi-gazdasági aktualitásokból, részben a munkaerőpiac iránti elkötelezettségemből fakad. A magyar munkaerőpiac sajátosságai és kihívásai, mint például a fiatal, képzett munkaerő külföldre vándorlása, a generációs különbségek, valamint a nemek közötti egyenlőtlenségek, nemcsak tudományos szempontból, hanem a jövőbeni gazdasági fejlődés szempontjából is relevánsak. Emellett röviden megvizsgáltam a hazai demográfiai folyamatokat. Az elemzés megmutatta, hogy a népességfogyás hosszútávon komoly fenyegetést jelent a munkaerő-pótlás fenntarthatóságára. Ezután kitértem a vendégmunkások szerepére is, akik nélkülözhetetlenek bizonyos szektorok munkaerőigényének kielégítésében. A dolgozat fő módszertani eleme a konvergencia vizsgálat, amely a külföldi állampolgárok bevándorlási tendenciáit elemzi statisztikai adatok alapján. Ez az elemzés betekintést nyújt a vendégmunkások gazdaságra gyakorolt hatásába, akik kulcsszerepet játszanak a munkaerőhiány csökkentésében, különösen az ipari szektorokban.

A kutatás rávilágít arra, hogy a magyar munkaerőpiac előtt álló kihívások kezeléséhez átfogó stratégiai megközelítés szükséges. Egy olyan fenntartható rendszer kialakítása, amely hatékonyan integrálja a vendégmunkásokat, minimalizálja a regionális különbségeket, és csökkenti a nemek közötti egyenlőséget, alapvető fontosságú. Ezek az intézkedések nemcsak a munkaerőpiac stabilitását, hanem Magyarország gazdasági versenyképességének javítását is elősegítik, biztosítva ezzel az ország hosszú távú fejlődését.

OLTAI JANKA*jankaoltai@gmail.com*

Kereskedelem és Marketing

BSc, 3. félév

EDUTUS Egyetem

*Témavezető:**Dr. Juhász Krisztina**főiskolai tanár, EDUTUS*

A NÉMET AUTÓIPARI BERUHÁZÁSOK TÁRSADALMI HATÁSAI MAGYARORSZÁGON - A MERCEDES-BENZ MANUFACTURING HUNGARY KFT. PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Kulcsszavak: FDI; társadalmi; munkalehetőség; oktatás

Dolgozatomban a Mercedes-Benz Manufacturing Hungary Kft. helyi és országos szintű társadalmi hatásaira összpontosítok. Ezen kívül a németországi közvetlen külföldi befektetések (FDI) gazdasági és társadalmi következményeit is vizsgálom. Az egyik tudományos kérdésem arra irányul, hogy a Mercedes-Benz kecskeméti gyárának működése milyen mértékben alakítja a helyi munkaerőpiacot és a foglalkoztatási lehetőségeket. Megállapítható, hogy a gyár megnyitása óta számos munkalehetőséget teremtett a helyi lakosok és a munkát keresők számára. Ez magában foglalja nemcsak a gyár alkalmazottait, hanem a kapcsolódó intézmények (iskola, óvoda, képzési központ) munkatársait, valamint a helyi vállalkozókat is, akik a gyár működésében részt vesznek. További példaként említve, ide tartoznak például azok a buszvezetők is, akik a gyár dedikált járatait üzemeltetik, lehetővé téve a dolgozók számára a gyárba való eljutást. Összességében elmondható, hogy a gyár jelentős munkalehetőségeket teremtett a térségben, de külsős beszállítók és vállalkozók számára akár országos szinten is. Továbbá fontos kérdés, hogy milyen pozitív hatásai vannak a gyárnak a társadalmi jólétre, különösen az oktatás területén. E kérdésre a gyár saját óvodájának, iskolájának és egyetemmel való szoros együttműködésének elemzése ad választ, amelyből arra következtethetünk, hogy a tanulók kiemelt figyelmet és támogatást kapnak a gyártól, nemcsak a tanulmányi előmenetelükben, hanem a mindennapi életükben is. Számos pedagógus, nevelő és modern oktatási eszközök alkalmazása segíti a legkisebbeket egészen a felnőttkorig, biztosítva számukra a biztonságos és korszerű tanulási környezetet, amely lehetővé teszi, hogy magas színvonalú oktatásban, nemzetközi érettségiben, idegen nyelvek ismeretében és releváns munkatapasztalattal induljanak neki felnőtt életüknek. A támogatás először kisebb, de idő elteltével tágasabb körben, már mindenre és mindenre kiterjed. Összességében ezen kérdésben is elmondható, hogy a gyár számos lehetőséget biztosít a tanulni vágyóknak, akik erre egy modern és előrehaladott környezetben tehetnek szert.

VELENCZEI LILLA*velenczeililla@gmail.com*

Gazdálkodási-és menedzsment

BA, 4. félév

Eszterházy Károly Katolikus Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Gyurkó Ádám
adjunktus, EKKE GTK

A KIHÍVÁSOKTÓL A LEHETŐSÉGEKIG: NÓGRÁD VÁRMEGYE TÁRSADALMI-GAZDASÁGI HELYZETÉRTÉKELÉSE ÉS VERSENYPÉSSÉGÉNEK FELMÉRÉSE

Kulcsszavak: regionális különbségek; elmaradottság; periféria; versenyképesség; helyzetértékelés

Mindenekelőtt, a választásom azért esett ezen témára, hiszen mindig is foglalkoztatott, hogy az egyes térségek közötti különbségek, milyen hatással lehetnek egy kisebb téregység gazdasági és társadalmi fejlettségére. Kutatásomban vizsgálati területként, az Észak-Magyarország régióban található, Nógrád vármegyét határoztam meg. A vármegye jelenlegi helyzetét tekintve, elmondható, hogy egy elmaradott perifériáról beszélhetünk. Ennél fogva, én, mint Nógrád vármegyei lakos, érdekesnek tartottam megvizsgálni, hogy a regionális különbségekből fakadó eltérés, milyen hatással lehet a vármegye gazdasági és társadalmi indikátoraira, illetve milyen kilábalási lehetőségei lehetnek a vármegyének, az elmaradottságból.

Áttérve, az alkalmazott módszerekre, elsőként, kutatási céljaim érdekében szekunder adatelemzést végeztem a Központi Statisztikai Hivatal Adatbázisából származó adatok segítségével. Ugyanakkor, pár jelentősebb nógrádi cég, beszámolóelemzését is elvégeztem, fokozott figyelmet fordítva a forrásfelhasználásukra. A szekunder adatelemzésem második felében pedig, a turisztikai irányultságú mutatókra helyeződött a hangsúly. Végezetül, adatelemzésem egy saját magam által összeállított, kilenc mutatóból álló, versenyképességi elemzéssel zártam.

A szekunder adatelemzés után, primer kutatásom következett. Saját kutatásom eszközeként, egy online kitöltésű kérdőívet alkalmaztam, melynek a fő célja az volt, hogy átfogóbb képet kapjak arról, hogy Nógrád vármegye társadalma, illetve a más vármegyékben élők, hogyan ítélik meg, célterületem jelenlegi gazdasági és társadalmi helyzetét.

Összegezve kutatásom eredményeit, elmondható, hogy Nógrád vármegye, az elemzésemben szereplő mutatók többségében, az országos átlagon alul teljesített, ami által, ténylegesen egy elmaradott perifériának tekinthető. A másik oldalról nézve, azonban elmondható, hogy Nógrád vármegyében vannak olyan gazdasági ágazatok is, amelyekben kifejezetten, jól teljesített és amelyek a jövőben akár „fejlesztési minták” is lehetnének, a vármegye gazdasági-társadalmi fellendüléséhez.

Stratégiai és változásmenedzsment, tudásmenedzsment

Elnök:	Prof. Dr. Bakacsi Gyula	BGE
Társelnök:	Prof. Dr. Nábrádi András	DE
Tag:	Dr. Hegedűs Csaba	PE
Tag:	Dr. Konczosné Prof. Dr. Szombathelyi Márta	SZE
Titkár:	Bakó Tamás Sándor	ME

BECSKEI ÁRON KENDE

aronkende07@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 9. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

PAPP ENIKŐ

pappeniko11@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezetők:**Mátó Ágnes**tanársegéd, SZTE GTK**Dr. Vilmányi Márton**egyetemi docens, SZTE GTK*

A TECHNOLÓGIAI VÁLTOZÁS HATÁSA HÁLÓZATOSODOTT FOLYAMATOKRA A 4R MODELL TÜKRÉBEN

Kulcsszavak: technológia; hálózat; 4R-modell; egészségügy; erőforrás

Dolgozatunk témája a technológiai változások hatásának vizsgálata volt az erőforrás-interakciókra. Kutatásunk célja az volt, hogy kiderítsük, hogy egy új technológiai megoldás bevezetése egy folyamaton belül milyen pontokon indukál változást. Ezen cél elérése érdekében két egészségügyi szervezet betegellátási protokollját vizsgáltuk, amelyek közül az egyik hagyományos, a másik pedig telemedicina technológia segítségével történő betegellátási folyamatot alkalmaz.

Kutatásunkkal két kérdésre kerestük a választ. Első kérdésünk arra vonatkozott, hogy vannak-e olyan erőforrások, amelyek a többi erőforráshoz képest kimagaslóan megváltoztak a technológiai változás hatására? A másik kutatási kérdésünk, hogy vannak-e olyan erőforráskapcsolódási pontok, amelyek a többi erőforráskapcsolódási ponthoz képest kimagaslóan megváltoztak a technológiai változás hatására?

Kutatási kérdéseink megválaszolása érdekében folyamatalapú módszertani megközelítést használtunk, amely két egészségügyi protokoll vizsgálatára fókuszált. Vizsgálatunk a Szegedi Tudományegyetem Szent-Györgyi Albert Klinikai Központ két kardiorehabilitációs tevékenységet folytató intézményében, Szegeden és Deszken zajlott, ahol mélyinterjúk keretén belül kérdeztük a betegellátási folyamat résztvevőit. Az interjúkat ezután a 4R keretmodell segítségével vizsgáltuk, és számba vettük a kétféle betegellátási protokoll esetén a szervezet erőforrásait, mint a termékeket, a facilitásokat, a szervezeti egységeket, valamint a szervezeti kapcsolatokat, majd megvizsgáltuk a technikai, társas és kevert erőforrás-interfészeket is.

Vizsgáltuk, hogy a technológiai változás hogyan hat a szervezet erőforrásaira, amely kérdés esetén azt találtuk, hogy a technológia bevezetése elsősorban a szervezet termékeire, valamint facilitásaira hat a legnagyobb mértékben.

Másrészről azt vizsgáltuk, hogy a technológiai változás hogyan hat a szervezet erőforrásai közötti interfészekre. Kutatásunk alapján azt mondhatjuk, hogy a technikai interfészek száma drasztikusan lecsökkent, helyettük a kevert interfészek bizonyultak dominánsnak, hiszen a tevékenységcsoportok több, mint felében kimagaslóan megváltozott a kevert interfészek száma.

Mindkét kutatási kérdés esetén elmondható továbbá az is, hogy nem kizárólag olyan tevékenységcsoportok változtak meg, amelyek a kétféle protokollban párhuzamba állíthatók egymással, hanem olyanok is, amelyek eltérőek a két folyamatban.

VIKTOR CZIRÁKI

czviktor1@gmail.com

Business Administration and Management

BSc, 7. semester

Széchenyi István University

Kautz Gyula Faculty of Business and

Economics

Supervisor:

Dr. Roland Zsolt Szabó

associate professor, SZE KGK

CULTURAL INTELLIGENCE, JOB COMMITMENT AND JOB PERFORMANCE: THE CASE OF FILIPINO, INDONESIAN, AND HUNGARIAN FACTORY WORKERS

Keywords: culture; commitment; performance; leadership; management

The increasing globalization of manufacturing has made it more and more important for companies to effectively overcome intercultural differences and work with international employees. The growing demand for foreign labor in Hungary introduces a series of complexities for businesses and their managerial practices. These difficult tasks require new skills, and one of them is cultural intelligence - the ability to understand and adapt effectively to cultural differences.

The lack of recent studies in the field of cross-cultural management in Hungary is the purpose of this study. It aims to examine the role of cultural intelligence (including Metacognitive, Cognitive, Motivational, Behavioral dimensions) in the manufacturing industry. Specifically, it focuses on how cultural intelligence can influence employee performance and commitment. The study uses quantitative methods approach that includes surveys with Filipino, Indonesian expatriate employees and Hungarian employees.

The results of this study explains how manufacturing companies can use cultural intelligence to their advantage and improve their global competitiveness. Besides, gender and nationality play crucial roles on job performance and on job commitment. Additionally, the study highlights the need for ongoing research and development of cultural intelligence strategies in the manufacturing industry, particularly as the global business environment continues to evolve and become more complex.

DR. AUKSZINÉ ERDÉLYI ANITA

anita.erdelyi83@gmail.com

MBA

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Bittner Beáta
docens, DE GTK*

A DV INFO KFT. STRATÉGIAI TERVE, TAKTIKAI ÉS OPERATÍV AJÁNLÁSAI A FENNTARTHATÓ MŰKÖDÉS ÉRDEKÉBEN

Kulcsszavak: a stratégiai tervezés módszertana; stratégiai irányok; vízió és misszió; külső és belső környezet értékelése; versenyképesség

A jelenlegi technológiai és informatikai forradalom olyan innovációkat és eszközöket hozott létre, amelyek korábban elképzelhetetlenek voltak az emberiség számára. A jegybanki alapkamat magas szintje és az elmúlt két év kétszámjegyű inflációja olyan gazdasági környezetet teremtett, amelyben a vállalkozásoknak profitot kell termelniük és vagyont kell gyarapítaniuk. Ebben a helyzetben a tervezés egyre nagyobb jelentőséggel bír a vállalkozások számára, mivel az operatív tervek nem elegendőek az ilyen mértékű változások kezeléséhez; szükség van stratégiai tervek kidolgozására is. Ahogy Seneca mondta: „Semmilyen szél nem kedvez annak, aki nem tudja, melyik kikötőbe tart.”

Dolgozatom általános célkitűzése a DV Info Kft. stratégiai tervezésén túlmenően a vállalkozás fenntartható működéséhez szükséges taktikai és operatív ajánlások kidolgozása volt, valamint annak vizsgálata, hogy a vállalkozás stratégiája mennyire felel meg a tulajdonos által meghatározott stratégiai elvárásoknak és célkitűzéseknek. A hipotézisek elfogadásához vagy elvetéséhez a tudományosan és nemzetközileg legelfogadottabb stratégiai tervezési módszert alkalmaztam. A vállalkozás víziójából indultam ki, majd a külső és belső környezeti értékeléseket követően különböző mátrixokat állítottam fel, mígnem eljutottam az alternatív stratégiákig. A vállalkozás számára legjobb stratégiai változatokról a QSPM modell segítségével döntöttem. Kutatásom során arra a következtetésre jutottam, hogy a stratégiai irányok között szerepel a fókuszáló stratégia, amely a cég kulcskompetenciáira épít, valamint a kapcsolt diverzifikáció, amely új szolgáltatások fejlesztését jelenti. Megállapítottam, hogy a vállalat likviditási helyzete és a pénzügyi mutatók elemzése alapján a fejlesztések mellett a piaci jelenlétet is növelni kell, figyelembe véve a belső erőforrásokat és a pénzügyi stabilitást, amelyhez az átszervezés, mint stratégiai irány, lehetőséget nyújt.

A DV Info Kft., a Debreceni Vagyonkezelő Zrt. egyik tagvállalata, informatikai tevékenységével és szolgáltatásnyújtásával magas hozzáadott értékkel járul hozzá a cégcsoport, valamint Debrecen Megyei Jogú Város Önkormányzatának és Polgármesteri Hivatalának napi működéséhez. Ezért a stratégiai terv végrehajtása során kiemelt figyelmet kell fordítani a belső erőforrások optimalizálására és a stratégiai célkitűzések pontos meghatározására, amelyek összhangban kell legyenek a DV Zrt. stratégiájával és igazodniuk kell Debrecen városának fejlődési céljaihoz.

KONCZ PÉTER

koncz.peter@icloud.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Szanyi-Gyenes Xénia

egyetemi adjunktus, BCE GTK

A MAGYAR VÁLLALATOK NEMZETKÖZIESEDÉSÉNEK MOZGATÓRUGÓI

Kulcsszavak: nemzetköziesedés; versenyképesség; innováció; digitalizáció; globalizáció

A szakirodalmi modell alapján a vállalatok versenyképessége, innovációs tevékenysége és nemzetközi piacra lépése között szoros a kapcsolat. A tényezők között kölcsönösek a függőségek, a nemzetköziesedés különböző csatornákon keresztül ugyanúgy visszahat a versenyképességre és az innovációs tevékenységre is. Magyarországon egyre több szerző említi a közepes fejlettség csapdájának veszélyét, amivel szemben a szakirodalmi modellben meghatározott tényezők és kölcsönhatások javítása jelenthetik a megoldást.

A másodelemzés rámutatott, hogy az exportáló vállalatok aránya folyamatosan bővül a vállalatméret növekedésével. Az eredmények alapján ezek a vállalatok magasabb hozzáadott értéket állítanak elő, továbbá az innovációs tevékenységüket és a versenyképességüket is jobbnak érzékelik a csak hazai piacot kiszolgáló versenytársaikkal szemben.

A magyar vállalatok nemzetköziesedésének érdekében az államnak hosszú távon a humán tőke munkaerőpiaci kihívásoknak megfelelő fejlesztésében kell aktív szerepet vállalnia. Rövid távon decentralizált, cégekre szabott, a hazai jó gyakorlatokat figyelembe vevő célzott támogatási rendszert szükséges felállítani, továbbá olyan üzleti környezet kell kialakítani, amely hozzájárul a vállalati versenyképesség növekedéséhez és az innovációs tevékenység erősítéséhez, ezáltal támogatva a nemzetközi piacra lépést.

A kétmintás t-próba alapján a csak hazai piacon működő vállalatoknak a nemzetköziesedés érdekében a formális struktúráikat általánosságban és az innovációs mechanizmusok területén is erősíteniük kell. A digitális folyamatokra szintén nagyobb figyelmet kell fordítaniuk, ami az értékesítési csatornák digitális összekapcsolását, illetve a belső és ügyfélszolgálati folyamatok digitalizálását is magában foglalja. A látens vevői igények megértésében is előrelépés szükséges: tudatosan nagyobb energiát kell fektetniük a kísérletezésre, új lehetőségek feltárására. A működési kiválóság érdekében az üzleti célú adatelemzést stratégiai szintre kell emelniük, amihez viszont először a folyamatok digitalizálásának kell megvalósulnia.

GEORGINA KOVÁCS

gina.kovacs99@gmail.com

Management and Leadership

MSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:
Gergely Ferenc Kovács
director, BCE VTI

AMBIDEXTERITY AT CORVINUS UNIVERSITY OF BUDAPEST – HOW KEY PERFORMANCE INDICATORS HELP FINDING THE BALANCE?

Keywords: ambidexterity; key performance indicators; higher education institutions

This research examines ambidexterity in a university context and connects it with key performance indicators (KPIs), using the transformation of Corvinus University of Budapest as an example. The author addresses the following research questions: (1) Where does the balance between exploitation and exploration lie for Corvinus University of Budapest? and (2) How have the key performance indicators been changing during the transformation in order to find the balance? A systematic literature review is conducted to refine the concept of ambidexterity in the context of higher education institutions. A matrix is designed to aid in comprehending ambidexterity and aligning exploration and exploitation with the core activities of a university. Ambidexterity is defined as the university's capability to pursue two different kinds of activities and to find the balance (ratio) between how exploitative and explorative education and research activities are. Interviews with staff members were conducted and written documents (Institutional Development Plans) were analyzed to understand ambidexterity and how KPIs can help to achieve it at Corvinus. The findings reveal that Corvinus is out of balance and needs to establish a new state of balance, and this future balance will be accomplished through a shift towards research activity and a higher ratio of exploration in education and research compared to the situation before the university transformation. KPIs play a role in striking this balance. Currently, the university requires stabilization after a period of turbulence and excessive exploration. As a result, KPIs have to promote stability and incremental innovations in education (exploitation) by introducing fewer exploration-type indicators in this field, while exploration-type KPIs should be modified to accommodate high-quality research work (exploration). Finally, the study provides recommendations for Corvinus on key activities and KPIs that require greater attention.

MIHÁLYI ZSOLT

mihalyizsolt80@gmail.com

Master of Business Administration

MSc, 4. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:

Dr. Alpár Vera Noémi

egyetemi docens, KJE

VERSENYKÉPESSÉG A MAGYAR FELSOÓKTATÁSBAN

Kulcsszavak: piac; karrier; siker; fenntarthatóság; munkaerő

Az alapképzés és a mesterképzés időszaka alatt több TDK (Tudományos Diákköri) dolgozatot is írtam és ezek közül az egyiket tovább fejlesztettem egy mester dolgozattá. A mester dolgozatom számomra így magasabb színvonalú és tudományosabb lett, valamint újabb kutatási és elemzési, vizsgálati módokat alkalmaztam ezáltal. Ezután konzulensemmel közösen úgy döntöttünk, hogy indulok a dolgozattal az TDK versenyen.

A kiválasztott és kutatási témakörként is felvetett témaköröm versenyképesség a magyar felsőoktatásban igen aktuális napjainkban. Az előző kutatásom óta (2021. április) csak növekedett a ténynek jelentősége. Mivel a korábbi évek pandémiás helyzete és annak körülményei újabb szabályokat állítottak az intézmények elé. Ilyen például az online oktatásra való átállás lehetősége és a gyorsasága.

Véleményem szerint manapság az intézményválasztás a felvételi eljárásan nagyrészt az név és ebből adódóan annak a hírnév, másként fogalmazva annak a Brand érték alapján történik. Ez nem feltétlenül rossz módszer, hogy így választanak a diákok, de érdemes lenne megvizsgálni és jobban körül járni más választási lehetőségeket is. Ez azt is jelentheti, hogy több más felsőoktatási intézmény is oktatja azt a szakot és azokat is érdemes lenne meglátogatni és informálódni az ottani képzésről. De azt is jelentheti, hogy versenyképes oktatás folyik más egyetemen is csak az oktatás módszere nem feltétlenül ugyanaz. Úgy is lehetne mondani marketing nyelven, hogy verseny van a piacon a diákokért a választás csak rajtuk múlik mit választanak. A kutatás kibővítéseként fókusz csoportos kutatást is végeztem kettő intézményben. Ezek alkalmával az iskolaválasztási szokásokat is vizsgáltam, például: hogy milyen külső és belső tényezők, hatások hatnak a diákokra a választáskor, illetve mik lehetnek a motiváló és befolyásoló tényezők a döntés meghozataluk a során.

Az eredmény magáért beszél. A kutatás eredménye érdekes lett. Azért is, mivel kiderült, hogy a diákok többsége a pályaválasztási tanácsadás ideje alatt ezekre a kérdésekre szerettek volna választ kapni. Véleményem szerint a pályaválasztási egy olyan esemény, ami nagyon nagy jelentőséggel bír a diák életpályájában hiszen egy fontos döntést kell meghoznia ezért a tájékoztatásnak megfelelő szintűnek kell lennie. Az intézmények részéről természetesen nem kaptam zöld utat arra, hogy megvizsgáljam az intézményt, mivel ez elég szenzitív terület és belső információkat (versenyképesség fenntartás) tartalmaz.

SIMÁN ANNAMÁRIA

simanancsii@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

*Témavezető:
Lekszikov Kitti
tanársegéd, PE GKZ*

TUDÁSMENEDZSMENT A ZALAEGERSZEGI VÁLLALATOK KÖRÉBEN – FÓKUSZBAN A DUÁLIS KÉPZÉSI HELYEK

Kulcsszavak: tudásmenedzsment; duális partnerszervezetek tudásmenedzsmentje; Pannon Egyetem Zalaegerszegi Egyetemi Központ

A tudásmenedzsment-rendszerek jelenléte egyre fontosabb a vállalatok működésében, hiszen a szervezeti tudás megszerzése, megosztása, tárolása lehetővé teszi a szervezet hatékonyságának és versenyképességének növelését a szervezeti célok elérése érdekében.

A kutatásom célja, hogy felmérjem a Pannon Egyetem Zalaegerszegi Egyetemi Központ (továbbiakban: PE ZEK) duális képzési helyein folyó tudásmenedzsment folyamatokat, a vállalatok és a PE ZEK közötti tudásmenedzsment rendszert, valamint a vállalatoknál használt digitális eszközök és platformok szerepét a tudásmenedzsmentben.

A kutatási eredmények érvényességének, megbízhatóságának és alaposságának érdekében kutatásom során a trianguláció jegyében több adatforrásból és módszerrel végzem a vizsgálatokat. Szakértői interjú és a PE ZEK duális partnerszervezeteinél dolgozó mentorokkal történő kérdőíves megkérdezés által történő adatgyűjtést követően kvalitatív és kvantitatív módon elemzem a beérkezett adatokat. Végül az eredményeket értelmezem.

Az alábbi hipotéziseket állítottam fel:

H1: A PE ZEK duális képzési helyein a tudásmenedzsment-rendszerek fő jellemzője a szervezeti tudás megőrzésére való törekvés.

H2: A duális képzés keretében a PE ZEK és a partnerszervezet közötti hatékony tudásmegosztás és kommunikáció elősegíti a hallgatók gyakorlatorientált fejlődését és növeli a felsőoktatási képzés hasznosíthatóságát a szervezeteknél.

H3: A duális szervezetek strukturált adatbázisokat és digitális rendszereket használnak, a vállalati tudás hosszú távú megőrzésének és a tudás hatékony megosztásának érdekében.

Kutatásom eredetiségét és újszerűségét az adja, hogy a PE ZEK és duális képzési helyein lévő tudásmenedzsment-rendszerek, valamint az egyetem és a partnerszervezetek között lévő tudásmenedzsment folyamatok korábban senki által nem kutatott témának bizonyul.

Kutatásom eredményeképp egy kutatási rést kívánok megcélózni, amely véleményem szerint mind az egyetem, mind pedig a duális képzési helyek számára is hasznos információként szolgál az együttműködés és a tudásmegosztás jegyében.

ZSOMBOK TAMÁS LÁSZLÓ

zsotam@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

*Dr. Hidegh Anna Laura
egyetemi docens, BCE VTI*

A TUDÁSMENEDZSMENT SZEREPE A PROFESSZIONÁLIS IDENTITÁS KIALAKÍTÁSÁBAN KRITIKAI SZEMÜVEGEN KERESZTÜL

Kulcsszavak: identitásmunka; kritikai menedzsmentkutatás; tanácsadói szektor; tudásmunka

A kutatás célja, hogy feltárja, hogyan tekintenek a tudásra és a tudásmenedzsmentre menedzsmenttanácsadó szervezetekben, és ez hogyan a munkavállalók a professzionális identitására. A dolgozat elméleti háttérét a kritikai menedzsmentkutatás mint kutatási paradigma, a tudásintenzív szervezetektől, tudásmunkáról, a tudásmenedzsment kritikai megközelítéséről, valamint az identitásról, identitáskonstrukcióról, identitásmunkáról szóló szakirodalom adják. A kutatásom kvalitatív adatgyűjtési módszereken alapul. A kutatási kérdésem vizsgálatához félig-strukturált interjút alkalmazok, melyben az interpretatív és kritikai közelítésmód, a reflexivitás, a szövegek szövegű és kritikai olvasata fontos szerepet játszanak a válaszok értelmezésében. A dolgozat empirikus anyagát tizenkét MBB-tanácsadóval készült interjú adja. A dolgozat arra a konklúzióra jut, hogy a tanácsadók episztemológiai szempontból a gyakorlatalapú tudást részesítik előnyben, mely a tudás társas módon konstruált jellegét hangsúlyozza. A tudás a munkavállalók számára elsősorban erőforrásként definiálódik és inkább funkcionális helyiértékén keresztül ragadják meg, semmint önértékként. A tudás eltárgyasítása során alakulnak ki olyan helyi jelentéstartalmak, melyek megerősítik a tanácsadók professzionális identitását; ezek: „spike”-ok kialakítása (valamiben specialistának kell lenni), „insecure overachiever”-nek lenni (magas teljesítményt kell elérni bizonytalan önkép mellett), az „MBB-lifestyle”-hoz illeszkedés (magas presztízsű életet kialakítani, ami a top tanácsadókra jellemző) és hogy a tanácsadás egy „people business” (kapcsolatokat kell építeni, szervezeti-politikai térben kell gondolkodni).

Számvitel, kontrolling – Kontrolling

Elnök:	Dr. Szóka Károly	SOE
Társelnök:	Dr. habil. Hágen István Zsombor	MATE
Tag:	Dr. Bán Erika	BGE
Titkár:	Horváthné Dr. Csolák Erika	ME

BALÁS BRIGITTA*brigittabalas18@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Agrár -és Élelmiszergazdasági Intézet

*Témavezető:**Dr. Gáspár Sándor**egyetemi adjunktus, MATE VFGI*

ÜZLETI FOLYAMATOKBAN ALKALMAZOTT NEURÁLIS HÁLÓZATOK TELJESÍTMÉNYÉRTÉKELÉSE

Kulcsszavak: controlling; neurális hálózat; Balanced Scorecard; KPI

Kutatásom során a céloom egy olyan controlling szempontú teljesítményértékelő modell létrehozása volt, amely a neurális hálózat alapú nyelvi modell teljesítményét képes a controlling alapvető céljai mentén értékelni. A szakirodalomban több olyan modell is található, amely elsősorban informatikai szempontból értékeli a mesterséges intelligenciát, azonban a menedzsment szempontú visszajelzés jelenleg még nem elterjedt. Viszont számos igény lenne olyan controlling eszközökre, amelyek a mesterséges intelligencia teljesítményét a menedzsment perspektívájából értékelik, főként a mai digitalizált világban.

A kutatást kvalitatív módszertannal egy kiterjesztett esettanulmányon keresztül végeztem, a Silver Audit Kft. és az online kereskedő cég segítségével, amely a mesterséges intelligencia tulajdonosa. A két vállalatban belül félig strukturált mélyinterjúk mentén végeztem a kutatást, melynek az interjúalanyai a két cég szakemberei voltak. A neurális hálózat teljesítményének értékelésére egy konceptuális controlling modellt hoztam létre, amely öt lépésből épül fel. A modell a Balanced Scorecard elveire épül, amely a négy fő nézőpontján kívül egy általam hozzáadott ötödik szempont alapján vizsgálja a teljesítményt. Összesen 35 darab KPI-t alkalmaztam, amelyeket a BSC modellben helyeztem el és a szempontok alapján értékeltem. A KPI-ok és a Balanced Scorecard nézőpontjainak súlyértékét, valamint az alkalmazott határértékeket interjúk alapján határoztam meg. A KPI-ok teljesítményét a fuzzy logika által osztályoztam és az így kapott eredmények alapján a teljesítmény jól szemléltethetővé vált. A modell utolsó lépésében kiszámítottam a csúcsmutatót, ami által meghatározható, hogy a mesterséges intelligenciához kitűzött céloknak, amelyek mentén a működését vizsgáltam, a várható értéke teljesíteni fogja-e a célkitűzéseket. Ez mutatja meg, hogy a neurális hálózat alapú nyelvi modell megfelelően működik-e controlling szempontból.

A kutatás eredményei alapján elmondható, hogy a megalkotott controlling modell alkalmas a mesterséges intelligencia teljesítményének értékelésére, ezáltal nevezhetjük konceptuális modellnek. Egy előzetes adatfelvétel után, ami alapján a KPI-okat az adott cég a saját igényeihez igazítja, a modell alkalmazásával bármilyen mesterséges intelligencia nyelvi modellje értékelhetővé válik controlling szempontból.

BEDŐ GÁBOR ÁRON

bedoaron@gmail.com

vezetés és szervezés

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Prof. Dr. Fenyves Veronika

egyetemi tanár, DE GTK

Huri Róbert

gazdasági vezető, elemző, Debreceni Sportcentrum Közhasznú Nonprofit Kft.

A KONTROLLING SZEREPE EGY POTENCIÁLIS INTEGRÁCIÓS FOLYAMAT TERVEZÉSÉBEN

Kulcsszavak: kontrolling; integráció; tervezés; e-sport; Balanced Scorecard

A kontrolling mára már nem egyenlő csupán a pénzügyi kontrollinggal, annál már sokkal komplexebb szakma. Egy kontrollernek ma sokrétű feladatköre van, benne a teljesség igénye nélkül a megfelelő szervezeti kommunikáció kiépítésével, a teljesítményértékeléssel vagy épp a tervezéssel. A tervezés egy rendkívül összetett folyamat, gondos körültekintést igényel, a PDCA ciklus alapján pedig nem csupán a tervek elkészítését jelenti, hanem a megvalósítást, nyomon követést, visszacsatolást is. Ez jól nyomon követhető egy integrációs folyamat esetében, egy új divízió elindítása során.

Kutatásomban a tervezést, mint kontrolleri feladat szeretném vizsgálni, ezért a Debreceni Sportcentrum Sportiskolája kapcsán fogom vizsgálni egy potenciális e-sport szakosztály elindítását. (Dolgozatom csupán egy gondolat kísérlet, a szervezet nem foglalkozik jelenleg egy e-sport szakosztály bevezetésének kérdésével, illetve tanulmányom nem sportszakmai jellegű, hangsúlya a gazdasági megközelítésen van.) A Debreceni Sportcentrum évtizedek óta Debrecen sportéletének meghatározó szereplője. A hosszú évek alatt a Sportiskola szakosztályainak száma folyamatosan bővült. Az e-sport pedig egy rendkívül dinamikusan fejlődő szellemi sport, joggal merülhet fel a kérdés, hogy a Sportiskola keretében miért is ne indulhatna el egy külön e-sport szakosztály.

A munkámban tehát egy általános integrációs folyamatot tervezek meg, annak 2 fontos lépését kiemelve: a kiválasztási folyamatot, illetve a stratégiai célok kitűzését egy új divízióval szemben. Mindezt egy potenciális e-sport szakosztályra alkalmazva válik a tanulmányom gyakorlatiassá. A kiválasztási folyamathoz egy saját mutatószámrendszert alkotva értékelek 9 sportágat, majd az e-sporton belül 15 játékot, az eredmények alapján javasolva ebből a legkiemelkedőbbeket további elemzésre. A célkitűzés során a SMART-elvek figyelembevétele mellett a Balanced Scorecard rendszert alkalmazva tűzök ki egy potenciális e-sport szakosztállyal szembeni követelményeket, elérendő célokat. A meghatározott követelményrendszert aztán egy már létező szakosztályra vetítve vizsgálom annak realitását.

Az elemzésem alapján összességében elmondható, hogy bár egy e-sport szakosztály létrehozásának lehetne realitása a Debreceni Sportcentrum életében, azonban előbb a szervezet értékeivel kellene összhangba hozni a sportágat, egy megfelelő rendszert kidolgozva közelíteni azt a Sportiskolához.

BODA BOGLÁRKA*bodaboglarka01@gmail.com*

Pénzügy és Számvitel

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezetők:**Prof. Dr. Fenyves Veronika**egyetemi tanár, DE GTK**Dr. Szenderák János**adjunktus, DE GTK*

CSR CONTROLLING – A TÁRSADALOMÉRT ÉS A VÁLLALATÉRT*Kulcsszavak: vállalati társadalmi felelősségvállalás; controlling; fenntarthatóság; primer kutatás*

A vállalati társadalmi felelősségvállalást (CSR) kezdetben a vállalatok önkéntesen integrálhatták a működésükbe, azonban az elmúlt években egyre fontosabbá vált ez a témakör, és napjainkban már egy elvárássá nőtte ki magát. Ezzel szemben Magyarországon nem igazán terjedt el még teljes mértékben a CSR magatartásforma úgy, mint a nyugati országokban. Véleményem szerint ez abból is ered, hogy a vállalatok nem látják pontosan a hatását és a megtérülését a CSR tevékenységeknek, csupán csak a költségeit vagy még azt sem. Egy nagyszerű lehetőséget nyújt ezen probléma áthidalására a CSR controlling.

Dolgozatom célja, hogy ismertessem magát a CSR controllingot és bizonyítsam létjogosultságát, melyhez szekunder kutatást végeztem, így ennek keretében külföldi és hazai szakcikket és könyveket dolgoztam fel. További célom volt, hogy primer kutatás segítségével megvizsgáljam, hogy a hazai vállalatok körében mennyire elterjedt a CSR controlling koncepció, mennyire adottak a feltételek ezen koncepció kiépítéséhez, és milyen akadályai lehetnek ennek.

A primer kutatásom során kérdőíves felmérést végeztem, melynek eredményét szakmai interjúk keretében egyeztettem nagyvállalatok gazdasági vezetőivel és ennek köszönhetően mélyebb betekintést nyerhettem a hazai vállalatok állásfoglalásába ebben a témában. A kérdőívre adott válaszok értékelése során leíró és magasabb szintű statisztikai módszereket alkalmaztam. Az eredmények alapján elmondható, hogy a vállalatoknál a CSR tevékenységek esetében a környezetvédelem és a közösségi ügyek kapják a legmagasabb értékelést, azonban a CSR kiadás az árbevétel alacsony hányadát (0-1%) teszi ki. A külföldi tulajdonú cégek és a nagyvállalatok jellemzően fontosabbnak ítélik meg a CSR-t, illetve egyes ágazatokban is nagyobb szerepet játszik. Ez szintén megjelenik a költség és jövedelemtervezés szempontjainál, illetve a CSR fenntarthatósági jelentések gyakorlatánál is. A CSR controlling a hazai cégek gyakorlatában alig fordul elő, aminek az oka főként az erőforrás- és ismerethiány. A szakmai interjúk alapján a CSR controlling bevezetésének és elterjedésének akadálya leginkább abban rejlik, hogy hazánkban a CSR tevékenységek tudatossága még nem igazán jelenik meg, és habár fontos, mégis kicsit még mindig háttérben maradó téma a vállalatoknál. Továbbá több vállalatnál még nem alakultak ki a funkcionális controlling területek, mely szintén akadályozhatja a CSR controlling bevezetését.

CZINE VANDA

vandaczine@gmail.com

Számvitel

MA, 4. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Németh Krisztina

főiskolai docens, BGE PSZK

A HAZAI MAGÁNEGÉSZSÉGÜGYI INTÉZMÉNYEK KONTROLLING MEGOLDÁSAI - KÜLÖNÖS TEKINTETTEL EGY MAGÁN SZEMÉSZETRE

Kulcsszavak: kontrolling; kontrolling rendszerek; egészségügyi kontrolling; magán egészségügy

A magyar egészségügyi ellátás egy gyakori téma hazánkban. Az állami egészségügy mellett a magánegészségügy is egyre nagyobb szerepet vállal az ellátások biztosításában. Mivel egy folyamatosan bővülő szolgáltatási szektorról van szó, ezért fontos, hogy gördülékenyen tudjon működni. Ehhez nyújthat segítséget a kontrolling.

Az egészségügyi intézmények működésük során bizonyos kontrolling építőelemeket alkalmaznak. Az egészségügyi kontrolling számos aspektusban átfedésbe tehető az üzleti szféra által alkalmazott kontrollinggal. Azonban az egészségügyben a szakmai-etikai szemlélet jellemzően nagyobb hangsúllyal van jelen, mint a pénzügyi-üzleti, profitorientált hozzáállás. Egy jól működő egészségügyi kontrolling rendszer megfelelő hidat, platformot biztosíthat a különböző szemléletek közös nevezőre való hozzászállásában.

A dolgozatomban bemutatásra kerül a kontrolling, a hazai egészségügyi intézmények által hasznosítható kontrollingrendszer javaslatok, megoldások, különös tekintettel egy hazai magánegészségügyi intézményre. Meglátásom szerint az egészségügyi intézményeknek különösen fontos, hogy időben felkészüljenek az előttük álló kihívásokra és az erőforrások megfelelő allokálására, felhasználására a folyamatos működés érdekében. A szemészeti ellátás kontrolling megközelítései, tehát tervezhetőség, elemzés és értékelhetőség szempontja alapján, hogyan valósulhat meg a gyakorlatban?

A dolgozat elkészítése során primer és szekunder kutatási technikákkal éltem, mivel közvetlen vezetőségi interjúk alapján próbáltam felmérni a kontrolling lehetőségéről rendelkezésre álló ismereteket, valamint az alkalmazásának gyakorlati megvalósulását. A szekunder kutatási módszerek esetében pedig szakirodalom, folyóiratok, szócikkek nyújtottak segítséget a témakör feltárásához szükséges háttérismeretekkel, példákkal egyaránt. A kutatásom során elért eredmények bemutatásra kerülnek, melyek alapján a jövőre nézve építő jellegű javaslatok, továbbá a jövőben esetlegesen alkalmazandó eszközök, megközelítések, megoldások a magánegészségügyi intézmények számára nagy hasznossággal bírhatnak.

HÁZI BÁLINT*hazibalint@gmail.com*

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Tóth Balázs**adjunktus, SZTE GTK*

NAGY PÉNZ, NAGY FOCI? A MAGYAR FUTBALL LEGSIKERESEBB KLUBJAINAK PÉNZÜGYI FELÉPÍTÉSE ÉS ELEMZÉSE

Kulcsszavak: labdarúgás; sportvállalkozások; pénzügyi menedzsment; finanszírozás; TAO támogatások

A sport mindig is kiemelt érdeklődésű területnek számított Magyarországon, hiszen több sportágban is világszinten nagy sikereket értek el a magyar élsportolók az elmúlt több, mint száz évben. A kiemelt érdeklődéssel bíró sportágak közül is a legnagyobb figyelmet, a világ legtöbb országához hasonlóan, a labdarúgás kapja. Napjainkban is megmaradt a labdarúgás kiemelt szerepe a magyar sportéletben, de azóta egy fokozatos mélyrepülés következett be mind a válogatott, mind a klubfutballunk tekintetében. A profi sport, és kiváltképp a labdarúgás napjainkban már nem egyszerű szabadidős tevékenység, hanem a szórakoztató ipar növekvő gazdasági jelentőséggel bíró ágazata. Erre reagálva a magyar állam is kiépített egy támogatási rendszert a sportnak, mint nemzetgazdasági ágazatnak a fejlődésének érdekében. Ez a folyamat nagy hatást gyakorolt a hazai labdarúgó klubok működésére is.

Tanulmányom során arra keresem a választ, hogy hogyan alakult a legsikeresebb magyar labdarúgócsapatok nemzetközi eredményessége a pénzügyi felépítésük megváltozásával az elmúlt két évtizedben. A kérdés megválaszolásához kutatási módszertanként dokumentumelemzést választottam. Megvizsgálandó szempontnak tartom a vizsgált klubok vagyonszerkezetét, likviditását, adósságállományát és jövedelmezőségét, valamint a magyar klubfutball szerkezeti sajátosságait. Ezáltal szeretnék következtetéseket levonni arról, hogy az elmúlt évtizedben bekövetkezett változások ténylegesen pozitív irányba terelték-e a magyar klubfutballt, valamint megállapítani, hogy miben más a top klubjaink mostani és elmúlt évtizedekbeli pénzügyi felépítése.

Az elsőosztályú és az alacsonyabb osztályú országos bajnokságok között felfedezhetők egyaránt pénzügyi és működési különbségek. A vizsgált magyar top klubok összevetéséből megállapítható, hogy a vizsgált időszakban a pénzügyi menedzsment befektetési és finanszírozási döntései nagyban befolyásolták a későbbi sportszakmai eredményességet, valamint, ha egy klub fejlődni szeretne, és top csapat akar lenni Magyarországon, ahhoz elengedhetetlen, hogy rendszeresen részt tudjon venni a nemzetközi kupák csoportkörében. Ez a kettős feltétel az elmúlt évtizedekben hosszú távon egy klubunknak sikerült, a többi vizsgált csapat csak részeredményeket tudott elérni, esetükben beszélhetünk tudatos, hosszú távú fejlődési pályáról.

HORVÁTH KORNÉL

horvathkornel0213@gmail.com

Pénzügy és Számvitel

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Dr. Németh Krisztina

főiskolai docens, BGE PSZK

Dr. Ország Adrienn

főiskolai docens, BGE PSZK

A HAZAI STARTUP VÁLLALATOK VEZETŐI KONTROLL RENDSZERE

Kulcsszavak: kontrolling; innováció; kontrollrendszer; startup; vezetés

Manapság egyre inkább a figyelem középpontjába kerülnek a fiatal gyorsan növekvő vállalatok, vagyis a startupok. A tanulmányomban ezen vállalatok vezetői kontrollrendszerét vizsgálom meg. A témában íródott szakirodalmak száma szűkös, főleg magyar nyelven, dolgozatommal ennek bővítéséhez szeretnék hozzájárulni.

A kutatásomban két oldalról is megközelítem a startup vállalatokkal kapcsolatos témát. Egyrészt egy kérdőíves kutatás keretében a startup vállalatokat vizsgálom, elsősorban azt, hogy mennyi vezetői kontrollrendszert vezettek be és melyek ezek. Másrészt pedig egy kvalitatív kutatás keretein belül készítettem 3 interjút. Az interjút egyaránt a startup ökoszisztémában jártas személyekkel folytattam le. A kutatásom során arra a kérdésre szerettem volna választ kapni, hogy mely tényezők tudják befolyásolni a startup vállalatok által bevezetett vezetői kontrollrendszerek számát. Ezekhez kapcsolódóan öt kutatási kérdést fogalmaztam meg, melyekhez hat hipotézis tartozik. Megvizsgálom, hogy a vállalat mérete, kora, tevékenysége, külső tőkebefektetés, vagy épp a kontroller alkalmazása befolyásolja-e a vállalat által alkalmazott vezetői kontrollrendszerek számát. A tanulmányomban kitértem a startup ökoszisztéma vizsgálatára is, melyre az interjúk adtak lehetőséget.

A dolgozatom eredményeképp azt kaptam, hogy számos tényező hatással van a startupok által alkalmazott vezetői kontrollrendszerek számára. A munkavállalók létszáma, a vállalat árbevétele, az alapító legmagasabb iskolai végzettsége, illetve az, ha már volt a vállalatnak külső tőkebefektetője, képes befolyásolni a startupok által bevezetett vezetői kontrollrendszerek számát. Ezzel szemben a vállalat tevékenysége, életkora és a tény, hogy alkalmaz-e kontrollert, nem befolyásolja szignifikánsan az alkalmazott vezetői kontrollrendszerek számát. Ezen felül pedig az eredményekből az is kiderül, hogy azokat a vezetői kontrollrendszer kategóriákat tekintik az alapítók és az interjúalanyok is a legfontosabbnak, melyek elemeit átlagban a legtöbb startup vezette be. Továbbá az interjúk során legtöbb esetben az a megállapítás történt, hogy a magyar startup ökoszisztéma elmaradott a régiós országokhoz képest, mely szintén hatással lehet a hazai startup vállalatokra.

KECSE VIKTÓRIA*kecse.viktoria@gmail.com*

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. habil. Pataki László Zsolt**egyetemi docens, NJE GTK*

CERBONA ÉLELMISZERGYÁRTÓ KFT. BESZÁMOLÓ ELEMZÉSE*Kulcsszavak: beszámoló; válság előrejelzés; mutató; hipotézis; eredmények*

A beszámolók éves szintű elemzése és a csődelőrejelzési modellek használata fontos a vállalatok pénzügyi helyzetének megértésében és a kockázatok felmérésében, kezelésében. A dolgozatomban a Cerbona élelmiszergyártó és- forgalmazó korlátolt felelősségű társaság gazdálkodásának vizsgálatát végeztem el pénzügyi mutatók és csődmodellek alkalmazásán keresztül. A kutatásom alapját a 2018. és 2022. év közötti beszámolók képezték, melyhez az eBeszámolón keresztül jutottam.

A célom az volt, hogy meghatározzam, hogy a müzligyártó cég mennyire fenntartható tevékenységet folytat, beazonosítsam az esetleges jövőbeni kihívásokat és lehetőségeket, valamint felmérjem az azokhoz tartozó kockázatokat és előnyöket.

Két hipotézist fogalmaztam meg, melyre az egész dolgozatom épült. Az első feltevés az volt, hogy a COVID'19 világjárvány jelentős negatív hatást gyakorolt a vizsgált vállalkozás pénzügyi, vagyoni és jövedelmezőségi helyzetére. A megfelelő válasz kidolgozásához részletes pénzügyi-mutatószámaelemzést készítettem, minden csoportban legalább négy mutató számolásával. Azonban ahhoz, hogy teljes, átfogó képet kapjunk a vállalat tevékenységéről, nem csak a mutatókat, hanem a kiegészítő mellékletben található információkat is figyelembe kellett venni, például, hogy milyen beruházásokat eszközölt a cég, milyen a készletfelhasználása stb. Az így kapott eredmények azt mutatják, hogy nagyobb visszaesést a jövedelmezőségi mutatók szenvedtek a világjárvány következtében, ezért az állításom csak részben volt igaz.

A második előfeltevésben azt állítottam, hogy középtávon a vállalatot nem fenyegeti válság, amelyet diszkriminancia analízisen alapuló pénzügyi válság előre jelző modellek segítségével törekedtem megvizsgálni. Ehhez a klasszikus Altman féle Z', Springate és Zmijewski féle modelleket használtam. Annak érdekében, hogy minél megalapozottabb legyen a kapott eredmény, újabb módszereket is figyelembe véve a Gurčík féle szlovák, Prusak féle lengyel és a Fulmer féle kilenc mutatós válságelőrejelzést is elkészítettem. A hat alkalmazott modellből négy pozitív eredményt mutatott és az Altman-modell sem jelzett problémát, ennek következtében nagy valószínűséggel kijelenthető, hogy a cégnél a közeljövőben, egy-két évet tekintve nem várható válság.

LANGAZÓ MELINDA

durda.melinda@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Musinszki Zoltán

egyetemi docens, ME GTK

KONTROLLER KOMPETENCIÁK. MUNKAKÖRREL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK ELEMZÉSE MAGYAR ÉS NÉMET NYELVŰ ÁLLÁSHIRDETÉSEK ALAPJÁN

Kulcsszavak: kontroller; kontrolling; álláshirdetés; kompetencia; munkahelyi elvárások

A szakmai fejlődés hosszadalmas és összetett feladat. A szakmai kompetenciákon túl számos más tényező is szükséges ahhoz, hogy fejlődjünk és előre léphessünk a munka világában. A szakirodalmi ismereteken túl az általam választott téma, az álláshirdetések tartalomelemzése kiváló lehetőséget teremt arra, hogy megismerjük a munkáltatók elvárásait a leendő alkalmazottakkal szemben.

Kutatásomban elsődlegesen arra a kérdésre keresem a választ, hogy a magyarországi szervezetek milyen elvárásokat támasztanak a kontrolleri munkakörrel szemben. Ehhez konkrét álláshirdetések tartalomelemzését végeztem el, s ezekre a hirdetésekre úgy tekintettem, mint valóságos munkakörre szabott, konkrét elvárásokat támasztó leírásokra. Az álláshirdetések vizsgálata nem csak az elvárások elemzését tette lehetővé, hanem a napi munkavégzés során felmerülő feladatokat is tartalmazta, így a lehetőség adott volt, hogy a kontroller feladatprofilját is vizsgáljam.

Egy árnyaltabb eredmény kialakulásához másodlagos célom az volt, hogy egy összehasonlító elemzéssel is kiegészüljön a kutatás. A magyar álláshirdetések mellett németországi hirdetéseket is gyűjtöttem, így a két ország hasonlóságaira és különbségeire is fény derült. Összesen száz-száz darab hazai és német álláshirdetést dolgoztam fel kvalitatív módszertani alapokon, melyeket a két fő célkitűzés mellett harmadlagosan a szakirodalmi elméleti ismeretekkel is összevettem.

A kutatás eredményeképpen megállapítható, hogy a magyar és német álláshirdetések alapján felállított kontroller kompetencia-profil több egyezőséget mutat, ugyanakkor van néhány lényeges különbség is közöttük, például az elvárt munkatapasztalat, vagy az informatikai ismeretek kapcsán.

A kutatás még egy további lényeges elemre rámutatott: a szakirodalomban elmúlt pár évben felerősödő vízió, mely szerint a kontrolleri munkakör néhány kisebb-nagyobb átalakuláson keresztül eltolódik a business partner, change agent, data scientist munkaköri szerepek felé, a magyar álláshirdetések alapján egyáltalán nem, a német hirdetések alapján is csak minimális mértékben látható.

Számvitel, kontrolling – Számvitel

Elnök:	Dr. habil. Böcskei Elvira	BME
Társelnök:	Dr. Lakatos László Péter	BCE
Tag:	Dr. Bosnyák-Simon Nikolett	PE
Tag:	Dr. habil. Tangl Anita	NJE
Tag:	Dr. Veres Edit	RO PKE
Titkár:	dr. Murányi Klaudia	ME

ARATÓ BALÁZS

arato.balazs777@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Dr. Kardos Barbara

egyetemi docens, BGE PSZK

Dr. Török Martina Zsófia

főiskolai docens, BGE PSZK

MESTERSÉGES INTELLIGENCIA HASZNÁLATA A SZÁMVITELBEN

Kulcsszavak: mesterséges intelligencia; számviteli rendszerek; számviteli digitalizáció

Dolgozatomban a mesterséges intelligencia használatát szeretném megvizsgálni a számvitelben, azon belül is a számlafeldolgozásban és bérszámfejtésben, hogyan teszi ez a technológiai újítás hatékonyabbá ezeket a folyamatokat, illetve milyen előnyei származhatnak egy vállalatnak, ha számviteli folyamataiban alkalmaznak Mesterséges Intelligencia alapú szoftvereket.

Kutatásomban azt elemzem ki, hogy a ChatGPT, a 2022. novemberében megjelent általános felhasználású Mesterséges Intelligencia képes-e számlasorosan könyvelni magától, illetve, hogy mennyire képes erre, ha gépi tanulás útján megtanítom rá. Két módszert használtam ennek vizsgálatára, majd mindkét módszer eredményeit összehasonlítottam.

Egyik alkalommal megadtam a lekönyvelendő gazdasági eseményeket, majd az arra adott válaszokra megmondtam, hogy helyes-e vagy sem. Amennyiben helytelen volt, a szoftver máshogy oldotta meg. Másik alkalommal megadtam egy parancssort az alkalmazásnak, ami tartalmazta, hogy milyen gazdasági eseményt hogyan kell kontírozni, majd ezután megadtam a feladatokat.

Az első verzió eleinte sok hibát követett el, de a 6. feladatmegoldási körre képes volt 1 hibával megoldani a 22 pontos feladatsort. A második verzió, ami utasításokat kapott, képes volt már a második megoldás körben hibátlanul megoldani a kapott feladatokat, és azután se követett el hibákat.

Kutatásom alapján ki merem jelenteni, hogy a ChatGPT és emiatt a különböző általános felhasználású mesterséges intelligenciák képesek számviteli feladatokat megoldani. Fontos emellett megemlíteni, hogy nem ezek a szoftverek a legalkalmasabbak ilyen típusú munkára, emiatt hasznos lehet számvitelre feladatokra specializált AI alapú szoftverekkel további kísérleteket végezni.

BÍRÓ BENCE*bencebiro02@gmail.com*

Pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Szekeres Alexandra
adjunktus, DE GTK

AZ IFRS 17 STANDARD HATÁSÁNAK VIZSGÁLATA KÉT BIZTOSÍTÓ TÁRSASÁG PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Kulcsszavak: IFRS; biztosítási szerződés; nemzetközi számvitel

Kutatásom témája a 2023. január 1-jén hatályba lépő IFRS 17 standard hatása egy vállalatcsoport pénzügyi kimutatásaira. Az IFRS 17 a 2005 óta érvényes IFRS 4 – Biztosítási szerződések standardot hivatott felváltani. Az IASB célja a standard kibocsátásával az volt, hogy transzparencia legyen a biztosítási szerződéseket kibocsátó gazdasági társaságok pénzügyi kimutatásai között. Ez az új beszámolási egység alapjaiban változtatja meg a biztosítási szerződésekhez kapcsolódó követelések és kötelezettségek elszámolását, a pénzügyi kimutatásoknak a formáját és tartalmát.

Az általam vizsgált CIG Pannónia cégcsoport két vállalatán keresztül, a CIG Pannónia Nyilvánosan Működő Részvénytársaságon és a CIG Pannónia Első Magyar Általános Biztosító Zártkörűen Működő Részvénytársaságon keresztül fogom bemutatni az új standard hatását a pénzügyi kimutatások vonatkozásában. A CIG Pannónia Nyrt. egy tőzsdén jegyzett vállalat, emiatt az IFRS-ek szerint köteles elkészíteni a pénzügyi kimutatásait. A kutatásom célkitűzése feltérképezni azt, hogy mekkora és milyen minőségű változást okozott a CIG Pannónia cégcsoport pénzügyi kimutatásaiban az új standard. Az előzetes feltételezéseim szerint jelentős eltérést okozott a biztosítási szerződések elszámolására vonatkozó standard az általam elemzett cégcsoport kimutatásaiban. A dokumentumelemzéssel végrehajtott kutatásom során többféle pénzügyi kimutatást is vizsgáltam. Elsősorban a mérlegben, illetve az átfogó eredménykimutatásban tapasztalható változásokat vizsgáltam az érintett vállalatoknál. A dolgozatomban valamennyi felállított hipotézist elutasítottam.

Ezzel egyidejűleg megállapítottam, hogy az IFRS 4 standardhoz képest az IFRS 17 standard jelentős előrelépést jelent, ugyanis átláthatóságot biztosít a pénzügyi kimutatások felhasználói számára, egyértelműsíti az aktuális tárgyévben elszámolható bevételek és ráfordítások mértékét, előtérbe kerül a CSM (szerződéses szolgáltatási profit), amely a biztosítók egyik legfontosabb mutatója, indikátora a jelenben, valamint a pénzügyi kimutatások formáját, tartalmát alapjaiban változtatta meg az új standard.

GÁL TEODÓRA

galteodora1998@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 1. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Horváth Eszter

egyetemi adjunktus, SZE KGK

AZ AGROFEED KFT. SZÁMLAFELDOLGOZÓ RENDSZERÉNEK FEJLESZTÉSÉT CÉLZÓ PROJEKT MEGTERVEZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

Kulcsszavak: számvitel; projektmenedzsment; digitalizáció

Az esettanulmány egy általános, minden céget érintő pénzügyi, számviteli folyamatot, a számlafeldolgozást vizsgálja digitalizáció és hatékonyság szempontjából egy magyar cég példáján keresztül. Személyes munkavállalói kötődésem motivációja révén választ szeretnék kapni arra, hogy az MI bevezetése a területre milyen előnyöket és hátrányokat idézhet elő. A bevezetés folyamatának melyek a kulctényezői és kockázatai egy projekt keretein belül. A számlázás számviteli és jogi szabályait figyelembe véve a tanulmány idő-, költség-, és erőforrástervet tartalmaz a rendszerfejlesztéshez. Mélyinterjúk segítségével kirajzolódik a folyamat CPM hálótérve, amellyel a projekt fő motivációját, az idő optimalizálási lehetőségeit méri. Egyes folyamatok idő csökkentése más tevékenységeket tehet kritikussá, így fontos az egész folyamat ismerete, a valós problémák megoldása, mint például a papír alapú számlák és a postai úton történő beérkezésük. A NAV kötelező elektromos számlakibocsátása olyan adottság, mely kihasználásával minimalizálni lehet ezt a lépést. A projekt célja a vállalatirányítási rendszer paraméterezése aszerint, hogy összekapcsolható legyen a NAV Online Számla rendszerével és megoldja a vállalat időhatékonysági problémáit a mesterséges intelligencia bevonásával.

Az esettanulmány azonosítja a számviteli kihívásokat, mint az adatok hiányossága vagy a költségnemenkénti bontás. A projekt sikeressége erősen függ a projektmenedzser személyétől, technológia tudástól, illetve a rendelkezésre álló anyagi erőforrásoktól. A projekt megvalósulásával jelentősen javulna a cég fenntarthatósági megítélése és operatív működése.

GYÖRKI ATTILA*attilagorki93@gmail.com*

gazdaságinformatikus

BSc, 4. félév

Milton Friedman Egyetem

*Témavezetők:**Dr. Szegediné Dr. Lengyel Piroska**főiskolai tanár, MILTON**Dr. Honfi Vid Sebestyén**tanszékvezető, MILTON*

HÁRMAS KÖNYVELÉS A BLOKKLÁNC TECHNOLÓGIA ALKALMAZÁSÁVAL

Kulcsszavak: blokklánc; számvitel; könyvelés; automatizálás; innováció

Dolgozatomban a könyvelés történetének rövid összefoglalása és a blokklánc technológia alapfogalmainak ismertetése után bemutatom Ian Grigg által 2005-ben megfogalmazott (majd 2024-ben újradolgozott) blokklánc segítségével történő könyvelés alapjait és a tranzakciók titkosítására használt Hawk-modellt rávilágítva arra, hogy mekkora potenciál rejlik a blokklánc pénzügyi és számviteli felhasználásában. Külön foglalkozok a felmerülő kihívásokkal, és az azokra irányuló lehetséges megoldási javaslatokkal.

A hipotézis szerint a blokklánc technológia számviteli területen való felhasználásával a jelenlegi kettős könyvviteli rendszert kiegészítheti a „hármass könyvelés” elve, amely egy hitelesítő blokklánc alapú főkönyv bevezetésével megbízhatóbbá, átláthatóbbá és automatizálhatóbbá teheti a könyvelés menetét.

A téma feldolgozásához primer kutatási módszertan keretében egy, a blokklánccal foglalkozó magyar IT vállalkozás cégvezetőjével (DLabs Kft.) készített interjúanyagból próbálom a technológia jelenlegi állását és határait felmérni, a magyar bankszektorban készített interjúban (OTP Bank) körül járni a vállalati rugalmasságot és egy számviteli szakember segítségével (SONEAS Vegyipari Kft.) megismerni a számviteli szakma szempontjait.

A dolgozatban bemutatásra kerül, hogy a blokklánc technológia felhasználásában rengeteg automatizációs lehetőség rejlik, amivel csökkenthetnénk az adminisztratív terhet a számviteli szakembereken, így gyorsabb és hatékonyabb munkavégzést eredményezne, míg a felszabaduló humán erőforrást pedig át lehetne csoportosítani emberi szemet igénylő feladatokhoz, ezzel javítva a könyvelések és értékelések minőségét.

Az automatizációnak és a felgyorsuló könyvelési mechanizmusoknak köszönhetően megközelíthetjük a valós idejű könyvelést, ami átláthatóbb főkönyveket és pénzügyi adatokat vonz maga után, hisz valós idejű pénzügyi adatok alapján tudnának döntést hozni a vállalatok.

A blokklánc technológia sajátosságainak köszönhetően a különböző kriptográfiai módszerek megmásíthatatlan főkönyvet eredményeznének, így az üzleti bizalom növekedne, és gyökereiben változtatná meg a könyvvizsgálói szakmát.

GYÖZŐ ZALÁN

zazu90079@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Budai Eleonóra**adjunktus, PTE KTK*

EGY ELŐREGEDŐ SZAKMA: A KÖNYVVIZSGÁLAT

Kulcsszavak: könyvvizsgálat; előregedő

A kutatás fő kérdése, hogy: Miért tartozik az „előregedő” szakmák közé a könyvvizsgálat? Egyáltalán tényleg előregedő? A fő kérdésre a válasz megadása több irányú kutatást igényelt, mivel egy összetett probléma-halmaz együttesnek a vizsgálatára volt szükség. A könyvvizsgálat témakörét történeti szempontból, a tevékenység végzésére vonatkozó előírások, a külső szemlélők, a potenciális/leendő könyvvizsgálók, valamint a szakértők oldaláról megközelítve vettem górcső alá. Ezen szempontok mentén hét kutatási kérdést fogalmaztam meg, melyekre a választ szekunder és primer kutatási módszerekkel alátámasztva adtam meg. A könyvvizsgálat evolúciós folyamatának összefoglalása szakirodalmi kutatásra alapozva történt meg, a magyar könyvvizsgálati tevékenység jellemzőit a vonatkozó jogszabályokból kiindulva vizsgáltam. Empirikus kutatás keretében kérdőíves pilot megkérdezés során tártam fel a külső szemlélők és az egyetemisták könyvvizsgálathoz fűződő ismereteit és attitűdjeit, valamint a téma hét szakértőjének a véleményét is megkérdeztem a fiatalok motiváltsága, a könyvvizsgálat előnyei, hátrányai és jövője témakörében.

A kutatás során a kérdések megválaszolásával több következtetésre jutottam. a következő eredményekre jutottam: A folyamatosan változó jogszabályi háttér, illetve a feladatkör folyamatos csökkenése az, ami elriasztja a munkavállalókat. Az „utca embere” nem igazán jól ismeri a könyvvizsgálói szakmát. Az egyetemisták csupán fele tudja megkülönböztetni a könyvvizsgálók munkavégzését a könyvelőkétől. A fiatalok számára a szakterülettel kapcsolatos három legnagyobb félelem a monoton munkavégzés, a sok tanulás szükségessége és a számokkal történő feladatmegoldás. A szakértők szerint a kitartó, tanulni vágyó embereknek való a pálya, de belőlük egyre kevesebb van. A jövőt tekintve, véleményük szerint vagy teljesen elveszi a könyvvizsgálók munkáját a mesterséges intelligencia vagy megsegíti azt. A kutatás fő kérdésére a jelen tanulmányban feltárt jellemzők alapján egyértelműen igennel lehet válaszolni, azaz a könyvvizsgálói szakma tényleg előregedőnek minősíthető. Ez a jellemző bizonyos szempontból nem eliminálható, ugyanakkor a kutatás alapján javaslatokat fogalmaztam meg az előregedés csökkentése érdekében. A kutatás eredményei a könyvvizsgálói szakmával kapcsolatos előírások döntéshozói, a szakmai szervezetek, a szakmai oktatásban résztvevők, a munkáltatók, valamint az egyetemi hallgatók számára is fontos és hasznosítható információkkal szolgál.

NYUL DÁVID

nyuldavid10@gmail.com

Számvitel

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Orbán Ildikó**egyetemi docens, DE GTK*

TŐZSDÉN JEGYZETT FUTBALLKLUBOK JELLEGZETES TÉTELEINEK ELSZÁMOLÁSA ÉS MEGJELENÍTÉSE AZ IFRS PÉNZÜGYI KIMUTATÁSOKBAN

Kulcsszavak: számvitel; labdarúgás; tőzsde; játékosjog

A labdarúgás több mint egy sportág, óriási hatással van a világra, gazdasági, kulturális, politikai és technológiai szempontból is. Az iparágban milliárd eurók forognak évente és ezek a pénzáramlások a gazdaság számos szereplőjére befolyással vannak.

Dolgozatomban elsődlegesen arra a kérdésre kerestem a választ, hogy a tőzsdén jegyzett futballklubok miként számolják el az egyes jellegzetes tételeiket és hogyan jelenítik meg azokat a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok (IFRS-ek) szerint összeállított konszolidált pénzügyi kimutatásaikban, valamint ezek mennyire vannak összhangban az UEFA pénzügyi szabályzatával. Az átfogó kép érdekében a Deloitte által összeállított Football Money League húszas listáján szereplő mindhárom tőzsdén jegyzett labdarúgóklubot figyelembe vettem, így a Manchester United, a Juventus és a Borussia Dortmund éves beszámolóit képezték az elemzésem tárgyát.

Tartalomelemzés módszerével először megvizsgáltam azokat az eseményeket, amik a leginkább hatottak a futballrészvények árfolyamaira. A célom az volt, hogy átfogó képet kapjak azokról a tényezőkről, amik a legnagyobb mértékben befolyásolták a futballklubok részvényeinek tőzsdei árfolyamait. Ezt követően dokumentumelemzés alkalmazásával az iparágban megjelenő jellegzetes tételek számviteli szempontból történő vizsgálata következett. A fő célom az volt, hogy bemutassam a játékosjogok IFRS standardok szerinti kezdeti és követő értékelését a játékosok megszerzésének négy formáját (vásárolt, szabadon igazolható, saját nevelésű és kölcsönjátékos) tekintve és ezek éves beszámolóikban való megjelenítését. Végül pedig az IFRS 15 standard alapján bevételelemzésre került sor. A klubok közötti különbségeket összehasonlító elemzés segítségével tártam fel.

Következtetésképpen megállapítható, hogy a futballrészvények árfolyama folyamatosan ingadozott a vizsgált időszak során, amely változékonyság elsődlegesen a labdarúgóklubok sportteljesítményével állt összefüggésben. A jellegzetes tételekkel kapcsolatban levont legfontosabb következtetések közé tartozott, hogy a pénzügyi kimutatásokban való közzététel elegendő a megbízható és valós kép bemutatása érdekében, de a három vizsgált futballklub közül csak a Juventus prezentálta részletesen a játékosjogokban bekövetkezett változásokat.

PAPP ZSÓFIA ANNA

papp.zsofia99@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:

Dr. Gulyás Éva

egyetemi adjunktus, BCE GTK

Szilágyi Renáta

doktorandusz, BCE GTK

A KRIPTOVALUTÁK KEZELÉSE A NEMZETKÖZI SZÁMVITELBEN – VAN ÚJ A NAP ALATT?

Kulcsszavak: kriptovaluta; számvitel; beszámoló; IASB; standard

A blokklánc technológia megjelenésével létrejött kriptovaluták rendkívül nagy népszerűségnek örvendenek napjainkban. A kriptovaluták újszerűsége, összetettsége nehézséget okoz a számviteli besorolásuk, értékelésük, elszámolásuk tekintetében. A tanulmányom témája a kriptovaluták pénzügyi kimutatásokban történő bemutatásával kapcsolatos számviteli szabályozás. A dolgozatomban központi kutatási kérdése, hogy a Nemzetközi Számviteli Standard Testület (IASB) a kriptovaluták kezelésére, nyilvántartására milyen számviteli megoldásokat kínál, továbbá, hogy ezen megoldások alkalmazása különböző tranzakciók esetén milyen hatással van a beszámolóra. A kutatásom során elemzem a nemzetközi szabályozás által kínált lehetőségeket, valamint kitekintek a hazai előírásokra is. A kutatás eredménye, hogy az eltérő számviteli besorolás és értékelés eltérő képet nyújt a vállalatról. Az, hogy melyik értékelés alkalmazandó, függ attól, hogy mi a célja a gazdálkodónak a kriptovalutákkal, illetve, hogyan kerültek a tulajdonába. A dolgozatomban továbbá megvizsgálom, hogy az ismertett módszerekkel történő elszámolás hogyan befolyásolja a beszámoló alakulását. Többek között milyen hatással van a mérlegszerkezetre, eredménystruktúrára, egyéb mutatószámokra. Kritikát fogalmazok meg a jelenlegi megoldások kapcsán, valamint javaslatot teszek a kriptovaluták számviteli kezelésére.

POSZAVECZ TAMÁS

poszavec46@hotmail.com

Számvitel

MSc, 4. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Szívós László**egyetemi adjunktus, ELTE GTK*

AZ EREDMÉNYMENEDZSMENT KÉT TÍPUSA (AEM ÉS REM) KÖZÖTTI VÁLLALATI DÖNTÉSEK VIZSGÁLATA OLASZ TŐZSDEI CÉGEK KÖRÉBEN, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL AZ XBRL BEVEZETÉSRE

Kulcsszavak: eredmény menedzsment; AEM; REM; XBRL; trade-off

A dolgozat az eredménymenedzsment (EM) két fő módszere – Accrual-based earnings management (továbbiakban: AEM) és Real earnings management (továbbiakban: REM) – közötti trade-offot vizsgálja az olasz tőzsdén jegyzett vállalatok körében, különös tekintettel az XBRL (eXtensible Business Reporting Language) bevezetésének eredménymenedzsmentre gyakorolt hatására.

Számos korábbi kutatás bizonyította már, hogy az AEM és REM módszerek egymást inkább kiegészítik, mint helyettesítik, és a kettő közötti döntést a kockázatok és hatékonyság alapján hozzák meg a vezetők. Jelen kutatás 223 olasz tőzsdén jegyzett vállalat 936 cég-év megfigyelését elemezte a 2016 és 2022 közötti időszakban. Igazolható, hogy az XBRL bevezetése szignifikánsan növelte a vizsgált vállalatok REM gyakorlatát és bizonyítható a két eredménymenedzsment módszertan közötti trade-off is. Az eredmények fényében arra lehet következtetni, hogy a XBRL által elősegített pénzügyi beszámolási transzparencia növekedésének hatására a vállalatok erőteljesebben alkalmaztak REM technikákat a vállalati eredmény befolyásolására, amit valószínűleg az AEM eredménymenedzsment eszközök alkalmazásának csökkenése kísért.

A dolgozat vizsgálja továbbá, hogy az AEM és a REM közötti trade-off arányát hogyan moderálják különböző egyéb vállalati jellemzők (LOSS és SUSPECT). Az eredményeim azt mutatják, hogy az XBRL bevezetése és az a tény, hogy egy vállalat veszteséget riportál egy adott periódusban (LOSS) nem befolyásolják az AEM és a REM közötti trade-off mértékét. Ugyanakkor azon cégek körében, ahol a vezetőkre jelentős nyomás nehezedik (SUSPECT) a tekintetben, hogy manipulálják a vállalat eredményét, az figyelhető meg, hogy ezen erős nyomás hatására az AEM és REM közötti trade-off aránya megváltozik. A kapott eredmények értelmében a „SUSPECT” jelölést kapott megfigyelések esetében igaz az, hogy a REM és az AEM közötti trade-off aránya csökken és inkább maradnak a vezetők az AEM eszközök alkalmazása mellett.

A dolgozat egyedi hozzájárulása kettős. Egyrészt az XBRL riporting bevezetésének a vállalati vezetők eredménymenedzsment gyakorlatára kifejtett hatását specifikusan európai környezetben még nem vizsgálták, másrészt a jelent tanulmány az AEM és a REM közötti kapcsolatot korábban nem vizsgált tényezők függvényében elemzi.

SZABÓ-CZIMBALMOS EVELIN

szaboczevelin@gmail.com

Pénzügy és számvitel alapképzési szak

BSc, 5. félév

Milton Friedman Egyetem

Témavezető:

Dr. Szegediné Dr. Lengyel Piroska

főiskolai tanár, MILTON

HOGYAN KÖNYVELJÜNK HOLLYWOODNAK? SZÁMVITELI MUNKA A FILMSZAKMÁBAN

Kulcsszavak: produkciós könyvelés; pénzügy-számvitel; stratégia; történelem; hiányszakma

A produkciós könyvelés a filmszakmában önmagában egyedülálló munka, a maga sajátos pénzügy-számviteli feladataival, hiszen mindegyik film különbözik egymástól, nincs két egyforma, ebből kifolyólag a hozzá csatolható számviteli-pénzügyi munkák sem megegyezők minden projektnél.

Egy produkciós könyvelő képes beelátni a produkció működésébe, valamint a jól megszervezett számviteli-pénzügyi munkafolyamatokkal naprakészen nyomon követheti annak hitelességét, ami a produkció sikerének egyik alapja.

Dolgozatomban bemutatásra kerül a Produkciós könyvelői szakma, a vele járó sajátos produkciós könyvelési feladatok, feladatkörei és munka területének finanszírozási modelljei, pontosabban miképpen szereznek támogatást filmjeikhez.

Fogalmazásomban részben a produkciós könyvelői munka folyamatát, a filmipar történelmi, felépítési, stratégiai és pénzügyi hátterét vizsgálom meg. Választ keresek arra, hogy miért hiányszakma nálunk, mi ennek az oka, és hogy mennyire igényel számviteli/pénzügyi szaktudást.

VIRÁG MAGDOLNA ÁGOTA

agotavirag3@gmail.com

Számvitel

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:**Dr. Orbán Ildikó**egyetemi docens, DE GTK*

A KÖZÖS SZERVEZŐDÉSEK MEGJELENÉSE AZ IFRS-EK SZERINT ELKÉSZÍTETT KONSZOLIDÁLT BESZÁMOLÓKBAN MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: nemzetközi számvitel; IFRS; közös szerveződések

Az utóbbi száz évben lejátszódó globalizációs folyamatoknak és a multinacionális vállalatok térnyerésének fontos szerepe volt abban, hogy felerősödött az egységes szabályok alapján elkészített pénzügyi kimutatások iránti igény, amelyek általánosan összehasonlítható információkat biztosítanak a felhasználók számára. Mindennek eredményeképpen kidolgozásra kerültek, majd világszerte elterjedtek a Nemzetközi Számviteli Standardok (International Accounting Standards, a továbbiakban IAS-ek), illetve Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok (International Financial Reporting Standards, a továbbiakban IFRS-ek).

Dolgozatomban a Budapesti Értéktőzsdén (BÉT) jegyzett vállalkozások konszolidált beszámolóit vizsgálom az IFRS 11 standard alkalmazásának tekintetében. Vizsgálatom során arra voltam kíváncsi, hogy hány vállalat rendelkezik Magyarországon közös szerveződéssel, hogyan kezelik és jelenítik meg a vállalatok a közös szerveződések a konszolidált beszámolójukban, milyen mennyiségű és minőségű információt nyújtanak a beszámolók felhasználói számára a közös szerveződésekkel kapcsolatban.

A szekunder adatgyűjtés után, kvalitatív kutatási módszereket, dokumentumelemzést, illetve módszertani összehasonlítást használtam, hogy megvizsgáljam a tizenhárom, jelenleg közös szerveződéssel rendelkező BÉT-en jegyzett vállalatcsoport konszolidált beszámolóját. Ezáltal párhuzamot tudtam vonni az egyes közös szerveződéssel rendelkező vállalatok között, és elemezni tudtam a köztük található hasonlóságokat és különbségeket.

Kutatásom során arra az eredményre jutottam, hogy Magyarországon jellemzően a nagy tőkeigénnyel rendelkező iparágakban tevékenykedő vállalatok preferálják a közös vállalkozások alapítását, mint például az ingatlanszektorban vagy a kőolaj- és földgáziparban működő vállalatok. A vállalatok egy másik része a saját adminisztrációs, igazgatási feladatainak megoldására hoz létre közös szerveződést, ezáltal megosztva az erőforrásokat és növelve a költséghatékonyságot. A vállalatcsoportok egy kisebb része új piacokra való belépés, a tevékenységi köre bővítése miatt vesz részt közös szerveződésben.

A közös tevékenységek Magyarországon kevésbé preferált vállalkozási forma.

Társadalmi innováció

Elnök:	Dr. Fehérvölgyi Beáta	PE
Társelnök:	Dr. Csáfor Hajnalka	EKKE
Tag:	Dr. Csizmadia Péter	BGE
Tag:	Szabóné Dr. Benedek Andrea	MATE
Titkár:	Dr. Varga Krisztina	ME

ALMÁSI LIZA

almasi.liza28@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Révész Éva Erika

egyetemi adjunktus, BCE GTK

AZ ISKOLAI KÖZÖSSÉGI SZOLGÁLAT HATÁSA A FIATALOK ÖNKÉNTESSÉGÉRE

Kulcsszavak: önkéntesség; fiatalok önkéntessége; közösségi szolgálat

A kutatás az Iskolai Közösségi Szolgálat hatását vizsgálja a 2016-2023 között érettségizett fiatalok önkéntességi hajlandóságára és attitűdjére nézve. Magyarországon előregedő az önkéntes tevékenységet végzők korfája, és a fiatalok önkéntessége is átalakulóban van, ezért is indokolt vizsgálni az Iskolai Közösségi Szolgálatot, amely minden 2016 óta érettségiző számára kötelező 50 órás közösségi munkát jelenti, és amelynek célja a fiatalok szemléletének formálása, hogy társadalmi felelősséget vállaljanak, és később önkéntes tevékenységeket végezzenek. A kutatás részét képezi egy száz fős kérdőíves felmérés eredményeinek összegzése, mely a közösségi szolgálat élményét és önkéntességre való hatását vizsgálja a fiatalok megkérdezésével, illetve öt félig strukturált interjú középiskolai pedagógusokkal, és civil szervezetek képviselőivel. A kitöltő fiatalok és az interjúalanyok gondolatai alapján sok javítási pont fogalmazható meg, főként a közösségi szolgálat szervezettségével és lebonyolításával kapcsolatban. Fő probléma, hogy a közösségi szolgálatot végző fiatalok és a civil szervezetek nem találhatnak egymásra, erre a szerző megoldási javaslatokat hoz. A kutatás alapján elmondható, hogy a közösségi szolgálat a legtöbb diák esetében eléri célját, ugyanis megismerteti a fiatalokkal az önkéntességet, szociálisan érzékenyíti őket és pozitív hatással van a személyiségfejlődésükre.

BOTH SÁRA*bothsara@gmail.com*

Gazdálkodási és Menedzsment

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:**Dr. Ásványi Katalin**egyetemi docens, BCE GT*

EGY LÉPÉSEL KÖZELEBB AZ INTEGRÁCIÓHOZ

Kulcsszavak: fogyatékossgal élő személyek; integráció; érzékenyítő tréning; felsőoktatás, Q-módszer

Az oktatás területén az utóbbi időben egyre nagyobb hangsúly kerül a fenntarthatóságra, ami különféle kihívások elé állítja az oktatási intézményeket. Jelen kutatásom a fogyatékossgal élőkre fókuszál, és kiemeli a fenntarthatóság egy olyan területét, amely kevésbé elterjedt és népszerű. A fogyatékossgal élőkkel szembeni társadalmi elfogadás kulcsfontosságú lenne az élet minden területén, ezért a dolgozat célja a hallgatók edukációja és érzékenyítése a témában.

Az érzékenyítő tréningen 16 Corvinusos hallgató vett részt, melyet egy általános attitűdfelmérési kérdőív előzött meg, ami megmutatta a hallgatók fogyatékossgához és a fogyatékossgal élő személyekhez való hozzáállását. A tréningek során három különböző témakör került feldolgozásra, amelyek a mindennapi életben előforduló helyzetekre fókuszáltak. Az edukációs tréningeket követően újra felmérésre került a csoport attitűdje. Az ATDP skálát alapul véve Q-módszerrel mértem fel a hallgatók lehetséges preferenciaszerkezet-változását.

A kutatás fő kérdése az volt, hogy a tréningen résztvevő hallgatók attitűdjében történik-e preferenciaszerkezet változás, vagyis elfogadóbbá válnak-e mindennapi és munkahelyi környezetükben egyaránt a fogyatékkal élő és megváltozott munkaképességű emberekkel szemben, azáltal, hogy ismereteik bővülnek róluk. A kutatás során alkalmazott módszerek lehetővé tették a hallgatók attitűdjeinek feltárását, valamint annak mérését, hogy a tréningek milyen mértékben és mely területeken eredményezhetnek pozitív változásokat a fogyatékkal élő emberekkel szembeni hozzáállásukban.

Az oktatásnak köszönhetően a hallgatók attitűdjében és viselkedési preferenciáiban változás volt felfedezhető az oktatás, munka és mindennapi élet területén. A tréningssorozat hatására a hallgatók gondolkodásmódja és tudásszintje megváltozott, amely mélyebb megértést mutathat a fogyatékossgal élők társadalmi problémájáról. A kutatási eredmények megerősítették a fogyatékossgal élők elfogadását elősegítő kurzusok felsőoktatásba történő integrálásának fontosságát.

GAJDÁN GERGELY

gajdan.gergely@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 1. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

NAGY ÁGOSTON

nagyago11@gmail.com

alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Rosta Miklós

egyetemi docens, BCE

BUBI OR NOT BUBI? – A MOL BUBI SZOLGÁLTATÁS FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEIRŐL

Kulcsszavak: bike-sharing; Mol Bubi; innováció; szövegelemzés

A dolgozat célja, hogy javaslatokat tegyen a budapesti, közösségi kerékpármegosztó-rendszer, vagyis a MOL Bubi javítására. Ehhez elsőként irodalmi áttekintést végez a közszféra innovációk, valamint a bike-sharing témájában, illetve bemutatja a MOL Bubi fejlődését. A dolgozat kvantitatív szövegelemzési módszertant alkalmazva 453 kérdőívválaszt elemez. A beérkezett adatokat különböző szövegelemzési módszereknek veti alá. Elsőként megtisztítja az adatokat, majd a kapott értékeket alcsoportokra osztja. A folytatásban a tanulmány TF-IDF súlyozást felhasználva szógyakorisági vizsgálatot végez, majd szóbeágyazási-, valamint BERTopic modellezésnek is aláveti a beérkezett fejlesztésre vonatkozó szövegeket. A kapott eredmények alapján a dolgozat megállapítja, hogy válaszok beilleszthetők a nemzetközi irodalom által létrehozott négy nagy csoportba, amelyek a kerékpár, a bérleti rendszer, az infrastruktúra, valamint a biztonság. Ezek alapján a tanulmány három konkrét javaslatot tesz, amellyel fejleszteni lehetne a MOL Bubi rendszerét. Az első az érintettek bevonása az infrastruktúra fejlesztésének céljából, a második az elektromos rásegítéssel rendelkező kerékpárok bevezetése, a harmadik pedig a diverzifikált fizetési módszerek alkalmazása.

HEGEDÜS DÁNIEL

dan.hegedus.2001@gmail.com

Gazdálkodási és Menedzsment

BSc, 7. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Törőné Prof. Dr. Dunay Anna PhD

egyetemi tanár, NJE GTK

A GAMES WORKSHOP GROUP ELEMZÉSE CANVAS TÍPUSÚ ÜZLETI MODELLEK FELHASZNÁLÁSÁVAL

Kulcsszavak: üzleti modellek; canvas; terepasztalos játékok; éves beszámoló

Felnőttek minifigurákat tologatnak és kockákat dobálnak egy asztalon órákon keresztül? Lehet-e egy ilyen hobbiból sikeres vállalatot építeni? Hogy működik egy ilyen vállalat? A Games Workshop Group, mely immár 48 éve miniatűr hadijátékok tervezésével, gyártásával és forgalmazásával foglalkozik, mára évente több mint félmillió USA-dollár bevételt termel.

Tanulmányom célja ezen vállalat üzleti modellének leírása egy one pager üzleti modell, a Business Modell Canvas felhasználásával. A tanulmány során elkészült egy klasszikus és egy átalakított Business Model Canvas. A klasszikus modell csak a vállalat 2022-2023-as éves jelentése alapján, míg az átalakított modell a jelentés részletei és egy magyarországi vevők által kitöltött kérdőív alapján készült el.

A két modell összehasonlítása során különbségek kerülnek megállapításra a vállalat általános és magyarországi piaca között, melyekből megállapítható a vállalat saját kiskereskedelmi boltjainak hiánya Magyarországon, és annak hatásai.

STEFÁNIA PLANKÓ

plankofani@gmail.com

Health policy, planning and financing

MSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisors:

Prof. Dr. Valint Péter Brodsky

professor, BCE

Balázs Babarczy

research fellow, SE

WHAT ARE THE BENEFITS AND LIMITS OF OUTCOME-BASED FINANCING AND SOCIAL IMPACT BONDS IN THE FIELD OF HEALTH PROMOTION AND DISEASE PREVENTION?

Keywords: social impact bond; prevention and health promotion; healthcare financing

The prevalence of non-communicable diseases, the ageing population, and the increasing need for robust healthcare governance after the pandemic all lead to the importance of health promotion and disease prevention. Fiscal space for OECD countries is shrinking, making even scarcer the resources available for health promotion and disease prevention, an area that receives insufficient policy attention regardless of countries' fiscal status. A novel financing model could mitigate the issue of lacking investments in the public health field. In this paper, the viability, feasibility, advantages, and disadvantages of outcome-based contracting and social impact bonds will be examined rigorously. The methodology of this thesis involved a qualitative research approach, combining a systematic literature search and expert interviews to comprehensively evaluate the effectiveness of social impact bonds in health prevention. The literature review aimed to collate and synthesize existing research findings, providing a broad understanding of the topic, while the interviews with social investing experts and investors offered in-depth insights into practical experiences and opinions on SIBs. This dual approach enabled a balanced examination of both the theoretical framework and real-world application of SIBs, ensuring a robust analysis of their potential advantages and limitations in the context of public health. Together with the thematic analysis of the interviews and the key findings from the white and grey literature this paper collects and organizes in which areas and cases outcome-based financing can work best and the never realized benefits of this financing model. The study suggests that outcome-based financing may not be the most optimal instrument to address the lack of resources for health prevention programmes.

TÓTH BERNADETT

bernadett.toth3@stud.uni-corvinus.hu

Vezetés és szervezés

MSc, 1. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Havran Zsolt

egyetemi docens, BCE GTK

A TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁSOK ÉRTÉKTEREMTÉSE A SZABADIDŐSPORTBAN A SUHANJ! FITNESS ESETÉBEN

Kulcsszavak: sportgazdaság; társadalmi vállalkozások; SUHANJ!; szabadidősport; társadalmi innováció

A sport társadalmi beágyazottsága révén a társadalom szélesebb csoportjaira is hatást gyakorol. A társadalmi vállalkozások a nyereség elérése mellett egy társadalmi problémára igyekeznek megoldást nyújtani ezzel elősegítve a társadalom fenntartható fejlődését. A sport társadalmi beágyazottsága és a társadalmi vállalkozások célja megfelelő közeget biztosít a sportfókuszú társadalmi vállalkozások megvalósítására. A dolgozat ismerteti a társadalmi vállalkozások meghatározásait, valamint a sport, a társadalmi vállalkozások és a társadalmi innovációk kapcsolatát. Nemzetközi jó gyakorlatok és a szabadidősport piaci alapján kerül elemzésre a SUHANJ! Alapítvány és Fitness, mint sportfókuszú társadalmi vállalkozás. Szakértői interjúk és résztvevő megfigyelés segítségével egy esettanulmányon keresztül kerülnek bemutatásra a kutatás eredményei. A kutatás megerősítette, hogy a társadalmi vállalkozások esetében meghatározó a vállalkozó személye, a folyamatos fejlődés. Továbbá a SUHANJ! Alapítvány és Fitness elősegíti és támogatja a fogyatékossgal élő személyek társadalmi beilleszkedését a szabadidősport piacain és a szabadidősport-rendezvényeken keresztül. A kutatás eredményei a településfejlesztésben, a szociálpolitikában, valamint a sportpolitikában is hasznosak lehetnek, a szervezetfejlesztés mellett.

VASS JÚLIA

juliavass1216@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 1. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Molnár László
egyetemi docens, ME GTK*

A GENERATÍV NYELVI MODELLEK ISMERTSÉGE, HASZNÁLATA ÉS ELFOGADÁSA AZ EGYETEMISTÁK KÖRÉBEN

Kulcsszavak: mesterséges intelligencia; generatív nyelvi modellek; ChatGPT

A mesterséges intelligencia (MI) és különösen a generatív nyelvi modellek, mint a ChatGPT, egyre jelentősebb hatást gyakorolnak a felsőoktatás világára, mind a tanítás, mind a tanulás területén. Kutatásom célja, hogy átfogó képet nyújtson arról, hogyan ismerik, használják és fogadják el a generatív nyelvi modelleket az egyetemisták, és milyen tényezők befolyásolják ezen technológiák integrációját a tanulási folyamatba.

A dolgozat elméleti háttérét a Technology Acceptance Model (TAM) bővített változata adja, amely olyan tényezőket vizsgál, mint a technológiai önhatékonyság, az észlelt hasznosság, az észlelt könnyű használat és a felhasználói attitűd. Az elméleti keret segítségével feltárom, hogy ezek a változók milyen mértékben befolyásolják a generatív nyelvi modellek használatára irányuló szándékot, illetve tényleges használatukat. A kutatás során alkalmazott vegyes módszertan magában foglalja kérdőíves adatgyűjtést, amelyet egyetemisták körében végeztem, valamint mélyinterjúkat három szakoktatóval (marketing, műszaki és jogi területekről).

A kutatás eredményei azt mutatják, hogy a hallgatók többsége már találkozott generatív nyelvi modellekkel, elsősorban közösségi médián keresztül, és azokat leginkább tanulmányi célokra használják. Az észlelt hasznosság és az önhatékonyság kulcsszerepet játszanak a technológia elfogadásában, míg a könnyű használat inkább közvetett hatást gyakorol. Az oktatók körében megfigyelhető a technológia iránti nyitottság, ugyanakkor aggályok is felmerültek az etikai és adatvédelmi kérdésekkel kapcsolatban.

Kutatásom gyakorlati jelentősége abban rejlik, hogy javaslatokat teszek az egyetemek számára a generatív nyelvi modellek oktatásba történő tudatos és etikus integrációjára. A dolgozat hozzájárul a technológia-alapú oktatás elméleti és gyakorlati diskurzusához, valamint új irányokat jelöl ki a mesterséges intelligencia felsőoktatási alkalmazásának kutatásában.

Termelés- és szolgáltatásmenedzsment, logisztika, ellátási lánc menedzsment – Ellátási lánc menedzsment

Elnök:	Prof. Dr. Czakó Erzsébet	BGE
Társelnök:	Dr. Gyenge Balázs	METU
Tag:	Dr. Csíki Ottó	RO BBTE
Tag:	Dr. Vörösmarty Gyöngyi	BCE
Titkár:	Dr. Faludi Tamás	ME

BANDARA ADIKARI MUDIYANSELAGE

LAHIRU VIMUKTHI SENARATH

lahiruadikari1997@gmail.com

Supply Chain Management

MSc, 2. semester

Széchenyi István University

Kautz Gyula Faculty of Business and

Economics

Supervisor:

Dr. László Buics

associate professor, SZE KGK

DIGITAL TWINS IN SUPPLY CHAINS: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW ON CURRENT APPLICATIONS AND ENABLERS FOR A SUCCESSFUL ADOPTION

Keywords: digital twins; supply chain management; digitalization; industry 4.0

Digital Twins (DT) is a longstanding, yet emerging trend the industrial sectors are currently embracing. Amidst the diversified use across different industries ranging from aerospace to manufacturing to healthcare, DTs are extensively integrated throughout their respective value chains as well. This study aims to consolidate current DT applications used within Supply Chains (SCs) and identify key enablers in SCs that will facilitate a successful DT adoption. The highest level of DT adoption can be seen in the field of manufacturing and as a result, the readiness of manufacturing environments has been improved with a high maturity level during the last decade to facilitate this new technological implementation. With this success in manufacturing, the applications of DTs are now expanding to the SCs, but studies on the readiness of SCs for effective DT implementation remain unclear with sparse literature addressing this aspect. While the existing literature provides individual applications of DTs within fields in SCs, there is a need to identify how DTs can be used to improve the capabilities of SC. Based on keywords developed through the PEO model, open-access articles from the Scopus database were selected through a PRISMA screening and they were analyzed using a systematic literature review. A steep inclination in the number of articles related to DT was observed for the past 10 years, most of them in manufacturing. Yet, areas of SCs including procurement, logistics, and warehousing have been using DTs for a while, which have not been exposed to academic eyes. Advanced technological infrastructure, standardized processes, continuous improvement, knowledge workers, technologies like IoT, IIoT, AR/VR, and managerial support were identified as key enablers in the SCs for their successful adoption of DTs.

HAVRANEK EVELIN

havranekevelin1234@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Dr. Antal Anita

egyetemi docens, PE GKZ

HOVA VEZET, HA VEZET? - AZ ÚTDÍJRENDSZER HATÁSVIZSGÁLATA HAZAI ÉS NEMZETKÖZI PERSPEKTÍVÁBÓL

Kulcsszavak: útdíj; útdíjrendszer; hatásvizsgálat; költségnövekmény; közúti áruszállítás

A kutatás fókuszában magyar és Európa területén elhelyezkedő kiválasztott országok útdíjrendszere, a közúti áruszállításban betöltött szerepének vizsgálata áll. A 2023-2024-ben hazai és nemzetközi szinten bekövetkezett útdíjemelkedés miatt jelentősen megnőtt a fuvarozással foglalkozó vállalkozások úthasználatra fordított költsége.

Kutatásom célja a drasztikusan megemelt útdíjak hatásának felmérése a közúti áruszállítással foglalkozó vállalkozások gazdálkodására. Vizsgálom az iparági trendek érvényesülését a mintában, valamint összehasonlító elemzést készítek a hazai és nemzetközi útdíjrendszerek hasonlóságairól és különbségeiről. Továbbá értékelem a vállalkozások stratégiai lépéseit, és javaslatot teszek optimális megoldásokra.

Kutatási kérdéseim:

1. Milyen azonosságok és különbségek azonosíthatók a magyar és Európa területén elhelyezkedő kiválasztott országok útdíjrendszerében?
2. Milyen hatásai lehetnek az útdíj által okozott költségnövekménynek a közúti áruszállításban érintett cégek gazdálkodására?
3. Milyen mértékben érvényesültek az általános iparági trendek a vizsgált vállalkozások gazdálkodásában az elmúlt 5 évben?
4. Melyik válaszlépés, stratégiai megoldás lenne az optimális a vállalkozásoknál a költség növekmény kezelésére?
5. Okoz-e és ha igen, milyen kihívásokat okoz a digitalizációs trend az útdíj beállításával, teljesítésével kapcsolatosan?

Kutatásom módszertanilag esettanulmány, amely során szakértői kiválasztással a közúti áru fuvarozásban érintett vállalkozásokat elemzem. A primer kutatás során mélyinterjúkat készítek a kiválasztott vállalkozásokkal, illetve kérdőívet küldök ki a közúti áru fuvarozással foglalkozóknak a minta elemszámának növelése céljából. A kapott információkat statisztikai és pénzügyi módszerekkel dolgozom fel, melyhez technikai eszközként a MS Word-öt, MS Excel-t veszem segítségül.

Kutatásom eredményeként, hiánypótló jelleggel összehasonlító elemzés készül az útdíjrendszerek működéséről hazai és nemzetközi viszonylatban. Felsorakoztatom azokat a hatáselemeket, amelyek a drasztikus útdíj emelés következményeképpen megjelenhetnek a vállalkozások gazdálkodásában. A fuvarozási ágazatban általánosan megjelenő trendek vizsgálati mintán való érvényesülését mutatom be. Az útdíj emelkedés miatti költségnövekmény kezelésére javaslatot teszek az optimálisnak értékelhető megoldás kiválasztására és a jelenleg megállapított fuvardíjak alkalmazásához megadom az adott útvonalra vonatkozó fedezeti pont meghatározásának módszerét.

NGOC QUYNH TRAN NGUYEN

quynhtran0608@gmail.com

Supply chain management

MSc, 3. semester

Széchenyi István University

Kautz Gyula Faculty of Business and

Economics

Supervisor:
Dr. László Buics
associate professor, SZE KGK

A COMPREHENSIVE MODEL FOR THE ASSESSMENT OF DIGITALIZATION TRANSFORMATION IN SUPPLY CHAIN

Keywords: digital maturity; readiness; adoption; model design; digitalization transformation

The evolution of digitalization transformation has become integral to supply chain management (SCM) in the era of Industry 4.0, which organizations seek to build up for their competitive advantages. While numerous literature reviews address the transformation context, few reviews indicate the comprehensive digitalization transformation process till its application. This research aims to validate the self-proposed model by the author based on the premise Systematic literature review of 284 articles from Scopus and Web of Science databases. This model outlines a streamlined process of a digitalization transformation, beginning from data management to the integration of technology enablers, then ultimately contributing to decision making or consultation for SCM. The study provides three primary metrics to assess the model including readiness, adoption, and digital maturity with the aim of navigating companies' digital project in three different stages. A mixed-methods approach will be conducted on qualitative interviews and quantitative survey with SCM experts. Thematic analysis will be employed to extract and synthesize insights from the qualitative data, while correlation analysis and cluster visualization techniques will be applied to evaluate the survey responses. These semi-structured interview questions and survey questionnaire have been developed as part of the ongoing data collection process. The research design of the study provides an approach for model validation along with a process for companies to evolve their digitalization transformation, based on both expert perspective and the existing literature.

TRAN MY HA NGUYEN

nguyentranmyha20091998@gmail.com

Supply Chain Management

MSc, 3. semester

Széchenyi István University

Kautz Gyula Faculty of Business and

Economics

Supervisor:

Marah Samir Nayif Almelhem

assistant lecturer, SZE KGK

**THE ROLE OF ERP IN STREAMLINING PROCUREMENT PROCESSES: ANALYZING
THE IMPACT OF ORGANIZATIONAL CULTURE ON ERP IMPLEMENTATION
DECISIONS - A COMPARATIVE STUDY OF GIVAUDAN HUNGARY AND TOP
SOLVENT VIETNAM**

Keywords: procurement; ERP; organizational culture; decision-making

Recent years, the world has experienced significant changes which increases the uncertainty and disruptions of the supply chain operations, such as COVID-19 epidemic, rapid technological changes and geopolitical conflicts. In this context, the importance of Enterprise Planning System (ERP) has become more evident. By automating tasks, improving data management and enhancing supply chain visibility, ERP has become a powerful tool to streamline operations and strengthen organizational resilience. However, the ERP implementation doesn't only depend on technology capacities but also heavily relies on organizational culture. Although global markets nowadays have a strong connection between continents, different shades and cultures still exist within organizations, even those operating in geographical proximate regions. Factors such as resistance to change, decision-making style, national culture, and data management practices can impact significantly on the application and efficiency of ERP systems. This research aims to investigate the companies' willingness to implement ERP in their procurement operations or not, based on the organizational cultural differences and the impact of these cultural differences on the procurement decisions using the ERP. This study contributes to a comprehensive overview of the organizational cultural management differences between Vietnam and Hungary. Moreover, this study will explore the impact of ERP on streamlining procurement functions. To obtain these targets, structured literature review method is employed to compare the current situation between two companies: Givaudan in Hungary and Top Solvent Vietnam, as well as the impact of ERP on procurement operations. The findings of this research are adding valuable insights for business owners, managers and decision makers to consider the ERP implementation in different organizational cultures.

SIMON ÁRON

aronsimon20@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment alapszak

BSc, 7. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Jámber Zsófia

egyetemi adjunktus, BCE GTK

KOCKÁZAT-MENEDZSMENT AZ OMV HUNGÁRIA ÜZEMANYAG ELLÁTÁSILÁNCÁBAN

Kulcsszavak: ellátásilánc; válságkezelés; kockázatelemzés; olajipar

A huszadik század óta a kőolaj a világ egyik mozgatórugója lett. Rendkívül fontos szerepet játszik a modern világban, többek között a személyi közlekedés és az áruk szállítmányozása is nagyban múlik rajta.

Az olajipar ellátásiláncai meglehetősen komplexek és sok körülménynek ki van téve biztonságuk (például: időjárási viszonytárságok, természeti katasztrófák, technológiai balesetek, keresleti és kínálati válságok, politikai és geopolitikai instabilitás, stb.). Amikor ezek biztonsága meginog, sürgősen kezelni kell a fellépő problémákat, hiszen ez az iparág meghatározza rengeteg másik iparág stabilitását és hétköznapi termékek árait is.

A tanulmányom fő témája az OMV Hungária üzemanyag ellátásiláncában történő kockázat- és válságkezelések. Megvizsgálom az olajipar és az olajipari ellátási láncok sajátosságait, az olajipari ellátási láncok szereplőinek válságkezelési stratégiáit, megoldásait.

Kutatásom fő célja, hogy megtudjam, van-e általános jó gyakorlat az OMV Hungáriánál és az iparágban a válságok kezelésére. Az az előzetes várakozásom, hogy vannak olyan lépések, amelyek bármilyen krízis esetén segítik az olajipari vállalatokat a probléma megoldásában.

A vizsgált célcsoportomba tartoznak tehát az olajipari szereplők, amik közül kettővel interjút is készítettem: az OMV, illetve MSZKSZ szakembereivel. Az interjú alanyai mindkettő vállalatnál ellátási lánc és logisztika, valamint kereskedelmi területen dolgoznak, így részesei voltak több válság kezelésének is. Kisebb krízisek megoldásairól, illetve a 2021-22-es magyar benzin ár stop és a 2022-es schwechati finomító robbanás hatásairól is kérdezni fogom őket az interjú során.

Az adatgyűjtés, feldolgozás, elemzés és a következtetések levonása félig strukturált interjúk (elsődleges források), rendelkezésre álló és megkapott vállalati anyagok (másodlagos források), valamint egy általam összeállított iparági leírás (PESTEL elemzés) alapján történt. Utóbbit azért készítettem el, hogy a választott ellátási lánc környezeti beágyazottságát strukturált formában értelmezni lehessen. Kutatásom az OMV Hungária üzemanyag ellátásiláncának kockázatkezelésére összpontosít, különösen az elmúlt néhány év eseményeire.

TURBÉK KATALIN KITTI

turbekkitti@gmail.com

számvitel

MSc, 4. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Tóth Zsuzsanna Eszter
egyetemi tanár, ELTE GTK

BESZÁLLÍTÓK ÉRTÉKELÉSE FUZZY AHP ÉS TOPSIS MÓDSZEREKKEL AZ ORVOSI BERENDEZÉS GYÁRTÁSBAN

Kulcsszavak: fuzzy logika; minősítés; osztályozás; beszállítók kategorizálása; komplex rendszerek értékelő rendezése

Az ellátási láncon belüli szereplők sikeres együttműködésének egyik meghatározó menedzsment folyamata a beszállítók értékelése és ezek alapján a beszállítói teljesítmények fejlesztése. Az orvosi berendezésgyártásban ez hatványozottan igaz: e turbulensen változó iparágban a versenyben maradás záloga a folyamatos naprakészség és a kiváló minőség garantálása a legmodernebb technológiák felhasználásával.

A beszállítók értékelésére használt szempontrendszerek jellemzően sok szubjektív elemet tartalmaznak, amelyek nem, vagy csak nagyon nehezen számszerűsíthetők, így értékelésük jellemzően nyelvi változókkal (mint pl. alacsony, átlagos, magas) történik. Ez jelentős szubjektivitást és bizonytalanságot visz az értékelésbe, mert a kimenetel függ többek között az értékelő személyétől és a beszállítókkal való viszonyától is. A fellépő bizonytalanság megfelelő módszertani kezelésével a beszállítói teljesítmények konzisztensebb értékelése valósulhat meg.

A fuzzy logikára épülő módszertanok kombinált alkalmazása többszemponútú megközelítést kínál a bizonytalanságok kezelésére és lehetővé teszi azok beépítését a döntési modellbe. A hagyományos megközelítésekhez képest egyértelmű előnyük, hogy számszerűsíteni képesek olyan szempontokat, amelyeket hagyományosan nyelvi változókkal értékelnek. Dolgozatomban a Fuzzy Analytic Hierarchy Process (Fuzzy AHP) és Fuzzy Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution (Fuzzy TOPSIS) módszert alkalmaztam egy új beszállító értékelési rendszer kidolgozására egy orvosi berendezésgyártásban működő vállalat példáján keresztül. A Fuzzy AHP megközelítést a beszállító értékelésére használt fő- és alszempontok súlyozásának kialakítására, míg a Fuzzy TOPSIS-t a beszállítók értékelésére használtam.

A két módszer együttes alkalmazása lehetővé teszi a bizonytalanság kezelését oly módon, hogy megbízhatóbb és valósabb képet nyújt a beszállítók tényleges teljesítményéről. A kutatás célja megmutatni, hogy ezek a megközelítések egy sokkal mélyebb és kifinomultabb értékelést tesznek lehetővé a klasszikus értékelési módszerekhez képest. A dolgozat tárgyalja a módszertan általánosításának és továbbfejlesztésének kérdéseit, kitérve a menedzsment feladatokra.

VÉKÁSSY ESZTER ALEXANDRA

vekassy.eszter@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BSc, 7. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Nagy Judit

egyetemi docens, BCE GT

A COVID-19 JÁRVÁNY HATÁSAI A FARMAKOLÓGIAI ELLÁTÁSI LÁNCOKRA

Kulcsszavak: ellátási lánc menedzsment; farmakológia; Covid-19; ellátási láncok; vakcina

Kutatásomban a Covid-19 járvány hatásait vizsgálom a farmakológiai ellátási láncokra. A célja a dolgozatomnak az, hogy rámutassak arra a tényre, hogy a gyógyszeripari ellátási láncok mennyire sajátosak és ezáltal a Covid-19 járvány hatásai is egyedi módon jelentkeztek, illetve a Covid-19 elleni vakcinák ellátási láncai mennyire specifikusak a farmakológiai ellátási láncokon belül is. Továbbá bizonyítani szeretném, hogy a gyógyszeripari ellátási láncok igencsak sajátosan működnek. Számos elmélet és modell létezik a klasszikus ellátási láncok működtetése és kialakítása témakörében, ezek közül a legjelentősebbeket körbejártam az elméleti fejezetben, szem előtt tartva, hogy mire is lenne szükség a Covid-19 elleni vakcinák és farmakológiai termékek ellátási láncának kialakításakor. Ezen fejezetben belül összegyűjtöttem, milyen kihívásokkal kellett szembenéznie egy ellátási láncnak a pandémia következtében. Következő lépésben feltérképeztem a már meglévő, specifikusan a gyógyszeripari termékek és Covid-19 elleni vakcinák ellátási láncjaival foglalkozó szakirodalmakat és bemutattam a kutatások eredményeit összegezve, valamint összevettem a Covid-19 elleni oltóanyagok és egyéb farmakológiai ellátási láncok sajátosságait is. Kutatásom során mélyinterjúkat készítettem a gyógyszeripari ellátási lánc egyes szereplőivel, név szerint a következőkkel: a Richter Gedeon és az AstraZeneca gyógyszergyártó vállalatokkal, a Bellis Egészségtárral (nagykereskedő) és egy patikával (kiskereskedő). Ezek eredményeit kiértékelve hipotéziseim megerősítésére vagy cáfolására fog sor kerülni, miszerint a Covid 19-járvány komoly hatással volt a farmakológiai ellátási láncokra, továbbá, hogy a Covid-19 elleni vakcinák ellátási láncai eltérnek a megszokott farmakológiai ellátási láncoktól. Mind a négy hipotézis bizonyosságot nyert, a gyógyszeripari vállalatok speciális ellátási láncokkal rendelkeznek; a Covid-19 elleni vakcinák ellátási láncai eltérnek az átlagos farmakológiai ellátási láncoktól; a farmakológiai ellátási láncok működésében nagy eltérést eredményezett a normál működéshez képest a Covid-19 járvány és a farmakológiai ellátási láncok ellenállóbbak a sokkhatásokkal szemben. Továbbá azonosítottam milyen tényezőknek köszönhető, hogy a gyógyszeripari vállalatok könnyebben vészelték át a járványt. Ezek a következők voltak: zárt ellátási lánc, szoros kapcsolat a lánc szereplőivel és a normál működés során is a túlbiztosítás alkalmazása.

Termelés- és szolgáltatásmenedzsment, logisztika, ellátási lánc menedzsment – Termelés- és szolgáltatásmenedzsment

Elnök:	Dr. Antoni Alfonz	METU
Társelnök:	Prof. Dr. Demeter Krisztina	BCE
Tag:	Dr. habil. Berényi László	ME
Titkár:	Dr. habil. Berényi László	ME

BARABÁS BIANKA

b.barabasbianka02@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 3. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Prof. Dr. Kosztyán Zsolt Tibor
egyetemi tanár, PE GTK

Dr. Hegedűs Csaba
egyetemi docens, PE GTK

SZABÁLYOZÓ KÁRTYÁK, MINT DÖNTÉSTÁMOGATÓ ESZKÖZÖK ÜZLETI FOLYAMATOK ESETÉBEN

Kulcsszavak: folyamatszabályozás; döntéstámogatás; versenyelőny; szabályozó kártyák

A döntéstámogató eszközök fontos szerepet játszanak az üzleti életben, mivel segítséget nyújthatnak, hogy a komplex döntési folyamatokat hatékonyan tudják kezelni. Az üzleti környezet gyors változásai és az információk növekvő mennyisége miatt a vállalatoknak szükségük van olyan eszközökre, amelyek pontos adatokat, előrejelzéseket és elemzéseket biztosítanak számukra.

A TDK dolgozatomban újszerűségét az adja, hogy eddig a főként termelési és gyártási folyamatoknál használt szabályozó kártyákat, megpróbálom üzleti folyamatokra alkalmazni. A termelési és gyártási folyamatok esetében a folyamatszabályozás évszázados múltra tekint vissza, a projektek esetében pedig az ezredforduló környékén jelentek meg a megoldások. Az üzleti folyamatok esetében még nincs ehhez hasonló sok megoldás. Éppen ezért érdemes foglalkozni az üzleti folyamatok szabályozásával, valamint azzal, hogy ez a módszer alkalmas-e döntéstámogató eszköznek.

A dolgozatban két üzleti folyamat vizsgálata kerül bemutatásra, egy alkatrész beszerzési folyamat, mely valamilyen szinten még kapcsolódik a termeléshez, a másik, amely már ilyen szinten teljes mértékben független tőle egy toborzási folyamat. Az elemzés során valós időadatokkal dolgoztam. Abból a szempontból fontos ez a kutatás, hogy üzleti folyamatoknál is meg lehessen előre jóslni, hogy vannak-e olyan események, melyek azt fogják eredményezni, hogy a folyamat elveszti stabilitását és így még időben be tudunk avatkozni. Az eredmények következtében lehet javaslatokat megfogalmazni, hogy hogyan lehet a folyamat struktúráján változtatni, hogy az idő adatok módosuljanak.

A legnagyobb eredményt az jelenti, hogy láthatjuk, ez a módszer ugyanúgy működhet üzleti folyamatok szabályozásánál, mint projektek vagy termelési folyamatok esetében. És kellő mennyiségű információt tud biztosítani a döntéshozatal számára, mivel segítenek csökkenteni az emberi hibák kockázatát, növelik a döntéshozatal gyorsaságát és minőségét, valamint hosszú távon versenyelőnyt biztosíthatnak.

BUGYI ZSÓFIA EDINA

zsofia.bugyi@stud.ubbcluj.ro

Menedzsment

BSc, 5. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezető:
Dr. Szász Levente
professzor, RO BBTE*

A SZOLGÁLTATÁSMINŐSÉG FEJLESZTÉSE EGY ERDÉLYI NAGYFESZTIVÁL ESETÉBEN

Kulcsszavak: vevői hűség; vevői elégedettség; szolgáltatások

Az erdélyi fiatalok körében manapság alapvető program minden évben a VIBE Fesztivál. Ez a rendezvény egy találkozási pont számunkra, amely szórakozás mellett lehetőséget nyújt tanulásra és új emberek megismerésére is. De hogyan alakul a fiatal fesztiválozók igénye és hogyan alkalmazkodik ehhez a VIBE? Elég szolgáltatást nyújt? Fel tudja venni a versenyt a többi környékbeli rendezvénnyel? Többek között ezekre a kérdésekre keresem a választ kutatásomban. Célom a vevői megelégedettség feltérképezése, az elégedettség és a vevői hűség közötti összefüggések vizsgálata a 2023-as VIBE Fesztivál résztvevőinek körében. Egy kérdőíves kutatással felmértem ezt fel. A válaszok alapján és a rendezvény szervezőivel készített interjúk alapján fejlesztési javaslatokat tettem a rendezvény azon tényezőire vonatkozóan, amelyek a legnagyobb mértékben befolyásolják a vevői hűséget. A hosszútávú siker ugyanis a hűséges fogyasztók által érhető el és a hűségépítés alapja, hogy megismerjük a fogyasztók igényeit és elégedettségi szintjét.

GAJDÁCSI VANDA

gajdacsvanda@gmail.com

Gazdálkodási és Menedzsment

BSc, 7. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

KISS VIKTÓRIA

kissviki21@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Viharos Zsolt János

dékanhelyettes, tudományos főmunkatárs, NJE GTK

AZ IPAR 4.0 ÉS IPAR 5.0 SZEMPONTRENDSZER SWOT ELEMZÉSEL VALÓ ÖSSZEVETÉSE

Kulcsszavak: érettség; integrált; automatizáció; módszertan; technológia

TDK-dolgozatunkban az Ipar 4.0 és az Ipar 5.0 kialakulását, fogalmi hátterét, elemeit, valamint érettségi szempontrendszerét vizsgáljuk, ezt követően pedig részletezzük a SWOT elemzést. Összehasonlítjuk az Ipar 4.0-t és az Ipar 5.0-t egymással, majd az ebből kapott integrált szempontrendszert ütköztetjük a SWOT elemzéssel. Ezt követően az elméleti hátteret összevetjük a gyakorlati tapasztalatokkal, melyeket két vállalatnál végzett mélyinterjú során gyűjtöttünk és részletezzük, hogyan jelennek meg az említett elemzések a vállalatok életében. Dolgozatunk célja az Ipar 4.0-ból és az Ipar 5.0-ból egy integrált szempontrendszer kidolgozása, valamint annak feltárása, hogy ez az integrált szempontrendszer kiváltja a SWOT elemzés egy részét. Az Ipar 4.0 és Ipar 5.0 integrált szempontrendszer és a SWOT elemzés között a vállalat belső tényezőiben van több hasonlóság. A kutatásunknál alkalmazott mélyinterjúk során mindkét vállalatnál 3-3 releváns szakembernek tettük fel kérdéseinket, mely alapján sikerült az elméleti hátteret összevetnünk a gyakorlati tapasztalatokkal. Kutatásaink eredményeként megfogalmaztuk, hogy az Ipar 4.0 és Ipar 5.0 érettségi szempontok nagyrészt különböznek, de egy rendszerbe foglalhatóak. A SWOT elemzés több, mint 50%-át kiváltja az integrált Ipar 4.0 és Ipar 5.0 szempontrendszer. Az integrált Ipar 4.0 és Ipar 5.0 szempontrendszer a stratégiai tervezéshez nem elegendő, szükségesek még hozzá a SWOT elemzés egyes elemei is, ezért kidolgoztuk a mindhárom módszert integráló érettségi és fejlesztési menedzsment módszert. A kidolgozott, integrált módszer egyesíti a stratégiai és a technológiai (ipari forradalmak) érettségi és tervezési eszközeit. A kidolgozott, új menedzsment módszer validálásra került két vállalat esetén, megállapítható, hogy a vállalatok érettsége az integrált módszertannal kiértékelhető, azaz, az elméleti eredmények a gyakorlatban is jól alkalmazhatóak.

KURUCZ DÁNIEL

krczdnl@gmail.com

Műszaki menedzser mesterszak

MSc, 4. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Benedek Petra

egyetemi adjunktus, BME GTK

Kovács László

Ipar 4.0 témavezető, BME VIK

Dr. Tamás Kornél

egyetemi docens, BME GPK

SZERELŐSOR OPTIMALIZÁLÁS

Kulcsszavak: szerelősor; optimalizálás; folyamat; figyelés; fejlesztés

Manapság a vállalatok közötti verseny fő mozgatórugója a minőséget és a gyorsaságot hangsúlyozó új technológiák és megoldások bevezetése. Az automatizálás egyre nagyobb teret nyer és számos folyamatot már programozott gépek végrehajtanak. Az emberi kézzel történő munka azonban továbbra is elengedhetetlen az összeszerelésekénél. Ezeket a folyamatokat különféle stratégiákkal és eszközökkel tudjuk nyomon követni; esetünkben mindezt a gépi látás és a mesterséges intelligencia segítségével tettük. A megfelelő teszteléshez az alkatrészeket egy kit tálcával rendszereztük. Először egy 15 komponensből álló szerelvényt teszteltünk egy összeszerelő állomás esetében, szerelőnként 1-1 órás feladatok ellátása közben. A második körben 30 darab LEGO összeszerelését teszteljük 3 pozícióban egyidejűleg, nem optimalizált környezetben.

Az alábbi következtetéseket lehet levonni:

- Az emberek tanulása és elfáradása jelentősen befolyásolja az összeszerelési időt, ami azt bizonyítja, hogy szükség van a folyamatos figyelésre, ellenőrzésre. Eddig csak a betanulás jellemzőit azonosítottuk. További mérések szükségesek.
- Célunk egy 3 összeszerelő állomásból álló folyamat optimalizálása a folyamat folyamatos figyelésével. Ezt nem optimalizált környezetben előzetesen teszteljük.
- A valós idejű mérések lehetővé teszik a tevékenységek dinamikus újraelosztását az operátorok között. Ezáltal rövidebb idő alatt több termék állítható elő.

MAJOROS CSABA MÁTÉ

csabamajoros1231@gmail.com

Ellátásilánc-menedzsment

MA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Dr. Bányai Kornél

főiskolai docens, BGE KVIK

DIGITALIZÁCIÓ KITERJESZTÉSE A FOLYAMATMENEDZSMENT ESZKÖZRENDSZERÉBEN: A FOLYAMATBÁNYÁSZAT LEHETŐSÉGEI

Kulcsszavak: folyamatbányászat; folyamatmenedzsment; digitális transzformáció; döntéstámogatás; teljesítménymérés

Az OTDK dolgozat a folyamatbányászat eszközeinek lehetséges alkalmazásait és integrálását vizsgálja a vállalati teljesítményértékelés és a folyamatmenedzsment területén. A kutatás során egy O2C (Order-to-Cash) folyamat adatait elemeztem a Power BI és a Power Automate folyamatbányász eszközzel és összehasonlítás végeztem, hogy választ kapjak a vizsgált tudományos kérdések: Hogyan segíti elő a folyamatbányászat a vállalati folyamatok hatékonyságának növelését? Hogyan alkalmazható a folyamatbányászat a vállalati döntéstámogatás javítására? A kutatás eredménye azt igazolta, hogy a folyamatbányászat kiterjesztése a hagyományos KPI-okra épülő statikus teljesítményértékelés és döntéstámogatási rendszerrel jelentősen javítja a folyamatok eredményeinek megértését. A hagyományos teljesítmény értékelési rendszert ki kell bővíteni a folyamatbányászattal, hogy támogassa a proaktív döntéshozatalt. A kutatás gyakorlati javaslata az, hogy e két módszertan együttes alkalmazása nyújt arra lehetőséget a vállalatoknak, hogy mind a statikus és dinamikus eszközökkel egyaránt értékeljék, fejlesszék és menedzseljék a folyamataikat. Ezáltal átfogó holisztikus képet kapjanak a vállalat valós működéséről. A döntéshozatali rendszer fejlesztése nem csupán az üzleti hatékonyságot növeli, hanem hozzájárul a vállalat versenyképességének hosszú távú megőrzése érdekében.

Területfejlesztés

Elnök:	Somlyódyné Prof. Dr. Pfeil Edit PhD	SZE
Társelnök:	Prof. Dr. Tóth Tamás	MILTON
Tag:	Dr. Kengyel Ákos	BCE
Tag:	Dr. habil. Kovács Róbert	KRE
Titkár:	Dr. Molnárné Dr. Konyha Csilla	ME

BODNÁR SZILÁRD

szilardb@stud.uni-obuda.hu

Műszaki Menedzser

BSc, 8. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:
Dr. Katona Ferenc
adjunktus, OE KGK

BUDAPESTI ELHAGYOTT PINCÉK HASZNOSÍTÁSA A FENNTARTHATÓSÁG FIGYELEMBEVÉTELÉVEL

Kulcsszavak: fenntarthatóság; újrahasznosítás; gombatermesztés; kávézacc; városi pincék

A dolgozat célja a budapesti elhagyatott és korszerűtlen pincék újrahasznosítási lehetőségeinek vizsgálata a fenntarthatóság és az alternatív hasznosítási területek szempontjából. A kutatás két fő irányt emel ki: a kávézacc alapú gombatermesztést, valamint a pincék energiatakarékos hűtőházként történő hasznosítását.

A vizsgálatok alapján a kávézacc újrahasznosítása laskagomba termesztésére jelentős gazdasági és környezeti előnyökkel járhat. Az elhagyott pincék állandó hőmérséklete és magas páratartalma ideális feltételeket biztosít a gombatermesztés számára, miközben csökkenti a hulladékképződést. A pincék hűtőházként történő alkalmazása szintén jelentős energiamegtakarítást eredményezhet, hozzájárulva a városi környezet fenntarthatóbb működéséhez.

A kutatás rávilágít arra, hogy a városi infrastruktúra és az erőforrások kreatív újragondolása nemcsak környezeti, hanem gazdasági szempontból is előnyös lehet. Az eredmények alapján javaslatok fogalmazhatók meg a fenntartható városfejlesztés és az újrahasznosítás területén. A dolgozat különösen releváns azok számára, akik a fenntarthatóság és az urbanisztikai fejlesztések közötti kapcsolódási pontokat vizsgálják.

GRUBER MÍRA

grubermira14@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Dániel Zoltán András

egyetemi docens, PE GTK

A BALATONBOR MINT EGYÜTTMŰKÖDÉSI MODELL: KLASZTERESEDÉS A BALATON RÉGIÓBAN

Kulcsszavak: klaszter; védjegy; bor; BalatonBor; borklaszter

Dolgozatom célja a BalatonBor mint lehetséges klasztermodell elemzése. A Balatonbor a Balaton borrhéio borászatainak egyedülálló összefogását képviseli, és az első régiós bormárkaként jött létre Magyarországon. Az elméleti háttér fókuszában a klaszterek gazdasági szerepének ismertetése áll, majd kitérek a védjegyek jelentőségére és a klaszterek és védjegyek közötti összefüggésekre. A dolgozatban bemutatásra kerül a BalatonBor brandet megalkotó Balatoni Kör, valamint a klaszter létrehozásának alapjául szolgáló Balaton környéki borászati hagyományok, és a fejlődő borturizmus is.

Kutatásomban átfogó képet kívánok adni a BalatonBor klaszter felépítéséről és működéséről, az együttműködés sikeres területeiről, céljairól, a termelők motivációiról, valamint a klaszterekre jellemző vonások megjelenéséről. Az adatgyűjtéshez kérdőíves és interjúk módszert alkalmaztam, majd a kapott információkat Porter gyémánt-modelljét alapul véve értékeltem ki, vizsgálva a klaszteresedés előnyeit.

A kapott kutatási eredmények alapján kijelenthető, hogy a BalatonBor valóban klaszternek minősül, hiszen annak felépülését és működését tekintve számos klaszterjellemző érvényesülni látszik. Az együttműködés sikerességére vonatkozóan a klaszterben részt vevő termelők elégedettségi szintje rendkívül vegyesnek mondható, de összességében a tudásmegosztás, a tapasztalatcsere és a kapcsolatépítés fontos szerepet játszik a klaszter fejlődésében.

KOVÁCS-KÖVÁGÓ ORSOLYA

borostea@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MA, 3. félév

Tokaj-Hegyalja Egyetem

Témavezető:

*Dr. habil. Köpeczi-Bócz Tamás
egyetemi docens, THE*

A RÁKÓCZI HAGYATÉK HATÁSAI A TOKAJ-HEGYALJA ÉS ZEMPLÉN RÉGIÓRA- AZ ÖRÖKSÉG VEZETTE TÉRSÉGI REGENERÁCIÓ

Kulcsszavak: örökségturizmus; történelmi hagyaték; Rákóczi család; regionalitás; versenyképesség

A dolgozatom fő témája az örökségvédelem és a Rákóczi fejedelmekhez és családkhoz kapcsolódó örökség szerepe a Tokaj-Hegyalja és Zemplén régióban. A dolgozat célja, annak a felderítése, hogy mennyire erős a kötődés a régióban, ehhez a történelmi örökséghez, valamint, hogy milyen beruházásokon, ágazatokon keresztül jeleníthető ez meg. A kutatásomhoz a releváns szakirodalom feldolgozását és kiértékelését választottam az elméleti háttér ismertetése során. Továbbá készítettem egy saját gyűjtést a kutatási témához kapcsolódóan a régióban, melyet felhasználtam a gazdasági hatáselemzésem, valamint a végső kiértékelés elkészítéséhez. A kutatásom fókuszában a Rákóczi családhoz köthető örökségi helyszínek és emlékek összegyűjtése áll a régióban, valamint megvizsgáltam a kulturális és társadalmi mutatókat is a régióban, tehát az itt fellelhető muzeális intézmények számát, látogatottságát, valamint a régióban történő beruházások mértékét. Az elemzésem végére arra a következtetésre jutottam, hogy a felvetésem beigazolódott, miszerint a térségben kiemelt jelentőségű a Rákóczi történelmi hagyaték kezelése és jelenléte.

MENYIK JÚLIA RITA

mj.menyik.julia@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment alapszak

BSc, 7. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kárpáti József

dékan, egyetemi docens, NJE GTK

FIATALOK LAKÁSKÖRÜLMÉNYEI ÉS LAKÁSHOZ JUTÁSI LEHETŐSÉGEI KECSKEMÉTEN / HÁROM NÉPSZÁMLÁLÁS ADATAINAK TÜKRÉBEN /

Kulcsszavak: fiatalok lakáshoz jutása; kecskeméti ingatlanpiac; népszámlálási adatok; gazdasági fejlődés

Magyarországon kiemelt jelentőséggel bír jelenleg a fiatalok lakáshoz jutásának kérdése. Kecskemét az elmúlt két évtizedben jelentős gazdasági és társadalmi változásokon ment keresztül, melyek hatással vannak az ingatlanpiacra is.

A kutatás célja, hogy egy átfogó képet nyújtson a kecskeméti fiatalok lakhatási helyzetéről, valamint lakáshoz jutási attitűdjeiről a városban. Dolgozatomban arra kerestem a választ, hogy a húszas éveikben járó kecskeméti fiatalok számára könnyebb, avagy nehezebb lett-e a lakásszerzés azzal, hogy Kecskemét gazdasági környezete az elmúlt két évtized során jelentősen megváltozott.

A kutatás a KSH (Központi Statisztikai Hivatal) 2001-es, 2011-es és 2022-es kecskeméti népszámlálás adataira, - melyet a három időszak 20 és 29 év közötti korosztályára szűrt perspektívájából vizsgáltam meg -, valamint primer kutatást keretein belül egy online kérdőíves felmérésre (N=142) támaszkodott.

Dolgozatom kitért Kecskemét lakónépesség számának csökkenésére; gazdasági szerkezetének átalakulására; az ingatlanok négyzetméterárainak emelkedésére; az átlagkeresetek növekedésére, valamint a lakáshitelezés és az állami támogatások helyzetére.

A népszámlálási adatok elemzése feltárta a fiatalok lakosságszámában bekövetkezett országos tendenciát meghaladó mértékű csökkenését, a fiatalok körében állandónak mondható lakásméretet (60-79 m²), a fiatalok lakástípus-preferenciáinak változásait: panellakások iránti keresletük csökkenését és a minőségibb falazatú ingatlanok iránti keresletük növekedését, valamint a lakáshasználati jogcímekben bekövetkezett változásait, mely alapján egyre több fiatal mozdul el a bérlemények felé.

A kérdőíves felmérés eredményei szerint a kecskeméti fiatalok korábban hagyják el, valamint tervezik elhagyni a szülői házat az uniós átlaghoz képest. A válaszadók többsége szerint csak külső források igénybevételelél valósítható meg Kecskeméten a saját lakásszerzés és több mint kétharmada csak társsal együtt tudja anyagilag elképzelni az otthonteremtést. A kutatás rávilágított a kecskeméti fiatalok lakáshitelhez kapcsolódó attitűdjeire és pénzügyi ismereteik hiányosságaira is.

A kutatás eredményei igazolták, hogy az elmúlt huszonegy év során Kecskemét gazdasági környezetének átalakulása nagyrészt biztosította a fiatalok gazdasági-megélhetési lehetőségeit, azonban ezzel egyidejűleg jelentős változások mentek végbe lakáskörülményeiket és a lakáspiacot illetően is, ami a lakásszerzés anyagi hátterében további kihívásokat eredményez rájuk nézve.

NÉMETH LAURA

nemethlaura317@gmail.com

Vidékfejlesztési agrármérnök

BSc, 7. félév

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság

Intézet

Témavezető:

Dr. habil. Ritter Krisztián
egyetemi docens, MATE VFGI

TELEPÜLÉSIMÁZS ÉS TELEPÜLÉSMARKETING SZEREPE HÉVÍZEN, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A TURIZMUSRA ÉS A FENNTARTHATÓ TELEPÜLÉSFEJLESZTÉSRE

Kulcsszavak: Hévíz; turizmus; hungarikum; településfejlesztés

Az OTDK munkám célja Hévíz településmarketingjét, turizmusát, városfejlesztési tevékenységét és versenyképességét meghatározó tényezők átfogó elemzése, különös tekintettel arra, hogy ezek a tényezők miként járulnak hozzá a város gazdasági sikeréhez, és hosszú távú fejlődéséhez. A kutatás célja, hogy feltárja, hogyan használhatók a városmarketing eszközei Hévíz imázsának javítására és a helyi identitás erősítésére, továbbá, hogy megvizsgálja a fenntartható turizmus lehetőségeit, valamint a település, mint "termék" és a hungarikumok szerepét a város fejlődésében.

Az elméleti részében a településfejlesztést vizsgálom, azon belül a települést, mint terméket, valamint a településmarketing különböző aspektusaira térek ki, bele értve a város imázsépítést. Továbbiakban a fenntartható turizmus lényegét járom körbe.

Szekunder adatok és források felhasználásával ismertetem a település társadalmát, a város óvodai és iskolai lehetőségeit, orvosi lehetőségeit, turisztikai kínálatát, a város hungarikumát, kulturális jegyeit és a település gazdaságát, továbbá kifejtem a település erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit és veszélyeit egy SWOT elemzés által.

A gyakorlati részében a lakosság körében végeztem kutatást, illetve a Magyarországon élők körében egy turisztikai vizsgálatot csináltam kérdőíves felmérések segítségével, valamint mélyinterjúkat készítettem a településen lévő Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. képviselőivel, hogy feltérképezsem a településfejlesztés, városmarketing és a fenntartható turizmus elemeit.

Mind a kettő kérdőíves kutatás és a mélyinterjúk segítségével külön figyelmet fordítok arra, hogy megvizsgáljam a település jelenlegi helyzetét, a városimázs fejlesztésének lehetséges irányait, valamint a város turisztikai vonzerejét és a helyi gazdaság versenyképességét. SWOT-elemzés segítségével feltérképeztem a település erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit és veszélyeit, miközben az „okos város” és az „okos marketing” koncepcióinak alkalmazhatóságát is elemeztem Hévíz példáján keresztül.

A kérdőíves kutatások és a mélyinterjúk, illetve a SWOT-analízis eredményei alapján választ kaptam az általam felállított hipotézisek mennyire teljesültek Hévíz tekintetében, ezáltal következtetéseket vontam le Hévíz jelenlegi gazdasági, társadalmi, és fejlettségi helyzetéről. Továbbá javaslatokat tettem Hévíz város fejlesztésére, különös tekintettel az új városimázs kialakítására, a fenntartható turizmus erősítésére, a város gazdasági és társadalmi kihívásainak kezelésére.

SZEKERES BENCE ISTVÁN

benyo.bence@gmail.com

Vidékfejlesztési agrármérnök

BSc, 5. félév

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság

Intézet

Témavezető:

Dr. habil. Ritter Krisztián

egyetemi docens, MATE VFGI

A BEVÁSÁRLÓ KÖZÖSSÉGEK MŰKÖDÉSÉNEK, SZEREPÉNEK ÉS HATÁSÁNAK VIZSGÁLATA AZ ESZTERGOMI KISKOSÁR BEVÁSÁRLÓ KÖZÖSSÉG PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Kulcsszavak: bevásárló közösség; helyi termék

OTDK munkám a bevásárló közösségekkel foglalkozik, az Esztergomban található Kiskosár Bevásárló Közösség példáján keresztül. A dolgozat egyik kiinduló kérdése volt a digitalizáció szerepének vizsgálata egy alternatív értékesítési felület esetén. Esztergomi lakosként a városban található bevásárló közösséget választottam mintaként. A Kiskosár Bevásárló Közösség 2012 óta aktív, és egy stabil termelői, illetve vevői körrel rendelkezik.

A kutatás során mélyinterjúkat készítettem a közösség szervezőivel, a termelőkkel, illetve a városvezetéssel, hisz az ő irányításuk alatt működik a városi piac is. Kérdőíveket készítettem a helyi lakosok számára, a bevásárló közösség fogyasztóinak, illetve a termelők számára is. A mélyinterjúk többségét személyesen ejtettem meg, egyedül az önkormányzat kapcsán történt online módon. A kérdőívek online lettek kiküldve.

A sokszínű kutatási paletta alapvetően azt a célt szolgálta, hogy a későbbiekben tervezendő kutatásaim érdekében rendelkezzek tapasztalattal. A kérdőívek közül a lakossági megkérdezés a helyi termékkel kapcsolatos attitűdökkel, míg a Kiskosár közösség tagjait célzó kérdőívek pedig magának a közösségnek az értékelésével foglalkozott.

Összességében, a helyi termék kapcsán megfigyelhető a tudatosság, ellenben a lakosság inkább az "egyszerűbb utat választja", és üzletláncoknál vásárol. A termelők kapcsán meglepő volt számomra, hogy milyen kis mértékben függenek a Kiskosár Bevásárló Közösségtől, és még inkább meglepő volt a közösség melletti kitartásuk, ugyanis tényleges közösséget látnak, nem csupán vásárlókat. A digitális megjelenés kapcsán pedig fő megállapítás volt, hogy attól nem feltétlenül jó a marketing, mert sokan látják.

SZULTOS BOGLÁRKA
bogiszultos@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BSc, 8. félév

Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

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

HAZAI KLASZTEREK SIKERESSÉGI KRITÉRIUMAINAK VIZSGÁLATA A NYUGAT-DUNÁNTÚLI RÉGIÓ PÉLDÁJÁN

Kulcsszavak: klaszterek; sikerességi kritériumok; kkv szektor; fejlesztés

A klaszterek termékeny környezetet biztosítanak a kkv-knak az innovációhoz, valamint a nagyvállalatokkal és nemzetközi partnerekkel való kapcsolatok kiépítéséhez. Ezért a klaszterpolitikák kialakításakor a döntéshozóknak figyelembe kell venniük a kkv-kban rejlő hatalmas potenciált. A klaszterszervezetek személyre szabott üzleti támogatási szolgáltatások széles skáláját kínálják, különösen a kkv-k számára, hatékonyan kiegészítve a kkv-k támogatásának meglévő formáit. Ezek a szolgáltatások elősegítik az együttműködést a kkv-k között, valamint a nagyvállalatokkal és kutatóintézetekkel.

Dolgozatomban a Nyugat-dunántúli régió klasztereit, valamint tagvállalatait vizsgáltam meg a kapcsolat erőssége alapján, valamint a klaszterek előnyeit szerettem volna kideríteni. A kkv szektor számára a klaszterek is egy olyan innovációt képesek nyújtani, melyek segítik őket a piacon való sikeres versenyben maradáshoz. Céljaim között szerepelt az, hogy a hazai egy főre jutó GDP által a hazai rangsorban harmadik helyen elhelyezkedő Nyugat-dunántúli régió klasztereinek iparági működéseit feltérképezzem, illetve hazánk legrégebbi klasztere alapján, a PANFA sikerességi kritériumait elemezzem, hogy milyen lehetőségeket nyújtanak a kkv tagoknak, és mennyire követik a nemzetközi trendeket.

A kutatásom során a klaszterekkel strukturált interjút készítettem, melynek lényege az álláspontjuk megvizsgálása volt, hogy átláthatóbb képet kaphassak az együttműködési forma mindennapos tevékenységéről, működéséről, és az előbb említettek kifejtett hatásáról a magyar kkv szektorra. A dolgozatomhoz nélkülözhetetlennek tartottam a kkv szektor oldalának a megvizsgálását is. Olyan kkv-kat kerestem fel, akik tagok egy klaszter életében. A fő célom az volt, hogy kiderítsem azt, hogy milyen módon profitálhatnak a kkv-k az efféle együttműködési hálózatnak köszönhetően. Vizsgálataim során az innovációt a továbbképzésben látják mind a klaszterek és mind a kkv-k, nem pedig egy konkrét termék esetleg szolgáltatás fejlesztésében mérve. Ez egy sikeres válasz lehet a magyarországi kkv-k fejlődésének lehetőségében.

SZULTOS BOGLÁRKA

bogiszultos@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 2. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Tobak Júlia

tudományos munkatárs, PE GTK

KULTÚRA, MINT KREATÍV GAZDASÁGFEJLESZTÉSI ESZKÖZ – FÓKUSZBAN A PAJTA PROGRAM

Kulcsszavak: kreatív város; kultúra; gazdaságfejlesztés; Pajta Program; EKF

A kultúra gazdasági szerepének elemzése és gazdaságfejlesztéssel való viszonyának kapcsolata egyre nagyobb jelentőséggel bír napjainkban. A kulturális és kreatív iparágakat érdemes beépíteni a regionális és helyi fejlesztési stratégiákba. Annak érdekében, hogy előmozdítsák a hagyományos kulturális értékeket, motiválják a kreatív vállalkozások fejlődését, támogassák az infrastruktúrába valamint a humán tőkébe történő befektetéseket, és továbbgyűrűző hatásokat generáljanak a tágabb helyi gazdaságra. A Pajta Program egy olyan kezdeményezés, amely a kulturális tényezők kiaknázására összpontosítva, új lehetőségeket teremt a gazdasági fejlődés, valamint a hosszú távú fenntarthatóság szempontjából.

Kutatásomban azon településekre helyeztem a fókuszot, ahol a Pajta Program, a Veszprém-Balaton 2023 Európa Kulturális Fővárosa pályázat keretében megvalósulhatott, és elnyerte a támogatást. A mintavétel hibrid formában valósult meg. A megvalósult 18 kvalitatív strukturált interjú során, arra kerestem a választ, hogyan lehet a helyi közösségek kreatív energiáját bevonni a gazdasági folyamatokba. A vizsgálat során kiemelem azokat a kulcsfontosságú elemeket, amelyek a kultúra és a kreativitás integrálásával hozzájárulnak a helyi közösségek versenyképességének és életképességének a növeléséhez, túlmutatva azon, hogy ezekben a kezdeményezésekben milyen potenciális gazdasági előny rejlik.

VARGA OLIVÉR DÁNIEL

vargaoliver@ymail.com

Regionális és környezeti gazdaságtan Msc

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Társadalomtudományi TDK

Témavezető:

Lieszkovszky József Pál
egyetemi adjunktus, BCE

„MEGYÜNK A TELEKRE” – A KÜLTERÜLETI MÁSODIK OTTHONOK NYOMÁBAN

Kulcsszavak: második otthonok; külterület; településföldrajz; Magyarország; ingatlanhasználat

A dolgozat célja a magyarországi szabadidős ingatlanok, különösen ezek külterületi állományának vizsgálata a nemzetközi interdiszciplináris szakirodalom megközelítéseinek tükrében. A kutatás feltárja a külterületek szabadidős ingatlanainak változó szerepét, különös tekintettel az agglomerációs övezetek átalakulására, ahol az egykori nyaralók egyre inkább lakóingatlanokká alakulnak át. Módszertani szempontból népszámlálási adatok, építéshatósági statisztikák és egy szakértői interjú adta a vizsgálat gerincét. A dolgozat fő megállapítása az, hogy a rendelkezésre álló adatforrások elavultak, a jelenlegi trendek meghatározása ezek alapján tehát nem lehetséges. Ettől függetlenül az világosan látható, hogy a nyaralóépítések tekintetében drasztikusan csökkenő tendencia figyelhető meg a rendszerváltás óta. Továbbá kijelenthető, hogy a második otthonok tudományos kutatása Magyarországon tudományterülettől függetlenül fragmentált és szigetszerű, de számos további vizsgálati lehetőséget kínál, különösen a posztmodern turizmus és a vidéki területek változásának kontextusában.

Tőke- és pénzpiacok – Pénzügyi piacok – makrogazdasági és politikai hatások

Elnök:	Prof. Dr. Belyó Pál	EDUTUS
Társelnök:	Dr. habil. Erdey László	DE
Tag:	Dr. Csorba László	EKKE
Tag:	Prof. Dr. Takács István	OE
Titkár:	Bereczk Ádám	ME

ANGYAL ZSOLTNÉ

angyalne.anita@gmail.com

gazdálkodás és menedzsment

BA, 4. félév

Tomori Pál Főiskola

Témavezetők:

Prof. Dr. Melles Hagos Tewolde

főiskolai tanár, TPF

Dr. habil. Hegedűs Mihály

főiskolai tanár, TPF

A PÉNZ ÉS A BANK EVOLÚCIÓJA A KEZDETEKTŐL NAPJAINKIG

Kulcsszavak: pénz; bank; fejlődés; digitalizáció; változás

A szakirodalmi áttekintést nyújtó szakdolgozat célja, hogy átfogó képet nyújtson a pénz és a bankrendszer kialakulásáról, fejlődéséről, a társadalomra gyakorolt hatásairól, valamint vizsgálat alá veszi a jelenkorban zajló, a pénzt és a bankrendszer működését érintő változásokat.

Az átfogó téma vizsgálatához használt kutatómódszertan a múltra vonatkozóan a meglévő, mindenki számára publikus szakirodalmi áttekintés volt. A jelen és a jövő szempontjából viszont az internet nyújtotta lehetőségeken túl, a munkám során elérhető bővebb körű információk, valamint rengeteg gazdasági podcast adás meghallgatása során nyert információ került felhasználásra. A makrokörnyezeti változások pénzforgalomra és a bankrendszerre gyakorolt hatásainak vizsgálatánál PESTEL analízist végeztem. Az inkumbens és a neobankok közötti különbségek felmérése érdekében pedig SWOT elemzést készítettem.

A vizsgálat eredményeként kimutatható, hogy bármely korban bekövetkező változás esetén az egyik legfontosabb emberi tulajdonság, a bizalom jelentette az egyes pénzek, pénzhelyettesítő eszközök, bankok társadalmi elfogadásának és széles körű elterjedésének az alapját. A bizalom hiánya pedig válságok okozója lehet. A bizalom kialakulásához szorosan kapcsolódik a garancia iránti igény, amely az állami szerepvállalás szükségességét eredményezte. A jelenkorban zajló digitalizáció és a pénzügyi innováció, jelentős és lényegesen gyorsabb ütemű változásokat idézett elő a több száz év alatt kialakult pénzügyi infrastruktúrában és hatására a pénzhelyettesítők fogalomtárában is új eszközök jelennek meg. A személyesség egyre inkább eltűnik a banki ügyintézésből is, a digitális világnak kell kiállnia a bizalom próbáját. A vizsgálat kimutatta, hogy jelenleg az emberek életét és a társadalmat érintő jelentős változás elején tartunk, amelyben az inkumbens és a FinTech szektor a kölcsönös együttműködésre törekszik, egymás termékeit használja és a folyamatokban az állam is megjelenik erőteljes szabályozói és részvételi szándékkal. A jelenben zajló folyamatok kimenetele biztonsággal nem prognosztizálható, így olyan változásokat vetítenek előre, amelyet folyamatosan érdemes kutatni annak érdekében, hogy lépést tudjunk tartani a fejlődéssel és vizsgálhassuk annak hatásait.

BEKE SÁRA ADRIA

bekesaraadria@gmail.com

nemzetközi gazdálkodás

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Antalóczy Katalin

főiskolai tanár CSc, BGE KKK

EL CAMINO: ÚT A MEXIKÓI PÉNZÜGYI STABILITÁS FELÉ

Kulcsszavak: Mexikó; pénzügyi stabilitás; washingtoni konszenzus; Latin-Amerika

A latin-amerikai térség a függetlenedési hullámot követően folyamatosan különböző válságok centrumát képezte, hiszen akut problémát jelentett például a folyamatos adósságsapdába kerülés. Az utolsó legjelentősebb, globális szinten továbbgyűrűző válság a térségben az 1994-es mexikói tequila válság volt, melynek hatása Magyarországon is érezhető volt, többek között hozzájárult a Bokros-csomag bevezetéséhez is. Mára már Mexikó a korábbi pénzügyi problémák ellenére a latin-amerikai térség egyik legnagyobb gazdaságává vált, emellett szerepe világ gazdaságban is jelentős. Ehhez nagyban hozzájárult az 1980-as, '90-es években végbemenő pénzügyi stabilitás érdekében történő gazdaságpolitikai intézkedések.

Kutatásom célja ismertetni Mexikó pénzügyi stabilitás felé vezető útját az 1982-ben bekövetkezett fizetéképtelenségét követően a Washingtoni Konszenzus 10 pontján keresztül, ezt követően pedig vizsgálni az ország jelenlegi gazdasági helyzetét, valamint felhívni a figyelmet a jelenleg legsürgetőbb gazdasági problémákra.

Mindezek alapján kutatásom során az alábbi kérdésekre keresem a választ: Melyek voltak Mexikó legfőbb gazdasági problémái a washingtoni konszenzus létrejöttét megelőzően? Mi az a „Washingtoni konszenzus”, miért született és mik az ajánlásai? Mit alkalmazott Mexikó gazdaságpolitikája a megfogalmazott javaslatokból? Milyen egyéb tényezők járultak hozzá a korábban válságokkal küszködő ország gazdasági stabilitásának eléréséhez? Milyen Mexikó gazdasági helyzete jelenleg? Melyek a napjainkban jelenlévő főbb gazdasági problémák Mexikóban?

Kutatásom várható eredménye választ kapni az előbbieken megfogalmazott kutatási kérdéseimre.

Kutatásom során szekunder kutatási módszerrel dolgozom a téma tekintetében releváns magyar, valamint angol nyelvű szakirodalom felhasználásával. Nagy hangsúlyt fektetek a rendelkezésre álló statisztikai adatok, valamint tanulmányok vizsgálatára, e tekintetben elsődleges forrásom az OECD, valamint az IMF által rendelkezésre bocsátott anyagok.

CSERNIK BALÁZS

cserbalazs98@gmail.com

nemzetközi gazdálkodás és gazdaságtan

MSc, 4. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Nagy Olivér
egyetemi tanársegéd, NJE GTK*

AZ OROSZ – UKRÁN KONFLIKTUS HATÁSA A DEVIZÁKRA

Kulcsszavak: orosz-ukrán háború; devizapiac; eseményelemzés; árfolyamváltozások; geopolitikai

Az elmúlt évben a világ figyelmét az orosz-ukrán háborúra kötötte le főként. Ennek a konfliktusnak a gazdasági hatásai az érintett országokon túl hatással voltak a globális devizapiacra is. A tanulmányom célja az orosz-ukrán háború devizákra gyakorolt hatásának vizsgálata, különös tekintettel az abnormális változásokra az érintett devizák értékében. Az eseményelemzési módszertant használtam, hogy feltárjam az orosz-ukrán konfliktusban bekövetkező események hatását a devizapiacra. Az elemzés során a háborút megelőző idő szakot hasonlítottam össze a háború alatt álló időszakkal, hogy feltárjam az esetleges eltéréseket a devizák árfolyamában. Emellett megvizsgáltam az Orosz Központi bank egyik jelentős lépésének hatását is.

Az eredmények azt mutatják, hogy az orosz, a kelet-európai és a FÁK országainak devizái jelentős gyengülést mutattak a háború alatt. Ennek oka, hogy az orosz gazdaság súlyos károkat szenvedett a konfliktusban, ami negatívan hatott az orosz rubelre és más érintett országok devizáira is. Az ausztráliai, új-zélandi és angolai devizák azonban erősödni tudtak, mivel ezek az országok nem vettek részt a konfliktusban, és gazdaságuk viszonylag stabil volt.

Az eredményeink alátámasztják azt az elképzelést, hogy a geopolitikai konfliktusoknak jelentős hatása lehet a devizapiacra. Az ilyen konfliktusok azonban nem minden devizára hatnak azonos módon. A tanulmányom eredményei azt is jelzik, hogy a devizák mozgásai az események időbeli menetrendjével kapcsolatosak, és a befektetők figyelmét el kell helyezni az ilyen jellegű konfliktusok gazdasági hatásainak figyelemmel kísérésére.

CSOBÁNCZI MÁTÉ

csobanczimate@gmail.com

nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 4. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Lehmann Kristóf

egyetemi docens, Magyar Nemzeti Bank

A FORINTÁRFOLYAM MAGYAR EXPORTRA GYAKOROLT HATÁSA

Kulcsszavak: árfolyam; forint; panel regresszió; export; interest rate pass-through

A globális értékláncok egyre nagyobb jelentőséggel bírnak. Széles irodalma van annak, hogy ezek a komplex termelési láncok hogyan gátolhatják az export reagálását az árfolyamokra. Ennek fontos következményei lehetnek az olyan, nyitott szerkezetéből adódóan a kivitel alakulásától érdemben függő gazdaságok számára, mint amilyen a magyar is. Munkám során arra a kérdésre kerestem a választ, hogy a forintárfolyamnak milyen hatása van a magyar exportra. Ennek vizsgálatára magyar ágazati szintű adatokon végeztem panel regressziót. Eredményeim azt mutatják, hogy az árfolyamváltozásoknak ugyan szignifikáns hatása van az az exportárak alakulására, de ugyanez a volumenek esetében már nem mondható el. A forint leértékelődése (felértékelődése) csökkenti (növeli) a külföldi devizában kifejezett exportárakat, de nem befolyásolja az exportvolumeneket.

MEGYESI ATTILA

attila.megyesi.mts@gmail.com

Pénzügy és Számvitel

BSc, 7. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Bárczi Judit

egyetemi docens, Neumann János Egyetem Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori

Iskolája

A LAKOSSÁGI ÁLLAMPAPÍR ÁLLOMÁNY VIZSGÁLATA 2013 ÉS 2023 KÖZÖTT

Kulcsszavak: államadósság; állampapír; infláció; állampapírpia; gazdaság

Az államnak megnövekedett kockázati faktorokkal kell számolnia a külföld felé történő eladósodás esetén. A változékony gazdasági környezet jelentős ráhatással volt a háztartási megtakarítások és a háztartási vagyon alakulására. A vizsgálatom célja az állampapír állományváltozásokat kiváltó okok feltárása és bemutatása, amelyet egy széleskörű makro vizsgálattal alátámasztottam. Elemeztem a magyar államadósság alakulását, valamint a lakossági megtakarítások tendenciáját és az ezekre ható tényezőket. Továbbá összehasonlítottam az egyes lakossági állampapír konstrukciókat.

A szakirodalmi feldolgozásban megállapításra került, hogy az állam a nemzetgazdaságban betöltött szerepének eredményeképp jellemzően deficittel működik. Az adósságkezelő a működését átfogó stratégiai célok mentén valósítja meg, amelyek, többek között, a devizaadósság arányának alacsony szinten tartása, a lakossági állampapírok súlyának növelése. A háztartások befektetői szerepvállalásának vizsgálatával kapcsolatban a legrelevánsabb elmélet, a permanens jövedelem koncepciója szerint a háztartások a jövőbeli várakozásaikhoz igazítják megtakarításaikat, ezáltal növekvő bevétel esetén növekszik a megtakarítási ráta is.

A vizsgálatban az államadósság tulajdonosi szektorok szerinti megoszlásában egyértelmű a javulás, a denominációs megbontás alapján viszont a kezdeti javulást később megtörték a deviza forrás bevonások. Jelentős nyomás alá került az államháztartás, amelyet a folyamatos lakossági termékek állomány gyarapodása sem tudott enyhíteni. Az időszakokban tapasztalt lakossági termékek állománynövekményei egyértelműen a legjobb hozamot biztosító konstrukciók megjelenésére vezethetők vissza. Az infláció megugrásával az államháztartás megnövekedett finanszírozási igényét belföldről csak a nagyon megdrágult lakossági terméken, a Prémium Magyar Állampapíron keresztül lehetett biztosítani.

A háztartások megtakarítási hajlandóságával kapcsolatban alátámasztást nyert a növekvő jövedelem melletti növekvő megtakarítási ráta. A vizsgálati eredmények rámutattak, hogy a vásárlóerő megtartásra törekedtek a háztartások. Az állományváltozások legfontosabb, konkrét kiváltó oka azonban valamilyen kiemelkedő hozamú konstrukció kibocsátása volt. Megállapításra került, hogy mivel a lakossági befektetők egyen kockázatúnak tartanak minden állampapírt, ezért mindig a legmagasabb hozamú eszközbe allokálják vagyonuk legjelentősebb részét.

MISI MÁTÉ

misimate20@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás alapszak BA -
alapképzés
BA, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi
Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Novák Zsuzsanna
egyetemi adjunktus, BME GTK*

QE HITELSZÜKE IDEJÉN - AZ EKB ESZKÖZVÁSÁRLÁSI PROGRAMJÁNAK HATÁSAI A HITEL VOLUMENEK DINAMIKÁJÁRA AZ EURÓZÓNÁBAN

Kulcsszavak: monetáris politika; Európai Központi Bank; eszközvásárlási program; hitelciklus; vektor hibakorrekciós modell (VECM)

A globális pénzügyi válságot és európai szuverén adósságválságot követően a fejlett gazdaságok központi bankjainak új mechanizmusokat kellett bevezetniük (nemkonvencionális monetáris politikai eszközöket), hogy hatékonyan kezeljék a válságok és az azt követő gazdasági helyzetek jelentette nehézségeket. Az említett válságok mellett a COVID-19 járvány tovább ösztönözte a jegybankokat ezen politikák használatára, ami a témakör aktualitását támasztja alá. Az Európai Központi Bank eszközvásárlási programja (APP), az új monetáris politikai keretrendszer kulcsfontosságú eszköze lett, ami jelentős érdeklődést váltott ki az eurózána pénzügyi környezetére gyakorolt lehetséges hatása miatt. Ennek a kutatásnak a célja, hogy megvizsgálja, hogyan befolyásolta ez a program az eurózána belüli hitelállományokat, rávilágítva a jegybanki intézkedések és a régió hitelpiacai közötti kapcsolatra, valamint potenciális heterogén eredményekre. Ennek a kapcsolatnak a megértése kritikus, hiszen kulcsszerepet játszik az üzleti és hitelciklusok szélesebb dinamikájában. Az elemzés vektor hibakorrekciós modellt (VECM) alkalmaz annak feltárására, hogy hogyan érintette az APP az eurózána hitelállományát. A dolgozat fókuszában Németország, Franciaország, Olaszország és Portugália áll, ezáltal az eurózána erős, közepesen fejlett és periféria országait reprezentálva. A kutatás a 2007:Q2-től 2021:Q3-ig terjedő negyedéves adatokat elemzi, lehetővé téve a változók közötti hosszú távú kapcsolatok és rövid távú dinamikák átfogó vizsgálatát. A dolgozat eredményei rámutatnak arra, hogy az APP valóban befolyásolta a hitelállományokat a vizsgált országokban, viszont az eltérő gazdasági paraméterekből és bankszektori jellemzőkből adódóan, heterogén módon. A kutatás néhány újabb és/vagy más formában használt változók bevonásával egészíti ki a korábbi, a témában megjelent vizsgálatokat, többek között értékeli a pénzügyi piacok kockázatoságát megragadó változók hatását a hitelezés alakulására.

TIETZE HANNA

tietzehanna@gmail.com

Nemzetközi Gazdaság és Gazdálkodás

MSc, 1. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

TORY ESZTER

toryeszter@gmail.com

Nemzetközi Gazdaság és Gazdálkodás

MSc, 1. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:

Dr. Neszveda Gábor

egyetemi docens, Magyar Nemzeti Bank

POLITIKAI VÁLTÁSOK ÉS RÉSZVÉNYÁRFOLYAMOK: AZ AMERIKAI KORMÁNYZAT HATÁSÁNAK ELEMZÉSE

Kulcsszavak: pénzügy; politikai bizonytalanság; amerikai pártpolitika

Tanulmányunk a politikai bizonytalanság és a politikai rezsim pénzügyi piacokra gyakorolt hatását vizsgálja az Egyesült Államok adatai alapján. A politikai bizonytalanság hatását több kutatási témára bontottuk, beleértve a várt és ténylegesen realizált hozamok eltérését a két különböző amerikai rezsim alatt, valamint a gazdaságpolitikai berendezkedés és támogatói ideológia sajátosságait, amelyek miatt az egyik rezsim alatt jobban teljesítenek a pénzügyi piacok. Ezen túlmenően szekunder, szakirodalmi kutatással vizsgáljuk a politikai lobby, a ciklusok különböző éveinek hatását, valamint a szektorális outlier értékeket a különböző rezsimekben. A politikai hatás vizsgálatával célunk a novemberi amerikai választásokra vonatkozó előrejelzést adni a pénzügyi piacok alakulásáról a két lehetséges kimenetelt felvázolva. Hipotézisünk szerint az USA-ban hatalmon lévő kormány – legyen az republikánus vagy demokrata- szignifikáns hatással van a részvényárakra, mely hatás különböző mértékben és irányban jelentkezik az egyes szektorok és iparágak esetében.

Mind a CAPM, mind pedig a Fama-French három faktoros modellünk azt mutatja, hogy a demokraták alatt a piac szignifikánsan jobban teljesít, mint a Republikánusok alatt. Ezt támasztja alá a szakirodalom is, azzal, hogy a demokraták alatt általában kedvezőbb piaci feltételek várhatóak a részvénybefektetők számára. A politikai párt megválasztásának tehát van hatása a részvényt piacra és a demokraták alatt általánosságban nagyobb többlethozammal rendelkeznek a cégek a kockázatmentes hozam felett, mint republikánus rezsim alatt.

A politikai döntések és események piaci reakcióinak megértése nélkülözhetetlen a befektetők, gazdaságpolitikai döntéshozók és pénzügyi elemzők számára, hogy megalapozott döntéseket hozhassanak, és hatékonyan kezelhessék a politikai kockázatokat. Tanulmányunkkal célunk egy átfogóbb képet adni a politikai rezsimok és részvényárak közötti kapcsolat jobb megértésére.

Tőke- és pénzpiacok – Tőkepiacok – befektetési stratégiák

Elnök:	Dr. Belovecz Mária	METU
Társelnök:	Dr. Pocsai Erzsébet	BGE
Tag:	Dr. Kulcsár Edina Éva	RO PKE
Tag:	Dr. Novák Csaba László	THE
Titkár:	Dr. Bozsik Sándor	ME

ÁCS MÁRTON

marton.acs66@gmail.com

nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (magyar
nyelven)

MSc, 2. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Malatinszky Gábor

mesteroktató, METU ÜKTF

VEZETŐ EURÓPAI VÁLLALATOK RÉSZVÉNY VISSZAVÁSÁRLÁSI BEJELENTÉSEINEK ABNORMÁLIS HOZAMAI

Kulcsszavak: részvény visszavásárlás; tőkeszerkezet; adósságfinanszírozás; adózás

Jelen dolgozatban azon kérdésekre keresem a választ, hogy a vezető európai vállalatok legfrissebb nyílt piaci részvény visszavásárlási bejelentései milyen átlagos rövid távú hatással vannak a részvényárfolyamokra, illetve milyen vállalatspecifikus tényezők befolyásolják a piaci hatásokat. A Stoxx Europe 600 részvényindexben szereplő 76 vezető európai vállalat legaktuálisabb nyílt piaci visszavásárlási bejelentéseinek mintáján az eseményelemzés módszertanának használatával a 3 napos eseményablakban 1,11 százalékos átlagos kumulált abnormális hozamot mutattam ki. A szakirodalom eddigi eredményeitől elmaradó mértékű pozitív piaci hatást a mintában felülreprezentált 2023-as és 2024-es bejelentések esetében megfigyelt, korábbi évekhez képest visszaeső abnormális hozamokkal, illetve a mintában szintén jelentős részaránnyal bíró Egyesült Királyság, Franciaország és Németország vezető vállalatainak bejelentései esetében tapasztalt szerényebb abnormális hozamokkal magyarázom. A piaci hatásokat befolyásoló vállalatspecifikus tényezők lineáris regressziókkal való tesztelése során az eredmények egyértelműen alátámasztják a tőkeszerkezet elméletet. Következésképp, a vezető európai vállalatok körében a piac kiemelkedően díjazza azon cégek nyílt piaci visszavásárlásait, amelyek a bejelentésig nem optimális mértékben használták ki az adósságból való finanszírozás adózási előnyeit.

ÁDÁM EPERJESI-KOVÁCS

az.adam.kovacs@gmail.com

Business Administration and Management
BSc, 4. semester

Corvinus University of Budapest

MILÁN PÉTER

peter.milan77@gmail.com

Business Administration and Management
BSc, 6. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

*Milán Csaba Badics
assistant lecturer, BCE GTK*

**WHAT MAKES THE 2022 TECH LAYOFFS DIFFERENT? – AN EVENT STUDY
ANALYSIS ON THE STOCK MARKET REACTION**

Keywords: layoff; stock market reaction; event study; abnormal return; cost-efficiency

The year 2022 is considered a rather turbulent period in the stock market. Attenuating the negative effects of the crisis, several companies decided to perform massive layoffs. In our study, we examine the effect of these layoff announcements on the stock market via the event study methodology. We also analyze the market reaction differences between tech and non-tech sectors. We find that, despite adverse market conditions, the stocks of the companies that laid off workers had positive cumulated average abnormal returns. We also find a statistically significant difference between the stock market reaction of the tech and the non-tech sectors. In addition, we perform a detailed robustness analysis to confirm the validity of our used models. We conclude that layoffs can result in positive abnormal returns for a company's stock given that it has a cost-efficiency-enhancing purpose, and it can also vary depending on the human resource necessity of the given industry the company is functioning in.

GÁRDAI BARNABÁS

barnabasgardai@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 2. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Neszveda Gábor

egyetemi docens, NJE GTK

AZ 52 HETES CSÚCS JELENSÉGÉNEK VIZSGÁLATA A BUDAPESTI ÉRTÉKTŐZSDÉN

Kulcsszavak: 52 hetes csúcs; kereskedési stratégia; horgonyhatás; részvényhozam

A tanulmány az 52 hetes csúcs jelenségét vizsgálja a Budapesti Értéktőzsdén 1994 és 2023 között kereskedett valamennyi, forintban denominált részvény körében. A jelenség lényege, hogy az adott hónapban 52 hetes csúcshoz közeli áron kereskedett részvények az empiria szerint számos tőzsdén jobban teljesítenek az attól távolabbi áron kereskedettektől az elkövetkező időszakban. A tanulmány célja kideríteni, hogy megfigyelhető-e a BÉT-en az 52 hetes csúcs jelensége, illetve, hogy profitábilis-e az arra építő kereskedési stratégia.

A vizsgálat elvégzéséhez valamennyi részvény az adott havi záró ár 52 hetes csúchoz való közelsége alapján besorolásra került a Győztesek (felső 30%), a Köztesek (középső 40%) és a Vesztesek (alsó 30%) kategóriákba. A tanulmány két eltérő megközelítést alkalmaz a jelenség vizsgálatára: leíró statisztikai elemzést és a kereskedési stratégia szimulációját. A leíró statisztikai vizsgálat során valamennyi vizsgált részvény-kategória 1, 2, 3, 6 és 12 havi hozama kerül kiértékelésre teljes és trimmelt adatsoron. A hozamok és a közelség kapcsolata lineáris regresszióval kerül kivizsgálásra. A tanulmányban vizsgált kereskedési stratégia az adott havi Győzteseket, ill. Veszteseket vásárolja, majd súlyozatlan portfólióban 6 hónapig tartja, végül eladja.

A teljes adatsoron a Győztesek hozamai minden vizsgált lejáraton szignifikánsan pozitívak, azonban a Vesztesek átlagos hozama egyértelműen dominálják azokat. Ez ellentétesen igaz a medián értékekre. Az 52 hetes csúchoz való közelség és a hozamok közötti kapcsolat a teljes adatsoron negatív, míg a trimmelt adatsoron szignifikánsan pozitív. A meglepő eredményre magyarázat lehet a reverzió jelensége, illetve a Vesztesek körében gyakrabban előforduló kiugró hozam-értékek.

A vizsgált kereskedési stratégiák átlagos hozamai között és a BUX indexhez viszonyítva nincs szignifikáns eltérés. A szimuláció kumulált hozamai szerint nem állapítható meg egyértelműen egyik stratégia dominanciája sem hosszú távon – eltérő időszakokban eltérő stratégiák teljesítettek jobban. A Győztes stratégia kumulált hozama pozitív, bár meglepő módon a Vesztes stratégia jóval felülmúlja azt a 2017 és 2023 közötti időszakban. Ennek hátterében is a reverzió jelensége állhat. A vizsgálat alapján nincs egyértelmű bizonyíték az 52 hetes csúcs jelenségének létezésére a BÉT-en. Bár az arra építő stratégia profitábilis, azt számos időszakban dominálja vagy a BUX index, vagy az ellentétes kereskedési stratégia.

BENCE PÉTER KANYÁRI

bkanyari@gmail.com

International Economy and Business

MSc, 4. semester

John von Neumann University

Faculty of Economics and Business

Supervisor:

Oliver Nagy

assistant lecturer, Hungarian National Bank

THE ROLE OF FIRM CHARACTERISTICS IN EXPLAINING STOCK RETURNS FOR DIFFERENT INDUSTRIES

Keywords: IPCA; factor model; importance of firm characteristics; industries

This paper examines whether different firm characteristics drive asset prices in various industries in the US stock market. The study uses the Instrumented Principal Component Analysis (IPCA), which utilizes observable firm characteristics as instruments to estimate latent factor loadings. The IPCA is estimated separately for each industry group, and its performance is analyzed. The paper also determines the importance of firm characteristics in explaining stock returns in each industry group. The data set used in the analysis includes 12,813 firms across 11 industry groups from July 1962 to May 2014 and consists of 36 distinct firm characteristics. The study finds that estimating IPCA by industry groups improves its ability to describe the common variation of returns, confirming the homogeneity of stocks within the same industry. However, it demonstrates varying effectiveness in explaining the differences in average returns. The research highlights the importance of market capitalization and total assets across all industries but also demonstrates that the importance of other firm characteristics varies across different industry groups. Overall, the findings emphasize the role of industry context in asset pricing and contribute to a better understanding of how firm characteristics influence expected returns.

OSZTOVITS MARCELL

marciosztovits@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Pollák Zoltán

egyetemi docens, BGE PSZK

A SIKERES BEFEKTETÉS KULCSA: SZEKTOR-ROTÁCIÓS STRATÉGIA A GAZDASÁGI CIKLUSOK TÜKRÉBEN

Kulcsszavak: szektor-rotáció; gazdasági ciklus; momentum; befektetési stratégia; makrogazdaság

Dolgozatom célja a szektor-rotációs befektetési stratégia hatékonyságának elemzése az amerikai és európai piacokon. A kutatás központi kérdése, hogy a makrogazdasági mutatók és technikai tényezők figyelembevételével kialakított szektor-rotációs stratégia képes-e felülteljesíteni a piaci átlagot, valamint, hogy a gazdasági ciklusok változása milyen hatást gyakorol a szektorok teljesítményére és egy ilyen stratégia alapján összeállított portfólió hosszú távú sikerességére.

A kutatás módszertanának alapját a Morningstar által meghatározott 11 szektor képezte, amelyek amerikai és európai piacokon való teljesítményét vizsgáltam a 2000-től rendelkezésre álló adatok alapján. Mindegyik szektorban a legnagyobb piaci kapitalizációval rendelkező 10 vállalat havi hozamait elemeztem. A szektorok súlyozását makrogazdasági mutatók – mint például a munkanélküliségi ráta, fogyasztói bizalmi index, jegybanki alapkamat, hozamgörbe – és technikai indikátorok (momentum) segítségével határoztam meg. A portfólió súlyozása minden hónapban ezen változók alapján került módosításra.

Az eredmények azt mutatták, hogy a szektor-rotációs stratégia mind az amerikai, mind az európai piacokon felülteljesítette a piaci átlagot. Ugyanakkor nem lehet egyértelműen kijelenteni, hogy a felülteljesítés kizárólag a kidolgozott stratégiának volt köszönhető, mivel az átlag felett teljesítő szektorokban található cégek más okok miatt is elérhettek kimagasló hozamot. Ennek következtében a vizsgálat nem nyújt teljes bizonyosságot arról, hogy az eredmények kizárólag a szektor-rotációs stratégiának voltak köszönhetőek, ezért további elemzések szükségesek a stratégia alaposabb megértéséhez.

TIETZE HANNA

tietzehanna@gmail.com

Nemzetközi Gazdaság és Gazdálkodás

MSc, 2. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Neszveda Gábor

egyetemi docens, NJE GTK

MAGYAR TŐZSDE: KI IRÁNYÍTTJA A NAGYOKAT? - MÉLYREHATÓ ELEMZÉS A TULAJDONOSI STRUKTÚRÁRÓL: DINAMIKÁK, HATÁSOK ÉS PERSPEKTÍVÁK

Kulcsszavak: magyarországi vezetői vállalatok; befektetési struktúra; ols regresszió; külföldi-belföldi nagybefektetők

A kutatás célja a magyarországi vezető vállalatok tulajdonosi struktúrájának elemzése volt. Az elemzés során a Budapesti Értéktőzsde jelentései alapján azonosított legjelentősebb magyarországi vállalatok közül az OTP, MOL, Richter, Telekom és a 4iG részvényei lettek vizsgálva. A tanulmány hipotézisei között szerepelt, hogy az intézményi befektetők aránya idővel növekszik, valamint, hogy ezek az intézményi befektetők homogén befektetői csoportot alkotnak, és befektetési döntéseik során nem differenciálnak a részvények között.

Az eredmények ellenben ezt a második hipotézist nem támasztották alá, és megmutatták, hogy az intézményi befektetők részvényenként eltérő módon viselkednek. A kutatás emellett vizsgálta a Covid-19 koronavírus járvány és az orosz-ukrán háború esetleges hatásait is a vizsgált részvényekre. Konklúzióként megállapítható, hogy a magyarországi vezető vállalatok tulajdonosi struktúrája összetett, és az intézményi befektetők egyre fontosabb szerepet játszanak a tőzsdén. Az eredmények hasznosak lehetnek a vállalatvezetők számára, akik meg szeretnék érteni a tulajdonosi struktúrát és a befektetői elvárásokat a jobb reagálás érdekében, valamint a döntéshozók számára, akik a magyarországi tőzsde fejlesztésén dolgoznak, segítve őket abban, hogy hatékonyabb és sikeres irányvonalakat dolgozzanak ki.

TILL GÁBOR

gabort.255@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MSc, 4. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Neszveda Gábor

egyetemi docens, Magyar Nemzeti Bank Gazdaságtudományi ismeretterjesztési főosztályvezető,

NJE

**A HISTORIKUS RÉSZVÉNYPIACI TELJESÍTMÉNY PREDIKTÍV EREJE A
BUDAPESTI ÉRTÉKTŐZSDÉN MOMENTUM KERESKEDÉSI STRATÉGIA AZ
INFORMÁCIÓS BIZONYTALANSÁG ÁRNYÉKÁBAN**

Kulcsszavak: momentum kereskedési stratégia; információs bizonytalanság; Budapesti Értéktőzsde

A tanulmány a részvények várható hozamait vizsgáló szakirodalomba illeszkedik, fókuszában az eltérő időszakokra kalkulált momentum kereskedési stratégiák empirikus tesztelése, valamint a jelenség kiváltó okainak elemzése áll. A kutatás arra a kérdésre keresi a választ, hogy a Budapesti Értéktőzsdén rövid és hosszú távon nyereségesnek bizonyul-e a momentum kereskedési stratégia, azaz a részvények múltbeli teljesítménye képes-e szignifikánsan predesztinálni a részvényhozamok jövőbeli alakulását. Ezek teszteléséhez a tanulmányban ötvözésre kerül a portfóliószintű vizsgálat és részvénytípusú Fama-MacBeth regresszió, amelyek egységesen alátámasztják a momentum stratégia abnormális hozamát a magyar részvénytípuson. A szerző öt eltérő faktort próbál megmagyarázni a vállalatokban rejlő egyedi információs bizonytalanságot és a hipotézist alátámasztó eredményekre jut. A momentum stratégia hozama és részvénytípusú idioszinkratikus bizonytalanság közti összefüggés pozitív, ugyanis az magasabb a kisebb kapitalizációval rendelkező, nagyobb historikus volatilitást mutató, elemzői EPS várakozások tekintetében jobban szóródó és kevesebb részvényelemző által követett vállalatok esetén.

Turizmus, vendéglátás – Szálloda és vendéglátás

Elnök:	Dr. habil. Remenyik Bulcsú	THE
Társelnök:	Dr. Kóródi Márta	DE
Tag:	Dr. Köbli Ádám	EDUTUS
Tag:	Dr. Kőmíves Csaba József	SZE
Tag:	Dr. habil. Raffay Zoltán	PTE
Titkár:	Molnár Tamás	ME

FISCHER FANNI

fanni.fischer07@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Keller Krisztina

egyetemi docens, BCE GTK

A KORONAVÍRUS-JÁRVÁNY UTÓHATÁSAI A TURIZMUSRA – A MAGYARORSZÁGI ACCOR-SZÁLLODÁK RENDEZVÉNYEINEK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: rendezvényszervezés; válságmenedzsment; koronavírus-járvány; szálloda

A koronavírus-járvány okozta szigorítások a turizmust érintették a leginkább, így az iparági szereplőknek a válság kezelésére stratégiát kellett kidolgozniuk. Jelen dolgozat célja a magyarországi Midscale-kategóriába eső Accor-szállodák rendezvény piacának vizsgálata. Az empirikus kutatás arra a kérdésre keresi a választ, hogy a vizsgált hotelek hogyan kezelték a koronavírus-járvány okozta válságot, hogyan kezelte a szállodalánc a válsághelyzetet, hogyan változott meg a szállodai rendezvényipar a koronavírus-járvány után, illetve milyen válságok érintik 2024 tavaszán a vizsgált iparágat.

A szakirodalmi áttekintés a következő alappillérek köré épül: bemutatásra kerül a rendezvényszervezés története, a kihívások, a szállodaipar számára jelenleg releváns válságok (koronavírus-járvány okozta válságmenedzsment, energiaválság), valamint az üzletfejlesztésen belül a reziliencia relevanciája is.

A kvalitatív kutatás során szakértői mélyinterjúk készítésére került sor az Accor Group Midscale szállodáinak alkalmazottjaival. Az eredményeket Coombs (2007) SCCT válságkezelési modellje alapján elemeztem, főként a válság utáni állapotra fókuszálva. A szállodák konkrét válságtervet nem dolgoztak ki a koronavírus-járvány idején, továbbá azt megelőzően sem volt írott formájú válságmenedzsment-stratégiájuk, azonban a szállodalánc hozzájárult a válság egységes és hatékonyabb kezeléséhez. Ahogy a szállodai szobafoglalásokra, úgy a rendezvényekre is jellemző a pandémia óta, hogy az utolsó pillanatban érkeznek meg a megkeresések. 2024 tavaszán a szállodáknak leginkább az energiaválság és az infláció hatásaira kell reagálniuk. A kutatás eredménye releváns lehet a jövőben más szállodaláncok számára is a hatékonyabb válságkezelés érdekében.

GICZI LAURA

giczi.laura@gmail.com

turizmus- vendéglátás

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Csulak Gergely

mesteroktató, BGE KVIK

A KOMLÓZÁSI TECHNOLOGIA HATÁSA A SÖR ÉRZÉKSZERV TULAJDONSÁGAIRA

Kulcsszavak: sör; kraft; söripar; fókuszcsoporth; komló

A kutatás célja, megvizsgálni a komló és a komlózott sör alapvető érzékszervi tulajdonságait, illetve azok hatását a fogyasztókra és magára a késztermékre a sörre. A középpontban egyértelműen az áll, hogy milyen hatással vannak a különböző komlózási technológiák a fogyasztókra és, milyen egyezések, illetve eltérések láthatók a komló általános érzékszervi jellemzői és a fókuszcsoporthos vizsgálat eredményei között? Mindezek mellett a kutatás igyekezett választ találni arra is, hogy miért kezeli evidenciaként a komló használatát a kisüzemi sörfőzdek jelentős hányada, valamint miért vannak olyanok, akik teljesen eltávolodtak ettől az alpanyagtól?

A szakirodalmi feldolgozás során, bemutatásra kerülnek a komló és a sör történelmének legfontosabb aspektusai, ezek mellett a jelenkori fejlődéstörténet is előtérbe kerül.

Mind a kvalitatív, mind a kvantitatív módszerek is megtalálhatók dolgozatomban. Két mélyinterjú és egy kisebb általános interjú segítségével lehetőségem volt körbe járni a témát, és meghallgatni a szakemberek aktuális véleményét a piacról.

Kutatási módszereim közé tartozott a sörfőzési procedúra is, hiszen ez képezi a fókuszcsoporthos vizsgálat alapját. Esetünkben a két sörfőzés során összesen 6 fajta sört készítettünk. Az első alkalommal készült egy DH IPA, egy IPA melyhez leveles és pellet komlót is hozzáadtunk, illetve egy alap sör melynél a komlóforralás során került a sörbe a komló. Második alkalommal egy DH, egy DDH és egy TDH IPA készült.

Fókuszcsoporthos vizsgálatok is megvalósításra kerültek, melyek során összesen hat fajta, általam a BGE KVIK tankonyháján készített sört kóstolhattak össze a jelenlévők és értékelhették azt Google forms segítségével. A kóstolás a BGE KVIK tantertermében valósult meg, mely helyszínről a döntés megalapozott volt, hiszen pontosan a valós felhasználási területén szerettük volna, ha megkóstolják az alanyok. Így kaphattunk viszonylag releváns képet a témában.

Összességében a kutatás folyamán bebizonyosodhatott, hogy a komlónak általánosságban a sör mikrobiológiai hatásaira van jelentős szerepe és a fogyasztó által érzékelt ízjegyek másodlagos jelentőséggel bírhatnak. Alapvetően a fogyasztók nagy része nem tudott különbséget tenni a különféle komlózási technológiák között, mely bizonyíthatja, hogy a komló ízjegyei igen is szerepet játszanak a sörben, viszont a komlózási technológia nem befolyásolja a fogyasztót jelentős mértékben.

KOCSIS JENŐ

kocsisjenci84@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

László Veronika

tudományos segédmunkatárs, PE GTK

A KÖRNYEZETTUDATOS GASZTRONÓMIA NYOMÁBAN: NÍVÓS BALATONI ÉTTERMEK FENNTARTHATÓ GYAKORLATAINAK ELEMZÉSE

Kulcsszavak: fenntarthatóság; vendéglátás; étterem; fókuszcsoporth; helyi élelmiszer rendszerek

Az egy főre eső megművelhető terület rohamosan csökken, míg a globális népességnövekedés, az éghajlatváltozás és a talajerózió ellenére több élelmiszert kell majd előállítanunk a következő 50 évben, mint a megelőző 500 év alatt. A fenntartható élelmiszer rendszerek kialakításához minden szereplőnek hozzá kell járulnia az élelmiszer ellátási láncban belül, de a fogyasztók és az éttermek felelőssége kiemelten fontos, amit vendéglátó ipari vállalkozóként saját tapasztalataim is alátámasztanak.

A jelen kutatással a hosszú távú célom az, hogy hozzájáruljak egy élelmiszer-fenntarthatóságot ösztönző program alapjainak kialakításához. Ehhez a középtávú célom, hogy elősegítsem az élelmiszer-fenntarthatóságot a Balaton körüli éttermek körében. Ezek a nívós vendéglátó ipari egységek a fenntarthatósági jó gyakorlatokon keresztül afféle 'brand'-et építhetnek a fenntarthatóság köré, és jó példát mutathatnak mind más éttermeknek, mind fogyasztóiknak, emellett ösztönözhetik őket a követendő gyakorlatok átvételére. Jelen kutatás a Balaton körüli nívós éttermek fenntarthatósági törekvéseire irányul, ezt fogyasztói fókuszcsoporthos interjúval, több szakértői interjúval és étteremlátogatásokon keresztül vizsgálom, a szakirodalmi ajánlások mentén.

Az étteremlátogatások során számos fenntarthatósági jó gyakorlat és innovatív megoldás került felmérésre, viszont még a nívós éttermek esetében is nagy a szükség az innovációra és a fenntarthatóság erősítésére. A fogyasztói fókuszcsoporthos interjú fő tanulsága az volt, hogy ugyan nem mondható fenntarthatónak az élelmiszer kezelésünk, de folyamatosan nő mind a megtett erőfeszítés, mind az erre törekvő személyek száma, illetve versenyelőnyt jelenthetnek a fenntarthatósági törekvések és jó gyakorlatok a nívós éttermek számára a fogyasztói vélemények alapján. Ezzel szemben a szakértői interjúkban felmerült ezen gyakorlatok költségessége, és fény derült más akadályozó tényezőkre és buktatókra is. A nívós Balaton körüli éttermek vizsgálatával szeretném előre lendíteni a fenntarthatóságot az említett területen, melybe így kapcsolódhatnak a fogyasztók, a vállalkozók és a törvényhozás egyaránt. A kutatási tevékenységem során célom egy olyan gyakorlat és programterv alapjainak letétele, amellyel transzparensen, érthetően bevonható minden érintett és együttműködve tehetnek a fenntarthatóság érdekében.

MÁTYÁS DORINA

dorina0611@gmail.com

Turizmus és Vendéglátás

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Vargáné Dr. Csobán Katalin

adjunktus, DE GTK

CSALÁDBARÁT SZOLGÁLTATÁSOK A FOGYASZTÓI ELVÁRÁSOK TÜKRÉBEN A HUNGUEST HOTEL SÓSTÓ PÉLDÁJÁN

Kulcsszavak: Hunguest Hotels; gyerekbarátság; fogyasztói elvárások

Dolgozatomban a turizmus legnagyobb szolgáltatóinak, a szálláshelyeknek, gyermekbarát szolgáltatásait vizsgálom fogyasztói és szolgáltatói oldalról megközelítve. Kutatásom során a következő kérdésekre keresem a választ. A családi utazások alkalmával milyen turisztikai terméket keresnek a családok. Milyen elvárásaik vannak egy gyermekbarát szállodával szemben. A szálloda által nyújtott gyermekprogramok milyen mértékben járulnak hozzá a gyermekek élményszerzéséhez. Miért hirdeti egyre több szálloda gyerekbarátnak magát a piacon. A szálláshelyek kihasználtságát milyen mértékben befolyásolják a családok jelenléte.

A kutatási kérdéseim megválaszolására a következő módszereket alkalmazom: kérdőíves felmérést végzek a Hunguest Hotel Sóstó szálloda vendégei között. Elemzem a szálloda által nyújtott gyermekbarát szolgáltatásokat. Tanulmányozom szálloda REVIEWS rendszerén keresztül érkezett vendégvéleményeket. Szakértői interjút készítek a szálloda értékesítési igazgató asszonyával.

Kutatásom eredményeként kérdéseimre a válaszokat megkaptam.

Olyan turisztikai termékeket keresnek a családok leginkább, ahol a különböző generációhoz tartozó családtagok egyformán jól érzik magukat. Több tényező együttes megléte fontos ahhoz, hogy gyermekbarátnak érezzék a helyet. Akkor tekintenek egy szálláshelyet gyermekbarátnak, amennyiben a gyermek ellátásához szükséges fizikai, tárgyi feltételek biztosítva vannak, a dolgozók szemlélete gyermekközpontú a pihenés, kikapcsolódási lehetőség biztosítva van az egész családnak.

A szolgáltatással szemben a szülői elvárást meghatározza a gyermek életkora, az otthoni életkörülménye, és a szülő szubjektív igénye. A gyermekek élményszerzésében nagy jelentősége van a gyermekanimációs programoknak.

Miért hirdeti egyre több szálloda gyerekbarátnak magát a piacon kérdéssel kapcsolatban, arra a következtetésre jutottam, hogy azért, mert a turisztikai szolgáltatások piacán a szállodaüzemeltetők elsődleges célja a maximális férőhely kihasználtság biztosítása, minél nagyobb haszon szerzése. Ehhez a törekvéshez pedig a családok az egyik legfontosabb célcsoportot jelentik. Az a szolgáltatóhely, aki a család vagy gyermekbarát profilt felveszi, egy nagy létszámú szegmenset tud magának vendégként megnyerni. Összegezve a családoknak élményt nyújt, a szállodának pedig hasznót hoz gyermekbarát szolgáltatás.

NAGY BETTINA

n.bettina1000@gmail.com

turizmus-vendéglátás

BA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Lugasi Andrea

főiskolai tanár PhD, BGE KVIK Vendéglátás Tanszék

AZ ÉDES KÜZDELEM – AVAGY AZ ÉTELALLERGIA / ÉTELINTOLERANCIA A CUKRÁSZATBAN

Kulcsszavak: ételallergia; ételintolerancia; cukrászda; trend; vendéglátás

Az ételallergiában és ételintoleranciában szenvedő betegek száma az elmúlt évtizedben egyre nőtt, így a különböző allergénmentes ételek és sütemények iránt is nagyobb lett a kereslet. Ez a megnövekedett kereslet azt eredményezte, hogy a cukrászdák jelentős részének be kellett vezetnie allergénmentes alternatívákat a kínálatukba, ha nem szeretnék volna elveszíteni a potenciális vevőiket.

A kutatásom célkitűzése az allergénmentes cukrászati sütemények vizsgálata a vásárlók és fogyasztók szemszögéből, valamint a gyártói oldalról is egyaránt. A célkitűzésemet a következő kérdések megválaszolásával kívántam elérni:

1. Mennyire hatékonyak az ételintoleranciával és allergiával kapcsolatos információk elérhetősége és megosztása a cukrászdákban? (fogyasztói és gyártói nézőpont egyaránt)
2. Milyen trendek vannak az ételintoleranciával és allergiával kapcsolatban a cukrásziparban, és hogyan alakul ezeknek a trendeknek a jövője?
3. Milyen különbségeket tapasztalnak a fogyasztók a mentes és hagyományos cukrászdákban kínált édességek ízvilágában és minőségében?
4. A cukrászdák figyelembe veszik a vásárlói visszajelzésekkel a „mentes kínálatot” tekintve? Felhasználják fejlesztésre azt?
5. Milyen cukrászdába járási tendencia figyelhető meg az ételallergiában/ételintoleranciában szenvedő betegek és az „egészséges” emberek között?

A primer kutatásom alapja a fogyasztók és a gyártók által kitöltött kérdőíves felmérés adatainak feldolgozása volt. Microsoft Excel program segítségével végeztem el az adatelemzést. Kutatásom eredménye alapján dupla annyian fogyasztanak allergénmentes süteményeket, mint akiknek allergiájuk/ intoleranciájuk miatt nem lehetne. Ezenkívül megvizsgáltam a cukrászsüteménnyel kapcsolatos preferenciákat, allergénmentes sütemények előállítását, a keresztszenyeződést és a nem előre csomagolt sütemények allergénjelölését is.

PÜNKÖSTI ILKA-MÓNICA

punkostililkamonik@uni.sapientia.ro

Közélelmezési- és agroturisztikai mérnök-
menedzser

BSc, 6. félév

Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem
Csíkszeredai Kar

SZÉKELY EDINA

szekelyvedina@uni.sapientia.ro

Közélelmezési- és agroturisztikai mérnök-
menedzser

BSc, 6. félév

Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem
Csíkszeredai Kar

Témavezető:

Dr. Nagy Benedek

egyetemi adjunktus, RO EMTE CSK

**SZÉKELYFÖLDI SZÁLLODÁK KÍNÁLATÁNAK VIZSGÁLATA A FOGYASZTÓI
VISSZAJELZÉSEK TÜKRÉBEN**

Kulcsszavak: kínálat; szolgáltatások; vendéglégedettség; három-és négycsillagos szállodák

Székelyföld turizmusának egyik legalapvetőbb turisztikai szolgáltatása az elszállásolás, melynek egységei a különböző téregységek és táji elemek függvényében helyezkednek el. Gyakran teszik fel a kérdést, hogy milyen más szolgáltatásokat lehet igénybe venni a térségben, milyen szórakozási, sportolási vagy kulturális szolgáltatások vehetők igénybe, de ritkábban merül fel a kérdés, hogy a szálláshelyek és ezek szolgáltatásai mennyire felelnek meg a kor és az idelátogató vendégek elvárásainak.

Dolgozatunkban a három megye, Kovászna, Hargita és Maros megyék három- és négycsillagos szállodáinak kínálatát vizsgáljuk, a szálloda alapszolgáltatásaitól a wellness- és konferencia szolgáltatásokig. Kutatásunk célja a szállodai kínálat és az arra adott online reakciók, keresleti válasz felmérése, a kínálat mennyiségi és minőségi dimenziói szerinti összefüggések megismerése. Arra voltunk kíváncsiak, hogy melyik megyében áll jobban a szolgáltatási kínálat, illetve, hogy ez összefüggésben van-e a vendégek elégedettségével. A dolgozat módszertana feltáró kutatás jellegű, amelyben online adatgyűjtést végzünk, statisztikai adatokat dolgozunk fel exhausztív módon, a három megye szállodáinak teljes populációját felmérve. Kvantitatív és kvalitatív módszerekkel egyaránt elemeztük a szállodai kínálatot, több forrásból gyűjtöttünk adatokat a szolgáltatásokra nézve és a turisták elégedettségére nézve is. Eredményeink bemutatása után javaslatokat is fogalmazunk meg a székelyföldi szállodai kínálat fejlesztésére vonatkozóan.

REJTŐ DÓRA-ADRIENN

dora.rejto@gmail.com

Kereskedelem, turizmus és szolgáltatás

gazdaságtan

BA, 4. félév

Partiumi Keresztény Egyetem

Témavezetők:

Dr. Czuczor Krisztina

egyetemi tanársegéd, RO PKE

Dr. Szilágyi Ferenc

egyetemi docens, RO PKE

ONLINE MARKETING ÉS GASZTRONÓMIA. ESETTANULMÁNY NÉGY NAGYVÁRADI ÉTTEREM PÉLDÁJÁN

Kulcsszavak: nagyváradai éttermek; weboldal

Dolgozatom elkészítése során a vendéglátó szektor került fókuszba, kiemelve négy nagyváradai éttermet, melyek különböző szempontok szerint lettek kiválasztva: online térben való aktivitás, Glovo vagy Tazz értékelések, weboldal fejlettség. A kutatás során öt kutatási kérdést fogalmaztam meg:

K1. Melyek az online térben is aktív és népszerű éttermek Nagyvárad területén?, K2. Milyen formában vannak a kiválasztott éttermek jelen a közösségi média felületein, azok online marketing tevékenységeinek tekintetében?, K3 A vizsgált éttermek online platformokon megjelenő mottói tükrözik-e a kínálat legfőbb jellemvonásait?, K4. A vizsgált éttermek ár/választék arányai mennyire térnek el egymástól?, K5. A kiválasztott éttermek gazdasági adatai tükrözik-e az online térben való sikerességük, illetve az árszínvonalakkal arányosak-e?

Kutatásom során szakirodalmi áttekintést végeztem a gasztronómia, vendéglátás, online marketing témában. Majd a nagyváradai éttermek vizsgálata került a fókuszba első sorban statisztikai elemzés által az online marketingre vonatkozóan a kiválasztott éttermeknél, illetve online aktivitásuk tekintetében a közösségi média platformokon. Továbbá, étlap és ár összehasonlító elemzést végeztem, mivel az árképzés a megcélzott szegmensekről is árulkodik. Végül, a Lista Firme online céges adatbázis oldaláról töltöttem le a gazdasági adatokat és összehasonlító, illetve lineáris idősoros elemzést készítettem, majd fajlagos mutatók számítását szintén. Eredményképpen, mind a négy étterem nagyon odafigyel az online aktivitásra, sajátos weboldalra, hisz ezek azok az elengedhetetlen tényezők, melyek a mégnagyobb siker elérése felé viszi a vállalatot. Az árak és kínálat elemzésénél szinte minden esetben a Csíki söröző nyerte el a legkedvezőbb ár/mennyiség címet, ez akár annak is tudható be, hogy ő egy fiatal, egyetemista rétegre próbál szegmentálni, melyet az árérzékenység is jellemez. A gazdasági adatok vizsgálata esetén folyamatos ingadozás vehető észre, de mind a négy étterem növekedést mutatott az utolsó évi adatok alapján az előző évhez viszonyítva.

SIMON DORINA

simon.dorina09@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Gyurácz-Németh Petra
egyetemi docens, PE GTK

A SZÁLLODAI DOLGOZÓK ATTITÚD ÉS ADAPTÁCIÓS KÉSZSÉG VIZSGÁLATA AZ ÚJ SZÁLLODAI TECHNOLÓGIÁKKAL SZEMBEN

Kulcsszavak: szállodai technológia; szállodai alkalmazottak; technológia elfogadás; technológia adaptáció

A digitális technológiák folyamatos fejlődése alapjaiban alakítja át nem csak hétköznapi környezetünket, de a szállodaipart is, lehetővé téve a magasabb színvonalú szolgáltatások nyújtását, a vendégélmény személyre szabását és a versenyképesség növelését. Az új technológiák sikeres bevezetése azonban nagymértékben függ a szállodai személyzet hozzáállásától és alkalmazkodóképességétől. Kutatásom célja az volt, hogy a technológiaelfogadás modell (Technology Acceptance Model, TAM) elméleti kerete alapján elemezzem a szállodai dolgozók adaptációs készségét és elfogadását a technológiával szemben.

Az elemzés során különös figyelmet fordítottam az észlelt hasznosság, a könnyű használhatóság, a technológiai önhatékonyság és a képzések hatékonyságának vizsgálatára. Az adatgyűjtés 89 szállodai dolgozó által kitöltött online kérdőív segítségével történt. A válaszadók a Front Office, a Housekeeping és a Food and Beverage részlegekből kerültek ki, demográfiai jellemzők és szakmai tapasztalat szerint kategorizálva. Az eredmények rávilágítottak a technológia elfogadása terén a generációk és a munkakörök közötti jelentős különbségekre.

Kutatásom azt is kimutatta, hogy a rendszeres képzés és támogató munkahelyi kultúra jelentősen javítja az alkalmazottak technológiához való hozzáállását és adaptációs készségét. Az eredmények alapján ajánlásokat fogalmaztam meg a szállodai vezetőségek számára a technológiai innovációk sikeres implementálásához, a munkavállalók támogatásához és a vendégelégedettség javításához.

SZABÓ ADÉL

szboadel@gmail.com

turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Dr. Juhász-Dóra Katalin

főiskolai docens, BGE KVIK

MÚLTUNK JELEN IDŐBEN: A BUDAPESTI TÖRTÉNELMI ÉPÜLETEKBEN MŰKÖDŐ LUXUSSZÁLLODÁK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: történelmi épület; funkcióváltás; vendégélmény; luxusszálloda; Budapest

A kutatás célja olyan különleges múlttal rendelkező Budapesten található történelmi épületek vizsgálata, amelyek napjainkban luxusszállodákként funkcionálnak. A dolgozat körbejárja a történelmi épületek helyzetét a turizmus rendszerében, azok turisztikai hasznosításának lehetőségeit. A vizsgált esettanulmányok a gyakorlatban megvalósult példákön keresztül mutatják be a budapesti történelmi épületek luxusszállodává való alakítását.

A kutatás célja annak a feltárása, hogy milyen módon jelenik meg az épület történelmi múltja és annak előző funkciói a jelenlegi szállodai környezetben. Emellett kitér arra is, hogy az épület történelme miképpen hat a vendégélményre. Végül, a kutatás harmadik pillére, a helyi közösség viszonyulása a történelmi épületben megvalósuló szállodanyitáshoz Budapesten.

A kutatás egy szakirodalmi áttekintéssel kezdődik, amelyben a luxusszállodák történelmi épületeinek az elméleti háttere kerül bemutatásra. A kutatás primer adatfelvételi részében a témában jártas szállodai szakemberekkel készült félig strukturált interjúk eredményei érhetőek el. A kutatás második felében félig strukturált módszertan került alkalmazásra, amely lehetőséget biztosít a szálloda nyilvános tereinek vizsgálatára.

A kutatási eredmények alapján megállapítható, hogy a budapesti turisztikai piacon van lehetőség a régi épületek, olyfajta funkcióváltására, amely során luxusszállodává alakulnak. Az épületek ilyen módon tovább fennmaradnak és kiegészülnek modernkori elemekkel, miközben megtartják történelmi mivoltukat. Az ilyen funkcióváltásra a luxusszektornak van lehetősége, mert ennek a területnek áll rendelkezésre olyan finanszírozási háttér, amely tökeigényes épületrenoválás és üzemeltetés mellett is képes piacképes maradni. Az ilyen luxusszállodák beleépítik a designelemekbe és/vagy marketingkommunikációs anyagaikba a történelmi mivoltukat. Az interjúk során kiderült, hogy a helyi közösség nyitottan és pozitívan fogadta a szállodák megnyitását és a mai napig érdeklődnek az épület iránt, igaz inkább az idősebb generáció, hiszen jelenleg a fiatalabb generáció inkább csak visszatérő vendég lesz.

SZÉKELY EDINA

szekelyvedina@uni.sapientia.ro

Közélelmezési- és agroturisztikai mérnök

menedzser

BSc, 8. félév

Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem

Csíkszeredai Kar

Témavezető:

Dr. Nagy Benedek

egyetemi adjunktus, RO EMTE CSK

HARGITA MEGYEI ÉTTERMEK KÍNÁLATÁNAK FELMÉRÉSE - AZ INNOVÁCIÓ NYOMÁBAN

Kulcsszavak: éttermek; kínálatelemzés; innovatív szolgáltatások; étel- és italkülönlegességek; újszerű programok

Hargita megyében egyre nagyobb teret kap a gasztronómia és az éttermi élmény turisztikai termékként való hasznosítása. Újszerű programok, étel- és italkülönlegességek színesítik az éttermi kínálatot. Az éttermi élmények napjainkban nem merülnek ki az étkezés alapvető szükségleteivel, hanem minőségi időt és maradandó emléket kívánnak nyújtani a vendégnek. Ahhoz, hogy a versenyképességet fenntartsák, újabbnál-újabb, kreatívabb, merészebb és különlegesebb szolgáltatások bevezetésével igyekeznek megfelelni a vendégek elvárásainak.

Dolgozatomban exhausztív módon vizsgálom a megyében található éttermek kínálatát és az innovatív szolgáltatások jelenlétét, amelyek az éttermi élményeket fokozzák. Célként tűztem ki, hogy feltárjam az innováció jelenlétét az éttermekben, illetve, hogy az miként érvényesül leginkább, és milyen hatást gyakorol az étterem működésére. Az újszerű dolgozat módszertana feltáró jellegű, ahol a szekundér adatok mellett primer adatokat is felhasználok. Az éttermek jelenlegi helyzetének elemzéséhez és az éttermekben megnyilvánuló innováció felméréséhez kvantitatív és kvalitatív módszereket egyaránt alkalmazok. A kutatási eredmények bemutatása után javaslatokat fogalmazok meg az éttermek versenyképességének fenntartására.

Kutatásom eredményei nemcsak a megyei turizmus fejlődéséhez járulnak hozzá az éttermi kínálat, a különleges ízek és innovatív megoldások feltérképezése révén, hanem alapozásként szolgál a Hargita Megyei Tanács turisztikai szervezete által kitűzött célnak: Hargita megye 2027-re Európa Gasztronómiai Régiója címet kapjon.

VARGA VIRÁG JUDIT

virag.varga4@stud.uni-corvinus.hu

Gazdálkodás és Menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Harmat Vanda Daniella

egyetemi tanársegéd, Jelenleg: JKU Linz & BGE, Korábban BCE

A KOMPENZÁCIÓ SZEREPE A MUNKAERŐMEGTARTÁSBAN A VENDÉGLÁTÁS TERÜLETÉN

Kulcsszavak: kompenzáció; munkavállalói megtartás; munkahelyi elkötelezettség; munkavállalói elégedettség; menedzsment gyakorlatok

Dolgozatomban a kompenzáció szerepét vizsgáltam a vendéglátásipar területén, különös tekintettel, hogy az milyen hatással van a munkaerőmegtartásra az ágazatban. A kutatás során vegyes módszertant alkalmaztam. Kutatásom kvalitatív részében választ kerestem arra a kérdésre, hogy milyen kompenzációs elemekkel szükséges rendelkeznie vendéglátással foglalkozó szervezetnek a munkavállalói elégedettség eléréséhez, illetve kvantitatív fejezeteiben három hipotézist vizsgáltam, melyeket a szakirodalmi kutatásom alapján állítottam fel. A három hipotézisem a következőképpen szólnak:

1. A versenyképes kompenzációs elemek nyújtása a vendéglátóiparban korrelál a munkavállaló munkahelyi elkötelezettségével
2. A munkahelyi elégedettség növeli a munkavállalók megtartását.
3. A hatékony EEM (emberi erőforrás menedzsment) gyakorlatok megoldást kínálnának a magas fluktuációra a vendéglátóipar területén

Az adatgyűjtés strukturált interjúk és kérdőívek segítségével készült, az adatelemzés tartalomkódolással és hipotézisvizsgálattal történt. Az eredmények azt mutatták, hogy a megfelelő kompenzációs csomagok kialakítása és az iparági sajátosságokhoz igazított, nem kizárólag kompenzációs tényezőkre fókuszáló, komplex fejlesztések jelentősen növelhetik a munkavállalók hosszú távú elkötelezettségét a vendéglátóiparban.

ZÁMBÓ JÁZMIN ESZTER

z.jazmin2002@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Gyurácz-Németh Petra

egyetemi docens, intézetigazgató, PE GTK

MUNKAORIENTÁCIÓ ÉS KARRIER UTAK: A NŐI ÉS FÉRFI SZÁLLODAIGAZGATÓK PERCEPCIÓI

Kulcsszavak: munkaorientáció; karrier; szállodaipar; szállodaigazgatók

A szállodaipar napjainkban nincs könnyű helyzetben: munkaerőhiány és magas munkaerő fluktuáció jellemzi, valamint egyre több a pályaelhagyó hazánkban. Kutatásomban ezért a szektor azon szereplőinek motivációira szeretnék rávilágítani, akik jelenleg is a szállodák élén állnak, és nap, mint nap veszik az eléjük gördülő akadályokat. A kérdés tehát az: miért? Dolgozatom két fő aspektusra fókuszál. Egyrészt a szállodaigazgatók munkaorientációjára, azon motivációkra és mozgatórugókra, amelyek e vezetők munkáját befolyásolják, valamint arra, hogy mit várnak munkájuktól és mit nyújt az számukra. Online kérdőíves felméréssel kaptam választ többek között ezekre a kérdésekre a 70 kitöltőből álló minta segítségével. A téma másik kulcsfontosságúnak vélt aspektusát ennél mélyrehatóbban, egy kvalitatív kutatás keretein belül jártam körül. Az egész országot lefedő felmérésben 14 szállodaigazgatóval készítettem interjúkat, melyekből amellet, hogy megtudtam, mit gondolnak a szállodaipar jelenlegi helyzetéről munkaerő szempontból, fény derült azokra a tényezőkre is, hogy miért választották ezt a pályát maguknak és helyezkednek el benne még ma is, illetve milyen karrierutat jártak be, amely a jelenlegi pozíciójukhoz vezette őket.

Turizmus, vendéglátás – Turizmusfejlesztés

Elnök:	Dr. Bódis Gábor	METU
Társelnök:	Dr. Nagy Benedek	RO EMTE
Tag:	Dr. Hinek Mátyás	BGE
Tag:	Dr. Jászberényi Melinda	BCE
Tag:	Prof. Dr. Müller Anetta Éva	DE
Titkár:	Juhász Annamária	ME

ÁDER MÁRTON ÁRON

adermarci@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

*Dr. Keller Krisztina
egyetemi docens, BCE*

A SZIGETKÖZ AKTÍV TURISZTIKAI FEJLESZTÉSEINEK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: aktív turizmus; Szigetköz; termékfejlesztés; együttműködés; fenntarthatóság

A pályamű a Szigetköz Tájvédelmi Körzet (Szigetköz) aktív turizmusának fejlesztési lehetőségeit vizsgálja, célja a térség turisztikai potenciáljának feltárása és a fenntartható fejlődés elősegítése. A dolgozat a helyi, turisztikai szakemberek számára nyújt iránymutatást a jövőbeni fejlesztési irányokhoz, figyelembe véve a globális turizmus trendjeit és a helyi adottságokat. A fő kutatási kérdés (K: Milyen innovatív, fenntartható és élményalapú fejlesztésekre van szükség a bakancsos, a kerékpáros és a vízi turizmus fellendítéséhez a Szigetközben?) a Szigetköz turisztikai termékfejlesztési lehetőségeire összpontosít, hogy a régió ne csupán a turisták mellett a helyi közösségek számára is vonzó legyen.

A szakirodalmi áttekintés az aktív turizmus típusait és trendjeit ismerteti, kiemelve a gyalogos, a kerékpáros és a vízi turizmus fejlesztési szempontjait, majd a turisztikai termékfejlesztés fontos aspektusainak ismertetése után a Szigetköz turisztikai és gazdasági bemutatására kerül sor.

Az empirikus kutatás kvalitatív módszertanra épül. A mélyinterjúk kutatás résztvevői között szerepeltek helyi vállalkozók, illetve turisztikai szakemberek.

A primer kutatás eredményei alapján az interjúalanyok feltárták a Szigetköz erősségeit és gyengeségeit, megfogalmaztak fejlesztési lehetőségeket és veszélyeket is a régióval kapcsolatban. Kiemelték, hogy bár jól teljesít a régió a turizmus szempontjából, a fejlesztendő területek kiaknázásával magasabb turisztikai potenciál érhető el a térségben. Az együttműködési lehetőségeket vizsgálva ismertették, hogy a közös munka fejlesztendő, hiszen az elengedhetetlen a hosszú távú fejlődéshez. Az interjúalanyok egy Szigetközi Aktív Turisztikai Stratégiával kapcsolatban is megfogalmazták az elvárásaikat, amely során meghatározták többek között a konkrét fejlesztési javaslataikat, a célcsoportot és az időtávot is.

A dolgozatban három fejlesztési javaslat kerül bemutatásra. A turisztikai termékek összekapcsolásával az aktív turisztikai kínálat bővítése és a régió megismertetése a cél. A Sziget-Köz Programsorozat a programkínálat bővítése mellett a térségi együttműködést segíti elő, az önkormányzatok, a vállalkozók és a helyi turisztikai szolgáltatók összefogásával egy színes és nagy célcsoport igényeit lefedő esemény a cél. A Szigetközi Nemzetközi Aktív Turisztikai Konferencia a térségi turisztikai szereplők összefogását és a tapasztalatcserét helyezi előtérbe.

BARCZA NOÉMI

boncsi4@gmail.com

turizmus- vendéglátás

BSc, 4. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Husz Anikó

mesteroktató, SZE KGK

BENCÉS REGENERÁCIÓ: A BENCÉS SZERZETESREND A XXI. SZÁZADI DIGITALIZÁCIÓ ÉS A TURIZMUS TÜKRÉBEN

Kulcsszavak: Ordo Sancti Benedicti; értékrend; világörökség; digitális technológia; webgrafikai elemzés

Van-e ráció a bencés szerzetesrend turisztikai szerepkörében?

A kutatás a bencés rendet vizsgálja, fő fókuszban három helyszínnel. A megértés érdekében összehasonlításként megjelennek más helyszínek is, kitekintő jelleggel. (Például Győr és a győri bencések)

A dolgozatomban megjelenő mindhárom helyszín napjainkban is Szent Benedek Regulája alapján működő apátság, illetve szerepel az UNESCO világörökségek listáján mint világörökségi vagy jelölt helyszín.

Elsősorban azt vizsgálom, hogy a három különböző ország (Olaszország, Ausztria és Magyarország) három különböző helyszíne (a montecassinoi, a melki, továbbá a pannonhalmi apátság) hogyan reagál a napjainkban felmerülő kihívásokra. Hogyan képesek ezek a kolostorok megtartani eredeti szerepüket és emellett folyamatosan fejlődő turisztikai attrakcióvá válni?

A kutatásomban azt mutatom be, mi jelenti a fő vonzerőt a turisták számára, valamint a szerzetesek hogyan élik meg belülről ezeket a változásokat, milyen megoldásokat tudnak kitalálni a vendégek és saját igényeik kielégítésére. Továbbá elemzem milyen feladatokat, lehetőségeket és esetleges kihívásokat hordoz a digitalizáció megjelenése.

Kutatásmódszertanom két fő részre bontható. Elsősorban mélyinterjúkat készítettem az apátságokban élő szerzetesekkel. Másodsorban weboldalelemzést végeztem egy általam összeállított szempontsor alapján, melynek célja a három desztináció weboldalának összehasonlítása és értékelése volt. A weboldalelemzés után javaslatokat fogalmaztam meg arra vonatkozóan, hogyan lehetne ezeket a turizmus célcsoportjai számára attraktívabbá tenni.

BUJDOSÓ GRÉTA

bujdosogreti@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Csordás László

tudományos főmunkatárs, NJE GTK

LOVASTURIZMUS LAJOSMIZSÉN ÉS KÖRNYÉKÉN

Kulcsszavak: turizmus; lovasturizmus; kérdőív; interjú

Kutatásomat a Bács-Kiskun vármegyei Lajosmizsén és környékén végeztem, a lovasturizmus témakörében. A probléma meghatározása és a kutatási kérdések megfogalmazása után áttanulmányoztam a szükséges szakirodalmakat. Bemutattam a turizmus fogalmát, jelentőségét, GDP-hez való hozzájárulását, szereplőit és főbb formáit.

Ezt követően áttértem a lovasturizmus kérdésköréhez. Ezen belül szó volt a lovas szektor meghatározásáról, a lovasturizmusról általában, magyarországi helyzetéről, a lovas szolgáltatók patkós minőségéről, valamint a lovasturizmussal kapcsolatos hazai és nemzetközi célokról. Különbséget tettem aktív és passzív lovasturizmus között.

A munkát a vizsgált földrajzi terület bemutatásával folytattam. Fontosnak tartottam, hogy először Bács-Kiskun vármegye sajátosságairól, valamint az itt tartott konferenciákon megfogalmazott célokról írjak. Ezt követően Lajosmizse és környéke adottságaival foglalkoztam.

Primer kutatásomat két részre osztottam. Egyrészt interjú formájában megkerestem néhány lovas szolgáltatót, másrészt kérdőíves felmérést is alkalmaztam a Lajosmizsén és környékén található szolgáltatásokkal kapcsolatban.

Az interjú során három intézmény válaszolt a kérdéseimre. A beszélgetések során szerzett tapasztalatok alapján tudok néhány dologra következtetni. Fontos, hogy a lovas programokat kínáló létesítmények szállást is biztosítsanak a vendégeik számára. Manapság a szolgáltatók nagy hangsúlyt fektetnek a rendezvényekre is. A megkérdezettek szerint a lovas szolgáltatások kínálata nem elég ahhoz, hogy egy vállalkozást hosszú távon nyereségesen tudjanak működtetni, de kiegészítő tevékenységekkel együtt megéri. A három hely adatai alapján megállapítható, hogy a programokon résztvevő vendégek 53%-a külföldi.

A kérdőív elkészítésekor az volt a célom, hogy megismerjem az emberek véleményét a témámmal kapcsolatban, valamint, hogy felmérjem a térség népszerűségét és a lovas szolgáltatásokkal kapcsolatos elégedettséget. A válaszok alapján megállapítható, hogy Lajosmizse és környéke népszerű a lovas programok terén. Az aktív programok közül a túra- és tereplovaglás, míg a passzív programok közül a hagyományos lovasbemutató és a lovas kocsikázás a legkedveltebb. Az elemzés végén összegyűjtöttem a magyar lovasturizmus helyzetéről, húzóerejéről, és problémáiról szóló véleményeket.

NOÉMI GREGS

gregsnoemi7@gmail.com

Tourism Management

MA, 3. semester

Budapest Business University

College of Commerce, Catering and Tourism

Supervisor:

Dr. Éva Erdélyi Dr. Szabóné
associate professor, BGE KVIK

DIGITAL DETOX TOURISM: GLOBAL TRENDS AND OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT IN HUNGARY

Keywords: digital detox tourism; disconnecting; mental health; well-being; Hungary

In today's technology-driven world, digital detox tourism has emerged as a response to growing concerns about the mental and physical health effects of constant digital connectivity. As more people seek respite from the overwhelming pace of modern life, this niche form of tourism offers an opportunity for individuals to disconnect from digital devices and reconnect with nature and themselves. This research investigates the global trends in digital detox tourism and explores how Hungary can capitalize on this growing market. The study is guided by the following research questions: What are the current trends and consumer demands driving this type of tourism globally? How does Hungary's offering compare to other international destinations? How can Hungary effectively develop and promote digital detox tourism?

Data for the study were gathered through a multi-method approach. A quantitative online survey was conducted with 169 Hungarian participants to assess their awareness, willingness, and preferences regarding digital detox tourism. Additionally, structured interviews were carried out with 13 local hospitality providers offering nature-based and slow tourism experiences. An international perspective was gained through a case study of Il Monastero, a well-known digital detox destination in Italy. A Hungarian life coach was also interviewed as a digital detox tourism practitioner. Data were analysed through a combination of statistical analysis and thematic analysis to identify relationships and patterns between traveller expectations and service offerings.

The results indicate a growing interest in digital detox tourism among Hungarian consumers, with a strong preference for nature-focused retreats and wellness activities. However, awareness of digital detox tourism remains low, suggesting a need for targeted marketing strategies. The analysis also highlighted significant gaps between Hungary's current offerings and the best practices observed in leading global destinations. Based on these findings, the research concludes that Hungary has considerable potential to develop digital detox tourism by leveraging its natural and cultural resources, provided it enhances infrastructure and awareness.

KONTRA ANNA

kontra.anna.cecilia@gmail.com

Marketing

MSc, 2. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

SIPOS FANNI LILI

siposfanni16@gmail.com

Gazdálkodási és Menedzsment

BSc, 5. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. habil. Prónay Szabolcs
egyetemi docens, SZTE GTK*

MAGYAR FALVAK TURISZTIKAI IRÁNYTÚJE

Kulcsszavak: településmarketing; City Brands Index; vidékfejlesztés; magyar falvak; turizmus

A Magyar Falvak Turisztikai Iránytúje modellünk megalkotásával és fejlesztésével szeretnénk Sipos Fanni Lili kutatótársammal Magyarország falvainak alternatívát mutatni egy viszonylag egyszerűen működő és értelmezhető keretrendszer által, ami figyelembe veszi a települések lakóinak és vezetőinek nézőpontját is. A modellünk 6 dimenzió mentén képes több települést összehasonlítani, komplexen feltárni az erős és gyenge pontokat, hasonló és viszonyításra alkalmas községeket találni, valamint a lakosság és a döntéshozók értékelését szembe állítani. A 6 dimenzió a következő:

1. Emberek, közösségek
2. Kulturális események
3. Gasztronómia
4. Kikapcsolódási lehetőségek
5. Szálláshely
6. Gazdasági helyzet

Ezen kutatás keretein belül a szakirodalmi háttér részletes feltárásán túl bemutatjuk a modellünket, annak második körös fejlesztését, valamint a validált modell lefuttatását Algyő község esetében.

A dolgozat egy része az Innovációs és Technológiai Minisztérium Új Nemzeti Kiválóság Programjának támogatásával valósult meg.

AUDREY MEIVINA LUKITO

meivau29@gmail.com

Tourism Management

MSc, 4. semester

University of Pannonia

Faculty of Business and Economics

Supervisor:

Dr. Katalin Lőrincz

associate professor, PE GTK

**COMMUNITY-BASED TOURISM: THE FUTURE OF CULTURAL HERITAGE
PRESERVATION – A CASE STUDY OF SUMBA ISLAND, INDONESIA**

Keywords: sustainable community-based tourism; Sumba Island; local products; digitalization; cultural preservation; destination development

The global tourism industry, while economically vital, has historically struggled to address economic, social, and environmental issues effectively. In response, community-based tourism villages have emerged as a powerful tool for empowering local communities and promoting social responsibility. This study examines Sumba Island, a burgeoning Indonesian destination characterized by indigenous solid practices and beliefs, and explores tourists' willingness to purchase local products as a critical indicator of sustainable community-based tourism village development. The research also underscores the importance of integrating sustainable tourism principles in destination development to enhance tourism quality while mitigating the negative impacts of mass tourism. Moreover, leveraging digital facilities as promotional strategies is essential for increasing tourism destinations' visibility in the digital era. As Sumba Island retains its authenticity, local communities must work towards establishing self-sufficient tourism villages that preserve cultural values while embracing digitalization to prepare for potential mass tourism in the future.

Methodology: This qualitative study employed focus group discussions with weaving artists from five villages, individual interviews with three weaving artists, and conversations with six other tourism industry stakeholders on Sumba Island. Additionally, the research included input from five leaders of the weaving community, two Sumbanese coffee entrepreneurs, and seven guests who visited Sumba Island.

MOLNÁR ANNA ERZSÉBET
molnar.anna.erzsebet@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 7. félév

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Vargáné Dr. Csobán Katalin
adjunktus, DE GTK

A HAZAI KASTÉLYOK TURISZTIKAI CÉLÚ HASZNOSÍTÁSA

Kulcsszavak: kastélyturizmus; funkcióváltás; Z generáció; interpretáció

Magyarországon számos kastély található, amelyek az utóbbi évek nagyszabású állami fejlesztései következtében a hazai örökségturizmus kiemelkedő attrakciójává váltak. A Nemzeti Kastély-és Várprogram keretében felújított kastélyok széles programkínálattal, múzeumpedagógiai foglalkozásokkal, megújult belső terekkel, parkkal, digitális és multimédiás eszközökkel állnak a látogatók rendelkezésére.

A kutatás arra keresi a választ, milyen szerepük lehet a modern korban ezeknek a történelmi jelentőségű épületeknek, illetve hogyan lehet őket innovatív, kreatív és élményszerű módon bemutatni, hogy érdekesek legyenek a Z generáció tagjai számára is. A dolgozat általános célkitűzése, hogy feltárja a kastélyok turisztikai hasznosításának legfőbb aspektusait, külön kitérve az élményszerű bemutatás lehetséges formáira, továbbá ismertesse a keresleti oldal elvárásait, fogyasztói szokásait, az interpretációs technikákat és a látogatómenedzsment aktuális trendjeit.

A kutatási kérdések megválaszolásához szekunder és primer adatgyűjtést végeztem. A szekunder kutatás során a nemzetközi és hazai szakirodalom segítségével feltártam a kulturális, az örökség- és a kastélyturizmus fogalmát és jelenlegi trendjeit, az interpretációs technikákat, az örökségi értékek bemutatásának lehetőségeit és a Z generáció fogyasztói szokásait. Primer kutatásomat egy hazai szakemberrel készített mélyinterjú, a kastélyok honlapjának tartalomelemzése és a Z generáció körében elvégzett kérdőíves felmérés adta. Az interjú rávilágított a kastélyhasznosítás nehézségeire és a kínálati oldal sajátosságaira, míg az internetes tartalomelemzés segítségével a kastélyokban kialakított szolgáltatások kerültek bemutatásra. A kérdőív a kastélyok hasznosítási formáira, az interpretációs technikákra és az attrakciók népszerűsítésének lehetőségeire vonatkozó kérdéseket tartalmazott.

A szekunder és primer források igazolták, hogy a kastélyok számára a turizmusba való bekapcsolás a legideálisabb hasznosítási forma, így válik ugyanis leginkább láthatóvá és mindenki számára elérhetővé az örökségi érték. A kérdőíves kutatás eredményei alapján megállapítottam, hogy a fiatal generációkat elsősorban az interaktív, digitális eszközöket is felhasználó múzeumi bemutatás ragadja meg, látogatásuk során pedig különleges, egyedi élményeket keresnek.

NEMES KATALIN

nemes.katalin48@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 3. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Gonda Tibor
egyetemi docens, PTE KTK

TEMATIKUS UTAK MAGYARORSZÁGON: TRENDEK, KIHÍVÁSOK ÉS FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEK

Kulcsszavak: tematikus út; turisztikai trend; keresletelemzés; borút; fenntarthatóság

A dolgozat a magyarországi turisztikai tematikus utak jelenlegi állapotát vizsgálja. A kereslet és a kínálat elemzése mellett fejlesztési javaslatokat kínál.

Az alábbi hipotéziseket állítja és igazolja:

1. A tematikus utak kínálta értéket digitális jelenlét és tudatos marketingtevékenység által lehet leghatékonyabban kommunikálni Y és Z generációs fogyasztók felé.
2. Az Y és a Z generációk turizmushoz való hozzáállását alapvetően meghatározza az egyedi élményszerzés, mint kulcsmotiváció, a fenntarthatóság és a digitalizáció.
3. A tematikus utak fenntartásának elengedhetetlen komponensei a stabil és innovatív menedzsment, a közösségi összefogás és a kiegyensúlyozott finanszírozási háttér.
4. Annak ellenére, hogy hazánkban nem működnek eredményesen a tematikus utak, jelentős ismertséggel rendelkeznek és lenne érdeklődés irántuk a belföldi turisták részéről.

A dolgozat kutatásmódszertana az alábbiakból áll:

- 1000 fős reprezentatív kérdőíves felmérés a tematikus utak iránti keresletről.
- Mélyinterjú a Szekszárdi és a Villány-Siklói Borút Egyesületek (egykori) elnökeivel a tematikus utak működtetésének alapfeltételeiről.
- Internetes és közösségi média-elemzés a magyarországi (véltetően) működő tematikus utak digitális marketing-tevékenységéről.
- Hazai és nemzetközi szakirodalmi áttekintés, trendelemzés.

A kutatás eredményei igazolják, hogy a Y és Z generáció leginkább a digitális marketing által érhető el. Alátámasztják továbbá, hogy az y és z generációt leginkább meghatározó trendek a fenntarthatóság, a digitalizáció és az egyedi élményszerzés. A mélyinterjúk alátámasztják az állítást, miszerint a tematikus utak fenntartható működtetéséhez elengedhetetlen a stabil és innovatív menedzsment, a közösségi összefogás és a kiegyensúlyozott finanszírozási háttér. Az 1000 fős felmérés pedig igazolja, hogy a tematikus utak helyzetétől függetlenül jelentős ismertséggel rendelkeznek és lenne érdeklődés irántuk a belföldi turisták körében.

NÉMETH NÓRA

nora.nemeth.02@gmail.com

Turizmus-Vendéglátás

MA, 3. félév

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság

Intézet

Témavezető:

Dr. Kovács Gyöngyi

egyetemi docens, MATE VFGI

A 2023-AS ATLÉTIKAI VILÁGBAJNOKSÁG SIKERE, A SPORTTURIZMUS ÉS A SPORTRENDEZVÉNYEK

Kulcsszavak: világbajnokság; mega-sportrendezvény; siker; sportturizmus

Pályamunkámban a mega-sportesemények gazdasági és társadalmi hatásait a kutatásom témájával megegyezően a Budapesti Atlétikai Világbajnokság példáján keresztül összegeztem. A kutatómunkám a 2023-ban megrendezett atlétikai világbajnokság sikerességéről szól. A szervezőbizottság kitűzte célul, hogy a budapesti lesz az eddig valaha volt legjobb világbajnokság. Célom bebizonyítani, hogy ez megvalósult. A szükséges információk beszerzését két módszertan segítségével végeztem; kérdőíves megkérdezéssel és mélyinterjúkkal. A kérdőívre érkezett válaszok feldolgozása során a következő témákat érintettem a nézők a hirdetési felületek korosztály szerinti eléréseit, a stadion megközelíthetőségét és a fenntarthatóság összefüggését, a stadion kialakítását és a szervezést. A kérdőívemben hangsúlyt fektettem az élményekre és az érzelmekre egyaránt. Kutattam a nézők körében a legnépszerűbb versenyszámokat és az esemény hangulatát leíró kifejezéseket. A magyar válogatott sportolókkal készített mélyinterjúk során legfőbb célom a tapasztalataik és javaslataik feltárása volt. A kérdések a szállás értékelésétől a közlekedésen át a sportspecifikus tényezők, mint a regenerálódást segítő szolgáltatások és állomások értékeléséig terjedtek. Az atléták tekintetében is kitértem az élményekre és a megélt érzésekre. . A 2023-as Budapesti Atlétikai Világbajnokságról szóló kutatásom bebizonyította, hogy elérte kitűzött célját, minden idők legsikeresebbjeként debütált és követendő példaként jelent meg az elkövetkező világbajnokságok tekintetében. A nézők és a sportolók is rengeteg pozitív élménnyel gyarapodtak. Remekül megmutatkozott a sport összekovácsoló ereje és a mega-sportesemények pozitív hatásait is megtapasztalhattuk Budapest23 példáján keresztül. Rengeteg gyermeket és felnőttet megmozgatott az esemény, ennek eredményeképpen felhívta a figyelmet a rendszeres testmozgással való egészségmegőrzés kulcsfontosságára. Remek alkalmat adott az emberek számára sporttal való kapcsolatuk megerősítésére. A „Láss csodát!” mottó jegyében valóban örökre szóló élményekkel gazdagodhattak a résztvevők. A sikerek mellett a jövőbe tekintve a fejlesztendő területek tanulmányozásával és a hiányosságok pótlásával még magasabb színvonalú sportrendezvények megrendezésére lehetünk képesek.

SZÉNÁSI DÓRA

szendori99@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 8. félév

Eszterházy Károly Katolikus Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Domjáné Dr. habil. Nyizsalovszki Rita

tszv. egyetemi docens, PüspökVác Látogató- és Rendezvényközpont

AZ ÉSZAK-MAGYARORSZÁG RÉGIÓ VALLÁSI TURIZMUSÁNAK BEMUTATÁSA, JELENTŐSÉGÉNEK ÉS FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEINEK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: értékkincs; találkozás; termékfejlesztés; keresztény; marketing

Jelen társadalmunkat gazdasági polarizáltság jellemzi, látható, tapintható a gazdagság mellett a mélyszegénység is, a gazdasági, pénzügyi válság, a háborúk és a természeti katasztrófák... mindez spirituális kihívások elé is állít bennünket a fizikai kihívások mellett. A vallási turizmus ezekre a kihívásokra lehet eszköz és válasz, hiszen a vallásturizmus során lehetőségünk nyílik találkozni Istennel, egymással és önmagunkkal, valamint a Megváltás üzenetével. Magyarországon 2021-ben alakult meg a Nemzeti Vallásturizmus Tanács, és került bele a Nemzeti Vallásturisztikai Intézkedési Terv a Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 2.0 kiadásába, ez is alátámasztja a téma relevanciáját.

Kutatásom célja az volt, hogy megvizsgáljam, vajon a vallásturizmus nemzetközi trendjei, a turizmus innovációs alapjai milyen mértékben jelentősek a vizsgált régió vallásturizmusa kapcsán, valamint melyek azok a tényezők, amelyek befolyásolják a régió értékkincseinek népszerűségét, milyen fő elemek határozzák meg a keresleti oldal elégedettségét, és miért.

Kutatásom összegzéseként megállapítható, hogy a vallásturizmus fókuszba került Magyarországon, s ezzel lehetőség nyílt arra, hogy azt a mind vallási, mind kulturális szempontból sokszínű és gazdag értékkészletet, amellyel hazánk rendelkezik, különböző fejlesztések és együttműködések segítségével megmutassa. Elmondható, hogy a vallásturizmus jelentőségének és nemzeti, vagy éppen nemzetközi ismertségének erősítésére tett törekvése megvalósulóban vannak. Jelenleg is kezdődnek, folynak vagy éppen lezárulnak vallásturisztikai projektek, ezekkel mind lehetőség nyílik a vallásturisztikai értékek kiaknázására, bemutatására és népszerűsítésére. Amennyiben ez a tendencia folytatódik, úgy sokat ígérő együttműködés jöhet létre az egyház, az állam és a turizmus szakma között, ennek azonban elengedhetetlen feltétele ezen három szereplő egymás iránti nyitottsága, kommunikációja és kooperációja. Az értékkincsek üzemeltetésében vannak kiemelendő jó gyakorlatok, azonban nagyon sok kisebb attrakció küzd nehézségekkel, amelyeknek egyik fő oka a méretük és a szakemberhiány.

A termékfejlesztésben jelentkező hiányosságok egyik megoldási lehetősége a vallásturisztikai szakemberek számának növelése, amely professzionális választ jelentene a kihívásokra. Megoldási lehetőség az értékkincsek összefogása és a hálózatosodás, amely nemcsak az értékek közös megjelenését és termékfejlesztését segítheti, hanem a vallásközi párbeszédet is tovább erősítheti.

ZARECKY ANDRÁS ZSOMBOR

zareckyandraszsombor@gmail.com

Alkalmazott Közgazdaságtan

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

Témavezető:

Madari Zoltán

egyetemi tanársegéd, BCE MSMI

TÚLÉLÉS A TURIZMUSBAN – AZ ÁGAZAT SÉRÜLÉKENYSÉGE A PANDÉMIA HATÁSA KÖVETKEZTÉBEN

Kulcsszavak: propensity score matching; különbségek különbsége; turizmus; pandémia

Dolgozatomban a pandémia turizmus iparágra gyakorolt sérülékenységet és annak komponenseit keresem becsült részvételi valószínűségek párosítása (propensity score matching) és különbségek különbsége (difference-in-differences) módszertannal. Az elemzés elméleti áttekintésében röviden bemutatom a magyar vállalati szektor reakcióit a 2008-2009-es pénzügyi válságra. Majd a megállapításokat összevetem a pandémiában tapasztalt vállalati magatartásformákkal. Továbbá megkeresem ezen reakciók eredőjét és meghatározom mely pénzügyi dimenziók mentén sűrűltek a vállalatok a legjelentősebben a pandémiával.

Kutatásom fő kérdésköre arra épül, hogy az iparági különbségek lebontása után van-e eltérés a turizmus és egyéb szektorok között növekedése között. Továbbá meg lehet-e magyarázni a pandémiával ezt a különbséget. Elképzelésem szerint jelentős különbségek vannak, továbbá ezeket a különbségeket megpróbálom vállalatirányítási fókusz szerint különböző tényezőcsoportokra lebontani.

Az elemzés során először meghatározom a távolságokat, ami alapján minden turisztikai vállalat mellé a kontrollcsoportból egy darab hasonló nem turisztikai vállalatokat keresek. Az így azonosított vállaltapárokon kiszámolom az átlagos kezelési hatást a kezeltéken. Az elemzés végén a párok alkotta adatbázison különbségek különbsége módszerrel kezelem az időben nem megfigyelt változókat.

Elemzésem eredményeképpen megállapítottam, hogy a turizmus szektorban az árbevétel csökkenés jelentősebb volt a többi szektorhoz képest a pandémia következtében. Továbbá azt is, hogy a pandémia hatására nem lehet vállalatirányítási eszközökkel kontrollálni.

Turizmus, vendéglátás – Utazási döntés

Elnök:	Dr. Gonda Tibor	PTE
Társelnök:	Dr. Dávid Lóránt Dénes	NJE
Tag:	Dr. Darabos Ferenc	SZE
Tag:	Domjáné Dr. habil. Nyizsalovszki Rita	EKKE
Titkár:	Bakó Tamás Sándor	ME

DÓCS DÁVID ZOLTÁN

david.docs@stud.uni-corvinus.hu

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

HAJDÚ MARCELL

marcell.hajdu@stud.uni-corvinus.hu

Alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:**Madari Zoltán**egyetemi tanársegéd, BCE MSMI*

**MENNI VAGY NEM MENNI? – A BALATONI ÉS ADRIAI SZÁLLÁSÁRAK
ÖSSZEHASONLÍTÁSA PROPENSITY SCORE MATCHINGGEL***Kulcsszavak: szállásarak; propensity score matching; Balaton; Adria*

Kutatásunkban arra a kérdésre kerestük a választ, hogy vajon még mindig több pénzbe kerülnek-e a szállások a horvát Adriai-tenger mentén, mint a Balatonon. A kérdés megválaszolására a Booking.com-ról web scraping segítségével letöltött adatokon dolgoztunk és propensity score matching módszert alkalmaztunk az árkülönbség ellenőrzésére. Összesen 847 szállást vizsgáltunk. Az adataink 2 felnőtt részére, 6 éjszakára szóltak és 2025 júliusára vonatkoztak. Lineáris regresszió segítségével meghatároztuk, hogy mely változók állnak szignifikáns kapcsolatban a szállásárakkal. Az így kiválasztott változókkal logit modell alapján hozzárendeltünk minden szálláshoz egy propensity score-t, majd nearest neighbor matching módszerrel összepárosítottuk az egymáshoz leginkább hasonló jellegű balatoni és horvát szállásokat. A matchinget követően sikerült kiegyensúlyozni a két hely szállásai között a változók eloszlását, így kontrolláltunk az árkülönbség egy részét okozó összetétel hatásra. Az összepárosított szállások közötti árkülönbséget Welch-próbával teszteltük. A teszt eredményeként azt kaptuk, hogy a szálláspárok közötti átlagos árkülönbség nem szignifikáns. Ebből azt a konklúziót tudtuk levonni, hogy a szálláshelyek közti alapvető árkülönbségeket nem az eltérő ország, hanem a különböző szállásjellemzők eredményezik, mint például a konyha megléte, a wellness szolgáltatások, vagy a vízparthoz közelebbi elhelyezkedés. Az előzetes hipotézisünket elutasítottuk, miszerint a horvát szállások drágábbak, mint a balatoni szállásarak. Az országok közötti árkülönbségek mögött leginkább az állhat, hogy Horvátországban több magas felszereltséggel, illetve vízparthoz közelebbi elhelyezkedéssel rendelkező szálláshely található.

ENDRÉSZ BLANKA

blankaendres@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Társadalomtudományi TDK

*Témavezető:
Dr. Keller Krisztina
egyetemi docens, BCE*

A NEMZETKÖZI ÖNKÉNTES PROGRAMOKBAN VALÓ RÉSZVÉTEL HATÁSAI AZ UTAZÁSI DÖNTÉSEKRE

Kulcsszavak: nemzetközi önkéntesség; önkéntes program; Z generáció; alternatív turizmus; utazási döntés

Az önkéntes programok népszerűsége napjainkban egyre növekszik, főként a fiatalabb korosztály körében, így a TDK pályamunka fókuszában is a Z generáció állt. A nemzetközi önkénteskedést, mint a turizmus egyik alternatív formáját tarthatjuk számon, hiszen szoros összefüggésben áll a turisztikai célú helyváltoztatással és tevékenységekkel, azonban kevés kutatás vizsgálja ezek összefüggéseit. Jelen dolgozat célja ennek a kutatási résznek a szűkítése, annak feltárása, hogy a nemzetközi önkéntesség sajátos tényezői milyen hatást gyakorolnak az egyes programokban résztvevők turisztikai magatartására, ezáltal pedig az utazási döntéseikre.

Az empirikus kutatás során kvalitatív módszer került alkalmazásra, hét félig-strukturált interjú készült nemzetközi önkéntes programokban részt vevő Z generációs fiatalokkal. Ebből öt személyesen, kettő online formában zajlott. Az eredmények alapján elmondható, hogy a külföldi önkénteskedés a későbbiekben jelentősen befolyásolja a résztvevők szabadidős utazási motivációit, döntéseit, magatartását és a turisztikai élmény értelmezését. Az önkéntesek nyitottabbak lettek más kultúrákra, többet szeretnének utazni a jövőben, sokkal inkább keresik a kalandokat és kihívásokat, illetve az aktív turizmust részesítik előnyben, többen annak ellenére, hogy korábban nem tekintettek magukra aktív turistaként. Ezenfelül jobban odafigyelnek arra, hogy ne csak a fő turisztikai attrakciókat látogassák meg, hanem az adott desztináció atmoszférájába is betekintést nyerjenek. A nemzetközi önkéntes tevékenység egyéni szinten pozitívan járul hozzá a résztvevők különböző – például kommunikációs - készségeinek fejlesztéséhez, globális szinten pedig elősegíti a kulturális diverzitást.

A kutatás további fontos eredménye, hogy mind a küldő, mind a fogadó szervezetek részéről tapasztalhatók hiányosságok, főként a transzparens kommunikációt és információátadást tekintve, azzal kapcsolatban, ahogyan a szervezetek „végigkísérik” az önkéntesek külföldi tartózkodását, valamint az idegen nyelvi felkészítést illetően. Ezekre a szempontokra érdemes lenne nagyobb hangsúlyt helyezni a szervezési folyamatok során. Turisztikai szempontból ezenfelül hasznosnak bizonyulhat, ha a fogadó és küldő szervezetek utazási javaslatokkal látnák el az önkénteseket, összegyűjtenék számukra a kedvezménytel látogatható helyeket, amivel erősíteni lehetne az adott desztinációba való visszatérési hajlandóságot is.

DÓRA GAÁL

dora.gaal@stud.uni-corvinus.hu

Business and Management

BSc, 6. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Dr. Dóra Horváth

senior lecturer, BCE VTI

**BEYOND BORDERS – A FUTURISTIC GLIMPSE INTO AI-BACKED
TRANSFORMATIONS ACROSS LEISURE TOURISM**

Keywords: artificial intelligence; tourism industry; travel planning; mixed methodology

The rapid advancement of technology underscores the significant impact that artificial intelligence (AI) can have on the tourism sector, necessitating a thorough analysis of its implications for the global travel industry. Despite the importance and relevance of the topic, there has been a paucity of published research addressing this issue thus far. The primary objective of my study is to examine the impact of artificial intelligence on the travel and tourism industry, specifically in the domain of travel planning. The study aims to offer a comprehensive analysis of the perspectives held by travellers and travel agencies in Hungary regarding this topic, while also examining the corresponding prospects and obstacles. Based on a thorough examination of existing literature, my study utilizes a combination of qualitative and quantitative research methods. Qualitative research involved conducting interviews with industry professionals, while quantitative research involved creating a survey to gather individuals' perspectives on the topic. According to my research, AI has not been fully utilized by domestic tourism service providers, while on the Hungarian customer side artificial intelligence is surprisingly commonly used especially in case of younger generations. The findings also suggest a growing role for AI in the tourism sector, signalling significant opportunities and challenges ahead.

HALDA MELINDA

haldamelinda@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 7. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Cserdi Zsófia Hajnalka

egyetemi adjunktus, BCE

IMMERZÍV SZÁLLODAI ÉLMÉNY MÁR A FOGLALÁS ELŐTT – A VIRTUÁLIS VALÓSÁG FOGLALÁSI DÖNTÉSRE ÉS VENDÉGÉLMÉNYRE VALÓ HATÁSA A DIGITÁLIS UTAZÓK KÖRÉBEN

Kulcsszavak: virtuális valóság; digitális utazó; foglalási döntés; vendégélmény; immerzív technológia

A folyamatosan fejlődő digitalizáció kiemelkedő hatást gyakorol a turizmusra (Michalkó, 2023), mely által egy új turista típus, a digitális utazó is megjelent. Az új utazótípus igényeinek és elvárásainak változása következtében a szálláshelyeknek különböző digitalizált megoldásokat kell alkalmazniuk, amelyek már a turisztikai élmény szervezési fázisában is képesek megjeleníteni (Lukács et al., 2022). Az egyik ilyen innovatív technológia a virtuális valóság (virtual reality = VR), amely biztosítja a lehetőséget a digitális utazók számára, hogy még a foglalás előtt részletesen megismerjék a szállodát, illetve annak kínált szolgáltatásait (Bilgihan & Ricci, 2023).

Kutatásomban a VR technológia szállodaiparban való felhasználását vizsgálom, fókuszálva annak a foglalási szándékra, illetve a digitális utazók által elképzelt szállodai élményre való hatására. Az új utazótípus utazási szokásait, azon belül a foglalási folyamataikat, átélt élményeiket és a VR-al kapcsolatos attitűdjeiket kvalitatív mélyinterjúk módszerrel tártam fel, projektív technikákkal kiegészítve. Az alanyokat két csoportra bontva különböztettem meg, akik korábban már használtak VR-t, illetve akik még nem. A VR alkalmazásának életszerű vizsgálata érdekében a mélyinterjúkat használhatósági teszttel egészítettem ki, így megvizsgálhattam, hogy az utazók miképp vélekednek a technológia ezen célra való felhasználásáról, illetve használatának nehézségi szintjéről. Kutatásommal ezen kutatási kérdésekre adok választ:

K1. A turisztikai élmény egyes fázisaiban a digitális utazók milyen módon veszik igénybe a digitalizált turizmus adta lehetőségeket?

K2. A virtuális valóság alkalmazása hatással van a szállodákba látogató digitális utazók foglalási szándékára?

K3. A virtuális valóság alkalmazása eltérő hatást gyakorol a VR technológiát korábban már használó, illetve nem használó digitális utazók foglalási szándékára?

K4. A virtuális valóság hatással van a digitális utazók által elképzelt szállodai élményre?

Vizsgálatom alapján, a VR technológia szállodaiparban való alkalmazása számos előnnyel bír a digitális utazók tekintetében. Többek között elmondható, hogy hatással van a foglalási döntéseikre, azonban különbség figyelhető meg a két csoport foglalási szándékára gyakorolt hatása között. A szálloda által kínált szolgáltatások virtuális valóság általi előzetes megismerése viszont kiemelkedő hatással van a digitális utazók által elképzelt szállodai élményre, valamint növelheti a szolgáltatásokat igénybe vevők számát.

HAMAR ESZTER

hamar.eszter1@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:

Dr. Babos Krisztina

adjunktus, BGE KVIK

Dr. Biró Lóránt

adjunktus, BGE KVIK

A BAKANCSOS TURIZMUS NÉPSZERŰSÉGE ÉS AZ ORSZÁGOS KÉKTÚRA ISMERTSÉGE A HAZAI LAKOSSÁG KÖRÉBEN

Kulcsszavak: turizmus; Magyarország; túrázás; szabadidő; természetjárás

A dolgozatom középpontjában a magyarországi bakancsos turizmus, azon belül is az Országos Kéktúra (OKT) jelentősége és növekvő népszerűsége áll. A szekunder kutatás során kiemelt figyelmet fordítok az aktív turizmus, a természetjárás, a gyalogtúrázás és az országjárás fogalmi körülhatárolására. Emellett szerepet kap a generációk szabadidős tevékenységeinek, illetve a túrázás egészségre gyakorolt jótékony hatásainak rövid ismertetése. A járványhelyzet korlátozásai alatt egyre többen fedezték fel a természet adta lehetőségeket, így a túrázás hazai népszerűségének növekedése és a motivációs tényezők vizsgálata különösen aktuálissá vált.

A kutatásom egyik legfontosabb célja, hogy felhívjam a figyelmet a túrázás és a természetben töltött aktív szabadidő fontosságára. A Kéktúra mozgalom nemcsak a minket körülvevő természet megismerésére, hanem a környezettudatos szemlélet erősítésére is kiváló lehetőséget biztosít. Emellett pedig felhívja a figyelmet természeti értékek megőrzésére, a kulturális örökségek bemutatására és a fenntarthatóság fontosságára. Az empirikus kutatásom három részre oszlik. Elsősorban a kényelmi mintavétellel készült 937 mintaelemszámú online kérdőív feldolgozása során a szabadidős tevékenységek korcsoportok szerinti megoszlása, a Kéktúra ismertsége és annak népszerűsége kerül elemzésre. Másrészt a megfigyelés eszközt alkalmazom az Országos Kéktúrázás Napja programon való részvétel során, mely segíti a felmérésben gyűjtött adatok háttérének hatékonyabb áttekinthetőségét. A kvantitatív kutatás eredményeit kvalitatív módszert is alkalmazva a Magyar Természetjáró Szövetség szakmai igazgatójával folytatott interjúban elhangzottakkal hasonlítom össze és egészítem ki.

Az eredmények rávilágítanak, hogy valóban összefüggésbe hozható a Covid-19 járvány a túrázók számának növekedésével és e tevékenység népszerűbbé válásával. Továbbá kiderül, hogy a 18-25 éves korosztályt lenne különösen érdemes gyalogtúrázásra ösztönözni. A kutatás során megfogalmazott javaslatok pedig hozzájárulhatnak a magyarországi bakancsos turizmus fejlesztéséhez, és rávilágítanak az OKT jövőbeli népszerűsítésének és fenntarthatóságának lehetőségeire.

HAPEMAN ZOLTÁN KEVIN

hapemanzoltan@gmail.com

turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezető:

Schultz Éva

tanársegéd, BGE KVIK

**"TÉLAPÓ ITT VAN?" - A MIKULÁSKULTUSZRA ÉPÜLŐ TURIZMUS KERESLETI
MEGKÖZELÍTÉSŰ VIZSGÁLATA NEMZETKÖZI ÉS HAZAI PÉLDÁKON
KERESZTÜL**

Kulcsszavak: turizmus; Rovaniemi; Mikulás; netnográfia; Mikulásfalva

Mindenki máshogyan éli meg a karácsonyt és a hozzá kapcsolódó ünnepkört, nem csupán országról országra, de akár háztartásonként is változó lehet az ünnephez való szemlélet. Rendkívül sok témapark létezik a világon, mely a karácsonnyal foglalkozik, illetve a nyugati világban az eredeti, Krisztus születése motívum mellett a központi motívum egy piros-fehér ruhába öltözött idős ember, akit Mikulásként ismerünk. És mit tudnak kínálni ezek a témaparkok, melyek a személye köré épültek, ám valójában egy mítoszon alapuló turizmusról van szó, mely egyik országhoz sem köthető. És mit gondolnak erről az ide ellátogatók? Kutatásom során netnográfias felméréssel jártam utána, hogy a látogatók Mikulás tematikájú parkjaiban milyen élményekkel gazdagodtak, illetve mennyire felelt meg ez az előzetes elképzeléseiknek. A kutatás során vegyes összkép tárult fel számomra, a témaparkok megítélése mindkét szélsőségben megmutatkozott: a pozitív hangok a karácsonyi hangulat tökéletes megelevenítésének tartják, ahol újra átélhetik gyerekkorukat, míg mások egy kommersz, csupán költekezésre jó helynek titulálják, mely karácsonyi tematikájú ugyan, de annak a varázsát egyáltalán nem adja vissza. Összesítve a témaparkok megítélése nagyban függ attól, hogy a látogató alapvetően hogyan viszonyul a karácsonyhoz, melyet napjainkban megélünk és ennek alapján nagy valószínűséggel valamelyik szélsőségbe fog kerülni véleménye alapján.

HOLLÓDY MOLLI FANNI

molli.hollody@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:

Sipos Erika

mestertanár, BGE KVIK

Dr. Biró Lóránt

adjunktus, BGE KVIK

UTAZÁS A ZENE HULLÁMAIN - A ZENEI ÉLMÉNY, MINT TURISZTIKAI VONZERŐ

Kulcsszavak: zenei turizmus; zene; turizmus; fesztivál; koncert

„A jóléti társadalmakban a szabadidős élmények szerepe felértékelődött.” (Schulze, 1995; Zátori, 2015) A hírportálokon és a közösségi médiában egyre több cikk jelenik meg olyan világkörű koncertturnékról, amelyek jelentős hatással vannak a nemzetközi turizmusra. „Globális trendnek tekinthetjük a fesztiválok térnyerését, amely szorosan összefügg az élménytársadalmak kialakulásával.” (Streit, 2014) Ezen gondolatok alapján határoztam el, hogy dolgozatomban a zenét, mint motivációs tényezőt vizsgálom. Hipotéziseim szerint a koncertek jelentősége a turizmusban nőni fog és ez a növekvő tendencia a következő évekre is érvényben marad. A szakirodalom feldolgozása során vizsgáltam a zenés rendezvényeket, valamint bemutattam azok desztinációra gyakorolt gazdasági és társadalmi hatásait. Továbbá hangsúlyt fektettem az élményturizmus megjelenésére a zenei turizmusban, valamint a zenei kínálati elemek desztináció imázsát alakító erejére. Primer kutatásom során a kérdőíves kutatást és a feltáró interjúk módszerét használtam, hogy képes legyek jobban megérteni a zenés események és a turizmus közötti összefüggéseket. Milyen hatással van egy desztinációra az ott megrendezett zenés rendezvény? Milyen fogyasztási szokások jellemzik a zenei turistákat? Ezek kutatásom alapkérdései. Célom a zenei turizmus tendenciáit, mintáit feltárni. A kérdőívet majdnem 800-an töltötték ki, ezáltal következtéseket tudok levonni a koncertturisták utazási, fogyasztási és költési szokásaival kapcsolatban. Ugyanakkor megkérdezem azokat is, akik még nem utaztak külföldre koncert vagy fesztivál meglátogatása céljából. Fontos tudni, hogy mire van szükség ahhoz, hogy őket is be lehessen vonni a zenei turizmusba. Ezenfelül feltáró interjúkat készítettem a szakma szakértőivel. Az interjúk során megismerhettem a hazai zenei fesztiválok helyzetét, a koncertutazásokkal foglalkozó utazási irodák működését. Ezenfelül az egyik hazai DMC munkatársával arra kerestem a választ, hogy az üzleti turisták hogyan vonhatóak be az alapvetően szabadidős turistákból álló zenei turizmusba. A KSH adatai rámutattak a koncertek és fesztiválok turistákat megmozgató erejére a vendégéjszaka számok növekedése alapján. A várható eredmények között megjelenik, hogy az élmény szerepe a kulturális turizmusban felértékelődik, ezáltal a zenei turisztikai kínálati elemekre is a növekvő kereslet lesz jellemző.

MACHÓ BÍBORKA MAJA

machobiborka@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és

Idegenforgalmi Kar

Témavezetők:

Dr. Petykó Csilla

egyetemi docens, BGE KVIK

Dr. Magyar Norbert

egyetemi docens, BGE KVIK

A DISCOVEREU PROGRAM HATÁSA A FIATALOK UTAZÁSI SZOKÁSAIRA

Kulcsszavak: DiscoverEU; vasút; Interrail; utazási szokások; fenntartható turizmus

A turizmusban résztvevők száma folyamatosan emelkedik. Ez a közlekedési infrastruktúrára nehezedő nyomás mellett növeli az iparághoz tartozó környezetszennyezést is. A Föld szén-dioxid kibocsátásának közel 8%-áért a turizmus felelős, ennek közel a fele a közlekedésből származik. Ezért sürgetővé vált a klímatudatos utazás biztosítása, népszerűsítése az Európai Unióban is. Európa fejlett vasúti infrastruktúrával, számos gyorsvasúttal rendelkezik, melyet az Unió a vasút tematikus évével kívánt népszerűsíteni 2021-ben. Ehhez és a 2022-es Európai Ifjúsági Évhez kapcsolódik TDK dolgozatom, aminek a fő témája a DiscoverEU program. Ebben a programban az EU Interrail bérleteket oszt ki a 18 évesek között, ezzel lehetőséget nyújt a vasúti utazás kipróbálására és a kontinens felfedezésére. Kutatásom fő célja annak bizonyítása volt, hogy ez a program valóban hatással van-e a Z generáció utazási szokásaira, hozzájárul-e a fenntartható turizmus eléréséhez a kontinensen. Kutatási kérdéseim az alapcélomhoz kapcsolódtak: hogyan befolyásolja ez a program az európai turizmust, illetve miként járul hozzá a környezettudatosság előmozdításához. A szakirodalom feldolgozása mellett a kérdőíves kutatást és az interjút választottam, hogy közvetlenül a programban résztvevőket, szervezőket kérdezzem meg. A kutatásom alapját a több mint 92 ezer fővel rendelkező #DiscoverEU Official Facebook csoportban (ami a programban érdekelt fiatalokat tömöríti) angol nyelven közzétett kérdőívem adja. A kitöltők utazási motivációja és költségei mellett fenntarthatósággal kapcsolatban is kérdeztem őket. Az adatokat alapstatisztikák számítása mellett hipotézisvizsgálatokkal (Kruskal-Wallis-teszt, Mann-Whitney-próba) elemeztem, továbbá Spearman-féle rangkorrelációs együtthatóval vizsgáltam a változók kapcsolatának szorosságát. Az eredmények nem egyértelműen pozitívak. A klímatudatosság a legkevésbé befolyásolta a válaszadókat, ami megcáfolja a környezettudatossághoz kapcsolódó alapfeltevésemet. A válaszadók 77%-a nagy valószínűséggel választaná ismét a vasutat az európai utazásához. Ez viszont azt mutatja, hogy a program jó módszer a vasúti utazás népszerűsítésére. Készítettem továbbá egy interjút az Európai Bizottság DiscoverEU programmal foglalkozó csapat vezetőjével. Az interjú a kérdőív tematikájára épült. Ezen felül a motivációikról, a program hatásának a mérhetőségéről és a jövőről is kérdeztem őt. A két módszer eredményei összhangban voltak. A program pozitív hatása több szempontból is látszik.

PAPP DÓRA

papp.dora6@gmail.com

Marketing

MA, 2. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezetők:

Zarándné Dr. Vámosi Kornélia
egyetemi docens, BGE KKK

Dr. Keresztes Éva Réka
főiskolai docens, BGE KKK

Dr. Ferkelt Balázs
egyetemi docens, BGE KKK

A BELFÖLDI TURIZMUS FELLENDÍTÉSE "VILÁGUTAZÓK" KÖRÉBEN: TRENDEK ÉS MARKETINGSTRATÉGIÁK

Kulcsszavak: marketing; turizmus; turizmusmarketing; marketingstratégia; trendek

Tárgyak helyett élményeket gyűjt, a telefonja tele van szebbnél szebb tengerparti képekkel, és nagyvárosokkal. A keresési előzményeiben újabb és újabb repjegyek kutatása szerepel, és idén már 3 új országban járt. Ilyen egy igazi világutazó, akiről soha nem tudják a barátai, hogy éppen melyik országban jár, vagy mikor lesz otthon. De vajon ezek a személyek mindent láttak már hazánkban azért utaznak inkább külföldre, vagy a belföldi desztinációk már túlságosan unalmasak számukra? Hogyan lehet őket maradásra bírni és egy belföldi utazásra csábítani?

Kutatásomban azt vizsgálom, hogy a belföldi turizmust hogyan lehetne vonzóvá tenni a „világutazók” számára. A dolgozatomban elemzem a turizmus helyzetét nemzetközi szinten és Magyarországon egyaránt. Megismerem a turizmusra jellemző trendeket, amelyek nemzetközi szinten jelen vannak, vagy kimondottan hazánkra jellemzőek. Fontosnak tartom a turizmusmarketing jelentőségét, különös tekintettel arra, hogy a hazai turizmus szereplői milyen módon kommunikálnak a lehetséges igénybevevőkkel.

A kutatásom második felében primer kutatást készítettem kérdőív, illetve interjúk formájában. A kérdőív segítségemre volt abban, hogy megismerjem a kitöltők utazási szokásait, és az utazásaikra vonatkozó befolyásoló tényezőket. A kérdőívet több mint 200 fő töltötte ki, vegyes korosztályból, és különböző utazási szokásokkal rendelkező személyek, mivel az önkéntes kiválasztás módszerét alkalmaztam, a közösségi oldalak segítségével. A másik eszköz melynek segítségével még inkább szeretnék belelátni az utazók igényeibe, az interjúk. A kutatásom primer része a kérdőív mellett olyan interjúkkal egészül ki, melyek a turizmus másik oldalát mutatják be. Az interjú alanyok között található influencer, vállalkozó, illetve a Magyar Turisztikai Ügynökség is hozzájárul a dolgozatom eredményességéhez.

Kutatásom végén kiderül, hogyan utaznak a világutazók, mi motiválja őket, és hogyan lehet megszólítani őket. Megvizsgáltam a különböző marketingeszközök eredményességét, és ezek alapján teszek javaslatot további fejlesztésekre a belföldi turizmusra való magasabb igény elérése érdekében.

RAFFAI ELIZA

raffai.eliza@gmail.com

Marketing

MSc, 2. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Happ Éva

habilitált egyetemi docens, SZE KGK

AZ IDEGENVEZETŐI INTERAKCIÓK ÉS MAGATARTÁS SZEREPE A TURISTÁK ÉRZELMI REAKCIÓIBAN ÉS DÖNTÉSHOZATALI FOLYAMATAIBAN

Kulcsszavak: turizmus; viselkedésmintázat; megnyilvánulás; befolyásolás; élmény

A turisták magatartásának változásával az idegenvezetők szerepe a jelen kor turizmusában túlmutat adott helyszínek képviseletén és prezentálásán. A dolgozat az idegenvezetői interakciók és magatartás szerepét vizsgálja a turisták érzelmi reakcióiban és döntéshozatali folyamataiban, mely alulkutatott területként jelenik meg a belföldi és külföldi szakirodalmak vonatkozásában.

A kutatás alapvető célja, hogy feltárja az idegenvezetők interakcióinak és magatartásának szerepét a turisták érzelmi reakcióiban és döntéshozatali folyamataiban, illetve új perspektívát nyújtson a látogatói élmény alakításában. A tanulmány három kutatási kérdésen keresztül vizsgálja az idegenvezetői interakciók és magatartás szerepét: a turisták érzelmi reakcióinak változásában, az élmények alakításában, illetve a döntéshozatali folyamatokban, kiemelt figyelmet fordítva a befolyásolás mértékére.

A dolgozat szekunder és primer kutatási módszert alkalmazott. A szekunder kutatás a témához kapcsolódó korábbi tanulmányokat dolgozta fel, a turizmuspszichológia és az idegenvezetés kapcsolatrendszerét vizsgálva. A primer adatgyűjtés megfigyeléses és mélyinterjúk kutatási módszertannal, illetve kérdőíves megkereséssel dolgozott. A kérdőív eredményeinek feldolgozása SPSS és Excel programmal történt. A kérdőív és a mélyinterjúk témaköreit párhuzamba állítottam egymással, az idegenvezetők és turisták perspektíváját egyaránt figyelembe vettem.

Kutatásaimból arra a megállapításra jutottam, hogy az idegenvezetői interakciók és magatartás befolyást gyakorolnak a turisták érzelmi reakcióira és döntéshozatali folyamataira. A turisták érzelmi reakcióit az idegenvezetői szolgáltatás igénybevétele általánosságban pozitív irányban képes elmozdítani. A kutatás rávilágít az idegenvezetők érzelmi megnyilvánulásainak fontosságára, mely alapjaiban befolyásolhatja a turisták elégedettségét és viselkedési mintázatát.

Vállalatgazdaságtan, vállalkozástan – Vállalatgazdaságtan

Elnök:	Dr. habil. Juhász Lajos	ELTE
Társelnök:	Dr. Nagy Adrián Szilárd	DE
Tag:	Dr. Horváth Zoltán	MATE
Tag:	Dr. Kárpáti-Daróczi Judit	EDUTUS
Titkár:	Dr. Horváth Ágnes	ME

BELUSCSÁK ANITA

beluscsakanita@gmail.com

közgazdásztanár

MA, 1. félév

Miskolci Egyetem

Bölcsészet- és Társadalomtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Musinszki Zoltán

egyetemi docens, ME GTK

Dr. Süveges Gábor Béla

egyetemi docens, ME GTK

A MODELLVÁLTÁS HÁROM ÉVE - MIT MUTATNAK A PÉNZÜGYI KIMUTATÁSOK?

Kulcsszavak: modellváltás; egyetem; beszámoló; FIR; gazdálkodás

Magyarország Kormánya a 2016-ban elfogadott szakpolitikai stratégiának (Fokozatváltás a felsőoktatásban) megfelelően fokozatosan megvalósította a magyarországi egyetemek modellváltását. 2019. évben „minta egyetemenként” a Budapesti Corvinus Egyetem kezdte a folyamatot, majd évről évre bővült a számuk és mára már 21 db egyetem döntött úgy, hogy ún. modellváltó egyetemenként működik, azaz közfeladatott ellátó közérdekű vagyongazdálkodó alapítványi fenntartású, közhasznú felsőoktatási intézménnyé válik, állami partnerséggel.

Kutatási kérdésem az volt: Vannak-e azonosságok és hasonlóságok a modellváltó egyetemek mutatószámokkal leírható gazdálkodási jellemzőiben? Első hipotézisem: A modellváltó egyetemek eltérő vagyoni- és jövedelemszerkezettel rendelkeznek. Második hipotézisem: A hasonló működési profillal rendelkező modellváltó egyetemre sajátos vagyoni és jövedelemszerkezet jellemző.

Kutatásom során kizárólag nyilvános adatbázisokból dolgoztam. A 21 modellváltó egyetem 2021, 2022 és 2023. évi számviteli Éves beszámolójának (mérleg és eredménykimutatás) főbb sorait táblázatba gyűjtve rendszereztem. A Felsőoktatási Információs Rendszer adatbázisából hallgatókra és kutatókra vonatkozóan közzétett adatokkal kiegészítettem a beszámoló adatokat. Kvalitatív és kvantitatív módszerekkel elemeztem az intézményi adatokat. Azonosságokat, különbségeket, összefüggéseket kerestem a mennyiségi és minőségi elemek elemzésével bevétel-, bérköltség-, tőkeszerkezet vonatkozásában. Az intézményeket 4 intézménytípusba soroltam, a mutatószámokat mutatószámcsoporthoz rendszereztem, a csoportba rendezett mutatószámokat elemeztem. Kiszámoltam az egyes mutatók átlagát évente és intézménytípusonként, majd külső és belső eltérés négyzetösszeget. A H mutató mint kapcsolattérő mutató, a H2 mutatót, mint magyarázóerő voltak segítségemre.

Kutatói megállapításom fenti elemzések vizsgálta után az, hogy mindkét hipotézisemet elfogadom. Az első kutatói kérdésem fenntartás nélkül elfogadom, van eltérés a modellváltó egyetemek gazdálkodási mutatóiban. A második hipotézisemet fenntartással fogadom el, a kapcsolatszorossági mutatók alapján megállapítom, hogy egyes mutatószámcsoporthoz esetében gyenge a kapcsolat, más mutatószámcsoporthoz esetében kifejezetten erős, ezek a mutatók jó csoportképző ismérvek. A különbségek egy része állandó az intézménytípusok esetében, más része évente eltérő szerkezetet mutat.

HAVRANEK EVELIN

havranekevelin1234@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment alapszak

BA, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Dr. Antal Anita

egyetemi docens, PE GKZ

FORDULT-E A KOCKA? A VÁLLALKOZÁSOK FINANSZÍROZÁSI KOCKÁZATÁNAK ÉS FINANSZÍROZÁSI STRATÉGIÁJÁNAK KAPCSOLATA

Kulcsszavak: működési kockázat; pénzügyi kockázat; hozam; finanszírozási stratégia; előrejelzés

A kutatás a vállalkozások kockázatának (üzleti és pénzügyi/finanszírozási kockázat), valamint a finanszírozási stratégiájának milyenségét, gyakorlati megvalósulását, következményeit és jövőjét vizsgálja hazánkban, a Covid-19 járványt közvetlenül megelőzően, annak időszaka alatt és azt követően. A téma aktualitása, hogy 2019-ben megjelent a világjárvány, amely rendkívüli helyzet hatásainak vizsgálata hasznos és előre mutató következtetések levonását teszi lehetővé.

Kutatásom célja a vállalatok működési és pénzügyi kockázatának értékelése a tőkeáttétel mutatóival, illetve előrejelzés készítése regresszióanalízissel. Célom az alkalmazott finanszírozási stratégia azonosítása, annak a vizsgált időszakban történő változásának a hozamra, illetve kockázatra való hatásának kimutatása. A számításokból adódó tendenciák összevetésével tesztelem a vállalati pénzügyi szakirodalomban ajánlott mérési lehetőségek gyakorlati alkalmazhatóságát.

Kutatási kérdéseim:

1. Milyen mértékben és irányban változott a vizsgált vállalkozások teljes üzleti kockázata a Covid-19 járvány alatt és azt követően (működési és finanszírozási kockázat)?
2. Adható-e előrejelzés a vizsgált vállalkozások és időszak alapján a kockázat jövőbeli alakulására lineáris regressziós egyenessel?
3. Hogyan változott a vizsgált vállalkozások finanszírozási stratégiája a Covid-19 járvány alatt és azt követően?
4. Megfeleltethető-e a tőkeáttételi mutatók által jelzett tendencia a finanszírozási stratégia változásából következő kockázat alakulásával?

Kutatásom módszertanilag alkalmazott kutatás, ezen belül értékelő jellegű. A hatókör mélysége szerint feltáró, leíró, magyarázó kutatás, az adattípus szerint pedig kvantitatív jellegű. A primer kutatásban hazai vállalkozások éves beszámolóinak adatait használom. A szekunder kutatás során rendszeres irodalomkutatást végzek, kiegészítve online keresésekkel és adatbázis kutatással. Az adatokat pénzügyi és statisztikai módszerekkel dolgozom fel.

Kutatásom eredményeként feltárom, hogyan befolyásolta a pandémia időszaka a vállalatok működési és pénzügyi kockázatát, illetve a finanszírozási stratégiájának változását. Az eredmények összevetésével tesztelem a vállalati pénzügyi szakirodalomban ajánlott mérési lehetőségek gyakorlati alkalmazhatóságát és konzekvenciáját. Így visszacsatolást adok a kockázatok mérési lehetőségeinek megfelelőségéről, és javaslatot teszek a vállalkozói körben való alkalmazásra. Mindezekon keresztül a vállalati döntéshozatal támogatása valósul meg.

KAPITÁNY RÉKA

rekakapitany12@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 5. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Török László

PhD hallgató, ME GTK

Dr. Musinszki Zoltán

egyetemi docens, ME GTK

A KUTYÁK TANÍTÁSÁNAK GAZDASÁGI HÁTTERE. MENNYIBE KERÜL A NÉGYLÁBÚ TUDÁS?

Kulcsszavak: kutya; tanítás; tréning

Kutatásomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy vajon az emberek mennyire tartják fontosnak, hogy kutyájuk megfelelően ki legyen képezve, és ezért mennyit hajlandóak fizetni. Továbbá összefüggéseket kerestem, hogy vajon a kornak és a nemnek van-e köze ahhoz, hogy az emberek tanítják-e kutyájukat. Valamint azt is megvizsgáltam vajon van-e kapcsolat azon két tény között, hogy mennyire tartja valaki fontosnak a kiképzést és ezzel szemben mennyire engedelmes a kutyája. Végül de nem utolsó sorban dolgozatomban szót ejtek arról is, hogy vannak speciális kutyakiképzések is, hiszen az embernek nem csak a hétköznapiakban van szüksége kutyájára, hanem bizonyos munkákhoz is elengedhetetlenek.

Kérdőíves megkérdezést alkalmaztam a kérdéseim megválaszolására. A kérdőív összeállításakor többféle kérdés típust is alkalmaztam. A legtöbb zárt kérdés volt, ezen belül is a likert-skála és fontossági skála és demográfia kérdések. Továbbá helyet kaptak többkimenetelű kérdések is és volt nyitott kérdés is, amire a kitöltő önálló véleményére voltam kíváncsi. A kapott eredményeket statisztikai módszerekkel és adatvizualizációs eszközökkel értelmeztem. A következő fejezetekben az egyes módszerek főbb jellemzőit ismertetem. A válaszadók 82%-a nő, 18%-a pedig férfi volt. Valamint a kitöltők több, mint 50%-a 25 év alatti korosztályba tartozik. A kitöltők 46,6%-a vett már igénybe vagy kutyaiskolát vagy egyéni kutyakiképzőt, a maradék 53,4% saját maga tanítja kutyáját. A kérdőívre választ adók 42,4%-nak nagyon fontos, hogy kutyája ki legyen képezve, az én véleményem is ugyanez és ezért is tartom fontosnak ezt a témát. Az utolsó kérdésben arra kerestem a választ, hogy a kutyatartás költségei mennyire megterhelőek.

A válaszok alapján arra a következtetésre jutottam, hogy közepesen megterhelőnek ítélték a válaszadók.. Az emberek fontosnak tartják, hogy ki legyen képezve a kutyájuk. Arra is fény derült, hogy mennyit hajlandóak költeni a kutyájuk tanítására összességében. Az átlag érték, amit kaptam, azt mutatja, hogy a képzések ára alatt van az a pénzmennyiség, amit az emberek hajlandóak kiadni. Viszont az is kiderült, hogy vannak olyanok is, akik a százezres nagyságrendig is elmennek kutyájuk taníttatása érdekében. Összességben elmondható, hogy a négy lábú tudás egy életre szóló befektetés, hiszen, ha kutyánk fiatal korában elkezdjük tanítását, az a jövőben megkönnyíti a mindennapi életünket.

KOSTYAL DÁNIEL STEPHEN

daniel.kostyal@stud.uni-corvinus.hu

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Pistruai Bence László

egyetemi adjunktus, BCE VGI

INNOVÁCIÓ A HAZAI KISKERESKEDELEMBEN, FELSŐVEZETŐI ÉS FOGYASZTÓI SZEMMEL

Kulcsszavak: kiskereskedelem; innováció; technológia

A hagyományosan alacsony technológiai színvonalú szektornak tartott kiskereskedelem napjainkban egy sok technológiai megoldást alkalmazó szektorrá érett. Ebben számos külső tényező közrejátszott, többek között a koronavírus járvány és a lezárások is arra késztették a vállalatokat, hogy megerősítsék online és omnichannel üzleti modelljeiket. Mivel a vásárlói szokások is változtak a környezeti behatások miatt, most az eddigieknél is fontosabb lekövetni a fogyasztók magatartását.

A kiskereskedők alkalmazkodásának egyik fő eszköze az innováció. A megfelelő adaptációhoz elengedhetetlen, hogy a felsővezetők innovációról alkotott képe egybeessen a fogyasztók érzékelésével. Dolgozatomban ezt a különbséget kutatom, fő kutatási kérdésem a következő: Miként jelenik meg az innováció a hazai kiskereskedelemben és hogyan érzékelik az innovációt kiskereskedelmi felsővezetők, valamint fogyasztók? Kutatásom, mivel a felsővezetői és fogyasztói oldalt is vizsgálja, két szakaszban készült. A kvalitatív szakaszban félig strukturált szakmai interjúk módszertan útján vizsgáltam a felsővezetői nézőpontot. A tematikus kiértékelés alapján állítottam össze a fogyasztókat vizsgáló kérdőívet, ami kutatásom második, kvantitatív szakasza. A kérdőív elemzéséhez több jellemző alapján készítettem fogyasztói klasztereket, az egyes innovációs tényezőket szegmensenként korrelációs mutatók segítségével vizsgáltam. Kutatásom eredményeként átfogó képet kaptam a felsővezetői és fogyasztói nézőpontról, s a kettő összehasonlítására is lehetőségem nyílt. Az eredmények azt mutatták, hogy bár sok ponton hasonló a kiskereskedelmi innováció érzékelése felsővezetői és fogyasztói oldalon, számos ponton mutatkoznak különbségek. A trendekkel kapcsolatban a felsővezetői és fogyasztói oldal szemében a környezeti válságok okozta áremelkedések érzékelése a hangsúlyos pont. Míg a felsővezetők szerint a back-end innovációnak csekély jelentőséget tulajdonítanak a vásárlók, a kutatás szerint magas érdeklődést mutatnak a fogyasztók a back-end innovációnak. Az üzletteri folyamatok iránt a fogyasztók mérsékelt nyitottságot mutatnak, ám a felsővezetők ezt kiemelten fontos területként kezelik. A digitális innovációs megoldások a felsővezetői és fogyasztói nézőpont szerint is fontosak, a mobilapplikációs megoldások több üzletteri innovációs megoldással mutatnak együttmozgást. A kutatás eredményei a hazai kiskereskedelem felsővezetői és ezzel a területtel foglalkozó kutatók számára is nyújthat hozzáadott értéket.

ÖKRÖS NÓRA

okrosnora@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 3. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Prof. Dr. Nábrádi András
egyetemi tanár, DE GTK

Dr. Madai Hajnalka
egyetemi docens, DE GTK

A SZERENCSI BONBON KFT. STRATÉGIAI ELEMZÉSE

Kulcsszavak: csokoládégyártás; édességipar; versenyképesség; jövőkép; környezetelemzés

A hazai kézműves édesség-, és csokoládégyártás a jövőre nézve globálisan és regionálisan is számos kihívással néz szembe. Témaválasztásomat alátámasztja, hogy a globális csokoládéipar hatalmas iparág, a csokoládéfogyasztás egyre nő, valamint a kakaó ára jelentős ingadozásoknak van kitéve, ezáltal volatilis árucikknek tekinthető.

A magyar lakosság egyre több információval rendelkezik az élelmiszerekről, a fogyasztói trendek változóban vannak. Megdöbbentő adat, hogy míg hazánk népessége csökken, addig a cukorbetegek száma nő, ennek következtében lakosságarányosan a hazai cukorfogyasztás csökken, amit a KSH adatai igazolnak. Nemzetközi tendenciákat tekintve a csokoládé és édesipari termékek kereslete nő, ugyanakkor a kakaótermesztés lehetőségei folyamatosan szűkülnek. A globális felmelegedés hatásai miatt a változó időjárás, a korlátozottan rendelkezésre álló termőterület és a növényvédelmi problémák korlátozzák a hozamnövelést, így egyre nehezebb a kereslet kielégítése.

Általános célkitűzésem, hogy a nagy múlttal rendelkező hazai csokoládégyár versenyképességét megvizsgáljam, feltárjam a Szerencsi Bonbon Kft. jövőjét és lehetséges követendő stratégiáját.

A célkitűzés megvalósításához átfogó elemzésekre alapozva elkészítem a vállalat stratégiai tervét. A kutatásom során alkalmazott módszertan megfelel a gazdasági elemzésekben és a nemzetközi gyakorlatban jelenleg alkalmazott stratégiaalkotási gyakorlatnak, melynek része a teljeskörű környezetelemzés, a versenytárselemzés, valamint több analitikus és intuitív módszer, melyek a legjobb stratégia megalkotását biztosítják.

A külső faktor értékelő mátrix alapján beigazolódott, hogy a vállalat jelenlegi stratégiájával nem képes kihasználni lehetőségeit, illetve veszélyek nehezítik jövőképe megvalósítását. A belső faktor értékelő mátrix végértékét tekintve, erősségei felülkerekednek belső gyengeségein, így azok nem mérvadóak jövőképeinek teljesítése szempontjából. A versenyképességi mátrix alapján, a vállalat közel azonos erősségű legnagyobb potenciális erővel rendelkező riválisaihoz viszonyítva.

A Szerencsi Bonbon Kft. számára alkalmazandó legjobb stratégiai irányt QSP mátrix segítségével határoztam meg. A döntéshozó metódus alapján kapcsolt diverzifikáció elsajátítása ajánlott. Az offenzív stratégiai irány szerint a már meglévő kínálatát, rokon termékekkel javasolt bővíteni, melyek termelési folyamata hasonló technológiát igényel, valamint az új termékcsalád logikailag kapcsolódna már meglévő termékcsaládjához.

PORKOLÁB PATRÍCIA FANNI

patricia.fanni98@gmail.com

Vezetés és Szervezés

MSc, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Dániel Zoltán András

egyetemi docens, PE GTK

**A POSZTSZOCIALISTA ORSZÁGOKBAN MŰKÖDŐ KIS- ÉS KÖZEPES
VÁLLALKOZÁSOK SZERVEZETI ÉS TECHNOLÓGIAI MODERNIZÁCIÓJÁNAK
ÖSSZEFÜGGÉSEI**

Kulcsszavak: kkv szektor; eszközök; szervezet; fejlettségi szint; modernizáció

A mikro-, kis- és közepes vállalkozások a gazdaság motorját jelentik minden gazdaságban. Számosságukat tekintve az egyes gazdaságok 98-99%-át teszik ki, részesedésük a munkaerőpiacokon az összes foglalkoztatott bő kétharmada, míg a nemzetgazdasági szintű hozzáadott értékhez való hozzájárulás meghaladja az 50%-ot. Társadalmi szerepük ezen túlmenően fontos a felzárkózás szempontjából, jelentős a társadalmi igazságosság szempontjából. Több, mint 30 évvel a rendszerváltást követően és közel 20 évvel hazánk (és további 7 kelet-közép európai ország) Uniós csatlakozása után fontosnak tartottam megvizsgálni azt, hogy az érintett országokban, és további posztszocialista államokban, hogyan alakult a mikro-, kis- és közepes vállalkozások helyzete.

A tervutasításos gazdálkodást követően a magántőke egyre nagyobb szerepet kapott, egyre többen gondolták úgy, hogy a boldogulás útja saját vállalkozásokon át vezet majd. Egyre több vállalkozás alakult, és igyekezett felzárkózni, hiszen a hazai vállalkozások mellett már a külföldi versenytársakkal is meg kellett küzdeni a piacon. Az Uniós előcsatlakozási programok, majd 2004-től az Uniós társfinanszírozású projektek hozzájárultak a modernizációhoz, ezzel párhuzamosan a kedvező hitelfeltételek is segítették a modern eszközök beszerzését, ezáltal a termelékenység és hatékonyság javulását. Jelen kutatásomban a modernizációs törekvéseket vizsgáltam a közvetlenül rendszerváltozást követően alakult kkv-k esetében az eszközök és szervezeti folyamatok tekintetében. A kutatás során 15 posztszocialista ország 196 feldolgozóiparban működő kkv-ja töltötte ki az elektronikus kérdőívet. A kutatásban az eszközök átlagos életkora és a szervezet jellemző folyamatai alapján meghatározásra kerültek a fejlettsége szintek, ezáltal pedig összehasonlíthatóvá váltak az egyes térségekben működő vállalatok.

SILKÓ NOÉMI VANESSA

noemisilko981@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MA, 6. félév

Kodolányi János Egyetem

Témavezető:

*Dr. habil. Malatyinszki Szilárd
tanszékvezető egyetemi docens, KJE*

INNOVÁCIÓ ÉS DIGITALIZÁCIÓ A VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉSBEN

Kulcsszavak: innováció; digitalizáció; vállalkozásfejlesztés; mesterséges intelligencia; kutatás

Dolgozatomban a digitalizációs és innovációs fejlesztéseket vizsgáltam a vállalkozásfejlesztés tekintetében. A szekunder kutatásom keretén belül célkitűzésem volt, hogy megvizsgáljam a digitalizáció és az innováció hatását a vállalkozások fejlesztésének tekintetében, ezeknek a módszereit, esetleges kihívásait, illetve a mesterséges intelligencia bevezetésének jelenlegi helyzetét.

A primer kutatásra vonatkozó célkitűzéseim a következők voltak: egy kezdő vállalkozás felépítésének megismerése és, hogy megtudjam, hogy milyen hatással bírhat ebben az esetben a digitalizáció és mesterséges intelligencia, a vállalkozás SWOT- elemzésének elkészítése és a digitalizációs és innovációs fejlesztések vizsgálata a megkérdezett vállalkozások tekintetében.

A kutatásom első felében olyan szakirodalmakat dolgoztam fel, melynek segítségével el tudtam végezni a saját kutatásomat. A szakirodalom első részében az innováció és digitalizáció fogalmát és hatását a vizsgáltam főként a KKV-k tekintetében, a második részében pedig a vállalkozások innovációs jellemzőit és a mesterséges intelligenciát vizsgáltam. Az anyag és módszertant a hipotézisek meghatározásával és a vizsgált cég bemutatásával kezdtem. A primer kutatás keretein belül olyan módszereket alkalmaztam, amelyekkel hasznos információkat szereztem a vállalatról és strukturált mélyinterjút folytattam le a tulajdonossal, amely után már el tudtam készíteni a vállalkozás SWOT-elemzését, ezen felül betekintést nyerhettem a vezető jövőbeli fejlesztési terveibe is.

A dolgozat készítésével párhuzamosan kérdőíves megkérdezést is végeztem, amelyál betekintést kaphattam, hogy milyen digitalizációs fejlesztéseket alkalmaznak a vizsgált vállalkozások, mik lehetnek ezeknek a kihívásai, illetve a jövőbeli lehetőségei. A kitöltést követően elemeztem és részletesen kiértékeltem az eredményeket. Majd ezt követően az anyag és módszertan fejezetben megfogalmazott hipotézisek vizsgálata következett, melyeket kimutatásokkal, diagramokkal és Khi² próbával igazoltam vagy vetttem el és fogalmaztam meg a véleményem a kutatás alapján. Összességében elmondható, hogy napjainkban szinte elengedhetetlen a digitalizációs és innovációs fejlesztések bevezetése és használata és idővel ezek csak egyre népszerűbbek lesznek minden vállalkozás tekintetében, továbbá a mesterséges intelligencia megfelelő használatával olyan fejlesztéseket tudunk bevezetni, amelyekkel nagyobb piacot tudunk elérni és ezzel versenyelőnyre is szert tehetünk a többi vállalkozással szemben.

TAJTI KITTI

tajtikitti@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Dániel Zoltán András

egyetemi docens, PE GTK

ÜZLETI ÖTLET VALIDÁLÁSA – AHOGY A KUTATÓK, A HALLGATÓK, ÉS A VÁLLALKOZÓK LÁTJÁK

Kulcsszavak: vállalkozás; üzleti ötlet; validálás

Minden vállalkozás egy ötlettel indul, azonban a sikerhez elengedhetetlen, hogy ez az ötlet valóban életképes legyen. Egy vállalkozás elindításának első és legfontosabb része tehát az üzleti ötlet validálása, amely lehetővé teszi a leendő vállalkozók számára, hogy meghatározzák az ötletük piaci életképességét, csökkentsék a kockázatokat és növeljék az esélyüket a sikeres piaci bevezetésre. A folyamat első lépéseként a piacképesség felmérése jelenik meg, hogy valós igényekre épüljön az elképzelés. Ezt követi a versenyképesség elemzése annak érdekében, hogy az újonnan alakuló vállalkozás megkülönböztethető legyen a piacon. A harmadik lépés már a megvalósítás szakaszára tehető, ekkor válik szükségessé a vállalkozás működőképességének vizsgálata, azaz, hogy technikailag megvalósítható-e. Ezután az üzletképesség megállapítása során meg kell határozni, hogy milyen költségekkel és bevételekkel számolhatunk, illetve mikor válik a vállalkozás nyereségessé. Végezetül pedig a vállalkozó személyes elkötelezettségének vizsgálata is kulcsfontosságú a siker érdekében. Napjainkban azonban a gyakorlat azt mutatja, hogy a vállalatalapítás során jellemzően elmarad a megfelelő előkészítés, ennek következtében pedig ezek a vállalkozások jelentős része kudarcot vall. A vonatkozó szakirodalom hangsúlyozza ennek a folyamatnak a fontosságát és számos módszert kínál az üzleti ötlet életképességének hatékony tesztelésére. Így dolgozatomban célja megvizsgálni, hogy a szakirodalomban fellelhető módszereket hogyan látják a szakértők, akiknek kutatási területük a vállalkozásokra terjed ki, hogyan látják az üzleti és más területeken tanuló egyetemisták, illetve hogyan látják azok a tapasztalt, gyakorló vállalkozók, akik már egy vagy több ízben valósítottak meg üzleti ötlet piaci bevezetést. Mindezt kérdőíves kutatás segítségével mértem fel, amelyben arra voltam kíváncsi, hogy az általam megcélzott három csoport az egyes életképességi feltételeket mennyire tartják fontosnak. A kutatás során arra törekedtem, hogy mélyebb betekintést nyerjek abba, hogy a különböző célcsoportok mennyire tulajdonítanak jelentőséget az egyes kritikus elemeknek az életképesség megítélése során, illetve hogy összehasonlítsam a kapott válaszokat. Az eredmények elemzése során sikerült válaszokat kapnom arra vonatkozóan, hogy az érintettek hogyan ítélik meg a validálási folyamat egyes elemeinek fontosságát a vállalkozásindítás folyamatában, és milyen összefüggések mutatkoznak az egyes célcsoportok véleményei között.

Vállalatgazdaságtan, vállalkozástan – Vállalkozás, családi vállalkozás

Elnök:	Prof. Dr. Illés Bálint Csaba	NJE
Társelnök:	Prof. Dr. Szűcs István	DE
Tag:	PhDr. Kahler Korcsmáros Enikő	SK SJE
Tag:	Dr. Szöllősi László	DE
Titkár:	Szűcsné Dr. Markovics Klára	ME

ANDRASEK REBEKA

andrasekrebeka@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Tóth-Pajor Ákos
adjunktus, PTE KTK*

A FENNTARTHATÓSÁGHOZ KÖTÖDŐ TUDATOSSÁG ÉS A PÉNZÜGYI TELJESÍTMÉNY VIZSGÁLATA A KKV-K KONTEXTUSÁBAN

Kulcsszavak: fenntarthatóság; SEM-modell; KKV

A tanulmány részletesen vizsgálja a fenntarthatósághoz kapcsolódó tudatosság és a pénzügyi teljesítmény kapcsolatát a magyar kis-és középvállalkozások körében egy strukturális regressziós modell segítségével. A kutatás fő kérdése az volt, hogy a fenntarthatósági szempontok alkalmazása mellett jobb pénzügyi teljesítmény figyelhető-e meg a vizsgált vállalkozások esetében. A kutatás központjában az ESG tudatosság mutató szerepel, amely azt méri, hogy egy vállalat mennyire tudatos a fenntarthatósági szempontokban, és hogyan alkalmazza ezeket a gyakorlatában. A kutatás során a SmartPLS szoftver segítségével készült PLS-SEM modell alapján a fenntarthatósághoz kötődő tudatosság hatásainak vizsgálata történt három pénzügyi mutatóra: a saját tőke arányára (ROE), az eszközarányos nyereségre (ROA), és az eladósodottságra.

A dolgozat fő fejezeteit tekintve először a fenntarthatóság fontosságára helyeződik a hangsúly. Az első fejezet tárgyalja, hogy mik a jelenlegi problémák egy vállalat életében a környezetvédelemmel kapcsolatban, illetve, hogy milyen megoldások létezhetnek ezekre a problémákra. Ezt követően a vállalatok pénzügyi teljesítményéről esik szó, legfőképp a szakirodalmi kutatások eredményeit tartalmazza a fejezet részletezve a pénzügyi és számviteli összefüggéseket a KKV-k kontextusában, valamint a fenntarthatóságra irányuló törvényi kötelezettségeket. A következő fejezet a SmartPLS szoftverben történő PLS-SEM modellre fókuszál, bemutatva a modell működését. Végül a KKV-k pénzügyi teljesítménye és fenntarthatósághoz kötődő tudatossága közötti összefüggések vizsgálata került bemutatásra az SEM modell segítségével. Ebben a fejezetben a kutatás alapját képező kérdőív, valamint pénzügyi adatok bemutatása történt és részletezi a KKV faktor modellt, az ESG faktor modellt és a bootstrapping technika alkalmazását.

A kutatás eredményei szerint szignifikáns kapcsolat mutatkozott 5%-os szignifikancia szinten az ESG tudatosság és a ROE, illetve az eladósodottság között. A ROA esetében a kapcsolat csak 10%-os szignifikancia szinten szignifikáns, de ez is relevánsnak tekinthető. Ezek az eredmények alátámasztják, azt a hipotézist, hogy a fenntarthatósági szempontokat alkalmazó vállalkozások jobb pénzügyi teljesítményt érhetnek el, különösen a sajáttőke- arányos megtérülés tekintetében. A kutatás során a konstrukció megbízhatósága és érvényessége vizsgálva és a bootstrapping technika alkalmazása is megtörtént, amely alátámasztotta a modell megbízhatóságát.

BANAI SZILÁRD BÁLINT

szilardbanaijr@gmail.com

Pénzügy

MA, 2. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Dr. habil. Sági Judit

egyetemi docens, BGE PSZK

Dr. Hegedűs Szilárd

főiskolai docens, BGE PSZK

VÁLLALATOK HAGYOMÁNYOS ÉS ÚJSZERŰ FINANSZÍROZÁSI MÓDSZEREI EURÓPAI VISZONYLATBAN A KKV-K SZINTJÉN

Kulcsszavak: KKV; vállalatfinanszírozás; tőkefinanszírozás; finanszírozás; tőkebevonás

Az elmúlt egy évtizedben a fintech cégek és alternatív tőkebevonási módszerek elterjedésével rengeteg új lehetőség tárult a kis- és középvállalati szektor elé. Így kutatásom során feltártam a magyar kis- és középvállalatok helyzetét vállalati finanszírozási szempontból európai viszonylatban.

Kutatásom folyamán számos szakmai kérdés fogalmazódott meg bennem. Ezekből kiemelném a fontosabb kutatási kérdéseimet:

- Milyen változásokon mentek keresztül a kis- és középvállalatok az elmúlt években?
- Mi lehet az oka annak, hogy hazánk – a lehetőségek ellenére – kevésbé hatékonyan alkalmazza az alternatív finanszírozási forrásokat?
- Milyen eltérések, illetve hasonlóságok vannak a magyar és a nemzetközi gyakorlatban?

Előző kutatásaim és a szakirodalmi áttekintés rámutattak arra, hogy az elmúlt bő fél évtizedes trendek ellenére Magyarországon rendkívül alacsony volumenben alkalmaz új szerű, innovatív finanszírozási módszereket, amit jelenlegi kutatásomban is vizsgáltam majd igazoltam. Adatbázisokat elemezve, analízisek segítségével továbbá vizsgáltam az országok teljesítménymutatóit, azok befolyásoló tényezőit és kitértem a finanszírozási forrásokhoz való kapcsolatoknak elemzésére is.

Megállapítottam, hogy a hazai kis- és középvállalatok teljesítménymutatói jelentősen kedvezőtlenebbek, mint a nyugat-európai országoké, kitértem az alacsony teljesítménymutatók okaira és fényt derítettem a pénzügyi teljesítménymutatók és a vállalatok forrásbevonása közti kapcsolatra. Ezen kívül kvantitatív módszertannal is bizonyítottam, hogy a magyar kockázati tőkepiac jelentősen elmaradott a nyugat-európai országokétól.

Jövőbeni kutatási terveim között szerepel, hogy egy nemzetközi kérdőíves felmérést eszközöljek, amivel egy teljeskörű összehasonlításra legyen lehetőségem a különböző finanszírozási módszerek alkalmazása tekintetében.

BARACSI ÁRON LAJOS

baracsi.aron@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Dr. Denich Ervin

adjunktus, BGE PSZK

Dr. Hegedűs Szilárd

főiskolai docens, BGE PSZK

**A MAGYARORSZÁGI CSALÁDI VÁLLALKOZÁSOK SZÁMVITELI MINŐSÉGÉNEK,
REZILIENCIÁJÁNAK ÉS PÉNZÜGYI MENEDZSMENT SAJÁTÓSÁGAINAK
EMPIRIKUS VIZSGÁLATA KÜLÖNBÖZŐ GAZDASÁGI KÖRNYEZETEK BEN:
NÖVEKEDÉSI ÉS VÁLSÁGHELYZETEK ELEMZÉSE**

Kulcsszavak: számviteli minőség; családi vállalkozások; pénzügyi sajátosságok; gazdasági reziliencia

A családi vállalkozások a gazdaság jelentős szereplői, különösen a kis- és középvállalkozások szegmensében. Ezen vállalkozások gyakran generációkon átívelő családi tulajdonban vannak, és sajátos irányítással, tervezéssel és egyéb tényezők szerinti működéssel rendelkeznek, melyek eltérhetnek az iparági vezető vállalkozások, illetve a nem családi vállalkozások, közvetlen iparági versenytársak általi vezetési gyakorlatoktól, piaci vagy iparági jellegzetességeiktől. Mindezen nemzetgazdasági és piaci tényezők, valamint az egyes pénzügyi menedzsment megállapításokat, sajátosságokat és a számviteli minőséget empirikusan vizsgáló hazai tanulmányok hiánya indokolta a kutatás és a dolgozat elkészítését a családi vállalkozások vonatkozásában.

A dolgozat célja, hogy feltárja a kis- és középvállalkozói szektoron belüli családi vállalkozások (minta) számviteli minőségének, gazdasági értelemben vett rezilienciájának és egyes pénzügyi menedzsment sajátosságainak eltéréseit és kapcsolatait a közvetlen iparági versenytársakkal (kontrollminta 1.) és iparági vezető vállalkozásokkal (kontrollminta 2.) 2017 és 2022 között, egyes elemzésekben gazdasági ciklusok szerint is.

A kutatási módszertant illetően a dolgozat metrikus és nominális mérési skálákon alapuló változókat alkalmaz, amelyek meghatározzák az empirikus vizsgálatok eljárásait, próbáit. A változók eltéréseinek, összefüggéseinek és általános adatfeltáró jellegű vizsgálataihoz az IBM SPSS, illetve az Amszterdami Egyetem JASP statisztikai adatelemző programjai kerültek használatra.

Az alkalmazott empirikus elemzések eredményei alapján megállapítható, hogy a minták között tapasztalhatóak eltérések az üzleti évek, gazdasági ciklusok során a számviteli minőségben, azonban ezen eltérések nem szignifikánsak a modellek alapján, csak jellemzően a minta és kontrollminta 1. esetében. A minta és a kontrollminták gazdasági rezilienciája között a növekvő és stabil gazdasági környezetben szignifikáns összefüggés jelenik meg, míg válsághelyzetekben és gazdasági visszaesés során statisztikailag nincs szignifikáns kapcsolat. A pénzügyi menedzsment sajátosságok vizsgálata során megfigyelhető, hogy a családi kis- és középvállalkozások tőkeáttételi (alacsonyabb) és likviditási (magasabb) mutatóinak átlaga jelentősen eltér az iparági vezető vállalkozások értékeitől, az alkalmazott egyszempontos varianciaanalízis eredményei alapján. Ugyanakkor nem mutatható ki szignifikáns eltérés a minta és az iparági közvetlen versenytársak mutatói között.

BUDAI KATALIN

katalin.budai8@gmail.com

Pénzügy-Számvitel

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Sisa Krisztina

egyetemi docens, BGE PSZK

A CSALÁDI VÁLLALKOZÁSOK SAJÁTOS ERŐFORRÁSAINAK HATÁSA A PÉNZÜGYI TELJESÍTMÉNYRE

Kulcsszavak: vállalkozások; erőforrások; pénzügy; controlling

A kutatásom célja, hogy megvizsgáljam milyen mértékben és hogyan hatnak a családi vállalkozások sajátos erőforrásai - mint az elkötelezettség, a családi befolyás, vagy a hagyományok őrzése - a vállalkozások pénzügyi teljesítményére. Az elemzés során figyelembe vettem az erőforrás alapú nézőpont (RBV) elemeit és a társadalmi-érzelmi vagyont (SEW) elméletet is. Olyan erőforrások feltárására fektettem hangsúlyt, amelyek versenyelőnyt biztosíthatnak a családi vállalkozások számára.

A kutatásban kvantitatív és kvalitatív módszerekkel dolgoztam. Az egyedi erőforrások családi vállalkozások életében betöltött szerepét kérdőíves és interjú megkérdezéssel mértem fel. A Likert skálán mért válaszokat az éves beszámolókból kalkulált pénzügyi mutatókkal - mint például adósságráta, bevételek növekedése, vagy ROA - hasonlítottam össze, különböző statisztikai modellek segítségével. A vizsgálatok során az R statisztikai programot használtam, ami széleskörű adatelemzési és vizualizációs lehetőségeket kínál.

A kvalitatív adatok elemzéséhez a tulajdonosokkal készített interjúk adatait használtam fel. Ezeket a tematikus elemzés és a tartalomelemzés módszereivel vizsgáltam, és megfigyeltem őket a hipotéziseim szempontjából értelmezve.

Hipotéziseim a sajátos erőforrások szerepét hangsúlyozták, így ezek meghatározó jellegét szerettem volna alátámasztani. A vizsgálataim részben alátámasztották a feltevésemet, miszerint a családi vállalkozások sajátos erőforrásai hatással lehetnek a pénzügyi mutatókban mért teljesítményre, különösen a ROA értékére.

Eredményeim és azok értelmezése inspiráló lehet további kutatások elvégzéséhez, amelyekben fontos szerepet tölthetnek be a magyar családi vállalkozásokat jellemző sajátosságok és a piaci környezetük különbözősége.

CSER PATRIK

cserpatrik@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bosnyák-Simon Nikolett

adjunktus, PE GTK

HAZAI GAZDASÁGI TÁRSASÁGOK HELYZETE A GENERÁCIÓVÁLTÁS KAPCSÁN

Kulcsszavak: generációváltás; családi vállalkozások; szervezeti kultúra; stratégia

Dolgozatom témájaként a generációs különbségek megjelenésének és a különbségekből fakadó kihívások megfelelő kezelésének vizsgálatát választottam. A digitalizáció fejlődésével összefüggésben álló generációs különbségek jelentős társadalmi problémákat generálnak napjainkban, mely kihívások az üzleti életben is megjelennek. Ezen különbségek megfelelő kezelése a családi vállalkozások továbbadásakor mutatkozhat meg a legmarkánsabban. A téma terület aktualitását, relevanciáját, társadalmi érdekeltiségét és visszhangját bizonyítja, hogy külön podcast sorozat indult 2024 tavaszán, mely Steigervald Krisztián, generációkkal foglalkozó szakember nevéhez kötődik.

Empirikus kutatásom három családi vállalkozás vizsgálatára irányult. A kutatás fő célja annak feltárása volt, hogy ma Magyarországon a sikeres családi vállalkozások hogyan tudták/tudják kezelni a generációváltás során fellépő generációs különbségeket. Többek közt arra a kutatási kérdésre kerestem a választ, hogy milyen hatást gyakorol a vállalkozások működésére a generációváltás elsősorban a szervezeti kultúra és a stratégia vonatkozásában.

Gyakorlati munkám során mélyinterjúkat készítettem a kutatásba bevont vállalkozások cégvezetőivel. A mélyinterjúk során a szervezeti kultúra vizsgálatát a Cameron-Quinn kultúramodell felhasználásával végeztem el, míg a stratégia esetében az érintettek stratégiai relevanciája, a környezethez való alkalmazkodás, illetve a stratégia dinamikája szerinti stratégiatípusok azonosítása került a fókuszba.

Az elemzések segítségével betekintést nyerhettem abba, hogy a korábbi cégvezetők milyen szervezeti kultúrát alakítottak ki, továbbá, hogy a különböző stratégiai jellemzők mentén milyen stratégiatípust alkalmaztak. Az eredmények választ adtak arra vonatkozóan is, hogy ezt a korábbi idealizmust követik-e az utódok, avagy például a digitalizáció, a technológia segítségével próbálják fellendíteni az általuk átvett vállalkozást.

IZSÁK RÉKA

izsakreka99@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Szanyi-Gyenes Xénia
egyetemi tanársegéd, BCE VTI*

CSALÁDI VÁLLALKOZÁSOK ÁTÖRÖKÍTÉSE A KÖVETKEZŐ GENERÁCIÓRA SZÉKELYFÖLDÖN

Kulcsszavak: családi vállalkozás; átörökítés; generációváltás

A dolgozat témája a családi vállalkozások átörökítése a következő generációra Székelyföldön. A téma aktuális és releváns, ugyanis számos, a rendszerváltás után alapított első generációs családi vállalkozást érint az utódlás kérdésköre az elkövetkező tíz évben. A dolgozat fő kutatási kérdése, hogy milyen utódlási stratégiákat alkalmaznak a jelenlegi tulajdonosok a vizsgált székelyföldi vállalatoknál, mennyire tudatosak a tulajdonosok és az örökösök az utódlással kapcsolatban. Ezáltal a dolgozat párhuzamot von a két generáció értékei, céljai és hozzáállása között, a családi vállalkozás átörökítésének perspektívájából. A kutatási módszertan kvalitatív, félig strukturált interjúkat foglal magába, melyekből esettanulmányok épülnek fel. Egy adott vállalat esetén ideálisan két interjú készült, egy a jelenlegi tulajdonossal, egy pedig a leendő utóddal. Az interjúk alapján a kutatásba bevont öt családi vállalkozás helyzetét öt esettanulmány vázolja. Az esettanulmányokban összesített eredményekből kirajzolódik, hogy az összes vállalkozás tudatosan készül az átörökítésre. A stratégiák között szerepel a következő generációnak történő részleges átadás, teljes átadás, belső munkatárs vezetővé történő kinevelése, külső menedzser bevonása, valamint a vállalkozás eladása. A kutatás részét képezi a család és a családi vállalkozás értékeinek, lehetőségeinek, kihívásainak azonosítása, valamint a generációk közti kapcsolat és tudásmegosztás vizsgálata. A megbízhatóság, a bizalom, a nyílt kommunikáció, a rugalmasság, az összetartás, a közös cél szem előtt tartása olyan fő családi értékek, melyek jelen vannak a vállalkozásokban, elősegítve a minőségi munkát. A családias jelleg, a stabilan működő vállalkozás és a benne rejlő fejlődési lehetőségek vonzóvá teszik a vállalatot a következő generáció számára. A változó gazdasági környezet, a piaci verseny, a munkaerő kérdése, a mikromenedzsment és a vezetőváltás kihívásokat állítanak a családi vállalkozások elé. A jelenlegi tulajdonosok és az örökösök közötti őszinte kapcsolat, nyílt kommunikáció elősegíti a tudásmegosztást és az örökös bevonását. Az örökösök továbbtanulására direkt vagy indirekt módon hatást gyakoroltak a szülők és a családi vállalkozás megléte.

MRÁZ MILÁN CSABA

mrazmilan11@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Németh Krisztina

főiskolai docens, BGE PSZK

CSALÁDI VÁLLALKOZÁSOK VÁLLALATKORMÁNYZÁSI ÉS GENERÁCIÓS JELLEMZŐI MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: családi vállalkozásmenedzsment; generációváltás; családi cégek életciklusa; vállalkozásmenedzsment módszerek; családi vállalkozások

A családi vállalkozások iránti kutatási érdeklődés az elmúlt években Magyarországon is élénkült, elsősorban az utódlási és professzionalizálódási folyamataikat illetően. Jelen kutatásban interjúk és kérdőíves adatfelvételre építve a családi vállalkozások vállalatirányítási, vállalkozásmenedzsment gyakorlatát vizsgálom az alábbi kutatási kérdések mentén:

1. Melyek a hazai családi vállalkozások által ismert és alkalmazott vállalkozásmenedzsment módszerek?
2. Van-e összefüggés a családi vállalkozás vezetése során alkalmazott módszerek és a családi cég generációs jellemzői között?
3. A vállalat mérete, életkora, azaz a cégdemográfiai jellemzők meghatározóak-e a vállalkozásmenedzsment módszertana kapcsán?
4. Van-e összefüggés a családi vállalkozásban alkalmazott menedzsment kontroll és vállalkozásmenedzsment módszerek között?

A dolgozatomban kitérek a kutatás elméleti hátterének ismertetése kapcsán a családi cégek nemzetgazdasági jelentőségén túl a fogalmi keret sokszínűségére, a családi cégek típusaira és a vállalkozásmenedzsment nemzetközi szakirodalomban megjelenő jó gyakorlataira.

A szakirodalmi áttekintés mellett egy rövid kutatómódszertani fejezetet követően az empirikus kutatásaim eredményeinek bemutatására térek ki. A kérdőíves felmérés statisztikai elemzését követően a három vizsgált családi cég vezető tisztségviselőivel készített interjúk feldolgozását ismertetem.

NAGY-TÓTH BOGLÁRKA

tothbogi0625@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Nagy Adrián Szilárd
egyetemi docens, DE GTK

INNOVÁCIÓ VAGY TRADÍCIÓ? - AZ INNOVÁCIÓ SZEREPE A CSALÁDI VÁLLALKOZÁSOK ÉLETÉBEN ÉS A GENERÁCIÓVÁLTÁSBAN

Kulcsszavak: generációk; utódlás; kihívások; tervezés; fejlődés

A családi vállalkozások mindig is fontos szerepet töltöttek be nemcsak a nemzetközi, hanem a magyarországi gazdaság életében is, a világ számos országában a gazdaság gerincének tekintik. A GDP-hez való jelentős hozzájárulásuk mellett a foglalkoztatásban is nagy szerepük van. Míg az innováció a családi vállalkozások éltető eleme, addig az utódlás a családi vállalkozások jövőjét jelenti.

A kutatáshoz szükséges szakirodalmi áttekintés bemutatja a családi vállalkozások különböző fogalmi megközelítéseit, bővebben kifejti ezen vállalkozások jelentőségét, bemutatja a családi vállalkozások utódlásának lehetőségeit és nehézségeit, végül pedig ismerteti az innovációval kapcsolatos legfontosabb általános definíciókat, megközelítéseket. A kutatás fő célja a családi vállalkozások egyedi jellemzőinek feltárása, melyek hozzájárulnak ahhoz, hogy egyes családi cégek miért innovatívak, és egyesek miért nem. A családi vállalkozások és az innováció általános kapcsolatának vizsgálatán felül egy új aspektusból, az utódlás szempontjából vizsgálja a kutatás az innováció jelnetőségét. Ehhez szekunder és szakértői interjúk során összegyűjtött primer adatok lettek felhasználva. Továbbá a családi vállalkozások megkérdezésével az innováció szerepét vizsgálja a dolgozat kiemelten az utódlás folyamata során.

A kutatás legjelentősebb megállapításai között szerepel, hogy a családi vállalkozások életében az innovációkat leginkább akadályozó tényezők belső, egyénből fakadó tényezők. Így alátámasztható, hogy a családi vállalkozásokra egy olyan kettősség jellemző, amely „kétélű kardként” egyszerre előnyökkel és hátrányokkal jár. Továbbá a megkérdezett vállalkozások jelenlegi tulajdonosainak válaszai alapján az utódlás eltervezésének tudatossága a magyar családi vállalkozások körében még gyerekcipőben jár, a második generációs tulajdonosok fontosabbnak tartják az utód kiválasztásánál annak újító szemléletét, minthogy a családból kerüljön ki. Végül a megkérdezett családi vállalkozások potenciális utódjai igenis fontosnak tartják az innovációt, és amennyiben átvennék a családi céget, a jövőbeli terveik között a cég stabil jövedelmének biztosítása és a saját karrierjük, ambícióik megvalósítása mellett a folyamatos újítás, továbbfejlesztés szerepel.

TÓTH CSENGE

toth.csege1016@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés (angol nyelven)

MSc, 4. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Balogh Virginia
szakoktató, PTE KTK*

VÁLLALKOZÓNAK TÉNYLEG SZÜLETNI KELL?! - MEGHACKELHETŐ-E A VÁLLALKOZÓI SZEMLÉLET EGY ÖTLETVERSENYEN KERESZTÜL?

Kulcsszavak: vállalkozói oktatás; hackathon; vállalkozói attitűd; vállalkozói hajlandóság

A kutatásom során azt vizsgáltam, hogy elegendő-e a vállalkozói oktatás ahhoz, hogy a hallgatók vállalkozóvá váljanak. Személyes tapasztalataim hatására számos feltételezést és kérdést fogalmaztam meg, ezek mentén kerestem a választ a fő kutatási kérdéseimre. A Hackathon által fejlesztett készségeket és képességeket, az MBTI személyiség típusok hatására bekövetkező, a vállalkozói hajlandóságra gyakorolt változás mértékét és a kettő közötti kapcsolat meglétét, valamint az egyetemi vállalkozói oktatás szerepét kutattam. Továbbá, a hipotéziseim között a Hackathon vállalkozói attitűdre, valamint a vállalkozó szülők és a nemek vállalkozói hajlandóságra gyakorolt hatását tanulmányoztam.

Egy kísérleti jellegű vizsgálat keretében elemeztem a Hackathon (vállalkozói oktatási eszköz, kísérleti beavatkozás) esemény hatására bekövetkezett változásokat a vállalkozói attitűd vonatkozásában. Online kérdőíves módszer alapján, egy 131 hallgató válaszát tartalmazó adatbázist tanulmányoztam négy módszer alkalmazásával. Az elemzést leíró statisztikákkal, átlagos eltérések vizsgálatával, párosított t-próbával, továbbá egymintás ANOVA mentén végeztem, ugyanis ezek a módszerek lehetővé tették a vizsgált jelenségek közötti összefüggések objektív és megbízható vizsgálatát.

A vállalkozói hajlandóság növelésében fontos szerepet kap a vállalkozói oktatás, de ez nem jár közvetlenül vállalkozásindítással, amihez olyan források megléte szükséges, mint az idő és a pénz. A Simonyi Hackathon képes növelni a hallgatók vállalkozói attitűdjét. Azonban, a vállalkozó szülők nem feltétlenül pozitívan befolyásolják gyermekeik vállalkozói hajlandóságát és nem minden esetben figyelhető meg magasabb vállalkozói hajlandóság a férfiak esetében sem. A vizsgált hallgatói bázis esetében a kockázatkezeléshez, a döntéshozatalhoz, a lehetőségek felismeréséhez kapcsolódó, valamint az innovációs és szakmai képességek és készségek fejlődtek. A legmagasabb hozott vállalkozószellem pontértékkel az extravertált Diplomáták és Analitikusok rendelkeztek. A vállalkozói oktatás szerepe kulcsfontosságú a legkiemelkedőbb emberi erőforrások munkaerőpiacra juttatásában, melynek leghatékonyabb eszközei az üzleti képzési programok, a mentorálás, az alacsony költségű finanszírozás és a speciális üzleti tanácsadás biztosítása. A feltárt eredmények egyéni és lokális gazdaság szinten is nagy hatással lehetnek a toborzási célzatú tevékenységektől kezdve a cégek versenyképességéig bármely területre.

Vezetés, szervezés – Projektmenedzsment

Elnök:	Dr. Jarjabka Ákos	PTE
Társelnök:	Dr. Kurucz Attila	SZE
Tag:	Dr. Kerekes Kinga	RO BBTE
Titkár:	Tóthné Dr. Kiss Anett	ME

CSIBI VIKTÓRIA*csibiviki@gmail.com*

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:**Haschka Rouven Edgar
egyetemi docens, BCE GTK*

KULTURÁLIS ELEMEEK HATÁSA A PROJEKTVEZETŐ VEZETÉSI STÍLUSÁRA

Kulcsszavak: kulturális dimenziók; projektmenedzsment; vezetési stílus; multinacionális vállalatok

Számos kutatás vizsgálta már az eltérő kulturális gyakorlatok hatását és jelentőségét projekt vagy általános menedzsment szinten, azonban azon kutatások száma erősen limitált, amelyek a projektvezető által alkalmazott vezetési stílust helyezik a középpontba. Ezek alapján a következő kutatási kérdés került meghatározásra: Hogyan befolyásolják a kulturális dimenziók a projektmenedzserek vezetési stílusát?. Ennek keretében az került elemzésre, hogy mely kulturális elemek és normák befolyásolják a projektmenedzserek által alkalmazott vezetési stílust vállalati környezetben. Azaz, hogy multinacionális vállalatok esetében az ország, a vállalat kultúrája és az egyén kultúráról alkotott képe együttesen hogyan és milyen irányú hatást gyakorol az alkalmazott vezetési stílusra. A kapott következtetések multinacionális vállalatok projektmenedzserei által kitöltött kérdőív alapján kerültek levonásra, leíró statisztika és három lineáris regressziós modell alapján elvégzett hipotézisvizsgálat alapján.

Megállapítható, hogy átlagosan 30%-ban befolyásolják a kulturális dimenziók a három vizsgált vezetési stílus alkalmazásának mértékét, melyek az autokratikus, demokratikus és laissez-faire. 10%-os szignifikanciaszinten az autokratikus vezetési stílus mértékét pozitívan befolyásolja a nemek közötti egyenlőség, a bizonytalanság mértéke pedig negatívan, míg a laissez-faire stílus mértékére pozitív hatást gyakorol a hatalmi távolság és az asszertivitás kulturális dimenzió. A demokratikus vezetési stílus mértéke és a csoporton belüli kollektívizmus között pozitív kapcsolat van 15%-os szignifikanciaszint mellett.

Megállapítható továbbá, hogy a kilenc vizsgált kulturális dimenzió közül nincs olyan, mely egynél több vezetési stílus esetében szignifikáns lenne, így azonosítható, mely változók relevánsak az autokratikus, demokratikus és laissez-faire vezetési stílus szempontjából projektkörnyezetben. A kutatás eredményei nemcsak a jelenlegi projektmenedzsment vezetési modellek fejlesztésében segítenek, de egyúttal jó támpontot is biztosítanak a kulturálisan heterogén projektcsoportok hatékony menedzseléséhez.

HORVÁTH DOMINIK

dominikhorvath02@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Tóth János

egyetemi tanársegéd, BCE VTI

A PROJEKTMENEDZSMENT HOZZÁJÁRULÁSA A STARTUPOK SIKERÉHEZ

Kulcsszavak: startup; projektmenedzsment; növekedés; pm módszertan; siker

A startupok, amelyeket gyakran az agilitás, az innováció és az erőforrás-korlátok jellemeznek, döntő szerepet játszanak a mai dinamikus üzleti életben. Ezen aspektusok miatt ahogy ezek a fiatal vállalkozások fejlődnek és terjeszkednek, a hatékony projektmenedzsment alapvető fontosságúvá válik a fenntartható működésükhöz.

Ez a kutatás a projektmenedzsment kulcsfontosságú szerepét vizsgálja a startup ökoszisztémában, az alábbi kérdésekre összpontosítva:

1. Milyen formában járul hozzá a projektmenedzsment a startupok alapításához?
2. Hogyan változik a projektmenedzsment szemléletmód a startupok növekedése folytán?
3. Hogyan jelennek meg a startupok különféle érettségi fázisaiban a projektmenedzsment ismeretek és módszertanok?

A kutatási kérdések megválaszolására szakirodalmi áttekintés és különböző magyar startupokkal végzett interjúk szolgálnak segítségül, amik során betekintést nyerhetünk a startupok projektmenedzsment megközelítéseibe, kihívásaiba és stratégiájába.

Összefoglalva, ez a tanulmány a projektmenedzsment és a startupok sikeres működése közötti kapcsolat megvilágítására törekszik. Eredményei útmutatást adhatnak a terület kutatói számára, különböző érettségi fázisokban lévő startupoknak, valamint jövőbeli startupok alapítóinak.

HORVÁTH MARTIN ARTÚR

martin.horvath1103@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

IVANICS FERENC

fivanics2@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:

Dr. Ásványi Katalin

tanszékvezető egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem Fenntartható Fejlődés Intézet

Fenntarthatósági Menedzsment és Környezetgazdaságtan Tanszék

AZ EURÓPAI EGYETEMI ÉS VÁLLALATI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK ÁTTEKINTÉSE A FENNTARTHATÓSÁGI PROJEKTEKRE FÓKUSZÁLVA

Kulcsszavak: felsőoktatás-menedzsment; CSR; felelős vezetők; fenntartható fejlődés, PRME

Napjainkban a fenntarthatósági kérdések egyre nagyobb visszhangot kapnak a gazdaság és a társadalom különböző szektoraiban. Egy fenntartható jövő megteremtéséhez olyan fiatalokat kell nevelnie a mindenkori oktatási rendszereknek, akik felelősen tudnak dönteni a saját, és embertársaik jövőjéről. Kutatásunk középpontjában az ENSZ által életre hívott, és a felsőoktatási intézmények által kiadott PRME (Principles for Responsible Management Education) jelentések állnak, amelyekben egy felelős generáció nevelése felé megtett sikereiket és terveiket kommunikálják. Fő kutatási kérdésünk, hogy hogyan jelenik meg a fenntarthatóság az Európai Unió egyeteminek vállalati együttműködéseiben. A tartalomelemzés módszerével dolgozva megállapítottuk, hogy az együttműködések összesen 4+1 szintre lehet bontani a kapcsolat mélysége alapján. Ezen felül sikerült regionális sajátosságokat is megállapítanunk az együttműködés jellegét tekintve, ugyanakkor azt is feltártuk, hogy bizonyos együttműködéseknel nem számítanak a földrajzi különbségek. A kutatás gazdasági és társadalmi output-ja, hogy végül a jelentések elemzése során olyan jó példákat tudtunk azonosítani, amiket aztán a hazai felsőoktatási intézmények implementálni tudnak a saját működésükbe, ezáltal hozzájárulva egy fenntarthatóbb jövő létrehozásához.

KOVALIK DORKA

kovalikdorka@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 5. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Hoffmann Piroska

egyetemi adjunktus, ELTE GTK

A PROJEKTEKEN BELÜLI EGYÜTTMŰKÖDÉS FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEINEK VIZSGÁLATA A SZERVEZETI KULTÚRA TÜKRÉBEN EGY PROJEKTALAPON MŰKÖDŐ VÁLLALAT ESETÉBEN

Kulcsszavak: projekt; együttműködés; szervezeti kultúra; változásmenedzsment

Jelenleg a kiszámíthatatlan és folyamatos változás jellemzi legjobban a világunkat és a vállalkozások működését. Ennek hatása a projekthalapon működő szervezetekre is jelentős, mivel az állandó változás nyomán az elvárások és az igények is gyakran módosulnak. A hosszútávú versenyképesség fenntartásához azonban ezeknek csak úgy lehet megfelelni, ha a szervezet állandóságot tud teremteni a csapatmunkában és a hatékony együttműködésben. A vizsgálatomat egy olyan, az autóiparban tevékenykedő, projekthalapon működő vállalatnál végeztem, amely e változékonyságból is eredő problémákkal küzd az egyének és a csoportok közötti együttműködés terén.

A dolgozat a projekteken belüli együttműködés fejlesztési lehetőségeit vizsgálta a szervezeti kultúra tükrében. A változásokkal járó konfliktusok és a szervezeti kultúra között erős összefüggés mutatható ki a feldolgozott szakirodalom szerint, ezért vizsgáltam a jelenlegi és az ideálisnak vélt szervezeti kultúrát a szervezetben. Kvalitatív, problémafeltáró interjút és kvantitatív módszert használtam a problémák feltárására. A kvantitatív kutatást az Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI) validált tesztjének segítségével végeztem (n=70).

A kutatási eredmények alapján megállapítottam, hogy a szervezet jelenleg nem tudja egyértelműen meghatározni a kulturális beállítottságát, a válaszok nagyfokú bizonytalanságot jeleztek. Az eredmények azt igazolják, hogy a szervezet érzi és igényli a változást, és a klán kultúratípust jelölték meg ideális kultúraként. A piac kultúrára jellemző teljesítménykényszer csökkentésében, a támogató és együttműködő csapatmunka erősítésében látja a szervezet a megoldást. Az ezek alapján elkészített javaslataimban a kommunikáció, a csapatmunka és az együttműködés fejlesztésének fontosságát azonosítottam. Ezekhez a vezetői soft skill-ek fejlesztését, a vezető—beosztott kapcsolat minőségének javítását, az egyértelműen kijelölt, egyént fókuszba állító célok megfogalmazását és a tagok bevonódásának növelését határoztam meg, mint lehetséges javítási tevékenységek. A változáshoz emellett szükség van a vállalat missziójával és víziójával összhangban megfogalmazott komplex kultúraváltási folyamatra, amelynek sikerességét az esethez jól illeszkedő változásmenedzsment modell biztosíthatja. Az ADKAR modell egyénközpontú szemlélete miatt megfelelő eszköze lehet a kultúraváltás keretbe foglalásának és az együttműködés hatékonyságának növelésének is.

PÁVA KLAUDIA
pavaklau@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi TDK

Témavezető:
Dr. Blaskovics Bálint
egyetemi docens, BCE VTI

ÚJ ÜZLETÁG KIALAKÍTÁSÁVAL KAPCSOLATOS PROJEKTVÁLTOZATOK ÉRTÉKELÉSI RENDSZERÉNEK KIALAKÍTÁSA EGY INFORMATIKAI TANÁCSADÓ VÁLLALAT PÉLDÁJA ALAPJÁN – HOW MAY I HELP YOU TODAY?

Kulcsszavak: projektmenedzsment; projekt kiválasztás; megvalósíthatósági tanulmány; döntéselőkészítő mechanizmus; projektértékelés

A legtöbb projektelőkészítéssel kapcsolatos mű, a meglévő keretrendszereket követi, így hiányoznak azok, amelyek testreszabottan elemeznék a projektek életképességét. A projektjellegű dolgozatban a kutatási célom az volt, hogy megoldást találjak a projektek jobb előkészítésére. Két kutatási kérdést fogalmaztam meg:

K1: Milyen tényezők figyelembevételével lehet az egyes projektváltozatokat a stratégiai célokkal összehangolni és sikerüket növelni új üzletágak kialakításánál?

K2: Milyen módszerekkel és kritériumokkal lehet értékelni és összehasonlítani a különböző projektváltozatokat?

Propozíció: A projektek kiválasztása során, a pénzügyi szempontok domináns szerepet töltenek be.

A vizsgált kérdéseket, egy chatbot szolgáltatás fejlesztésével foglalkozó új üzletág létrehozásának megvalósíthatósága kapcsán vizsgáltam, a KiberKutatók Zrt. kontextusában. Több, mint 80 hazai és nemzetközi tudományos publikáció segített az elméletek és modellek összegyűjtésében, szintézisében. A szekunder kutatás során, elemeztem a vállalati diagrammokat, adatokat és a szektorspecifikus kutatási eredményeket. A feltáró kutatásban, szakértői mintavétellel azonosítottam a cégnél lévő projekt kiválasztási folyamatot. Az elkészült megvalósíthatósági tanulmány alapját primer, kvalitatív kutatási módszer képezte, amely főként a vállalatvezetőkkel készített szakértői interjúkon alapult. A szakértők véleményének és motivációinak feltérképezésén túl, a működési folyamatok analízise felfedte a belső dinamikákat, a kihívásokat és a fejlesztési lehetőségeket.

A vizsgálat eredményeképpen egy új, a korábbinál hatékonyabb döntéselőkészítő mechanizmust dolgoztam ki. Az elért saját eredmény, az új üzletággal kapcsolatos négy szcenárió elemzése és egy komplex megvalósíthatósági tanulmány kidolgozása volt, amit a projekt megvalósíthatóságának optimalizált modelljében foglaltam össze. Megalkottam egy pénzügyi számításokon alapuló, dinamikus változó modellt is, melybe a szcenáriókon túl, szakértői becsléseket implementáltam. Az értékelési kritériumrendszer készítésénél figyeltem több tényező, (mint például a kockázatelemzés) meghatározására és súlyozására is.

Az eredmények segítik a döntéshozókat az új üzletág létrehozásának stratégiai és operatív aspektusaiban. A dolgozatban a pénzügyi szempontok döntő szerepet játszottak, bizonyítva ezzel a propozíció helyességét, miszerint, a pénzügyi tényezők kulcsfontosságúak a projekt kiválasztási folyamatban és a vállalat hosszú távú sikerében.

SCHIMMER DZSESSZIKA

sch.dzsesszika@gmail.com

Vezetés és szervezés mesterszak

MA, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Cserhádi Gabriella
egyetemi docens, PE GTK

A PROJEKTCSAPAT JELLEMZŐI ÉS A PROJEKTVEZETŐ VEZETÉSI STÍLUSÁNAK VIZSGÁLATA A PROJEKTSIKER TÜKRÉBEN

Kulcsszavak: projektmenedzsment; vezetési stílus; vezetői kompetenciák; projektsiker; projektcsapat

A projektmenedzsment mára a vállalati folyamatok nélkülözhetetlen részévé vált. A projektek értéket teremtenek, hozzásegítik a vállalatokat ahhoz, hogy jobban reagáljanak a külső környezeti változásokra, és mindazonáltal lehetőséget adnak arra, hogy a versenytársaknál jobb piaci pozíciót érjen el az adott szervezet.

Dolgozatom a projektmenedzsment témakörén belül a vezetési stílus és a projektcsapat jellemzőire irányul a projekt sikerességének szempontjából. A témaválasztásomat a témakörrel kapcsolatos tudásom bővítése indokolta, mert korábbi ismereteim a projektvezetéssel – és annak komplexitásával – kapcsolatban további kérdéseket vetettek fel bennem. Kutatásom során törekedtem az elméleti tudás gyakorlati hasznának megvilágítására hangsúlyt helyezni. A dolgozat elméleti háttereként a projektsiker értelmezéseket, a vezetési stílusra vonatkozó felfogásokat, és a projektcsapat tipikus jellemzőit ismertetem.

A szakirodalmak rávilágítanak az emberi tényező, elsősorban a projektvezető szerepére a projektek sikeres teljesítésében. A vezetési stílussal foglalkozó kutatások egyre nagyobb teret nyernek a projektmenedzsment szakirodalomban. Ezen belül pedig az utóbbi években egyre nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a szakirodalmi kutatások a vezetői kompetenciák felmérésének és fejlesztésének. Ennek megfelelően kutatásom során arra keresem a választ, hogy melyik kompetencián alapuló vezetési stílus támogatja leginkább a K+F jellegű projektek sikerességét, és a projektcsapat jellemzői milyen kapcsolatban állnak a projektvezető vezetési stílusával. Ezen kívül célom a projektvezető által birtokolt egyes kompetenciaelemek szerepének feltérképezése.

A kutatás mintáját egy multinacionális cég veszprémi leányvállalata biztosította. A kvalitatív kutatás módszerét választottam, mert ezáltal lehetőségem nyílt az egyes területek mélyreható vizsgálatára és az összefüggések megértésére. A vizsgálat során primer adatgyűjtést alkalmaztam, melynek középpontjában a projektek sikeressége, a szervezeti és csapat jellemzők, a vezetői kompetenciák, és a vezetési stílus meghatározása állt. Dolgozatomban ismertetem a projektvezetőkkel készített interjúk eredményeit, összehasonlítva a sikeres és kevésbé sikeres projektek jellemzőit és a projektvezetők által alkalmazott vezetési stílust. Ezen kívül bemutatom a projektvezetők vezetői kompetenciáinak jellemző értékeit, melyet összevetek a vezetési stílusukkal és a korábbi szakirodalmi eredményekkel.

TÓTH LUCA ANNA

tluca1225@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Árva Gábor
egyetemi adjunktus, ELTE GTK*

PROJEKTMENEDZSMENT EGY ÉPÍTŐIPARI KISVÁLLALKOZÁSNÁL

Kulcsszavak: hálóterv; átfutási idő; bizonytalanság; fuzzy szigmoid tagsági függvény; fuzzy FMEA

A dolgozat a projektmenedzsment szempontjából követi nyomon egy családi ház építési folyamatait, melynek lépéseit különböző módszerek segítségével mutatja be. A feldolgozás során bemutatásra került az egyes folyamatok sorrendisége, ezek időszükséglete, valamint a késedelmes, ill. hibás teljesítésekből adódó bizonytalanságok, kockázatok kezelése. A módszertani skála magában foglalja a hálótervezés gyakorlatát, mely során a projektlépések egymásutánja került feltüntetésre, különös figyelmet fordítva azokra a tevékenységekre, mint például a betonozás vagy a falazás, melyeknél a kritikus úton való elhelyezkedés miatt rendkívül fontos a határidők precíz betartása a csúszások elkerülése végett. A bizonytalanság és a sok egymás haladásától függő, késő projektlépés szemléltetésére szigmoid tagsági függvénnyel bíró fuzzy számok nyújtanak segítséget, melyek az átfutási idők bizonytalanságát megfelelően szemléltetik az illesztett függvényekkel, ezáltal a projektvezetők számára ad támpontot a szerződéskötések időzítésére. Egyes felmerülő kockázatok a projekt időbeli csúszását eredményezhetik, ezekre FMEA módszerrel való elemzés után, a bekövetkezési valószínűségük csökkentésére különböző javaslatok kerültek felsorolásra, mint például kötbér kikötése, időjárás jelentések folyamatos figyelése, erőforrások rendelkezésre állásának ütemezése, folyamatok megfelelő időzítése, de a legfontosabb a teljes projektet átható projektvezetői felügyelet, emellett a dolgozat röviden bemutatja az FMEA elemzés kiegészítését fuzzy logikával, a bizonytalanságok megfelelő szemléltetése céljából.

A dolgozat a bemutatott módszerek segítségével érthetővé teszi megrendelő és a projekt résztvevői számára is, hogy a kivitelezés során, a tervezéstől az átadásig elvégzendő munkák mennyi időt vesznek igénybe, milyen kockázatok léphetnek fel, ezek hogyan befolyásolják a tervezett ütemezést, és milyen intézkedések fogantatásával lehet minimalizálni ezek előfordulását.

UJHELYI GÁBOR

ug@abemax.com

Master of Business Administration (MBA)

MSc, 4. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Kucsera Tamás Gergely
egyetemi tanár, METU ÜKTF

MESTERSÉGES INTELLIGENCIÁT BEVEZETŐ SZOFTVERFEJLESZTÉSI PROJEKTEK MENEDZSMENTJE

Kulcsszavak: mesterséges intelligencia; projektmenedzsment; nagy nyelvi modellek; generatív AI; MI bevezetés

A felhő alapú szolgáltatásként igénybe vehető, a nyílt forráskódú, valamint a zárt, egyedi fejlesztésű mélytanuló algoritmusok és különösen a nagy nyelvi modellek használatát beépítő projektek vezetése szükségessé teheti a korábbi szoftverfejlesztési projektektől eltérő, azt kiegészítő szempontok figyelembevételét is.

A szakdolgozatban elemzésre kerülnek ezen projektek technikai és emberi aspektusai, menedzsmentjének nehézségei, specialitásai, az AI-t (artificial intelligence, mesterséges intelligencia) nem tartalmazó IT (információ technológiai) projektektől való eltérései, kapcsolódási pontjai a vízesés, az agilis és a CRISP-DM modellekhez. A kutatás három forrásból táplálkozik: (első sorban, de nem kizárólag generatív) AI projektek bevezetésével kapcsolatban lévő 10+1 szakértővel készített mélyinterjúkból, több, mint 600 ember által kitöltött kérdőíves felmérésből hazai és külföldi felhasználók körében, valamint egy szoftverfejlesztő ügyfél számára két AI projekt megvalósításának esettanulmányából. Formabontó sajátosság a ChatGPT mint projektmenedzser bevonása a mélyinterjú alanyainak körébe. A vizsgálat kitér a területhez tartozó komplex projektek kezelésére az ügyfél edukációtól és felméréstől kezdve a megoldandó probléma azonosításán, kiválasztásán és prototipizáláson keresztül a végleges implementációig és bevezetésig, ezek kockázataira, buktatóira, jó gyakorlataira.

A szakdolgozat kvantitatív és kvalitatív módszerek alkalmazásával a döntéshozók és munkavállalók körében végzett felmérés, valamint a mesterséges intelligenciához kapcsolódó projektek vezetésében jártas, különböző tapasztalatokkal rendelkező szakértőkkel készült mélyinterjúk megvalósításával vizsgálja a legfontosabb szempontokat, a felmerülő problémákat és a lehetséges megoldásokat, érdekes és váratlan eredményeket is mutatva. Az elemzést és a módszerek vállalati környezetben történő alkalmazhatóságát tovább mélyíti a valós ügyfél projektet bemutató esettanulmány és a különböző kutatási módszerekkel gyűjtött adatok egymással való kapcsolata.

VICSIK VALÉRIA TÜNDE

vicsiktundi@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BSc, 7. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Bárczi Judit
egyetemi docens, NJE GTK

MERCEDES-BENZ BERUHÁZÁS, FEJLESZTÉS PROJEKTMENEDZSMENT OLDALRÓL

Kulcsszavak: beruházás; jövedelmezőségi mutatók; kockázatelemzés; pénzügyi mutatók; megtérülés

A dolgozatom a Mercedes-Benz EQB elektromos jármű projektjének beruházásait és fejlesztéseit vizsgálja a projektmenedzsment és gazdasági szempontok alapján. A beruházások a gazdasági növekedés kulcsai, különösen a technológiai fejlődés terén.

A projekt célja az elektromos jármű gyártásának elindítása a kecskeméti gyárban, amely a fenntartható mobilitás és technológiai fejlődés előmozdítására irányul. A teljes beruházás költsége 486,55 millió euró, melynek 77,3%-át a Magyar Állam finanszírozta vissza nem térítendő támogatással. A projekt jövedelmezőségi mutatói erőteljesek: a belső megtérülési ráta (IRR) 28,22%, a beruházás megtérülése (ROI) 60,75%, a jövedelmezőségi index (PI) 29,02%, míg a nettó jelenérték (NPV) 141,21 millió euró.

A projekt egyik legfigyelemreméltóbb eredménye, hogy a megtérülési idő rendkívül rövid, mindössze 1 év 7 hónap, ami alátámasztja a beruházás gazdaságilag életképes voltát. A kockázatelemzés és érzékenységvizsgálat alapján a projekt stabil, a Cash Flow változása nem befolyásolja jelentősen a jövedelmezőséget, és a diszkontráta módosítása sem gyakorol komoly hatást. Az optimista forgatókönyv gyorsabb megtérülést, míg a kedvezőtlen forgatókönyv hosszabb megtérülési időt eredményezhet. A fedezeti pont elemzés szerint 18 345 EQB-t kell értékesíteni a költségek fedezéséhez.

A projekt gazdasági és pénzügyi mutatói megerősítik annak sikerességét, hiszen a vállalat a fenntartható mobilitás iránti elkötelezettségét jól tükrözi. A beruházás nemcsak a cég számára hozott gazdasági előnyöket, hanem Magyarország számára is, növelve a foglalkoztatottságot és erősítve az exportot.

A dolgozat részletes kockázatelemzést tartalmaz, amely a pénzügyi és operatív kihívásokat vizsgálja, és megállapítja, hogy a beruházás stabil volt.

A vizsgálat alapján javaslom az elektromos autók akkumulátor-beszerzési láncának optimalizálását, valamint fenntarthatóbb akkumulátorgyártási megoldások alkalmazását a költségek és a projekt jövedelmezőségének javítása érdekében. Továbbá, célszerű környezetbarát gyártási technológiák integrálása, mint például megújuló energiaforrások alkalmazása és a gyártási hulladék újrahasznosításának növelése a gyártási folyamatok fenntarthatóságának elősegítésére.

Összességében a Mercedes-Benz EQB gyártására irányuló beruházás sikeres volt, és hozzájárult a fenntartható jövő előmozdításához. A pénzügyi mutatók, mint az IRR, ROI és NPV, mind megerősítik a projekt gazdaságilag életképes mivoltát, és biztosítják a további fejlesztések sikerét.

Vezetés, szervezés – Vezetés, szervezés

Elnök:	Dr. Vilmányi Márton	SZTE
Tag:	Dr. Benedek Petra	BME
Tag:	Dr. Kolnhofer-Derecskei Anita	BGE
Tag:	Dr. Tóth Zsuzsanna Eszter	ELTE
Titkár:	Dr. Mihalik-Kucsma Daniella	ME

BÁNSZKI FRUZZSINA FLÓRA

fruzzi0116@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Pierog Anita

egyetemi docens, DE GTK

VEZETÉSI STÍLUSELVÁRÁSOK EGY MULTINACIONÁLIS VÁLLALATNÁL

Kulcsszavak: MLQ; multinacionális vállalat; vezetőkkel szembeni stíluselvárások; vezetési stílusok

A modern vállalati környezetben a vezetés kiemelt szereppel bír, különösen a multinacionális vállalatoknál, ahol a sokszínűség, a komplexitás és a globális hatások számos kihívást hordoznak magukban. A jól képzett és hatékony vezetői réteg meglehetősen elengedhetetlen a vállalati sikerhez, mivel a vezetőknek irányítaniuk, motiválniuk és inspirálniuk kell a beosztottjaikat a közösen kitűzött célok eléréséhez. Azonban a vezetők munkája nem csupán az irányítás és ellenőrzés teendőiből áll, hanem az is, hogy a stílusuk és hozzáállásuk hogyan illeszkedik a beosztottakhoz, és ez hogyan segíti vagy gátolja a munkavégzést.

Az előbbi kihívások és azon felismerés motiváltak, hogy kutatást végezzenek a vezetőkkel szembeni stíluselvárások terén egy multinacionális vállalat három különböző részlegén. Kutatási célkitűzésem egyrészt a vezetői stílusok és az elvárások közötti kapcsolat feltérképezése, másrészt pedig az, hogy a vezetők hogyan változtathatnák meg a vezetési stílusukat úgy, hogy az közelebb kerüljön a beosztottak elvárásaihoz.

A kutatási módszereim változatosak voltak, hogy minél átfogóbb képet kapjunk a vizsgált problémáról. Kvantitatív kutatásom során a munkavállalók és vezetők széles körével végeztem felméréseket, amelyek lehetővé tették a csoportvezetők vezetési stílusának meghatározását. A Többfaktoros vezetői kérdőív (MLQ) alkalmazásával azonosítottuk a transzformációs, tranzakciós és laissez-faire vezetési stílusokat a vállalat három részlegén belül. Ezek az eredmények segítettek megérteni, hogy milyen stílusok a leginkább preferáltak és hatékonyak az adott területeken.

A kutatás kvalitatív része részlegvezetőkkel készített interjúkon alapszik, amelyek segítették a középszintű vezetői réteg és annak menedzselésének mélyebb megértését. A részlegvezetők beszámoltak azokról a kihívásokról és lehetőségekről, amelyekkel szembesülnek a mindennapi munkájuk során.

Az eredmények összességében azt mutatják, hogy a transzformációs vezetési stílus a leginkább preferált a vizsgált vállalatnál. Ugyanakkor minden részlegnek vannak hiányosságai és előnyei is, és kutatásom megvilágítja azt, hogy mely területeken lehetne javítani a vezetési gyakorlatokat. A vezetőknek az eredmények alapján lehetőségük van finom hangolni a vezetési stílusukat, hogy még hatékonyabban szolgálják a cég és a munkatársak céljait.

FARKAS KIRA ZOÉ

farkaskira.99@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Németh Szilárd

egyetemi docens, BGE PSZK

ÜZLETI PARTNEREK ÉS EGYETEMEK KAPCSOLATA A BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Kulcsszavak: egyetem; együttműködés; vállalat; partner; felsőoktatási intézmény

Témaválasztásom oka, hogy a vállalatok és felsőoktatási intézmények közötti együttműködések az elmúlt évtizedekben egyre hangsúlyosabb szerepet kaptak a globális oktatási és gazdasági rendszerekben. Ez a jelenség különösen fontos a 21. század gyorsan változó, technológia-orientált világában, ahol a munkaerőpiac folyamatosan új készségeket és gyakorlati ismereteket követel meg a fiataloktól. Ahogy a világ egyre inkább a tudásalapú gazdaság irányába mozdul el, egyre több vállalat ismeri fel a felsőoktatásba történő befektetés jelentőségét, hogy így közvetlen hozzáférést nyerjenek a legfrissebb innovációkhoz és tehetségekhez. Ezzel párhuzamosan az egyetemek felismerik a vállalatokkal való partnerség lehetőségeit, amelyek révén képesek maradni a versenyképességük növelésére, valamint az oktatási tartalom relevanciájának megőrzésére.

A kutatásom célja az volt, hogy feltárjam a vállalatok és felsőoktatási intézmények közötti együttműködés formáit, előnyeit és kihívásait, szerepét. A fő célom az volt, hogy megértsem, hogy milyen együttműködések tudnak sikeresek lenni és ezek tudják-e a hallgatói részvételt és megítélést befolyásolni.

A dolgozatom során primer kutatást végeztem annak érdekében, hogy a témát jobban megértsem. a kvalitatív oldalról mélyinterjúkat végeztem összesen 20 közép- és felsővezetővel a vizsgált egyetemen. Ezt követően pedig különféle kvalitatív elemzéseket készítettem és netnográfiai vizsgálatot végeztem a vállalati oldal megismerése végett.

A dolgozatom lezárásaként következtetéseket fogalmaztam meg és jövőbeli javaslatokat tettem, különös tekintettel jövőbeli kutatási kérdésekre.

A Kulturális és Innovációs Minisztérium 2024-2.1.1-EKÖP kódszámú egyetemi kutatói ösztöndíj programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával készült.

FEHÉR ANNA

feheranna1002@gmail.com

emberi erőforrások

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

*Témavezető:
Baksa Máté
óraadó oktató, BCE*

A PÁRTFOGÓI KAPCSOLATOK SZEREPE A FELSŐ VEZETŐ NŐK KARRIERJÉBEN – MAGYARORSZÁGI TAPASZTALATOK

Kulcsszavak: pártfogás; karriermenedzsment; női vezetők; kapcsolati háló; diverzitás-menedzsment

Több korábbi kutatás feltárta, hogy a felső vezetők karrierjének alakulásában jelentős szerepet töltenek be a pártfogók, vagyis olyan személyek, akik nem csupán értékes tanácsokat adnak, de kapcsolati tőkéjüket is pártfogoltjuk rendelkezésére bocsájtják. Míg egy mentor inkább tanácsot ad, az önbizalom és a képességek fejlesztésében segít, addig egy pártfogó (sponsor) saját kapcsolati hálóját latba vetve támogatja pártfogoltját az előrelépésben: bemutatja a megfelelő embereknek, nyilvánosan is kiáll érte, akár kockázatot vállalva is lehetőséget ad neki a bizonyításra. A pártfogolt ezt a bizalmat lojalitással és kimagasló teljesítménnyel viszonozza, amivel maga is hozzájárul pártfogója előmeneteléhez. Saját kutatásomban a pártfogói kapcsolatok női vezetői karrierekre gyakorolt hatását vizsgálom, olyan felső vezetőkkal készítettem interjúkat, akik karrierjük során részesültek pártfogásban vagy maguk pártfogoltak másokat. Kutatási eredményeim megerősítették és kiegészítették az általam feldolgozott szakirodalmat, rámutatva a pártfogói kapcsolatok negatív megítélésére, ugyanakkor kiemelve azok számottevő előnyeit a női karrierekben.

GÁLBER CSENGE

galber.csenge@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 3. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Jarjabka Ákos

egyetemi docens, intézetigazgató (VSZI), PTE KTK

HAZAI AMATŐR NÉPTÁNCÉGYÜTTESEK CSOPORTSZEREPEI ÉS VEZETÉSI KIHÍVÁSAI

Kulcsszavak: hazai amatőr néptáncégyüttesek; vezetési kihívások; vezetői utánpótlás; szociometria

Kutatásom alapvetően két kutatási kérdés köré összpontosul, amelyek a hazai amatőr néptáncégyüttesekhez kapcsolódnak.

Napjainkban több, mint 500 amatőr néptáncégyüttes végez aktív alkotótevékenységet Magyarországon, amelyhez elengedhetetlen az együttes keretein belül működő csoportok összetartása. Következésképp a szakmai vezetőknek számos közösséghez kapcsolódó vezetési kihívással kell szembenézniük különböző táncscsoportokon belül, amelyek konkretizálása és mélyebb megismerése hatékonyabb problémamegoldáshoz vezethet. Dolgozatomban egyik kutatási kérdése ezért arra keresi a választ, hogy három felnőtt néptáncscsoport informális hálózatainak feltérképezése során milyen konkrét vezetési kihívások merülnek fel az együttesek esetében. Véleményem szerint kulcsfontosságú, hogy kik azok a személyek a néptáncégyüttesek életében, akik később a vezetői utánpótlást biztosíthatják, ezért másik kutatási kérdésem arra kereste a választ, hogy az erre megfelelő egyének hol helyezkednek el a vizsgált közösségeken belül.

Primer kutatásomhoz a legmegfelelőbb kutatómódszertannak Mérei Ferenc és J. L. Moreno szociometriája bizonyult, hiszen a táncosok kapcsolódását szemléltető szociogram, illetve a különböző mutatók együttesen alkalmasak egy közösség többszempontról történő felmérésére és ezáltal különböző vezetési kihívások megismerésére.

Kutatásom végeztével megfigyelhető, hogy a vizsgált néptáncscsoportok esetében megfigyelhetőek azonos vezetési kihívások, ugyanakkor együttesenként fellelhetőek más néptáncscsoportoktól különböző próbatételek vezetői szempontból. Továbbá érdekes eredmény, hogy a vezetői utánpótlásbázist biztosító egyének együttesenként máshol helyezkedtek el a közösségen belül. Összegezve kijelenthető, hogy primer kutatásom során, a közösségek szociometriával történő felmérésével kirajzolódnak a tipikus vezetési kihívások és megfigyelhetővé válnak a később vezetői utánpótlást is jelenthető személyek elhelyezkedése adott táncscsoportokon belül.

GURSZKI GERGŐ

greggurszki@gmail.com

Gazdálkodási és Menedzsment

BSc, 8. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Berényi László
egyetemi docens, ME GTK

NEPTUN: RENDSZERHASZNÁLHATÓSÁGI ÉRTÉKELÉS

Kulcsszavak: Neptun; System Usability Scale; user experience; felhasználói elégedettség; felsőoktatás

A magyar felsőoktatásban mindenki ismeri a Neptun rendszert. Évtizedek óta velünk van, manapság több százezer hallgató, több tízezer oktató és számtalan adminisztrátor használja rendszeresen. Lehet a hibáit és hiányosságait keresni, megkerülhetetlen rendszerként azonban érdemesebb a fejlesztési lehetőségeinek feltárására koncentrálni. Az egyéni vélemények változatosak a témában, így szisztematikus és tudományos módszerekre van szükség a hatékony javítások és fejlesztések megalapozásához és megvalósításához.

Kutatásom a Neptun rendszerrel kapcsolatos hallgatói felhasználói élmények megismerésére, valamint elemzésére irányult, amelyet egy online kérdőív segítségével mértem fel. Az elemzéshez 11 felsőoktatási intézmény 212 hallgatójának válaszait tudtam felhasználni. Az egyéni vélemények vizsgálatára a System Usability Scale (SUS) eszközt alkalmaztam, amely – többek között – a tanulásmenedzsment rendszerek empirikus értékelésére nemzetközi viszonylatban is széles körben használt eszköz. Céлом annak feltárása volt, hogy a hallgatók mely funkciókkal elégedettek és melyek azok, amelyeket fejlesztésre indokoltnak tartanak.

Az eredmények alapján megállapítható, hogy a Neptunnal kapcsolatos elégedettség nemtől, oktatási intézménytől, képzési szinttől és a hallgató által teljesített félévek számától független, országosan egységes rendszerről beszélhetünk. A hallgatók elégedettsége a Neptunnal vegyes képet mutat. A rendszer jó használhatósága összhangban van a válaszadók digitális írástudásával. Megítélését a feleslegesnek érzett összetettsége és a benne lévő következetlenségek rontják.

A hallgatók által fejlesztésre javasolt funkciók általában a rendszer leterhelt kapacitásának időpontjaihoz köthetők (pl. órarendtervezés, tárgyfelvétel, vizsgajelentkezés). Ez azonban nem a Neptun funkcionális működéséből származik, sokkal inkább annak függvénye, hogy az adott felsőoktatási intézmény Neptun felülete milyen kapacitással, infrastrukturális háttérrel működik és mennyi felhasználót tud egy időpontban kezelni.

Kutatói eredményeim alapján három területen látom kritikusnak a fejlesztéseket. A rendszer vizuális megjelenésének modernizálása, illetve a funkcionalitás korszerűsítésére vonatkozó javaslataim hozzájárulnak ahhoz, hogy a rendszer hozzáférhetőbbé és barátságosabbá váljon a felhasználó számára. A biztonságtechnikai kihívások folyamatos kezelése és a kiberbiztonsági szttenderdeknek való megfelelés fontos, ha a Neptunt több platformra is optimalizálni szeretnénk.

MACZÉK RÉKA

maczek.reka@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Témavezető:

Dr. Walter Virág

egyetemi docens, MATE AGI

NŐI VEZETŐK A MEZŐGAZDASÁGBAN - LEHETŐSÉG VAGY KÉNYSZER?

Kulcsszavak: nők; mezőgazdaság; megítélés

Témám a nők, női vezetők megítéléséről szól a mezőgazdasági szektoron belül.

A kutatás megkezdésekor azt feltételeztem, hogy: a mezőgazdaság egy „férfiak által uralt” ágazatnak számít, emiatt ebben a szektorban még inkább jelen van a megítélésbeli különbség. Továbbá, hogy a férfiak úgy gondolják, hogy a nőkkel egyenlően bánnak, illetve, hogy a nők nem nyomás hatására, hanem saját akaratukból választják az agráriumot munkavégzésük helyéül. Kutatásom elvégzése során elsődlegesen arra kerestem a választ, hogy milyen mértékben van jelen e szektorban a nők és a férfiak közötti eltérő bánásmód és érvényesülési lehetőség. Célom az adatgyűjtés során megtalálni ennek az eltérő bánásmódnak az okait, magyarázatait.

A kutatás elkészítése egyrészt a szakirodalom vizsgálatával kezdődött, majd ezt követte egy kérdőíves felmérés és két mélyinterjú készítése is. A kérdőívre 253 értékelhető válasz érkezett. A két mélyinterjú alanya, egy-egy saját gazdaságot vezető nő és férfi, Dani Mária és Maczék Tibor volt. Mivel azt feltételeztem, hogy máshogy ítéli meg egy nő is és egy férfi is a saját boldogulását, érvényesülési lehetőségeit és nehézségeit ebben az agrárszektorban, így véleményeiket egymással szembe tudtam állítani.

Mind a szakirodalom, mind pedig a kérdőív kitöltői és a mélyinterjú alanyok válaszai alapján elmondható, hogy jelen van a mezőgazdaságban a nemek közötti eltérő bánásmód. Annak okaként, hogy miért alakult ki ez a nőket érintő negatív megkülönböztetés az agráriumban, a kitöltők és az interjúalanyok is azt jelölték meg, hogy a mezőgazdaságot még mindig „férfias” szektornak tartják és fizikailag sem tartják alkalmasnak a nőket az e szektorban történő munkák elvégzésére. Úgy határozzák meg továbbá, hogy egyenlő feltételeket és érvényesülési lehetőségeket kellene biztosítani a nőknek a munkaerő-piacon, ezzel javítani lehetne ezt a kialakult helyzetet. Emellett pedig több lehetőséget kellene biztosítani a nőknek, hogy megmutathassák, alkalmasak a mezőgazdálkodásra, megfelelő szaktudással, motiváltsággal és kitartással rendelkeznek. Abban a témakörben viszont, hogy a nők kényszerből vagy szabad akaratból választják-e a mezőgazdasági szektort, interjúm alanyainak válasza nem egyezett meg. Dani Mária - saját tapasztalatából kiindulva - úgy gondolja, hogy inkább lehetőség a mezőgazdaságban való elhelyezkedés. Maczék Tibor viszont - saját munkavállalóiból kiindulva - úgy tapasztalja, hogy kényszer hatására vállalnak mezőgazdasági fizikai munkát a nők.

RAPPAY BENCE ZSOLT

rbzs@outlook.com

marketing MSc

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:

Dr. Hubert József

egyetemi adjunktus, BCE MI

Mezőné Dr. Oravecz Titanilla Éva

egyetemi adjunktus, BGE KKK

AGILIS MARKETING MAGYARORSZÁGON

Kulcsszavak: agilis marketing; agilitás; ügynökségek; digitális transzformáció

Napjainkban egyre több hazai vállalat mindennapi működése alapul a lean, a scrum vagy agilis vállalat-szervezési gondolatokon. Nem csak szoftverfejlesztés hanem az üzleti területeken is teret nyernek ezek a szemléletmódok. Az agilis marketing fogalma még nem igazán elterjedt, fiatal definíció. A legtöbb forrás és kutatás az elmúlt pár évben foglalkozott ennek témakörével.

A digitalizáció és az információs társadalmi viszonyok jelentős változásokat idéznek elő. Van biztos megoldás vagy módszer bizonytalan környezetben is hatékonyan működni? Dolgozatom elkészítésének alapgondolata nem áll távol a valóban vizsgált diszciplínától, amely egy speciális területet igyekszik felfedezni: az agilis marketing és annak magyarországi viszonylatát. Két kutatási kérdés mentén építettem fel tudományos munkámat: Milyen szervezeti felépítés és munkafolyamatok jellemzik általánosan a magyarországi kreatív és digitális ügynökségeket? és Észlelhetők-e az agilis vagy lean módszertan eszközök a magyar ügynökségek munkafolyamataiban?

Kutatásom témája az agilis módszertan vizsgálata a marketing szakterületén, azaz az agilis marketing és tartalomgyártás hazai viszonylatban történő átfogó feltárása. A téma elsődleges megértéséhez részletes szakirodalmi áttekintést végeztem, amely alapján meghatároztam primer kutatásomat irányát. A magyar reklámszakma kijelölt képviselőivel készült mélyinterjúkat leírva, a Magyarországon releváns agilis marketing dimenziók mentén teszek általános betekintést a hazai agilis marketing lehetséges helyzetébe.

Eredményeimben legfőbb megállapítás, hogy a hazai ügynökségek szemléletmódjában érezhető erősebben az agilis marketing jelenléte, de alkalmaznak agilis eszközöket is. Az ügynökségek az ügyféligényekhez igazodva alakítják munkafolyamataikat. Általános működési rendjükben a csapatoknak van nagy szerepe, a közös munkán keresztül teremtenek értéket.

Tudományos munkám a szervezeti kultúrák területén értelmezhető, de kiemelt figyelmet fordít a marketing tárgykörének sajátosságaira. Nagyobb hangsúlyt fektet az ügynökségek helyzetére, nem vizsgálja, csak elméleti szinten említi az ügyfél oldal, azaz az ügynökségek megrendelőinek és egyéb marketingosztályok szerkezetét. Jövőbeni kutatási irányként érdemes az ügynökségi munkavállalói és teljes ügyféloldal véleményének kvalitatív vizsgálata, mellyel teljes képet kaphatunk az agilis marketing alkalmazhatóságáról.

SZABÓ VIVIEN

szabovivien59@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

*Dr. Szászvári Karina Ágnes
egyetemi docens, BGE PSZK*

ÚT AZ ELKÖTELEZETT MUNKAERŐ-ÁLLOMÁNYHOZ, AVAGY A MUNKAVÁLLALÓI ÉLMÉNY JELENTŐSÉGE

Kulcsszavak: szervezeti elkötelezettség; alkalmazotti elkötelezettség; munkavállalói élmény

Napjainkban egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a szervezetek olyan munkakörülmények biztosítására, ami elősegíti dolgozóik elköteleződését. Jelenleg én is dolgozom, így saját tapasztalatokból adódóan merült fel bennem a kutatási témám relevanciája. Jelenleg több generáció dolgozik és van jelen együtt a munkaerőpiacon, ezért fontosnak éreztem, hogy olyan kutatást végezzek, ami kiemeli az egyének munkahelyükön szerzett tapasztalatainak jelentőségét és azt, hogy ez nagyban befolyásolja a munkáltatójukhoz és szakmájukhoz való hozzáállásukat is. Több kutatás készült már a szervezeti elkötelezettség kialakulását támogató tényezőket érintve, ilyen a munkavállalói élmény koncepciója is. Kutatásom központi kérdése, hogy a munkavállalói élmény ok-okozati kapcsolatban áll-e az alkalmazotti elkötelezettséggel. Ezáltal bizonyítani szeretném, hogy a pozitív munkavállalói észlelés nem csak a szervezet felé képes kiváltani az elköteleződés érzését, hanem a szakma iránt is, valamint a tudatos elkötelezettség alakulását is befolyásolhatja.

Szekunder kutatásomban szakirodalomfeldolgozás alapján definiáltam az elkötelezettség fogalmát és elméleti modelljeit. Összefoglaltam a kialakulását elősegítő tényezőket, illetve az elkötelezettség következményeit. Ezt követően a munkavállalói élmény fogalmát és a motivációelméleteket ismerttettem. Írtam a munkavállalói élményre hatást gyakorló dimenziókról, majd összegeztem a pozitív és negatív tapasztalás által kiváltott hatásokat is, de a munkavállalói életutat végig kísérve bemutattam az élmény elérése érdekében használható vállalati módszereket.

Primer kutatásom kvantitatív jellegű volt, amihez kérdőívet készítettem, amelyben már validált kérdőíveket használtam az elkötelezettség különböző formáinak feltárására, emellett egy általam készített kérdéssort is kidolgoztam a munkavállalói élményre vonatkozóan. Az elemzés során korrelációvizsgálatot, lineáris regressziószámítást és a Kruskal-Wallis tesztet is elvégeztem, majd munkavállalói élmény faktorjaival klaszterelemzést is készítettem.

Eredményeim azt valószínűsítik, hogy a munkavállalói élmény képes befolyásolni az alkalmazotti elkötelezettséget. Annál a munkavállalónál, aki pozitív tapasztalatokat szerez munkahelyén erősebb lesz az alkalmazotti elkötelezettség. A fejlődési lehetőségek biztosítása hat a legnagyobb mértékben a dolgozókra a munkavállalói élmény alakító faktorok közül.

VARGA MÁTYÁS SZILVESZTER

vamatty@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 3. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Darida Zsuzsa

adjunktus, PE GTK

**MENTORI RENDSZER VIZSGÁLATA A PANNON EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KARÁN**

Kulcsszavak: mentor; felsőoktatás; lemorzsolódás; mentor rendszer; hallgató

A felsőoktatásban tanuló hallgatók körében is megfigyelhető tendencia, hogy a hallgatók a megkezdett tanulmányikat idő előtt megszakítják, adott esetben szakot vagy akár egyetemet is váltanak. A hallgatóknak ezen típusú elvándorlása komoly kihívás elé állítja a felsőoktatási intézményeket. Számos megoldás született már, ami hozzájárul a hallgatók megtartásához. Ezek közül az egyik eszköz - a munka világában is alkalmazott - mentori rendszer bevezetése. Jelen tanulmány a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karán működő mentor programot vizsgálja. A gyakorlati tapasztalatok azt mutatják, hogy nem könnyű egy jól működő mentori rendszert felépíteni, mert a nem megfelelően működő mentori rendszer akár a helyzet romlásához is vezethet. Jelen dolgozatom célja, hogy szakirodalmi kutatásommal, és empirikus vizsgálatom eredményeivel, hozzájárulhassak ahhoz, hogy a Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karán hatékonyan, és jól működő mentori rendszer működhessen. Tanulmányomban bemutatom a hallgatók körében 2022 őszén végzett kérdőíves vizsgálat legfőbb eredményeit, és megoldási javaslatot teszek a jelenleg működő rendszer fejlesztésére.

WALTER VIKTÓRIA RITA

walter.viki99@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 5. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Kuráth Gabriella

egyetemi docens, PTE KTK

HOGYAN HAT A BIZALMI TŐKE NAPJAINK VEZETÉSI FOLYAMATAIRA?

Kulcsszavak: kölcsönösség; vezetőfejlesztés; bizalomtudatosság; információcsere; eredményesség

Dolgozatomban a bizalmi tőke hatásait vizsgálom napjaink vezetési folyamataiban. A választott téma érzékeny, aktuális és népszerű. Az egyre bővülő kutatások, könyvek, cikkek és előadások is bizonyítják, hogy a vezetői bizalom kulcsfontosságú a szervezetek hatékony működésében. A kutatás célja meghatározni milyen tényezők szükségesek a vezetői bizalom kialakulásához, hosszú távú fenntartásához és milyen eredményei lehetnek.

A tanulmány első nagy egysége a szakirodalmi áttekintés, amely során először a bizalom kerül meghatározásra és jellemzésre különböző aspektusok szerint. Továbbá tárgyalom a vezetés és bizalmat, kitérve a vezetői EQ és kommunikációra és bemutatom, hogyan tekinthetünk a vezetői bizalomra.

A dolgozat másik fő része a primer kutatás, amely során az egyéni mélyinterjú módszerét alkalmaztam. Tíz cég különböző szintű vezetőjét kérdeztem meg.

A primer kutatás kérdései a következők:

- Miért fontos a bizalom kérdése a vezetőknek és a dolgozóknak?
- Mennyire nyitottak a vezetők?
- Mire vezethető vissza a kialakított bizalom?
- Mik határozzák meg leginkább a vezetői bizalmat?
- Milyen jelei lehetnek a vezetői bizalomnak?
- Mely vezetői tulajdonságok és kompetenciák segítik elő a bizalom kialakulását?
- Hogyan tudja a vezető megőrizni a kialakított bizalmat?
- Hogyan fejleszthető a vezetői bizalom?
- Mit tehetnek a vezetők saját bizalmuk növelése érdekében?
- Milyen eredményei lehetnek a bizalmi légkörnek?
- Miben járul hozzá a vezetői bizalom a vállalatok sikerességéhez?

Eredményeim szerint fontos, hogy a beosztottak azonosulni tudjanak a vezető értékrendjével és döntéseivel. A bizalmatlanságból származó többletidő redukálódása gyorsabb reagálást eredményez, amely növeli a versenyképességet és a hatékonyságot, amelyek támogatják a hosszú távú szervezeti célok elérését. Konklúzióm alapján a vezetői bizalmat leginkább a vezető kommunikációja határozza meg, javasolt, hogy nyílt, őszinte, időszerű, pontos és teljes legyen, törekedve annak asszertivitására és hatékonyságára. Esszenciális a vezető hitelessége és a beosztottakkal szembeni bánásmódja. A vezetői bizalom olyan kapcsolati tőke, amely a fenntartható versenyelőny és a munkavállalói megtartó erő potenciális forrása. További elemzési irányként javaslom a vezetői időmenedzsmentet és a generációs különbségek vizsgálatát.

Világgazdaság, globalizáció – Globális gazdasági és pénzügyi folyamatok

Elnök:	Prof. Dr. Neszmélyi György Iván	MILTON
Társelnök:	Dr. Kerényi Ádám	SZTE
Tag:	Dr. Gyarmati Gábor Géza	OE
Tag:	Dr. Marton Ádám	NKE
Titkár:	Sáfrányné Dr. Gubik Andrea	ME

BANZSAL ALEXANDRA

banzsal.alexandra2002@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kasznár Attila

tanszékvezető, egyetemi docens, NJE GTK

**A COVID-19 GAZDASÁGI HATÁSA A MAGYAR-KÍNAI GAZDASÁGI
KAPCSOLATOKRA, ELSŐSORBAN AZ ÚJ DIMENZIÓT JELENTŐ ELEKTROMOS-
AUTÓ GYÁRTÁSRA**

Kulcsszavak: COVID-19; magyar-kínai gazdasági kapcsolatok; karbonsemlegesség; elektromos autó; akkumulátorgyártás

Dolgozatomban a COVID-19 gazdasági hatásait vizsgáltam meg a magyar-kínai gazdasági kapcsolatok tekintetében, továbbá az ennek okán is különös aktualitást kapott, új dimenziót jelentő elektromos-autó gyártás jövőbeli magyarországi lehetőségeit is felmértem. A megfelelő következtetések levonása érdekében hat év főbb import-export gazdasági adatait elemeztem, melyek alapján cáfolhatóvá vált, hogy a COVID-19 válság minden szegmensben rombolta a gazdasági kapcsolatokat. További elemzéseimben bizonyítani kívántam, hogy az Európai Unió karbonsemlegesség elérése érdekében kidolgozott stratégiai terve a jelenlegi gazdasági környezetben alapjaiban hibás, és arra is rámutattam, hogy milyen út vezethetne sikerre. Ezen a ponton kérdésként merült fel, hogy reálisan szemlélve Magyarország elektromobilitásra történő átállását, milyen környezeti elemekkel kell számolni. A Nemzeti Adó- és Vámhivataltól megkért adatok erre is választ adtak. Magyarországi relációt tovább vizsgálva, interjú keretében szereztem be hiteles információkat a kínai NIO gyártól, illetve kutató-elemző munkámat segítette a Pekingben dolgozó tudományos és technológiai szakdiplomata, Balogh András Zoltán úr. Ezek a riportok nagyon sok érdekes kérdésre adtak választ, melyek közül kiemelkedik, a NIO magyar bürokráciát érintő véleménye, illetve az is, hogy a kínaiak általában hogyan viszonyulnak Magyarországhoz, továbbá a tudományos és technológiai szinten milyen együttműködés van a két ország között.

KELEMEN HUNOR

hunor.kelemen98@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi TDK

Témavezetők:

Dr. Kökény László

egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem. Fenntartható Fejlődés Intézet, Turizmus

Tanszék

Dr. Hortay Olivér

egyetemi adjunktus, BME GTK

AZ ÁRFOLYAMOK KARMESTEREI – POLITIKAI ÉS IPARI BEJELENTÉSEK HATÁSAI KÜLÖNBÖZŐ NYERSOLAJOK ÁRFOLYAMÁRA A HÁBORÚ ÁRNYÉKÁBAN

Kulcsszavak: eseményelemzés; szankciók; háború; olaj

A dolgozat a különböző olajipart érintő bejelentések hatását vizsgálja három különböző nyersolaj, a Brent, a WTI és az Ural típusú olaj árfolyamára fókuszálva. Részletesen bemutatásra kerül az eseményelemzés módszertana, története, valamint a kiválasztásának okai. Mindemellett az olajpiac történelmi vonatkozásai is ismertetésre kerülnek a vizsgált piaci szereplőkön, a kutatás tárgyát képező bejelentéseken, valamint a piachoz való kapcsolódási pontok azonosításán keresztül. A dolgozat célja több téren is tetten érhető: az orosz-ukrán konfliktus kezdetét követő időszakra fókuszálva korrelációt találni a bejelentések és a piac mozgása között, továbbá a piac mozgásának irányát párhuzamba állítani a bejelentés mögötti kívánt politikai, illetve gazdasági célokkal. Az eredmények láttán kijelenthető, hogy a különböző bejelentések mind fogyasztói, mind termelői oldalról kettős eredménnyel bírnak: egyes bejelentések szignifikáns hatást eredményeztek, és a feltételezett, kívánt irányba terelték a nyersanyagok árát, míg másoknál kisebb korrelációt, illetve a valószínűsíthető céllal szembeni eredményt értek el.

KIRÁLY TÜNDE

kiraly.tunde99@gmail.com

Műszaki Menedzser

MSc, 3. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Kosztyán Zsolt Tibor

egyetemi tanár, PE GTK

SOKKOK, VÁLSÁGOK AZONOSÍTÁSA, ELŐREJELZÉSE KERESKEDELMI HÁLÓZATOK IDŐSOROS HÁLÓZATI ELEMZÉSÉVEL

Kulcsszavak: Nemzetközi Kereskedelmi Hálózat (ITN); válság előrejelzés; NDA módszer

Napjaink egyre inkább összekapcsolt világában a legnagyobb problémák közé a különböző gazdasági sokkok, válságok tartoznak, amelyek egy olyan erősen strukturált rendszerben is, mint a Nemzetközi Kereskedelmi Hálózat (ITN) képes zavart kelteni és tovább terjedni a hálózat szereplői között, ezáltal jelentős hatást gyakorolva az életünkre.

Bár számos tanulmány foglalkozott a válságok kialakulásával és elemzésével, azonban kevesen annak előrejelzésével. Ezért egy olyan komplex hálózatelemzési módszert javasunk, amely egy könnyen hozzáférhető, ingyenesen elérhető adatbázis export-import adatával dolgozik és képes évenként, termék és termékcsoport szinten vizsgálni az országok közti kereskedelmet. Így az alkalmazott módszerben az országok a csúcspontokat, a köztük lévő kapcsolatok az éleket és az élek súlyát pedig az áruforgalom mértéke határozza meg.

Az általunk használt hálózat alapú (nem paraméteres) dimenzió csökkentési módszer képes az idősorok klaszterezésére nagy dimenziójú és alacsony mintanagyságú adatok esetén. Így a CEPPII/BACI adatbázis adataival dolgoztunk, amely 200 ország kétoldalú kereskedelmi forgalmáról ad adatokat 1995-2020 közötti időszakra vonatkozóan.

A módszer és az adatok felhasználásával sikerült a legfontosabb iparágak termékféleségeinek és azok exportáló/importáló országainak kimutatása, illetve a komplex hálózatok módszerből ismert hálózati mutatók segítségével különböző mintákat és klasztereket feltárni. Ezáltal a 2001-es, 2008-as és 2020-as válságok és azok figyelmeztető előjeleit azonosítottuk.

BIBORKA KISS

kiss.biborka@gmail.com

International Business Economics

BA, 3. semester

Budapest Business University

College of International Management and

Business

Supervisor:

Dr. Pál István Gyene

associate professor, BGE KKK

EFFECTS OF THE RUSSIA-UKRAINE WAR ON THE EURASIAN ECONOMIC UNION

Keywords: EAEU; regional integration; economic integration; post-Soviet region; Russia-Ukraine War

After the dissolution of the Soviet Union, the successor Russian Federation has lost its standing as a global superpower, beginning the global power inequality that led to our current multipolar world order. The other, newly sovereign fourteen states (i.e. post-Soviet states) remained tied to Russia in one way or another. These states can be grouped into four categories: three Baltic states (Latvia, Lithuania, Estonia), three states bordering Europe (Ukraine, Moldova, Belarus), three in the Caucasus region (Armenia, Azerbaijan, Georgia) and five in Central Asia (Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan, Tajikistan, Turkmenistan). The heterogeneity of the successor states paved the way to radically different prospects of development. Some, such as the Baltic states minimized the Russian influence over their countries and joined the European Union (EU), whilst others, such as certain Central Asian nations remained economically and socially dependent on the Russian Federation. During the past thirty years, Russia aimed to exercise its trans-border regional influence on what we consider its traditional zone of interest increasingly through integrations. One such integration is the Eurasian Economic Union (EAEU).

In 2022, the attack of Russia on Ukraine and the proceeding war reshuffled the cards of Russia's global influence zones. This paper is aimed at showcasing how the Russia-Ukraine war has affected the EAEU, its prospects as a regional economic international organization and the global power dynamics influencing the region. It aims to answer whether or not the Russian Federation is losing ground to other global powers such as China or the European Union. The analysis is conducted based on case studies of the EAEU member states, their political and economic affiliations, as well as considering the macroeconomic and foreign policy directions of the EAEU as a whole.

The study concludes that even though the Russian influence on the region remains strong, the wartime economy and western economic sanctions had a severe impact on Russia's capacity to exercise its power over the region. Due to limited resources, it is losing the support of traditional allies, whilst previously dependent nations are opening their markets to third-country investors. The EAEU, being the first functional attempt of a Russia-centered economic integration, is severely affected by this phenomenon and sees its development halted as the Russia-Ukraine war rounds on its third year.

LEVENTE MIKLAN

levente.miklan@evk.hu

International Business Management

BSc, 6. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Dr. Magdolna Judit Hadházyné Burucs

master lecturer, BCE GT

BRETTON WOODS 3.0 – THE DETHRONEMENT OF THE DOLLAR

Keywords: dollar dominance; global monetary system; Bretton Woods III; alternative currency standards

This research examines the potential shifts in the global monetary order, particularly the feasibility of moving beyond the current dominance of the U.S. dollar toward alternative currency standards. The study analyzes theoretical frameworks and practical implications of adopting new monetary systems, focusing on the roles of established currencies such as the Euro and the Chinese Renminbi, Central Bank Digital Currencies (CBDCs), and cryptocurrencies. Employing qualitative methods and interviews with monetary experts and scholars, the research assesses the durability of the Bretton Woods II system and explores the conceptualization of a Bretton Woods III scenario, where a diversification of global monetary leadership could occur. The analysis critiques the ongoing supremacy of the dollar among shifts in geopolitical power and advances in technology, evaluating the capacity of the euro and renminbi to challenge this dominance alongside emerging digital currencies. Based on the findings, there are clear signs of the dollar's diminishing dominance, and while this may not materialize in the near future, the world is heading toward a polycentric monetary order.

UNGAI SZEBASZTIÁN

szeba0410@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Trón Zsuzsanna
adjunktus, DE GTK*

FDI A FELTÖREKVŐ PIACOKON

Kulcsszavak: közvetlen külföldi tőkebefektetés; feltörekvő országok; FDI-motivációk; meghatározó tényezők

Tekintve a közvetlen külföldi tőkebefektetés (FDI) globális trendjeit, megfigyelhető a feltörekvő országok egyre erősödő világgazdasági szerepe. Ezekbe az országokba egyre több FDI áramlik, amely dinamikusabb és kiegyensúlyozottabb, mint a fejlett országok FDI-beáramlása. Köszönhetően az utóbbi években bekövetkezett fordulópontnak, a feltörekvő piacokra érkező külföldi működőtőke összértéke meghaladta a fejlettekét. A világ legnagyobb külföldi működőtőke-befektetést fogadó országai között a fejlett gazdaságok mellett számos feltörekvő országot látunk.

Látva azt, hogy ezek az országok egyre vonzóbb célpontok az FDI számára, a kutatásom középpontjában a feltörekvő országok irányába történő közvetlen külföldi tőkebefektetések áramlásának megértése állt.

Ez alapján a dolgozat célkitűzése szakirodalmak áttekintésével általánosan az FDI típusainak, motivációinak és meghatározó tényezőinek levezetése volt, melyek segítségével a hipotézis megfogalmazhatóvá vált a feltörekvő országokba áramló FDI-ra vonatkoztatva, mely szerint ezekre a piacokra a külföldi működőtőke-befektetés jellemzően erőforrás-, és hatékonyság-kereső indítékkal érkezik, és ezért vertikális típusú. A hipotézist a feltörekvő piaci FDI meghatározó tényezőit kutató szakirodalmak empirikus eredményeivel értékeltem.

Az áttekintett irodalmak empirikus eredményei az FDI-motivációk szerinti azonosításuk után azonban azt mutatták, hogy a feltörekvő országokba érkező közvetlen külföldi tőkebefektetés döntően piackereső motivációval rendelkezik, és emiatt inkább horizontális típusú. Bár az erőforrás-, és hatékonyság-kereső, illetve az eszközkereső FDI számára is lettek azonosítva vonzó tényezők ezeken a piacokon, de a piackereső céllal rendelkező külföldi működőtőke-befektetést meghatározó tényezőkhez képest a szerepük kisebb. A dolgozat eredményei alapján a hipotézist elutasítottam.

Világgazdaság, globalizáció – Világgazdaságtan

Elnök:	Dr. habil.Tóth Balázs István	SOE
Társelnök:	Dr. Szilágyi Ferenc	RO PKE
Tag:	Dr. habil. Szemlér Tamás	BGE
Tag:	Dr. Tölgyessy Péterné Dr. Sass Magdolna	BGE
Tag:	Dr. habil. Vásáry Miklós	METU
Titkár:	Dr. Kuttor Dániel	ME

BALÁZS FRIGYES PÉTER*frigyes.balazs@stud.uni-corvinus.hu*

alkalmazott közgazdaságtan

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi TDK

*Témavezető:**Dr. Mágó Mánuel László*
egyetemi adjunktus, BCE KTI

EURÓPAI ORSZÁGOK RANGSOROLÁSA BEVÁNDORLÁS ÉS MŰKÖDŐTŐKE BEFEKTETÉS ALAPJÁN

Kulcsszavak: jólét mérése; HDI; bevándorlás; FDI

Jelen kutatás célja európai országokra két jólétet mérő mutató kidolgozása, és HDI-vel való összehasonlítása. A dolgozatban előállított mutatók az emberek döntéseit használva, kinyilvánított preferenciák alapján mérik a jólétet, amivel kiküszöbölik a jólét tényezőinek meghatározásából és súlyozásából adódó szubjektivitást. A mutatók elkészítéséhez páros összehasonlítás mátrixokon alapuló módszertant használok (Petróczy, 2021 alapján). Kétféle mutatót készítettem a dolgozatban, az egyik a bilaterális külföldi közvetlentőke-befektetéseken, míg a másik bilaterális bevándorló állományon alapul. Az a mutatók mögötti feltételezés, hogy a kevésbé fejlett országokból nagyobb számban vándorolnak el a fejlettebb országokba, valamint a fejlettebb országokból nagyobb mennyiségű tőke áramlik a kevésbé fejlettebbekbe. A mutatók az emberek kinyilvánított preferenciáit felhasználva rendelnek az országokhoz értékeket, ami a közvetlentőke-befektetést alkalmazó mutató esetén 0,71, a bevándorlási adatokon alapuló mutató esetén pedig -0,8-as erősségű korrelációt mutat a HDI-vel, ami a módszertan miatt negatív, meglete alátámasztja a dolgozat feltételezését. A dolgozat továbbá elemzi, hogy melyik mutató a HDI melyik pillérével mutat erősebb kapcsolatot, és melyik országok esetén mutatják a dolgozatban készített mutatók a legnagyobb eltérést a HDI-től. A közvetlentőke-befektetést használó mutató az egy főre jutó GNI-al korrelál a legjobban, míg a bevándorlást felhasználó mutató az egy főre jutó GNI mellett a várható élettartammal is rendkívül erős korrelációt mutat. A közvetlentőke befektetésnél az adóparadicsomok vannak felülreprezentálva azok között az országok között, amire a jelen dolgozatban készített mutató nagyban eltér a HDI-től, míg a bevándorlást használó mutatónál a kiugróan magas vagy alacsony átlaghőmérsékletű országok. Ezek az eredmények alátámasztják a dolgozat feltételezéseit, az általam készített mutató HDI-vel vett erős korrelációja alátámasztja az általam készített mutatók alkalmasságát az általános jólét mérésére, és található racionális magyarázat a mutatók HDI-től való eltérésére azon országoknál, ahol kiugróan más eredmény jött ki az általam készített mutatókra, mint a HDI-re.

CSIRMAZ ANDREA

csirmaz.andrea@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Sigér Fruzsina
adjunktus, DE GTK*

AZ EURÓPAI UNIÓS TAGSÁG ÉS AZ EURÓZÓNA BŐVÍTÉSE HORVÁTORSZÁG ÉS MAGYARORSZÁG ESETÉBEN- VALÓJÁBAN KI KÖVET KIT A CSATLAKOZÁSI FOLYAMATOKBAN?

Kulcsszavak: euró; euróövezet; konvergenciajelentés; Maastrichti szerződés; Monetáris Unió

Egyetemi tanulmányaim során elmélyült az érdeklődésem az Európai Unió irányába, fontosnak tartom megismerni a működését és a felépítését, ezenkívül magyar állampolgárként számos gazdasági, pénzügyi és politikai kérdést vet fel a tagság, amelyek megválaszolása és megértése kiemelt jelentőségű. Az utóbbi években több gazdasági esemény alakította a mindennapjainkat, amelyek befolyással voltak a döntésekre az életünk legtöbb területén. Dolgozatom fő témakörének Horvátország 2023-ban bekövetkezett eurózónához való csatlakozását választottam, illetve azt, hogy hazánk tekintetében hogyan alakul ez a folyamat. A kutatásom általános célkitűzése megérteni ennek a folyamatnak az előzményeit, a csatlakozáshoz szükséges lépéseket feltárni, továbbá részletesen bemutatni az euró bevezetésének rögzített útját Horvátország viszonyában. A kutatásom második felében magyar oldalról vizsgáltam és mértem fel a körülményeket és ezzel párhuzamba állítottam a két országot. Jugoszlávia felbomlásától indulva jutok el a jelenlegi állapotig, míg hazánk tekintetében a kutatásom korábbra, a rendszerváltást megelőző időszakra nyúlik vissza. Habár az európai uniós tagság és az eurozóna kérdése Horvátország és Magyarország esetében eltérő módon valósul meg, mégis összehasonlíthatóak és egymással párhuzamba állíthatóak ezek a folyamatok, s az országtanulmányok segítségével. Mindkét ország évek hosszú munkájának köszönhetően vált az Európai Unió részévé, amely tagság a magyar állampolgárok életét közel húsz éve, míg a horvát lakosok mindennapjait tíz éve határozza meg. Általános célkitűzésem volt megvizsgálni, hogy Horvátországnak miért sikerült hamarabb bevezetnie az eurót, annak ellenére, hogy később csatlakozott az EU-hoz. Szerettem volna a két ország gazdasági helyzetét, fejlődési irányait és kihívásait is megjeleníteni, illetve érdemesnek tartottam az eurozónához való csatlakozás potenciális gazdasági előnyeit is összehasonlítani, továbbá elemeztem az eurozóna mellett, illetve ellen szóló érveket. Munkám során igyekeztem a különbségek és hasonlóságok elemzésével jobban megérteni mindkét ország helyzetét, és az eurozóna bővítési folyamatát, amelyen az egyik ország épp, hogy túl van, a másik pedig hezitál, hogy rálépjen-e egyáltalán a rajtmezőre.

HORVÁT LILLA

lilla.horvat.42@unibge.hu

nemzetközi gazdálkodás

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Nyusztay László

professzor emeritus, óraadó, BGE KKK

KÜL- ÉS BIZTONSÁGPOLITIKAI AGENDA AZ EURÓPAI UNIÓBAN: A GLOBÁLIS SZEREPVÁLLALÁS STRATÉGIAI DILEMMÁI ÉS LEHETŐSÉGEI

Kulcsszavak: Európai Unió; külpolitika; biztonságpolitika; világrend; nemzetközi kapcsolatok

Dolgozatomban az Európai Unió globális szerepvállalásának stratégiai dilemmáit és lehetőségeit vizsgálom, amelyek szorosan összefonódnak az EU kül- és biztonságpolitikájának általános kereteivel és prioritásaival. Az EU-nak egy egységes és koherens diplomáciai stratégiát kell kidolgoznia, amely figyelembe veszi a belső divergenciákat és az EU külpolitikai prioritásait, miközben reagál a változásokra és kihívásokra. Ebben az összefüggésben az Uniónak számos kulcsfontosságú és aktuális kihívással kell szembenéznie, miközben igyekszik meghatározni és erősíteni globális pozícióját a folyamatosan formálódó és átrendeződő világrend erőterében. Kutatásomhoz három fő kutatási kérdést fogalmaztam meg, amelyek többféle megközelítést alkalmazva vizsgálják a kérdéskört:

- Milyen kihívásokkal szembesül az EU közös kül- és biztonságpolitikája a 21. században, a növekvő geopolitikai feszültségek közepette?
- Milyen hatással van az Európai Unió közös kül- és biztonságpolitikája a tagállamok nemzeti szuverenitására?
- Milyen szerepet játszik az Európai Unió közös kül- és biztonságpolitikája a globális konfliktusok kezelésében és a békefenntartásban?

A kutatás során primer és szekunder kutatási forrásokat, szakirodalmat használtam fel, különös tekintettel a hazai és külföldi EU-s források kritikai olvasatára. A kutatás során igyekeztem egyensúlyban tartani a primer és szekunder forrásokat, illetve a kvalitatív és kvantitatív kutatási módszereket, hogy a tanulmány végére minél pontosabb képet, illetve válaszokat kapjak a feltett kutatási kérdésekre, valamint a felállított hipotéziseimre.

A kihívás tehát adott: az Európai Unió diplomáciai agendájának alapos és átfogó elemzése elengedhetetlen annak érdekében, hogy megértsük, miként képes befolyással lenni a folyamatosan formálódó és átrendeződő világrend aktuális kihívásaira és főbb irányvonalaira. A téma aktualitását és relevanciáját igazolja, hogy az Európai Unió fennállásának több, mint 30 éve alatt jelentős fejlődést ért el, amely túlmutat a kezdeti gazdasági integráció céljain. Eredetileg egy szoros gazdasági együttműködésre épült, azonban az idők során sokkal komplexebb és átfogóbb gazdasági és monetáris unióvá fejlődött, éppen ezért meghatározó szereplője a nemzetközi kapcsolatoknak. Az Európai Parlament ifjúsági nagyköveteként pedig személyes célom és motivációm, hogy kutatásom eredményével minél átfogóbb képet kapjak az Európai Unió kül- és biztonságpolitikájának stratégiai dilemmáiról és lehetőségeiről.

PAWAN KUMAR

pawanprashar.iitk@gmail.com

Finance

MSc, 5. semester

Budapest University of Technology and

Economics

Faculty of Economic and Social Sciences

Supervisor:

Dr. Zsuzsanna Novák

associate professor, BME GTK Department of Finance, Budapest University of Technology and Economics

**INCLUSIVE GREEN FINANCE: A STUDY OF GREEN FINANCE AND FINANCIAL
INCLUSION ON THE EMERGING MARKETS OF INDIA AND OTHER BRICS
COUNTRIES**

Keywords: green finance; financial inclusion; emerging markets; BRICS; environment

Historically, green finance and financial inclusion were considered separate topics. However, this study reveals meaningful insights about them and their usefulness in emerging markets with the help of the Indian market and other BRICS nations. Vulnerable groups targeted for financial inclusion are disproportionately affected by environmental risks and contribute to mitigating environmental change. Thus, a holistic approach is needed, combining green finance and financial inclusion policies into an integrated inclusive green finance (IGF) approach. This recognizes the interdependence of environmental and social factors, empowering marginalized groups to participate in sustainable economic activities and enhancing their resilience. Bridging these concepts fosters a more inclusive and sustainable financial system. The study examines and compares the performance of BRICS countries in the field of financial inclusion and green finance using IMF, World Bank, and Climate Bonds Initiatives statistics between 2017 and 2021 with the help of principal component analysis. The aim of the comparative examination is to give recommendations to policy makers. As best practice a Case study of West Bengal is presented to support the importance of this approach, the combination of social and green perspectives.

LÁZÁR MARCELL PÉTER

lazarmarci009@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 5. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. habil. Lipták Katalin
egyetemi docens, ME GTK

MENEKÜLTÜGYI KÉRDÉSEK ÉS KIHÍVÁSOK KÉT EURÓPAI UNIÓS TAGÁLLAMBAN

Kulcsszavak: útvonalak; hatások; mélyinterjú; kérdőív

A világon rengeteg olyan folyamat játszódott le, melynek következtében emberek milliói kényszerültek elhagyni otthonukat. Számos háború, a globális felmelegedés, illetve a gazdasági egyenlőtlenség növekedése is szerepet játszott ebben a folyamatban. A menekültkérdés folyamatosan jelen van a nemzetközi politikai és társadalmi diskurzusban, de mennyire aktuális ez a téma 2024-ben? Valóban megéri az országoknak pénzt, időt, és energiát fordítani a menekültkérdésre? Értelemszerűen a menekültek a fogadó és a kibocsátó ország számára is következményekkel járnak, de melyek ezek, és mennyire egyenlítik ki egymást a negatív és pozitív hatások? Mi okozza azt, hogy az egyik országba több menekült érkezik, míg a szomszédai szinte alig érintettek?

2015-ben a második világháború óta tapasztalt legsúlyosabb menekültválság zajlott le, mely során 1,3 millió ember kért hivatalosan menedéket Európában. Kutatási kérdéseim egyike, hogy melyek lehetnek azok az útvonalak, amelyeken keresztül ez a hatalmas embertömeg Európába jut? Dolgozatom során megvizsgálom, hogy milyen intézkedések és szabályozások köthetők az Európai Unióhoz.

Külön figyelmet kap a dolgozatomban Németország, illetve Magyarország, összehasonlítást végzek a statisztikai adataik, illetve a menekültügyi politikájuk alapján. Csak gazdasági különbség van a két ország között, vagy a menekültügyben is jelentős eltérések figyelhetők meg?

Kutatásomhoz több módszertant is alkalmaztam: mélyinterjút készítettem a Készenléti Rendőrség egyik vezető beosztású tagjával, hogy betekintést nyerjek a gyakorlati tapasztalatokba, valamint egy kérdőíves felmérést végeztem Borsod-Abaúj-Zemplén vármegye lakossága körében. Célom az volt, hogy feltárjam a helyi lakosok menekültüggyel kapcsolatos véleményét, és az esetleges összefüggéseket.

Összességében tehát dolgozatom célja, hogy átfogó képet nyújtson a menekültkérdés aktuális kihívásairól, mellyel hozzájárulhatok a témával kapcsolatos diskurzus mélyítéséhez, valamint a megoldáskereséshez.

LEHNER KATA ÁGNES

kataagnes.lehner@gmail.com

Nemzetközi Gazdaság és Gazdálkodás

MSc, 2. félév

Neumann János Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Granát Marcell

egyetemi tanársegéd, NJE GTK

A HASHTAGEKTŐL A KONFLIKTUSIG: HOGYAN TÜKRÖZI A TWITTER AZ OROSZ-UKRÁN HÁBORÚ BIZONYTALANSÁGÁT?

Kulcsszavak: EPU; orosz-ukrán; Twitter; VAR; tovaggyűrűzés

A tanulmányban az orosz-ukrán konfliktusra vonatkozó gazdasági és politikai bizonytalanság napi gyakoriságú mérőszámát (Twitter Bizonytalansági Index, TEPUW) dolgoztam ki. Az elemzésem bázisadatait az a több mint 17 millió, az orosz-ukrán konfliktussal kapcsolatos angol nyelvű tweet bejegyzés adta, amely a háború kitörésének napjától, 2022. február 24-től 2023. április 24-ig tartalmaz bejegyzéseket. A TEPUW indexet szövegelemzési módszerrel ebből az adatbázisból állítottam elő. Ezt követően VAR modellt becsültem, és megvizsgáltam, hogy egy bizonytalansági sokk hatására hogyan reagál tizenöt gazdasági és pénzügyi mutató, valamint a köztük lévő jelentős tovaggyűrűzést részleteztem. Összességében elmondható, hogy a Twitteren mért bizonytalanság és a közvélemény fókusza változott az idő múlásával, a kezdeti intenzív figyelem fokozatosan csökkent, ahogy a konfliktus hosszabb ideig elhúzódott. Kimutatható, hogy míg a közösségi médiát meglepte a háború kirobbanása és az ezzel járó bizonytalanság, addig a pénzpiaci szereplők ezt már implementálták a várakozásaikba.

PORCSIN ZSOMBOR

zsomborporcsin@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BA, 9. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Tőkés Tibor

egyetemi docens, DE GTK

REPUBLIKANIZMUS-E A TRUMPIZMUS, AVAGY HOGYAN VÁLTOZTATTA MEG EGY TELEVÍZIÓS CELEB ÜZLETEMBER A VILÁG POLITIKAI JOBBOLDALÁNAK RETORIKÁJÁT

Kulcsszavak: Trump; Amerika; politika; republikanizmus; globalizmus

Donald Trump elnöknek választása az elmúlt évtized egyik legmegdöbbentőbb eseménye volt a világpolitika színterén. Elnöksége számos vitát és ellentmondást generált, amelyek jelentős hatással voltak az amerikai politika életre és társadalmi dinamikákra. A Trump-kormány számos gazdaságpolitikai döntést hozott, köztük adóreformokat, illetve kereskedelmi háborúkat olyan országokkal, amelyek nem voltak rokonszenvesek az elnök számára. Stílusa és kommunikációs módszerei szokatlanok voltak az átlagpolgár számára, amik erős reakciókat váltottak ki hazájában és világszerte. TDK dolgozatom célja, hogy mélyebb betekintést nyújtson az elnökség idején kialakult politikai paradigmaváltásba, valamint annak hatásaira az amerikai politikára.

A primer és szekunder adatgyűjtés elvégzését követően az alábbi megállapításokra jutottam: bár a volt republikánus elnök szeret dicsekedni azzal, hogy hány kulcsfontosságú döntést sikerült meghoznia elnöksége alatt, valójában markáns rendeletet nem tudott elfogadtatni, elsősorban azért, mert nem bízott meg párttársaiban. Ezeket az ellentéteket tovább erősítette az elnök alkalmatlansága, a politikai légkör pontos értelmezésének elutasítása, valamint Trump állandó hazugságai. Az üzletember elnöksége alapjaiban változtatta meg a Nyugat és Kelet egymáshoz való viszonyát, ma egy újabb hidegháborús légkör van kialakulóban, aminek következményei még nem láthatóak.

RÁCZ DÓRA LAURA

raczdori2000@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Czeglédi Pál
egyetemi tanár, DE GTK

A GAZDASÁGI SZABADSÁG HATÁSA A JÖVEDELMI EGYENLŐTLENSÉGRE: A POLITIKAI RENDSZER SZÁMÍT?

Kulcsszavak: gazdasági szabadság; politikai rendszer; jövedelmi egyenlőtlenség

A közgazdasági és politikai gazdaságtani szakirodalom vegyes képet mutat arról, hogy a gazdasági szabadság és a demokrácia milyen hatást gyakorol a jövedelemeloszlásra. Az empirikus szakirodalom egyik irányvonala szerint a gazdasági szabadság hatása a jövedelmi egyenlőtlenségre annak függvénye, hogy egy ország milyen politikai rendszerrel rendelkezik, pontosabban, hogy egy ország berendezkedése demokratikus vagy autokratikus. Elméleti érvek szerint azonban a demokráciák között is jelentős különbségek lehetnek az újraelosztás tekintetében, és empirikus bizonyítékok alátámasztják, hogy a parlamentáris demokráciákban szignifikánsan alacsonyabb a jövedelmi egyenlőtlenség, mint az elnöki demokráciákban.

Kutatásommal arra a kérdésre keresem a választ, hogy vajon a gazdasági szabadság jövedelmi egyenlőtlenségre gyakorolt hatása függ-e attól, hogy egy ország parlamentáris demokrácia vagy más típusú politikai rendszerrel rendelkezik, és ha igen, hogyan függ tőle. A kutatás hipotézisét két állításban fogalmazom meg: (1) A gazdasági szabadság hatása a jövedelmi egyenlőtlenségre függ attól, hogy egy ország parlamentáris demokrácia vagy sem. (2) A parlamentáris demokráciákban a gazdasági szabadság növekedése egyenlőbb jövedelemeloszlást eredményez más típusú politikai rendszerekhez képest.

A hipotézis teszteléséhez többszörös lineáris regressziókat futtatok le kontrollváltozók nélkül és kontrollváltozók bevonásával a gazdasági szabadság összetett indexére vonatkozóan, és emellett megvizsgálom, hogy a gazdasági szabadság egyes területeinek milyen hatása van a jövedelmi egyenlőtlenségre attól függően, hogy egy ország parlamentáris demokrácia vagy más típusú politikai rendszerrel rendelkezik.

Az eredmények bizonyítékot szolgáltatnak a hipotézis mindkét állítására vonatkozóan. A robusztussági vizsgálat eredményei megerősítik, hogy a parlamentáris demokráciákban jelentősen eltér a gazdasági szabadság jövedelmi egyenlőtlenségre gyakorolt hatása más politikai rendszerekhez képest.

KRISTÓF TAMÁS RIBAI

kristof.ribai@stud.uni-corvinus.hu

International Business

BSc, 8. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:

Dr. Sejla Almadi

senior lecturer, BCE GTK

DOES TOMORROW'S COMPETITIVENESS ROOTS IN THE EMERGING START-UP ERA? MIXED METHOD RESEARCH USING SECONDARY DATA AND INTERVIEWS

Keywords: competitiveness; startups; startup ecosystem

Competitiveness today is in the hands of – among others – the USA and Singapore, but competitiveness in the future can be much more divided, depending also on the ability of the countries to adapting the accelerating competition between nations, which also includes the wounded development of the Startup ecosystem. Globalization becomes faster and larger scale every day, and with its increasing importance on the national and corporate levels, competitiveness is more important than ever. Therefore, competitiveness plays a crucial role in the comparison of nations, sectors, or corporates.

Start-ups are rapidly emerging worldwide, and their presence significantly supports and promotes a nation's economy. The research objective was to reveal and introduce if startups and competitiveness impact each other, and if yes, then in what ways. The paper is mixed-method research by combining primary and secondary data. Several databases were processed, and more than 100 startups were directly connected, completed with the interviews.

Researching these two aspects served with a new perspective of analyzing the competitiveness of nations or regions and analyzing the start-up ecosystems delivered significant conclusions mainly in political, but partly also in a managerial context. Based on the literature review of competitiveness and startups, and the analysis of the competitiveness ranking and the startup ecosystem of the chosen countries, it was concluded that there is a connection between competitiveness and the startup ecosystem of a country. The analysis of certain countries showed that investing in the advancement of the startup ecosystem can significantly enhance the competitiveness of the country and that strong competitiveness attracts startups, reviving the startup ecosystem.

The paper was also extended by international interviews, in which Asian entrepreneurs were interviewed from Singapore to further validate the key findings of the analysis of the countries by providing data on the mechanisms of the startup ecosystem. The findings of the interviews include several significant aspects like regional competitive advantage, market outlook, and governmental support to the startup economy. The interviews validated that startups and competitiveness work together, if one develops, then it impacts the other. Based on these conclusions it can be stated that the indicator of competitiveness and the startup ecosystem of a country are in a reciprocating relation.

SIMAI BENCE TIBOR

bencesimai@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment alapszak

BSc, 7. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

Témavezető:

Dr. Csanády Márton

főiskolai tanár, METU ÜKTF

MAGYARORSZÁG VERSENYKÉPESSÉGE NEMZETKÖZI ÖSSZEHASONLÍTÁSBAN

Kulcsszavak: versenyképesség; ráfordítás; motiváció

A versenyképesség, ami mindennapjaink részét képező kifejezés, amelyet hallunk, látunk a sajtó minden szegmenséből. Szűk és tágabb értelemben is mérhetővé tesz egy nemzetgazdaságot. Egyfajta összefoglaló fogalom, amely adott időszakonként újabb területekkel bővül, így a versenyképesség még szélesebb körben válik mérhetővé és ezzel együtt rangsorolhatóságot biztosítanak a mérésben résztvevő országok számára. Szakdolgozatomban arra keresem a választ, hogy Magyarország versenyképességi helyzete hogyan alakult a 2010-es évektől, mivel a technológiai fejlődés akkor kezdett fellendülni és felgyorsulni komolyabban. Ez az időszak az, amely már tartalmaz annyi adatot és információt, amivel lehetőségem van hazánk versenyképességi helyzetét másik tizennégy országgal összehasonlítani gazdasági teljesítményeik, a humán és az infrastruktúra oldaláról. Véleményem szerint ezek azok a tényezők, amelyek egy nemzetgazdaság versenyképesség alapjait jelentik és amennyiben nem fektet megfelelő hangsúlyt ezekre a területekre egy ország, hosszútávon elveszítheti a versenyképességét.

ÁKOS SOMOSKÖVI

akosomskovi@gmail.com

International Economy and Business

MSc, 2. semester

Corvinus University of Budapest

Supervisor:
Dr. Dóra Györfy
professor, BCE KTI

**BOTSWANA & ZIMBABWE – COMPARATIVE ANALYSIS OF THE RULE OF LAW
AND STATE INSTITUTIONS**

Keywords: institutions; rule of law; postcolonialism; culture; Sub-Saharan Africa

In my research I compare the development of state institutions in Botswana and Zimbabwe in order to answer the question: Why did significant economic, social and political differences emerge between the two countries. These differences in development cannot be explained by geography or colonialism, but the examination of state institutions can provide an answer. My thesis shows how they influence the political and economic development of countries. In Botswana's case, an inclusive, pluralistic institutional system has emerged that has supported the country's stable, rule-of-law development, creating the right environment for economic growth. In contrast, Zimbabwe has developed extractive institutions. These have contributed greatly to the concentration of economic and political power in the hands of elites who maintain their hold on power through the military. They have excluded the vast majority of the population from economic development and political participation, turning the rule of law into the rule of force.

VERES DONÁT DOMINIK

veresdoni@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás alapszak

BA, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Ligeti Zsombor

egyetemi docens, BME GTK

KÁBÍTÓSZER-KERESKEDELEM ÉS DROGOK GAZDASÁGI HATÁSAI A 21. SZÁZADBAN

Kulcsszavak: kereskedelem; piac; kereslet; kínálat; gazdasági hatás

A dolgozat célja az, hogy feltárja és elemezze a kábítószer-kereskedelmet, fogyasztást és az ezt körülvevő jelenségek gazdasági következményeit a 21. századi társadalmakban. A dolgozat ezen belül olyan témaköröket is érint, mint például a függőség és annak gazdaságtana, drog-politikák vagy éppen az éves szinten több százezrek életét követelő drog-válságok.

Sohasem volt még ennyire releváns és fontos téma a kábítószer fogyasztás mint napjainkban. Évről évre egyre többen halnak meg kábítószer okozta túladagolásban, a kábítószerpiac évi forgalmát több mint 500 milliárd dollárra becsülik – ez az összeg meghaladja a világon évente eladott új személyautók összértékét. Ezek a kábítószeres országok gazdaságait teszik tönkre, mégis egyre több ország dönt manapság ezen drogok dekriminalizálása mellett. Vajon ezek a döntések bizonyulhatnak hatásos fellépésnek a drogok ellen, vagy inkább negatív hatásokat eredményeznek? Érdemes e fegyverrel felvenni a harcot a kínálati oldallal szemben, vagy a keresleti oldalt fontosabb kezelni?

A 21. században egyre inkább fókuszba kerül, a produktivitást növelő drogok hatása a munkaerő piacon. Az Egyesült Államokban 2022-ben rekordmagasságig ugrott az Adderallhoz köthető receptek száma, mely egy olyan gyógyszer, amit több tízmillió amerikai használ a figyelem és a koncentráció javítására. Az év végére az amerikai gyógyszertárak nagyrészből elfogyott és országos hiány lett belőle. Ezzel közel egyidejűleg, az amerikai termelékenységet mérő mutató szerint, 2023 első negyedévében az óránkénti termelés 3%-kal csökkent. Vajon van összefüggés a két eset között? Ha igen, akkor valóban használnak ezek a drogok, vagy csak romba döntenek?

Dolgozatom zárásaként empirikus kutatást végeztem a drogpiaccal kapcsolatban. Azt elemeztem, hogy a kábítószer-kereskedelem és annak következtében a drogtúladagolások száma, inkább keresleti, vagy kínálati probléma-e, mely dolgozatom legfontosabb kérdése volt.

Névmutató

A, Á

ÁCS MÁRTON, 536
 ÁDER MÁRTON ÁRON, 557
 ADORJÁN LUCA, 197
 AGÓCS LAURA BIANKA, 312
 AJTAY ADRIENN, 437
 ALBERTI LAURA, 302
 ALBRECHT PANNA, 319
 ALFÖLDI MARCELL PÉTER, 262
 ALMÁSI LIZA, 82, 496
 ALMÁSI NIKOLETT, 293
 ANDRASEK REBEKA, 589
 ANGYAL ZSOLTNÉ, 528
 ANHELINA YAKUSHKO, 362
 ANTAL ANDRÁS, 456
 ANTAL BIANKA CSILLA, 346
 ANTAL PÉTER, 393
 ARATÓ BALÁZS, 485
 AUDREY MEIVINA LUKITO, 562

B

BABOS ANDRÁS, 12, 411
 BÁCS BALÁZS, 263
 BALÁS BRIGITTA, 476
 BALASA ZOLTÁN, 150
 BALÁZS FRIGYES PÉTER, 627
 BALÁZS KRISTÓF, 215
 BÁLINT LEVENTE KRISTÓF, 447
 BÁLINT PÉTER LEVENTE, 57
 BALLA GRÉTA BARBARA, 34
 BALLA JÁNOS, 58, 412, 457
 BALOGH GERGELY, 281
 BALOGH SZABOLCS ROLAND, 338
 BALLY DANIELLA, 198
 BANA DORKA PATRÍCIA, 264
 BANAI GELLÉRT, 158
 BANAI SZILÁRD BÁLINT, 590
 BANDARA ADIKARI
 MUDIYANSELAGE LAHIRU
 VIMUKTHI SENARATH, 504
 BÁNFAI EVELIN, 35
 BANKÓ ALEXANDRA, 107
 BÁNSZKI FRUZZSINA FLÓRA, 273, 609
 BANSZAL ALEXANDRA, 620
 BARABÁS BIANKA, 512
 BARACSI ÁRON LAJOS, 438, 591

BARAKSÓ LAURA, 373
 BÁRÁNY ÉVA, 108
 BARCZA NOÉMI, 558
 BARLOG LÉNA, 439
 BARNA DORINA, 59
 BARNA GRÉTA, 320
 BARTHA ANNA, 216
 BARTHA HILDA BIBORKA, 313
 BAYER NIKOLETT, 303
 BECZŐK DÓRA, 124
 BECSKEHÁZI ZSOMBOR, 448
 BECSKEI ÁRON KENDE, 467
 BEDŐ GÁBOR ÁRON, 477
 BEKE SÁRA ADRIA, 529
 BELUSCSÁK ANITA, 580
 BÉRCHEGYI MÁRK, 151
 BEREZKI ALPÁR-ELŐD, 265
 BERÉNYI BOGLÁRKA, 206
 BERKI DZSENI FER KRISZTINA, 139
 BICZÓ DÁNIEL, 36, 37
 BIRKÁS BEATRIX, 331
 BÍRÓ BENEC, 486
 BIRÓ DORINA, 374
 BISZÁK ALETTA, 239, 240
 BOBÁK CSENGE, 314
 BODA BOGLÁRKA, 478
 BODNÁR SZILÁRD, 518
 BODÓ RICHARD, 125
 BOLLA DORINA ANDREA, 60
 BORI GERGELY MÁTÉ, 96
 BOROS HENRIETTA MÓNKA, 274, 332
 BOTH SÁRA, 364, 497
 BOTOS ÁKOS, 126
 BUDAI KATALIN, 592
 BUGYI ZSÓFIA EDINA, 513
 BUJÁKY ESZTER, 97
 BUJDOSÓ DIÁNA ESZTER, 375
 BUJDOSÓ GRÉTA, 559
 BUJTOR SÁRA, 304
 BUSPATAKI RÉKA, 83
 BUZSIK CSENGE, 347

C, CS

CZINE VANDA, 479
 CZINEGE PETRA, 185
 CZIRÁKI VIKTOR, 468
 CZIRE RÁHEL ORSOLYA, 294

CSAHÓK MIHÁLY, 226
 CSÁPAI ÁDÁM, 217
 CSAPLÁR ADRIÁN MARTIN, 44
 CSATÓ MARGARÉTA DÓRA, 36, 37
 CSER PATRIK, 593
 CSERNIK BALÁZS, 413, 530
 CSIBI VIKTÓRIA, 599
 CSIKÓS PETRA ZITA, 241
 CSIKÓS ZSÓFIA NIKOLETTA, 321
 CSIRMAZ ANDREA, 628
 CSOBÁNCZI MÁTÉ, 531
 CSONTOS ALEX, 449
 CSONTOS DÓRA CSENGE, 348
 CSONTOS GYÖRGY, 84
 CSORBA MELINDA LILLA, 356

D

DAJKA BALÁZS KRISTÓF, 13
 DARABÁNT MÁRTA REBEKA, 365
 DARÁNYI RENÁTA ERIKA, 14
 DARVAS DOROTTYA ÉVA, 70
 DÉNES JULIANNA KRISZTINA, 305
 DOBOS ZSOMBOR, 384
 DÓCS DÁVID ZOLTÁN, 569
 DÓRA KATA FANNI, 394
 DR. AUKSZINÉ ERDÉLYI ANITA, 469
 DR. MÁNDY DÁVID GERGŐ, 218
 DU YUWEI, 25

E, É

ÉGERHÁZI VIRÁG, 339
 EGRI MÁTÉ, 242
 ENDRÉSZ BLANKA, 570
 EPERJESI-KOVÁCS ÁDÁM, 537
 EPERJESI-KOVÁCS ÁDÁM, 458
 ERDÉLYI BENCE, 85

F

FARKAS KIRA ZOÉ, 251, 610
 FAZEKAS BENCE, 282
 FAZEKASNÉ BATTÁ RITA, 186
 FEHÉR ANNA, 611
 FEHÉR REGINA, 349
 FEKETE DALMA ESZTER, 86
 FEKETE KRISTÓF- DÁNIEL, 283
 FEKI IMEN, 266
 FENYVES SZABOLCS, 227, 228
 FERCSIK BENEDEK, 450
 FERENCZ BENCE, 159

FERENCZ MÁRTON, 51
 FERENCZI ANNAMÁRIA, 109
 FERENCSÁK EDINA, 414
 FÉSŰ FANNI, 252
 FILEP KRISZTIÁN, 87, 177
 FINTA KRISZTINA ERZSÉBET, 253
 FISCHER FANNI, 544
 FLEINER MIHÁLY, 160
 FODOR VERONIKA ANGÉLA, 241
 FORGÁCS DORKA, 140
 FÖVÉNYI ZSOMBOR, 415
 FÜHRINGER ANNA, 426
 FÜREDI ANITA, 395

G, GY

GAÁL DÓRA, 571
 GABNAI MÁRTA EMESE, 322
 GAJDÁCSI VANDA, 514
 GAJDÁN GERGELY, 498
 GÁL TEODÓRA, 487
 GÁLBER CSENGE, 612
 GÁRDAI BARNABÁS, 538
 GEDEON ANNA, 376
 GÉMES IMRE, 26, 451
 GERNEDL SÁRA, 27
 GICZI LAURA, 545
 GŐSI VIRÁG, 117
 GREGS NOÉMI, 560
 GRUBER MÍRA, 519
 GULYÁS DÁVID JÁNOS, 132, 440
 GULYÁS KRISTÓF SÁNDOR, 275
 GURSZKI GERGŐ, 613
 GYARMATI GRÉTA, 323
 GYEBNÁR MÁTÉ, 71
 GYENES ZOLTÁN, 385
 GYÖRKI ATTILA, 488
 GYÖRÖK ANNA, 199
 GYŐZŐ ZALÁN, 489
 GYULAI ÁDÁM, 416
 GYULAI ÁGNES, 110

H

HÁBEL NOÉMI, 427
 HADHÁZY ADÉL, 88
 HADJADJ KARIM, 386, 387
 HAJDÚ MARCELL, 569
 HAJDÚ MÁRK, 45
 HAJMÁSI KITTI, 396
 HALDA MELINDA, 572
 HALIMA KAA, 397

HALLAI GRÉTA KÍRA, 82
 HAMAR ESZTER, 573
 HÁMORI ANDRÁS, 284
 HÁMORI VIKTÓRIA, 254
 HAMUTH MÓNKA, 340, 341
 HANTOS JÓZSEF, 178
 HAPÉMAN ZOLTÁN KEVIN, 574
 HAVASI MÁRTON ZSOMBOR, 38
 HAVRANEK EVELIN, 505, 581
 HÁZI BÁLINT, 480
 HEGEDŰS DÁNIEL, 499
 HEGEDŰS GERGELY, 417
 HEGYI BERNADETT ZSANETT, 187
 HOANG DUONG MINH ANH, 342
 HODOSI ROZI, 152
 HOLLÓDY MOLLI FANNI, 575
 HOLLÓSI ISTVÁN, 188, 219
 HORNYÁK ANNA VIVIEN, 153
 HORVÁT LILLA, 629
 HORVÁTH ADÉL ÁGNES, 207
 HORVÁTH BENCE TIBOR, 243
 HORVÁTH BENDEGÚZ GYŐZŐ, 459
 HORVÁTH DOMINIK, 600
 HORVÁTH FANNI, 89, 441
 HORVÁTH KATA, 220, 255
 HORVÁTH KORNÉL, 481
 HORVÁTH MARTIN ARTÚR, 601
 HORVÁTH RAMÓNA, 295
 HORVÁTH VIKTÓRIA, 324
 HOSSZÚ MÁRK LÁSZLÓ, 15
 HULLÁN LUCA MIRTILL, 72
 HULLÁN ZSÓFIA SAROLTA, 72
 HUNYADI PETRA, 267
 HUYNH MINH THU, 342

I

INTAN TAWADDADA ILAIHA, 111
 ISPÁNKI ESZTER ZSÓFIA, 325
 IVÁN DÁVID, 244
 IVANICS FERENC, 601
 IVÁNYI ZSÓFI ANIKÓ, 39

J

IZSÁK RÉKA, 594
 JACSÓ ZSANETT, 189
 JANKOVITS ANDRÁS, 179
 JARECSNI KATERINA, 141
 JÉCSAI-KRISTON KOPPÁNY FERENC,
 296
 JOBBÁGY ANNA, 442

JÓNA ROZINA, 297
 JUHÁSZ RÉKA, 306

K

KÁDAS RÉKA, 377
 KÁNTOR BOGLÁRKA, 61
 KANYÁRI BENCE PÉTER, 539
 KAPITÁNY RÉKA, 582
 KAPROS ANIKÓ, 52
 KÁRTYÁS SEBESTYÉN, 245
 KECSE VIKTÓRIA, 482
 KELEMEN ANDREA, 16, 127
 KELEMEN HUNOR, 161, 162, 621
 KELEMEN MELÁNIA-EMÓKE, 263
 KEREK NAPSUGÁR, 229
 KERÉKES BOGLÁRKA, 200
 KIRÁLY TÜNDE, 622
 KIRÁLY ZOLTÁN BENCE, 39
 KIS PANNA BOGLÁRKA, 190
 KISPÁL LILLA, 208
 KISS BIANKA MÓNKA, 118
 KISS BIBORKA, 623
 KISS HANNA, 73
 KISS LÁSZLÓ MARCELL, 171, 246, 403
 KISS MÁRTON GELLÉRT, 46
 KISS RÉKA, 163
 KISS VIKTÓRIA, 514
 KISS VIRÁG ANNA, 191
 KOCSIS JENŐ, 546
 KOCSÓ BARBARA, 268
 KOHL ZSANNA, 326
 KOMLÓ PETRA, 230
 KONCZ PÉTER, 470
 KONTRA ANNA, 333, 561
 KÓNYA KITTI MÓNKA, 209
 KORSÓS ZOLTÁN, 172
 KOSTYAL DÁNIEL STEPHEN, 583
 KOVÁCS ADÉL MÁRIA, 210
 KOVÁCS ANTÓNIA, 142
 KOVÁCS EDINA, 388
 KOVÁCS GÁBOR, 40
 KOVÁCS GEORGINA, 471
 KOVÁCS KITTI, 366
 KOVÁCS KLAUDIA, 98
 KOVÁCS MÁRTON ATTILA, 404
 KOVÁCS PATRÍCIA, 428
 KOVÁCS-KÖVÁGÓ ORSOLYA, 520
 KOVALIK DORKA, 602
 KOVICS ADÉL LILLA, 398
 KŐSZEGI SZABOLCS, 53
 KRABÁK ATTILA ADRIÁN, 460

KREBS ÁRON ANTAL, 418
 KREISZ VIVIEN LAURA, 256
 KREITER KARINA, 327
 KRIVANICS ATTILA, 90
 KURCZ KRISTIÁN, 74
 KURUCZ DÁNIEL, 515

L

LÁNG KRISTÓF ÁGOSTON, 41
 LANGAZÓ MELINDA, 483
 LAPIS ÁRON, 54
 LÁSZLÓ BALÁZS, 75
 LÁZÁR BOTOND, 164
 LÁZÁR LILI, 367
 LÁZÁR MARCELL PÉTER, 631
 LÁZÁR VIKTOR, 405
 LÉGRÁDI ATTILA, 62
 LEHNER KATA ÁGNES, 632
 LENGYEL ÁDÁM, 154
 LINKA ZÓJA, 461
 LŐRINCZ VIKTÓRIA, 378
 LUKÁCS BENCE, 133
 LUKÁCS ESZTER, 17, 18

M

MACHÓ BÍBORKA MAJA, 576
 MACZÉK RÉKA, 614
 MAGYAR GERGELY, 26
 MAJCSÁN LILI, 99
 MAJID SADEGHIAN, 358
 MAJOROS CSABA MÁTÉ, 516
 MAKÓ TAMÁS, 419
 MÁRKUS RÉKA, 334
 MÁTHÉ IVETT ANDREA, 211
 MÁTHÉ NIKOLETT CSILLA, 429
 MÁTYÁS DORINA, 547
 MEGYESI ATTILA, 532
 MENYIK JÚLIA RITA, 521
 MÉSZÁROS BETTINA, 63
 MÉSZÁROS CSABA, 298
 MÉSZÁROS RÉKA, 462
 MIHÁLYI ZSOLT, 472
 MIKLÁN LEVENTE, 624
 MIKLÓS DAMJÁN, 420
 MIKLÓS PETRA, 99
 MISI MÁTÉ, 533
 MOLNÁR ALBERT, 406
 MOLNÁR ANNA ERZSÉBET, 563
 MOLNÁR HAJNALKA, 100
 MOLNÁR LEVENTE, 212

MOLNÁR TAMÁS, 173
 MOLNÁR VANDA GABRIELLA, 64
 MONDA VIKTÓRIA, 134
 MONDI RICHÁRD, 221
 MRÁZ MILÁN CSABA, 595
 MUNKÁCSI LILLA, 463
 MUZSLAI ANIKÓ, 307
 MÜLLER ESZTER ABIGÉL, 335

N, NY

NAGY ADRIENN, 430
 NAGY ÁGOSTON, 498
 NAGY BERNADETT, 269
 NAGY BETTINA, 101, 548
 NAGY DOMINIKA ESZTER, 65
 NAGY LEVENTE ROBIN, 91
 NAGY PÉTER, 257
 NAGY XAVÉR, 19
 NAGY ZSELYKE, 76
 NAGY ZSOMBOR, 407
 NAGY-TÓTH BOGLÁRKA, 596
 NEMES KATALIN, 564
 NÉMETH EVELIN, 343
 NÉMETH KATALIN, 368
 NÉMETH KLAUDIA, 192, 276
 NÉMETH LAURA, 522
 NÉMETH NÓRA, 565
 NGOC QUYNH TRAN NGUYEN, 506
 NGUYEN ANH DUONG, 408
 NOVÁK MARIANNA, 369
 NUR KANONGE MITONGA, 357
 NYUL DÁVID, 490

O, Ó, Ö, Ő

OLÁH ZOLTÁN, 452
 OLTAI JANKA, 464
 OROVA KATINKA, 359
 OSSIK MÓNICA, 119
 OSZTOVITS MARCELL, 540
 OZORÓCZY ÁKOS ATTILA, 174
 ÖKRÖS NÓRA, 584

P

PAJOR BEÁTA, 201
 PÁL BERTOLD, 258
 PÁL MÁTÉ, 66
 PALA MARTIN, 165
 PÁLL RÉKA, 277
 PAP ERŐS, 270

PAP SEBESTYÉN, 453
 PAPP DÓRA, 577
 PAPP ENIKŐ, 467
 PAPP ZITA, 47
 PAPP ZSÓFIA ANNA, 491
 PAPP-RICHTER MÓNICA, 92
 PATAKI PÉTER GERGELY, 389
 PATYI SÁMUEL, 409
 PÁVA KLAUDIA, 603
 PAWAN KUMAR, 630
 PELYÁK LEJLA, 213
 PEREDY ZITA BEÁTA, 414
 PÉTER MILÁN, 537
 PHAM HA PHUONG, 344
 PINTÉR ANDRÁS, 155
 PINTÉR ATTILA, 231
 PINTÉR KATHRIN, 278
 PINTÉR LEVENTE, 42
 PINTÉR RÉKA, 102
 PINTYE LILI MIRELLA, 143
 PLANKÓ STEFÁNIA, 500
 PÓKA PATRIK, 120
 PONGRÁCZ NOÉMI, 75
 PORCSIN ZSOMBOR, 633
 PORKOLÁB PATRÍCIA FANNI, 585
 POSZAVECZ TAMÁS, 492
 PRELOZSNIK ZSÓFIA, 144
 PUSKÁS BÁLINT, 350
 PÜNKÖSTI ILKA-MÓNICA, 549

R

RÁCZ ADÉL, 351
 RÁCZ DÓRA LAURA, 634
 RÁCZ ZSOLT, 28
 RADÓCZ RÉKA DORINA, 121
 RAFFAI ELIZA, 578
 RAPPAY BENCE ZSOLT, 615
 RÉGI BOGLÁRKA BEÁTA, 299
 REJTŐ DÓRA-ADRIENN, 550
 RIBAI KRISTÓF TAMÁS, 635
 RIBÁNSZKI NÓRA, 202
 ROZMIS GABRIELLA, 20
 ROZSÁLYI EMŐKE, 128
 RUPPERT GÁBOR, 431
 RUTTNER BENJÁMIN LEVENTE, 139

S, SZ

SABJÁN CSENGE, 112
 SÁNDOR SZÓFIA, 285
 SÁNDOR VIKTÓRIA, 454

SÁRVÁRI NELLI, 370
 SCHIMMER DZSESSZIKA, 604
 SCHMID KRISZTIÁN JÓZSEF, 443, 444
 SCHMIDT DÓRA ÁGNES, 328
 SCHMUTZ ESZTER MÁRIA, 129
 SCHWEMMER MARTIN LÁSZLÓ, 379
 SEREGI MOIRA BIANKA, 145
 SILKÓ NOÉMI VANESSA, 586
 SILLING SZINTIA ADRIÁNA, 232
 SIMAI BENCE TIBOR, 636
 SIMÁN ANNAMÁRIA, 473
 SIMON ÁRON, 508
 SIMON DONÁT BOTOND, 21
 SIMON DÓRA, 336
 SIMON DORINA, 551
 SIMON SÁRA LEONA, 315, 316
 SIPOS FANNI LILI, 561
 SITERI VILMOS, 48
 SMUK VIKTÓRIA, 146
 SOMOGYI KITTI, 300
 SOMOSKÖVI ÁKOS, 637
 SONJE MONIQUE, 317
 SUMITZ GABRIELLA ANNA, 432
 SÜLE ANNA ADRIENN, 103, 135
 SÜTŐ FRUZZSINA, 433
 SZABÓ ADÉL, 552
 SZABÓ ANTÓNIA, 180, 181
 SZABÓ BALÁZS, 77
 SZABÓ BETTINA, 22
 SZABÓ BOGLÁRKA, 233
 SZABÓ CSABA, 136
 SZABÓ FANNI, 286
 SZABÓ MARCELL, 104
 SZABÓ RÉKA, 380
 SZABÓ TAMÁS, 421
 SZABÓ VIVIEN, 616
 SZABÓ-CZIMBALMOS EVELIN, 493
 SZAKALI TIBOR MIRKÓ, 234
 SZAKONYI ANNA, 360
 SZALAI ZSOMBOR ANDRÁS, 182
 SZALÁNCZY ESZTER, 352
 SZALAY BOGLÁRKA, 60
 SZATMÁRI LÁSZLÓ BALÁZS, 434
 SZATMÁRY KORNÉLIA SÁRA, 113, 353
 SZATMÁRY ROZÁLIA HANNA, 78
 SZÉKELY EDINA, 549, 553
 SZÉKELY GYÖRGY JÓZSEF, 422
 SZEKERES BENCE ISTVÁN, 523
 SZÉLES RÉKA, 390
 SZÉNÁSI DÓRA, 566
 SZENTISTVÁNYI ISTVÁN JÁNOS, 29, 247

SZEPESSY LÁSZLÓ, 93
 SZILÁGYI ADRIENN, 287
 SZILÁGYI-NAGY ZÉTÉNY, 423
 SZOKOLY MÁTÉ, 445
 SZOMMER BIANKA, 271
 SZŐNYI ANNA, 371
 SZTYEHLÍK ENDRE, 147
 SZULTOS BOGLÁRKA, 524, 525
 SZŰCS ADÉL LUCA, 235
 SZŰCS NIKOLETT, 248
 SZŰCS SÁNDOR, 175

T, TY

TAJTI KITTI, 137, 587
 TAKÁCS KAMILLA, 114
 TAR ÁRON SZILÁRD, 67
 THOMKA BALÁZS, 288
 TIETZE HANNA, 534, 541
 TILL GÁBOR, 156, 542
 TÎRNĂVEAN ANAMARIA-PETRUȚA, 399
 TÓBIS ANITA ORSOLYA, 105, 203
 TOLNAY DORKA MÍRA, 259
 TÓMÁCS RENÁTA, 222
 TOPERCER PÉTER, 115
 TORY ESZTER, 249, 534
 TÓTH ANDRÁS MÁTÉ, 30
 TÓTH BENEDEK, 329
 TÓTH BERNADETT, 49, 501
 TÓTH CSENGE, 597
 TÓTH DOROTTYA, 193
 TÓTH KRISZTINA, 289
 TÓTH LAURA EVELIN, 79, 308
 TÓTH LUCA ANNA, 605
 TÓTH MÁTÉ, 381
 TÖRÖK BARBARA, 122
 TÖRÖK HANNA, 382
 TÖRÖK VINCE, 94
 TÖVISI JÚLIA, 279
 TRAN MY HA NGUYEN, 507
 TURBÉK KATALIN KITTI, 509
 TUZA TÍMEA BOGLÁRKA, 68

U, Ú, Ű, Ű

UHRIN DÁVID, 290
 UJHELYI GÁBOR, 606
 UJVÁRI TÍMEA, 400
 UNGAI SZEBAZTIÁN, 625
 UNGER PÉTER, 55
 UNYI DOMINIK VAJK, 309

V

VANNAVONG MANILATH, 361
 VARGA ÁKOS, 166
 VARGA LAURA, 401
 VARGA LEVENTE, 31, 167
 VARGA MÁTÉ, 32
 VARGA MÁTYÁS SZILVESZTER, 617
 VARGA MÁTYÁS ZSOLT, 194
 VARGA NÓRA, 354
 VARGA OLIVÉR DÁNIEL, 526
 VARGA PATRIK ZSOLT, 183
 VARGA TAMÁS, 195
 VARGA VIKTOR, 236
 VARGA VIKTÓRIA, 204
 VARGA VIRÁG JUDIT, 554
 VÁRKONYI DÓRA MÁRIA, 148
 VAS VIRÁG, 168
 VASS JÚLIA, 502
 VASS VIKTÓRIA, 80
 VASTAG EMESE, 223
 VÉGSŐ VERONIKA, 310
 VÉKÁSSY ESZTER ALEXANDRA, 240, 510
 VELENCZEI LILLA, 465
 VEREB BOGLÁRKA SÁRA, 237
 VERES DONÁT DOMINIK, 638
 VESZPRÉMI ANDREA KATALIN, 224
 VETRÓ BERNADETT LILLA, 291
 VICSIK VALÉRIA TÜNDE, 607
 VIDA TAMÁS, 160, 459
 VINCZE DOROTTYA, 130
 VIRÁG MAGDOLNA ÁGOTA, 494
 VOLFORD ANITA, 260

W

WALTER VIKTÓRIA RITA, 618
 WINTERVERBER LÁSZLÓ MÁTYÁS, 424

Z, ZS

ZAKARIÁS ANTÓNIA, 23, 127
 ZÁMBÓ JÁZMIN ESZTER, 555
 ZARECZKY ANDRÁS ZSOMBOR, 567
 ZSIGRAI HANNA, 435
 ZSÓK RENÉ KEVIN, 169
 ZSÓK SÁNDOR ÁRPÁD, 391
 ZSOMBOK TAMÁS LÁSZLÓ, 474

Intézménykódok

Intézmény kódja	Intézmény neve
BCE	Budapesti Corvinus Egyetem
BCE GT	Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Tudományterület
BCE GTK	Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
BCE II	Budapesti Corvinus Egyetem Informatikai Intézet
BCE KIK	Budapesti Corvinus Egyetem Közigazgatástudományi Kar
BCE KT	Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Tudományterület
BCE KTI	Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtan Intézet
BCE KTK	Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
BCE MI	Budapesti Corvinus Egyetem Marketing Intézet
BCE MSMI	Budapesti Corvinus Egyetem Matematikai és Statisztikai Modellezés Intézet
BCE NPRTI	Budapesti Corvinus Egyetem Nemzetközi, Politikai és Regionális Tanulmányok Intézete
BCE PSZGJI	Budapesti Corvinus Egyetem Pénzügyi, Számviteli és Gazdasági Jogi Intézet
BCE VFI	Budapesti Corvinus Egyetem Vállalkozásfejlesztési Intézet
BCE VGI	Budapesti Corvinus Egyetem Vállalatgazdaságtan Intézet
BCE VTI	Budapesti Corvinus Egyetem Vezetéstudományi Intézet
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
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 GTK	Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
DUE	Dunaújvárosi Egyetem
EDUTUS	EDUTUS Egyetem
EKE	Eszterházy Károly Egyetem
EKE IK	Eszterházy Károly Egyetem Informatikai Kar
EKKE	Eszterházy Károly Katolikus Egyetem
EKKE GTK	Eszterházy Károly Katolikus Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
EKKE IK	Eszterházy Károly Katolikus Egyetem Informatikai Kar
ELTE	Eötvös Loránd Tudományegyetem
ELTE GTK	Eötvös Loránd Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
ELTE PPK	Eötvös Loránd Tudományegyetem Pedagógiai és Pszichológiai kar
ELTE TÁTK	Eötvös Loránd Tudományegyetem Társadalomtudományi Kar
FTDK	Felvidéki Tudományos Diákköri Konferencia
INFOTA	Információs Társadalomért Alapítvány
KJE	Kodolányi János Egyetem

INTÉZMÉNYKÓDOK

KRE	Károli Gáspár Református Egyetem
KRE GESZK	Károli Gáspár Református Egyetem Gazdaságtudományi, Egészségtudományi és Szociális Kar
MATE	Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
MATE AGI	Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Agrár -és Élelmiszergazdasági Intézet
MATE AÉGI	Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet
MATE MI	Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Műszaki Intézet
MATE VFGI	Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet
ME	Miskolci Egyetem
ME BTK	Miskolci Egyetem Bölcsész- és Társadalomtudományi Kar
ME GTK	Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
METU	Budapesti Metropolitan Egyetem
METU ÜKTF	Budapesti Metropolitan Egyetem Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar
METU MNB I	Budapesti Metropolitan Egyetem Magyar Nemzeti Bank Intézet
MILTON	Milton Friedman Egyetem
NJE	Neumann János Egyetem
NJE GTK	Neumann János Egyetem Gazdaságtudományi Kar
NKE	Nemzeti Közszerológati Egyetem
NKE ÁNTK	Nemzeti Közszerológati Egyetem Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar
NÜF	Nemzetközi Üzleti Főiskola (International Business School)
NYE	Nyíregyházi Egyetem
OE	Óbudai Egyetem
OE KGK	Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar
PE	Pannon Egyetem
PE GKZ	Pannon Egyetem Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg
PE GTK	Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
PTE	Pécsi Tudományegyetem
PTE ÁJK	Pécsi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Kar
PTE KTK	Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
RAMASOFT	Ramasoft Adatszolgáltató és Informatikai Zrt.
RFKMF	II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, Beregszász
RO BBTE	Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár
RO EMTE	Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem
RO EMTE CSK	Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem Csíkszeredai Kar
RO PKE	Partiumi Keresztény Egyetem, Nagyvárad
SK SJE	Selye János Egyetem, Komárom
SOE	Soproni Egyetem
SOE LKK	Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar
SZE	Széchenyi István Egyetem
SZE KGK	Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
SZTE	Szegedi Tudományegyetem
SZTE GTK	Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
THE	Tokaj-Hegyalja Egyetem
TPF	Tomori Pál Főiskola

Támogatóink



37. ORSZÁGOS
TUDOMÁNYOS
DIÁKKÖRI
KONFERENCIA
2025

OTDK'70



Közgazdaságtudományi
Szekció



AZ NKFI ALAPBÓL
MEGVALÓSULÓ
PROJEKT

MTA MAGYAR
TUDOMÁNYOS
AKADÉMIA



KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS
MINISZTERIUM



MISKOLCI
EGYETEM
UNIVERSITY OF MISKOLC



Borsod-Abaúj-Zemplén
vármegye

Morgan Stanley



WING

MÁV
SZEMÉLYSZÁLLÍTÁSI ZRT.



HERMAN OTTÓ MÚZEUM



anno 1872



MISKOLCI
NEMZETI
SZÍNHÁZ
www.mnsz.eu



MVK

A Miskolc Csoport tagja



VEKTOR
NYOMDA
NYOMDA | DEKOR | AJÁNDÉK





37. Országos Tudományos Diákköri Konferencia
Közgazdaságtudományi Szekció
2025. április 28-30.

© Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar
