XXXIV. ORSZÁGOS TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIA

Közgazdaságtudományi Szekció
2019. április 11-13.

ABSZTRAKTKÖTET

PÉCSI TUDOMÁNYEGYETEM
Közgazdaságtudományi Kar

IMPRESSZUM

Kiadja
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar

ISBN 978-963-429-327-9

A kiadásért felelős Schepp Zoltán a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar dékánja, a XXXIV. OTDK Közgazdaságtudományi Szekció ügyvezető elnöke

Szerkesztő, technikai szerkesztő: Jakopánecz Eszter

Grafikai tervezés: Reiner György

Szerkesztőség
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar
7622 Pécs, Rákóczi út 80.
Telefon: +36 72 500-599 / 23374
E-mail: kgotdk2019@ktk.pte.hu
Web: kgotdk2019.ktk.pte.hu

Nyomdai munkák
Pécsi Tudományegyetem
Egyetemi Nyomda
Felelős vezető: Kittkáné Bódi Katalin
7624 Pécs, Szigeti út 12.
E-mail: nyomda@pte.hu

© Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pécs 2019

Dékáni köszöntő

Kedves Konferencia Résztvevők!

A Pécsiközgáz közel öt évtizedes működése során harmadik alkalommal rendezi meg a fiatal közgazdászhallgatók országos seregszemléjét, jelesül a XXXIV. Országos Tudományos Diákköri Konferencia Közgazdaságtudományi Szekcióját.
Célul tűztük ki, hogy az idei konferencián a korábbi évekhez képest is több résztvevő mérhesse össze tudását, felkészültségét, ami – a jelentkezések alapján – úgy tűnik, sikerülni fog. Közel 500 hallgatótól több mint 440 pályamunka érkezett, amelyeket a konferencián 45 tagozatba sorolva mutatnak majd be a fiatal közgazdász hallgatók.
Ehhez csatlakozik egy sor – szintén az idei évben bevezetett – újdonság is, úgymint a Roska Tamás-előadás, a TEDx Pécs rendezvény, a középiskolások számára kialakított programsorozat és persze még néhány meglepetés, amit a résztvevők majd személyesen is megtapasztalhatnak.
Bízunk benne, hogy ez az összejövetel méltó folytatása lesz az OTDK sorozatának, minden előadó, felkészítő és érdeklődő megtalálja majd azokat az eseményeket, lehetőségeket, amelyek a jövőbeli munkát segítik és hasznos visszacsatolást jelentenek a múltbeli teljesítmények értékére is.
A magam és a szervezőcsapat nevében sok szeretettel üdvözlöm Önöket itt, a Pécsiközgázon, ahonnan a karrier indul...

Prof. Dr. Schepp Zoltán
a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karának dékánja,
a XXXIV. OTDK Közgazdaságtudományi Szekció ügyvezető elnöke

Tartalom

ÁGAZATI GAZDASÁGTAN I. SZEKTORÁLIS ÉS HELYI GAZDASÁGI ELEMZÉSEK, INNOVÁCIÓ 27

Bajkó Ernő István: A málna termeszthetőségének és az arra épülő mezőgazdasági szerkezetváltásnak a vizsgálata Székelyföldön, külföldi példákkal összehasonlítva 28

Géczi Milán: A haza nonprofit szektor vizsgálata egyes tevékenységi területekre fókuszálva 29

Kász Katalin: A Baranya megyei élelmiszeripari vállalatok fenntarthatóság központú vizsgálata különös tekintettel az élelmiszerhulladékokra 30

Kovács Helga: A TAR-TÓ 2000 Szövetkezet működésének értékelése a tagok és a menedzsment véleményének tükrében 31

Marczin Tamás: Egy magyarországi sertésintegrációs modell gazdasági vizsgálata az Alföldi Sertés Értékesítő és Beszerző Mezőgazdasági szövetkezet példája alapján 32

Nagy Dávid: Biogáz-üzemi pelletgyártás gazdasági elemzése 33

Szabó Dorottya Anna: Mezőgazdasági és vidékfejlesztési támogatások összehasonlítása Magyarország és a visegrádi együttműködés másik három országa között 34

Szendrei Brigitta: A rövid ellátási lánc vizsgálata a helyi piacok, vásárok nézőpontjából a Budaörsi Gazdapiac és az Egri Magyarok Vására példáján 35

Szilágyi Gábor: A magyarországi vállalkozások és szellemitulajdon kapcsolata, különös tekintettel Jász-Nagykun-Szolnok megyére 36

Tamási Ferenc: A cseresznyetermelés összehasonlító gazdasági elemzése intenzív és hagyományos művelési rendszerű ültetvényben a Hajdúdorogi Bocskai Mezőgazdasági Zrt.-nél 37

Visnyovszky Gergely: Etikus üzlet a természetből? Gyógynövény alapú termékek reneszánsza 38

ÁGAZATI GAZDASÁGTAN II. SPORT-, ÉS EGÉSZSÉGGAZDASÁGTAN 39

Abu Attila[1] - Lendvai Bálint[2]: A Major League Soccer versenyképes bajnoksággá válásának vizsgálata, különös tekintettel a játékospiacra 40

Cserni Tamás: Az EQ-5D-3L és az EQ-5D-5L mérési tulajdonságainak összehasonlító elemzése Crohn-betegségben 41

Hartvig Áron Dénes: Az Obamacare ágens alapú modellezése 42

Kis-Benedek Réka: Vesecsereprogramok matematikai és gazdasági elemzése 43

Kozma Luca Kata: Társadalmi és betegszintű preferenciák vizsgálata az egészségügyben - pemphigus esettanulmány 44

Szántai Attila[1] - Vedres Máté Norbert[2]: Alkalmazható-e a lengyel hivatásos labdarúgás működési modellje Magyarországon? 45

Zombai-Kovács Máté: A topbajnokság hatás - avagy a labdarúgók piaci értékének vizsgálata az ökonometria eszköztárának felhasználásával 46

ÁGAZATI GAZDASÁGTAN III. KORTÁRS GAZDASÁGI ÉS IPARI KIHÍVÁSOK 47

Csíki Ottó: Az autókereskedők elhelyezkedését és tevékenységét befolyásoló tényezők Romániában 48

Csíki Ottó: Az elektromos autók gyártásának és elterjedésének kihívásai a következő évtizedben 49

Drabancz Áron[1] - El-Meouch Nedim Márton[2]: Az Airbnb versenyjogi megközelítése Magyarországon 50

Farkas Anita: A coworking, mint az inkubáció új generációja? 51

Gábor Brigitta: Felelősségteljes innováció speciális fókusszal: önvezető autók és nők 52

Hardai Ibolya: Az ipar 4.0 és okos környezetünk okos eszközei, megoldásai 53

Láncos Szabina: Jelen vagy jövő? Ipar: 4.0 54

Madarász Nikolett: Iszik és vezet- avagy az önvezető autókban rejlő lehetőségek és veszélyek 55

Rausz Roland: Megvalósulhat-e az elektromos autókra való átállás a közeljövőben? 56

Somkuti András Ákos: Hollywoodi gazdaságtan - a stabil pareto hipotézis megkérdőjelezése 57

Tóth Szabolcs: A helyi közösségi közlekedés működési és finanszírozási környezete 58

DÖNTÉSELMÉLET 59

Berki Johanna: Orvostudományi egyetemi felvételi rendszer Németországban 60

Huszárik Ádám: A County Health Ranking rangsorának elemzése inverz érzékenységvizsgálattal 61

Ignácz Henrietta: Az eszközárazás pszichológiája - hírek megjelenésére reagáló árfolyamok és az információs hatékonyság 62

Kungl Nóra: Különböző valuták – különböző döntések - A pénznem hatásának vizsgálata egy kísérletben 63

Molnár Bence: Számítógépes döntéstámogatási módszerek 64

Ruzsonyi Csenge: Fiatalság – bolondság? Az életkor és a döntési helyzet befolyásoló hatása a tranzitív és konzisztens döntéshozatalra 65

Sneider Tamás: Gyors és lassú gondolkodás a beszerzési döntésekben 66

GAZDASÁGI INFORMATIKA ÉS E-BUSINESS 67

Balog Vivien: Szeizmológiai zaj szerepének vizsgálata az Einstein Telescope megvalósíthatóságának szempontjából 68

Böjte Berta Eszter: Elektronikus önértékelési és tanulási megoldás Q metódus alapú értékelése 69

Gönczy Balázs: Online játékpiac: Árbevétel generálási módszerek és a kereslet elemzése 70

Kapronczay Mór - Plangár Bálint István: Ki írta? - Szövegek íróinak felismerése text mining segítségével 71

Kovács Hunor - Tamás Simon Lehel: Részvényportfóliók optimalizálása webszolgáltatások segítségével 72

Krőhnung-Székely Károly Máté: Internet-of-Things device based decision support systems in the field of fuel economy norms (*Internet-of-Things eszközökön alapuló döntéstámogató rendszerek az üzemanyagnorma meghatározásában)* 73

Nagy Mónika Franciska: A digitális transzformáció hatása a munkavállaláshoz szükséges kompetenciákra 74

Pál Mária: „Az idő pénz" – A késedelem- illetve az erőforráskorlát túllépésének költsége többszintű projektkörnyezetben 75

Vuleta Patrícia: Kutatási versenyképesség mérése: A Research ScoreCard mutatóinak kialakítása 76

GAZDASÁGPOLITIKA ÉS GAZDASÁGI NÖVEKEDÉS 77

Bálint Kata: A digitalizáció gazdasági hatásai – Észtország példája 78

El-Meouch Nedim Márton: A bankrendszer hitelezési tevékenységének makrogazdasági teljesítményre gyakorolt hatásának vizsgálata Magyarországon 79

Hajnal Zsófia - Pammer Noémi Judit - Szabó Gyula: Németország makrogazdasági elemzése 80

Horváth Balázs István: Kamatok hatása a költségvetési döntésekre 81

Kálmán Botond: Egészséges verseny (egészségi állapotjelzők bevonása a versenyképességi vizsgálatokba) 82

Molnár Dániel: Az Európai Központi Bank Quantitative Easing programja 83

Nagy Evelin: Monetáris politika alakulása inflációs célkövetést alkalmazó országok esetén 84

Németh András Áron - Rovó Judit: Monetáris politika a lapos Phillips-görbék idején 85

Papp Anikó: A magyar monetáris politika hatása az inflációs célkövetés rendszerének bevezetése óta: elemzés strukturális VAR keretben 86

Rácz Tamás: Gazdasági növekedés és a pénzügyi közvetítés fejlettsége 87

Szincsák Gergő László: A minimálbér szerepe a gazdaságpolitikában 88

Tóth Tamás: Konvencionális és nem konvencionális eszközök a magyar gazdaságpolitikában 89

GAZDASÁGPSZICHOLÓGIA 91

Balázs Bence Ferenc - Tóth Máté: A pontgyűjtő kártyák lélektana 92

Chen Xi: How financial attitude, credit card using, and disposable income affect impulsive buying behaviour among college students? 93

Hajnal Emese: A multitasking hatásainak vizsgálata a kognitív képességekre 94

Khayouti Sára: Milyen tényezők hatnak a csalási viselkedésünkre? 95

Kocsis Bence: Labdarúgó játékosok teljesítményének elemzése az átigazolásuk előtt és után a legmagasabban rangsorolt öt európai bajnokságban 2013/2014-es szezon óta96

Kompolti János Ádám: Adópszichológia – Az adózás pszichológiai háttere és változó szemléletek az adóztatás területén 97

Kovács Kincső: Megfogalmazás hatása a döntéseinkre: Hogyan csökkenthetjük a türelmetlenséget 98

Szabó Krisztina Vivien: Happyology – Avagy a boldogság gazdasági tudománya 99

Szamosi Éva: Központban a korrupt diákok - hallgatói csalások Magyarországon és Indonéziában 100

GAZDASÁGSZOCIOLÓGIA 101

Balog Katalin: Az élő szervezet, avagy az agilitás a vállalati versenyképesség horizontján 102

Bogdán Gergely Ármin: Jövedelemegyenlőtlenség és a középosztály helyzete Magyarországon a fiatalok megítélése szerint 103

Csepregi Dániel - Kovács Dóra: Valóban rosszabul élünk, mint 5 éve? - A magyar decilisek jövedelmi és fogyasztói magatartásának vizsgálata az egyenlőtlenségek tükrében 104

Gosztonyi Balázs: Pricing and valuation in the second hand steel bicycle market (Árazás és az értekelés folyamata a használt acélvázas kerékpár piacon) 105

Halmai Fanny Adriána: Rablánc helyett blokklánc – A blockchain technológia jövője a társadalmi és humanitárius kérdések megoldásában 106

Hardi Zsuzsanna - Varga Zsombor Vilibald: Egy ingaállam szavazásának statisztikai elemzése 107

Nyvelt Anna: Proszociális viselkedés a diákok között 108

Schäffer Noémi Enikő: Herbál, Kristály: van minden - szegénység és droghasználat összefüggései egy szegedi szegregátum droghelyzete kapcsán 109

Szamosi Éva: Tisztelendő példák vagy bűnösök? Hallgatói csalás itthon és az óceánon túl 110

Valociková Cyntia: Hunlywood a nézőtéren – a magyar közönség kapcsolata a hazai filmiparral 111

Vojter Noémi: Kommunikáció és a konfliktusok a családi vállalkozásokban 112

GAZDASÁGTÖRTÉNET ÉS KÖZGAZDASÁGI ELMÉLETTÖRTÉNET 113

Bendicskó Lilla: Sztálinbarokk Kolorcity - Avagy hogyan táncolt át a rendszerváltáson Kazincbarcika 115

Benyák Barnabás Benjámin: A modern munkagazdaságtan atyja - Jacob Mincer élete, munkássága, s hatása a közgazdaság-tudomány fejlődésére 116

Hajnal Zsófia: Moral Economics - From a Theoretical Basis to Building the Next Economic System (Morálökonómia – Az elméleti alapoktól a következő gazdasági rendszerig) 117

Heilmann István József: Falufejlesztés és településfejlődés a szocializmus időszakában; Gyermely története alapján 118
Kásler Dóra: A dél-balatoni fürdőélet fejlődése a szocializmus idejében 119
Rácz Bálint Alex: A dualizmus kori vállalkozók jellemzői 120
Szabó Máté: Uradalmi erdőgazdálkodás a Dráva mentén a dualizmus korszakában 121

HUMÁN ERŐFORRÁS GAZDÁLKODÁS I. HR RENDSZEREK ÉS FOLYAMATOK 123
Bordás Gabriella: Távmunkával kapcsolatos attitűdök vizsgálata a leendő munkavállalók és foglalkoztatók körében Miskolcon és környékén 124
Czibolya Bernadett: Befektetés a jövőbe, avagy a tudás kamatoztatása 125
Czine Péter: A kiválasztási tesztek teljesítmény előre jelző képességének vizsgálata 126
Fekete Ibolya: Tudáskinyerés véletlen csoportokból 127
Földi Lili: Állásra jelentkezők tudásalapú interjúztatása (A kompetencia és a tudás szembeállítása állásinterjúk során) 128
Görcsi Zsombor: A bértitok intézménye és az egyenlő munkáért egyenlő bér elvének viszonya 129
Hegedüs Márton Áron: Adatokra bontott emberek, a vállalati fluktuáció csökkentési lehetőségei a kiválasztási folyamat adatvezérelt eszközökkel való támogatásán keresztül 130
Nagy Dorottya - Szentirmai Bàlint: Otthon, édes otthon - A home office hatása a szervezeti tudásteremtésre 131
Neuhold Dóra Ágnes: HR folyamatok digitalizálási lehetőségei 132

HUMÁN ERŐFORRÁS GAZDÁLKODÁS II. EGYÉNI JELLEMZŐK MENEDZSELÉSE A SZERVEZETBEN 133
Bordás Gabriella: Képzések a munka világába történő integrációért, adalékok: marginális munkaerő-piaci rétegek, illetve képzések, átképzések a Miskolci Járásban 134
Cserni Tamás: Az EQ-5D kérdőívvel mért hasznosságok regressziós elemzése pikkelysömörös betegeken 135
El-Meouch Nedim Márton: Smoker's paradox Magyarországon? Szívinfarktus utáni túlélés elemzése statisztikai módszerekkel 136
Fóris Norbert: A vak és aliglátó személyek munkaerőpiaci helyzete Magyarországon 137
Jóna Péter: Az emberi tényező szerepe a szolgáltatásokban 138
Kárász Balázs: A vállalati tréningek hatékonyságának vizsgálata 139
Rígler Dorottya: Életminőség és hasznosságmérés a Crohn-betegségben 140
Sönperger Richárd: A szervezeti kultúra és az önértékelés kapcsolata 141
Szakács Attila Péter: Öndeterminációs elmélet alkalmazása az értékesítésben 142
Vincze Alexandra - Véső Tamás: A cochleáris implantátum a mindennapokban 143

HUMÁN ERŐFORRÁS GAZDÁLKODÁS III. GENERÁCIÓK ÉS MUNKÁLTATÓI MÁRKA 145

Csőke Lilla: A Z és Alfa generáció motivációs kihívásai 146

Drabancz Áron: A magyarországi elöregedés új megközelítésben - az időskori munkavállalás lehetőségei a gazdasági terhek csökkentésében 147

Gossler Enikő: Kell-e csocsóasztal a BGE-seknek? – avagy miként befolyásolja a Budapesti Gazdasági Egyetem hallgatóinak munkahelyválasztását az employer branding 148

Horváth Balázs István: Az időskorú munkavállalók helyzete a magyar munkaerőpiacon - Aktivitási és jóléti mutatószámok vizsgálata 149

Kiglics Krisztina - Németh Norina: A társadalmi innováció és a generációk kapcsolata 150

Kovács Kata: Versenyben a munkavállalókért - Az employer branding hatása a munkavállalók munkahely-választási preferenciáira 151

Nagy Dániel: Munkáltatói márka komplex értékelése munkavállalói elégedettség mérésen keresztül egy multinacionális vállalat veszprémi gyáránál 152

Szentpéteri Liza: Iskola kapujáig tartó barátságok 153

Tamás Zsanett - Vései Viktor: „Márka nélkül nem megy” – avagy a munkáltatói márkaépítés jelenlegi helyzete Magyarországon 154

Veréb Henrietta: Generációs különbségek a munkaerőpiacon 155

HUMÁN ERŐFORRÁS GAZDÁLKODÁS IV. VEZETÉS, KAPCSOLAT ÉS ELÉGEDETTSÉG 157

Bilicz Hanga Lilla: A hazai pedagógusok által észlelt vezetési stílus és munkaelégedettség vizsgálata 158

Boros József: Az észlelt munka-magánélet egyensúly vizsgálata a Debreceni Egyetem PhD hallgatói körében 159

Bukovics Diána: Az érzelmi intelligencia és a vezetői eredményesség kapcsolata 160

Csurka Evelin: A kapcsolati tőke vállalati aspektusból történő vizsgálata 161

Fodor Fanni Ildikó: Foglalkoztatotti elégedettség vizsgálat a magyar gombavertikum versenyképességének növelése érdekében 162

Káplár Ágnes: Elégedettség kontra kilépés – A Teva Gyógyszergyár Zrt. HR sajátosságai 163

Sáfrány-Kovalik Rozália Sára: Menedzser vs önkéntes koordinátor 164

Soltész Violetta Éva: Pályakezdő fiatalok elhelyezkedési esélyei-a kapcsolati tőke szerepe az elhelyezkedésben 165

Szepesi Nóra Judit: Egyedül nem megy?! Az extrovertált–introvertált személyiségtípusok és a mainstream munkakörnyezet kapcsolatának vizsgálata 166

HUMÁN ERŐFORRÁS GAZDÁLKODÁS V. OKTATÁSMÓDSZERTAN, PÁLYAORIENTÁCIÓ, TEHETSÉGMENEDZSMENT 167

Balogh Dóra: A személyiség és az érzelmi intelligencia vizsgálata a pályaorientáció és a munkaértékek szempontjából 168

Boncz Botond: Koncentráció fejlesztése tanulási problémás gyerekeknél-valóban megéri? 169

Fülöp Zoltán: Munkaerőpiaci feszültségek Magyarországon és enyhítésük lehetséges eszköze az oktatásban 170

Győrffy Kristóf: Szervezeti tehetségmenedzsment a magyar közgazdasági és üzleti szakkollégiumokban 171

Ignácz Henrietta: Merre tovább? Az alapképzésről a mesterképzésre való átlépésre ható tényezők vizsgálata a diplomás pályakövető rendszer keretében 172

Lukáts Gergely Dániel: The Effect of Grade Inflation on Student Evaluations of Teaching (A jegyinfláció hatása az Oktatók Hallgatói Véleményezésére) 173

Ormándi Mónika - Virág Evelin: Csalás a felsőoktatásban 174

Osama Alhendi: Az angol nyelv oktatásának minősége mint a fenntartható fejlődésre ható tényező, magyarország példáján keresztül 175

Somogyi Csaba: Kényszer vagy esély a nappalis hallgatók megnövekedett munkavállalási aránya 176

HUMÁN ERŐFORRÁS GAZDÁLKODÁS VI. MUNKAERŐPIACI, ÁGAZATI ÉS TERÜLETI KUTATÁSOK 177

Béda Panna Cseperke: Az Európa 2020 foglalkoztatáspolitikai céljai és azok hazai megvalósulása 178

Dióssy Kitti: Migráció a megélhetés tükrében - Spanyolország 179

Gáspár Ákos: A magyar és olasz alapszakos közgazdászok karrieraspirációinak vizsgálata és összehasonlítása 180

Hartvig Áron Dénes: Potyautasok a csoportos termelésben 181

Herczeg Zoltán: Munkaerő-piaci hatékonyság Kelet-Közép-Európában, különös tekintettel a magyarországi bérek és a termelékenység összefüggéseire 182

Sós Natália: A köztulajdonlásból fakadó vitatott kérdések - a köztulajdonban álló vállalatok tükrében 183

Strausz Mónika: Karrierlehetőségek a pénzügyi tanácsadás világában: A kis- és közép-, illetve multinacionális vállalatok összevetése 184

Szűcs Tímea Réka: Cegléd munkaerőpiaci helyzete 185

Tarjányi Viktória: Fakanál vagy nem fakanál? – A nők munkaerő-piaci jellemzői az Európai Unióban 186

Thalmeiner Gergő: Tejtermelő tehenészet ágazat foglalkoztatotti motivációjának vizsgálata bajai járásban 187

Ying, Liu: Analysing ‘reverse brain drain’ in china (A kínai "fordított agyelszívás" elemzése) 188

KÖRNYEZETGAZDASÁGTAN, FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉS 189

Czibere Szilárd: Elektromos autók környezeti hatásai 190

Drabancz Áron - El-Meouch Nedim Márton: Az EU ETS kvótarendszer eredményessége a globális klímaváltozás elleni harcban 191

Fülöp Ildikó: Lakossági energetikai önellátás gazdasági értékelése 192

Győriová Erika - Kiss Eszter: Alternatívát jelenthet-e a car sharing a hagyományos közlekedési módokra? 193

Hajdu Katalin: A fenntarthatóság az EMAS rendszer tükrében egy gazdálkodó szervezet példáján 194

Havas Márton: Akkumulátorokkal kiegészített naperőművek versenyképessége csúcserőműként történő használat esetén Magyarország, Csehország, Románia és Szlovákia villamosenergia-rendszerében 195

Kiss Noémi Ibolya: Veszélyben az édesvízkészlet-jövőképünk és lehetőségeink 196

Kovács Viktória: Fenntarthatóság a hazai textiliparban termelői és fogyasztói oldalról 197

László Veronika: Az élelmiszerpazarlás hatásai és mértéke az Európai Unióban, a 18-25 éves korosztály magatartása 198

László Veronika: Economic impact of food waste Food waste of the Household level focused on the young age group (Az élelmiszer pazarlás gazdasági hatása - A háztartások élelmiszerpazarlása, a fiatal korosztályra összpontosítva) 199

Tőke Péter: Új szereplő az energiapiacon: a helyi hidrogéntermelés integrációjának gazdasági előnyei a megújuló kapacitások hozambizonytalanságának kezelésével 200

Vidéki Márta: Egy hulladékmentes étterem megvalósítási lehetőségei Magyarországon 201

MARKETING I. FOGYASZTÓI MAGATARTÁS I. 203

Balsa-Budai Nikolett: Az önkéntes egyszerűsítők fogyasztási magatartásának vizsgálata debreceni egyetemisták körében 204

Biró Borbála: Műtéti eljárások elfogadtatása marketingszemléletű támogatással 205

Csabai Ádám: A sorozatipar marketing szemléletű elemzése a Netflix példáján keresztül 206

Érsek Ádám: Cinemarketing 207

Farkas Noémi Dóra: Az egészséges táplálkozás megítélése a hazai fogyasztók körében 208

Holczer Adél Judit: A szülői egészségtudatosság és az étkezési preferenciáik vizsgálata a gyermekkori elhízás tükrében 209

Ilyés Ágnes: Use of personal data in marketing from consumer perspective (Személyes adatok felhasználása a marketingben fogyasztói szemszögből) 210

Kiss Brigitta: Preferenciák a magyarok süteményfogyasztási szokásaiban: mennyiség vagy minőség 211

Könye Dóra: Ilyen ez a popszakma, avagy marketing a zeneiparban 212

Schnell Ágota: A különböző nemzetiségű hallgatók étkezési szokásai külföldi tanulmányaik alatt 213

Siska Eszter: Fogyasztói percepció és pozicionálási lehetőségek a Tokaji borvidék pezsgőinek tekintetében a hazai piacon 214

Unghváry Tamás: Márkák harca a mobilpiacon 215

MARKETING II. FOGYASZTÓI MAGATARTÁS II. 217

Claro Dániel: A Ryanair és a Wizz Air fogyasztói megítélése a Fair Pricing modell tükrében 218

Dujmov Ljiljana Selma: Közös fogyasztói érték- és élményteremtés a Legonál 219

Fazekas Bence: Sneakermarketing 220

Gyárfás Adorján - Kadocsa Ferenc - Tárkányi Zoltán: Nekünk mit jelent az online bankolás? 221

Sajtos Bianka: Márkaszemélyiség vizsgálata a parfüm márkák piacán 222

Stósz Fanni: A szeretőktől az uralkodókig: az archetípus-márkázás 223

Szabó Dániel: Belföldi, szállodai szolgáltatások minőségére ható tényezők bemutatása, vizsgálata, illetve megítélése az egyes korosztályok körében 224

Tóth Benjámin Barnabás: A fogyasztó és a márka közötti viszony vizsgálata az Old Spice és az AXE példáján 225

Tóth Zsuzsanna: A Fintech és Insurtech, mint digitális megoldások ismertsége a hazai fogyasztók körében 226

Török Nikolett: A magyarországi LMBT társadalom fogyasztói magatartás vizsgálata 227

Újvári Gabriella: Érzékszervi marketing a fast fashion területén 228

Zsigmond Tibor: Az X és Y generáció a mobil applikációk világában 229

MARKETING III. MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ ÉS DIGITÁLIS MARKETING 231

Bak Dorina Gerda: Közösségi média jelentősége a borfogyasztók körében 232

Berkovics Beáta: CSR tevékenységek a kanti etika tükrében: Etikus magatartás vagy csak az önérdek megnyilvánulása? 233

Boros Réka: A zene, mint befolyásoló tényező a reklámokban 234

Gyulai Zsófia: Az élményérzetet teremtő arculat megalkotása az online-világban 235

Kósz Éva Katalin: A kutyák szimbolikus jelenléte a reklámokban - A kutya, mint családtag 236

Kovács Tímea: Egy hazai mikrovállalkozás webáruházának elemzése-különös tekintettel az online marketingre 237

Pintér Tünde Zita: Gerillamarketing az FMCG piacon Romániában 238

Pócsi Nikolett: Online marketing audit kis- és középvállalkozások számára 239

Sánta Kamilla: Termékmegjelenítés - korunk leghatásosabb reklámformája (?) 240

Zsideková Rita: Marketingkommunikáció az értékesítés ösztönzés szempontjából 241

MARKETING IV. MARKETINGMÉRÉSEK, TURIZMUS ÉS SPORTMARKETING 243

Bilicz Dávid - Bilicz Hanga Lilla: A szurkolói motivációk, az azonosulás és a csapateredményesség hatása a szurkolói elégedettségre 244

Fenyővári Bernadett: A befogadó és repertoárszínházak marketingstratégiai döntéseinek vizsgálata 245

Hardai Ibolya: Ügyfélelégedettség-menedzsment döntéseket megalapozó mérések és elemzések egy vendéglátóhely példáján 246

Németh Henrietta Elvira: A CREAWEB online rendeléskezelő eszköz értékesítést ösztönző hatása a CREATON SOUTH-EAST EUROPE Kft.-nél 247

Patkós Orsolya: Élménymarketing a szponzorált futóversenyeken 248

Porcs Dániel: Sportolás, mint életforma, avagy a testmozgás hogyan épül be a miskolci egyetemisták mindennapjaiba 249

Pozsonyi Tamás: Túl az Óperencián 250

Szücs Zoltán: Örvények a vállalat légterében: a turbulencia típusai és menedzseri észlelésük 251

Törzsök Emese: Monográfia a mystery shoppingról, avagy az álcázott vásárlás elmélete, iparági jellemzői és a gyakorlatban történő alkalmazása 252

MARKETING V. VIRTUÁLIS KÖZÖSSÉGEK 253

Amir Ali Irvanian: A közösségi média B2B marketingben betöltött jövőbeli szerepe, kapcsolati vagy tranzakciós 254

Bohus Dóra: Közösségi média aktivitás marketingszempontú elemzése 255

Fritz Renáta: Ki fogom bírni, ha napokig nem jutok közösségi médiához: fogyasztói reagálás hiányhelyzetre 256

Kató Réka: Politikai marketing, média és internet, avagy bábszínház az egész? 257

Kocsis Anikó: Hogyan erősíthető a személyes kapcsolat a tematikus videóblogok esetében? Videóbloggerek személyes márka és márkaközösség vizsgálata 258

Kramarics Gergő: A kommunikációs evolúció hajnalán: a közösségi média és a fogyasztói magatartás összefüggései az élelmiszer-kiskereskedelem példáján 259

Lajhó Ruben: A közösségi média alkalmazása és hatékonyságának mérése az Újszövetség Gyülekezet példája alapján 260

Peredy Zita Beáta: Megszemélyesített ajánlórobotok 261

Sölch Tamás György: Banks' Branch Network Development Strategies in a Digital Environment (Bankok fiókhálózati fejlesztési stratégiája egy digitális környezetben) 262

Varga Zsófia: Segítség! Anyám rólam posztol! Avagy hogyan befolyásolja a szégyen a középiskolások Facebook fogyasztási szokásait? 263

MARKETING VI. INNOVÁCIÓ ÉS FENNTARTHATÓSÁG 265

Balsa-Budai Nikolett: Fenntartható értékrend vizsgálata debreceni egyetemisták körében 266

Czibor Lili Réka: A vásárlás fizikai környezetének korszerűsítése a próbafülkék felhasználó központú fejlesztésével 267

Csere Angelika: Fogyasztói csoportok a termék életciklus mentén 268

Gerics Dorottya Borbála: Megújult látásmód – Szponzoráció a motorosok megszólítására egy hazai startupnál 269

Kesjár Szilvia: Az innovációs folyamat közösségi ötletbörzével történő menedzselése 270

Kovács Sándor: Az okos város fejlesztése és kihívásai. Akarnak egyáltalán az emberek okos városban élni? 271

Nagy Dorottya: Ennél nincs lejjebb - Freemium, a romboló innovációnak ellenálló üzleti modell 272

Nagy Krisztina: A hazai fogyasztók tudatossága a divatban: a "fast fashion" környezetszennyező árnyoldalai 273

Szabó Kitti: Egy innovatív termék fejlesztése és piaci bevezetése a MotoHotwear példáján keresztül 274

Szőke Tamás Kornél: A környezetkímélő autók hatásainak vizsgálata és fogyasztói megítélése hazánkban 275

MIKRO- ÉS MAKROGAZDASÁGTAN PIAC- ÉS DÖNTÉSELMÉLET 277

Babicz Benjamin: Vegyes duopólium külföldi résztulajdonnal 278

Berei Gábor: Budapest, baj van! - A budapesti autósok fizetési hajlandóságának vizsgálata a parkolás kapcsán 279

Claro Dániel - Hegedüs Zsombor: Hogyan juss tovább a bajnokok ligájában? - Avagy a bajnokok ligája kieséses szakasz mérkőzéseinek elemzése játékelméleti módszerrel 280

Gyetvai Márton: Az átmeneti szabályok és díjak együttes optimalizálása, Bónusz-Málusz rendszerekben 281

Horváth Diána: Szerződéstípusok hatása kétoldalú piacon 282

Németh András Áron: Egy ágens-alapú modell hálózatelméleti elemzése 283

Nyikos Viktória: Hotelling a való életben, avagy lehet-e a Hotelling modell segítségével valós szituációk összefüggéseit vizsgálni 284

Pap Áron: A vállalatok kiberbiztonsági befektetéseinek egyéni és rendszerszintű modellezése 285

Pásztor Szabolcs: Hagyományos taxi kontra Uber - Új szabályozói kihívások a taxipiacon 286

Pásztor Szabolcs: Taxipiaci verseny - A hagyományos és az új vállalatok stratégiai interakciója 287

PÉNZÜGY I. DIGITALIZÁCIÓ ÉS PÉNZÜGYI TUDATOSSÁG 288

Bagdy Ábel - Drabancz Áron - El-Meouch Nedim Márton[3]: A magyar fiatalok bankolási szokásai és a digitalizáció a banki jövedelmezőség keresztmetszetében 289

Bencsik Győző - Horváthné Kocsis Henrietta: A hazai kereskedelmi bankok elektronikus banki szolgáltatásainak fejlődési lehetőségei és veszélyei 290

Czigler Enikő Judit: A Kickstarter kampányok hazai tanulságai 291

Csáji Anna - Hegedüs Attila József: Különbségek a pénzügyi tudatosság terén a gazdasági és a nem gazdasági szakon tanuló fiatalok körében 292

El-Meouch Nedim Márton - Pásztor Szabolcs - Szűcs Krisztián: A kriptovaluták elterjedésének lehetőségei és potenciális hatásai a bankrendszerre 293

Fajd Petra: Pénzügyi kultúra-kutatás az Észak-magyarországi régió megyeszékhelyeinek közgazdasági és nem közgazdasági középiskoláiban 294

Kánya László: A kockázatitőke-befektetések döntési folyamat és a befektetések szempontrendszere 295

Kapronczay Mór - Simity Milán: Cryptocurrencies, cryptocommodities or cryptostocks? (Kriptovaluta, kriptoáru vagy kriptorészvény?) 296

Kiss Eszter - Németh Nikolett: A fiatalok pénzügyi kultúrája a Széchenyi István Egyetem hallgatóinak példáján 297

Paczona Péter: Bankkártya-forradalom Magyarországon 298

Rideg Marcell - Sándor István Nicolaus: A magyar háztartások fontosabb társadalmi-gazdasági jellemzői, különös tekintettel a 18-35 évesek pénzügyi sérülékenységére illetve tudatosságára 299

PÉNZÜGY II. PÉNZÜGYEK A GAZDASÁGBAN 301

Fáró Jenő: A mezőgazdasági vállalatok jövedelmezőségének meghatározói a visegrádi országokban 302

Herczeg Miklós: Az elektronikus kapcsolattartás hatása az adóellenőrzés folyamatára 303

Jakab Tekla: A Magyar Államkincstár és az Önkormányzatok kapcsolatrendszere 304

Kapronczay Mór: Globális félelem terjedés 305

Kovács-Szamosi Rita: Magáncsőd hatása a banki jövedelmezőségre 306

László Rebeka: Békéscsaba Önkormányzatának pénzügyi elemzése a helyi iparűzési adó alakulása tükrében 307

Majtényi Márton: A progresszív és egykulcsos személyi jövedelemadók jövedelmi egyenlőtlenségekre és gazdasági növekedésre gyakorolt hatása 308

Őszi Noémi: Megtakarítási szokások vizsgálata nyugdíj és öngondoskodás tekintetében 309

Sass Zoltán: Optimális tőkeinjekciók pénzügyi hálózatokban 310

Süle Adrienn Rita: A vállalati hitelezés szerepe a gazdasági növekedésben egy válságot követő időszakban Magyarországon 311

Szakács Dominik: A tudatos fogyasztói magatartás a pénzügyi fogyasztóvédelem tükrében 312

PÉNZÜGY III. ÉRTÉKELÉSMÓDSZERTANI SZEKCIÓ 313

Balogh Virgínia: A stratégiai és a pénzügyi döntések közötti szakadék áthidalása egy újszerű módszer segítségével 314

Biró Zsófia: A MOL 2030-as stratégiájának pénzügyi megvalósíthatósága és hatása a tulajdonosi értékre 315

Csíki Ottó: Vevőérték-számítási módszer alkalmazása a hűségesítési döntések megalapozására 316

Fáró Jenő: A (regressziós) fák az égig érnek, avagy a rekurzív particionáló algoritmus alkalmazásának lehetősége a jövedelmezőség vizsgálatában 317

Király Imre István: A Benford-törvény és néhány alkalmazása 318

Kujbus Marcell: Vállalati felvásárlás sikerességének előrejelzése Support Vector Machine-nel 319

Mészáros Mercédesz: Árfolyammodellezés nem konvencionális monetáris politikák mellett 320

Morvai Dóra: Beruházás-értékelési módszerek gyakorlati alkalmazásának kihívásai 321

Simity Milán - Vancsa Miklós Milán: Rough volatility in foreign exchange markets (Érdes volatilitás a deviza piacokon) 322

Tar Boglárka Csilla: Opciók vizsgálata az R statisztikai rendszerrel 323

REGIONÁLIS GAZDASÁGTAN ÉS TERÜLETFEJLESZTÉS 325

Czipczer Tamara - Krokos Anita: Egy sikeres társadalmi innováció megvalósulása, avagy Bioszentandrás, a példaértékű mintafalu bemutatása 326

Csia Márton - Ghira Zsófia Anna: A mobilitás határai - a városi közlekedés attitűdvizsgálata Budapesten 327

Csizmadia Adrián: Települések jövedelmi és iskolázottsági helyzetének vizsgálata a Dél-Dunántúli régióban 328

Lengyel Erzsébet: Hozzáadott értékadó hiány Romániában 329

Mezei Martin: Szolnok Megyei Jogú Város területi versenyképességének vizsgálata a jövő generációjának szemszögéből 330

Molnár-Vojtkó Tünde: Sopron és a hármas határvidék: Hol és miért éri meg vállalkozni? 331

Popovics Nikolett: Hová növekszel dunakeszi? Dunakeszi szolgáltatásokkal való ellátottságának vizsgálata és jelentőségének mérése a budapesti agglomerációban 332

Pósfai István: Regionális konvergencia az Európai Unióban 333

Szenek Fanni - Zubor Melissza: Regionális gazdaságfejlesztés támogatása a terméktér segítségével 334

Uzonyi Antal: A közvetlen agrártámogatások értékelése Hajdúböszörményben 335

Vizi Noémi: A városfejlesztés új kihívása: Tehetségek vonzása és megtartása 336

STRATÉGIA ÉS TUDÁSMENEDZSMENT 337

Baksa Szabina: Az adat, mint eszköz hatása a vasúti infrastruktúra menedzsment működésére új teljesítménymutatókon keresztül 338

Biró Zsófia: Az olajipar jövője Magyarországon: a MOL 2030-as stratégiája 339

Bogányi Tímea Alexandra: Vezetéstudomány a hadviselésben 340

Gasparek Zsófia: Development of a knowledge management framework to operate an automated guided vehicle system in a parcel delivering operation (Egy AGV rendszer működtetéséhez szükséges tudásadatbázis kialakítása a csomagszállító iparágban) 341

Matesz Anna: Az Ad-Vesz Kft. stratégiai terve 342

Mattesz Dóra: A tudásmenedzsment gyakorlati megvalósítása a magyar közoktatásban a Szekszárdi Szakképzési Centrum példáján keresztül 343

Nagy-Borsy Viktor: Az MVM Csoport növekedési stratégiája az elmúlt évtizedben 344

Pintér Tünde Zita - Somogyi Nárcisz Csilla: A Cris-Tim vállalatcsoport stratégiai terve 345

Simon Dóra: Hozzáadott érték különbözőségen alapuló zalaegerszegi gazdaságfejlesztési koncepció 346

Tőzsér Attila: Lean és Agile folyamatfejlesztési módszerek kombinált alkalmazásának lehetőségei informatikai szolgáltató környezetben 347

SZÁMVITEL, KONTROLLING I. BESZÁMOLÁS ÉS ADÓZÁS 349

Bárdos Laura Éva - Lencsés Rita: A magyar holding társaságok adózását érintő hatások vizsgálata az Európai Tanács 2016/1164 irányelvének tükrében 350

Bosnyák-Simon Nikolett: Környezeti kockázatok kezelése a számvitelben 351

Ferenczy Borbála: A magyar adójog komplexitása 352

Korbuly Kamilla: A vállalati fenntarthatóság mozgatórugói és kapcsolata a pénzügyi eredményességgel 353

Márton Kinga: A jövedelmezőség mérésének új útja: a felhasznált tőkével arányos nyereség 354

Rozgonyi Anna Teréz: A jövedelemmel kapcsolatos adók és járulékok változásainak hatása az Államháztartásra, valamint a magánszemélyek jövedelmére 355

Szablics Roland: Finanszírozási tevékenység a nemzetközi adótervezésben - Fókuszban a BEPS és az ATAD 356

Ternován Bernadett: Hol a hiba? - Az elvárási rés megközelítése igazságügyi szakvélemények elemzésével 357

SZÁMVITEL, KONTROLLING II. DÖNTÉSTÁMOGATÁS 359

Czipczer Tamara: Vegyük számításba az embert! 360

Istenes Krisztián Attila: Merre tovább kontrolling? 361

Kerezsi Dóra: A kiegészítő melléklet szerepe a vállalati döntéshozatal támogatásában 362

Korponai Attila Patrich: A Koléner Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. pénzügyi számviteli elemzése, növekedési lehetőségei 363

Lehóczki Eszter: A digitális beszámolás jövője, Az XBRL bemutatása és magyarországi helyzetének vizsgálata 364

Molnár Dóra: Vállalatirányítási rendszerek a kereskedelmi és szolgáltató cégeknél 365

Nyisztor Fanni: A számvitel jövője a kis-és középvállalkozások területén 366

Takács Vivien: Az üzleti tervezés hatékony támogatása 367

SZÁMVITEL, KONTROLLING III. NEMZETKÖZI SZÁMVITEL 369

Csendom Krisztina: A munkavállalói juttatások elszámolásának bemutatása az IAS 19 standard alapján 370

Csiszár Dorottya: A nemzetközi befektetői szemlélet Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardokban (IFRS) történő érvényesülésének bemutatása a Magyar Telekom Nyrt. és a Telenor ASA szabad cash flow módszerrel történő vállalatértékelésén keresztül 371

Fekete Zoltán: A Richter és a GlaxoSmithKline gyógyszeripari cégek összehasonlítása a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok (IFRS) alapján 372

Hajdu Dániel: Játék az eredménnyel - az earnings management 373

Holpert Veronika: Mit mutat a magyar és a szlovak szánviteli törveny? 374

Horváth Eszter: Nyereségadók elszámolása a nemzetközi és a magyar számviteli gyakorlatban 375

Kiss Tünde - Vancsa Miklós Milán: Új számviteli szabályozások hatása a pénzügyi kimutatások befektetői relevanciájára 376

Miklós Daniella: A Családi Otthonteremtési Kedvezmény számviteli elszámolása a magyar szabályok és nemzetközi standardok alapján 377

Pénzes Borbála Zsuzsanna: A futball számokban - Az FC Bayern München konszolidált beszámolójának elemzése 378

Zemkó Boglárka: Az IFRS-ek magyarországi bevezetése az egyedi beszámolók szinjtén 379

TERMELÉS- ÉS SZOLGÁLTATÁSMENEDZSMENT, LOGISZTIKA, ELLÁTÁSI LÁNC MENEDZSMENT 381

Balogh Antal: A kis- és középvállalkozások logisztikai problémái 382

Bereczki Adrienn Márta: Ipar 4.0 - a vállalatokat érintő legfontosabb változások és hatások 383

Gáspár-Pintér Zsófia: Hulladékszállítással kapcsolatos járattervezés 384
Gulyás Claudia: A lean vezető a vezetői módszerek és képességek tükrében 385
Katona Bence: Az intermodális logisztika gazdasági és környezeti hatásai 386
Kiss Fanni: A beszállító értékelés (marketing) szerepe a helyi termékek ellátási láncában 387
Páli Anita - Veres Dániel: Mechatronikai rendszerek karbantartását támogató interaktív minőségirányítási platform fejlesztése 388
Szaniszló Vivien: A közösségi gazdasági modell megvalósítása az elektronikus fuvar-, és raktárbörzén, avagy a fejlesztési és szabályozási potenciálok szempontrendszere a jog tükrében 389

TŐKE- ÉS PÉNZPIACOK 391
Biró Dániel: HAR volatilitás modellek összehasonlítása az előrejelző teljesítményük alapján 392
Csiki Máté: Tőkepiaci fertőzések a visegrádi és a fejlett országok részvénypiacai között - A Heckit modell alapján 393
Eckert Emília Viola: FinTech: Változások a vagyonkezelésben 394
Geisz András: Short- vs. long-term oriented performance on the united states' capital markets after the financial crisis of 2008 (A rövid- és hosszú távú tőkeallokációs időhorizont teljesítménykülönbsége az amerikai tőkepiacokon a 2008-as pénzügyi világválság után) 395
Gera Imre: Dimenzióredukciós heurisztikák részvénypiaci korrelációs mátrixokra 396
Gyüre Ferenc: Bitcoin és banki alapú finanszírozás összehasonlítása 397
Klojbert Barbara Daniella: Tőzsdei kereskedelemhez kereskedői stratégia kialakítása 398
Kun Attila: Blockchain alapú kriptovalutákra vonatkozó kereskedési szignálok generálása közösségi média és hírcsatornák gépi hangulatelemzésével 399
Mehman Karimov: The impact of foreign direct investment on turkish economy (A külföldi közvetlen beruházások (FDI) hatása a török gazdaságra) 400

TURIZMUS I. A TURIZMUS REGIONÁLIS ASPEKTUSAI 401
Ademi Orazaly: Kazahsztán országképe nemzetközi szemmel 402
Daray Erzsébet: Nevek tükrében. Romániai helynevek angol névváltozatai 404
Horvát Dominika: A Tokaj, Felső-Tisza és Nyírség kiemelt turisztikai fejlesztési térség jellemzői és lehetséges turisztikai szerepe 405
Kovács Dániel Csaba: A város identitás fejlesztése a turizmusban digitális ismeretterjesztéssel 406
Miskolczi Márk: Innovációs alternatívák Budapest közösségi közlekedésében 407
Pandula Bettina - Zsiros Bernadett: A képernyőtől az utazásig: A Trónok harca generálta filmturizmus sajátosságai 408

Sánta Ádám Kálmán: A gazdaságfejlesztési tevékenység hatása Debrecen turizmusára és kapcsolata a turisztikai fejlesztésekkel, applikációkkal 409

Strincz Szilvia: A kulturális turizmus új útjai Egerben – ravennai inspiratív megoldások nyomán 410

Sütő Anikó: Turizmusfejlesztés vidéki területeken Tarpa település példáján keresztül 411

Takács Ivett: Táplálkozási szokások és azok változásai Borsod-Abaúj-Zemplén megyében, különös tekintettel Sajókazára 412

TURIZMUS II. TURISZTIKAI TERMÉKEK ÉS SZOLGÁLTATÁSOK FEJLESZTÉSE 413

Adamcsók Boglárka Eszter: Állatbarát szolgáltatások és lehetőségek a turizmusban 414

Balla Nóra: Méhészeti egyesületek által szervezett rendezvények szervezése és jelentősége 415

Karkus Máté István: Munkavállalói döntések és motivációk vizsgálata a folyami személyszállításban 416

Répászky Márk Tamás: A tanulási és utazási formák keresztmetszetei, az Erasmus program és a turizmus kapcsolata 417

Sándli Zita: A lovaskultúra örökségei és a lovasturizmus jövőképei - a Kassai-féle lovasíjász módszer, mint hungarikum 418

Szabó Gábor: az utazási irodai szolgáltatások igénybevételének megváltozása az Y, Z generáció fogyasztási preferenciáit vizsgálva 419

Szakács Dóra Mária: Tedd már le! - avagy még utazáskor is az okostelefon?! 420

Szenyéri Viktória: Önkéntesekről önkéntesként: A 2017-es budapesti FINA világbajnokság segítőinek szerepe a magyar főváros sportturizmusában 421

Tiszavölgyi Viktória: Szivárványszínű turizmus 422

Tóth Alexandra: Az interaktív muzeológia és a Z generáció kapcsolata, egy digitalizált generáció és a kulturális turizmus viszonyának vizsgálata 423

Tóth Tímea Zsófia: Filmek a fejünkben − A filmturizmus, mint a kulturális turizmus új aspektusa 424

TURIZMUS III. INNOVÁCIÓK A SZÁLLÁSADÁSBAN ÉS A VENDÉGLÁTÁSBAN 425

Balogh Réka: Balatoni gasztroturizmus fejlődése 426

Borsodi Zsuzsanna: A gluténérzékenységben szenvedők helyzete az idegenforgalomban és a vendéglátásban 427

Giulia Filoso: Y generáció, gasztroturizmus és közösségi media: A tervezett cselekvés elméletének alkalmazási lehetősége 428

Hirschmann Anett - Molnár Fanni: Vendégelégedettség és jövedelmezőség kapcsolatának vizsgálata a magyarországi négy csillagos hotelek esetében 429

Izing Orsolya Zita: Változik a világ – Változzon az etika is? (Korunk vendéglátás-etikai sajátosságai az Accor Hotels budapesti szállodáin keresztül) 430

Kertész Richárd: A GDPR bevezetésének hatása a szállodai üzemeltetésre 431

Kovács Vivien: A Slow food mozgalom elterjedése Magyarországon, mint a helyi gazdaságfejlesztés és a helyi termelők támogatásának lehetséges eszköze 432

Mészáros Ivett: Filozófia és gyakorlat a közösségi szállásmegosztásban – A budapesti Couchsurfing vendéglátói gyakorlata 433

Németh Eszter Júlia: Prevention based new wellness product development in the Hungarian hotel sector (Prevenció alapú wellness termék fejlesztése a magyar hotelszektorben) 434

Palik Júlia Margit: Mátrai szállodák revenue menedzsment rendszereinek értékelése, és a technikák vendégelégedettségre gyakorolt hatásának vizsgálata 435

Pócsa Krisztina: Sikertényezők a rendezvényszervező és a szálloda együttműködésében 436

Sebesi Petra: A minőségmenedzsment jelentőségének bemutatása a Magyarországon működő szállodaláncokon keresztül 437

VÁLLALATFINANSZÍROZÁS 439

Antal Tibor Kende: Részvényesi értékrombolás 440

Benkő Krisztina: Magyar startupok pénzügyi kimutatásainak relevanciája a befektetési döntéseknél 441

Bosnyák Krisztián: Tőkeszerkezeti döntések empirikus vizsgálata tőzsdei vállalati mintákon 442

Gönczy Balázs: Gaming Industry árbevétel generálási módszerek kiértékelése 443

Hajas Gergely: A mezőgazdasági tevékenység megkülönböztető ereje a hitelbírálati döntés során 444

Pleszkó Renáta: A vállalati tőkeszerkezetet befolyásoló tényezők 445

Puha Adrienn - Puha Alexandra: A KKV-k fejlesztését szolgáló innovatív finanszírozási eszköz, a crowdfunding bemutatása a Kickstarter példáján keresztül 446

Ujtz Zoltán: ERP-Integrált Vállalatirányítási-Rendszerek bevezetésének hatása, hozzáadott értékének, valamint az EU 2007-2013-as tervezési időszakban támogatott kkv-k vizsgálata 447

Varga-Lengyeltóti Szilvia: Vállalkozási hitelcsalások nyomában 448

VÁLLALATGAZDASÁGTAN I. VÁLLALATI/VÁLLALKOZÁSI ÉS ÜZLETI GAZDASÁGTANI TANULMÁNYOK 449

Farkas Athéne: Bállalkozási lehetőségek a nők számára Észak-Bácskában 450

Józsa Judit: Hosszú Katinka vagy Iron Lady? A sportolói imázs-transzfer folyamatok fogyasztói megítélése 451

Juhász Dóra: Egy vállalkozás alapításának feltételei: A piaci igények felmérése a "J&D" Játszóház létrehozása 452

Kara Lilla: Kiből lesz társadalmi vállalkozó? - A társadalmi vállalkozók személyiségjegyeinek vizsgálata Eysenck-féle személyiségkérdőív segítségével 453

Kelemen Dóra: A klaszteresedés hatása a vállalkozások innovációstevékenységére és az azt korlátozó tényezőkre az ArchEnerg Klaszter példáján keresztül 454

Krokos Anita: Sikeres társadalmi vállalkozások hátterének, működésének és eredményének elemzése 455

Néninger Henrik István: Startup vállalkozások menedzsment problémái - Kritikus tényezők magyar példák alapján 456

Verhás Alexandra: A magyar KKV-szektor innovációs-pályázati tevékenységének attitűd vizsgálata 457

VÁLLALATGAZDASÁGTAN II. ELMÉLETEK, MÓDSZEREK ÉS PIACOK ELEMZÉSEI 459

Czigony Claudia: Gondolkodj globálisan, cselekedj lokálisan! 460

Eckert Emília Viola: Housing Finance in the EU Member States (Lakástámogatási rendszerek az EU országaiban) 461

Juhász Tibor: Budapesti piaci lehetőségek a városnézési turizmusban az értékelemzés eszközeivel vizsgálva 462

Rácz Bálint Alex: Elavult-e a Porter-féle modell? 463

Szuda Csaba: Egy minőségirányítási rendszer életciklusa a BSC mutatók tükrében 464

Szücs Viktória - Teremy Zsombor: A fordított innováció nehézségei - Az M-Pesa esettanulmányán keresztül 465

Tóth Fanni: Kifizetődő-e az "okosítás"? - Smart trezorok a kiskereskedelemben 466

VÁLTOZÁSMENEDZSMENT KIHÍVÁSOK ÉS INNOVATÍV MEGOLDÁSOK 467

Balogh Dóra: Coworking itthon? Javaslat a coworking irodák marketing stratégiájára 468

Drabancz Áron: Az autózás új „világa”?! – Az elektromos autózás lehetőségei napjainkban 469

Filinger Kitti: Netre fel! A digitális környezet hatása a tanulásra 470

Füle Roxána: Változás! Azaz a digitalizálódó, automatizált világ és annak humán kihívásai 471

Katona Krisztina: Generációváltás a családi vállalkozásokban a jövőképek összevetése egy mezőgazdasági példában 472

Ország Anna: Personalized recommendation for cold start problem 473

Szász Réka: Közösségi finanszírozás - A közösségi finanszírozás ökoszisztéma keresleti és kínálati oldalának elemzése 474

Szentirmai Bàlint: Nyomtatott bizonylatot nem kérek - a kiskereskedelmi bankszektor digitalizációs kihívásai 475

Tóth János: Kompetencia alapú sikertényezők, a projektvezetési tapasztalatok függvényében 476

Zsurka Richárd: Hogyan tovább családi vállalkozások? - A családi vállalkozások generációváltása Magyarországon 477

VEZETÉS, SZERVEZÉS I. 479

Bereczki Csaba Nándor: Vezetői gondolkodás vizsgálata a startupok körében 480

Besenyei Zsuzsa: Meterséges siker - Csapat bárkiből? 481

Cserna Benjámin: A munkahelyi légkör fontossága, leírása és mérése 482

Filep Roland: „Csak a változás állandó" – Változásmenedzsment a Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei kisvállalkozások körében 483

Kézai Petra Kinga: Nők a startup vállalkozások világában 484

Oldal Judit: Hogyan motiváljuk az Y generációs középvezetőket? 485

Szűcs Fanni: Női vezetői kihívások egy amerikai központú budapesti szolgáltató központ példáján szemléltetve 486

Tóth János: Sikerorientált kompetenciák a projektvezetési tapasztalatok függvényében 487

Vasas Adrienn: A start(up)tól "vezető út" a célig, avagy a leadership modell átalakulásának vizsgálata egy startupként indult és befutott légitársaság szemszögén keresztül 488

VEZETÉS, SZERVEZÉS II. 489

Bodor Eszter Zsuzsanna - Móder Mercédesz: SOS! Megéri? - SOS Gyermekfalu Magyarországi Alapítvány társadalmi hatásmérés vizsgálata 490

Fenyves László: Az átszervezett minőségellenőrzési rendszer fejlesztő hatásának vizsgálata az egyik közműszolgáltató személyes ügyfélszolgálatain 491

Gáspár Sándor: Kommunikációs eszközök és csatornák alkalmazása a szervezeti belső kommunikációs rendszerben 492

Hegedüs Anita: Kihívások és válaszok, avagy miért nehéz ma egy professzionális szolgáltatást menedzselni? 493

Horváth Viktória: A társadalmi felelősséget vállaló vállalatok tudatossága és az érzelmi intelligencia kapcsolata 494

Kaszás Ádám - Zsiros Ádám: Egységben a sokszínűség – A BME Gépész Szakkollégium sikertényezőinek elemzése marketing nézőpontból 495

Molnár Adél: A marketing és az értékesítési osztályok kapcsolata, közös folymatai 496

Őri Viktória: A vállalati információs rendszerekben zajló szervezeti kommunikáció hatékonysága 497

Rácz Bálint Alex: Milyen a jó társadalmi vállalkozó? - Esettanulmány az Amigos példáján keresztül 498

Slyuch Klaudia: Tehetségmenedzsment a magyar és a norvég munkaerőpiacon 499

Szendrei-Pál Eszter: Tanácsadói feladatok megjelenése a mesterszakok képzési és kimeneti követelményeiben 500

Vida Péter: Vállalati belső kommunikáció optimalizálása 501

VILÁGGAZDASÁG I. GLOBALIZÁCIÓ, NEMZETKÖZI GAZDASÁGI KAPCSOLATOK 503

Balla Soma - Dióssy Zsolt: Kína gazdasági és politikai térnyerése az afrikai kontinensen 504

Baraksó Viktor: Kína: Gazdasági expanzió Afrikában 505

Dan Zhao: Az EU és Kína Afrikának nyújtott segélyei: Az Aid for Trade hatása a kedvezményezettek exportteljesítményére 506

Lovas Viktória: Az állami szerepvállalás jelentősége Kína és az afrikai országok gazdaságában – összehasonlító elemzés a dél-koreai fejlődés tükrében 507

Ntlabati Khanya Cyril: The Impact of Introducing the Cashless Society on the Economic Growth of South Africa 508

Paróczai Anikó: A nemzetközi szervezetek intézményekre gyakorolt hatása az OECD országok tapasztalatainak tükrében 509

Semenova Viktoriia: A Kínai "Egy Övezet - Egy Út" Kezdeményezés Hatása a Közép-Ázsiai Országokra 510

VILÁGGAZDASÁG II. INTEGRÁCIÓ ÉS KÜLKERESKEDELEM 511

Fritz Petra: Az Egyesült Királyság integráltságának mértéke az Európai Unió piacában - avagy melyik a Brexit legelőnyösebb kilépési formája 512

Jenei Eszter: Versenyképes magyar borok a világpiacon 513

Kapás Rebeka Dorottya: A specializált export és a gazdasági növekedés összefüggései Fekete-Afrikában 514

Mák Dorka: Japán integrációs szerepe az ázsiai térségben 515

Neumann Eszter: Globális értékláncok kereskedelmének hozzáadott értéken alapuló számbavétele-különös tekintettel Magyarország helyzetére 516

Pártos Zsófia: A brexit és Gibraltár: az 50. cikk hatása a brit tengerentúli területre 517

Rigó Edit: Az Egyesült Királyság tőkevonzó képességének változása a Brexit után 518

Tekker Szimonetta: A fejlődő országok versenyképességének vizsgálata a globális értékláncokban 519

VILÁGGAZDASÁG III. MUNKAERŐPIAC ÉS DEMOGRÁFIA 521

Berkovics Beáta: Az első- és második generációs németországi török bevándorlók női tagjainak munkaerőpiaci integrációja 522

Drabancz Áron: Németország és Magyarország első demográfiai osztaléka új megközelítésben 523

Hartvig Áron Dénes - Madari Zoltán: Az európai közös munkaerőpiac hipotézisének vizsgálata 524

Markóczy Réka - Szathmáry Lilla: Az Európai Unió tagállamaiban alkalmazott eltérő alkoholszabályozási gyakorlatok közegészségügyi hatékonysága 525

Nátrán Nikolett: A demográfiai elöregedés és a bevándorlás hosszú távú hatásainak modellezése Németország példáján 526

Pálos Péter: A német migrációt alakító tényezők 527

Pogácsás Csilla: A nemek esélyegyenlőségének vizsgálata az országok kulturális és gazdasági jellemzői alapján 528

Tilesch Bálint Iván: Példát mutatott Skandinávia? - Az északi modell relevanciája a válságot követően 529

ÁGAZATI GAZDASÁGTAN I.
SZEKTORÁLIS ÉS HELYI GAZDASÁGI ELEMZÉSEK, INNOVÁCIÓ

Zsűrielnök:	Dr. Tóth József, egyetemi tanár, BCE GTK
Társelnök:	Dr. Szőllősi László, egyetemi docens, DE GTK
Tagok:	Dr. Fekete-Frojimovics Zsófia, egyetemi adjunktus, BGE KVIK
	Dr. Tóth Katalin, egyetemi adjunktus, KE GTK

Bajkó Ernő István: A málna termeszthetőségének és az arra épülő mezőgazdasági szerkezetváltásnak a vizsgálata Székelyföldön, külföldi példákkal összehasonlítva

bajkoerno@gmail.com
Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem Csíkszeredai Kar
Agrár- és élelmiszeripari gazdaság, BSc, 6. félév

Témavezető:
dr. Péter Emőke-Katalin, docens, RO EMTE CSK

A székelyföldi mezőgazdaság többek között szerkezeti gondokkal és csökkenő munkaerő-állománnyal küzd. A burgonyatermelésben eddig szerzett tapasztalat és a jó termőföldek adta kiváló termés nem tudja a benne rejlő hozzáadott értéket érvényesíteni az árban, mivel a külföldről érkezett tömegáru alacsony árszínvonalat kényszerít az ágazatban lévőkre. Közben krónikus munkaerőhiány jelentkezik a mezőgazdaságban, a fiatalok pedig külföldön a szintén nagy kézimunkaerő igényű ágazatokban helyezkednek el, amit itthon is tehetnének, ha lenne ahol. Ebből a megállapításból, illetve a szerbiai valamint a lengyelországi málnatermesztők sikereiből kiindulva kutatásom célja, hogy megvizsgáljam a bogyósgyümölcsök a málna termeszthetőségének életképességét Székelyföldön. Teszem mindezt arra alapozva, hogy a málna piaca még koránt sem telített, vagyis keresleti piacról beszélünk. Kutatásom során a modellezéshez és statisztikai vizsgálódásokhoz a FAO Lengyelország, Magyarország és Románia termés-, hozam- és termőterület adatait veszem alapul. Kutatásom célja, hogy a jelenlegi trendeket elemezve meghatározni Románia helyzetét a málnatermesztésben a legnagyobb és legközelebbi versenytársaihoz képest.

Géczi Milán: A haza nonprofit szektor vizsgálata egyes tevékenységi területekre fókuszálva

gmilan1992@gmail.com
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vállakozásfejlesztés, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Csiszár Csilla Margit, adjunktus, ME GTK

A dolgozatom célja a hazai nonprofit szektor működésének, nehézségeinek vizsgálata primer és szekunder kutatások által. A nonprofit szervezetek kialakulásának történeti áttekintését követően próbálkozást tesz a dolgozat egyfajta fogalmi tisztázásra is, hogy az eltérő megközelítésű meghatározások közül pontosan mit is takar a nonprofit szervezet fogalma itthon és más fejlett európai országokban. A külföldi kitekintés összehasonlítási alapra ad módot, így lehetőség nyílik néhány területen összehasonlítani a hazai és külföldi szervezeteket. A nonprofitok működésének ismertetését követően, a hazai szervezetek közül a kutatásom leginkább az oktatás, egészségügy és a jogvédelem területén tevékenykedő szervezetekre összpontosít. Válaszokat és alátámasztásokat keresek arra, hogy a civil szervezetek, hogyan használják ki vagy ellenkezőleg hogyan nem hasznosítják az állami és külföldi pályázatokat, és az elnyert pályázatok hogyan segítik a szektor szervezeteinek létezését. Továbbá megállapításokat teszek a nonprofit szervezetek által foglalkoztatottak számát illetően is. A kutatást érintő három terület szervezetei jelentős szerepet játszhatnának az egyes szektorok pozitív irányú fejlődésében. Ezen kívül hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a magyarországi lakosság fogyasztói jogaival megfelelően élhessen, illetve egyáltalán tisztában legyen jogaival. Továbbá az elmaradott helyzetben lévő hazai egészségügy fejlesztésében és az oktatás színvonalasabbá tételében is kedvező szerepet kaphatnak. Így a kutatás elvégzését indokolta az is, hogy a nonprofit szervezetek működése feltérképezésre kerüljön.

Käsz Katalin: A Baranya megyei élelmiszeripari vállalatok fenntarthatóság központú vizsgálata különös tekintettel az élelmiszerhulladékokra

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

Témavezető:
Szabó Mariann, egyetemi tanársegéd, BME GTK

A dolgozatom témájául az élelmiszer-pazarlást választottam. Nagy horderejét jelzi, hogy az utóbbi években egyre több, kapcsolódó szakcikk jelenik meg és hangsúlyt kap hazai és nemzetközi szervezetek szakpolitikáiban is. Ezt támasztja alá az is, hogy az elmúlt időszakban az Egyesült Nemzetek Szervezetének Élelmezésügyi és Mezőgazdasági Szervezete több, a témához kapcsolódó statisztikát és stratégiai dokumentumot is megjelentett, így igyekezvén felhívni a szakértők és a tágabb nyilvánosság figyelmét a kihívás globális voltára és fontosságára.
Egy 2011-ben megjelentett FAO-jelentés szerint a világon évente megtermelt élelmiszer mintegy egyharmadát elpazaroljuk. Ez a szám rávilágít, hogy mennyit termelünk feleslegesen, ezzel erőforrásokat, például vizet, termőföldet és energiát pazarolva, sőt, a termelés során még mintegy 4,4 milliárd tonna CO2 gáznak megfelelő üvegházhatású gázt is a légkörbe bocsátunk. Európai Uniós kutatások szerint a tagállamok évente 88 millió tonna élelmiszert pazarolnak el, magyar számítások szerint ez hazai viszonylatban 68 kilogrammot jelent évente, egy főre vetítve.
Ez az élelmiszer-pazarlás az élelmiszer-ellátási lánc különböző fokain élelmiszerveszteség vagy élelmiszerhulladék képében jelenhet meg. Ezen információ alapján szakértők megállapíthatják, hogy hol szükséges a folyamatok optimalizálása.
Az élelmiszerpazarlás mértékének meghatározása a vállalatok számára is előnyös, hiszen, ha felismerik, hogy folyamataik során hol nagyobb mennyiségű hulladék, akkor optimalizálni tudják a módszereiket. Ez által egyszerre könyvelhetnek el pénzügyi hasznot és hozzájárulnak a vállalati fenntarthatósághoz is, valamint komparatív előnyökre is szert tehetnek.
Dolgozatom során célom a szakirodalmak, alapvető szakkifejezések és a létező nemzeti és nemzetközi szakpolitikai dokumentumok bemutatása, a tudás alkalmazása megyei szinten. Ehhez Baranya megyét, mint a mezőgazdaságban és élelmiszeriparban érdekelt régiót és e terület szereplőit szeretném megvizsgálni, hogy rendelkeznek-e az élelmiszer-pazarláshoz kapcsolódó folyamatokkal, előírásokkal.
A munkám alapját a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal által kiadott, a 2018-ban működési engedéllyel rendelkező élelmiszeripari üzemek adatbázisa szolgáltatta, melyből kiszűrtem a Baranya megyei üzemeket. Célom ezen üzemek fenntarthatóságának vizsgálata, melyet a vállalatok fenntarthatósági jelentéseinek elemzésével kívánok elérni, megkeresve azon cégeket, melyek rendelkeznek ilyenfajta stratégiákkal.

Kovács Helga: A TAR-TÓ 2000 Szövetkezet működésének értékelése a tagok és a menedzsment véleményének tükrében

helga.kovacs20@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Mérnöki Kar
Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Kis Krisztián, főiskolai docens, SZTE MK

A magyar mezőgazdaságnak számos kihívással és problémával kell szembenéznie. Ahhoz, hogy felvegye a versenyt a nagyobb vállalkozásokkal szemben, szükség lenne szemléletváltásra a gazdálkodók körében. Évek óta a magyar sertés-vertikum is versenyhátránnyal küzd, melynek okai többek között az adózási rendszer, a feketegazdaság jelenléte, valamint a beruházások finanszírozásának nehézségei. Az együttműködések és a termelők összefogása segíthet a mezőgazdaság felzárkóztatásában, a hatékonyság és eredményesség növelésében. A szövetkezetek nagyon fontos szerepet játszanak a gazdasági, társadalmi és kulturális célok elérésében, hiszen minden országban és szektorban jelen vannak.
A tanulmányban a TAR-TÓ 2000 Értékesítő, Beszerző és Feldolgozó Szövetkezet működését és funkcióit vizsgáltam, valamint a szövetkezet hatását a tagok eredményességére és hatékonyságára. Gorcső alá vettem a termelők a szövetkezet működésében való részvételét és aktivitását. A vizsgálathoz szükséges primer adatokat a tagokkal készített kérdőíves kutatás, a szövetkezet elnökével készített strukturált interjú és a személyes tapasztalataim szolgáltatták, hiszen a családom több mint, tíz éve tagja a vizsgált szövetkezetnek.
Az esettanulmányból kiderült, hogy a szövetkezet által nyújtott szolgáltatások és lehetőségek jelentős mértékben és szerteágazó módon mozdítják elő a tagok eredményességét és gazdasági teljesítményét. A csoportkohézió és a bizalom vizsgálata pedig arra enged következtetni, hogy az anyagi előnyökön túl a szövetkezetnek fontos társadalmi szerepe is van. A szövetkezet vezetősége igyekszik összefogni és összekovácsolni a tagokat, rendezvények, tanulmányi és kikapcsolódási célú kirándulások által. A szövetkezet továbbá figyelemre méltó szerepet játszik a tagok innovációra való ösztönzésében, illetve az információ- és tudásáramlás elősegítésében a gazdák között. Összességében elmondható, hogy egy jól működő szövetkezetről van szó, melyet alátámasztanak az éves beszámolók adatai, a tagok és a szövetkezet elnökének a véleménye és az évek során elért vívmányok, valamint a tagok létszámának a növekedése is. Természetesen ahhoz, hogy a szövetkezet sikeresen működjön szükség van a folyamatos fejlesztésekre és fejlődési irányok kijelölésére.

Marczin Tamás: Egy magyarországi sertésintegrációs modell gazdasági vizsgálata az Alföldi Sertés Értékesítő és Beszerző Mezőgazdasági szövetkezet példája alapján

marczintamas@outlook.hu
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdasági agrármérnöki, MSc, 4. félév

Témavezető:
Prof. Dr. Balogh Péter, egyetemi tanár, DE GTK

A rendszerváltást követően a magyar mezőgazdaságban lezajlott privatizáció következtében megszűntek a korábbi vertikális integrációk. A sertés ágazatot is a teljes szétesés jellemezte. Ennek következtében sorra számolták fel a sertéstartók állományaikat, aminek eredményeképpen a sertéslétszám a rendszerváltás előtti 8 millió darabról egy év alatt 5,9 millió darabra esett vissza. A probléma orvoslására az ágazatban integrációs célokat fogalmazott meg a szaktárca. A termelői csoportokról szóló 85/2002.(IX.18.) FVM rendelet rendelkezett az integrációs folyamatok beindításáról. Ennek hatására 2003-ban Magyarországon sorra alakultak a termelői csoportok, ezek egyike volt az Alföldi Sertés Értékesítő és Beszerző Mezőgazdasági Szövetkezet.
Napjainkban jól látható, hogy Európa vezető sertéstartó országaiban a sikeres sertéstartás záloga az integráció megléte a teljes vertikumra. Hazánkban ez a fajta szabályozottság hiánya erőteljes hátrányt jelent a magyar sertéshús versenyképességében. Ezért dolgozatomban azt vizsgáltam, hogy a meglévő integrációk ezen belül az Alföldi Sertés milyen számszerűsíthető előnyöket tud biztosítani tagjai számára ahhoz, hogy gazdálkodásuk sikeresebb legyen. A dolgozat 3 vizsgálati témát foglalt magában:

- Az első egy 8 éves távlatra kiterjedő heti szintű árelemzés volt, négy piacot figyelembe véve (Magyar szabadpiac, Alföldi Sertés, Német ZMP, Holland) ennek során volatilitás, variációs koefficiens és szezonalitás vizsgálatot alkalmaztam.
- A második vizsgálat a 2017.-es év adatai alapján egy pénzáram szimulációra terjed ki. Itt az volt a célkitűzés, hogy bemutassam a 14. napos fizetési határidőből származó költség-haszon előnyöket a szabadpiaci és a szövetkezeti tagok között.
- A harmadik vizsgálat azt szemlélteti, hogy a vizsgált 2007-2018 időszakban, a szabadpiachoz képest elérhető többlet ár milyen mértékben jelentkezett nettó árelőny formájában.

Az eredmények elemzése alapján megállapítható, hogy a szövetkezés konkrét számszerűen kimutatható előnyökkel jár. Ezek alapján javasolható, hogy a hazai sertéságazat egyik kitörési pontja az integráció kiterjesztése lehet.

Nagy Dávid: Biogáz-üzemi pelletgyártás gazdasági elemzése

nagydavid4220@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdasági agrármérnöki, MSc, 4. félév

Témavezető:
Prof. Dr. Bai Attila, egyetemi tanár, DE GTK

A hazai biogáz-üzemekben alkalmazott kogenerációs technológiák esetében a bevétel legjelentősebb része a villamosenergia értékesítéséből származik. Az eredményességet leginkább befolyásoló tényezők közzé a melléktermékek-felhasználása vagy értékesítése sorolható. Mivel a hulladékhő-felhasználására sok esetben nincs kiépítve technológia, így a biogáz-motor hatásfoka is csak a 35-40%-ot képes elérni az üzemelés alatt. Ezentúl további problémákat vethet fel a keletkező biotrágya felhasználása, amely igen nagy mennyiségben keletkezik, továbbá a szántóföldre történő kihelyezése korlátozott keretek (engedélyezés, nitrogén dózis, kijuttatási időszak) között lehetséges.
A közeljövőben a biogáz-üzemek egyik legjelentősebb problémája a zöldáram értékesítése lehet, ugyanis a támogatott ár csak az átvételi szerződésben megállapodott időszakra szól, amelyet követően a piaci értékesítés áll fenn, mint lehetőség, jóval alacsonyabb ár mellett. Ahhoz, hogy a CHP egységek a jövőben is biztosítani tudják az ágazati szinten jövedelmező vagy legalábbis veszteség mentes termelésüket elengedhetetlen a villamosenergia előállítása mellett keletkező hulladékhő felhasználása. Mindezek alapján egy konkrét üzem adataira alapozva a pelletgyártás átfogó gazdasági elemzését tűztem ki célul, amely tekintetében a további specifikus célkitűzéseket határoztam meg. Egyrészt a biogáz-üzemi pelletgyártás jövedelemtermelő képességét költség- és jövedelemelemzés alkalmazásával kívánom meghatározni. Erre vonatkozóan érzékenységvizsgálatot kívánok elvégezni annak érdekében, hogy értékelni lehessen a villamos áram és pellet árváltozásainak hatását. Másrészt a biogáz-üzemi pelletgyártáshoz fűződő beruházás statikus és dinamikus mutatóit beruházás-gazdaságossági elemzésen keresztül kívánom értékelni, amely tekintetében elaszticitás-számítást és szcenárió-elemzést kívánok alkalmazni a különböző hatások mértékének meghatározása érdekében.
Eredményeim alapján a pellet energetikai célú értékesítése jelentős többletjövedelmet, és önköltségcsökkentést biztosít az üzem számára, továbbá valamennyi forgatókönyv alapján egy megtérülő és nyereséget nyújtó beruházás lehet. Mindemellett a jelenlegi agripellet árak nem teszik lehetővé, hogy pótolja a zöldáram KÁT keretében történő értékesítést követő bevétel kiesést, azonban a veszteség csökkentését és az üzem pozitív cash flow pénzáramlását biztosítani tudja.

Szabó Dorottya Anna: Mezőgazdasági és vidékfejlesztési támogatások összehasonlítása Magyarország és a visegrádi együttműködés másik három országa között

szabodotti@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy és számvitel, MSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Szücs Tamás, adjunktus, PTE KTK

Dolgozatomban Csehország, Lengyelország, Magyarország és Szlovákia agrárágazatát, a mezőgazdasági és vidékfejlesztési támogatások mértékét, illetve megoszlását vizsgáltam, különös tekintettel az Európai Uniós, a Közös Agrárpolitika (KAP) keretein belül folyósított támogatásokra. Az agrárágazat az élelmiszeripar egyik alapja, ezenfelül fontos szerepe van az országok gazdaságában is, ami meglátszik a GDP-ben betöltött szerepéből is, úgy vélem tehát hogy foglalkozni vele mindig aktuális. A KAP-ot már 1962-ben létrehozta, az Európai Uniót is alapító hat ország, így a kezdetektől fontos szerepet töltött be az Unió történetében. A KAP elsősorban három fő területet kívánt szabályozni. Az első és legfontosabb a mezőgazdasági piacok közösségi szabályozása, közös intézmények létrehozásával, a közös árszabályozás és támogatások, illetve a stabil termelés és áruszállítás érdekében. Második fontos területe az értékesítéseket segítő struktúrajavítás megvalósítása. Végül pedig közelíteni egymáshoz a tagországokban az agrárszabályozás további részeit, például az élelmiszerjogot, egészségügyi előírásokat. Jelenleg I. pillére a közvetlen támogatások és a piaci intézkedések, ide tartoznak például a földalapú támogatások, II. pillére a vidékfejlesztés. Mikor a Visegrádi Együttműködés államai (más országokkal együtt) 2004-ben csatlakoztak, jogosulttá váltak az Uniós támogatásokra is. A regionális források után, mind a négy ország az agrár támogatásokból hívhatta le a legmagasabb összegeket az elmúlt években. A KAP I. pillére alatt mezőgazdasági területarányosan a legmagasabb összegeket Magyarország, a legkisebb támogatásokat pedig Lengyelország hívhatta le az időszakok során. A vidékfejlesztési támogatások mértékét a vidéki területek nagyságával arányosítottam, a KAP II. tengelye alatt Szlovákia részesült ilyenformán a legalacsonyabb arányú támogatásban, még hazánk itt is arányaiban nézve a legmagasabb összegeket hívhatta le. Miután megvizsgáltam a mezőgazdaság szerepét a négy ország exportjában, GDP-jében és az Unió termelésében való részesedésüket, a termelésvolumenük változását, Lengyelország mezőgazdasága bizonyult a legsikeresebbnek. Jellemző még, hogy sikeres a fiatal gazda programjuk, magasan az Uniós átlag feletti a 35 év alatti gazdág száma. Vidékfejlesztés szempontjából Szlovákia bizonyult a legsikeresebbnek. A négy állam esetében látható, hogy nagyobb hangsúlyt, és területarányosan magasabb összegeket kap a kevésbé jól teljesítő ágazat.

Szendrei Brigitta: A rövid ellátási lánc vizsgálata a helyi piacok, vásárok nézőpontjából a Budaörsi Gazdapiac és az Egri Magyarok Vására példáján

szendrei.brigi@gmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Vidékfejlesztési agrármérnöki, MSc, 5. félév

Témavezető:
Dr. Nagyné Dr. Molnár Melinda, egyetemi docens, SZIE GTK

Az agrárgazdaságtan egyre összetettebb rendszer. Új hangsúlyok jelennek meg benne. Ilyen a ma már egyre nagyobb jelentőségű kérdés, a fenntarthatóság ügye is. Pályamunkám kiindulópontja, hogy nem csupán a termelési technológiában való környezettudatos gazdálkodás az egyetlen, ami a fenntarthatóságot a mezőgazdaságban jól szolgálja. Az általam vizsgált téma az előállított termékek fenntartható módon történő értékesítése. A témát helyi/regionális aspektusokból vizsgálom.
Először a témához kapcsolódó alapvetéseket értelmezem az agárgazdaságtan fogalmának, az integráció jelentőségének, a helyi gazdaságfejlesztésnek, valamint a rövid ellátási lánc (REL) jellemzőinek összegzésével. A dolgozatom önálló kutatása fókuszában egy Budaörsön működő Gazdapiac és egy Egerben működő „Magyarok Vására" elnevezésű kezdeményezés vizsgálata áll, aminek példáján keresztül betekintést nyerünk a közvetlen értékesítés működéséről: sikerekről, korlátokról és lehetőségekről. Kutatásom során a helyi adottságok és fejlesztési dokumentumok számbavétele után kérdőíves felmérést végeztem a vizsgált Gazdapiacon és Vásárban lévő termelők és fogyasztók körében, valamint interjút készítettem a piacüzemeltetőkkel.
Következtetéseimet a fogyasztói- és termelői megkérdezések eredményei, valamint a REL közvetlen értékesítési pontjainak tanulságai alapján értékeltem, majd ezt követően javaslatokkal éltem a kutatott témában. Célom az volt, hogy bebizonyítsam, hogy a fenntartható mezőgazdaság követelményeit figyelembe véve a rövid ellátási láncon keresztül a helyi piacok és vásárok pozitívan hatnak a mezőgazdaság újraintegrálódására. További célom bemutatni, hogy helyi tényezőkre alapozva, azaz a helyi tudást, a hagyományokat, és a helyi anyagi javakat is lehet a fenntarthatóság jegyében mozgósítani a mezőgazdaság terén.

Szilágyi Gábor: A magyarországi vállalkozások és szellemitulajdon kapcsolata, különös tekintettel Jász-Nagykun-Szolnok megyére

szilagyi.gaben@gmail.com
Neumann János Egyetem Gazdálkodási Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 4. félév

Témavezetők:
Dr. Danyi-Boll Anikó, főiskolai adjunktus, NJE GK
Prof. Dr. Szikora Veronika, egyetemi tanár, DE ÁJK
Prof. Dr. Csécsy György, egyetemi tanár, DE ÁJK

Az írásban egy olyan gazdasági és jogi peremterület vizsgálatára vállalkoztam, amely első hallásra az egyik területhez sem tartozik igazán. A dolgozat bevezető részében szakirodalmi tényekkel, gazdasági adatokkal igyekeztem bemutatni a terület nagyságát. Bizonyítási kísérletet tettem annak létjogosultságára, hogy a vállalkozásoknak miért éri meg gazdasági szempontok szerint foglalkozni a területtel. Vizsgáltam a magyarországi vállalkozások szellemi-tulajdon védelmi aktivitását a fellelhető legfrissebb irodalmak alapján. Bemutattam az olyan kapcsolódó területeket is amelyek gazdasági szempontból kiemelt fontossággal bírnak és a szellemi-tulajdon szolgáltatja hozzá a táptalajt (például: franchise, merchandising, domain). Kijelöltem egy mintát amely a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Kereskedelmi és Iparkamara illetve a NAV közös listája alapján megjelölt megyei TOP50 vállalkozás. A vállalkozásokra vonatkozó szellemi-tulajdonnal kapcsolatos adatokat a megfelelő rendszerekben (pl.: SZTNH: E-kutatás, EUIPO: TMview, EPO: Espacenet) lekutattam. A vállalkozásokat célzottan kerestem meg és egy kérdőív kitöltésre kértem. A kapott adatokat statisztikai módszerekkel, IBM SPSS program 23 verziójával vizsgáltam. Az eredmények igazolták azt a feltevést, hogy multinacionális vállalkozások a magyarországi szellemi-tulajdon aktivitása elhanyagolhatónak mondható. A kérdőíves adatfelvételen túl a mintában szereplő 3 különböző nemzetgazdasági ágakhoz tartozó vállalkozásnál mélyinterjút készítettem az illetékes vezetőkkel. Az eredményeket minden szakaszban grafikonokkal szemléltettem, ezzel is elősegítve a válaszok értékelését, és rávilágítva az adatokban megfigyelhető annuális, illetve volumen változásokra. A dolgozatban végkövetkeztetéseket fogalmaztam meg, amelyek a mintában szereplő főleg hazai vállalkozások fejlesztését szolgálnák, hogy ezen a szellemi-tulajdon területen is tudjanak növekedni és a nemzetgazdaságot tovább erősíteni.

Tamási Ferenc: A cseresznyetermelés összehasonlító gazdasági elemzése intenzív és hagyományos művelési rendszerű ültetvényben a Hajdúdorogi Bocskai Mezőgazdasági Zrt.-nél

tamasifeco95@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdasági agrármérnök, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Apáti Ferenc, egyetemi docens, DE GTK

A Föld cseresznye termésmennyisége évről-évre növekvő tendenciát mutat, ezzel szemben hazánkban a rendszerváltást követő csökkenés után, napjainkban stagnálás jellemző. Amennyiben gyümölcs ültetvény telepítésében gondolkozunk, mindenképpen hosszú távra kell terveznünk. A termelés gazdaságosságát elsősorban a gazdálkodás költségei, bevételei és nyeresége határozza meg. A dolgozatomban azt vizsgáltam, hogy hagyományos vagy intenzív körülmények között érdemes cseresznyét termeszteni. A dolgozatomban egy adott gazdaságnál egy hagyományos, valamint egy intenzív cseresznye ültetvényt vizsgáltam és arra kerestem a választ, hogy melyik termesztési mód a jövedelmezőbb. A dolgozat elkészítésével a fő célom annak a meghatározása, hogy a cseresznyetermesztés milyen hatékonysággal, hosszú távon milyen gazdaságossági paraméterek mellett végezhető hagyományos és intenzív termesztésben. A fő célkitűzéshez kapcsolódó hipotézis szerint az intenzív cseresznyetermesztés során jelentősebb profitra lehet szert tenni, mint hagyományos ültetvény esetén. A begyűjtött adatokat Microsoft Excel alapú szimulációs determinisztikus modellbe vittem be, itt végeztem el a szükséges kalkulációkat. Az adatok elemzési módszere klasszikus üzemtani elemzés. A következő elemzési módszereket végeztem el: költséghaszon elemzés, beruházás-gazdaságossági elemzés, érzékenységvizsgálat. Az intenzív művelési módú ültetvény tehát minden tekintetben kedvezőtlenebb gazdaságossági paramétereket produkált, mint a hagyományos művelési módú ültetvény, kivéve a megtérülési idejük volt azonos. Az intenzív ültetvény telepítése gazdaságos volt ugyan, de a magas beruházási költség miatt, és hagyományos ültetvénnyel elérhető közel azonos nyereség miatt véleményem szerint nem érte meg az ültetvényt telepíteni.

Visnyovszky Gergely: Etikus üzlet a természetből? Gyógynövény alapú termékek reneszánsza

visnyovszky.gergely@gmail.com
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MA, 4. félév

Témavezetők:
Prof. Dr. Piskóti István, egyetemi tanár, ME GTK
Dr. habil. Szegedi Krisztina, egyetemi docens, ME GTK

A gyógynövény ágazat az elmúlt években mind globálisan, mind Magyarországon növekedést mutat. A vizsgálódásom elsődleges célja volt, a gyógynövényágazat vizsgálata alapján választ adjak arra a kérdésre, hogy gyógynövényalapú termékek reneszánszát eredményező perspektivikus üzlet egyben etikus üzlet-e? A kérdés megválaszolására négy hipotézist fogalmaztam meg, amiket a módszertani triangulációt szem előtt tartva kérdőíves felméréssel, félig strukturált mélyinterjúval, valamint egy jellemző termék termékteszteléssel vizsgáltam.
Kutatásom eredményei alapján négy új, illetve újszerű állítást fogalmaztam meg:
(T1) A hazai gyógynövényágazat legnagyobb keresleti hajtóerői a lakosság preventív egészségmegőrzési aktivitása, a gyógyszerekkel szembeni bizalmatlansága, valamint a hiteles szakemberek ösztönző kommunikációja.
(T2) A gyógynövényágazaton belüli verseny egyik legfontosabb sikertényezője a magas feldolgozottságú gyógynövényekre koncentrálás, fogyasztók kényelmi igényének kiszolgálása és az értékesítést támogató, hitelességre, megbízhatóságra épülő marketingkommunikáció, márkaépítés.
(T3) A gyógynövényágazat egyik legnagyobb problémája a hazai alapanyagbeszerzés, ami etikátlan megoldásokat eredményez, úgymint gyógynövénylopás, gyűjtői vandalizmus és ár kartell, de felvetődik a gyerekmunka problémája is.
(T4) A gyógynövényágazat egyik legfontosabb etikai problémája a gyógyulni vágyók és a betegséget megelőzni kívánók megtévesztése.
(T5) A PSzV mutató alkalmas a gyógynövényteák minőségi és megbízhatósági szempontokat is figyelembe vevő értékelésére.

ÁGAZATI GAZDASÁGTAN II.
SPORT-, ÉS EGÉSZSÉGGAZDASÁGTAN

Zsűrielnök: Dr. Sterbenz Tamás, egyetemi docens, TE
Társelnök: Dr. Bácsné dr. Bába Éva, egyetemi docens, DE GTK
Tag: Dr. Szilágyi Roland, egyetemi docens, ME GTK

Abu Attila[1] - Lendvai Bálint[2]: A Major League Soccer versenyképes bajnoksággá válásának vizsgálata, különös tekintettel a játékospiacra

[1]*abuattila93@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Sportközgazdász, MSc, 2. félév

[2]*b.lendvai@yahoo.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Havran Zsolt, adjunktus, BCE GTK

A jelen TDK dolgozat az amerikai profi labdarúgó liga szervezetének, a Major League Soccer (továbbiakban: MLS) elnevezésű ligának vizsgálatát tűzte ki célul. Az MLS azzal hívta fel magára a labdarúgás szeretetén kívül annak üzleti működése iránt is érdeklődő szerzőpárosunk figyelmét, hogy viszonylag rövid idő alatt vált versenyképes bajnoksággá, és ért el jelentős minőségi javulást és nézőszám emelkedést. A dolgozatunkban azt kíséreljük meg feltárni, hogy milyen üzleti modell és stratégia, és azok milyen változtatása kellett ahhoz, hogy az MLS nyereséges és globálisan versenyképes bajnoksággá váljon. A vizsgálatunk kitér az MLS illetve elődei történetének bemutatására, a többi észak-amerikai major sporttal valamint az európai labdarúgással való összehasonlítására, továbbá a vonatkozó szakirodalom és az elérhető kutatási eredmények ismertetésén túl kiterjed saját kutatások elvégzésére és a kapott eredmények bemutatására is. Módszertanunk alapján a szakirodalom áttekintését, és a már elérhető külföldi kutatások bemutatását adatgyűjtés, interjú készítése egy USA-ban sportoló labdarúgóval, majd az adatok feldolgozása követte. Hipotézisünk szerint az üzleti modellben eszközölt változások okozták a nyereségességet, a versenyképességet és a minőségi javulást. A minőség javulását a nézőszám növekedésnek, a liga összértékének, az adott évben igazolt játékosok életkorának, az egyes klubok piaci értékének, a játékosok piaci értékének, a legdrágább kezdőcsapatok értékének és a játékosok fizetésének vizsgálatával kapott eredményekkel kíséreltük meg igazolni. A kapott eredmények a bajnokság minőségi javulását és a versenyképességét bizonyították, továbbá a fenntartható növekedést a fiatalok tömegbázisának bevonásával és az utánpótlás fejlesztésével érhető el. Dolgozatunk nem tűzte – és az európai sportmodell és az amerikai sportmodell alapvető különbözősége miatt nem is tűzhette – célul, hogy azt vizsgálja, hogy az MLS által megvalósított üzleti modell vagy annak egyes elemei megvalósíthatók, egészben vagy részben átültethetők lennének-e a hazánk labdarúgását irányító Magyar Labdarúgó Szövetség (továbbiakban: MLSZ) felügyelete és szervezése alá tartozó bajnokságokba, azonban ahhoz nem férhet kétség, hogy örömmel üdvözölt jelenség lenne a magyarországi labdarúgásban a versenyképesség és a fenntartható, netalán nyereséges működtetés felbukkanása és meggyökerezése, amihez semmiképpen nem lehet hátrány megismerni, hogyan csinálják azok, akik sikereket tudnak felmutatni.

Cserni Tamás: Az EQ-5D-3L és az EQ-5D-5L mérési tulajdonságainak összehasonlító elemzése Crohn-betegségben

cserni.tamas@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Rencz Fanni, egyetemi adjunktus, BCE KTK

Egy új gyógyszer társadalombiztosítási támogatását a költséghatékonysági elemzés előzi meg. Ehhez az egészségügyi hasznosságértékek meghatározása elengedhetetlen. Az EQ-5D kérdőívből egészségügyi hasznosságértékek számolhatók, ezért vizsgálata kifejezetten fontos. Dolgozatom célja, az EQ-5D kérdőív két változatának az EQ-5D-3L (3L) és az EQ-5D-5L (5L) mérési tulajdonságainak összehasonlító elemzése Crohn-betegségben. A fő hipotézisem szerint az 5L jobb mérési tulajdonságokkal rendelkezik, mint a 3L.
Keresztmetszeti kérdőíves felmérésben 206 beteg kitöltötte a kérdőív mindkét változatát. A két kérdőívet statisztikailag hasonlítottam össze, ami során megvizsgáltam a plafonhatást, informativitást, az inkonzisztens válaszpárok arányát, valamint a konvergencia és ismert csoportok közötti validitást.
Az elemzés kimutatta, hogyha a 3L helyett 5L-t használjuk, akkor a szorongás/depresszió dimenziót kivéve minden dimenzióban csökken a plafonhatás. Az 5L-nek minden dimenzióban magasabb volt az abszolút informativitás (H') mutatója, viszont a relatív informativitás (J') csak a fájdalom/rossz közérzet dimenzióban javult. A konvergencia validitás, valamint az ismert csoportok közötti validitás is jobbnak bizonyult az 5L esetében, mint a 3L-nél. Ezek alapján az EQ-5D-5L kérdőív használata javasolható a Crohn-betegség terápiáit érintő költséghatékonysági elemzésekben.

Hartvig Áron Dénes: Az Obamacare ágens alapú modellezése

hartvig.aron@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Alkalmazott közgazdaságtan, BSc, 4. félév

Témavezető:
Pálvölgyi Dénes, egyetemi tanársegéd, BCE KTK

A 2010-ben aláírt Affordable Care Act, népszerűbb nevén Obamacare, egyik célja az amerikai egészségügyi biztosítottak számának növelése volt, mivel korábban a nem kötelező rendszerből kimaradók száma meglehetősen magas volt. Az egészségügyi reform különböző adókedvezményekkel, büntetéssel és támogatásokkal igyekezett orvosolni a problémát. Dolgozatom fókuszában az Obamacare azon pontja áll, amely megtiltotta a biztosító társaságoknak, hogy meglévő egészségügyi állapot alapján diszkriminálják az egyéneket és elutasítsák a kockázatos egyének jelentkezését. Ennek következménye, hogy a jelentkezők ugyanolyan biztosítási költségekkel szembesülnek, azaz a cégek egyenárat szabnak meg. Így az egészségügyi gondokkal küszködő egyénekre nem hárul nagyobb költség, mint másokra, azonban az egészségesebbek biztosítási díja megnövekedett.
A NetLogo nevű számítógépes programban valós adatokat felhasználva létrehoztam egy ágens alapú modellt, ami az amerikai egészségbiztosítási rendszer egy egyszerűsített modelljét szimulálta. Az egyének viselkedését jövedelem, kor, megbetegedési kockázat és várható egészségügyi kiadás alapján határoztam meg. Minden időszakban az ágensek választhatnak kétféle biztosítási csomag közül, a jogosultak kaphatnak államilag finanszírozott biztosítást, vagy maradhatnak biztosítás nélkül. Az ágensek a várható hasznosságukat maximalizálják a biztosítási döntés meghozásánál. A kiinduló modellben az Obamacare-nek megfelelően meglévő egészségügyi állapot alapján nem lehetett visszautasítani jelentkezőt.
Továbbá megvizsgáltam, mi történik a modellben, ha lehetővé tesszük a jelentkezők elutasítását. Ehhez bevezettem egy egészségügyi küszöböt. Ha egy ágens megbetegedési kockázata a küszöb felett van, akkor a biztosító cég elutasítja a jelentkezőt. A kockázatos ágensek kizárásával kiszűrhető a kontraszelekció a rendszerből, mivel az átlagköltségen alapuló egyenárak csökkenhetnek, és az alacsony várható költségű ágensek is kötnek biztosítást. Az eredmények szerint minél alacsonyabb a küszöb, annál alacsonyabb a biztosítások díja. A biztosítatlanok aránya egy közepesen magas küszöbnél volt minimális. Alacsony küszöbnél sokan kiszorulnak a rendszerből, viszont magas küszöbnél a magas kockázattal és várható költséggel rendelkezők is köthetnek biztosítást. Fellép a kontraszelekció és a magasabb árak miatt az egészséges egyének nem kötnek biztosítást. Tehát a modell alapján az Obamacare nem minimalizálja a biztosítatlanok arányát.

Kis-Benedek Réka: Vesecsereprogramok matematikai és gazdasági elemzése

kis-benedek.reka@heller.uni-corvinus.hu
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés, BSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Bíró Péter, egyetemi docens, BCE KTK

Dolgozatomban igyekeztem összefoglalni a vesecsereprogramokhoz tartozó legfontosabb és legaktuálisabb irodalmakat. Ez egy olyan terület, amit egyrészről nagy horderejű, mivel emberéletekről van szó emellett pedig meglehetősen új gyógymód, amiről Magyarországon kevesen hallottak még. Mivel eddig nem nagyon jelent meg magyar nyelvű irodalom a témában, így a dolgozatom egyik célja, hogy nyújtsak egy átfogó magyar nyelvű összefoglalót az érdeklődőknek. A dolgozat egy rövid ismertető után négy ország, Hollandia, Egyesült Királyság, Spanyolország és Portugália nemzeti programjainak ismertetőit tartalmazza. Ezután áttérek a nemzetközi együttműködésekre, azoknak is főleg a játékelméleti aspektusára. Bemutatom, hogy milyen módokon lehet modellezni egy ilyen játékot, illetve azt, hogy hogyan lehet egy klasszikus játékelméleti fogalmat, a Nash-egyensúlyt értelmezni és vizsgálni ebben a kontextusban. A dolgozat végén még említést teszek további kutatási lehetőségekről, illetve a magyar kilátásokról a témában.
A kutatásom egyik célja volt a fő optimalizációs kritériumok azonosítása, ezek közül kettő különösen fontosat emelnék ki, az újraoptimalizálást és a nemzetközi együttműködéseket, amik kis országok számára az életképességet jelenthetik, így Magyarországnak is fontos lehet a későbbiekben, de a nagyobb országok számára is előnyös lehet. A dolgozatom középső részében ezeknek az együttműködéseknek a modellezési lehetőségeinek feltérképezésével foglalkoztam részletesen. Többféle megközelítést is alkalmazhatunk, ezek közül a Nash-egyensúllyal foglalkoztam a legtöbbet. A dolgozatban igyekeztem egy intuitív bizonyítást adni az ennél a résznél közölt algoritmus NE létének bizonyítására, mely talán alkalmas lehet a későbbiekben a téma laikusok körében való magyarázatára. Emellett a TU és NTU játékként való modellezést és a taktikázásbiztos mechanizmust foglaltam össze dolgozatomban.
Összefoglalva én úgy gondolom, hogy ez egy fontos terület, mind emberileg, mind gazdaságilag. Jelenleg egyre több európai országban készülnek vesecsereprogramok elindítására, köztük Magyarországban is. Mivel ez egy kevesek által ismert téma, ezért fontos a népszerűsítése az emberek körében, a társadalmi elfogadottság növelése, ami megkönnyítheti egy új program elindítását.

Kozma Luca Kata: Társadalmi és betegszintű preferenciák vizsgálata az egészségügyben - pemphigus esettanulmány

lucakatak@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Társadalomtudományi és Nemzetközi Kapcsolatok Kar
Közgazdasági elemző, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Rencz Fanni, egyetemi adjunktus, BCE KTK

Pemphigus betegségben szenvedők életminőségét nemzetközi szinten már korábban is vizsgálták. Ugyanakkor eddig nem használtak egészségügyi hasznosságértékek mérésére alkalmas életminőség mércét pemphigusos betegeken. A tanulmányom célja a pemphigus betegségben szenvedő magyar betegek életminőségének feltárása különböző egészségügyi hasznosságmérési módszerekkel, valamint a saját hasznosságot befolyásoló tényezők vizsgálata. További célkitűzésem a pemphigusos betegek hasznosság-értékelésének összevetése a magyar társadalom értékelésével.
Az elemzéshez felhasznált keresztmetszeti kérdőíves felmérést a négy magyarországi orvosi egyetem bőrgyógyászati klinikái végezték 2014 és 2017 között. A felhasznált módszerek között szerepelt vizuális analóg skála (VAS), időalku (TTO), betegsúlyossági mérce (ABSIS), valamint bőrgyógyászat specifikus életminőség kérdőív (DLQI). A betegeknek saját állapotukon túl három hipotetikus állapot hasznosságát is értékelni kellett. A saját hasznosságot befolyásoló tényezőket többváltozós lineáris regresszióval vizsgáltuk.
A 108 elemű mintán az életminőség és betegségsúlyosság mércék átlagai: átlagos fájdalom VAS: 21,4 (30,6), DLQI: 5,3 (6,8), ABSIS: 12,7 (19,3). Saját TTO hasznosság átlaga 0,76, hipotetikus állapotok esetén: kezeletlen pemphigus vulgaris 0,41, kezeletlen pemphigus foliaceus 0,52, kezelt pemphigus 0,66. Társadalommal összehasonlítva egyik esetben sem volt szignifikáns eltérés ($p>0,05$). VAS hasznosságok esetén az átlagok rendre: 0,24, 0,39 és 0,53. Csak a kezelt pemphigusos állapot esetén fordult elő szignifikáns eltérés ($p=0,004$), ahol az általános populáció nagyobb átlagos VAS hasznossággal rendelkezett (0,63), mint a pemphigusban szenvedők (0,53). Szignifikánsan rosszabb hasznosság-értékeket eredményezett az idősebb kor ($\beta=-0,0043$) és a gondozás ($\beta=-0,2177$), míg a szisztémás kezelés ($\beta=0,2899$) és a felsőfokú iskolázottság ($\beta=0,1185$) javította azokat a saját állapotra vonatkozó TTO hasznosság vizsgálatakor.
A TTO hasznosságok a betegek és a társadalom esetén nem térnek el szignifikánsan. Emiatt javasolt mindkét perspektíva használata a terápiákkal kapcsolatos döntés-előkészítő modellezés során. A vizsgálat alkalmával felmért adatok hozzájárulhatnak a pemphigus terápiáinak gazdasági elemzéseihez.

Szántai Attila[1] - Vedres Máté Norbert[2]: Alkalmazható-e a lengyel hivatásos labdarúgás működési modellje Magyarországon?

[1]*attila.szantai.18@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 4. félév

[2]*vedres.mate@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Havran Zsolt, adjunktus, BCE GTK

Dolgozatunk kutatási kérdése, hogy alkalmazható-e a lengyel hivatásos labdarúgás működési modellje Magyarországon. A megoldáshoz empirikus kutatási módszerrel jutottunk el. Definiáltuk a lengyel modellt. Munkánk során a labdarúgás öt piacából hármat vizsgáltunk részletesebben, fogyasztói, játékos és közvetítési jogok piacát. Az utóbbi piac kapcsán elemeztünk két közvéleménykutatást; az egyiket kis rétegzett, a másikat nagy mintából. A helyszíni fogyasztást először a teljes régiót tekintve szekunder módszerrel elemeztük, ezután a két választott ország kapcsán vizsgáltuk a fogyasztás jelentőségét a teljes bevételhez viszonyítva.
Az átigazolási piacot először bajnokság, majd klub szinten a Transfermarkt és a CIES adatai alapján primer kutatási módszerrel elemeztük. Adathalmazunk a 2010 és 2017 közötti időszakot fedi le. Kiszámítottuk a Premier League és az Ekstraklasa összbevétel különbségének arányát az átigazolási piaci tevékenységgel és a bérezéssel korrigálva. Megvizsgáltuk a labdarúgó-társaságok külföldre történő játékos értékesítésének nemzetiség szerinti százalékos megoszlását és volumenét. Emellett megnéztük az utóbbi évek legjelentősebb átigazolásait és érték szerint csoportosítottuk azokat. Kiszámítottuk, hogy a két bajnokság átlagosan milyen haszonkulccsal értékesíti az általunk jelentős értékűnek meghatározott játékosokat. Végül pedig meghatároztuk, hogy mi a két bajnokság játékospiaci stratégiája.
A részpiacok vizsgálata mellett a két ország utánpótlásfejlesztésére is nagy hangsúlyt fektettünk. A belga Double Pass tanácsadó cég felmérései segítettek a pozitívumok és negatívumok feltárásában. Témánk feldolgozásában két mélyinterjú is készült. Nagy Mihály, hazánk egyik legismertebb játékosmegfigyelője és Lovrencsics Gergő, a Lech Poznan csapatával lengyel bajnok, válogatott labdarúgó járultak hozzá kutatási tevékenységünkhöz. Az interjúk kivételével jellemzően kvantitatív módszertant alkalmaztunk.
Kutatásaink bizonyítják, hogy a lengyel modell, ha teljesen piaci alapon nem is, de rendszerét és alapelveit tekintve megvalósítható lehet hazánkban. Magyarország, a hivatásos labdarúgás piacán elfoglalt helye alapján, és anyagi lehetőségeit figyelembe véve leginkább az utánpótlás fejlesztésével indulhat meg a felzárkózás felé. A három részpiacot vizsgálva arra a következtetésre jutottunk, hogy számos előrelépési lehetőség van a magyar klubfutballban. A fejlődéshez viszont professzionálisabb működésre, kontrollra és transzparenciára van szükség.

Zombai-Kovács Máté: A topbajnokság hatás - avagy a labdarúgók piaci értékének vizsgálata az ökonometria eszköztárának felhasználásával

zommate@gmail.com
Budapesti Corvinus EgyetemGazdálkodástudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 2. félév

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

Dolgozatom a hivatásos labdarúgás egyik legjelentősebb és egyre nagyobb közvisszhangot keltő pénzügyi vonatkozását, az átigazolási piacot, és az ott kialakuló piaci értékeket vizsgálja. Kutatásom során arra kerestem a választ, vajon azon labdarúgók piaci értékében, akik az öt európai topliga valamely klubjának foglalkoztatottjai, valóban szignifikáns felár mutatkozik-e, más bajnokságokban szereplő, de ugyanolyan élettani és képességbeli jellemzőkkel rendelkező játékostársaikhoz képest.
Munkám során először bemutattam a hivatásos labdarúgás pénzügyi vonatkozásait, piacait, a klubok fő bevételi forrásait, külön hangsúlyt fektetve a kutatási kérdésem szempontjából leginkább meghatározó játékospiacra, annak jellemző vonásaira és a játékospiaci tendenciákra. Ezután a labdarúgók piaci értékét befolyásoló tényezőket vizsgálva összefoglaltam a témakör korábbi tanulmányainak legfontosabb eredményeit, amelyek dolgozatom alapját képezik.
Ezt követően kutatásom eredményeit mutattam be, melyet kutatási kérdésem relevanciájának tárgyalásával és a több mint 17 ezer hivatásos labdarúgó adatait tartalmazó adatbázisom bemutatásával kezdtem, majd statisztikai és ökonometriai módszerek segítségével teszteltem kiinduló hipotézisem és előzetes várakozásaim helytállóságát. Ezen belül először leíró statisztikák segítségével jellemeztem a függő és magyarázó változók között fennálló kapcsolati rendszert, majd a kapott eredményeket felhasználva regressziós modelleket építettem és futtattam a Stata 13 program felhasználásával, végül a kutatásom keretében futtatott regressziós modellek eredményeinek részletes elemzésével zártam vizsgálataim sorát.
Eredményeim bemutatását követően kutatásom korlátait, potenciális torzításait tárgyaltam, majd a kutatási eredményeket kontextusba helyezve következtetéseket vontam le a topbajnokság hatás relevanciájával és általánosságban a piaci értéket magyarázó tényezők megfigyelt hatásaival kapcsolatban. Végül vizsgálódásom nyomán felmerült további kutatási irányok bemutatásával zártam dolgozatom.
A kutatásomhoz felhasznált módszerek eredményei egybehangzóan megerősítették a topbajnokság hatás létezését, alapot adva azon gondolatmenet számára, miszerint a legnagyobb európai ligákban szereplő klubok játékosai többek között a nemzetközi porondon való megmérettetések tágabb lehetőségei, a népesebb szurkolótáborok, a nagyobb médiafelhajtás és az ezekből eredeztethető nagyobb fokú ismertség és elismertség hatására értékesebbek lesznek a játékospiacon.

ÁGAZATI GAZDASÁGTAN III.
KORTÁRS GAZDASÁGI ÉS IPARI KIHÍVÁSOK

Zsűrielnök: Prof. Dr. Fogarasi József, egyetemi tanár, PKE GTK
Társelnök: Prof. Dr. Bai Attila, egyetemi tanár, DE GTK
Tagok: Dr. András Krisztina, egyetemi docens, BCE GTK
Dr. Csonka László, tud. főmunkatárs, BGE KKK

Csíki Ottó: Az autókereskedők elhelyezkedését és tevékenységét befolyásoló tényezők Romániában

csikiotto07@gmail.com
Babeş-Bolyai Tudományegyetem
Menedzsment, BA, 6. félév

Témavezető:
dr. Szász Levente, egyetemi docens, RO BBTE

Az autókereskedők tevékenysége egyre inkább a magas szintű vevőkiszolgálás irányába mozdul el az „új mobilitás" egyre nagyobb térhódításának köszönhetően. Mivel a szolgáltatások (vételi tanácsadás, tesztvezetés, garanciális és egyéb javítások, visszajelzések regisztrálása stb.) nem szállíthatók, ezért különösen fontos, hogy az autókereskedők földrajzilag hol helyezkednek el.
A témakör elemzéséhez elsőként a disztribúciós hálózatok kialakításának és a telephely választásának a szakirodalmát tekintettük át.
Dolgozatunk keretén belül a romániai autókereskedők elhelyezkedését befolyásoló tényezőket azonosítottuk be. A szakirodalom alapján ezeket a tényezőket három fő kategóriára osztottuk: keresleti, infrastrukturális és gazdasági-környezeti tényezők.
A romániai megyék adatainak statisztikai elemzésével arra a kérdésre kerestük a választ, hogy milyen tényezők határozzák meg a legnagyobb mértékben az autókereskedések megyeszintű elhelyezkedését.
A kérdés megválaszolásához klaszterelemzést és többszempontos varianciaelemzést (ANOVA) készítettünk. Az elemzések során szignifikánsnak talált tényezők alapján állapítottuk meg minden márkára az elhelyezkedés megfelelőségét. Eredményeink alapján a vizsgált márkakereskedések közel 70%-ának lokációja az országszinten szignifikánsnak talált tényezőkkel kapcsolatban van, de a további 30% nem teljesen megfelelő helyszíneket választott. Továbbá azt is meghatároztuk, hogy egy új kereskedésnek márkától függően hova kellene települnie, avagy helyszíntől függően milyen márkát és modellt érdemes forgalmazni.

Kulcsszavak: autókereskedés, elhelyezkedés, telepítés

Csíki Ottó: Az elektromos autók gyártásának és elterjedésének kihívásai a következő évtizedben

csikiotto07@gmail.com
Babeş-Bolyai Tudományegyetem
Menedzsment, BA, 6. félév

Témavezető:
dr. Szász Levente, egyetemi docens, RO BBTE

A jövőben az elektromos autók (e-autók) lesznek a fenntartható mobilitás kulcsszereplői, mivel lokálisan nem bocsátanak ki károsanyagot. Ha a töltéshez szükséges áram megújuló energiaforrásból származik, akkor globálisan sem szennyezik a levegőt.
A dolgozat keretén belül arra a kérdésre adunk választ, hogy várhatóan (1) hány elektromos autó lesz a világon 2030-ig, (2) hány új töltőállomás létesítése lesz szükséges, (3) mikor kell az autógyártók kapacitásokat bővítsenek, valamint (4) lesz-e elegendő lítium az elektromos autók akkumulátorjaihoz? A kutatási kérdések megválaszolásához nyilvános adatbázisok és statisztikai jelentések adatait elemezzük előrejelzési és Monte Carlo szimulációs módszerrel.
Eredményeink alapján az e-autók száma egyre növekedni fog: 2030-ban várhatóan több mint 70 millió e-autó lesz a világon. A töltőpontok kihasználtsága azonban számos országban túl magas, így Kína kivételével 2018-tól minden országban új töltőpontok létesítésére lesz szükség. A legtöbb e-autó gyártó már 2018 vége és 2020 között kapacitásokat kell bővítsen, amiknek egyik lehetséges lokációja Kelet-Európa. Számításaink eredménye arra is rávilágít, hogy jelentős technológiai fejlődés hiányában a jövőben, 2024-től 50%-os valószínűséggel súlyos lítium hiány fog fellépni. A lítium-ion akkumulátorok gyártási technológiájának jelentős fejlődésével súlyos lítium hiány 25%-os eséllyel várható.

Kulcsszavak: elektromos autó, e-autó, töltőhálózat, kapacitásbővítés, lítium

Drabancz Áron[1] - El-Meouch Nedim Márton[2]: Az Airbnb versenyjogi megközelítése Magyarországon

[1]*aron.drabancz@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy, MSc, 4. félév

[2]*nedu02@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MSc, 4. félév

Témavezető:
Németh Krisztián, tanácsadó, Nemzetközi Bankárképző Központ

A 21. század hajnalán az energiatakarékossági megfontolások, a szemlélet- és életmódbeli változások, valamint az információs technológia fejlődése lehetővé tette a megosztáson alapuló gazdaság kialakulását. Tanulmányunkban ezen jelenség egyik legmeghatározóbb képviselőjével, a szállás megosztást forradalmasító Airbnb-vel foglalkoztunk.
Kiinduló hipotézisünk, hogy kialakítható Magyarországon egy olyan szabályozási keretrendszer az Airbnb-re vonatkozóan, amelyben a vállalat működése és a budapesti lakosok élete sem lehetetlenül el. Ennek megfelelően olyan szabályozási javaslatokat próbáltunk tenni, amelyek a rövid távú lakáskiadások negatív externáliáit úgy minimalizálják, hogy közben a lehető legkevésbé csökkenjen a megosztáson alapuló gazdasági rendszer pozitív hozadéka.
Dolgozatunkban először részletesen áttekintettük az Airbnb működését, mérlegre tettük a megjelenéséből fakadó előnyöket és hátrányokat, majd azonosítottuk a kedvezményezettek (lakáskiadók, külföldi turisták) és a hátrányosan érintettek (szállodák, belső kerületi lakosok, albérlők) körét. A magyar szabályozási környezet bemutatását követően európai és amerikai szabályrendszereket vizsgáltunk meg annak érdekében, hogy támpontot kapjunk javaslataink kialakításánál.
Módszertanunkban először egy mikroökonómiai modellel vizsgáltuk meg az Airbnb megjelenésének rövid és hosszú távú lakáskiadási piacra gyakorolt hatását. Ezután egy területi modell szimulációinak segítségével próbáltuk bemutatni az Airbnb lakások klaszterződését. Végül egy empirikus adatokra alapuló profitmaximalizálási módszerrel vizsgáltuk meg, hogy az egyik meghatározó javaslatunk (limit a rövidtávú lakáskiadási napok számára) milyen optimális szabályozási küszöbértéket implikál.
Ezek alapján a következő javaslatokat fogalmaztuk meg:

1) 120 napos korlátozás bevezetése az éves rövidtávú lakáskiadásra, mely megszüntethetné a befektetés jellegű rövidtávú lakáskiadást, illetve hozzájárulhatna a „bulinegyedek" elterjedésének visszaszorításához Budapesten.
2) Egy Airbnb-vel kötött megállapodás elérése, mely növelhetné az állam adóbevételeit, és egyenlőbb versenyfeltételeket alakíthatna ki a hotelek és a rövid távú lakáskiadással foglalkozó platform között.

A kialakított szabályozási keretünk alkalmas lehet arra, hogy az Airbnb működéséből fakadó negatív externáliák anélkül csökkenjenek, hogy a cég működéséből fakadó társadalmi előnyök teljesen megszűnnének.

Farkas Anita: A coworking, mint az inkubáció új generációja?

farkas.anita.93@gmail.com
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodás és menedzsment, BA, 8. félév

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

Pályamunkámban a vállalkozásfejlesztés intézményes kereteinek megvalósulását, azon belül az inkubátorházak és a közösségi munkaterek működését vizsgálom. A Zalaegerszegi Inkubátorház és a budapesti Loffice cégek többrétű összehasonlításával arra keresem a választ, hogy a Loffice, mint coworking iroda az inkubátorházak egy új generációját képviseli-e. A primer kutatás részeként először interjút készítettem mindkét helyszínen, majd az adatok feldolgozását követően létrehoztam egy szempontrendszert, ami a kutatás során vizsgált tényezőket tartalmazza. Ezekhez a tényezőkhöz általam feltételezett elvárásokat kapcsoltam, majd előre egyeztetett időpontban fél-fél napot mindkét intézménynél eltöltöttem. A passzív megfigyelés technikáját alkalmazva azt vizsgáltam, hogy a szempontrendszer tényezőihez kapcsolt várakozásaim teljesültek-e. Ezek alapján levontam a következtetést, mi szerint a Loffice tevékenysége szorosan kapcsolódik az inkubátorházak világához.

Gábor Brigitta: Felelősségteljes innováció speciális fókusszal: önvezető autók és nők

g.brigitta5@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 7. félév

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

Az önvezető autók ismeretlensége miatt sokakban kérdések vannak. Kutatásomban keresem a választ, hogy van-e szignifikáns különbség az önvezető autók elfogadásában a férfiak és a nők között Szegeden és környékén. Kvantitatív kutatást alkalmaztam - amelyben közel 300 embert sikerült elérni -, mivel számszerűsíthető adatokra szerettem volna szert tenni. Nemek válaszait megvizsgálva polarizált eredményeket kaptam. Kirajzolódott, hogy a nők pesszimistábbak a férfiaknál. Potenciális előnyök esetében a nők kisebb valószínűséggel gondolták azok bekövetkezését, míg a nyugtalanság tárgyköre esetén a férfiak voltak kisebb százalékban, akik kifejezték aggodalmukat. Az eredményeim vizsgálatát követően egyfajta javaslatot szeretnék megfogalmazni, az információátadás érdekében.

Hardai Ibolya: Az ipar 4.0 és okos környezetünk okos eszközei, megoldásai

ibo@ibo.hu
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Csiszár Csilla Margit, egyetemi adjunktus, ME GTK

A termelés világában forradalmi változások mennek végbe. A fejlődést a gépek és eszközök összekapcsolódásának, a gazdaság hatalmas, intelligens információs rendszerekbe való integrálódásának folyamata jellemzi.
Az Ipar 4.0 koncepció egyik legfontosabb célja, hogy megállítsák az európai ipari gyártás leépülését, illetve elmozduljanak a magasabb hozzáadott értékű termelés felé. Az ipar legfontosabb feladata a költséghatékony termékgyártás, de ehhez elengedhetetlen az ezt elősegítő és támogató anyag- és információáramlási rendszer megléte. A folyamatokra jellemző a digitalizáció, a hálózatosodás és nem utolsó sorban az automatizáltság egyre magasabb foka. És ez a fejlődés még messze nem ért a végéhez.
A világ egyre inkább okos üzemmódba vált. Az „okos" tulajdonságok megléte, számuknak növekedése jelenünk és jövőnk meghatározó trendje. Az ipari folyamatokban megjelenő digitalizáció hétköznapjaink részévé is válik. Az okos megoldások egyre nagyobb teret hódítanak életünkben. A technológiai megállíthatatlan fejlődése szinten minden területen megfigyelhető. Az okostelefon már messze nem csak telefon, az óra nem csak óra, kutyánk nyakörve nem csak egy nyakörv, de már a város sem csak város. Hatékonyabban, rugalmasabban, több információ birtokában végezhetjük munkákat, ugyanakkor telefonunk túlzott használata szem- és gerincproblémákhoz is vezethet. Eszközeink egyre nagyobb mértében határoznak meg minket – amit kérdőíves kutatásom is megerősít – időnként rossz irányokat támogatva, akár kitettséget, függőséget is okozva: a válaszadók több mint egyharmada 1-2 napig sem tudna élni okostelefon nélkül és kisgyerekek kezébe többször kerül mobiltelefon játék helyett, mint azt amúgy helyesnek tartanánk. Ugyanakkor az is látszik, hogy tudatosabban, a környezet védelmére jobban odafigyelve próbálunk élni. Bár a legtöbben nem használnak megújuló energiát, a környezet védelme fontos számukra, ez megnyilvánul abban is, hogy az elektromos autók esetében a környezettudatosságot, az elhasználódott autók újrahasznosíthatóságát és az akkumulátorból keletkező hulladék mennyiségének csökkentését fontosnak tartják. Az önvezető autók legnagyobb előnyeinek a kisebb környezetszennyezést, a kevesebb balesetet és az autók közötti kommunikáció lehetőségét tartják a válaszadók, ugyanakkor sokan aggódnak a szoftveres hibák és a rendszer sérülékenysége miatt.
Remélhetőleg a XXI. század embere az okos eszközök és megoldások segítségével okos környezetének okos embere tud majd lenni.

Láncos Szabina: Jelen vagy jövő? Ipar: 4.0

szabina.lanczos@gmail.com
Eszterházy Károly Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MA, 4. félév

Témavezető:
Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus, EKE GTK

Problémafelvetés
Napjainkban egyre több cikket, hírt hallhatunk az új technológiai vívmányokról, okos eszközökről, gyártási megoldásokról, melyek bevezetése nélkül sok KKV alulmaradhat a versenyben. Kérdés, hogy mit tesznek a bekapcsolódásért a vállalatok és a lakosságban mennyire tudatosult, hogy az őt körülvevő digitális környezet, az okos kütyük, automatizált megoldások tulajdonképpen a negyedik ipari forradalom részei. Érzékelik-e, hogy a munkaerő piac szerkezete is gyökeres változásokon fog átmenni a közeljövőben?
Kutatási cél
Ezen aktuál téma feldolgozásával célom, a negyedik ipari forradalom megismerése és különböző szempontok szerinti vizsgálata volt.
Kutatási hipotézisek
A kvalitatív és a kvantitatív kutatás keretében is több hipotézisen keresztül vizsgáltam az eredményeket. Előbbi során az Ipar 4.0 jelenlétét vizsgáltam mind az állami gyakorlatban mind a vállalkozások életében valamint, hogy milyen lépéseket tesznek a bekapcsolódásért és milyen akadályokba ütköznek. Utóbbi során pedig a lakosság tájékozottságát, véleményét a fókuszcsoportos interjúban is vizsgált állami szerepvállalásról és a KKV-k helyzetéről. Továbbá a fogyasztói ellenállás is megvizsgálásra került, az újdonság befogadásának képessége szerint.
Anyag és módszer
A kutatás módszerei egy fókuszcsoportos személyes interjú és egy standard interjús megkérdezés volt, melyet interneten keresztül osztottam meg. A kvantitatív kutatás keretében beérkező válaszokat Microsoft excel táblázatkezelővel és SPSS 2.1 matematikai és statisztikai elemző program segítségével elemeztem. Az alapsokaság több mint fele az állami szféra dolgozóból állt, a minta nagysága pedig 201 fő. A kvalitatív, fókuszcsoportos 5+1 fős interjú moderátor segítségével, interjúterv alapján zajlott, a résztvevők az adott országok állami támogatási rendszerében dolgozó, főként K+F területtel és Ipar 4.0-val foglalkozó szakemberei.
Következtetések, javaslatok
A KKV-knak fel kell ismernünk a tényt, hogy a digitalizáció már nem a jövő, hanem a jelen, a digitális átalakulás nem megkerülhető folyamat, vagy bekapcsolódunk, vagy lemaradunk. Fel kell készülnünk a munkaerőpiac kihívásaira is. A jövő munkahelyei digitális szakmák lesznek, olyan új szakmák születnek, melyek eddig nem léteztek, olyan képesítésre, munkakörökre kell felkészíteni a gyerekeinket és persze magunkat, melyek korábban nem léteztek. Nemcsak informatikai hozzáértésről beszélhetünk, hanem egyéb digitális készségekről, melyeket a top szakmák megkívánnak majd.

Madarász Nikolett: Iszik és vezet- avagy az önvezető autókban rejlő lehetőségek és veszélyek

mad.nikolett@gmail.com
Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Szikora Péter, adjunktus, OE KGK

Pár éven belül már nem kell majd azon vitatkoznunk, hogy az esti mulatság után ki vezessen haza, hiszen talán már jogosítványra sem lesz szükség ahhoz, hogy valaki kormány lkoznak ezek fejlesztésével és a biztonsági szint növelésével, azonban ez a szint közel sem nyújt még teljes körű biztonságot használójával szemben.
Kutatásom során azért foglalkozom ezzel a témával, mert úgy gondolom, hogy az önműködő autók jelenleg még nem rendelkeznek megfelelő nagyságú bizalmi körrel, amely szükséges eleme lenne a későbbi bevezetésüknek, emellett az autógyártókra nézve sem egy elhanyagolható tényező. Az emberek nagy része kétséggel áll ezzel az új fejlesztéssel szemben és nem bízná rá magát egy szoftverre, ami teljesen érthető, tekintve a már tesztelés során felmerült, hibákból eredő baleseteket. Jelen tanulmány célja, hogy objekmögé ülhessen. Az önvezető autók témaköre elég aktuálissá vált napjainkban, hiszen már a világ szinte minden pontján foglatív képet nyújtson az önvezető autók paramétereiről, azok pozitív és negatív hatásairól, vizsgálva a nemzetközi és hazai tendenciákat egyaránt. Kérdőíves megkérdezés során vizsgálom a Magyarországon élők viszonyulását az új technológiával kapcsolatban, ezen belül is a támogatottság kérdésével és a bizalom hiányának okaival foglalkozom.

Rausz Roland: Megvalósulhat-e az elektromos autókra való átállás a közeljövőben?

rausz.roli@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 6. félév

Témavezető:
Andrics Dóra, energetikai piaci kutató, MOL

A dolgozat arra keresi a választ, hogy az elektromos autók piaci részesedése képes lesz-e az elemzők által előrejelzett ütemben növekedni, vagy korlátot fog-e jelenteni a kobalt, mint szűk keresztmetszet. Ennek alapja egy feltétel, miszerint a lítium-ion akkumulátorok költsége eléri a 100 $/kWh átszámított árat, ezzel versenyképessé válva a robbanómotoros járművekkel. A kutatás során elemzés alá kerül a kobalt piaca, bővebben annak koncentrációja, kereslete, kínálata és a szereplőinek erőviszonyai. A kapott kép alátámasztja az ár növekedéséről állított feltételezést, megalapozottá téve a további kutatást. Az akkumulátor költségei alapján meghatározásra kerül egy árfolyam sáv, amelyen belül megvalósulhat a kitűzött cél. Ezen belül kerülnek vizsgálat alá a kínálat növelésének lehetőségei. A dolgozat konklúziója, hogy a réz és nikkel piacain nem várható ár növekedés, amely hatására növekedne ezen ércek, és melléktermékük, a kobalt kínálata. Ennek okán a kobalt árának további növekedése várható, amely alapján az előrejelzések tévesnek, de legalábbis megkérdőjelezhetőnek mondhatók.

Somkuti András Ákos: Hollywoodi gazdaságtan - a stabil pareto hipotézis megkérdőjelezése

andras@somkuti.net
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Emberi erőforrások, BA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Drótos György, egyetemi docens, BCE GTK

A hollywoodi filmipar az évtizedek óta uralkodó szakirodalom szerint egy szélsőségesen kockázatos és kiszámíthatatlan iparág. Olyannyira, hogy a szerzők szerint várható értékekkel értelmetlen foglalkozni, kockázatkerülő vezetők irracionális kockázatokat vállalnak és nincsenek hatékony eszközök, melyekkel a kockázatokat kezelni lehetne. Ez a stabil Pareto eloszlásból fakad, ami azt jelenti, hogy a filmek profitjainak sűrűségfüggvénye stabil eloszlást követ (végtelen szórás, extrém szélsőértékek) és ráadásul Pareto-törvényt is követ, így a filmek 6%-a felelős a profit 80%-áért (De Vany, 2004; De Vany & Walls, 2000; De Vany & Lee, 2001; Walls, 2005 abc). A filmek valós profitabilitási adatai titkosak, ezért a profitot kutatók becslései határozzák meg. Ezen elméletre alapozva vizsgálja több egyéb kutatás a filmek sikerkritériumait, az iparági stratégiákat és a gazdasági mechanizmusokat (Ravid, 1999; De Vany & Walls, 1999; Elberse, 2005; Hennig-Thurau, et al., 2006; Moul, 2007; Liu, 2006). Az OTDK dolgozat kutatása arra irányul, hogy megpróbálja vitatni a stabil Pareto eloszlást (és ezáltal a kutatások alapját szolgáló becsléseket) új, eddig nem ismert és nem kutatott valós profitabilitási adatok birtokában, valamint egy ezekből épített új profitbecsléssel is megvizsgálja az iparági profitok eloszlását. A kutatási modell egy aggregált adatbázist használ, mely tartalmaz minden publikusan elérhető adatot a 2009-2015 között megjelent filmekről, valamint - vélhetően elsőként - valós profitabilitási adatokat is tartalmaz a Sony filmstúdió filmjeiről a Wikileaks-en fellelt adatbázisból, így becslések nélkül is vizsgálható a profitabilitás. Először a Sony tényadatok alapján teszteli a stabil Pareto hipotézist, majd egy regressziós modellt épít, hogy a nem-Sony filmek becsült profitjának eloszlási függvényét is megvizsgálja. A vizsgálat eredménye, hogy a Sony filmjeinek profiteloszlása nem követ stabil Pareto eloszlást, sőt megfelel a normalitás követelményeinek, míg a profitbecslés alapján a teljes iparágra nem mondható ki a normalitás, de a Pareto-törvény sem támasztható alá és a stabil eloszlás sem illeszthető. Ez azt jelentheti, hogy az eddig alkalmazott profitmodellek és a rá épülő elméletek mind újragondolást igényelhetnek és elképzelhető, hogy ezen keresztül egészen újszerű megállapítások és összefüggések is felfedezhetőek az iparági elemzésekben és a hollywoodi filmek sikereinek vagy kudarcainak tényezői között.

Tóth Szabolcs: A helyi közösségi közlekedés működési és finanszírozási környezete

toth.szabolcs@dkv.hu
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Nagy Adrián Szilárd, egyetemi docens, DE GTK

A helyi közösségi közlekedés fenntartása amellett, hogy nemzetgazdasági érdek az élhető és fenntartható városi mobilitás alapvető eszköze is, melynek ellátására az európai és a hazai példák vizsgálatakor többféle működési és finanszírozási modellt találunk.
Napjainkban az európai és a hazai városok esetében is többször hallhatjuk a médiákból azt az információt, hogy ezen szolgáltatást nyújtók gazdálkodása veszteséges. Dolgozatomban ennek a nem körültekintően megfogalmazott kijelentésnek a hátterét tárom fel. Amennyiben megvizsgáljuk a működési modelleket és a finanszírozás összetételét meggyőződhetünk arról, hogy valójában a szolgáltatás külső körülményei miatt nem lehetséges fenntartani a közszolgáltatást csupán az utasok által megfizetett díjakból.
A szakirodalmi elemzésekből megismert szolgáltatói modellek mellett, a megvizsgált nemzetközi és hazai városok esetein keresztül kerül bemutatásra azok működési környezete, az ebből adódó fenntartási és finanszírozási kockázatok.
A ráfordítások finanszírozási szempontból történő rövid ismertetése mellett, részletesen kielemzésre kerülnek a helyi személyszállítási bevételek összetevői, valamint az azok alakulására ható külső és belső tényezők. A bevételek összetételét európai, valamint hazai nagyvárosok példáin keresztül, összehasonlítható módon vizsgáltam meg, melyből kiderül, hogy a helyi közösségi közlekedés fenntartása állami és önkormányzati támogatások nélkül nem lehetséges.
Célkitűzésem az, hogy a bevételek elemzéséből kapott eredményeken keresztül alátámasszam azt, hogy - az alkalmazott működési modelltől függetlenül - ezen közszolgáltatás ellátásakor nem a szolgáltatók vagy közlekedésszervezők működése a veszteséges, hanem a szolgáltatás jellege és körülményei indokolják a különböző támogatásoknak és a közfeladat ellátása érdekében felmerülő, bevételekkel nem fedezett indokolt költségek ellentételezésének szükségességét. Ennek oka többrétű, a menetdíj bevételek alakulása mellett Magyarországon az állami szabályozásból eredően az ingyenes és a kedvezményes utazások utáni árkiegészítések mértéke is jelentősen befolyásolja a személyszállítási tevékenységből származó bevételek alakulását. Az ezen indokokból keletkező finanszírozási hiány nem róható fel ténylegesen a szolgáltatók és az ellátásért felelősök részére, mely alapján hazánkban a finanszírozási és kedvezményrendszer újrastrukturálása - akár a működési rendszer átalakításával - napjainkban kiemelten aktuális és megoldásra váró feladat.

DÖNTÉSELMÉLET

Zsűrielnök: Dr. Szabados György Norbert, egyetemi docens, DE GTK
Társelnök: Dr. Király Gábor, egyetemi docens, BGE PSZK/BCE TK
Tag: Dr. Kóczy László Áron, egyetemi docens, BME GTK

Berki Johanna: Orvostudományi egyetemi felvételi rendszer Németországban

berkijohanna@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Alkalmazott közgazdaságtan, BSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Bíró Péter, egyetemi docens, BCE KTK

Dolgozatomban a németországi orvostudományi egyetemi képzésekre történő felvételi rendszert vizsgálom. Ezen szakokról általánosságban elmondható, hogy nagy a túljelentkezés (2017/2018-as tanévben 57726 diák jelentkezett 13607 helyre), így különösen fontos a helyek kiosztásának módja. Jelenleg a helyek kiosztása szekvenciálisan történik három különböző körben, amely taktikázásra ösztönzi a jelentkezőket. Ezen felül két körben is a Boston mechanizmus segítségével allokálják a diákokat, mely esetén a diákok számára nem domináns stratégia a valós preferenciáik felfedése. A szereplők stratégiai ösztönzőinek és a kapcsolódó empirikus kutatások ismertetése mellett egy tantermi kísérlet segítségével megmutatom, hogy a Boston mechanizmus mégsem egyértelműen elvethető a stratégiailag biztos késleltetett elfogadási mechanizmus ellenében.

Huszárik Ádám: A County Health Ranking rangsorának elemzése inverz érzékenységvizsgálattal

huszi.09@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés, BSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Bozóki Sándor, egyetemi docens, BCE KTK

Dolgozatomban a County Health Rankings modell alapján készített amerikai megyék egészségügyi rangsorát mint többszempontú döntési feladatot, vetem alá érzékenységvizsgálatnak. Az eddig elvégzett elemzések a rangsor egy-egy részével, illetve az eredetitől teljesen eltérő súlyrendszerekkel foglalkoztak, ezért újszerűnek számít a teljes rendszer változékonyságának vizsgálata az eredeti súlyokkal. Ehhez az inverz érzékenységvizsgálat módszerét használom, mellyel a szempontsúlyok és/vagy a szempontok szerinti értékelési pontszámok százalékos megváltozása mellett zárható ki a rangsorfordulás lehetősége. Ezenfelül a vizsgálat egy speciális fajtáját is alkalmazom, amellyel a nem szomszédos rangsorfordulások lehetőségét tanulmányozom. Eredményeimben bemutatom, hogy az esetek többségében a rangsor különösen érzékenyen reagál a súlyok és az értékelések megváltozására, ami azt jelenti, hogy a megyék pozíciójának tájékoztató jellege is megkérdőjelezhető.

Ignácz Henrietta: Az eszközárazás pszichológiája - hírek megjelenésére reagáló árfolyamok és az információs hatékonyság

ignaczhenrietta94@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy, MSc, 2. félév

Témavezető:
Tóth-Pajor Ákos, tanársegéd, PTE KTK

A tanulmányom célja azon elméletek vizsgálata, összegyűjtése és rendszerezése, amelyek az emberi döntéshozatal során tanúsított viselkedést magyarázzák. Az empirikus részben egy konkrét értékpapír esetében azt vizsgálom, hogy egy általam kiválasztott, a résztvényt kibocsátó vállalathoz kapcsolódó hír megjelenése okozott-e abnormális hozamot az értékpapír árfolyamában. Elvárt hozamot becsültem Fama-French modell segítségével, majd regresszióanalízis és eseményablak elemzéssel teszteltem az abnormális hozam kialakulását. A modell szerint a hír megjelenése a vizsgált időszakban szignifikáns hatással volt az árfolyamra, a hír megjelenését a piaci szereplők reakciója követte, azonban bizonyos fokú késleltetéssel.
Amennyiben tőzsdei kereskedelemben kívánunk részt venni, érdemes vizsgálatokat folytatni a hírek megjelenésének hatásáról, arról, milyen jellegű hírek váltanak ki árfolyamváltozásokat, továbbá, hogy alakul azok iránya és mértéke. Ez azonban egy rendkívül összetett terület, a pszichológia és a közgazdaságtan határán mozgó vizsgálódás, nem elégséges csupán egyetlen tudományterület törvényszerűségeit figyelembe venni. A mai napig nem publikáltak olyan generalista modellt, amely teljes bizonyossággal állítja magáról, hogy tartalmazza a tisztán nyereséges tőzsdei kereskedelem receptjét. A téma több lehetséges kutatási irányt foglal magába: egyrészt gondolhatunk arra, hogy az egyes információkat, híreket témakörük szerint csoportosítjuk és az azok által kifejtett hatást vizsgáljuk, másrészt nemcsak a hírek csoportosítása lehet hasznos, hanem a tőzsdei kereskedelemben jelen levő vállalatok iparági besorolása is akár tevékenységi kör, akár regionális elhelyezkedés alapján.

Kungl Nóra: Különböző valuták – különböző döntések - A pénznem hatásának vizsgálata egy kísérletben

kunglnori@gmail.com
Eötvös Loránd Tudományegyetem Társadalomtudományi Kar
Alkalmazott közgazdaságtan, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Kiss Hubert János, adjunktus, ELTE TÁTK

A dolgozat célja annak vizsgálata, hogyan befolyásolja a fogyasztói döntéseket, ha azokat egy külföldi valutában kell meghozni, és hogyan javítható a feltételezett eltérés az "optimális" esettől. Ehhez azt az – amerikai diákokkal futtatott kísérletekben igazolódni látszó – hipotézist teszteli, mely szerint ha a külföldi valuta névértéke többszöröse a hazai valuta névértékének, akkor alulköltekezés figyelhető meg (pl. külföldiek Magyarországra utazva), ha pedig hányadosa a hazai valuta névértékének, akkor túlköltekezés (pl. magyarok Ausztriába utazva). A laboratóriumi kísérlet, illetve az ezt kiegészítő online kérdőív résztvevőinek vagy a forintnál gyengébb (indonéz rúpia), vagy annál erősebb pénznemben (maláj ringgit) kellett döntéseket hozniuk, amely lehetővé tette fizetési hajlandóságuk összehasonlítását.
Az eredmények alapján összességében az látható, hogy habár a hipotézisnek megfelelően a megadott fizetési hajlandóságok átlaga valamivel magasabb az erősebb valuta esetében, a különbség mértéke nem jelentős, és a statisztikai tesztek sem mutatnak szignifikáns különbséget. Ennek hátterében két fő ok állhat: egyrészt a korábbi kísérletek esetében kevésbé állt fent a pénzügyi ösztönzöttség, másrészt a résztvevő diákok tapasztalata – nemzetiségükből, lakóhelyükből eredően – nagyon eltért a korábbi kísérletek és az általam lefolytatott kutatás között. Figyelembe véve a pénzhasználatban általánosan megfigyelt tényezőket is, a dolgozat konklúziója, hogy ezek beépítése a külföldi valutákkal kapcsolatos elméletekbe, valamint a tapasztalat szerepének további vizsgálata lehetővé tenné a korábbi kutatások által festett kép további árnyalását, és a döntési mechanizmus pontosabb leírását.

Molnár Bence: Számítógépes döntéstámogatási módszerek

molnar.bence95@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Kalló Noémi, egyetemi docens, BME GTK

Az egyre komplexebbé váló üzleti környezet és a kiélezett piaci verseny nagymértékben megnehezíti a problémás helyzetek felismerését és a megfelelő döntések meghozatalát. A technológiai fejlődésnek köszönhetően a vállalatok működésük során rengeteg adatot képesek előállítani, melyek tárolásáról gondoskodni kell. A nagy és komplex adathalmazok viszont csak akkor képviselnek értéket, ha egy szervezetnek megvan a képessége és kapacitása, hogy tudássá alakítsa át. Ennek egyik elengedhetetlen feltétele egy jól működő adatinfrastruktúra kiépítése, mely magába foglalja azon Big Data alapú diszruptív technológiákat és módszereket, melyek lehetővé teszik a nagymennyiségű és változatos adatok tárolását és feldolgozását.
Tudásalkalmazások segítségével az adatok a gyakorlatban is alkalmazható modellekké alakíthatók, melyek beépülnek a vállalati döntéshozatalba. Az adatelemzésen alapuló döntéseket általában akció követi: a vállalat kommunikál, üzenetet küld, ajánlatot tesz vagy további vizsgálatokat indít. A végső cél, hogy olyan egyedi, innovatív tudást szerezzen egy szervezet, mely iparági versenyelőnyt biztosít, továbbá megkülönbözteti birtoklóját a többi versenytárstól.
Tanulmányom során a vállalati döntések elemzésén, a Big Data technológiákon és az adatbányászaton keresztül vizsgálom meg, hogy a telekommunikációs telefonhasználati nyers adatok hogyan alakíthatók át üzleti haszonná. Kutatásom során a leíró statisztika és az adatbányászat eszközkészletét alkalmaztam. Az adatbányászati modellt 1333 elemszámú tanuló adathalmazon építem fel és értékeltem ki a teljesítményét, majd egy 3333 elemszámú teszt adathalmazon mutatom be a modell képességeit és üzleti hasznát. A modell megfelelő predikciós képességekkel rendelkezett, így alkalmazásának következtében: az ügyfelekről és igényeikről átfogóbb kép kapható, jövőbeli viselkedésük előrejelezhető, továbbá értékük kiszámíthatóvá válik.

Ruzsonyi Csenge: Fiatalság – bolondság? Az életkor és a döntési helyzet befolyásoló hatása a tranzitív és konzisztens döntéshozatalra

csengeruzsonyi@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Bozóki Sándor, egyetemi docens, BCE KTK

A dolgozat az egyének hétköznapi döntéshozatalának következetességével foglalkozik. Kutatási kérdése, hogy az életkor hogyan befolyásolja az objektív, illetve szubjektív döntési helyzetekben meghozott döntések következetességét, illetve maga a szituáció milyen hatással van rá. A dolgozat három hipotézissel él: (1) az életkor növekedése pozitívan befolyásolja a tranzitív preferenciarendezést; (2) az életkor növekedése pozitívan befolyásolja az elfogadhatóan inkonzisztens preferenciarendezést; (3) a döntési szituáció jellege jelentősebb hatással van a következetes – tranzitív és konzisztens – döntéshozatalra, mint az életkor. A saját kísérlet kialakításához először áttekinti a téma szempontjából releváns szakirodalmat, majd annak eredményeire alapozva készíti azt elő. A vizsgálatot saját mintán végzi, összesen 119, négy különböző korosztályba tartozó fővel végezteti el ugyanazt a kettő – egy objektív és egy szubjektív – páros összehasonlításokból álló feladatot. Az adattisztítást követően az objektív feladat tekintetében egy 73, a szubjektív szituáció esetében pedig egy 91 fős mintán tudja ellenőrizni hipotéziseit. Az összehasonlításokból képzett mátrixokra az Analytic Hierarchy Process módszertant alkalmazza, statisztikai elemzéseit pedig 5%-os szignifikancia szinten értelmezi. Míg az objektív döntési helyzetben minden korosztályba tartozó kitöltőnek nagyrészt tranzitív és elfogadható inkonzisztenciájú a preferenciarendezése, a szubjektív szituációban jelentősebb intranzitivitás áll fenn és kisebb az aránya az elfogadhatóan inkonzisztens válaszoknak. Továbbá varianciaanalízis alapján csupán utóbbinál különböznek egymástól szignifkánsan az átlagos CR értékek és intranzitív triádszámok korosztályonként. A dolgozat a hipotéziseit bináris logit modellekkel teszteli és mindhárom hipotézise szignifikánsak bizonyul. Eredményeit kiterjeszti és megvizsgálja azok gazdasági életre gyakorolt jelentőségét is.

Sneider Tamás: Gyors és lassú gondolkodás a beszerzési döntésekben

tamassneider@yahoo.com
Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. habil. Velencei Jolán, egyetemi docens, OE KGK

A közgazdaságtan évszázadok óta úgy tekint legfőbb tárgyára, a döntéseket meghozó emberre, mint racionálisan gondolkodó élőlényre. Ez az élőlény, amelyet Daniel Kahneman csak „Econ"-nak nevez, távol áll a mindennapi embertől, aki döntései jelentős részénél nem veszi figyelembe a közgazdaságtan alapvetéseit, preferenciarendszere nem állandó, döntései sokszor egymásnak ellentmondók. Arról lenne szó, hogy az emberek java része irracionálisan viselkedik és véletlenszerű tévedések tömkelegére van kárhoztatva? A viselkedésgazdaságtan az a viszonylag fiatal tudományág, amely ezt a látszólagos véletlenszerűséget és irracionalitást vizsgálja, és megpróbálja feloldani az „Econ" és a valós ember döntései közötti ellentmondásokat, azok magyarázatát és szabályszerűségeit keresve.
A dolgozat a viselkedésgazdaságtan eszköztárát felhasználva keresi a kérdést arra, hogy milyen látszólagos ellentmondások figyelhetők meg a beszerzési döntésekben, és hogy ezek mögött milyen szabályszerűségek fedezhetők fel. Olyan jelenségekre keres példát a beszerzési döntések gyakorlatában, mint a veszteségkerülés (loss aversion), a kognitív könnyedség (cognitive ease), a statisztikáktól való idegenkedés (struggle to think statistically) és a személyes történetek előrébb helyezése a döntéseknél (what you see is all there is). A dolgozat először összefoglalja az elméleti hátteret, amely a hivatkozott jelenségeket vizsgálja, majd egy kérdőív eredményeinek elemzésével mutat rá arra, hogy ezek hogyan mutatkoznak meg egyes beszerzési döntésekben.
A dolgozat nem hivatott messzemenő általános következtetéseket levonni a beszerzési döntésekről. Inkább útmutatóként szolgál arra, hogy milyen észlelés csapdáknak (cognitiv bias) eshetünk áldozatul. Példákat mutat be ezekre a döntési hibákra, amelyeket a kérdőív alanyai elkövettek, és bármelyikünk ugyanúgy elkövethet. Ha ezekre a fényt derítünk, és tudatosul bennünk, hogy mi áll ezek hátterében, talán jobban felvértezhetjük magunkat ellenük.

GAZDASÁGI INFORMATIKA ÉS E-BUSINESS

Zsűrielnök: Dr. Sasvári Péter, egyetemi docens, NKE ÁKK
Társelnök: Dr. Keszthelyi András, egyetemi docens, OE KGK
Tagok: Dr. Kiss Ferenc, egyetemi docens, MET KÜT
Dr. Szalay Gábor Zsigmond, egyetemi docens, SZIE GTK

Balog Vivien: Szeizmológiai zaj szerepének vizsgálata az Einstein Telescope megvalósíthatóságának szempontjából

balogvivien3@gmail.com
Eszterházy Károly Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Gazdaságinformatikus, BA, 7. félév

Témavezető:
Lökös Sándor, tudományos segédmunkatárs, EKE GTK
Dr. Novák Tamás, egyetemi docens, EKE GTK

Kutatómunkám az Einstein Telescope (ET) jövőbeli projekt előkészítését segíti elő. A jövőbeni berendezés elsődleges célja a gravitációs hullámok részletekbe menő vizsgálata. A hipotézisem, hogy a jól dokumentált napon ismert legcsendesebb szakasz az ET telepítéséhez szükséges határ alá kerül, míg a humán eredetű zajforrások jelenléte esetén a felette levő szakaszra esik.
Kutatómunkám célja támogatni a Mátrában zajló kutatásokat értékes elemzésekkel, amelyekből lényegi információk születhetnek. Munkámmal hozzájárulok az MTA Wigner Fizikai Kutatóközpont, ill. a Mátrai Gravitációs és Geofizikai Laboratórium (MGGL) munkájához. Célkitűzésem a szeizmológiai zaj adatok kiértékelése az ET szempontjából fontos frekvenciasávban. A zaj adatok kiértékelése során kapott eredmények kerülnek szemléltetésre az ET1H jelölésű helyszínről, amely a gyöngyösoroszi mélyművelésű bányában található laboratóriumot jelenti. A munkafolyamatban egy, a bánya dolgozói által jól dokumentált napot vizsgálok.
A mérőeszköz, az alacsony zajszintű, szélessávú Güralp CMG-3T szeizmométer, amely érzékeny a talaj rezgéseire a 0,008-50 Hz frekvenciatartományban. A műszer által mért adatok kerültek kiértékelésre. Az ET1H helyszínről gyűjtött adatokat, melyeket az ET szempontjából lényeges 1–10 Hz tartományban dolgoztam fel, három irányban rögzíti a műszer: keleti, északi és függőleges irányban. A mérhető mennyiséget az e három irányba való elmozdulás sebességének frekvencia szerinti eloszlása jelenti. Ez az ún. PSD érték a műszer szeizmológiai környezetéről nyújt információt. Az adatkiértékeléshez, programozáshoz és az ábrák létrehozásához a Python programnyelvet használtam. A számításokat, diagrammok elkészítését a Python ObsPy csomagja és a Microsoft Office Excel (2016) szoftver segítségével végeztem.
Ebben a tanulmányban a bányanapló alapján azonosítottam a zajforrásokat, ill. különböző zajok hatásait vizsgáltam 2016. december 15-én. Az ábráim elkészítésével bizonyossá vált, hogy ténylegesen mikor merültek fel a zajok. A bányában várt legcsendesebb időszakban ismeretlen eredetű zajforrásokat mutattam ki, melyek vizsgálatához más napokkal való összevetés lehet szükséges, azaz korreláció vizsgálata. A feltett hipotézist minden kétséget kizáróan nem tudtam igazolni. A hipotézisem elvetésre került.

Böjte Berta Eszter: Elektronikus önértékelési és tanulási megoldás Q metódus alapú értékelése

berta.bojte@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdaságinformatikus, BA, 8. félév

Témavezető:
Dr. Vas Réka Franciska, docens, BCE GTK

Az élethosszig tartó tanulás szükségességének és a folyamatos technológiai fejlődésnek köszönhetően az e-learning megoldások a mindennapjaink részévé váltak. Számos kutatás foglalkozik ezen rendszerek megfelelőségének vizsgálatával, elsősorban a tanulási folyamat eredményességének mérésén keresztül. Ezen megközelítések azonban nem világítanak rá, hogy a rendszer milyen módon, mely funkcióival járul hozzá az eredményesség javításához és a hiányosságait sem képesek azonosítani. Kutatásom célja egy elektronikus önértékelési és tanulási rendszer értékelése olyan módszerrel, amely a tanulási élményről, a rendszer és funkcióinak megfelelőségéről is megalapozott visszajelzést ad. A választott kutatási eszköz a Q-módszer, amelynek segítségével a vizsgált témával kapcsolatos vélemények megismerése és véleménykülönbségek azonosítása is lehetővé válik. Kutatásomban azt vizsgáltam i) hogyan alkalmazható a Q-módszer e-learning megoldásokkal kapcsolatos vélemények, illetve megítélések elemzésére; ii) a felmérés eredményei hogyan használhatók fel a rendszer fejlesztéséhez. A Q-módszer lényege, hogy a résztvevők (ajánlott résztvevőszám 40-60 közötti) egy témakörrel kapcsolatos állításokat (ideális szám 30-90 között) rácsszerkezetbe rendezve pontoznak, jelezve ezzel, hogy mennyire értenek egyet - vagy ellentétes a véleményük - az adott állítással. Az így kapott rendezett rácsokat faktoranalízis segítségével hasonlítjuk össze, illetve csoportokba rendezzük úgy, hogy az egy csoportba tartozó rácsok erősen korrelálnak egymással, viszont nem korrelálnak másokkal. Emellett begyűjtésre kerülhetnek a rács széleire helyezett állításokhoz tartozó magyarázatok, illetve egyéb kiegészítő (például demográfiai) információk is. A kialakult csoportok értelmezése az utolsó lépés, amelynek során megvizsgáljuk a csoportokhoz kialakult ideális rácsok összetételét, felhasználva a magyarázatokat és/vagy a kiegészítő információkat is.
Kutatásomban 190 hallgató 33 állítást rendezett [-4,4] skálán rögzített rácsszerkezetbe. Elemzéseim eredményeként először kialakítottam 23 ideális rácsszerkezetet a kitöltések szakok szerinti faktorelemzésével. A kapott rácsokon újabb faktoranalízis után kialakult az 5 végső csoport: Tankönyvpártiak, Alapos tudásellenőrzők, Tesztírási képességfejlesztők, Interaktív tanulók, Impulzív „pánikolók”. Az 5 csoport jellemzői és a hallgatói megjegyzések alapján fejlesztési javaslatokat is megfogalmaztam.

Gönczy Balázs: Online játékpiac: Árbevétel generálási módszerek és a kereslet elemzése

gonczy.balazs95@gmail.com
Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és Menedzsment, BSc, 6. félév

Témavezető:
Dr. Kovács Norbert, egyetemi docens, SZE GK

A dolgozatom központi témája az Online Gaming Industry és azon belül az online terjesztésű számítógépes játékok keresletének és kínálatának elemzése. A kínálat részéről a különböző platformok (személyi számítógépes, telefonos, konzolos játékok) kereskedőit mutatom be. Ezek közül részletesebben megvizsgálom és jellemzem a Valve társaság Steam kliensének az üzleti modelljét. Ezt követően sorra veszem a piac árazási technikát azzal a céllal, hogy megérthessük, hogy miért is tört olyan nagy népszerűségre a Freemium modell és sok kiegészítő árbevétel generálási módszere. Továbbá egyéb a piacra jellemző tendenciákat (pl: centralizálás és decentralizálás, blockchain) is megemlítek és górcső alá veszek, ezzel is körvonalazva az ipar további fejlődési lehetőségeit.
A dolgozat másik felében a keresletre fókuszálok egy Conjoint Analízis és kérdőíves kutatás segítségével. A kettő segítségével összevethetem a fogyasztók vallott és tényleges preferenciáit. A kérdőíves kutatást Google Forms és az empirikus vizsgálatot Excel programcsomag segítségével értékeltem ki 2018 tavaszán.

Kapronczay Mór[1] - Plangár Bálint István[2]: Ki írta? - Szövegek íróinak felismerése text mining segítségével

[1]*mor.kapronczay@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy, MA, 2. félév

[2]*balint.plangar@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Biztosítási és pénzügyi matematika, MA, 2. félév

Témavezető:
Szekeres Péter, CEO, Neticle

A szerzők dolgozatukban szövegbányászati módszerekkel kísérlik meg eldönteni szövegekről, hogy a legnagyobb valószínűséggel az előzetesen megtanult szerzői profilok közül melyik profil birtokosa a szöveg szerzője. A szerzők egy benchmark modellt definiálnak, amely egyszerű statisztikák alkalmazásával a véletlennél kis mértékben képes jobb eredmény elérésére, azonban kifejtik véleményüket, miszerint komoly lehetőség van e modell fejlesztésére is. Végül a szerzők TF-IDF módszertanon alapuló modellje már szignifikánsan jobb eredményeket mutat, megközelítve a tökéletes hatékonyságot. Ugyanakkor a szerzők felhívják a figyelmet az eredmények alkalmazhatóságának korlátaira, a módszertan továbbfejlesztési irányaira is. Mindazonáltal a dolgozat a szerzők véleménye szerint releváns tanulságokkal szolgálhat a szövegbányászat klasszifikációs területének számos tekintetében.

Kovács Hunor[1] - Tamás Simon Lehel[2]: Részvényportfóliók optimalizálása webszolgáltatások segítségével

[1]*hunooor01@gmail.com*
Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem Csíkszeredai Kar
Gazdasági informatika, BSc, 4. félév

[2]*lehel26@yahoo.com*
Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem Csíkszeredai Kar
Alkalmazott közgazdaságtan és pénzügy, MA, 2. félév

Témavezető:
dr. Pál László, docens, RO EMTE CSK

Napjainkban sokak számára lehetővé vált, hogy kipróbálják tudásukat a befektetések területén, vagy megérzéseikre hallgatva vásároljanak különböző részvényeket és egyéb befektetési eszközöket az online tőzsdéken. Az elmúlt évtizedekben számos elméletei modell született portfoliók kialakítására, melyeket a befektetők döntésük meghozatalakor igénybe vehetnek. Az egyik legismertebb modell a Markowitz által kidolgozott modell.
Kutatásunk célja egy olyan számítógépes környezet kialakítása volt, melynek segítségével egységes felületen keresztül tudunk vizsgálni számos befektetési modellt. A kutatás mellett természetesen oktatási célra is szeretnénk használni a környezetet.
Az adatok feldolgozását egy távoli számítógép segítségével oldottuk meg. A vizsgálatok eredményeinek megjelenítésére, a felhasználó különböző, helyben rendelkezésére álló, számítógépes rendszereket vehet igénybe. A számítások eredményei ugyanúgy megtekinthetők webes felületen, mint különböző telefonos, táblagépes alkalmazásokon, az adatok megjelenítésért a rendelkezésére álló eszköz a felelős.
A Markowitz típusú modellekben a klasszikus kovariancia mátrix számítási módszerek mellett vizsgáljuk a Ledoit-Wolf típusú számítási módszert. A különböző kovariancia számítási módszereket a DJIA részvényein vizsgáljuk a részvények számának illetve a befektetési periódusok változtatásával.
A különböző befektetési modelleket egy erre a célra létrehozott Android alkalmazáson keresztül használhatja a felhasználó.

Krőhnung-Székely Károly Máté: Internet-of-Things device based decision support systems in the field of fuel economy norms (*Internet-of-Things eszközökön alapuló döntéstámogató rendszerek az üzemanyagnorma meghatározásában)*

matekaroly.krohnung.szekely@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment (angol nyelven), BSc, 6. félév

Témavezető:
Dr. Kruzslicz Ferenc, egyetemi docens, PTE KTK

Az Internet-of-Things eszközökön alapuló döntéstámogató rendszerek az üzemanyagnorma meghatározásában című kutatás és dolgozat alapvető célja egy olyan megközelítés kidolgozása volt, amely a tömegközlekedési és áruszállító vállalatok által a napi működés során lefedett útvonalakra vonatkozó üzemanyagfelhasználás becsléséhez biztosítja egy kellően precíz döntéstámogató eszköz alapjait. A dolgozat számos, a belsőégésű motorral szerelt gépjárművek üzemanyagfelhasználását befolyásoló tényezőket vizsgáló kutatás és vizsgálat tapasztalataira építve kidolgozott megközelítést ötvöz az internet-of-things eszközökön alapuló mérési rendszerek adta lehetőségekkel, melyek lehetővé teszik a pontos, nagy volumenű, igény szerint akár valós idejű adatgyűjtést, illetve az alkalmazott modell gyakori, a változó környezeti hatásokhoz igazodó finomhangolását. A munkához felhasznált adatbázisból kinyert historikus adatokra épülő modell eredményei közelítő pontosságú becslés kialakítását tették lehetővé. A kutatás során tapasztalt újszerű eredmény a közigazgatási határokon és úttípusokon alapuló útszakasz szegmentáció, mely a makroszkopikus elemek közül az egyik legerősebb kapcsolatot mutatta az üzemanyagfelhasználás változásával. A modell becslési pontossága az adatállomány bővítésével a tapasztalatok alapján jelentős mértékben javítható, mely lehetővé teszi az üzemanyagfelhasználás becslésén túl üzemzavarok, működési rendellenességek korai előrejelzését is.

Nagy Mónika Franciska: A digitális transzformáció hatása a munkavállaláshoz szükséges kompetenciákra

nagy.m.franciska@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdaságinformatikus, BSc, 8. félév

Témavezető:
Borbásné Dr. Szabó Ildikó, adjunktus, BCE GTK

A negyedik ipari forradalom a gazdaság mellett a társadalomra is hatással van, ami a mindennapi élet számos területén jelenleg is megfigyelhető. A technológiai újításoknak köszönhetően megváltoznak a hétköznapi folyamatok, valamint átalakulnak a szórakozási szokások is. Elég, ha csak arra gondolunk, hogy miként alakítja át életünket a mesterséges intelligencia az önvezető járművek és az internetes profilozás nyomán. Nincs ez másképp a gazdaság és a társadalom határterületeivel sem. A munkaerőpiac jelentős átrendeződése várható, amire az oktatási intézményeknek fel kell készülniük, ha piacképes tudást akarnak átadni a hallgatóik számára. Őket olyan jövőben igényelt ismeretekkel kell felruházniuk, amelyek nem számítanak elavultnak a diploma megszerzése után sem. Ahhoz, hogy ez megvalósulhasson, ismernünk kell a jövőben elvárt kompetenciaigényeket, amihez elengedhetetlen a munkaerőpiac és az azt befolyásoló tendenciák hatásainak megfigyelése, lejegyzése. Megfigyeléseinket azonban úgy kell rendszereznünk, hogy a kérdéseinkre végeredményként jól értelmezhető válaszokat kapjunk, ezért kutatásomban azt vizsgáltam, hogy az ontológia alapú fejlesztési módszertan segítségével létrehozható-e egy olyan fogalmi modell, amely által ez megvalósítható. A módszertan mellett szólt, hogy hangsúlyt helyez a valóság objektumainak és a köztük lévő összefüggések leképzésére, ami fontos a tendenciák és azok hatásainak vizsgálata során. A dolgozat az elvégzett kutatást és az eredményeit mutatja be.
Szakirodalmi források alapján tártam fel a kompetenciákat és az őket befolyásoló tényezőket. A terület beható vizsgálata során könnyen láthatóvá vált, hogy a különböző szakirodalmak eltérő terminológiát alkalmaznak, emiatt a különféle meghatározásokat egy konkrét keretrendszerbe foglaltam: azonosításra és definiálásra kerültek a legfontosabb fogalmak, valamint a köztük húzódó viszonyok, melyek a modell alapját nyújtják. Ezzel elértem a kutatásom egyik kitűzött célját: megalkottam egy fogalmi modellt, mely a különböző forrásokból megszerzett tudás rendszerezésére használható. A kompetenciaigények előrejelzéséhez a modellbe épített ok-okozati kapcsolatokat használtam fel; az ontológia tudományában ez formalizált, strukturált kérdések használatával történik. Munkámban szerettem volna bemutatni, hogy a modell és a módszertan alkalmas arra, hogy hatékony eszközzé váljon a munkavállalói kompetenciák előrejelzésében.

Pál Mária: „Az idő pénz" – A késedelem- illetve az erőforráskorlát túllépésének költsége többszintű projektkörnyezetben

pal.maria135@gmail.com
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Számvitel, MA, 2. félév

Témavezetők:
Dr. Kosztyán Zsolt Tibor, egyetemi docens, PE GTK
Novák Gergely, külső témavezető, Continental Automotive Hungary Kft.

Projektmenedzsmenttel való ismerekedésem legelejétől érdekeltek a multiprojektekkel kapcsolatos szakirodalmak, kihívást láttam az ezzel kapcsolatos elemzések elvégzésében. Dolgozatomban szeretném kihangsúlyozni a többszintű környezet fontosságát, mivel itt lehetőség nyílik a projektek egymásra gyakorolt hatásának kezelésére is. Multiprojekt környezetben ugyanis egyszerre több, párhuzamosan futó projektet hajtanak végre, melyek gyakran eltérő célkitűzésekkel rendelkeznek, és közös erőforrásokon osztoznak.
A szakirodalom segítségével sikerült azonosítanom a multiprojekteket leginkább jellemző problématerületeket. Ezek figyelembe vételével fő célom egy olyan kvantitatív modell megalkotása, mely segít a multiprojektek minél alacsonyabb költségen történő megvalósításában, mindezt a lehető legalacsonyabb, legkiegyenlítettebb erőforrásigényekkel. Másrészt, célul tűztem ki az egyes költségelemek befolyásoló tényezőinek feltárását.
A modellalkotáshoz a veszprémi Continental Automotive Hungary Kft. egy valós, mindennapi környezetben gyakran előforduló rendszer fejlesztési projektjét vettem alapul. Ehhez projektszakértővel folytatott konzultációk során kaptam adatokat. A hagyományos szemlélettel menedzselt, V-modellel leírható projektet topológiai indikátorokkal elemeztem az alapvető strukturális jellemzők feltárása érdekében. Ezt követően a késedelem és az erőforráskorlát túllépés, azaz a túlóra költségét egy Excelben futó, két lépcsős optimalizálásra felépített modellel jelenítettem meg. Ezzel sikerült rámutatni a teljes költség csökkentésének lehetőségeire a multiprojektben. Végül Crystal Ball segítségével határoztam meg a késedelem és a túlóra költségét leginkább befolyásoló tényezőket.
A szimuláció lefuttatásával több, mint 5,5%-os teljes költség csökkentést tudtam elérni multiprojekt szinten. Emellett sikerült kisimítani az erőforráscsúcsokat, mellyel a maximális pillanatnyi erőforrásigény mintegy 50%-kal csökkent, mérsékelve az esetlegesen fellépő, dolgozatomban kifejtett projektcsömör problémáját. A multiprojekt költségek befolyásolóinak összehangolt figyelembe vétele az azonosított problématerületekkel hasznos információkat nyújt a projektmenedzserek költségcsökkentést célzó tevékenységéhez.

Vuleta Patrícia: Kutatási versenyképesség mérése: A Research ScoreCard mutatóinak kialakítása

vupatric@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdaságinformatikus, BSc, 8. félév

Témavezető:
Dr. Vas Réka Franciska, egyetemi docens, BCE GTK

A kutatási tevékenység kulcsszerepet játszik felsőoktatási intézmények versenyképességében. Ennek ellenére, ha létezik is valamilyen teljesítménymérés ezekben a szervezetekben, az rendszerint ezt a területet csak felületesen, vagy egyáltalán nem érinti. Dolgozatom azt vizsgálja, hogy a rendelkezésre álló adatforrásokból a Balanced ScoreCard elvei alapján hogyan lehet a Budapesti Corvinus Egyetem kutatási tevékenységének nyomon követésére megfelelő mutatószámrendszert alkotni.
Ehhez a szakirodalom eredményeire támaszkodva létrehoztam a Research ScoreCardot, amely kifejezetten a felsőoktatási intézmények kutatási tevékenységére szabott teljesítménymérési koncepció. A keretrendszer kialakításához készített elméleti iránymutatásom arra helyezi a hangsúlyt, hogy milyen eszközök segítségével lehet az üzleti analitika megoldásaival – elsősorban nyilvános adatbázisokból (MTMT, folyóirat rangsorok) – a szükséges adatokat összegyűjteni, rendszerezni, elemezni.
A kutatási tevékenység alapján egy intézmény meg tudja mérettetni és meg tudja különböztetni magát az egyetem hazai és nemzetközi színterén is, másrészt ezen tevékenységek eredménye adja oktatási megújulásának alapját is.
Bemutatom, milyen teljesítménymutatók segítségével mérhető az egyetemi oktatók kutatási aktivitása, így különösen a publikációs tevékenység mértéke és minősége. Illusztrálom azt is, hogyan támogatható a vezetői munka adatvizualizációs eszközökkel ezzel segítve a rugalmas és gyors döntéshozatalt. Kutatásom legfontosabb eredménye, hogy a kidolgozott Research ScoreCard módszertannal nem csak a vizsgált egyetem, de valamennyi hazai felsőoktatási intézmény is jól funkcionáló adatteret alakíthat ki kutatási tevékenységéről. Ennek segítségével a Research ScoreCard a felsőoktatási intézményben kiemelkedő szerepet kaphat, mint mérési és vezetési irányítóeszköz.

GAZDASÁGPOLITIKA ÉS GAZDASÁGI NÖVEKEDÉS

Zsűrielnök: Dr. Pogátsa Zoltán, egyetemi docens, SOE LKK
Társelnök: Dr. Somogyi Ferenc, egyetemi docens, SZE KGK
Tagok: Dr. Bartha Zoltán, egyetemi docens, ME GTK
Dr. Erdeiné Késmárki-Gally Szilvia, főiskolai tanár, MET KÜT

Bálint Kata: A digitalizáció gazdasági hatásai – Észtország példája

katabalint94@yahoo.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 7. félév

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

Kutatásomban három kérdésre keresem a választ: Hogyan működik egy "digitális állam"? Mennyiben járul hozzá az információtechnológia szektor Észtország versenyképességéhez? Összességében vajon megoldás-e a digitalizáció a gazdasági előrelépésre?
Kutatásomat primer és szekunder módszerekkel végeztem. Primer kutatásom során személyes interjúkat készítettem Észtországban, a Tallinn University of Technology (TalTech) - Ragnar Nurkse Department of Innovation and Governance intézmény kutatóival és professzoraival. Szekunder kutatásom folyamán feldolgoztam az idegen nyelvű szakirodalmat, statisztikai adatokat gyűjtöttem és elemeztem.
Kutatásom során Észtországgal kapcsolatban pozitív és negatív tapasztalatokkal egyaránt találkoztam. Észtország relatív erőssége az átlátható, hatékony intézményi rendszeren és a csökkentett kormányzati szabályozási terheken felül, a stabil makrogazdasági és politikai környezet, a kedvező adókörnyezet és az alacsony szintű korrupció. Nem utolsó sorban Észtországnak rendkívül jó a nemzetközi megítélése és az országimázsa. Ebből kifolyólag a teljes átláthatóság és digitalizáció felé menetelő Észtország az előbb felsoroltak révén kifejezetten vonzó célpont a külföldi befektetők számára. Ugyanakkor az állampolgárok bevonása lassan zajlik, mely a szocializmus örökségének tudható be. A közigazgatást törvények szabályozzák, emellett jelentős hagyományokkal rendelkezik, így a közszféra digitalizálása lassabb, mint a privát szektoré. Ráadásul az információs és kommunikációs technológiák környezeti-gazdasági hatásai a valóságban sokkal differenciáltabbak, mint azt elsőre feltételeznénk. Mindent összevetve Észtország gazdasági átalakulásához és előrelépéshez nagyban hozzájárult a digitalizáció, amelynek azonban árnyoldalai is vannak.

El-Meouch Nedim Márton: A bankrendszer hitelezési tevékenységének makrogazdasági teljesítményre gyakorolt hatásának vizsgálata Magyarországon

nedu02@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági Elemző, MSc, 4. félév

Témavezető:
Banai Ádám, igazgató, Magyar Nemzeti Bank

A 2007-2008-as gazdasági válság óta még inkább előtérbe került az örökzöld kérdés, vagyis, hogy a bankrendszer működése hogyan hat a reálgazdaság teljesítményére. Számos nemzetközi tanulmány megmutatta már, hogy a kereskedelmi bankok hitelezési aktivitása meghatározó lehet a reálgazdaság növekedésének szempontjából, ahogy szintén sok cikk született már abban a témában is, hogy válság okozta csökkenő hitelezés esetén a bankrendszer, bár ellenkező irányú, de ugyanúgy meghatározó szerepet játszik a reálgazdaság teljesítményét tekintve. Mindezek alapján jelen tanulmányban a háztartási és vállalati hitelezés alakulásának reálgazdaságra gyakorolt hatásait vizsgáltam empirikus adatok segítségével.

Kutatásomban hazai és nemzetközi makroökonómiai és pénzügyi indikátorok 2002 és 2017 közötti alakulása alapján próbáltam meghatározni a bankrendszer hitelezési tevékenységének reálgazdasági hatásait Magyarországon. Elemzésem során előjel és zéró restrikciós Bayes-i Stukturált Vektor Autoregressziós (SVAR) módszertant alkalmaztam és e modellezés eredményei alapján vontam le következtetéseket. Ehhez a releváns idősorok áttanulmányozása után, makroökonómia megfontolások alapján, négy különböző hitelezési sokkot identifikáltam: vállalati hitelkínálati, vállalati hitelkeresleti, háztartási hitelkínálati és háztartási hitelkeresleti sokk; majd ezen sokkok reálgazdaságra gyakorolt hatásait elemeztem.

Az elemzés eredményei alapján a vállalati hitelkínálati sokk a rövid távú hatásokon túl további két időszakon át, míg a háztartási hitelkeresleti sokk további egy időszakon keresztül volt képes jelentősen befolyásolni a reálgazdaság alakulását. A vállalati hitelkeresleti és a háztartási hitelkínálati sokkokkal kapcsolatban viszont nem bizonyosodott be, hogy a rövid távú hatásokon túl jelentősen befolyásolni tudnák a makrogazdaság alakulását.

Annak, hogy Magyarországon a reálgazdaság alakulását a vállalati szektorban a kínálati oldal sokkja, míg a háztartási szektorban a keresleti oldal sokkja befolyásolta inkább 2002 és 2017 között, a szektorok sajátosságaiból fakadó oka lehet. Míg a vállalati egy stabil kereslettel rendelkező szektor, így ott a kínálat sokkszerű megváltozása lehet képes jelentősen hatni a reálgazdaságra, addig a háztartási szektorban a keresleti oldal sokkal ingadozóbb, így ott a kereslet sokkszerű megváltozása lehet képes jelentősen befolyásolni a reálgazdaság alakulását.

Hajnal Zsófia[1] - Pammer Noémi Judit[2] - Szabó Gyula[3]: Németország makrogazdasági elemzése

[1]*zsofia.m.hajnal@gmail.com*
Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MA, 3. félév

[2]*pammer.noemi@gmail.com*
Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MA, 3. félév

3g_szab@yahoo.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MA, 3. félév

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

Dolgozatunk célja Németország általános gazdasági elemzése volt, továbbá három hipotézist vizsgáltunk meg. Ezek a hipotézisek az alábbiak:
1. Németország gazdasági értelemben az Európai Unió motorjának tekinthető.
2. A gazdaság bővülése hosszútávon fenntartható.
3. A 2015. január 1-én bevezetett minimálbér-emelés nem vetette vissza a növekedést és nem okozott emelkedő munkanélküliséget.
Elemzésünkhöz a főbb makrogazdasági mutatókat, statisztikákat és aktuális szakcikkeket használtuk fel, annak érdekében, hogy minél szélesebb körű, pontosabbképet kapjunk az ország gazdasági helyzetéről, valamintjövőbeli kilátásairól. Többek között górcső alá vettük az ország GDP-jét, államháztartási bevételeit és kiadásait, az államadósság szintjét, folyó fizetési mérlegét, monetáris és fiskális politikáját, foglalkoztatottsági adatait, társadalmi indikátorait és életszínvonalbeli mutatóit. Ezeket az adatokat igyekeztünk az EU, illetve OECD adatokhoz mérni, ennek segítségével megállapítani az ország EU-n belüli gazdasági szerepvállalását.
Megállapításunk szerint Németország bár az EU motorjának tekinthető és ez a szerep a Brexit hatására valószínűleg erősödni fog, az országnak problémákkal is szembe kell néznie.A kutatásunk alapján a második hipotézis is igaznak bizonyult, hiszen a német gazdaság jelenlegi állapota fenntartható, még ha bizonyos jelek arra is utalnak, hogy hosszabb távon a társadalom elöregedése gondot jelenthet. Ennek megoldására a Közel-Kelet válságövezeteiből érkező menekültek, illetve az Unión belüli migráció jelenthetnek egyfajta megoldást, abban az esetben, ha sikeres integrációval párosulnak. Harmadik feltételezésünk igazolásához hosszabb távú vizsgálat szükséges, mert a minimálbér-emelés hatásai jelenleg nehezen tetten érhetők.

Horváth Balázs István: Kamatok hatása a költségvetési döntésekre

balazsh26@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MSc, 4. félév

Témavezető:
Tóth G. Csaba, vezető közgazdasági elemző, Magyar Nemzeti Bank

A dolgozatom fő kutatási kérdése, hogy miként hatnak a kamatok egyes államok költségvetési döntéseire. A kérdés precíz vizsgálata érdekében a kamatok esetében az államadósság finanszírozását adó állampapírok kamatainak hatását vizsgálom az elsődleges, azaz a kamattehertől tisztított költségvetési egyenlegre.
A kérdés megvizsgálásához az OECD országokat elemeztem részletesebben. Az országok adataiból egy 1970-től 2016-ig tartó adatbázist alakítottam ki, amelyben ökonometriai módszerek, elsősorban panel-regressziók segítségével vizsgáltam a kutatási kérdést. A kapcsolat feltételezhető iránya, hogy a pillanatnyi alacsony kamatok mellett kisebb problémának érzékelhető az eladósodás, ezért lazább a költségvetési politika, mint amelyet más körülmények indokolnának, így pozitív a kapcsolat.
Az eredmények alapján a kamatok emelkedése valóban magasabb elsődleges egyenleggel jár együtt, a kapcsolat azonban nem lineáris és függ az államadósság aktuális szintjétől is.

Kálmán Botond: Egészséges verseny (egészségi állapotjelzők bevonása a versenyképességi vizsgálatokba)

metropuniv@gmail.com
Budapesti Metropolitan Egyetem Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar
Nemzetközi gazdálkodás (angol nyelven), BA, 5. félév

Témavezető:
Dr. Kiss Ferenc, egyetemi docens, METU ÜKTF

Napjaink közgazdasági szakirodalmában gyakran szereplő fogalom a versenyképesség, ami országos, vállalati és egyéni szinten is értelmezhető. Mérésére és összehasonlítására számos mutatót használnak. Ezek közül a két legelterjedtebb a World Economic Forum évente közzétett Global Competitiveness Indexe és az International Institute for Management Developmentnek a World Competitiveness Yearbookban ugyancsak évente publikált rangsoroló mutatója. Céljuk eredetileg a fejlődő országok felzárkóztatásának elősegítése volt, struktúrájukat is ennek megfelelően hozták létre. Mivel ma már a világ minden országát ezen mutatókkal értékelik, felmerültek problémák az index-összetevők kapcsán. Jelen munka egy ilyen problémát, az egészségi állapot versenyképességre gyakorolt hatását vizsgálja. Elsősorban a vállalati versenyképességre fókuszál, abból az alapfeltételezésből kiindulva, hogy a testileg-lelkileg egészséges dolgozó tudja a maximális teljesítményt nyújtani és ezáltal vállalati szinten javítani a versenyképességet. Ráadásul az egyén egészségének vizsgálata és javítása ezen a szinten már személyre szabott intézkedésekkel megtehető. A dolgozat első része az indexekben szereplő – fejlődő országokban gyakori – fertőzések helyett a világszerte legnagyobb problémát jelentő betegségek és rizikófaktoraik versenyképességre kifejtett hatását elemzi. Az elemzéshez a WHO, az OECD, a Világbank, az Eurostat és más nemzetközi egészségügyi szervezetek, továbbá a KSH adatbázisait használta jelen tanulmány készítője.
Saját kutatásában a szerző egy 235 fős mintán a munkahelyi stressz mértékét vizsgálta, mivel ezen kis anyagi befektetéssel és megfelelő intézkedésekkel jelentős mértékben lehet javítani. Felméréséhez az angol Health Safety Executive által megalkotott kérdőívet és a hozzá készült Excel-alapú eszközt használta. Az eredmények szerint a munkahelyi stressz fő okai a fokozott munkaterhelés, az elégtelen vezetői támogatás és a negatív kollegiális kapcsolatok.
Az első két ok egyértelműen a vezetés cselekvési területe. Ezért a szerző munkája végén egy lehetséges cselekvési tervet ismertet a munkahelyi stressz mértékének csökkentésére. Jelen dolgozat célja elsősorban a figyelemfelhívás volt és az, hogy egy komplex probléma kis szeletén bemutassa, minden szinten érdemes és kell megoldást keresni az emberi egészség és ezen keresztül a versenyképesség javítására.

Molnár Dániel: Az Európai Központi Bank Quantitative Easing programja

danielmolnar1993@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Szabó-Bakos Eszter, egyetemi docens, BCE KTK

A 2007-2008-as válság eredményeként a világ vezető jegybankjai merőben új helyzettel szembesültek. A válság előtti jegybanki eszköztár nem bizonyult hatékonynak a problémák kezelésére: a pénzpiacok működésének helyreállítására, valamint az aggregált kereslet növelésére és így az infláció felpörgetésére. Ezen felül megjelent egy korábban csak elméleti szinten létező jelenség, a likviditási csapda, vagyis hogy a hosszú távú kamatok olyan szintre csökkentek, ahol a piaci szereplők számára a pénztartási hajlandóság végtelenné vált. Az új helyzet új eszközöket igényelt a monetáris politikai döntéshozók részéről, akik így különböző nemkonvencionális eszközöket vezettek be. Ezen eszközök korábban nem voltak általánosan elterjedtek, csupán néhány jegybank eszköztárában voltak megtalálhatóak. A nemkonvencionális jegybanki eszközök közül a legnagyobb hatással az eszközvásárlási programok jártak, amelyek keretében a jegybankok jelentős összegű állampapírt vásároltak. Az Európai Központi Bank a kiterjesztett eszközvásárlási programján keresztül 2016 végéig több mint 1500 milliárd euró értékben növelte mérlegét állampapírok és vállalati kötvények vásárlásával. Ez azonban jelentős kockázatot is hordoz magában, mivel az állományok leépítésének módja egyelőre nem ismert. Dolgozatomban felépítek egy DSGE-modellt, amelynek segítségével szemléltethető, hogy a jegybanki állampapír vásárlások milyen csatornákon keresztül hatnak a gazdaságra. Emellett bemutatom, hogy az Európai Központi Bank kiterjesztett eszközvásárlási programja segítségével a céljának megfelelően emelte az inflációt, illetve gyorsította a gazdasági növekedést.

Nagy Evelin: Monetáris politika alakulása inflációs célkövetést alkalmazó országok esetén

nagyeveliin@gmail.com
Babeş-Bolyai Tudományegyetem
Pénzügy és bank, BA, 8. félév

Témavezető:
dr. Nagy Ágnes, egyetemi docens, ETDK - RHK

A jegybankok úgy tudják maximalizálni a társadalmi jólétet, ha az árstabilitás elérésére és fenntartására törekednek, valamint ha az általuk követett monetáris politikai stratégia hiteles. A tapasztalatok azt mutatták, hogy az inflációs célkövetés rendszere fejlett és feltörekvő országokban egyaránt kedvező, stabil keretrendszernek bizonyult.
Dolgozatomban ismertetem, hogy Magyarországon, Romániában, Lengyelországban és Csehországban hogyan, miként oldják meg a nehezebb időszakokat, valamint, hogy mennyire sikeresen veszik az akadályokat.
Megvizsgálom a kitűzött célok, hogyan kerültek megvalósításra, milyen kilátások vannak a jövőre nézve, milyen újításokra lenne szükség, milyen eredményekkel zártak, valamint, hogy mennyire térnek el az eredmények a kitűzött céloktól.
Hatékonynak olyan intenzív megmozdulások bizonyulnak, melyek egy bizonyos piaci zavar helyreállítását tűzik ki céljuknak, mely világosan volt megfogalmazva, úgy, hogy jó eredményeket értek el a gyakorlatba ültetésükkel.

Németh András Áron[1] - Rovó Judit[2]: Monetáris politika a lapos Phillips-görbék idején

[1]*nemeth.andras@heller.uni-corvinus.hu*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés, BA, 6. félév

[2]*rovo.judit@heller.uni-corvinus.hu*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés. BA, 6. félév

Témavezető:
Baksa Dániel, PhD Hallgató, KEE

1958-ban A.W. Phillips, új-zélandi közgazdász szignifikáns inverz kapcsolatot mutatott ki a nominális bérinfláció és a munkanélküliség között. A jelenséggel azóta számos tanulmány foglalkozott, és kialakultak más megközelítések, a kapcsolatot leíró egyenlet pedig Phillips-görbeként vonult be az irodalomba. A manapság leginkább elterjedt Phillips-görbe-értelmezés az árinfláció és a kibocsátási rés közötti kapcsolatot írja le. Röviden: ha a gazdaság a természetes kibocsátási szintet meghaladja, az inflációnövelő hatású, a fordított eset pedig dezinflációs hatású.
A Phillips-görbe egyenlete szerint tehát a gazdasági teljesítmény az infláció változtatásával befolyásolható. Ez a gondolat hosszú évtizedekig uralta a monetáris politikát, historikus adatokból továbbra is kimutatható volt a kapcsolat a két változó között. Ugyanakkor az elmúlt évtizedekben ez a kapcsolat gyengülni látszik, a görbe kibocsátási résre vonatkozó paramétere csökkenhetett, és a 2008-as gazdasági válság óta ez a jelenség csak szembetűnőbb lett. Milyen gazdasági kondíciók változhattak, milyen események történhettek, amik ezt előidézték?
Dolgozatunkban több ország idősorain vizsgáljuk a görbe ellaposodásának jelenlétét és lehetséges okait, ezt követően pedig a gazdaság egy SVAR alapú modelljével figyeljük meg, hogy valóban kisebb hatékonysággal tud-e működni a monetáris politika egy ilyen környezetben. További kérdésünk, hogy mekkora akadályt jelent a gazdaság szabályozásában a 0%-os kamathatár, a zero lower bound, azaz mi történik, ha egy bizonyos kamatszint alá nem tud csökkenteni a jegybank?
Az eredményeink alapján statisztikailag is kimutatható, hogy míg a válság előtt szignifikáns kapcsolat volt a kibocsátási rés és az infláció között, ez a válság után sokat gyengült, és néhol mintha meg is szűnt volna.
Modellünk eredményei alapján keresleti sokk esetén kisebb inflációs kilengés következik be a gazdaságban, emiatt enyhébb monetáris politikai válasz is elegendő, viszont lassabban térünk vissza az egyensúlyi állapotba. Kínálati sokk esetén arra jutottunk, hogy nincs számottevő különbség a két Phillips-görbe között. Végül kamatsokk esetén nagyjából hasonló monetáris politikai reakciót igényel a két forgatókönyv, de az inflációs folyamatok között komoly az eltérés.
A zero lower bound esetén a modell szerint a jegybank ilyen jellegű korlátozottsága negatívan befolyásolja az egyensúlyhoz való visszatérést, egy-egy külső sokk hatása tovább elhúzódik.

Papp Anikó: A magyar monetáris politika hatása az inflációs célkövetés rendszerének bevezetése óta: elemzés strukturális VAR keretben

anikoopapp@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MA, 2. félév

Témavezető:
Kollarik András, közgazdasági elemző, Magyar Nemzeti Bank

A dolgozat a magyar monetáris transzimisszió szerepét vizsgálja az inflációs célkövető rendszer bevezetésétől a 2016 decemberét bezáró időszakon keresztül. Az empirikus elemzés során egy monetáris restrikció modellezésén keresztül igyekszik meghatározni a magyar monetáris transzmisszió hatékonyságát, és a gazdasági reálváltozók (rálkibocsátás, árszínvonal, árfolyam, monetáris politikai eszköz) monetáris restrikcióra adott válaszreakcióját. A monetáris restrikció hatását az Uhlig (2005) által alkalmazott előjelmegkötéses strukturális vektor autoregressziós modell segítségével szemlélteti, bemutatva az impulzus válaszok által kirajzolódó hosszú távú hatásokat az elemzésbe bevont változókra vonatkozóan. Mindemellett becslést tartalmaz külön-külön a 2007-2008-as világválság előtti, illetve utáni időszakra, megvizsgálva a transzmisszióban bekövetkező változásokat.

Rácz Tamás: Gazdasági növekedés és a pénzügyi közvetítés fejlettsége

rtamas1993@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Pénzügy, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Kovács György, egyetemi docens, SZTE GTK

Az intézményi közgazdaságtan előtérbe kerülésével többek között a pénzügyek tudománya és a pénzügyi intézmények gazdasági szerepe is robbanásszerű fejlődésnek indult az elmúlt évtizedekben. Számtalan olyan tanulmány jelent meg, melyek a pénzügyi rendszerek sajátosságai és a gazdasági növekedés között fennálló kapcsolatot vizsgálták. A többnyire neoklasszikus alapokra támaszkodó elméleteknek és az ezeket alátámasztó empirikus kutatásoknak köszönhetően pedig egyre inkább általánossá vált az a nézet, miszerint a két tényező között pozitív irányú, szoros kapcsolat áll fent. Számtalan kutatás igazolta, hogy a fejlettebb pénzügyi közvetítéssel rendelkező országok hosszabb távon magasabb gazdasági növekedésre voltak képesek. Sőt, arra is bizonyítékot találtak, hogy ez a hatás nem csak a hosszabb időintervallumokon, de rövidtávon, egy-egy válság esetében is fenn állt. Egy jobban működő pénzügyi közvetítőrendszer hatékonyabban tudta egy válság gazdaságra gyakorolt negatív hatásait is ellensúlyozni. Habár olyan tanulmányok is napvilágot láttak, melyek elméleti és gyakorlati oldalról egyaránt megtámadták ezeket az álláspontokat, kritikáik jóformán feledésbe merültek. Jelen kutatásom célja, hogy újból megvizsgálja ezt a kapcsolatot, ugyanis az utóbbi időben, különösen a 2008-2009-es válságot követően egyre többen hívták fel a figyelmet arra, hogy a piaci intézmények rendkívül komplexekké váltak, ezért néha hajlamosak kiszakadni a reálgazdasági működésből, öncélúvá válni, ezzel pedig hátráltatva a gazdaság működését.

Szincsák Gergő László: A minimálbér szerepe a gazdaságpolitikában

szincsak.gergo@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MA, 3. félév

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

A tanulmány célja bemutatni a közgazdasági modellek minimálbérről vallott nézeteit a versenyzői munkaerőpiacon. Az empirikus tanulmányokból pedig olyan helyzeteket feltárni, amik ellentmondtak a várakozásoknak. A dolgozat kiemelt témájaként kezelt 2000-2001-es magyarországi emelés körülményeit a szerző egyszerre állítja párhuzamba és szembe napjaink magyarországi gazdasági és munkaerőpiaci helyzetével, hogy feltegye a kérdést: ismétlődően alkalmazható-e a piaci várakozásokat felülmúló minimálbér-emelés.

Tóth Tamás: Konvencionális és nem konvencionális eszközök a magyar gazdaságpolitikában

tt930817@yahoo.com
Nemzeti Közszolgálati Egyetem Államtudományi és Közigazgatási Kar
Közigazgatás-szervező, BA, 6. félév

Témavezető:
Prof. Dr. Lentner Csaba, egyetemi tanár, NKE KTK

Magyarország 2010-ben elindult egy saját úton, egy magyar modell útján, ami sok tekintetben eltér más országok gazdaságpolitikájától. A sikeres válságkezelés mögött olyan innovatív eszközök és módszerek alkalmazása állt, amelyek korábban nem voltak jelen a magyar közpénzügyi rendszerben. Az új elgondolások segítettek abban, hogy 2013-ra megtörtént a gazdasági konszolidáció, vagyis a magyar gazdaságot rövid idő alatt sikerült újra egyensúlyi állapotba hozni. Amellett, hogy a gazdaság növekedése fenntartható és konstans, folyamatosan csökken az államadósság, nő a foglalkoztatottak száma, és elhanyagolható szinten tartható az infláció, valamint sikerült kialakítani egy olyan családtámogatási rendszert, amelynek eredményeként Magyarországon vannak egész Európában a legkedvezőbb családtámogatási eszközök. Ezek az eredmények a magyar modell működőképességét igazolják.
Magyarország egy külső fundamentum vezérelt ország, a rendszerváltás kezdetétől meghatározó szerepet játszanak a betelepülő külföldi működőtőke beruházások. A korábbi évtizedekkel ellentétben 2010 után sikerült Magyarországot vonzóvá tenni a külföldi beruházók számára. Az új külföldi működőtőke beruházások, amelyek jelentős része nemzetközi piacokra termel nagymértékben hozzájárultak ahhoz, hogy az ország versenyképességét növelni sikerült a régiós versenytársakkal szemben. Azonban az elsősorban külföldi autógyárakra épített export vezérelt gazdaságpolitika mára elérte a felső korlátját. Az országban lévő külföldi cégek ilyen mértékben gazdaságilag már nem fogják tovább húzni Magyarországot. Eljött a váltás ideje. Az elkövetkezendő években a hazai kis és középvállalati szektor további megerősítésére kell a forrásokat felhasználni. A következő évek gazdaságpolitikája egyértelműen a finomhangolások időszaka lesz. Az alapokat sikerült lefektetni 2010 és 2018 között. Nyolc év alatt sikerült egyensúlyt és növekedést teremteni. A következő négy évben a magyar gazdaságnak el kell jutni arra a szintre, hogy sikerüljön az államadósságot az Alaptörvénynek megfelelő 50%-os szintre lecsökkenteni. Illetve a másik fontos célkitűzés, hogy a személyi jövedelemadó egyszámjegyűre csökkenjen, amely az embereket a munkavégzésre, és a többletmunkateljesítményre ösztönzi. Ezáltal a többlet jövedelem, ami megmarad a lakosságnál abból a fogyasztási adókon keresztül a beruházások további emelkedése várható. Tovább fehéredhet a gazdaság, ami pedig még jobban felpörgetheti a magyar költségvetést.

GAZDASÁGPSZICHOLÓGIA

Zsűrielnök:	Prof. Dr. Hámori Balázs, egyetemi tanár, BCE KTK
Társelnök:	Dr. Szászvári Karina Ágnes, főiskolai docens, BGE PSZK
Tagok:	Dr. Csizmadia Péter, tud. segédmunkatárs, MTA TK SZ
	Dr. Matolay Réka, egyetemi docens, BCE GTK

Balázs Bence Ferenc[1] - Tóth Máté[2]: A pontgyűjtő kártyák lélektana

[1]*balazsbence99@outlook.hu*
Budapesti Gazdasági Egyetem Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 1. félév

[2]*mtth206@gmail.com*
Budapesti Gazdasági Egyetem Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg
Pénzügy és számvitel, BA, 1. félév

Témavezető:
Balázsné Dr. Lendvai Marietta, főiskolai docens, BGE GKZ

Napjainkban egyre nagyobb küzdelmet kell folytatniuk a vállalkozásoknak a fogyasztói hűség elérésére, majd megtartására. A hűségprogramok – legyen szó online vagy offline vásárlási felületről – hosszú távú marketingstratégiák, amelyek befolyásolják a fogyasztói döntéseket, segítségükkel a vállalatok új ügyfeleket szerezhetnek és a régi vevők ragaszkodását erősíthetik meg az adott márkához. Fő cél, hogy az adott márkához vagy szolgáltatáshoz pozitív irányultságot építsenek ki a vásárlások, tranzakciók bizonyos fokú honorálásával. A lojalitásprogramok színes palettájával találkozhatunk. Már régóta nagyon sikeresek és népszerűek a pontgyűjtő kártyák. Számos, közelmúltban végzett kutatás eredményeire támaszkodva olyan kép rajzolódott ki a marketingszakemberek előtt, hogy a hagyományos hűségprogramok ideje lejárt, a fogyasztók elköteleződését a trendek megváltoztatásával, újratervezésével sikerülhet elérni. Dolgozatunkban bemutatjuk a főbb trendeket és elméleti vonatkozásokat, majd online kérdőíves felméréssel mélyebben feltárjuk, hogyan hódítanak ezek az eszközök, mi adja a program varázsát és pszichológiai erejét. Azonosítjuk a fogyasztók által észlelt kockázatokat, majd vizsgáljuk a lehetséges kitörési pontokat. A kutatás eredményeképpen felvázoljuk a jövőképet, ami az adatelemzésen alapuló, személyre szabott hűségprogramok irányába mutat. Átfogó és pontos képet kell rajzolni a fogyasztóról miközben a piac szereplőinek az Európai Unió általános adatvédelmi rendeletének (GDPR) is meg kell felelniük. Ezenkívül igazodni kell a következő évtized fogyasztói piacát uraló Z-generáció igényeihez, akik a digitalizáció folyamata közben nőttek fel, okoseszközöket használva. Mindezek alapján megállapíthatjuk, hogy a jövőben is szükség lesz a pontgyűjtő rendszerekre, de egy megújított, az új világ kihívásaira választ adó formában, azaz szükség van a pontgyűjtő kártyák 4.0-ás verziójára.

Chen Xi: How financial attitude, credit card using, and disposable income affect impulsive buying behaviour among college students?

xichensziszi@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MSc, 1. félév

Témavezető:
Dr. Kincsesné Vajda Beáta, egyetemi adjunktus, SZTE GTK

The investigated scientific topic is 'How financial attitude, credit card using, and disposable income affect impulsive buying behaviour among college students?' This research used the questionnaire to gather the information and analysed them through crosstabs and hierarchical clustering with Ward's method and Euclidean distance. Based on the contrastive analysis, price, promotion, credit card, and pocket money from parents do affect people's impulsive buying behaviour. The unexpected result was that most of the impulsive buyers are short-term savers, which means although they are impulsive in spending money, in the meantime, they also save money for a short-term in the future. This investigation is about to be aware of the attitude of college students in related to impulsive buyers.

A vizsgált tudományos téma, hogy hogyan befolyásolja a pénzügyi magatartás, a hitelkártya-használat és a rendelkezésre álló jövedelem az egyetemi hallgatók impulzusvásárlási magatartását. A kutatás során kérdőívet használtam fel az információk összegyűjtésére, melyek elemzésére kereszttáblák, Ward módszeren alapuló hierarchikus klaszterezés és az euklideszi távolság alkalmazásával került sor. A kontrasztív elemzés alapján az ár, a promóció, a hitelkártya és a szülőktől kapott zsebpénz befolyásolja az emberek impulzusvásárlási magatartását. A váratlan eredmény az, hogy az impulzusvásárlók többsége rövid távú megtakarító, ami azt jelenti, hogy bár költekezéskor impulzívak, de rövidtávon pénzt is takarítanak meg. Ez a kutatás az egyetemi hallgatók impulzusvásárlásokkal kapcsolatos hozzáállásának megismerését szolgálja.

Hajnal Emese: A multitasking hatásainak vizsgálata a kognitív képességekre

emesehajnal9@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdaságinformatikus, BSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Duma László, egyetemi docens, BCE GTK

A modernizáció, a digitalizáció, az infokommunikációs technológia rohamos fejlődése mind hozzájárult ahhoz, hogy kialakuljon a mindennapos párhuzamos feladatvégzés jelensége, a multitasking fogalma. Viszont kognitív képességünkre való pozitív, illetve negatív hatásairól nincs konzisztens szakirodalmi megegyezés. Dolgozatom arra a kérdésre próbál választ adni, hogy a mindennapos, tudat alatt végzett multitasking milyen befolyást gyakorol teljesítményünkre, figyelmünkre és az emlékező képességünkre.
Egy általam - PHP programozási nyelv segítségével - készített oldal biztosította azt a kutatási tesztet, mely segítségével fényt derítettem arra, hogy párhuzamos feladatvégzéssel tényleg több időt spórolunk meg, vagy csak ezt az illúziót kergetjük a teljesítményünk rovására. A kutatásban résztvevők kétféle, egy szimpla és egy multitasking közegben hajtottak végre 5-5 számolási mechanizmusukban megegyező, numerikus feladatot. A két környezet, abban különbözött egymástól, hogy míg az első részben csak az adott számítási feladatra összpontosítottak a kitöltők, addig a második, multitasking részben a figyelem kétfelé szakadt, a feladat megoldása mellett egy random generált, hét karakterből álló kódot is észben kellett tartani, valamint a feladat elvégeztével emlékezetből minél pontosabban vissza kellett adni. Adatbázisban eltároltam a feladatokkal töltött időket, a feladatokra adott megoldásokat, a beírt kódokat és a résztvevők demográfiai jellemzőit is. A multitasking befolyásoló erejének elemzéséhez a két vizsgálódási közeg feladataival töltött idők összehasonlítását, valamint ugyanazon feladattípusra adott válaszok helyességének arányát vettem alapul. Hipotéziseim között szerepelt továbbá a nemek szerinti eltérő eredményesség és a fiatal generáció jobb teljesítőképessége is.
83 alany adatain végzett hipotézisvizsgálat kimutatta a párhuzamos feladatvégzés negatív hatását teljesítményünkre. Szignifikánsan több időt töltöttek a kitöltők a multitasking környezetben lévő feladatok megoldásával. Regresszió alapján az életkor rendelkezett szignifikáns hatással, az idősebbeknek több időbe telt a második blokk feladatainak kivitelezése. Nem nyertek bizonyítást azok a hipotéziseim, melyek a nemek közti teljesítménykülönbséget és a feladatokbéli romló hatást feltételezték.
Mikor párhuzamosan több tevékenységet folytatunk mindenképp számolnunk kell a sokszoros leterheltséggel, a figyelemmegosztással, a hibázás lehetőségével és a nagymértékű időspórolás illúziójával.

Khayouti Sára: Milyen tényezők hatnak a csalási viselkedésünkre?

khayoutisara96@gmail.com
Eötvös Loránd Tudományegyetem Társadalomtudományi Kar
Alkalmazott közgazdaságtan, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Bakó Barna, egyetemi adjunktus, BCE KTK

A közgazdaságtan régóta vizsgálja az emberek csalási viselkedését, modelljei alanyaként eddig többnyire az úgynevezett homo oeconomicus szolgált: egy mindig racionális egyén, akinek az egyetlen célja a saját hasznosságának maximalizálása. A viselkedési közgazdaságtan az utóbbi évtizedekben más nézőpontból közelítette meg a kérdést; azokat a pszichológiai, kulturális és szociális tényezőket vonta be az elemzésbe, amik vélhetően felelősek a homo oeconomicus és a homo sapiens közti szisztematikus eltérésekért. Az egyik megfigyelés szerint az emberek ceteris paribus – egyenlő potenciális haszon és veszteség mellett – kevesebbet csalnak, ha emlékeztetik őket a morális sztenderdjeikre. A folyamat angol eredetű megnevezése priming. Mazar, Amir és Ariely (2008) rendelkezik az egyik legidézettebb cikkel a témakörben: amerikai diákokon vizsgálták a Tízparancsolat mint morális emlékeztető hatását. Eredményeik szerint ez csökkentette a csalás mértékét.
Kutatásom két részből állt. Először teszteltem a fent leírt hipotézist az eredeti kutatás alapján reprodukált kísérletek adatain. Ezek összesen 25 kutatóközpontból származtak, a világ különböző részeiről. Többváltozós regressziókat használtam különböző mintákon, hogy megvizsgáljam, hogy a hipotézis igaz-e mindenkire, csak amerikaiakra, vagy csak néhány kutatóközpontra. A második részben, feltáró kutatásom során, további összefüggéseket kerestem az adatok alapján, hogy a csalásra ható többi tényezőt is analizáljam. A legfontosabb változók a résztvevő kora, neme, intelligenciája, kreativitása és egyéni vallásossága voltak. Az utóbbi hatását a Tízparancsolat vallási jellege miatt volt szükséges megvizsgálni. Ezeket a hatásokat már korábbi kutatásokban is elemezték. Saját kiegészítésem a korábbi kutatásokhoz az ország vallásosságának (a keresztény és zsidó népesség arányával mérve) és néhány személyiségjegynek a vizsgálata volt.
Az eredmények eltértek az eredeti kutatásétól, a hipotézist minden minta alapján elvetettem. Várakozásaim cáfolva, a résztvevők csak a morális „priming” után csaltak, azonban a csalás mértéke csökkent az ország vallásosságának függvényében. Ez azt mutatja, hogy a Tízparancsolat azért hatásos, mert a társadalomnak bír jelentéssel, másképpen csak emlékezteti a résztvevőket a csalás lehetőségére. Ezeken kívül egyedül a személyiségjegyek hatottak szignifikánsan a résztvevők csalási viselkedésére.

Kocsis Bence: Labdarúgó játékosok teljesítményének elemzése az átigazolásuk előtt és után a legmagasabban rangsorolt öt európai bajnokságban 2013/2014-es szezon óta

beju111@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodás és menedzsment, BA, 8. félév

Témavezető:
Dr. Nagy Benedek, egyetemi adjunktus, SZTE GTK

A dolgozatom fő kérdése és mozgató rugója az, hogy megvizsgáljam, vajon van-e kapcsolat a labdarugó játékosokért kifizetett összegek és a sikeresség között. Ezért szeretném elemezni az egyes focisták teljesítményét az átigazolásuk előtt és után, annak érdekében, hogy megállapítható legyen az adott üzletről, hogy sikeresnek minősíthető-e.
A labdarugó csapatok a világ legnagyobb vállalkozásai között szerepelnek, és ezek a vállalkozások hatalmas összegeket költenek el évről évre az átigazolási piacon. Erre az átigazolási piacra szeretnék készíteni egy hatékonyság elemzést, azért, hogy megvizsgálhassuk, a sok pénzért vásárolt labdarugók milyen hatékonysággal válnak be új csapataiknál.
A dolgozatomat Paul Tomkins munkássága inspirálta, aki számos cikket dolgozott ki és publikált ebben a témában.
Szekunder adatelemzést végeztem, melynek keretében több, labdarúgással foglalkozó statisztikai oldalról, mint mondjuk a transfermakt.de, importáltam az adatokat.
Kereszttábla elemzést készítettem, amelyből kiderül, hogy ha különböző árkategóriákban hasonlítjuk össze a sikeres üzletek arányát, akkor megállapítható, hogy nincs egyenes arányosság a játékosokért kifizetett összeg és a sikeresség között. Emellett, Khí-négyzet teszt (Khí-négyzet=5,3839, sig=0,715>0,05) alapján, ötszázalékos szignifikancia szinten megállapítható, hogy nincs szignifikáns kapcsolat a játékosokért kifizetett összeg és a sikeresség között.

Kompolti János Ádám: Adópszichológia – Az adózás pszichológiai háttere és változó szemléletek az adóztatás területén

kompot12315@gmail.com
Nemzeti Közszolgálati Egyetem Államtudományi és Közigazgatási Kar
Közgazdálkodás és közpolitika, MA, 1. félév

Témavezető:
Dr. Gregóczki Etelka, egyetemi docens, NKE ÁKK

Az adóztatás ma a közpolitikai agenda egyik csúcstémája, ez vitathatatlan. Érdemes vizsgálni azonban, hogy az adózók, mint egyének milyen pszichológiai jellemzőjük mentén alakítják adózásukhoz és az adóztató közhatalomhoz való viszonyulásukat, hogy aztán megérthessük ezek társadalmi szinten megjelenő fokozatait. Szintén érdemes vizsgálat tárgyává tenni, hogy ezen viszonyulások és az államoldali intézkedések milyen összhangban vannak, ezek milyen ellentmondásokat és ütközéseket hordoznak magukban, illetőleg az ezek mentén kialakuló problémákra, társadalmi feszültségekre milyen megoldási eszközökkel hozakodhatunk elő. Érdekes vizsgálat lehet az is, melyben a társadalmi normáktól eltérő és optimális magatartási formák adózói megítélését, vagy éppen az adózók és az adóhatóság viszonyát, illetve utóbbi és az ezzel foglalkozó államoldali intézkedések, szolgáltatások kölcsönhatását célozzuk. Jelen kutatás fenti témakörökkel foglalkozik mind a kapcsolódó szakirodalmak, források és jogforrások vizsgálata, mind pedig online tesztfelület segítségével végrehajtott primer kutatás útján. Az eredmény egy közpolitikai issue, egy megoldási lehetőség, és rámutatás arra, hogy ezen szakterületnek (adópszichológia) ez csak egy apró érdekes és kutatandó részterülete, így jelen tanulmány csak egy messzire mutató kutatási program első alapvető mérföldköve.

Kovács Kincső: Megfogalmazás hatása a döntéseinkre: Hogyan csökkenthetjük a türelmetlenséget

kokincso@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 2. félév

Témavezető:
Neszveda Gábor, egyetemi tanársegéd, BCE GTK

Kutatásomban azt vizsgálatam, hogy az intertemporális döntéseknél van-e hatása annak, ha ugyanazokat a döntési opciókat különbözőképpen fogalmazzuk meg. Az ötletet Faralla és szerzőtársai (2017) cikke adta, melyben a keretezés hatását vizsgálták az intertemporális döntésekben.
Saját vizsgálatomban ezt a kutatást reprodukáltam egy általam tett kiegészítéssel. Az én kérdőívem három kérdésblokkot és egy demográfiai blokkot tartalmazott szemben az eredeti kutatással, ami két kérdésblokkot és egy demográfiai blokkot tartalmazott. A kérdésblokkok három különböző módon megfogalmazott esetet takartak, egy semleges megfogalmazásút, egy büntetéses, és egy bónuszos esetet. Arra voltam kíváncsi, hogy az egyének mennyire türelmesek a különböző blokkoknál. A feltett hipotézisem az volt, hogy az egyének türelmesebbek lesznek, ha büntetésként fogalmazzuk meg azt, hogy a jelenben kisebb összeget kapnak, mintha várnának a jövőbeli kifizetésekre. A kérdőívben minden esetben a következő kérdést látták a résztvevők: „Válasszon a következő opciók közül!" Választlehetőségként egy „A" és egy „B" opció volt megadva, például „A: 19422 Ft most azonnal. B: 19920 Ft 162 nap múlva."
Várakozásaim szerint azzal, hogy a kitöltőknek egyértelmű információt nyújtottam arról, hogy mennyit nyernek vagy veszítenek, a preferenciáikat a türelmesebb opció felé irányítottam, és jövőorientáltabbak lettek. Hipotézisem szerint a büntetés szó egy kis provokációként, enyhe befolyásolásként funkcionál – bármiféle irányítás nélkül –, egyéneket előrelátásra készteti.
Eredményeim szerint a megfogalmazásnak szignifikáns hatása volt az intertemporális döntésekben a válaszadók választásaira: más opciót választottak többségében a különböző keretek mellett. Empirikus vizsgálatom alapján a feltett hipotézis – mely szerint az egyének türelmesebbek lesznek a büntetés szó hatására, a büntetés elkerülése érdekében – igaznak bizonyult, az eredmény statisztikailag szignifikáns.
Az azonnali kifizetést a semlegesen megfogalmazott esetben választották a legtöbben. A büntetés nagy valószínűséggel elrettenti az egyént az adott opciótól, inkább várakozik, mintsem egy negatív következményt el kelljen viselnie. A felkínált bónusz is sok esetben kecsegtető volt, de nem akkora különbséggel a két lehetőség között, mint a büntetéses esetben. Fontos kiemelni, hogy a kérdőívben mindig nyíltan látható volt az egyének számára az, hogy az adott opció választásával mi jár (büntetés/bónusz), ezzel is megkönnyítve a kitöltők döntését.

Szabó Krisztina Vivien: Happyology – Avagy a boldogság gazdasági tudománya

vivi.szaboo@gmail.com
Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Kolnhofer-Derecskei Anita, adjunktus, OE KGK

Dolgozatomban a boldogság témakörét járom körbe, és helyezem tudományos alapokra a fogalommal kapcsolatos ismereteket, főként gazdasági hangsúllyal. Dolgozatom két fő szerkezeti egységre bontható.
Az első részben a vizsgált téma szempontjából releváns fogalmakat, jelenségeket mutatom be szakirodalmi áttekintés segítségével. Ez a rész három fő fejezetre osztható, melyek az alábbi témaköröket foglalják magukba:
A dolgozatomat a gazdaságpszichológia bemutatásával, illetve annak a mainstream közgazdaságtannal való összehasonlításával kezdem, mely fejezet keretein belül bemutatom a homo oeconomicus modelljét, és rávilágítok arra, hogy ez az emberkép a mai gazdasági világban miért nem teljesen helytálló.
Majd az anyagi jólét és a boldogság közötti összefüggések vizsgálatával folytatom a kutatást, melynek részét képezi annak a közhelynek az elemzése, mely szerint a pénz nem boldogít.
Ezután áthelyezem a hangsúlyt a boldogság vizsgálatára, mely keretein belül megalkotom a saját boldogság definíciómat, mely a későbbiekben a kutatásaim alapját fogja képezni.
A második fő szerkezeti egységben a saját kutatásomat írom le, illetve annak eredményeit elemzem és értékelem, majd ismertetem az eredményekből levont legfontosabb következtetéseket, és javaslatot teszek azok gyakorlati alkalmazására, illetve továbbfejlesztésére. Ebben a részben hangsúlyosan kvalitatív technikákra alapozok, fókuszcsoport és szakértői mélyinterjúk elemzése kiváló alapot nyújt a leendő kvantitatív mérést megalapozó kérdőívre.
A dolgozatom kiindulásaként az a hipotézis szolgált, mely szerint a boldogság egyre fontosabb szerephez jut a közgazdaságtanban is, és érdemes, illetve szükséges vele foglalkozni, ezt bizonyítják a növekvő számú boldogságot mérő gazdasági mutatók is. Hiszen az egyén, a társadalom és a gazdaság szempontjából is mérhető haszonnal jár az emberek boldogságának növekedése.

Szamosi Éva: Központban a korrupt diákok - hallgatói csalások Magyarországon és Indonéziában

szamosieva@hotmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar
Emberi erőforrások, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Réthi Gábor, adjunktus, BGE PSZK

Dolgozatom témája az egyetemen elkövetett tisztességtelenségek. A csalás szinte minden egyetemista életét végigkíséri, így kutatásom aktualitásához kérdés sem fér. Már a 60'-as évektől kezdve több kutatásban felhívták a figyelmet a csalás elterjedésére, és évekkel később nemhogy a számuk csökkent, hanem folyamatosan nőtt. Dolgozatomban kettő gazdaságilag, kulturálisan és földrajzilag is teljesen eltérő országokban kutattam a csalás megjelenését, formáit és a rá ható tényezőket. Kutatási kérdésemben arra keresem a választ, hogy milyen hasonlóságok és különbségek mutatkoznak meg az egyetemen elkövetett csalások területén egy fejlődő és egy fejlett országban. Ennek a lekérdezéséhez kérdőívet használtam, hiszen minél nagyobb adategységet szerettem volna begyűjteni. Kérdőívem indonéz és magyar nyelven is elkészült. Kutatásom egy feltáró kutatás, aminek segítségével egy képet nyerhettem a hazai, és az indonéz diákok által elkövetett tisztességtelenségekről. Hasonlóságot mutatott a két vizsgált országnál a csalási technika, és annak gyakorisága, az oktatók csalásra való reagálása, a csaló emberek száma és a teljesítményfokozószerek használata. Fő különbségként jelent meg a vallás és annak gyakorlása, a csalás elfogadása, a csalás pozitív megítélése, a lebukási arány, a lebukás következménye, a bűntudat és az egyetemre való jelentkezés motivációja. Dolgozatom hozzájárul a hallgatói csalások megértéséhez. Felmérésem segíti a hallgatói csalások megértését és empirikus kutatásom növeli a fejlődő országokban végzett hallgatói csalások szakirodalmát.

GAZDASÁGSZOCIOLÓGIA

Zsűrielnök: Dr. Dabasi Halász Zsuzsanna, egyetemi docens, ME GTK
Társelnök: Dr. Kelemen-Erdős Anikó, egyetemi docens, OE KGK
Tagok: Dr. Gál Katalin, egyetemi adjunktus, PKE GTK
Dr. Farkas Tibor, egyetemi docens, SZIE GTK

Balog Katalin: Az élő szervezet, avagy az agilitás a vállalati versenyképesség horizontján

kata@balogkata.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Emberi erőforrás tanácsadó, MA, 3. félév

Témavezető:
Dr. Poór József, egyetemi tanár, SZIE

A vállalati versenyképességet folyamatosan alakítja a technológia robbanásszerű fejlődése, a globalizáció és a hyper-versenyhelyzet. A VUCA jelenség mára állandó valóságunkká vált: a volatilitást és komplexitást a tradicionális vállalati működés nem tudja lekövetni. Eközben a disztruptív innovációk iparágakat alakítanak át és exponenciálisan nagy versenyelőnyre tesznek szert. Az agilis működési módjuk versenyképessége bizonyítható. Mindez nemcsak piaci, de szervezeti és egyéneket érintő változásokat sürget. Egy alkalmazkodó vállalati struktúra és vezetés, az önszerveződő csoportok, az agilis munkamódszerek képessé teszik a fejlődésre és a változásmenedzsmentre őket.
Pályamunkám célja, hogy tisztázódjon az agilitás személyiségjegy vagy módszertan, lássam a különbséget az agilitás aspektusai között, mint munkamód, vállalati kultúra vagy vezető szemlélet. Hipotéziseim a különböző személyiségtípusok és az agilis működés jellemzőinek együttjárását vizsgálják. A személyiségvonásokat a Big5 tipológia kérdőívvel mértem, ezekből is az agilitáshoz kapcsolódó lelkiismeretesség, nyitottság és extraverzió faktorokat. A változások és problémák kezelésére Lazarus megküzdési módok kérdőívét alkalmaztam.
Hipotéziseim közül több igazolódott: az extravertált személyeknek fontosabbak az agilis szervezetekre jellemző működési elemek, a nyitottság is szignifikáns együttjárást mutat. Ellenben a lelkiismeretesség, a vezetői stílus, a probléma/érzelmi központú megoldási stratégiák, a segítségkérés, az életkor és az agilitás között nincs összefüggés.
Arra a következtetésre jutottam, hogy az agilitást nem lehet az eddig ismert módszerekkel mérni. Szükséges egy kérdőív kialakítása, amely az agilitást alkotó faktorokat részleteiben tudja vizsgálni. Első lépésként az agilis módszertanokkal működő vállalatoknál végeznék felmérést. Előbb egyéni mélyinterjút készítenék a vezetőkkel, hogy feltárjam az agilitás mely fázisában, mutációjában működnek. Feltételezem, hogy az agilitás csoportban létrejövő képesség, ezért fókuszcsoportos kutatást végeznék a beosztottakal. A csoport által mutatott viselkedés és vélemények alapján lehetne pontosítani az új, agilitást mérő kérdőívet. A téma aktuális, az alkalmazkodás egyik módja, ezért fontosnak tartom a kutatások folytatását.

Kulcsszavak: versenyképesség, agilitás, disztruptiv technológia, szervezeti működés, személyiségtipológia, megküzdési stratégiák

Bogdán Gergely Ármin: Jövedelemegyenlőtlenség és a középosztály helyzete Magyarországon a fiatalok megítélése szerint

bogdangergely@hotmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar
Pénzügy és számvitel, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Hegedűs Szilárd, adjunktus, BGE PSZK

A jövedelmi egyenlőtlenségek témája több országban a közpolitikai viták homlokterébe került az elmúlt években, így a médiában is sokat hallhattunk a felső 1% vagyonosodásáról és a szegénység témájáról. Dolgozatomban a Magyarországon uralkodó jövedelmi egyenlőtlenségek jelenlegi és jövőbeni alakulását vizsgálom, illetve a fiatalabb generáció egyenlőtlenséghez való hozzáállását.
Elsőként ismertetem a jövedelmi egyenlőtlenségek különböző értelmezéseit, és az egyenlőtlenség társadalomra, illetve gazdaságra gyakorolt főbb hatásait. A jövedelmi egyenlőtlenségek jelenlegi szintjét különböző mutatókkal és makrostatisztikai adatokkal mutatom be, és külön kitérek az általam fő problémaként aposztrofált szociológiai értelemben vett középosztály elkeserítő helyzetére. A jövedelmi különbségek lehetséges jövőbeni alakulását az egyenlőtlenségre ható fő tényezők számbavételével közelítem. Az 1990-es évek közepén több tanulmány is készült, melyben az egyenlőtlenség iránti attitűdöket és a társadalom egyenlőtlenségtudatát vizsgálták. Munkámban a rendszerváltást követően született, piacgazdaságban felnőtt egyének egyenlőtlenség iránti percepcióit is vizsgálom, hogy megtudjam változott-e a szocializmus során emberekbe ivódott egalitárius szemlélet. Az adatfelvételt online, önkitöltős kérdőív formájában valósítottam meg. Pécsi származásomnak megfelelően elsősorban a Baranya megyében élő fiatalokra vonatkoztatva végeztem kutatásomat.
Értekezésem fő tanulságai, hogy Magyarországon érezhetően növekednek a jövedelmi egyenlőtlenségek és hogy a jelen gazdasági helyzet további növekedésnek adhat alapot. Bár nemzetközi összehasonlításban egyelőre nem számít kifejezetten nagynak a jövedelmi szakadék az általam megkérdezett fiatalok nagyrésze már így is túlzottan nagynak tartja azt. A fiatalok egyenlőbb jövedelmi elosztásra vágynak és túlnyomó részük tisztában van az egyenlőtlenség gazdaságra ártalmas hatásával is.

Csepregi Dániel[1] - Kovács Dóra[2]: Valóban rosszabul élünk, mint 5 éve? - A magyar decilisek jövedelmi és fogyasztói magatartásának vizsgálata az egyenlőtlenségek tükrében

[1]*daniel.csepregi10@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BA, 6. félév

[2]*kovacsdora5@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás (angol nyelven), BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Malota Erzsébet, egyetemi docens, BCE GTK

A dolgozat egy magyarországi viszonylatban releváns problémát jár körül, amely a középosztály helyzetét vizsgálja az elmúlt évek függvényében. Ezen belül a dolgozat célja, hogy bemutassa, hogyan változott a magyar a középosztály társadalmi helyzete a fogyasztási adatok alapján 2010 és 2015 között.
A munka először decilisekre osztja a társadalmat közgazdasági értelmezés alapján, majd meghatározza az alsó- közép- és felső osztályt, melyeket először munkahelyi jövedelem alapján elemez, kitérve a magyar vállalkozások jellemzőire. Ez alapján az ország Gini-Index-e kerül meghatározásra, ami közép és a magas egyenlőtlenség közötti helyzetet állapított meg. Ezután a problémát másik aspektusból vizsgálja a hazai fogyasztás elemzésével, ami többek között arra keresi a választ, hogy mennyit változott a decilisekhez való tartozás valószínűsége az évek során a regionális és fogyasztási adatok tükrében. Ehhez a KSH HKÉF adattábláin futtatunk ordinális regressziót.
A dolgozat eredménye alapján 2010-ben négyszer akkora valószínűséggel tartozik egy háztartás Budapesten a legfelső tizedbe, mint az Észak-Alföldön, míg 2015-ben ez az érték hatszorosára növekedett. A fogyasztásszerkezet változás vizsgálata során pedig az a következtetés vonható le, hogy a középosztály fogyasztói összetétel változása 2010 és 2015 között az alsó osztályéhoz hasonlít, tehát a fő hipotézist, miszerint „a középosztály fogyasztás szempontjából egyre inkább a felsőosztály felé közelít” elvethető.

Gosztonyi Balázs: Pricing and valuation in the second hand steel bicycle market (Árazás és az értekelés folyamata a használt acélvázas kerékpár piacon)

bagosztonyi@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Társadalomtudományi és Nemzetközi Kapcsolatok Kar
Szociológia, MA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Kuczi Tibor, egyetemi tanár, BCE TK

Dolgozatomban az árazás és az értékelés problémájára koncentrálok gazdaságszociológiai megközelítésben, Beckert és Aspers „Piacok társadalmi felépítettsége" és Lucien Karpik „Egyedi termékek árazása" elméleteire támaszkodva. Kutatásom tárgya a használt acélvázas kerékpárok, korábban még nem kutatott értékelése és árazása Magyarországon. A közgazdasággal ellentétben – amely az árat a kereslet és a kínálat egyensúlyi állapotára vezeti vissza – a szociológia az érték és az ár kialakulása szempontjából a preferenciák és az ízlés kialakulását, a társadalmi környezetet, továbbá az értékelési gyakorlatokat tekinti a legfontosabb tényezőknek.
Kutatásom kvalitatív természetű: az interjú, a résztvevő megfigyelés és a digitális etnográfia módszereit ötvözve vállalkozik a piacot meghatározó kulturális közvetítő bróker kereskedők árazási gyakorlatainak és értelmezési kereteinek feltárására. A kutatás során felfedem, hogy a kerékpárok árazása szubjektív és objektív értelmezési és értékelő folyamatokon keresztül történik, amelyek a használt acélvázas kerékpárok kettős értelmezését és felhasználását egyaránt tükrözik. Az objektív értelmezés során a kerékpárokat a használhatóság és a szubkulturális keretek által behatárolt esztétikai megjelenés szempontjai szerint értékelik, míg a szubjektív értékelés az autentikusság és az egyediség kerékpáronként eltérő hátterének részleges vagy teljes rekonstrukcióját jelenti, amely tulajdonságok az érték fő képviselőinek tekinthetők. A kerékpárok szubjektív értékelése a gyártáshoz köthető szimbolikus jelzésekre épül, amely jelzések értelmezéséhez és kategorizálásához elengedhetetlenek az értelmezés kereteit biztosító információforrások (például a korabeli leírások vagy katalógusok), amelyek gyakran csak részlegesen vagy egyáltalán nem, csupán információfoszlányok formájában állnak rendelkezésre. Ebből kifolyólag a kereskedők „bricolage" jellegű árazási és értékelési folyamatban vesznek részt, aminek a repertoárját főként az interneten fellelhető honlapok és az online közösségek által létrehozott kollektív tudás biztosítja.
Következtetésként megállapítom, hogy a használt kerékpárok piacán az érték, és ezáltal az ár, az elérhető információs és értelmezési keretek függvényében változik. Az árazás és értékelés szociológiai megközelítése során tehát nemcsak a társadalmi beágyazódottságot, hanem az információs meghatározottságot és korlátozottságot is érdemes vizsgálni, amelyek függvényében a termékek értelmezése is változhat.

Halmai Fanny Adriána: Rablánc helyett blokklánc – A blockchain technológia jövője a társadalmi és humanitárius kérdések megoldásában

adrianafanny@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Trinh Anh Tuan, egyetemi docens, BCE GTK

A blockchain technológia napjaink egyik forradalmi innovációja: egy decentralizált adatbázis, amelyben bármilyen adat vagy tranzakció biztonságosan tárolható és követhető. Az adatokat megszakíthatatlan láncolatot alkotó blokkokba foglalják, így visszamenőleg nem változtathatók meg, nem törölhetők.
A technológia alkalmazása számos üzleti területen már megkezdődött, humanitárius célú felhasználása terén azonban még csak az első kísérletek zajlanak. Kutatási kérdésem, hogy mi a blockchain jövője a társadalmi és humanitárius kérdések megoldásában. Előfeltevésem volt, hogy ez a technológia számos területen sikeresen használható, és elterjedése a következő tíz évben várható.
Dolgozatomat az elméleti háttér áttekintésével kezdem a fejlődésgazdaságtan néhány szaktekintélyének, Jeffrey Sachsnak, Hernando de Sotónak és Amartya Sennek a munkássága alapján. Ennek fontos eredménye, hogy sikerült megfeleltetnem a Sen által megfogalmazott alapvető szabadságjogokat, követelményeket a blockchain által kínált megoldásokkal. Ezután bemutatom a technológia legfontosabb tulajdonságait, és megállapítom, hogy ezek a humanitárius szektorban különösen előnyösek.
A jövőkutatás módszertanát alkalmazom, és a konkrét felhasználási lehetőségek vizsgálatával, a jelen megismerésével próbálom előrevetíteni a jövőt. Ennek keretében először a jelen és a közeljövő feltérképezését (horizon scanning) végzem el. Egy részletes irodalomkutatás során rendszerezem az információkat, megvizsgálom a konkrét felhasználási területeket és projekteket. A témával kapcsolatos attitűd megismerésére az IBM Watson mesterséges intelligenciával végzek szövegbányászatot. Szakértői mélyinterjút is készítettem Jobbágy Endrével, a Blockchain Competence Center társalapító tulajdonosával.
Beigazolódott, hogy a blockchain számos területen használható ebben a szektorban. Elterjedése az általam vártnál előbb, három-öt éves távlatban bekövetkezhet. Felhasználási lehetőségei a közigazgatáson belül a személyazonosság, a tulajdonjogok megszilárdítása és a szavazás. A pénzügyi integrációt segíti a bankszámlanyitás, a hitelezés és a nemzetközi átutalások blockchain alapokra helyezése. A segélyezésben a humanitárius szervezetek munkáját és a személyek közötti adományozást könnyítheti meg.
Dolgozatomat az elterjedést felgyorsító javaslatokkal zárom. Ez a folyamat azzal, hogy százmilliókat kapcsol be a gazdasági vérkeringésbe, az egész világgazdaságra hatással lehet.

Hardi Zsuzsanna[1] - Varga Zsombor Vilibald[2]: Egy ingaállam szavazásának statisztikai elemzése

[1]*hardizsu@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MA, 2. félév

[2]*varga.zsombi@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MA, 2. félév

Témavezető:
Dr. Keresztély Tibor, adjunktus, BCE KTK

A dolgozat egy választói magatartás szempontjából kitüntetett szerepű USA állam, Ohio példáján keresztül vizsgálja az amerikai kétpólusú pártrendszer egy speciális elemét, az ingaállamok létének és stabil fennmaradásának okait. Az ingaállamok az 50 tagállam egy kisebb csoportját alkotják, amik a szövetségi tagállamok többségével ellentétben nem váltak sem demokrata, sem republikánus állammá egyértelműen. Ohioban az elmúlt 100 év elnökválasztásai során hol a demokrata, hol a republikánus jelölt tudott győzelmet aratni, ráadásul 2 alkalmat kivéve az ingaállamban győztes jelölt az országos elnökválasztást is meg tudta nyerni.
A kutatás célja meghatározni azokat a hosszú távon is érvényes demográfiai tényezőket, amelyek Ohiot 100 éves távlatban is stabil ingaállammá tehetik. Ennek érdekében a dolgozatban a tagállam megyéinek szintjén vizsgáljuk a demográfiai változók (nemek aránya, rasszhoz tartozás, életkori megoszlás, és a város-vidék életmód aránya) és a demokrata, republikánus jelöltre leadott szavatarány közötti együttmozgást 1920 és 2016 között. A leíró statisztikák tanúsága szerint a 88 megye többsége biztos republikánus (66), kisebb részük biztos demokrata (6), illetve bizonytalan (16). A republikánus megyetöbbség miatt tehát a dolgozat kutatási kérdése úgy is megfogalmazható, hogy milyen demográfiai változó okozhatta, hogy Ohio nem vált biztos republikánus állammá. Az általunk alkalmazott módszertan panelökonometriai fix hatás modell. A modellezés eredménye szerint a nők aránya és a nem fehérek aránya robosztus módon mind a szoros, biztos és együttes megyék mintáján szignifikáns és pozitívan mozog együtt a demokrata szavazatok számával. A szoros megyékben nagyobb mértékű ez a pozitív kapcsolat. A 20 és 44 év közöttiek aránya csak a biztos megyékben szignifikáns és a változó nagyobb értéke több demokrata szavazattal járt együtt. A vidékiek aránya egyik megyecsoportban sem szignifikáns. A kapott eredmények alapján a nők és a nem fehér lakosság kulcsszerepet játszhat abban, hogy Ohio semleges ingaállam maradt a republikánusok területi fölénye ellenére is.

Nyvelt Anna: Proszociális viselkedés a diákok között

annanyvelt@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Tóth László, egyetemi docens, BCE GTK

Dolgozatom témája az egyetemi hallgatók altruista magatartásának vizsgálata és annak feltárása, hogy döntéseikben milyen mértékben befolyásolják őket az altruista attitűdök. Az altruizmus, a reciprok altruizmus és a proszociális viselkedés fogalmainak interdiszciplináris vizsgálata eredményeként, felállítottam a reciprok altruizmus létrejöttéhez szükséges feltételeket és ezek alapján fogalmaztam meg hipotéziseimet. A kutatásban két módszertani megközelítéssel, kérdőívvel és mélyinterjúkkal vizsgáltam azt a kérdést, hogy a hallgatók társaik közül bárki számára elérhetővé teszik-e jegyzeteiket. Az anonim kérdőív, mellyel a hallgatók döntései és az attitűdjei közötti kapcsolatot mértem, őszintébb válaszokhoz és nagyobb mintaelemszámhoz járult hozzá, a mély interjúkkal pedig a valós motivációt kívántam tetten érni, mely a kérdőívek esetleges torzításait korrigálta. A vizsgálat célja a hallgatók segítségnyújtási hajlandóságának mérése és a valós motivációk tetten érése volt. Kutatásom leglényegesebb eredménye, hogy a hallgatók közel fele azért nem teszi társai számára elérhetővé a jegyzeteit, mert tart a negatív kritikáktól, továbbá fél attól, hogy munkája nem képviseli az elvárt minőséget. A hallgatók nem is feltétlen a kritikáktól tartanak, hiszen szűkebb társasággal szinte mindenki szívesen, szívesebben osztja meg munkáját, ahol azt ugyanúgy bírálhatják, hanem az idegenektől érkező kritikáktól. Összességében a kutatási eredmények, egy kivétellel, alátámasztották a hipotéziseket. A csoporton belül működik a reciprok altruizmus, bár a tagok 98 százaléka opportunistaként viselkedik, annak ellenére, hogy harmaduk fontosnak tartja, hogy visszaadjon a közösbe.

Schäffer Noémi Enikő: Herbál, Kristály: van minden - szegénység és droghasználat összefüggései egy szegedi szegregátum droghelyzete kapcsán

enikonoemis@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 9. félév

Témavezető:
Méreiné Berki Boglárka, tudományos segédmunkatárs, SZTE GTK

2010 után egy olyan jelentős változás ment végbe a kábítószerpiacon, amely teljesen átrendezte az előtte megfigyelhető fogyasztási szokásokat. A designer stimulánsok elterjedésével megfigyelhető lett a jelenség, hogy a marginalizált csoportok körében is könnyen hozzáférhetővé vált a kábítószerek új formája és napjainkra tömeges méretek öltött Magyarországon. A szegény réteg körében megjelent a kábítószerhasználat egy sajátos fogyasztási szokásokkal bíró, elkülöníthető, körülhatárolható formája, mely a mélyszegénységben élőkre, szegregátumokban élőkre jellemző.
Dolgozatommal célom, hogy egy valamelyest stuktúrált képet kaphassunk a szegénységi droghasználatról és annak hatásairól egy megyei jogú város szegregátumának vizsgálata kapcsán. Dolgozatban egy alapvetően individuális nézőpontból kiinduló elméleti megközelítés, a képességszemléletet keretében vizsgálom ezt a jelenséget és öszefüggését a szegénységgel és annak kezelésével.
Empirikus kutatásom Szeged Csereps sori szegregátumára irányult. Kutatási kérdéseim a következők voltak:

- Melyek a szegénységi droghasználat jellemzői?
- Milyen átváltási tényezők jelennek meg a szegénységi droghasználat kapcsán?
- Milyen átváltási tényezők kapcsolódnak a szegénység visszaszorításához a szerhasználat vonatkozásában?

Kutatási kérdéseim megválaszolása során egyértelműen kirajzolódott számomra, hogy a szegénységi droghasználat egy létező és akut probléma másrészt, hogy a szegénység és a droghasználatnak ez a speciális módja szoros kapcsolatban és körkörös viszonyban áll egymással, emiatt nem szerencsés őket külön-külön kezelni.
A jelenség komplexitása és összefonódása miatt, átfogó intézkedésekre van szükség. A különböző segítségnyújtó területeknek, szolgáltatásoknak együttes erővel, közösen működve szükséges segíteni.

Szamosi Éva: Tisztelendő példák vagy bűnösök? Hallgatói csalás itthon és az óceánon túl

szamosieva@hotmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar
Emberi erőforrások, BA, 5. félév

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

Vajon, mi a csalás? Kik csalnak? Akik csalnak, miért csalnak? És azt, hogyan teszik? Dolgozatom központjában a hallgatói csalások állnak. Bár társadalmilag a csalást elítélik, mégis számuk fokozatosan nő és a technika fejlődésével, formái egyre szélesebb skálán helyezkednek el. Ez a jelenség nemcsak hazai, hanem globális probléma is. Ahogy az éremnek, úgy az egyetemi közegben vett csalásnak is két oldala van. Hallgatói szemszögből interjúk segítségével kerestem a választ a fent feltett kérdésekre. Ugyanakkor felmérésem során nemcsak a hazai hallgatóság került reflektorfénybe, hiszen érdekes kérdést vet fel, hogy különböző nemzeteknél a csalás mennyire tér el, avagy mennyire egyezik meg. Amerikai diákok válaszait elemezve egy egységes képet kaptam a csalási szokásaikról, amit a hazai eredményekkel vetettem össze. Kutatási kérdésem tehát, hogy a hallgatói csalásokban milyen és vajon miért mutatható különbség vagy hasonlóság az amerikai és a magyar diákok között? Kutatásom fő célja az volt, hogy átfogó képet kapjak a két nemzet csalási szokásáról, eszköztáráról és rávilágítsunk az egyezőségekre és az eltérésekre.

Valociková Cyntia: Hunlywood a nézőtéren – a magyar közönség kapcsolata a hazai filmiparral

helloimtia@gmail.com
Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Kolnhofer-Derecskei Anita, adjunktus, OE KGK

A magyar filmipar hozzájárul nem csupán a kulturális, de a gazdasági növekedéshez is ennél fogva gazdasági szerepe nem elhanyagolható. A dolgozatban tanulmányozom a filmipar gazdasági és kulturális fejlődését. Mivel a filmalkotások társadalmi együttműködésre is sarkallnak, kiemelek egy fontos szempontot, mégpedig a nézőközönség viszonyát a magyar alkotásokkal, mely eddigi eredményeim alapján meglehetősen passzívnak bizonyult. A teljeskörű feltérképezés érdekében megvizsgálom a hazai moziforgalmi adatokat és az arra hatást gyakorló, filmpiacban bekövetkezett lényeges változásokat. Miután felmérem a hazai helyzetet, kiterjesztem kutatásom a teljes Európai Unióra is, bemutatva az EU egyes országainak filmpiacát. A lehető legpontosabb eredmények érdekében részletesebben összehasonlítom a hazai filmipart Lengyelországgal, amely a Magyarországéhoz hasonló gazdasági sajátosságokkal rendelkezik. Célom, olyan befolyásoló tényezők azonosítása, amelyek erősíthetik és formálhatják a hazai filmszektor iránti keresletet. Az empirikus kutatás részeként többlépcsős primer kutatást végzek. Kvalitatív kutatás, mégpedig szakértői mélyinterjú során megkérdezem, hogy milyen kihívásokkal küzd és milyen lehetőségeket rejt a magyar filmipar, fókuszálva a nézői attitűd fokozását elősegítő tényezőkre. Ezeket a tényezőket a nézők oldaláról is megvizsgálom fókuszcsoportos kutatással. Kvantitatív kutatás, így kérdőív segítségével pedig felmérem a nézők ismereteit és hozzáállását a magyar alkotásokhoz. Az összegyűjtött és kiértékelt eredményeket felhasználva egy átfogóbb kérdőíves kutatással folytatom. A célom egyrészt olyan, hazai közönséget befolyásoló eszközök feltárása és kategorizálása, melyek pozitív irányba terelhetik a magyar filmekről alkotott passzív nézői attitűdöt. Másrészt célom, a hazai filmipar átláthatóságát szolgáló adatok összegyűjtése egy egységes, áttekinthető keret biztosítása érdekében.

Vojter Noémi: Kommunikáció és a konfliktusok a családi vállalkozásokban

vojternoemi97@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 5. félév

Témavezető:
Dr. habil. Málovics Éva, egyetemi docens, SZTE GTK

Kutatásom során a családi vállalkozásokon belüli kommunikáció, és az abból kialakulható konfliktusok témakörét dolgozom fel. Kutatási kérdésem ebből következően, hogy a család és a vállalat interakciója mit eredményez ezeken a területeken? A vizsgálat empirikus részéhez a Grounded Theory kvalitatív kutatási módszert alkalmaztam. Négy vállalat elemzéséhez készítettem mélyinterjúkat. Két szemszögből történt a megközelítés: a családtagok, valamint a nem családtagokéból. Ezt követően készítettem egy kvantitatív kutatást is Thomas – Kilmann online kérdőíve segítségével, mely által a válaszadókat az alábbi 5 konfliktuskezelési stílus közé sorolhattam: versengő, problémamegoldó, kompromisszumkereső, elkerülő és alkalmazkodó. A vizsgált vállalatoknál a családiság tényező hatása a kommunikáció és a konfliktusok terén egyértelműen megragadható volt. Munkám eredményeként remélem, hogy hasznos ismeretekhez juthatnak a családi vállalkozások a vizsgált területeken.

GAZDASÁGTÖRTÉNET ÉS KÖZGAZDASÁGI ELMÉLETTÖRTÉNET

Zsűrielnök: Prof. Dr. Gulyás László, egyetemi tanár, SZTE
Társelnök: Dr. Halász Imre, főiskolai tanár, BGE GKZ
Tagok: Dr. Naárné Tóth Zsuzsanna, egyetemi docens, SZIE GTK
Dr. Karajz Sándor, egyetemi docens, ME GTK

Bánóczi Anna: A miskolci ingatlanárak változásának vizsgálata hedonikus módszerrel

banoczianna@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Alkalmazott közgazdaságtan, BSc, 4. félév

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

Kutatásomban arra kerestem a választ, hogy hogyan alakultak a miskolci ingatlanárak 2016 és 2017 között az országos szinthez képest. Munkám jelentőségét és motivációját egyaránt az jelentette, hogy hazai viszonylatban Budapesten kívül nem készül városi szintű ingatlanárindex. Előzetesen azt feltételeztem, hogy a növekedés mértéke az átlagosnál alacsonyabb volt. Az ingatlan.com ingatlanközvetetítő adataiból építettem fel az adatbázisomat, melyre hedonikus regressziós modellt készítettem. Ennek az eredményeit hasonlítottam össze éves, és negyedéves szinten a KSH, MNB és FHB országos felméréseinek megfelelő árindexeivel.Az általam készített modellből képzett ingatlanárindexek az országos szint felettiek lettek. Ez megcáfolja a kutatási hipotézisemet, ami azt jelenti, hogy a miskolci ingatlanok az átlagosnál nagyobb mértékben drágultak 2016 és 2017 közt. Továbbá az eredményeimet szintén alátámasztja az országos szint feletti átlagos m^2 ár növekedés a régióban 2016 és 2017 között.

Bendicskó Lilla: Sztálinbarokk Kolorcity - Avagy hogyan táncolt át a rendszerváltáson Kazincbarcika

bendicsko.lilla@heller.uni-corvinus.hu
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Pogány Ágnes, egyetemi docens, BCE TK

Dolgozatom fő kérdése: szerencse vagy végzet volt Kazincbarcika számára, hogy a szocialista ipar- és településfejlesztési politika kiemelten kezelte? A szocialista városok a tervgazdaság kiemelt fontosságú nagyberuházásai voltak, amelyek jelentős gazdasági és társadalmi súlyt képviseltek. Kazincbarcika is ezek egyike volt; nehézipari fellegvárnak épült, lakosságát felduzzasztották és a semmiből megteremtettek egy várost. Kutatásom során arra kerestem a választ, hogy a mesterségesen létrehozott város valóban alkalmas volt-e a városi funkciók betöltésére. Azt is megvizsgáltam, hogy az alapító rendszer széthullása után képes volt-e a város saját gazdaságának megújítására. Munkámban elemeztem a nehézipar, főként a vegyipar és a szénbányászat Kazincbarcika történetében a játszott szerepét, valamint azt, hogy miként élte meg ez a két ágazat és maga a város a rendszerváltást.
Kutatásomat gazdaságtörténeti és történeti szakirodalom mellett helytörténeti kiadványokra, helyi újságokra és folyóiratokra alapoztam. A kutatás alapvető, más módon meg nem szerezhető új információkat nyújtó forrását jelentette az általam készített négy mélyinterjú. Interjút készítettem a Borsodi Szénbányák egykori munkatársaival, a Borsodi Vegyi Kombinát (ma Borsodchem) rendszerváltáskori elnök-vezérigazgatójával, valamint a kazincbarcikai művelődési ház volt vezetőjével. Kutatási módszerem lényege, hogy szemtanúk megkérdezésével nyert új ismeretekkel egészítem ki a szakirodalom alapján kialakított képet.
Kutatásom során elemeztem a város és iparának történetét. Munkám fő következtetése, hogy bár a város a nehézipar összeomlása, valamint a bányászat felszámolása miatt megsínylette a rendszerváltást, mégis egy ipari létesítmény, a Borsodi Vegyi Kombinát fennmaradt, sikeresen alkalmazkodott az új viszonyokhoz, és ma is a város gazdaságának az alapját jelenti. Másik fő eredményem egy jogi szál feltárása, mely segít megérteni, hogy miért tűntek el olyan gyorsan a bányák a rendszerváltás után.

Benyák Barnabás Benjámin: A modern munkagazdaságtan atyja - Jacob Mincer élete, munkássága, s hatása a közgazdaság-tudomány fejlődésére

bbenyak128@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Társadalomtudományi és Nemzetközi Kapcsolatok Kar
Alkalmazott közgazdaságtan, BSc, 4. félév

Témavezető:
Kőhegyi Gergely, egyetemi tanársegéd, ELTE TÁTK

A dolgozat célja Jacob Mincer munkásságának, örökségének és közgazdaság-tudományi hatásának feldolgozása a cambridge-i eszmetörténet-írás módszertanának alkalmazásával. Miután bemutatta munkásságát, a dolgozat megvizsgálja azt a kérdést is, hogy mely okok vezethettek ahhoz, hogy a szerző impresszív tudományos munkássága ellenére nem kapott Nobel-díjat. A dolgozat a kontextuális eszmetörténet-írás jegyében bemutatja a Mincer élettörténetében a munkásságára legnagyobb hatással bíró életrajzi elemeket, kortárs és őt megelőző közgazdászokat és intézményeket. Emellett feltárja a Mincer korában domináns közgazdaság-tudományi vitákat, s bemutatja Mincer elhatárolódását az akkori munkagazdaságtan főáramától. A Mincer által elsajátított operacionalista módszertan legmarkánsabb jellemzőit Investment in Human Capital and Personal Income Distribution, Labor Force Participation of Married Women: A Study of Labor Supply és Schooling, experience, and earnings című munkáin keresztül mutatja be. A dolgozat arra az eredményre jut, hogy Mincer Gary Becker mellett valóban a modern munkagazdaságtan atyjának tekinthető, a Nobel-díj elmaradásának okát pedig Mincer személyisége mellett abban találja, hogy a díjat jellemzően elméleti közgazdászoknak osztják.

Hajnal Zsófia: Moral Economics - From a Theoretical Basis to Building the Next Economic System (Morálökonómia – Az elméleti alapoktól a következő gazdasági rendszerig)

zsofia.m.hajnal@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MA, 3. félév

Témavezető:
Dr. Gáspár Tamás, tudományos főmunkatárs, BGE KKK

Jelen dolgozat a morálökonómia fogalmát és lehetséges gyakorlati alkalmazásait tárja fel a szerző saját, komplex értelmezésében. A morálökonómia új megközelítést nyújt a gazdasági rendszer szerkezete és természete felé, változtatásokat ajánlva több kritikus ponton.
A dolgozat a morálökonómia elméletétől a gyakorlatáig ível, így induktív jellegű. Íve a jövőbe tekintő szemlélettől egy jelen-fókuszú nézőpontig is vezet. Elsőként leszögezi az új gazdasági elmélet feltételrendszerét (axiómáit), amely több szempontból szembemegy a főáramú közgazdaságtannal, valamint előkészíti a morálökonómia miért-jeinek és hogyan-jainak megválaszolását. Ami a miért-eket illeti, filozófiai alapokat az érték, a rend és az önzetlenség fogalmainak morálökonómiai értelmezései nyújtanak. Ezt a morálökonómia alkalmazása melletti érvrendszer követi, az aggregált szükségletek és a potenciális kibocsátás egyenlőségének magyarázatával, valamint illusztrálásával. A dolgozat a morálökonómia mikro- és makroökonómiai aspektusait is kutatja, melynek során valós adatokat használ fel az állítások alátámasztása érdekében. Az ötletek valamelyest a válogatott szakirodalomra és az elérhető adatokra épülnek, ám a dolgozat nagyrészt a szerző elméleti kísérleteiből és morálökonómiai felfedezőútjából áll.
A hogyan-okra térve, a dolgozat olyan technológiai eszközöket és politikai gyakorlatokat mutat be jelenkori gazdasági problémák megoldására, mint a mesterséges intelligencia, vagy az egységes alapjövedelem. Ugyanezen eszközöket és politikákat a morálökonómiai apparátus részének tekinti, amely ezen új, huszonegyedik századi jelenségekből nagyban profitál. A dolgozat végül felméri a morálökonómiára való felkészültséget globális szinten, a kormányzási struktúrákban szükséges változtatásokat javasolva. A kihívás méretével szembenézvén, a dolgozat közép- és hosszútávú hatást kíván elérni.

Heilmann István József: Falufejlesztés és településfejlődés a szocializmus időszakában; Gyermely története alapján

heilmanni77@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Alkalmazott közgazdaságtan, BSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Pogány Ágnes, egyetemi docens, BCE TK

Dolgozatom célja, hogy röviden bemutassa a magyarországi településfejlesztési koncepciókat 1950 és 1985 között, a falvak szempontjából. Ezek jelentőségét mutatja, hogy a mai településszerkezetet és -képet is alapjaiban meghatározzák. Kutatásom során azt vizsgálom, hogy egy adott településnek – a Komárom-Esztergom megyei Gyermelynek – milyen kihívásokkal kellett szembenéznie, milyen lehetőségei adódtak ezekben az évtizedekben. Hipotézisem szerint a falu a korszakban nemcsak megőrizni, hanem fejleszteni is tudta alapfunkciót; ugyanakkor a megfelelő anyagi háttér hiánya gyakran lassította ezt a folyamatot.
Kutatásom során elsősorban levéltári forrásokat használtam; a községi tanács, illetve a községi közös tanács végrehajtó bizottságának jegyzőkönyvei alapján tárom fel a falu mintegy 35 évének történetét. Kiemelten foglalkozom a közintézmények és a közművek helyzetével, a településrendezés, illetve a kulturális élet alakulásával. A helyi termelőszövetkezet(ek) történetét csak érintem, annak bemutatása nem képezi szerves részét dolgozatomnak. Másik fontos forrásom a Központi Statisztikai Hivatal tízévenkénti népszámlálási adatai, melyek alapján többek között a demográfiai, a lakhatási és a munkapiaci folyamatokat lehet megismerni.
Dolgozatomban a község 1950 és 1985 közötti történetét mutatom be hiánypótló jelleggel. Rámutatok, hogy a település társadalmi-gazdasági jellemzői alapján egy stagnáló, tradicionális társadalmú falu. Az alapfokú intézményei ugyan fejlődtek, de az értelmiség és a szolgáltató szektor szinte teljesen hiányzott, a lakosságszám végig csökkent. Gyermely az időszak első felében a községi tendenciákkal megegyezően, majd attól eltérve, pozitív irányba fejlődött a termelőszövetkezetnek köszönhetően.

Kásler Dóra: A dél-balatoni fürdőélet fejlődése a szocializmus idejében

kaslerdora@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 5. félév

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

Dolgozatom a magyarországi szocializmus negyven évének egy fontos témáját, mégpedig a dél-balatoni fürdőkultúra változásait vizsgálja. A kutatás motivációját családi és személyes élményeim mellett a változások okainak megértése iránti érdeklődésem adta. A balatoni fürdőélet az 1830-as évektől indult lassú fejlődésnek, de a Balaton igazából az 1950-es években vált a tömegturizmus terepévé. A megelőző időszak, a két háború közötti fürdőélet elit jellege 1945 után is sokáig rányomta még bélyegét a turizmusra, hiszen az államosítások során kevés használható villa és turistaszállás került át az állam tulajdonába. Kutatásom során arra voltam kíváncsi, hogy milyen formái alakultak ki a szocialista korszakban a balatoni üdültetési rendszernek, s hogyan működött maga az üdültetés. Dolgozatom megírásához többféle forrást használtam fel. Felkutattam a témával kapcsolatos hazai szakirodalmat, kerestem korabeli újságcikkeket, amelyek révén a hétköznapok is leírhatóvá váltak. Beépítettem a dolgozatomba számos levéltári dokumentumot, s felhasználtam jóféhány nyomtatásban megjelent statisztikai munkát is. A feldolgozás során előbb áttekintettem a balatoni fürdőélet létrejöttét, majd bemutattam a tervgazdaság alatti gazdaságpolitikát, valamint a hatalom által kialakított társadalom- és szociálpolitika jellemzőit. Ezek után tárgyaltam a három alapvető üdültetési rendszert: a gyermeküdültetést (úttörőtáborok), a SZOT- és a vállalati üdültetést, illetve a magánüdültetés rendszerét, külön kitérve a keletnémet turisták megjelenésére és hatására. Ezt követően bemutattam, hogyan alakult át a dél-balatoni térség infrastruktúrája, vagyis milyen változások következtek be az egyes településeken, hogyan valósult meg a dél-balatoni térség lakosságának és a vendégsereg ellátása. Kimutattam, hogy a vizsgált negyven év alatt a hatalom 1962 előtt fokozatos engedményekkel, majd pedig egyre inkább felismerve a turizmus általános pozitív hatásait, a lehetőségek szélesítésével hogyan próbálta meg adott politikai keretek között fejleszteni és bővíteni a balatoni fürdőéletet. Úgy gondolom, hogy munkám segíthet bepillantani a negyven évig tartó szocializmus működési rendszerébe, illetve megérteni a mai életünket is meghatározó társadalmi és intézményi kapcsolatokat.

Rácz Bálint Alex: A dualizmus kori vállalkozók jellemzői

raczbalint94@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Pogány Ágnes, egyetemi docens, BCE TK

Dolgozatom központi témája, a dualizmus kori magyarországi vállalkozók vizsgálata. Ehhez kapcsolódóan a fő kutatási kérdésem, hogy mennyiben eltérő tulajdonságokkal rendelkeztek a dualizmus kori magyar vállalkozók, a modern vállalatelméletekkel szemben. A kérdés megválaszolása érdekében 10 magyar vállalkozó élettörténetét és karrierjét tekintem át, azonosítva, hogy az elméleti keret alapján kialakított "modern" vállalkozói képnek mennyiben felelnek meg személyes tényezőik. Kutatások eredményként három olyan tulajdonságot - a magas énhatékonyság érzést, a magas önbecsülést és az autonómiára, függetlenségre törekvést - azonosítok, melyek magyarázhatják a dualizmus kori és mai vállalkozók közötti különbségeket.

Szabó Máté: Uradalmi erdőgazdálkodás a Dráva mentén a dualizmus korszakában

porgolin@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 11. félév

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

A dolgozatban az Európai Unió egyik nagyon fejletlen térségének gazdálkodását vizsgálom. Arra voltam kíváncsi, hogy a 19. században a térségben működő uradalmak milyen erdőgazdálkodási rendszert építettek ki. A dolgozatom elején bemutatom, hogy mit is adott az erdő a 19. századi társadalom tagjainak, miért volt fontos az erdő a kor emberének. Majd ismertetem a Dráva mente természeti és gazdasági adottságait, és az ezen a területen levő uradalmakat (Bellye, Dárda, Vajszló, Lakócsa stb.). Ezt követően megvizsgálom, hogy az 1879. évi erdőtörvény milyen változásokat hozott az érintett uradalmak életében és gazdálkodási módszereikben. Bemutatom az általam vizsgált Dráva mentén elterülő uradalmak erdőgazdálkodási sajátosságait, külön kitérve azok vezetési, szervezési, haszonvételi és erdősítési módszereit. Végezetül megvizsgálom, hogy a minőségi erdőgazdálkodás mennyiben függ össze a modern faiparral, amelynek során bemutatom a Közép-Európában is egyedülállóan meghatározó Gutmann-féle beliscsei fafeldolgozó üzemet.

HUMÁN ERŐFORRÁS GAZDÁLKODÁS I.
HR RENDSZEREK ÉS FOLYAMATOK

Zsűrielnök: Dr. Kürtösi Zsófia, egyetemi docens, SZTE GTK
Társelnök: Dr. Kerekes Kinga, egyetemi docens, BBTE KGTK
Tag: Dr. Takács Sándor, egyetemi docens, BCE GTK

Bordás Gabriella: Távmunkával kapcsolatos attitűdök vizsgálata a leendő munkavállalók és foglalkoztatók körében Miskolcon és környékén

gabriella3529@gmail.com
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 2. félév

Témavezető:
Tóthné Kiss Anett, tanársegéd, ME GTK

A távmunka fogalmával 1973-ban találkozunk először. A világon az USA volt az első, mely technológiai fejlettségének köszönhetően ki tudta használni a távmunka előnyeit, munkavállalói és munkáltatói oldalról is. Ilyen előnyök például a földrajzi határok áthidalása a távolság megszűnésével, melynek eredménye, hogy a munkáltatók egy kibővült munkaerőpiacon tudnak válogatni. A másik oldalról, a munkavállalóknak lehetőségük van a magánélet és munka praktikus összehangolására, ami a rugalmas időbeosztásnak köszönhető.
Magyarországon a távmunka megjelenése az 1990-es évek közepére tehető. Ez a munkavállalói jogviszony 2004-ben kapott részletes jogi szabályzást. Az eltelt 14 év lehetőséget ad arra, hogy az eddig megvalósított kutatások eredményeit összegezzük, valamint újabb kutatást indítványozzunk.
A dolgozat szekunder kutatásán belül bemutatásra kerülnek az atipikus foglalkoztatás típusai. A távmunka fogalmát jogi szempontból értelmezem, valamint kitérek megjelenésének múltjára is. Az elmúlt évek során távmunkában dolgozók létszáma a KSH és nemzetközi adatportálok segítségével kerül bemutatásra, összehasonlításra. A tanulmány írása közben arra is keresem a választ, hogy vajon eddig miért nem történt meg ezen atipikus foglalkoztatás felvirágzása hazánkban. Feltételezésem szerint az egymásban való bizalmatlanság, kulturális múltunk, mentalitásunk és a technológiai fejlettség szintje lehetnek a fő okok.
Primer, kérdőíves kutatásom célja, hogy megtudjam, napjaink egyik népszerű egyetemének hallgatói hogyan viszonyulnak a távmunka lehetőségéhez, milyen előnyeit és hátrányai ismerik, illetve mit gondolnak, milyen tulajdonságokkal kell rendelkeznie egy munkavállalónak a távmunka végzéséhez. Továbbá a távmunka terjedését akadályozó tényezőkre is kerestem a választ, melyről szintén a hallgatókat kérdeztem.
Kvalitatív kutatásomon belül a cégeket kérdeztem meg az előbb említett témákban. Így a hallgatók és foglalkoztatók véleményének összehasonlítása is lehetséges volt.

Czibolya Bernadett: Befektetés a jövőbe, avagy a tudás kamatoztatása

betti.czibolya@gmail.com
Eszterházy Károly Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Baranyi Aranka, egyetemi docens, EKE GTK
Dr. Csernák József, tanársegéd, EKE GTK

Problémafelvetés: Napjainkban egyre nagyobb szerepet kap az oktatás és a munkaerőpiaci viszonyok témaköre. Míg az oktatási rendszerünk változásokon megy keresztül, addig a munkaerőpiacon hatalmas gondot jelent a munkaerőhiány. Azonban a két tényező egymásra is hat: vajon el fogunk tudni helyezkedni akkor is, ha nincs a kezünkben diploma? Ha úgy döntünk, hogy tovább tanulunk, mennyire fog megtérülni számunkra a befektetett idő és pénz az életünk során?
Kutatási célkitűzés: A célom, hogy az oktatási rendszer és a munkaerőpiac kapcsolatát megvizsgáljam, illetve megismerjem a primer kutatás során kérdőíves formában elvégzett felmérésre választ adók álláspontjait a tanulás és munka világa közti kapcsolatok tekintetében.
Kutatási kérdés: Milyen összefüggést állapíthatunk meg az iskolai végzettségek, munkahelyi pozíciók és az átlagkereset között?
Hipotézisek:
1. A főiskolán/egyetemen végzett hallgatók hamarabb kapnak állást a munkaerőpiacon.
2. A főiskolán/egyetemen végzett hallgatók átlagkeresete magasabb, mint azon embereké, akik nem rendelkeznek diplomával.
3. A tanulásba fektetett „pénz és idő" egyformán térülnek meg közép- és felsőfokú végzettségek esetén, ha hasonló típusú szakmákról van szó.
4. Azon emberek, akik kaptak pénzügyi tekintetben oktatást, és tudják is használni a tudást, magasabb keresettel rendelkeznek.
5. A vizsgált minta a tanulmányi szokások tekintetében nem homogén.
6. A vizsgált minta az oktatási rendszer tekintetében több csoportra osztható.
Anyag és módszer: Primer kutatás során kérdőíves felmérésben összesen 141 fő vett részt, amelyből 108-an online felületen töltötték ki a kérdőívet, valamint 33-an papír formában tették ezt meg. A válaszok feldolgozására az IBM statisztikai programcsomagját használtam: az SPSS 20.0 verziót. Szekunder kutatásomat pedig többnyire a KSH és az Eurostat adataira alapoztam.
Kutatási eredmények: Összességében a primer kutatáshoz meghatározott hipotéziseim fele-fele arányban kerültek igazolásra, illetve cáfolásra. Azt azonban, hogy megéri-e felsőoktatási intézményben tanulni, határozottan igaznak találtam.
Következtetések, javaslatok: A munkaerőhiány részben adódhat abból, hogy a pályázók bizonyos hányada alulképzettebb a szükségesnél. A megoldás, hogy a fiatalokat tanulásra buzdítjuk, a dolgozó embereket pedig támogassuk abban, hogy a szükséges képzést megkapják az adott vállalatnál.

Czine Péter: A kiválasztási tesztek teljesítmény előre jelző képességének vizsgálata

cpeti94@freemail.hu
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Kun András István, egyetemi docens, DE GTK

Az egyre erősödő gazdasági verseny hatására a vállalati kihívások közt egyre inkább előtérbe kerül a megfelelő alkalmazotti gárda megtalálásának, megtartásának, teljesítményük nyomon követésének fontossága. E tágabb területen belül a kiválasztással és annak későbbi értékelésével kapcsolatban a szakirodalomban már jelenleg is számos tanulmány született, ám lényegessége miatt valószínűleg az elkövetkezendő években is az egyik legtöbb érdeklődést kiváltó téma marad.
A kutatásom általános célkitűzése azt feltárni, mennyire is hasznosak, azaz milyen mértékben képesek előre jelezni a dolgozók későbbi teljesítményét, a munkaerőkiválasztási folyamat során használt képesség-, készség- és kompetenciamérő tesztek. Ahhoz, hogy a kérdésem megválaszolásra kerüljön, két különböző kvalitást (IQ és konfliktuskezelés) vizsgáló eszköz és számos teljesítményfaktor (motivációs potenciál, munkahelyi elégedettség, előrelépett pozíciók száma, vezetői értékelések) került felmérésre egy Debrecen központú, szolgáltatószektorban tevékenykedő cég munkavállalóinál (N=50). A használt módszertan központi részét a már említett tesztek és kérdőívek mellett a (többváltozós, lineáris és bináris logisztikus) regresszió-elemzés adta.
A kapott eredmények alapján megállapítható, hogy a dolgozói teljesítményfaktorok jelentős részét képes egyik, vagy másik alkalmazott teszt megjósolni, viszont a modellek magyarázóereje túlnyomó többségben gyengének mondható. A szignifikáns következtetések szerint, az általános intelligencia és a motivációs potenciál egymással ellentétes kapcsolatban állnak; a dolgozói előrehaladás becslés során, jól alkalmazható az IQ és konfliktuskezelési tesztek eredményei a beszélt idegennyelvek számával, valamint a nemek szerinti megoszlással kiegészítve; a munkavállalói kommunikációs készség jól előre jelezhető demográfiai adatok által; az intelligenciaszint jól prediktálja a munkakörspecifikus készségeket; munkahelyi elégedettség és az Office ismeretek terén, nem található konzekvens összefüggés a kiválasztási módszerekkel.

Fekete Ibolya: Tudáskinyerés véletlen csoportokból

ibolyaf@gmail.com
Budapesti Metropolitan Egyetem Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar
Közgazdász humán erőforrás, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Kiss Ferenc, egyetemi docens, METU HFTGK

Kutatási kérdések:

- Vajon a hajózásban tud-e a folyamatosan véletlenül cserélődő vendégsereg tudásközösséget alkotni, és ha igen, milyet?
- Kinyerhető-e ebből olyan tudás, amely mások számára hasznos értékeket képez?
- Megnevezhetők e konkrét közösséget teremtő értékek?

A kutatásom alapja hat mélyinterjú: Jakupcsek Gabriellával, Szily Nórával, Endrei Judittal, Horvát Jánossal, Kepes Andrással, Bencze Attilával.
Megállapítások:

- A spontán csoportok tudásközösséggé formálása elképzelhetetlen a megfelelő moderátor személye nélkül, akiben elengedhetetlenek olyan alaptulajdonságok, mint a szívből jövő kíváncsiság, az alázat és a szorgalom.
- A hajón levő spontán csoportok előnye az elszigeteltség általi kényszerhelyzet kialakulásának esélye, amiben lehetőség nyílik a fókuszra, a jelenlét gyakorlására.
- A csoportok azáltal, hogy moderátort kapnak, elkerülhetetlenül átalakulnak szervezett formátumúvá, amelyben a moderátor őrzi, és teremti meg a hagyományt a folyamatosan cserélődő vendégcsoportok által.
- Ő teszi megoszthatóvá az elmesélt élettörténeteket azáltal, hogy online felületre tölti fel őket, megfelelő szoftverhasználat által és releváns szavak beírásával bárki számára visszakereshetővé, tanulsággá, használható mintává válik.

Földi Lili: Állásra jelentkezők tudásalapú interjúztatása (A kompetencia és a tudás szembeállítása állásinterjúk során)

lili.foldi1@gmail.com
Budapesti Metropolitan Egyetem Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar
Emberi erőforrások, BA, 7. félév

Témavezető:
Erdeiné Dr. habil Késmárki-Gally Szilvia, egyetemi tanár, METU ÜKTF

Dolgozati témám az állásra jelentkezők tudásalapú interjúztatása. Én magam is részt vettem már néhány interjún, pályázóként is és megfigyelőként is volt lehetőségem ezt megtenni. Véleményem szerint a HR szakma, a kiválasztás folyamata és az ember, mint erőforrás változásokon megy keresztül. Ez az észlelt változás vetette fel bennem a kutatási kérdéseimet, melyek a kompetenciát állítják szembe a tudással az állásinterjúk során. Célom az volt, hogy a vizsgálati kérdéseim megválaszolásával megtudjam, merre tart a HR jövője a kiválasztás szempontjából, illetve, hogy mint állásra pályázó, hogyan kell felkészítenünk magunkat a jövő állásinterjúira. A leginkább pedig az keltette fel az érdeklődésemet, hogy a leendő munkavállalók személyes kompetenciáit mennyire veszik figyelembe egy interjú során. Mennyire fontos ezekre odafigyelnünk, mint állásra pályázók, illetve, hogy mennyire kell ismernünk önmagunkat. A munkáltatók a személyiséget keresik-e vagy a szakmai tudást? Egy lelkes, motivált pályakezdő vagy egy tapasztalt, széles szakmai rálátással rendelkező ér többet? Ezek a kérdések merültek fel bennem. Kutatásaim során jobban megismerhettem a HR szakmát, illetve néhány értékes szakmabelit. Megtapasztalhattam, hogy milyen sokféleképpen lehet hozzáállni a kiválasztáshoz és szinte mindenkinek más elképzelései vannak. Kiderült számomra, hogy valóban új irányt vett a HR, az ember pedig sokkal nagyobb szerephez jutott. Ez persze attól függően eltérő lehet, hogy milyen ágazatban dolgozó HR-es szempontjait vizsgáljuk és mekkora felelőssége van az adott cégnél a HR-nek. Általánosítani nem tudom az eredményeimet, de látszik, hogy van egy új irány, ami egyes cégeknél megjelent már, megváltoztatta a kiválasztás kultúráját, más cégeknél pedig nem, vagy nem is fog.

Görcsi Zsombor: A bértitok intézménye és az egyenlő munkáért egyenlő bér elvének viszonya

gorcsi.zsombor@gmail.com
Károli Gáspár Református Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar
Emberi erőforrások, BSc, 5. félév

Témavezető:
Dr. habil Kun Attila, egyetemi docens, KRE ÁJK

Kutatásom tárgya az egyenlő munkáért egyenlő bér elvének viszonya a „bértitok" intézményével. A témaválasztásom indokoltságát az adja, hogy a munkaerő-piaci tapasztalataim alapján gyakori a bér titokban tartása. Több európai uniós jogforrás és a hatályos munka törvénykönyve is kimondja, hogy egyenlő értékű munkáért egyenlő bér jár. Véleményem szerint ez a két fogalom adott esetben nehezen összeegyeztethető. Például köztudott, hogy regionális értelemben Magyarországon a „vidéki" és a budapesti ár- és bérszínvonal eltér egymástól, így munkavállalói érdekserelem léphet fel. A nemek közötti bérkülönbségek esetén nem feltétlenül érvényesül a taglalt elv. A bér titokban tartása a feltevésem szerint hozzájárul ahhoz, hogy az egyenlő munkáért egyenlő bér elve ne érvényesüljön. A bértitok intézménye a hipotézisem szerint elősegíti a bérek közötti adott esetben jogellenes differenciák látszólagos eltüntetését. Kutatásomban bemutatom azon vállalati szempontokat, amelyek alapján a bért meghatározzák. Ezután ismertetem az egyenlő munkáért egyenlő bért elvének legfontosabb nemzetközi és hazai jogforrásait, a vonatkozó Európai Uniós ajánlásokat, illetve egyes tagállamok intézkedéseit is. A kutatásomban három vállalati HR vezetővel készítettem strukturált kutatási interjút annak érdekében, hogy a „bértitok" és jogelv gyakorlati érvényesülését alaposabban és reprezentatívan vizsgálhassam. Ezen felül a fővárosi és a vidéki bérszínvonal összehasonlítása érdekében összesen 107 nyitott iskolaszövetkezeti munkalehetőséget vizsgáltam meg. Emellett 75 munkavállalót kérdeztem meg kérdőíves formában arról, hogy rájuk hogyan hat a bér titkossága, esetükben érvényesül-e az egyenlő munkáért egyenlő bért elve munkáltatójuknál. Kutatásom multi-diszciplináris igényű: ötvözi a (munka)jogi, szociológiai, humán erőforrás menedzsment szempontokat a vázolt dilemma sokrétű, komplex megértése céljából. Eredményeim szerint a bér titokban tartása diszkriminációs látenciát okozhat. A munkaerő-piaci helyzetet megvizsgálva pedig konkrét példákon keresztül jól nyomon követhető, hogy az egyenlő munkáért egyenlő bér elve és a piaci folyamatok nem kompatibilisek. A magyar üzleti kultúrától idegen a bérek teljes átláthatósága. Jó köztes megoldás lehet egy bérsáv-modell megalkotása; helyes munkakör-értékelés után a küszöb- és differenciáló kompetenciák meghatározása, amely alapján az adott bérsávon belüli mozgás és annak feltételei és mértéke mindenki számára egységesen hozzáférhető.

Hegedüs Márton Áron: Adatokra bontott emberek, a vállalati fluktuáció csökkentési lehetőségei a kiválasztási folyamat adatvezérelt eszközökkel való támogatásán keresztül

martonaron.hegedus@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 2. félév

Témavezető:
Bakonyi Zoltán, tanácsadó, IFUA Horváth & Partners Management Consultants

A dolgozat célja, hogy segítse a vállalatok fluktuációjának csökkentését a kiválasztási folyamat adatvezérelt eszközökkel való támogatásán keresztül. Sok kutatás vizsgálta, hogy milyen módon csökkenthető a vállalati fluktuáció a munkavállalók elköteleződésének növelésén vagy a juttatási csomag személyre szabásán keresztül, ellenben kevés tanulmány foglalkozik azzal, hogy a fluktuáció jelezhető-e még a munkavállaló vállalathoz kerülését megelőzően. Jelen dolgozat egy összegző, feltáró munka, amely a fluktuáció okait és az adatvezérelt kiválasztási mechanizmusokat vizsgálja szakirodalmon és esettanulmányokon keresztül. Majd ezek alapján egy új kiválasztási modell bemutatásával javaslatokat fogalmaz meg a fluktuáció csökkentésének érdekében. A dolgozat megállapítja, hogy azon vállalatok esetében alkalmazhatók eredményesen és hatékonyan adatvezérelt kiválasztási eszközök a magas fluktuáció megelőzésének érdekében, amelyek minőségközpontú kiválasztási stratégiát folytatnak, tehát céljuk olyan előre jelezhető magatartású munkavállalók alkalmazása, akik körében alacsony a fluktuáció. (Pl.: SSC-s munakörök, értékesítési pozíciók, egyetemek junior kutatói pozíció) A dolgozat a kiválasztási folyamat egyes lépéseihez különböző adatvezérelt eszközök, tesztek használatát javasolja, amelyek növelik a jelölt illeszkedését a pozícióhoz és a vállalathoz, illetve képesek előre jelezni a jelentkező korai kilépési szándékát, ezek által pedig hosszú távon is képesek csökkenteni a vállalati fluktuációt.

Nagy Dorottya[1] - Szentirmai Bàlint[2]: Otthon, édes otthon - A home office hatása a szervezeti tudásteremtésre

[1]*ndorottyadorka@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BSc, 4. félév

[2]*szentirmai.balint@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 2. félév

Témavezető:
Bakonyi Zoltán, senior tanácsadó, IFUA Horváth and Partners

A dolgozat célja, hogy megvizsgálja a home office hatását a szervezeti tudásteremtés minőségére és mennyiségére a tudásintenzív vállalatok körében. A kutatás motivációja abból fakadt, hogy a home office egyre népszerűbb a vállalatok körében, és a HR irodalom egyoldalúan a vállalatoknak és a munkavállalóknak szolgáltatott előnyeit taglalja. A fő hipotézist – miszerint a home office rombolja a vállalati tudásteremtést – a következőképp bizonyítja a dolgozat. A tudást az egyének közös valóságaként definiálja, ami dinamikus és folytonosan változik. A szervezeti tudás az egyének tudásából építkezik. A tacit tudás különösen fontos ebben a folyamatban, a home office pedig lehetséges, hogy visszafogja ennek fejlődését. A pályamunka a kiaknázás és a felfedezés koncepcióján keresztül mutatja be a tudásteremtést, valamint a különböző falyta tudástípusok konverziós folyamatát szemlélteti a spirál modell segítségével. A személyes kapcsolatok szerepének vizsgálata rámutat, hogy a tudásteremtést elősegítő társadalmi tőke, információs redundancia és interakciós ritmus menedzsment kibontakozása nehézkes, amikor a home office-ban működő munkavállalókat próbálják bevonni a tudásteremtés folyamatába. Végül néhány konkrét javaslat kerül bemutatásra, mely segítheti a menedzsereket a home officehoz kapcsolódó problémák kezelésében. Az iránymutatások két tanácsadó cégnél végzett mélyinterjús kutatásra alapszanak.

Neuhold Dóra Ágnes: HR folyamatok digitalizálási lehetőségei

doora199@gmail.com
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudomány Kar
Vezetés és szervezés, MA, 4. félév

Témavezetők:
Dr. Kópházi Andrea, egyetemi docens, SOE LKK
Dr. Koloszár László, egyetemi docens, SOE LKK

A szakemberek azt mondják a digitális HR-é a jövő. A tanulmány célja a jelenlegi HR folyamatok digitalizálási lehetőségeinek feltárása és felmérése, a nagyvállalatok körében. Kutatásomban megvizsgáltam, hogy az informatika hogyan tudná hatékonyabbá tenni a toborzás – kiválasztás folyamatát. Továbbá hogyan tudja támogatni a dolgozók kezelését, fejlesztését és a HR stratégiát.
A nagyvállalati körben végzett kérdőíves vizsgálat segítségével tanulmányoztam az elméleti háttér alapján felállított hipotéziseket. A főbb eredmények szerint, Magyarországon a 250 fő feletti létszámmal rendelkező vállalatok fontosnak tartják a HR szoftvereket a sikeres személyügyi munkához. A megkérdezettek 74%-a használ eHR megoldásokat. Ezeket a rendszerek főként a bérügyvitel (29%) és az adminisztráció (45%) támogatására alkalmazzák. A szoftverfejlesztőktől integrálhatóság és a HR funkciók lefedettségében várnak fejlődést. Megerősítést nyert, hogy hazánk elmarad az eHR területén Ausztriához, Svájchoz és Németországhoz képest.
Kutatásom eredményei alapján következtetéseket, javaslatokat fogalmaztam meg, melyek közül kiemelném a HR szoftverek szélesebb körben való alkalmazását, az okos eszközök adta lehetőségeket és a gamificationt. A személyügyi szoftverek által növelhető a HR osztályok hatékonysága, ami végső soron hatással lehet a szervezetek versenyképességére is.

HUMÁN ERŐFORRÁS GAZDÁLKODÁS II. EGYÉNI JELLEMZŐK MENEDZSELÉSE A SZERVEZETBEN

Zsűrielnök: Dr. Kópházi Andrea, egyetemi docens, SOE LKK
Társelnök: Ing., PhD. Machová Renáta, egyetemi adjunktus, SJE
Tagok: Dr. Lipták Katalin, egyetemi docens, ME GTK
Dr. Szabó Tibor, egyetemi adjunktus, BME GTK

Bordás Gabriella: Képzések a munka világába történő integrációért, adalékok: marginális munkaerő-piaci rétegek, illetve képzések, átképzések a Miskolci Járásban

gabriella3529@gmail.com
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Emberi erőforrások, BA, 6. félév

Témavezető:
Sipsné dr. Nándori Eszter, adjunktus, ME GTK

A munkanélküliség már évek óta fontos kérdéskör Magyarországon, hiszen ennek csökkentése és ezzel együtt a foglalkoztatási szint növelése mind az Európai Unió, mind a nemzeti foglalkoztatáspolitika legfőbb célkitűzése. Manapság a munkaerőpiacon egyszerre jelenik meg a munkaerőhiány, illetve a munkaerő többlet. A probléma, hogy a két réteg nem tudja lefedni egymást. Egyre jobban jellemző, hogy a munkanélküliek képzetlenek, azonban a betöltetlen álláshelyek magas szintű tudást igényelnek. A kereslet és a kínálat eltérő szakmastruktúrával rendelkezik, így ez strukturális munkanélküliséget okoz. A magyar kormány legfőbb megoldásként létrehozta a közmunkaprogramot és a munkaerő-piaci átképzéseket, továbbképzéseket.
A dolgozat bemutatja a közfoglalkoztatást és a munkaerőpiaci képzés rendszerét Magyarországon az 1990-es évektől egészen napjainkig. A tanulmány a Miskolci Járásra koncentrál, hiszen ezt a térséget kiemelkedően magas munkanélküliség jellemzi. A primer kutatás elengedhetetlen velejárója a B.-A.-Z. Megyei Kormányhivatal Miskolc Járási Foglalkoztatási Osztály rövid ismertetése. A kutatás során több interjút készítettem, valamint egy 226 fős kérdőívet is sikerült megvalósítani kormánymegbízotti engedéllyel. Az adatok anonim módon kerültek elemzésre. A kutatás célja, hogy lehetőséghez mérten egy aktuális bepillantást kapjunk a munkaerőpaci képzésekben résztvevőkről egy viszonylag magas munkanélküliséggel rendelkező térségen.
Dolgozatom fő kérdései a primer kutatásra specializálódnak, melyek a például következők: a kérdőívben résztvevők megítélése szerint mennyire hasznos az éppen folyó képzés; mi motiválja őket az elvégzésében; illetve, hogy a munka világában milyen tervük van a jövőre nézve?

Cserni Tamás: Az EQ-5D kérdőívvel mért hasznosságok regressziós elemzése pikkelysömörös betegeken

cserni.tamas@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Alkalmazott közgazdaságtan, BA, 8. félév

Témavezető:
Dr. Rencz Fanni, adjunktus, BCE KTK

A dolgozat célja a pikelysömörös betegek körében EQ-5D-val (egy hasznosságmérésre alkalmas kérdőív) mért hasznosságértékek modellezése DLQI (Bőrgyógyászati Életminőség Index) pontszám, betegségsúlyosság (PASI) pontszám és egyéb demográfiai és klinikai változókkal. Ezt a modellezést hívják mappingnek. A mapping modell felállítását statisztikai eszközökkel, valamint keresztmetszeti ökonometriai modellezés segítségével végzem el. A kész modellel pontos EQ-5D hasznosságértékeket nyerhetünk, amik a költség-hatékonyság vizsgálatokban nélkülözhetetlenek.

El-Meouch Nedim Márton: Smoker's paradox Magyarországon? Szívinfarktus utáni túlélés elemzése statisztikai módszerekkel

nedu02@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MA, 2. félév

Témavezető:
Dr. Ferenci Tamás, adjunktus, BCE KTK

A dohányzás és az infarktus elszenvedése közötti pozitív kapcsolatot már az 1960–70-es években bebizonyították, azonban a dohányzás jelentősége az infarktus akut szakaszát túlélt betegek esetén nem egyértelműen tisztázott. Számos nemzetközi tanulmány foglalkozik az úgynevezett "smoker's paradox" jelenségével, vagyis azzal, hogy a szívinfarktust elszenvedő betegek körében a dohányosok alacsonyabb halálozási-, és magasabb túlélési esélyekkel rendelkeznek a nem dohányosokhoz képest. Bár sok elemzés esetében a „zavaró" (confounder) változókra való kontrollálás után a dohányzásnak nincs pozitív hatása a túlélésre, a problémakör esetében nincs nemzetközi szakmai konszenzus. Jelen dolgozatban azt vizsgáltam meg, hogy az akut szívinfarktus miatt kezelt magyarországi betegek esetében fennáll-e ez a paradox hatás, vagyis, hogy a dohányzásnak – a betegek kockázati profiljára való kontrollálás mellett – milyen hatása volt a túlélési kilátásokra.
Kutatásom adatforrását a Gottsegen György Kardiológiai Intézet által működtetett Nemzeti Szívinfarktus Regiszter 2015-2016. június között regisztrált, STEMI-n átesett, PCI-vel kezelt betegeinek adatai jelentették. Az elemzésben kétféle többváltozós statisztikai eljárást alkalmaztam a dohányzás túlélésre gyakorolt hatásának meghatározására. A rövid távú (kórházon belüli – 30 napos) túlélés vizsgálatánál logisztikus regressziós modellezésre, a hosszú távú (maximum két éves) túlélésnél pedig – Cox-PH regresszióval, illetve „Accelerated Failure Time" (AFT) modellekkel megvalósított – túléléselemzésre került sor.
Modellezésem alapján a magyar betegeknél nem volt megfigyelhető paradox hatás a rövid távú halálozásban, amit az 1-től szignifikánsan nem különböző esélyhányados (OR=1,04; 95% CI: 0,69-1,57) mutatott. A hosszabb távú túlélésnél sem volt észlelhető paradox hatás, sőt a dohányzás rontotta a betegek túlélési esélyeit. Ezt az 1-től szignifikánsan nagyobb hazárdhányados (HR=1,33; 95% CI: 1,07-1,67 – Cox-PH) és az 1-nél szignifikánsan kisebb túléléshányados (SR= 0,71; 95% CI: 0,57-0,88 – AFT) mutatta.
Eredményeim alapján levonható az a következtetés, hogy a „smoker's paradox" jelensége nem figyelhető meg a magyar betegek esetében, sőt a dohányzás önmagában rontja az adott beteg túlélési esélyeit.

Fóris Norbert: A vak és aliglátó személyek munkaerőpiaci helyzete Magyarországon

foris.norbert@gmail.com
Nemzeti Közszolgálati Egyetem Államtudományi és Közigazgatási Kar
Közigazgatás-szervező, BA, 3. félév

Témavezető:
Honvári János, mesteroktató, NKE NEK

A legtöbb ország fontos gazdasági célja, hogy a foglalkoztatás a lehető legmagasabb legyen. Ennek érdekében sok munka vállalást könnyítő programot dolgoznak ki. Kutatásomban szeretném vizsgálni, ez a látássérültek csoportján belül az aliglátó és vak emberek esetében mennyire eredményes. A megváltozott munkaképességűek között ez a két csoport az, akiknek véleményem szerint a legnehezebb elhelyezkedni.
Célkitűzés: Kutatásom célja, hogy választ kapjak, a megkérdezettek hány százaléka jelenleg is aktív munkavállaló, hány százaléka keres jelenleg is munkát. Milyen nehézséggel szembesülnek a munkakeresés és munka vállalás során. A válaszadók mióta dolgoznak egy adott munkahelyen, mióta próbálnak munkát találni, milyen segítséget tudnak ehhez igénybe venni. Milyen speciálisan a látássérültek számára elérhető lehetőségek állnak rendelkezésre annak érdekében, hogy az érintettek munkát tudjanak vállalni.
A látássérültek munkavállalását segítő szervezetek munkájának megkönnyítése annak érdekében, hogy a lehető legmagasabb szolgáltatást tudják biztosítani az igénybe vevőknek.
Kérdésfeltevéseket fogalmaztam meg, melyek a következők:

- A megkérdezettek hány százaléka rendelkezik bejelentett munkahellyel?
- Mennyire elégedettek jelenlegi munkakörülményeikkel?
- Igénybe vesz segítséget a munkakeresés során?

Adatfelvételi módszerként a hólabda módszert használtam (n=101). A megkérdezettek a vak és aliglátó személyek voltak.
Főbb eredményeim azt mutatták, hogy a megkérdezettek 70,3%-a rendelkezik bejelentett munkahellyel, 29,7%-a nem. A válaszadók jobbára elégedettek jelenlegi munkakörülményeikkel, bár az akadálymentesítés és a bér szempontjából jó lenne a változás. A bejelentett munkahellyel nem rendelkezők interneten, ismerős által, illetve kevés részük munkaközvetítő által keresnek munkát.
Összegezve elmondható, hogy az érintettek munkaerő piaci helyzete egyre jobb, de mint minden téren a felek közti kommunikáció nagyon fontos! Fontos lenne a munkaadók figyelmét felhívni arra, hogy a látássérült munkavállalókban nagy potenciál van, és merjenek rájuk munkát bízni.

Jóna Péter: Az emberi tényező szerepe a szolgáltatásokban

peterjona828@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 5. félév

Témavezető:
Balázsné Dr. Lendvai Marietta, főiskolai docens, BGE GKZ

Dolgozatom az emberi tényező szerepének vizsgálatát tűzte ki célul, amelyben speciális figyelmet fordítottam a leggyakrabban igénybe vett szolgáltatásokra.
A szolgáltató szektorban nagy szerepe van az abban dolgozó embereknek, hiszen hatást gyakorolnak egyrészt a szolgáltatás igénybe vevőjére, másrészt magára a szolgáltatási folyamatra. Emiatt elengedhetetlen, hogy megismerkedjünk azzal, milyen mértékben járul hozzá az emberi tényező egy szolgáltatás megfelelő szintű teljesítéséhez.
A munkámban kitérek arra, milyen trendeket követel a holisztikus szemlélet, illetve arra, hogy a HR oldalon és a szolgáltatások összességében, milyen erő rejtőzködik az emberi tényezőben. Külön figyelmet fordítok a belső kommunikáció és marketing fontosságára, azon belül pedig kifejtem a wellbeing, azaz a munkavállalók jólétének és jóllétének stratégiai fontosságát. Ez Magyarországon még kevésbé elterjedt, de Nyugat-Európában már minden nagyvállalatnál a stratégia része.
A kutatómunkám gyakorlati részében egyrészt bemutatom a mélyinterjúk eredményeit, amelyeket a szolgáltató szektorban tevékenykedő vállalkozások vezetőivel készítettem, illetve részletezem az online kérdőíves kutatásom eredményeit is, amely a szolgáltatást igénybe vevők észleléseit és preferenciát vizsgálja a címadó témához igazodóan.

Kárász Balázs: A vállalati tréningek hatékonyságának vizsgálata

karaszb@gmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. habil. Poór József, egyetemi tanár, SZIE GTK

A dolgozat a vállalati tréningek és képzések hatékonyságát, illetve az azt meghatározó, mérni képes eszközök alkalmazásának körülményeit vizsgálja. Helyük és szerepük meghatározása fényében a tréningek hatékonyságának tulajdonságait elemzi. Sorra véve a hatékonyságmérésre alkalmas eszközöket, a kutatás fókuszában a befektetés-megtérülési (ROI) mutató áll.
Nemzetközi és magyarországi kérdőíves kutatások eredményeit országok közötti összehasonlítás színterén, valamint a longitudinális elemzés dimenziójában tárgyalja. A pályamunka szerzője aktív és vezető tagja volt a hallgatói kutató teamnek, amely elvégezte a SZIE GTK TTI Menedzsment és HR Kutatóközpontja által 2016-ban lefolytatott országos tréninghatékonyság kutatás elemzését, továbbá a Kutatóközpont által kiadott magyar nyelvű kutatási jelentés társszerzője.
A vizsgálat adatbázisa alapján további statisztikai elemzések segítik a ROI alkalmazásának és elterjedtségének mélyebb megértését. A két- és többváltozós statisztikai vizsgálatok rávilágítanak a ROI alkalmazásának gyakorisága és az iparág, az alkalmazotti létszám, az eredmények felhasználásának helye, bizonyos vállalati tényezők vélt vagy valós hiányának szerepe, képzési költségek bérköltségen belüli aránya, a vállalatban megvalósuló képzések száma, a vállalat fennállási ideje közötti statisztikai kapcsolatokra.
A globális és országos fejlesztési kitekintés főként a szervezeti kultúra aspektusaira irányítja a figyelmet, míg a saját kutatások és a két- és többváltozós elemzések tükrében megfogalmazott fejlesztési javaslatok legtöbbször a ROI ismereteket és módszertant érintik. Kiemelt problémaként kezeli a dolgozat, hogy a vállalatok menedzsmentje előtt ismeretlen a képzések hatékonysága, és hatása az eredményességre, termelékenységre.
A dolgozat főbb megállapításai között meghatározó az oktatás szerepének kiemelése. A rendelkezésre álló kutatási eredmények elemzéséből származó következtetések abba az irányba mutatnak, amely az oktatás, a felsőoktatási képzés, a posztgraduális képzési formák és a vállalati tréningek fontosságát helyezi előtérbe. Mindez több dimenzión keresztül valósulhat meg, és a problémakör mélyebb elemzése során – a módszertani ismereteken túl – különösen a gyakorlati haszon és az elmélet alapos megértését követő hatékony alkalmazás oldala emelhető ki.

Rígler Dorottya: Életminőség és hasznosságmérés a Crohn-betegségben

riglerdorka92@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Rencz Fanni, egyetemi adjunktus, BCE KTK

A Crohn-betegség egy krónikus gyulladásos bélbetegség, melynek tünetei az életminőség jelentős csökkenését okozhatják. A rendelkezésre álló hazai epidemiológiai adatok alapján, Magyarországon több mint 10 000 ember él Crohn-betegséggel. A biológiai gyógyszerek megjelenése forradalmasította a Crohn-betegség kezelését, de a terápiának nagyon magas költségei vannak, ezért szükség van költség-hatékonysági elemzésekre, hogy a társadalombiztosító szakmailag megalapozott finanszírozási döntéseket hozhasson. A dolgozat célja az általános életminőség és egészségügyi hasznosságértékek mérése volt a hazai Crohn-betegek körében.
Az empirikus kutatás során 2016-17-ben keresztmetszeti kérdőíves felmérést végeztünk hasznosság-, és életminőség mérés céljából négy, hazai Crohn-betegek ellátásával foglalkozó centrumban. Az életminőséget a vizuális analóg skála (VAS) és time trade-off (TTO) módszerek segítségével mértük fel. A betegek saját állapotuk mellett négy hipotetikus egészségi állapot hasznosságát is értékelték.
Összesen 128 Crohn-beteg töltötte ki a kérdőívet (57% férfi, átlagéletkor: 34,13). A VAS átlaga súlyos luminális, enyhe luminális, súlyos luminális végbéltáji fisztulákkal és enyhe luminális súlyos végbéltáji fisztulákkal kísért betegségben rendre: 0,31, 0,70, 0,27, 0,52. A TTO módszerrel mért hasznosságok ugyanezen állapotokban rendre: 0,75, 0,88, 0,71, 0,82, a saját állapot hasznossága 0,84. A végbéltáji fisztulák és a fájdalom erőssége szignifikánsan rontják az életminőséget ($p<0,001$).
Jelen kutatás során először végeztünk Magyarországon hasonló jellegű felmérést, így a dolgozat eredményei alapadatokat szolgáltatnak a Crohn-betegség terápiáinak költség-hatékonysági elemzéseihez és ezáltal finanszírozási döntések előkészítéséhez.

Sönperger Richárd: A szervezeti kultúra és az önértékelés kapcsolata

sonperger.richard@gmail.com
Eszterházy Károly Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Emberi erőforrások, BA, 3. félév

Témavezető:
Dr. Kozák Anita, főiskolai docens, EKE GTK

A kutatásom fő célkitűzése a szervezeti kultúra és a munkavállalók önértékelése közötti kapcsolatok vizsgálata volt. Az önértékelés és a szervezeti kultúra a mai HR szakma két kulcsdimenziója. Az önmagunkról való gondolkozás alapvetően befolyásolja, meghatározza munkahelyi teljesítményünket és társas kapcsolatainkat. A szervezeti kultúra napjaink egyik kulcsfontosságú kutatási területe lett a közgazdasági tudományterületen, mivel a szervezeti kultúra hatással van a vállalatok hatékonyságára és ezen keresztül befolyásolja a vállalat jövedelmezőségét és versenyképességét. A kutatásommal egy ismeretlen részt mértem fel a két fogalom halmaza közötti metszetben. Célom egy olyan a gyakorlatban is felhasználható eredmény létrehozása, amellyel segíteni tudom a HR szakemberek munkáját. A kutatási eredmény segítségével hatékonyabb tudnak majd fejlesztési koncepciókat meghatározni és ezek koncepciók nagyban hozzájárulnak a szervezeteik produktívabb működéséhez.
Az alapfeltételezések megfogalmazása után létrehoztam egy olyan kérdőívet, amelynek segítségével a céljaimat teljesíteni, valamint az alapfeltételezésemet igazolni vagy cáfolni tudtam. Összesen 234 fő töltötte ki a kérdőívemet, tehát a kutatásom mintanagysága 234 fő válaszát foglalja magában. A nem valószínűségi mintavételezési technikák közül az úgynevezett hólabda típusú mintavételi módszer segítségével történt a mintavétel. A szervezetek kiválasztása során a sokszínűségre törekedtem. Miután a szervezetek felelős vezetői belegyezettek abba, hogy a munkavállaló körében a kérdőív megosztható, a kérdőívek kitöltése önkéntes alapon, felügyeletünk nélkül történt. A vizsgálati minta bemutatása, elemzése során gyakoriságot számoltam. Továbbá még a primer kutatásom által nyert adatok feldolgozásához számtani átlag szerinti összehasonlítást, nem-paraméteres elemzést, klaszteranalízist, kereszttábla-elemzést végeztem.
A legfontosabb tudományos eredmények a szervezeti kultúra és a munkavállalói önértékelés közötti vizsgálata során született. Vizsgálati eredményeim szerint a szervezeti kultúra klán kultúra dimenziója és az önértékelés önbecsülési dimenziója, valamint az innováció-orientált kultúra és az énhatékonyság dimenziója között statisztikai kapcsolatot mutatható ki.

Szakács Attila Péter: Öndeterminációs elmélet alkalmazása az értékesítésben

szakacs.attilapeter@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Ujhelyi Mária, egyetemi docens, DE GTK

A vállalatok fő mozgatórúgói az emberek. Fontos arra ráeszmélni, hogy az emberi tényező nélkül a vállalatok, legalábbis még ma, nem tudnának működni. Ahhoz, viszont, hogy a kiemelkedő eredményesség elérhető legyen, elengedhetetlen a munkavállalók megfelelő motiválása. Kiemelten fontos, hogy a már meglévő munkaerőt minél jobban tudjuk ösztönözni, annak érdekében, hogy a hatékonyságot növelni tudjuk. Ez alapján elmondható, hogy a jól működő motiválási folyamat kulcskérdése a szervezeteknek.
A dolgozat az értékesítési szegmensben dolgozó munkavállalók motivációjával foglalkozott. A célkitűzés az volt, hogy megtaláljam, hogy a fizetésen kívül milyen konkrét eszközökkel, vagy változtatásokkal lehet tartósan ösztönözni az adott szektorban tevékenykedő szervezetek alkalmazottait. A kutatás alapját Öndeterminációs elmélet adta, amely a belső és külső motivációk kapcsolatát vizsgálja.
A vizsgálat kérdőíves alapon zajlott. Az elmélethez tartozó kérdőív az Aspirációs index volt. Ezt öt nagyvállalatnál töltötték ki: négy energetikai szolgáltatónál, illetve egy biztosítónál. A célcsoport az értékesítésben dolgozó front-office munkatársak voltak. Az elmélethez tartozó index az intrinzik (belső), extrinzik (külső) és az egészséghez kapcsolódó motivációt vizsgálta, összesen hét életcélt: (gazdagság (E), hírnév (E), jó megjelenés (E), személyes növekedés (I), tartalmas emberi kapcsolatok (I), társadalmi elkötelezettség (I), és egészség), melyekhez két-két kérdés tartozott. Mindegyik kérdésnél egy egytől ötig tartó Likert-skálán kellett válaszolni, hogy az adott életcél mennyire fontos, megvalósult a jelenben, és mennyire valószínű a jövőben. A kapott minta nem reprezentatív, azonban kutatáshoz tartozó kérdőívet viszonylag sokan, összesen 142-en töltötték ki, amely már egy nagyobb létszámú empirikus kutatást tett lehetővé.
Az adatokat különféle statisztikai módszerekkel elemeztem (korreláció elemzések, t-próbák), melyek számottevő eredményt adtak.
A kapott eredmények alapján elmondható, hogy a nagyobb belső motivációval rendelkezők nagyobb arányban teljesítik az eléjük kitűzött tervszám célokat. Emiatt a vizsgált szervezeteknek nagyobb hangsúlyt kell fektetniük a belső motivációs igények kielégítésére, illetve dolgozóik egészségének megőrzésére, hogy ezáltal is hosszú távon tudják ösztönözni a vállalat számára nélkülözhetetlen emberi erőforrást.

Vincze Alexandra[1] - Véső Tamás[2]: A cochleáris implantátum a mindennapokban

[1]*vinczealexandra94@gmail.com*
Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar
Műszaki menedzser, BSc, 1. félév

[2]*veso.tamas@gmail.com*
Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 10. félév

Témavezető:
Dr. habil. Lazányi Kornélia, egyetemi docens, OE KGK

A súlyos hallássérültek esetén a hagyományos nagyothalló készülékek nem, vagy csak kis mértékben képesek segíteni. A különböző hallást támogató berendezések közül a cochleáris implantátum a legfejlettebb eszköz, amely bizonyos esetekben, a hallásukat teljesen elvesztett emberek számára is reménysugarat adhat egy teljesebb életre.
Bár az elektronikus orvosi eszközt már több évtizede használják az egészségügyben itthon és külföldön egyaránt, ennek ellenére maga az eszköz és a hozzá felhasznált komplex technológia is kevéssé ismert.
A dolgozat célja tehát egy olyan orvos-műszaki megoldás ismertebbé tétele, melynek használatával súlyosan hallássérült embertársaink is teljes életet tudnak élni és a társadalom integráns részévé képesek válni. A készülék mellett a használója nem szorul kiegészítő infrastrukturális megoldásokra, tudja használni a saját anyanyelvét, zökkenőmentesen tud társalogni, így könnyebben be tud illeszkedni "a halló emberek" társadalmába, ezáltal javul az életminősége, teljes életet képes élni, családot alapítani, gyermeket nevelni. Az iskolában kortársaival együtt fejlődhet és tanulhat, majd később a munkaerőpiacon is teljes értékű munkavállalóként tud megjelenni.
Dolgozatunkban szekunder kutatás keretében megvizsgáltuk, hogy a cochleáris implantátum mely esetekben jelenthet valóban segítséget, illetve milyen orvosi, technikai, műszaki peremfeltételek teljesülése mellett alkalmazható. Dolgozatunkban primer kutatás keretében interjúk segítségével vizsgáltuk meg, hogy a társadalom és az egyén számára milyen előnyöket hordoz a használata. A kvalitatív kutatás keretében felkértünk interjúra két CI-vel élő személyt, egy siketek iskolájában dolgozó, implantáltakkal is foglalkozó szurdopedagógust, valamint egy CI-vel élő gyermek édesanyját.
A kvantitatív kutatást, egy kérdőív segítségével végeztük, amit online közösségi felületeken, csoportokban osztottuk meg, ebben fogyatékossággal kapcsolatos kérdéseket tettünk fel.
Kérdőívünk segítségével megerősítést nyert, hogy a hallást a 2. legfontosabb érzékszervnek tartják a megkérdezettek. Szintén kitűnt az adatok közül, hogy a cochleáris implantátumot, mint segédeszközt nagyon kevesen ismerik.
Fontosnak tartjuk, hogy a jövőben a CI ismertebb legyen, hiszen a hallássérült személynek hallást ad, amit más segédeszközzel nem lehet elérni.
Célszerű lenne az orvosok, védőnők, szülők körében jobban megismertetni, interneten, fórumokon, közösségi oldalakon, orvosi-egészségügyi továbbképzéseken.

HUMÁN ERŐFORRÁS GAZDÁLKODÁS III.
GENERÁCIÓK ÉS MUNKÁLTATÓI MÁRKA

Zsűrielnök: Dr. Dajnoki Krisztina. egyetemi docens, DE GTK
Társelnök: Dr. Bognár Ferenc, tudományos munkatárs, BME GTK
Tag: Dr. Kozák Anita, főiskolai docens, EKE GTK

Csőke Lilla: A Z és Alfa generáció motivációs kihívásai

csokelilla95@gmail.com
Budapesti Metropolitan Egyetem Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar
International Business Economics, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Kiss Ferenc, egyetemi docens, MET HFTGK

A dolgozat fő célja megvizsgálni a két legfiatalabb generáció, a Z és Alfa generáció, jellemzőit és a jövőbeli munkahelyi motivációs kihívásaikat. Mind a két vizsgált generáció fiatal és csak keveset tudunk róluk, de a világ nagyon gyorsan fejlődik, aminek hatása lesz az igényeikre és szükségleteikre.
A dolgozatom első része, a ma élő generációkat vizsgálja, a Z és Alfa generációkra fókuszálva. Taglalja a Z generáció munkához való hozzáállását, szakmai fejlődési szükségleteit, korábbi kutatásokkal alátámasztva. Az Alfa generáció esetében kevés szakirodalom található még, így a hangsúly inkább az egyre növekvő, őket a jövőben befolyásoló tényezőkre tevődik. Ezután a második részben a motivációs elméleteket veszi át, a legismertebb elmélettől, a Maslow motivációs piramisától a legújabb Daniel H. Pink Motiváció 3.0-ás elméletéig.
A kutatás rész két részre osztható. Először egy kérdőív elemzése található a Z generáció és a munkahely kapcsolatáról, motivációs jellemzőiről és a céghez kapcsolódó lojalitásukról. Ezt követi több szakmai interjú, az Alfa generáció különböző jellemzőiről, óvónőkkel és óvóbácsival, illetve kisiskolás pedagógusokkal. Ebben a feltáró kutatásban a főbb témák a tanulási jellemzők, a közösségi kompetenciák és a motivációs jellemzők voltak, melyek fontosak lesznek a jövőbeli munkahelyen.
A befejező részben összegezi, hogy a Z generáció motivációs jellemzői mennyire egyeznek a szakirodalomban leírtakkal és milyen fejlődés lehet szükséges a cégek számára illetve mire kell figyelmet fordítaniuk, ha lojálissá szeretnék tenni a Z generációt. Végezetül összegezi a pedagógusok által adott válaszokat az Alfa generációról.

Drabancz Áron: A magyarországi elöregedés új megközelítésben - az időskori munkavállalás lehetőségei a gazdasági terhek csökkentésében

aron.drabancz@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Berde Éva, egyetemi tanár, BCE KTK

Az elkövetkező években az egyik leggyorsabban a kelet-közép európai államokban növekszik majd az időskorúak száma és társadalmon belüli aránya a világon. A változás már most jelentős kihívást jelent a magyar gazdaság számára, a problémakört korábban több kutatás elemezte. Tanulmányom célja, hogy bemutassam az európai országok milyen gazdaságpolitikai eszközökkel próbálták csökkenteni az elöregedés terheit, majd kvantifikálom, hogy ezek magyarországi bevezetése milyen közgazdasági eredményekre vezetne.
Dolgozatom első hipotézise szerint a várható élettartam növekedéséhez kötött nyugdíjemelés esetén az elöregedés okozta terhek a kohorszok között igazságosabban oszlanának meg, és a teljes gazdasági teher is jelentősen csökkenne. Ugyanakkor az időskori munkavállalási hajlandóság növelése mellett a nők és az 55-64 éves korosztály foglalkoztatását támogató kezdeményezések, illetve az időskorúak nyugdíj melletti munkavállalásának lehetősége segítheti igazán az elöregedés okozta gazdasági terhek csökkentését.
Az elemzés során különböző szcenáriók mellett becsültem újra az elöregedéshez kapcsolódó főbb mutatókat a 2015 és 2080 közötti időszakban. Az első hipotézisemet bizonyítani tudtam, hiszen Magyarországon a várható élettartam növekedéséhez kötött nyugdíjrendszer bevezetése esetén a korrigált időskori függőségi ráta növekedése 65,6%-kal lenne alacsonyabb a nyugdíjreform nélküli esethez viszonyítva. Továbbá rámutattam, hogy az idősebb korosztály várható növekvő foglalkoztatási rátája nem elegendő ahhoz, hogy a tényleges időskori gazdasági eltartási arány a jövőben ne romoljon. Az elöregedés okozta gazdasági terhek teljesen nem szüntethetők meg, azonban a közérdekű nyugdíjas szövetkezet létrejötte vagy a fokozatos nyugdíjrendszer bevezetése hozzájárulhat a nyugdíjrendszer fenntarthatóságához.

Gossler Enikő: Kell-e csocsóasztal a BGE-seknek? – avagy miként befolyásolja a Budapesti Gazdasági Egyetem hallgatóinak munkahelyválasztását az employer branding

gossler.eniko@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar
Emberi erőforrások, BA, 5. félév

Témavezető:
Dr. Brávácz Ibolya, főiskolai docens, BGE PSZK

Az employer branding (munkáltatói márkázás) egy remek eszköz arra, hogy a munkáltatók képesek legyenek megkülönböztetni magukat a versenytársaiktól. Emellett pedig egyfajta mágnesként működik a külső és belső munkaerőpiacon egyaránt.
Napjaink munkaerőpiaci helyzetét tekintve kiemelt szerepe van a tehetséges munkaerő bevonzásának és megtartásának, éppen ezért alkalmazza szinte minden nagyvállalat – és egyre több kisebb is – a munkáltatói márkázást. Egy multinacionális cég gyakornokaként én magam is beleláthattam, hogyan működik mindez a gyakorlatban, azonban számos kérdés így is felmerült bennem, mely egyben kutatásom fókusza is lett: Mennyire ismerik és milyen mértékben várják el kortársaim a vállalatoktól a munkáltatói márkázás eszközeinek meglétét?
Mind a szekunder és mind a primer kutatásommal célom volt megérteni, miként működik és hogyan hat az employer branding a Budapesti Gazdasági Egyetem (BGE) hallgatóinak munkahelyválasztására.
Kutatásom elején három hipotézist állítottam fel, melyeket a következő kutatási módszerek segítségével vizsgáltam: lehetőségem nyílt a célcsoportom véleményének megismerésére, egy szemináriumi óra keretében co-creation workshopot tartottam 28 első éves HR szakos hallgató számára, továbbá készítettem egy szakmai interjút egy multinacionális cég toborzás-kiválasztási vezetőjével. Ezen kvalitatív módszerek segítettek a kutatási téma mélyebb megismerésében. Ezt követte kvantitatív kutatásom, mely online kérdőíves megkérdezés volt, amely során 390 Budapesti Gazdasági Egyetemre járó hallgató véleményét tártam fel az employer brandingről. Ezen felül lehetőségem adódott egy kisebb mintagyűjtésre a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem hallgatói körében is (N=110). Az adatokat SPSS 24 program segítségével dolgoztam fel. Végül klaszteranalízis alkalmazásával tártam fel és jellemeztem a BGE-s hallgatók három különböző csoportját a munkahelyválasztási attitűdjeik alapján.

Horváth Balázs István: Az időskorú munkavállalók helyzete a magyar munkaerőpiacon - Aktivitási és jóléti mutatószámok vizsgálata

balazsh26@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MA, 2. félév

Témavezető:
Dr. Berde Éva, egyetemi tanár, BCE KTK

A dolgozatomban az időskorú munkavállalók helyzetét vizsgálom meg Magyarországon, elsősorban az aktivitási ráta alakulása és annak mozgatórugói szempontjából.
A dolgozat első részében áttekintem a demográfiai trendeket, amelyekből levonható a következtetés, hogy kiemelten fontos kérdés az időskorúak munkaerőpiaci helyzetének alakulása a jövőben Magyarországon, valamint az egész régióban. A második fejezetben elsősorban makroszintű adatok segítségével elemzem ennek a társadalmi csoportnak a körülményeit a munkaerőpiacon. Fontos szempont a munkaerőpiaci részvétel, amelyben nagy a hazánk lemaradása a nyugati országokhoz képest, azonban releváns az érintett csoport vagyoni és egészségügyi helyzete is, mint a munkaerőpiaci lehetőségeik és motivációjuk alapja.
Az aktivitási ráta alakulásából és az időskorúak helyzetét jellemző adatokból levonható a következtetés, hogy a munkaerőpiaci részvétel növekedése az elmúlt években többnyire a nyugdíjrendszer reformjának tudható be, nem pedig a korcsoport munkaerőpiaci helyzetének javulásának

Kiglics Krisztina[1] - Németh Norina[2]: A társadalmi innováció és a generációk kapcsolata

[1]*krisztina194@gmail.com*
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Emberi erőforrások, BA, 3. félév

[2]*nn.norcsi@gmail.com*
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Ellátásilánc-menedzsment, MA, 2. félév

Témavezetők:
Dr. Bogdány Eszter, egyetemi adjunktus, PE GTK
Dr. Balogh Ágnes, egyetemi docens, PE GTK

A társadalmi innováció az innováció területén megvalósult kutatások kevésbé ismert és feltárt területe, ámbár napjainkban egyre inkább tért hódít. Nem is oly meglepő, ugyanis tágabb értelemben véve társadalmi innováció minden olyan új, a korábbiaktól eltérő szemlélet, látásmód, termék, eljárási folyamat, szolgáltatás, amely a társadalomban megjelenő szükségletek és problémák megoldását célozza meg, miközben új értékek, új társadalmi kapcsolatok alakulnak. Jelentősége továbbá kiemelkedő, mivel mindezek közösségi és gazdasági haszna nemcsak az egyének, vagy szervezetek számára jelenik meg, hanem a társadalom egészére irányul.
Ha a társadalom témakörét említjük, akkor elengedhetetlen, hogy foglalkozzunk a generációk közötti különbséggel, mely a társadalom szintjén is problémaként jelenik meg, ahogy az élet más területén is.
Kutatásunk fő céljai, egyfelől a vizsgálat résztvevőinek generációs becsoportosítása a generációs jellemzőik alapján, valamint az egyes generációk tagjai esetén a társadalmi innovációs attitűdjük megmérése, továbbá az innovációs készségek, képességek fontosságának vizsgálata volt.
Kutatásunk során kérdőíves felmérést végeztünk. Az adatok értékeléséhez egy általunk készített szempontrendszert alkalmaztunk. Az elemzések során külön, különböző elemzési módszerekkel vizsgáltuk a kitöltők generációs besorolását, innovációs attitűdjét, valamint a társadalmi innovációs készségeiket. Főként arra kerestük a választ, hogy az egyes generációs jellemvonások miként jelentkeznek az egyének szintjén, s befolyásolják őket a megítéléseik során.
Az elemzéseink alapján kijelenthetjük, hogy az egyének születési éveik szerinti generációs besorolása nem feltétlen egyezik meg az értékrendjük szerinti generációs besorolással. Ennek okai lehetnek egyfelől a szomszédos generációk behatásai, valamint más további generáció képviselőinek hatásai (családi, munkakörnyezet). Kutatásunk fontos eredménye, hogy az egyének innovációs készségeit, innovációs attitűdjüket sok esetben befolyásolják az egyes generációs jellemvonások.

Kovács Kata: Versenyben a munkavállalókért - Az employer branding hatása a munkavállalók munkahely-választási preferenciáira

kaacsa95@gmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 3. félév

Témavezetők:
Dr. Gősi Imréné, egyetemi docens, SZIE GTK
Dr. Ugrósdy György, egyetemi docens, SZIE GTK

Pályamunkámban az employer branding munkavállalókra gyakorolt hatását vizsgálom. A munkaadói márkaépítés a HR, a marketing, a PR területek, és a vezetés együttműködésén alapszik. Ezek összehangoltsága a sikeres márkaépítés kulcskérdése. Az elméleti feltárásban bemutatom a márkaépítés HR aspektusait, azokat a tényezőket, amelyek befolyásolják egy szervezet munkahelyként való megítélését az egyes munkaerő-piaci szegmensekben. Ilyen tényezők, a munkaidő, a juttatások, a munkahelyi légkör és a munkakörülmények, a toborzási és kiválasztási-, beillesztési folyamatok, illetve a vezetők, munkatársak személyisége. Ezt követően a márkaépítés folyamatát, lépéseit, a külső és belső helyzetelemzést, az alternatív lehetőségek, stratégiák kidolgozását és az optimális kommunikációs csatornák kiválasztását, az eredmények mérését fejtem ki. A munkaadói márkaépítés célja nemcsak a tehetséges szakemberek vonzása, számukra az „ideális" munkahely képének közvetítése, hanem a jelenlegi munkavállalók elkötelezetté tétele is, hiszen az ő sikeres megtartásuk, és lojalitásuk a későbbi hatékony és sikeres működés feltétele.
Empirikus kutatásom egyik fókusza a munkavállalói szegmens, amelyet kvantitatív mintavételi eljárással, 889 fős mintán vizsgálok. Hipotéziseim kapcsán a demográfiai adatok mentén, a munkavállalók álláskereséskor használt platformjait, a munkahelyválasztás szempontjából a számukra releváns tényezőket (az ideális munkahely jellemzői, mint például a vonzó fizetés és munkakörnyezet, és motiváló vezetői stílus) elemzem. A munkavállalói mobilitási hajlandóság, és az azt befolyásoló tényezők is részét képezik a feltárásnak. Az eredmények értékeléséhez SPSS programmal egyetértésvizsgálatot, függetlenségvizsgálatot, főkomponens analízist, valamint leíró statisztikai módszereket alkalmaztam. Vizsgálatom másik fókuszát a munkáltatók képezik. A 60 elemű vállalati mintából nyert adatokat (a használt toborzási platformok, HR folyamatok) összevetem a munkavállalók elvárásaival.
Az eredmények alapján levonom a következtetéseket, ellenőrzöm hipotéziseim helytállóságát és hasznosítható javaslatokat teszek a vállalatok számára arra vonatkozóan, hogy hogyan tudnának vonzóbbá válni a munkavállalók szemében, és hogyan tudják jelenlegi munkavállalóikat megtartani, hiszen egy sikeres munkaadói márka nemcsak vonzó és hiteles, de a munkavállalók elkötelezettségét is javítja, csökkentve ezzel a fluktuációt és a költségeket, és növelve a vállalat versenyképességét.

Nagy Dániel: Munkáltatói márka komplex értékelése munkavállalói elégedettség mérésen keresztül egy multinacionális vállalat veszprémi gyáránál

daniel.nagy87@gmail.com
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Hargitai Dávid Máté, tudományos segédmunkatárs, PE GTK

A mai gazdasági helyzetben a vállalkozások számára kihívást jelent a munkaerő megtartása. A probléma feloldásának egy lehetséges stratégiai koncepciója az employer branding. Kutatásomban egy multinacionális vállalat munkavállalóinak elégedettségét mérő eszközét implementáltam a munkáltatói márka vetületeire. Kvantitatív elemzésekkel (korreláció, faktor és variancia) meghatározásra kerültek a domináns munkáltatói márka dimenziók és annak összefüggései az egyes funkcionális területekkel.

Szentpéteri Liza: Iskola kapujáig tartó barátságok

liza.szentpeteri@gmail.com
Óbudai Árpád Gimnázium
Középiskolai hallgató

Témavezető:
Dr. habil. Lazányi Kornélia, egyetemi docens, OE KGK

Kutatásom az iskolán belüli barátságokról, és ezek iskolán kívüli tartósságáról fog szólni az általános iskola felső tagozatától a gimnáziumi tanulmányok végéig. Releváns szakirodalom elemzése után kvantitatív kérdőíves kutatást végzek, ahol célzott mintavétel segítségével feltárom az iskolai barátságok minőségét. A célcsoportomat a közösségi média segítségével érem el, valamint papírformában terjesztem kérdőívemet. A kutatásom célja, hogy rávilágítsak arra, hogy amikor hónapokon keresztül akarva, akaratlanul is egymás életeinek részesei vagyunk, akkor ez a kapcsolat van-e olyan szoros, hogy a kötelezőn kívül is keressük egymás társaságát.

Tamás Zsanett[1] - Vései Viktor[2]: „Márka nélkül nem megy" – avagy az munkáltatói márkaépítés jelenlegi helyzete Magyarországon

[1]*zsazsa002@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BSc, 4. félév

[2]*veseiviktor@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Markos-Kujbus Éva, adjunktus, BCE GTK

A megváltozott munkaerőpiaci helyzetre a munkáltatóknak is reagálniuk kellett: a vállalatok ma már Magyarországon is egyre szélesebb körben foglalkoznak az employer branding (a továbbiakban: munkáltatói márkázás) stratégiai kérdéseivel. Dolgozatunk fő kutatási kérdése éppen ezért az, hogy hol tart a fogalomhoz kötődő stratégiai tervezés ma Magyarországon, azaz milyen, a munkáltatói márkaépítést segítő stratégiai eszközök és taktikák jelennek meg a hazai vállalatok esetében. Dolgozatunk célja egy helyzetkép felvázolása, amelyből kirajzolódik, hogy a hazai vállalatok mennyire tudják tudatosan és következetesen alkalmazni a különböző kommunikációs eszközöket a munkáltatói márkaépítés érdekében, valamint milyen típusú kapcsolódó tartalmak jelennek meg az esetükben.
Kutatási kérdésünk megválaszolásához kvalitatív módszerek felhasználásával igyekeztünk közelebb kerülni, így a kutatás során lehetőségünk volt mélyebben megérteni a vállalatok munkáltatói márkázáshoz kapcsolódó stratégiai folyamatait, a témával foglalkozó munkatársak gondolkodásmódját. Ehhez szakértői mélyinterjúkat készítettünk és elemeztünk szisztematikusan, amelyeket kvalitatív tartalomelemzéssel egészítettünk ki. A kutatást előkészítendő megfigyelés során a Budapesti Corvinus Egyetem Karrier Hírlevelének 1 éves időtartamot felölelő hirdetéseit összegeztük, majd ezek elemzése alapján választottuk ki azt a három legaktívabban jelenlévő szektort, amelyekből felkértünk egy-egy HR és/ vagy munkáltatói márkaépítésért felelős vezetőt a kutatás lebonyolításának első, mélyinterjús fázisába. A kutatás második fázisában a meginterjúvolt interjúalanyok munkahelyének Facebook posztjait és az alattuk lévő hozzászólásokat is elemeztük, amelynek eredményét azután össze is tudtunk vetni az interjúkon elhangzottakkal.
Az eredmények alapján a hazai vállalatok esetében is megjelent a tudatos munkáltatói márkázási stratégia kialakításának igénye, melyet vagy önállóan végeznek el, vagy az anyavállalat irányvonalait adaptálják. A tervezési folyamatot nagyban befolyásolja a vállalat típusa és cégcsoporton belüli pozíciója. Az eszközöket tekintve a kapcsolat- és eseménymarketing valamint a szájreklám a legmeghatározóbb taktikai elemek. A dolgozat egyik legfontosabb megállapítása, hogy a HR területén is megjelent hazánkban a célcsoportok targetált elérését célzó taktikai tervezés.

Veréb Henrietta: Generációs különbségek a munkaerőpiacon

heni0424@gmail.com
Eszterházy Károly Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Emberi erőforrások, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Herneczky Andrea, főiskolai docens, EKE GTK
Dr. Domán Szilvia, főiskolai docens, EKE GTK

Problémafelvetés: Napjainkban a foglalkoztatottak jelentős hányadát az X és Y generáció tölti ki, és a Z generációs munkavállalók száma is évről-évre nő. A különböző generáció tagjai eltérő elvárásokkal, attitűdökkel, és kompetenciákkal rendelkeznek, amelyek gátolhatják a hatékony munkahelyi együttműködést.
Kutatási célkitűzés: Kutatásom célja az volt, hogy megvizsgáljam az X, Y és Z generációs munkavállalóknak a munkához fűződő viszonyát, együttműködését, illetve a kompetenciák szerepét.
Kutatási kérdések: Vajon befolyásolja-e a végzettség és a munkakör az együttműködést? Mi befolyásolja leginkább a munkahelyváltás során a generációkat, és milyen tényezőket tartanak fontosnak a munka szempontjából a különböző korosztályok? Vajon van-e különbség a munkáltatók által elvárt kompetenciákban a közép és felsőfokú végzettséget megkövetelő munkakörökben?
Hipotézisek:
1. A Z generációt befolyásolja leginkább a fizetés nagysága a munkahelyváltás során.
2. A szakmai fejlődés lehetősége, illetve a szakmai elismerés leginkább az Y generáció számára fontos.
3. Az X generáció a Z korosztállyal jön ki a legnehezebben munkája során.
4. A Z korosztály kevésbé csapatjátékos, és terhelhető, mint az X és az Y generáció.
Anyag és módszer: Kvalitatív kutatás keretében két alkalommal, 6 fős fókuszcsoportos személyes interjút végeztem, a középfokú végzettséget illetve a felsőfokú végzettséget megkövetelő munkakörben dolgozók körében. Továbbá kvantitatív jellegű kutatás keretében egy online kitölthető kérdőívet készítettem, és a beérkező válaszokat Microsoft Office Excel táblázatkezelővel és SPSS 23.0. matematikai és statisztikai elemző program segítségével elemeztem.
Kutatási eredmények: A fókuszcsoportos interjúk, valamint az online kérdőív a hipotézisek többségét alátámasztották. A harmadik hipotézist, miszerint: az X generáció a Z korosztállyal jön ki a legnehezebben munkája során, el kellett vetnem.
Következtetések, javaslatok: Mindhárom korosztálynak megvannak a sajátos erősségei és gyengeségei, amiket a lehető legmegfelelőbb módon kell kihasználni és fejleszteni. Megfelelő stratégiákkal a különbségek kezelhetőek, és ez által komoly sikerek és átlagon felüli produktivitás érhető el. Fontos ismerni azokat az eszközöket, amelyekkel bevonzhatóak, megtarthatóak és nagyobb teljesítményre ösztönözhetőek az X, Y és Z generációs munkavállalók.
Javaslataimban megfogalmaztam az ötleteimet az együttműködésre, az elkötelezettség növelésére, és bizonyos készségek fejlesztésére vonatkozóan.

HUMÁN ERŐFORRÁS GAZDÁLKODÁS IV.
VEZETÉS, KAPCSOLAT ÉS ELÉGEDETTSÉG

Zsűrielnök: Dr. Konczosné Szombathelyi Márta, egyetemi tanár, SZE KGK
Társelnök: Dr. Reicher Regina Zsuzsánna, egyetemi docens, OE KGK
Tag: Prof. Dr. Berde Csaba, egyetemi tanár, DE GTK

Bilicz Hanga Lilla: A hazai pedagógusok által észlelt vezetési stílus és munkaelégedettség vizsgálata

hanga92@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Hortoványi Lilla, egyetemi docens, BCE GTK

Bármely nemzet oktatási szférában foglalkoztatott humán erőforrása igen jelentős tőkeként szolgál az adott ország kiegyensúlyozott fejlődéséhez, így az oktatási rendszer felépítésének, változásainak folyamatos górcső alá vétele a tudományos szféra fontos kötelezettsége. A felsőfokú végzettséggel rendelkező hazai munkaerő 13%-át foglalkoztató magyar köznevelési szektor az elmúlt évtizedben jelentős strukturális átalakításokon ment keresztül, azonban a hazai közoktatási szférát fókuszba helyező gazdasági elemzések száma ma elenyésző.
Kutatásom célja e tudományos hiány részleges pótlásaként annak megállapítása volt, hogy a magyar közoktatásban dolgozó pedagógusok, mint munkavállalók, milyen vezetési stílust észlelnek, mi jellemző a munkavállalói elégedettségükre, valamint hogy e két tényező milyen összefüggésben áll egymással. Hat fő kutatási hipotézisem igazolására nemzetközileg elismert kérdőívek saját adaptációjával primer kutatást végeztem. A főként kvantitatív eredményeken nyugvó következtetéseimet a kérdőívemet kitöltő 148 pedagógus válaszára alapoztam. A széles körben használt kérdőívek adaptálásának köszönhetően eredményeimet nemcsak önmagukban, hanem nemzetközi összehasonlításban is tudtam értelmezni.
Eredményeim alapján a magyar közoktatásban dolgozó pedagógusok elégedetlenebbek munkájukkal, mint külföldi kollégáik. Legjobban hivatásukkal, a munkájuk természetével elégedettek, míg elégedetlenségük fő forrása előrelépési lehetőségeik hiánya, valamint fizetésük. Megállapítható továbbá, hogy a magyar közoktatásban inkább az üzletkötő típusú vezetési stílus jellemző, ám a munkavállalói elégedettségre csak az átalakító vezetési stílus van szignifikáns hatással. A válaszadók percepcióit nemük és intézményük elhelyezkedése befolyásolta.
A további, mélyebb összefüggések vizsgálatára kiegészítő kvalitatív elemzést, valamint Strukturális Egyenletek Modellezését (SEM) javasoltam, dolgozatom ezen utóbbi hipotetikus modell vázát, mint kutatási outputot is tartalmazza. Figyelembe véve kutatásom reprezentativitási korlátait, valamint az intézmény elhelyezkedésének percepcióbefolyásoló erejét a jövőben javaslom további lokális, reprezentatív kutatások elvégzését, valamint az általam vizsgált területek esetleges további kiegészítését a pedagógusok, mint munkavállalók percepcióinak részletesebb megértésére.

Boros József: Az észlelt munka-magánélet egyensúly vizsgálata a Debreceni Egyetem PhD hallgatói körében

jozsef.boros94@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Kun András István, egyetemi docens, DE GTK

Az üzleti élet globalizációjának és az egyre különfélébb előnyöket biztosító technológiai fejlődésnek köszönhetően a munkarend és általában a munka világának átalakulása jelentősen megváltoztatta az emberek munkanapjait. A „24/7" eszméje elvárásként hozta magával az egész napos elérhetőség igényét, ami elvárja a munkavállalóktól, hogy szinte a nap mind a 24 órájában, akár távol a munkahelytől, vagy más földrészen tartózkodva is munkára készek legyenek. A változások kihatással vannak az egyének mindennapjaira, akik gyakran túlterheltnek, stresszesnek érzik magukat és ez negatívan hat a fizikai és mentális jóllétükre. A megfelelő munka-magánélet egyensúly egyrészről egyéni jóléti tényezőnek tekinthető, másrészről a minőségi időtöltés egy sarkalatos pontja, továbbá pedig kapcsolatba hozható demográfiai (pl. alacsony termékenység), gazdasági (munkaerő-hatékonyság) vagy kutatás és fejlesztési (hatékonyság és kiválóság) területekkel is. A PhD képzésben résztvevőknek mint kutatói pályára készülőknek is szembe kell nézniük ezekkel a körülményekkel.
Dolgozatomban azt vizsgálom a munka-magánélet egyensúly szempontjából, hogy az akadémiai pálya nyújtotta előnyök mennyire játszottak fontos szerepet a képzésre jelentkezők körében és milyen különbségek és/vagy eltérések figyelhetők meg a jelenleg a Debreceni Egyetemen aktív, magyar nyelvű képzésben részt vevő PhD hallgatók között nemi, tudományági és képzési forma szerinti megközelítésben. Az összehasonlítás további szempontja, hogy a hallgató dolgozott-e a képzése ideje alatt, ugyanis az jelentősen elmozdíthatja a munka-magánélet egyensúlyt.
A 186 kitöltő eredményei alapján látható, hogy összességében közepesen fontosnak tartották a jelentkezésben a munka-magánélet egyensúly meglétét a többi motivációs tényezőhöz képest. Az orvosi- és egészségtudományok, illetve a műszaki tudományok válaszadói körében a második legkevésbé fontos tényező, a szülői és baráti nyomást megelőzve. Ugyanilyen besorolás köszön vissza a levelezős hallgatók körében, míg meglepő módon a férfiak előrébb rangsorolták ezen szempontot, mint a nők. A megkérdezettek körében a képzés melletti munka megléte nem befolyásolja jelentősen a munka-magánélet egyensúlyról alkotott vélemén.

Bukovics Diána: Az érzelmi intelligencia és a vezetői eredményesség kapcsolata

diuss96@gmail.com
Budapesti Metropolitan Egyetem Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar
Emberi erőforrások, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Kiss Pál István, egyetemi tanár, METU ÜKTF

Dolgozatomban az érzelmi intelligencia és a vezetői eredményesség közötti kapcsolat feltárását tűztem ki célul. Az elméleti oldalról bemutatom maga az érzelmi intelligencia fogalmat a főbb modelleken keresztül, majd ismertetem a jó vezető elengedhetetlen tulajdonságait, ezt követően pedig az érzelmi intelligenciát és a sikeres vezetést egy témaként taglalom tovább. Miután lépésről lépésre átfogó képet adok a témáról, a saját kutatásommal is alátámasztom az szakirodalomban olvasottakat. A fő teóriám az, hogy jobban teljesítenek azok a vezetők, akik magasabb érzelmi intelligenciával rendelkeznek, mint azok, akiknek ezen kompetenciái valamivel alacsonyabb szintet érnek el. Az állításomhoz kapcsolódnak még további feltételezések, a menedzserek átlagos érzelmi intelligencia szintjét és a hozzátartozó faktorok relevanciáját illetően. A vizsgálatomat egy pénzügyi nagyvállalatnál végeztem, az egyik alsó vezetői rétegre fókuszálva. Felmértem a kereskedelmi menedzserek érzelmi intelligencia szintjét, a Személyiség alapú érzelmi intelligencia (TEIQue) teszt segítségével. A kitöltők eredményeit csoportszinten, majd a teljesítménymutatók alapján a legjobban és a leggyengébben teljesítő 10 vezetőt különválasztva elemzem. A kutatásom eredményeképpen a fő hipotézisem és a hozzákapcsolódó feltételezéseim szintén beigazolódni látszanak.

Csurka Evelin: A kapcsolati tőke vállalati aspektusból történő vizsgálata

evelincsurka4@gmail.com
Nyíregyházi Egyetem
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 5. félév

Témavezető:
Makszim Györgyné Dr. Nagy Tímea, főiskolai tanársegéd, NYE

Dolgozatomban a kapcsolati tőkét vizsgálom, azt is konkrétan a vállalkozások életére vonatkozóan. A témaválasztásomat egyértelműen a vállalkozási szektor iránti érdeklődésemre alapoztam, vagyis az, hogy hogyan befolyásolják az üzleti kapcsolatok a mai vállalati életet. Kutatásom témáját az is indokolja, hogy - meglátásom szerint - a kapcsolati tőke mára már egy önállósodó erőforrás, mégis hazai viszonylatban viszonylag kevesen foglalkoznak vele.
Másodlagos motiváló szerepem az volt, hogy tanulmányaim során duális képzésben veszek részt. A munkahelyen eltöltött eddigi időm alatt hamar körvonalazódott bennem az a felismerés, hogy a mai világban már ismertségek és kapcsolatok nélkül sokkal nehezebben lehet érvényesülni és előre jutni. Ezért döntöttem amellett, hogy a kapcsolati tőkét is speciálisan, - az egyik legfontosabb piaci szereplő – a vállalatok szempontjából fogom megvizsgálni.
Dolgozatom céljául a kapcsolati tőke vállalkozások működéséhez és eredményességéhez való hozzájárulását tűztem ki. Ez utóbbi bebizonyítására egyrészt kvantitatív kutatást (kérdőíves felmérést) alkalmaztam, melyben az összefüggések alátámasztására a matematikai-statisztika módszertanát hívtam segítségül, másrészt kvalitatív kutatást alkalmazva egy szakértői mélyinterjút bonyolítottam le.
Célomat úgy gondolom megvalósítottam, hiszen valamennyi hipotézisem megerősítést nyert. A dolgozatban fellelhető kutatási eredmények és következtetések reményeim szerint, ha csak kis mértékben is, de hasznos információkkal szolgálnak majd a duális vállalatok számára és hasznosíthatóak lesznek további kapcsolatépítéseik során. Az eredmények felhasználhatóak a partnercégek kapcsolati tőkével összefüggésbe hozható felfogása, sikeressége, eredményessége érdekében, azzal a kiegészítéssel, hogy a kapott eredmények és következtetések kizárólag a megkérdezett vállalatokra értelmezhetőek.

Fodor Fanni Ildikó: Foglalkoztatotti elégedettség vizsgálat a magyar gombavertikum versenyképességének növelése érdekében

fodorfanni@gmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 3. félév

Témavezető:
Almádi Bernadett, egyetemi tanársegéd, SZIE GTK

A gombavertikum aktualitása a népesség növekedése során egyre erősödni látszik a különböző környezeti és társadalmi változások következtében. Az elmúlt évtizedben megjelent az igény a funkcionális és egészséges élelmiszerekre. Hazánkban is növekvő tendenciát mutat a gombafogyasztás, bár még mindig nagyon elmarad a világ átlagától. Már nemcsak hagyományos élelmiszerként találkozhatunk vele, hanem különböző kávék, csokoládék, immunrendszererősítők, kozmetikumok formájában is elérhetőek. A gombatermesztés másik meghatározó tényezője, hogy hulladékok, mezőgazdasági melléktermékek segítségével állítunk elő friss és egészséges, vitaminokban és ásványi anyagokban gazdag élelmiszert.
Kutatásom célja, hogy feltárjam a gombavertikum versenyképesség növelésének tényezőit Porter- gyémánt modellje segítségével. A vállalkozások sikerességét befolyásolja, hogy mennyire hatékonyan tudják mozgatni erőforrásaikat a termékek értékének növelése érdekében, így azonosítani szeretném a gombavertikum értékláncát. Vizsgálni kívánom azokat az innovációs technológiákat, melyek segítségével a vállalkozások versenyelőnyre tehetnek szert. Ezt követően elemezni szeretném a vertikális kapcsolatok szerepét, illetve szeretnék választ adni arra, hogy milyen tényezők befolyásolják a vertikális kapcsolatokat.
Nagy felelősségük van az e területen dolgozó foglalkoztatottaknak, hiszen nagymértékben befolyásolják az adott vállalkozások sikerességét szellemi tudásuk, szakértelmük vagy fizikai munkájuk végzése során. A mai innovációs technológia miatt elengedhetetlen a folyamatos oktatás és a továbbképzések biztosítása a munkavállalók számára.
Továbbá kutatni szeretném, hogy mennyire elégedettek azok a munkavállalók, akik ebben a mezőgazdasági szektorban dolgoznak, mennyire hatékonyan tudják végezni munkájukat, mi motiválja őket, miben rejlik a csoport hatékonyságának titka, hiszen ez az az ágazat, amely erősen kézimunkaigényes, a minőséget és a mennyiséget a szakmai hozzáértés és gondosság befolyásolja legjobban.

Káplár Ágnes: Elégedettség kontra kilépés – A Teva Gyógyszergyár Zrt. HR sajátosságai

kaplar.agnes.12@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Dajnoki Krisztina, egyetemi docens, DE GTK

Napjainkban a vállalatoknak legfőbb célja hazánkban és nemzetközi szinten is az, hogy minél nagyobb versenyelőnyre tegyenek szert a versenytársaikhoz képest. Ahhoz, hogy a profitot maximalizálják, illetve a piaci részesedésük jelentős legyen, nem csak a vállalat felső vezetésének kell komoly erőfeszítéseket tenni, hanem a Humán erőforrás vezetőknek is következetes, megalapozott döntésekkel kell a vállalat jelenét és jövőjét támogatni.
A Teva Pharmaceutical Industries Ltd. generikus gyógyszergyártó vállalat világszerte nagy elismerésnek örvend. Hazai leányvállalata Debrecen egyik legnagyobb foglalkoztatója. A 21. század kihívásai – elöregedés, munkaerőhiány, fluktuáció – elérte a 100 éve jelenlevő Teva Gyógyszergyár Zrt.-t is. Mivel a gyógyszeripar a legszigorúbban szabályozott iparág, ezért az automatizálás, robotizálás körülményes megoldás a munkaerőhiányra, arról nem is beszélve, hogy ezen lehetőségek kiépítése sok időt vesznek igénybe és költséges beruházást jelentenek. Emiatt a HR nem tétlenkedhet, a meglévő munkavállalóit meg kell tartani, illetve új munkaerőt kell csábítani a vállalathoz. Dolgozatom kutatási kérdése az, hogy hogyan lehet a dolgozói elégedettséget növelni annak érdekében, hogy csökkenteni lehessen a fluktuációt. A kérdés megválaszolásához adatbáziselemzéseket végeztem, amely eredményeképpen ismertettem a vállalat fluktuációs sajátosságait. Továbbá szekunder kutatás keretében a 2017-es munkavállalói felmérés eredményeit vizsgálva feltártam a vizsgált szervezet gyenge pontjait, azaz a fejlesztendő területeket.
Az eredmények alapján arra a következtetésre jutottam, hogy elsősorban a megfelelő létszámot kell fenntartani a szervezetben a túlterheltség elkerülése miatt, amelyben nagy szerepet játszik az utánpótlás-tervezés, továbbá a vállalati, illetve a vezetői kommunikációt szükséges megerősíteni annak érdekében, hogy bizalmas környezet alakuljon ki. A munkavállalók bevonzása, illetve megtartása érdekében fókuszálni kell a megtartás-menedzsmentre, amelyben nagy szerepe van a fejlesztésnek, a teljesítményértékelésnek, a tehetségmenedzsmentnek és a munkáltatói márka megerősítésének.

Sáfrány-Kovalik Rozália Sára: Menedzser vs önkéntes koordinátor

safrany.rozi@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vezetés és szervezés, MA, 5. félév

Témavezető:
Juhászné Dr. Klér Andrea, adjunktus, BCE GTK

Magyarországon az elmúlt időszakban egyre népszerűbbé vált az önkénteskedés. Egyfelől az érettségi megszerzéséhez közösségi szolgálatot kell végezniük a diákoknak, másrészről a kormány elfogadta a Nemzeti Önkéntes Stratégia 2011-2020 tervet. Hazánkban nincsen önkéntes koordinátorok számára szakmai képzés, így felmerülhet az a kérdés, hogy az önkéntesekkel foglalkozó és őket irányító személyek rendelkeznek-e azokkal a képességekkel, amik elengedhetetlenek egy jó vezető munkájához.
Vajon mit gondolnak napjainkban Magyarországon az önkéntességről? Milyen előnyei vannak az önkéntes tevékenységnek és miért döntenek az emberek a részvétel mellett? Milyen vezetői stílus jellemző az önkéntes koordinátorokra hazánkban?
Ezen kérdések megválaszolásához primer kvantitatív kérdőíves kutatást végeztem azzal a céllal, hogy kiderítsem, mit gondolnak az emberek az ideális menedzserről és önkéntes koordinátorról: van-e különbség ezen kettő vezetői típus közt, illetve a velük szemben való elvárásokkal kapcsolatban. Dolgozatomban összehasonlításra kerülnek az önkéntes tevékenységet még nem végzők és az önkéntes tevékenységben már részt vettek véleményei. Kérdőíves kutatásomat követően mélyinterjúkat készítettem, hogy átfogóbb képet kapjak az önkéntességről, valamint az önkéntes koordinátorok vezetői magatartásáról. A kutatást egy klaszteranalízis elvégzésével zártam, melynek alapjául a majdnem 600 fős válaszadói minta szolgált.
Kutatásom eredményei alapján megállapítható, hogy az önkéntesek irányítása ugyanannyira nehéz feladat, mint egy munkahelyi csoport vezetése. Egy önkéntes koordinátornak alapvetően rendelkeznie kell a munkahelyi vezetőhöz hasonló képességekkel annak érdekében, hogy hatékonyan tudja vezetni az önkénteseket, és biztosítsa a szervezet megfelelő működését. A klaszterelemzés nyomán egyértelműen kirajzolódott, hogy a különféle korosztályok tagjai más és más tapasztalatokat szereztek az önkéntes munka fejlesztő hatásaival kapcsolatban, és részben más és más motivációs igények mentén kapcsolódtak be ebbe a tevékenységi formába. A mélyinterjúk során kiderült, hogy a szervezetek számára egyre nehezebb bevonzani és maradásra ösztönözni az önkénteseket.
Dolgozatomat követően folytattam a kutatást, mélyinterjúkat készítettem egy magyar multinacionális vállalat munkavállalóival azzal a céllal, hogy kiderítsem: a klaszteranalízis során elkülönített csoportok azonosíthatók-e a munkahelyi környezetben szervezett önkéntes programok résztvevői között.

Soltész Violetta Éva: Pályakezdő fiatalok elhelyezkedési esélyei-a kapcsolati tőke szerepe az elhelyezkedésben

s.letty998@gmail.com
Nyíregyházi Egyetem
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 5. félév

Témavezető:
Barabásné Dr. Kárpáti Dóra, főiskolai docens, NYE

Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy milyen esélyekkel indulnak el a pályakezdők a munkavállalásban. Kíváncsi vagyok rá, hogy mekkora a kapcsolati tőke jelentősége az elhelyezkedésben. Továbbá, milyen lehetőségeket ad az állam vagy az oktatás a fiataloknak, milyen megoldásokat keresnek arra, hogy a hallgatók munkatapasztalattal rendelkezzenek.
Azért választottam ezt a témát, mert úgy gondolom, hogy a jövőbeli elhelyezkedés minden fiatal számára fontos. A munkaerőpiac igényei pedig nagy mértékben befolyásolja a pályaválasztást, emiatt mindig aktuális ezt a területet vizsgálni.
Először ismertetem a témával kapcsolatos legfontosabb elméleteket, majd elemzem statisztikai adatok alapján Magyarország és Szabolcs-Szatmár-Bereg megye helyzetét. Fő témámon belül ismertetem a pályakezdőket támogató és gátló tényezőket. SWOT analízist készítek a fiatalok alkalmazásainak előnyeiről és hátrányairól, ismertetem a hiányszakmákat is. Ezután kifejtem a kapcsolati tőke fogalmát és a kapcsolati tőkéről szóló elméleteket.
Kutatásom során az interjús módszert választottam, 4 fiatal pályakezdőt kérdeztem meg. Kérdéseim konkrétan az elhelyezkedésük menetére és a kapcsolati tőke szerepvállalására irányult. A megkérdezések a hipotéziseimet igazolták és arra a következtetésre jutottam, hogy a kapcsolati tőke szerepvállalásának mértéke függ az adott személy munkakörétől és a munkaerőpiac követelményeitől. Az alkalmazottak a képesítés megszerzését fontosabbnak vélik, mint a kapcsolati tőkét. Egy tapasztaltabb vállalkozó pedig a kapcsolati tőkét sokkal nagyobbra értékeli személyes tapasztalatai alapján. A fiataloknak az munkavállalásban nincs szüksége feltétlen a kapcsolati tőkére, de mindegyik megkérdezett szerint jól jöhetnek a szakmabeli ismerősök.

Szepesi Nóra Judit: Egyedül nem megy?! Az extrovertált–introvertált személyiségtípusok és a mainstream munkakörnyezet kapcsolatának vizsgálata

nora.judit.szepesi@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Sólyom Andrea, adjunktus, BCE GTK

A szerző dolgozatában az introverzió-extraverzió személyiségdimenziók és a munkakörnyezet kapcsolatát vizsgálja a munkavállalók egyéni jólléte és a vállalati összteljesítmény szempontok mentén.
Napjainkban a legtöbb munkahely az ún. open-plan (egylégterű) elrendezést követi, és alapvető elvárás, hogy a munkavállaló képes legyen csapatban dolgozni. A szerző kutatási hipotézise szerint ezek a munkahelyi feltételek elsősorban az extrovertált személyek teljesítményére vannak jótékony hatással, míg ugyanitt az introvertáltak nem tudnak maximálisan kibontakozni.
A szerző az előfeltevés vizsgálatához pszichológiai és menedzsment-szakirodalmi forrásokra, valamint az általa, a Budapesti Corvinus Egyetem hallgatói (n=115) körében végzett kérdőíves felmérés és csoportos kísérlet (n=15) eredményeire támaszkodik. A kérdőíves felmérés keretében a megkérdezetteknek az 1975-ös Eysenck Personality Questionnaire személyiségtesztet kellett kitölteniük, amely a kísérleti csoportok kialakításának szolgált alapjául. A szerző három, egyenként 5 fős kísérleti csoportot vizsgált: egy kizárólag extrovertált tagokból álló, egy tisztán introvertált, valamint egy vegyes (introvertált és extrovertált tagokból álló) csoportot.
Valamennyi kísérleti csoportnak ugyanazt a tréningfeladatot kellett megoldania, a szerző megfigyelési szempontjai a csoporton belüli együttműködésre, munkamegosztásra, kommunikációra vonatkoztak.
Az előzetes hipotézist, amely szerint a csapatmunkát elsősorban az extrovertált személyiségtípus preferálja, nem igazolták a csoportos kísérlet tapasztalatai, ugyanis mind az extrovertált, mind az introvertált személyiségtípusú résztvevők úgy nyilatkoztak, hogy élvezték a közös munkát.
A csoportos kísérlet azonban rávilágított, hogy az extrovertált és az introvertált személyiségtípus másként értelmezi a csapatmunka fogalmát. Míg az introvertáltak a csapatmunka során egyéni ötleteik megvalósítására törekednek, addig az extrovertáltak sokkal jobban tudják egymás gondolatait tovább építeni, s egy közös megoldáson dolgozni.
A fenti eredmények a valós munkahelyi környezetben is relevanciával bírnak, ha ugyanis a vezető (menedzser) tisztában van azzal, hogy a csapatmunka során az introvertált és az extrovertált tagok más viselkedésformát mutatnak, akkor képes lehet úgy koordinálni a munkafolyamatot, hogy mindkét személyiségtípus örömét lelje a közös munkában, ezáltal javítva a munkavégzés eredményességét és hatékonyságát.

HUMÁN ERŐFORRÁS GAZDÁLKODÁS V. OKTATÁSMÓDSZERTAN, PÁLYAORIENTÁCIÓ, TEHETSÉGMENEDZSMENT

Zsűrielnök: Dr. Karácsony Péter, egyetemi docens, SJE
Társelnök: Dr. Szegedi Krisztina, egyetemi docens, BGE KKK
Tagok: Dr. Király Zsolt, egyetemi docens, MET KÜT
Dr. Szabó-Szentgróti Gábor, egyetemi docens, KE GTK

Balogh Dóra: A személyiség és az érzelmi intelligencia vizsgálata a pályaorientáció és a munkaértékek szempontjából

Kar *balogh.dora1992@gmail.com*
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MA, 4. félév

Témavezetők:
Dr. Ujhelyi Mária, egyetemi docens, DE GTK
Nyul Balázs, piacelemző, Egis Gyógyszergyár Zrt.

A 21. században egyre inkább megfigyelhető az emberi tőke felértékelődése, a szervezetpszichológia is régóta foglalkozik a személyiség és a munka kapcsolatával. Egyre több toborzási folyamat során kerülnek előtérbe az egyén személyiségét, személyes kompetenciáit felmérő tesztek, egyre nagyobb hangsúlyt kap az interjúk során a jelölt, mint ember megismerése. Mi is mind arra törekszünk, hogy megtaláljuk a legjobban hozzánk illő, számunkra ideális munkát. Ám sajnos sok fiatal pályakezdő szembesül azzal a problémával, hogy maga sem biztos abban, hogy milyen területen képzeli el karrierjét, milyen munkakör illene hozzá igazán.
Dolgozatom célkitűzése, hogy felmérjem, hogy a pályakezdés előtt álló fiatalok mely személyiségjellemzői gyakorolnak hatást a munkával kapcsolatos elképzeléseikre, mely szakterületek lehetnek a legmegfelelőbbek az eltérő személyiségjegyekkel bíró munkavállalók számára.
Ennek megvalósításához a szakirodalmi elemzés után kérdőíves felmérést végeztem a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karának mesterszakos, nappali tagozatos hallgatói körében. A személyiség vizsgálatához a Big Five modellt és egy érzelmi intelligencia tesztet használtam, az érdeklődési irányok felméréséhez Holland RIASEC-modelljét alkalmaztam, a munkaértékek feltérképezéséhez pedig a Super-féle munkaértékeket vettem alapul. Az elemzéseket statisztikai módszerek (próbák, kapcsolatvizsgálatok, regresszió, klaszteranalízis, faktoranalízis) segítségével végeztem.
Megfigyeléseim alapján az extrovertáltabb egyének szívesebben dolgoznának magasabb szintű személyes kompetenciákat igénylő munkakörökben, közösségi vagy szervezői területen, míg a tudatosabbakat vonzotta az elemzői és hagyományos terület is. Az összefüggések a preferált munkaértékekben is megmutatkoztak. A nyitottabb, barátságosabb egyéneknek fontosabbak voltak az emberi kapcsolatokhoz köthető munkaértékek, míg mások a végzett munkára irányuló értékeket preferálták jobban.
Ezek alapján az egyének érdeklődési irányát és munkaértékeit nagyban meghatározta az, hogy ki mennyire volt emberközpontú, de egyéb tényezők is mutattak szignifikáns kapcsolatot.
Kutatásom végeztével úgy gondolom, hogy a személyiség vizsgálata a pályaválasztási tanácsadás és a toborzás során is fontos kell, hogy legyen, hiszen előrejelzője lehet a munkahelyi elégedettségnek és a teljesítménynek, valamint segíthet meghatározni azt, hogy mivel lehet a munkavállalókat a leghatékonyabban motiválni.

Boncz Botond: Koncentráció fejlesztése tanulási problémás gyerekeknél-valóban megéri?

botond.boncz@gmail.com
Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Takácsné Prof. Dr. György Katalin, egyetemi tanár, OE KGK

A tanulási problémás gyerekek az iskolában egyre növekvő nehézségekkel szembesülnek tanulmányaik szempontjából. Az inger gazdag, rohanó, világban nem képesek figyelmüket kellően összpontosítani, a tanulásban lemaradnak, szociális készségeik is elmaradnak társaikétól. A kialakult stressz következtében gyakran az addig rejtett hibák előtörhetnek, korábban kezelt területeken visszaesések következnek be náluk. Az így kialakult öngeneráló körből a gyerekek egyedül nehezen tudnak kitörni. Segítségre szorulnak.
Kutatásom és fejlesztő munkám során a fent említett problémakör mentén, az érintett gyermekek segítésére egy olyan, ”neurofeedback” rendszert fejlesztettem, ami szerves részét képzi egy alkalmazott, az iskolások képességeit javító, mozgásfejlesztésnek. A program során olyan mozgásmintákat végeztetek a gyerekkel, mely a koruknak megfelelő koordinációs és koncentráló képességeiket erősíti. A fejlesztett rendszer segít a gyakorlatok során elért fókuszáló képesség tudatosításában és kristályosításban.
A fejlesztő eszköz gyakorlati alkalmazása és a kapott kezdeti pozitív eredmények és visszajelzések alapján, a témában – a figyelemhiányosság gazdasági, társadalmi hatásainak következményeit taglaló – irodalmat felhasználva kialakítottam egy modellt, mellyel kísérletet teszek a gyerekek életbeli sikerességének becslésére. A modell segítségével, különféle felhasználási forgatókönyveket vázolok fel, amiknek más-más hatása van akár az egyénre, akár az érintett családokra nézve., legyen szó gazdasági vagy életminőségi hatásról.
Az eszköz alkalmazása során mért adatok elemzése és a gyerekek fejlődésének megfigyelése alapján kijelenthető, hogy a módszer alkalmas a koncentrálóképesség fejlesztésére, önbizalmuk növelésére, várhatóan csökkentve a stressz egészségre, tanulásra és később munkavégzésre gyakorolt hatását. Mindez megnyitja a figyelemhiányos gyerekek lehetőségét egy sikeres és tudatos életre.
A probléma gazdasági modellezése során kimutattam, hogy a változók súlyának változtatásával mérhetőek a pozitív visszacsatolások, mind az egyén, mind a családok és a társadalom szintjén is. Ezen összefüggéseket felhasználva, kialakításra került egy iskolai modell mely bemutatja a rendszer egy magasabb szintű alkalmazásának a lehetséges társadalmi és egyben hatását. Opportonuty cost-ént kezelve a problémakört a gazdasági modell vezérfonalat biztosít a kezelési stratégiák alternatívái között, ezáltal is segítve a gyerekek kibontakozását és helytállását a társadalomban.

Fülöp Zoltán: Munkaerőpiaci feszültségek Magyarországon és enyhítésük lehetséges eszköze az oktatásban

fulopzoltan92@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vállalkozásfejelsztés, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. habil. Boda György, egyetemi docens, BCE GTK

Napjainkban több olyan változás van kibontakozóban, mely hat a munkaerőpiacra. A döntéshozóknak még nincs tiszta képük arról, hogy mivel állnak szemben és emiatt nem alakulhatott ki megfelelő stratégia arra, hogy miképp reagáljanak a változásokra.
A kutatásom során vizsgáltam a munkaerőpiaci előrejelzések körét, megállapítottam, hogy jelenleg az előrejelző rendszerek nem tudják kimutatni a változások hatásait. Megvizsgáltam a magyarországi foglalkoztatottság és betöltetlen munkahelyek témakörét a KSH és NFSZ adatok alapján. Egyszerre van munkanélküliség és jelentős munkaerő kereslet a piacon.
NAV adatok alapján vizsgáltam, hogy a foglalkoztatottság miként rendeződött át 2010 és 2015 között az egyes ágazatokban. Az adatbázis alapján elmondható, hogy a TAO bevalló vállalatok körében összességében mintegy 112,5 ezer fővel nőtt a foglalkoztatottak száma 2010-ről 2015-re. A legnagyobb mértékben 22,5 ezer fővel a közúti járműgyártás nőtt. A legnagyobb mértékben a létszám a humán egészségügyben csökkent, mintegy 14 ezer fővel.
Becslést készítettem a jövőben középszintű oktatásba kerülő fiatalok és iskolatípusok közötti megoszlásukról. A becsléshez születési adatokat és historikus iskolaválasztási adatokat vettem alapul, melyből 3 szcenáriót készítettem. A szakiskolai végzettségű munkaerő állományának további csökkenése igen valószínűnek tűnik. A középszintű oktatásban a 2000-es évek elején még több mint 550 ezer diák vett részt, majd a 580 ezres csúcspontot 2011-ben érte el, ahonnan folyamatosan zuhan a tanulók száma. 2030-ig előrevetítve várhatóan egy évben sem haladja majd meg a középszintű oktatásban részt vevők száma a 490 ezret.
Vállalati mélyinterjúkat is készítettem 16 különböző vállalattal a témához kapcsolódóan arról, hogy az egyes vezetők miként érzékelik a munkaerőpiaci változásokat, és mit terveznek tenni ezek kezelésére, vagy milyen más beavatkozást várnak.
A magyar helyzetet komplex elemzése során arra a következtetésre jutottam, hogy komoly beavatkozás szükséges az oktatás területén. Ezért a dolgozatomban hangsúlyos az oktatási rendszer átalakítására tett javaslat. Egy olyan iskolatípus javaslatát fogalmaztam meg, melyben a duális képzés ugyan szerepet kap, de a legfontosabb feladata a különböző képzettségi szintek közötti átjárhatóság megteremtése, valamint a folyamatos átképzés biztosítása. Fontos a jelenlegi iskolarendszer kiegészítése felfelé nyitott módon, ezzel életpályák kilátását megteremtve.

Győrffy Kristóf: Szervezeti tehetségmenedzsment a magyar közgazdasági és üzleti szakkollégiumokban

kristof.gyorffy@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 9. félév

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

Kutatásomban a szervezeti tehetségmenedzsment elméletének gyakorlati megvalósulását vizsgáltam a magyar közgazdasági és üzleti szakkollégiumokban, valamint kidolgoztam a szakkollégiumokban folyó munkát több szempontalapján értékelő és rangsoroló kompozitindex számítási módszerét.
A szervezeti tehetségmenedzsment szerepe az elmúlt évtizedek során rendkívüli módon felértékelődött az üzleti világban, ezáltal a „war for talent" („háború a tehetségkért") az üzleti tudományok kurrens vizsgálati tárgyává vált. Mivel a tehetségek szervezeti szintű menedzselésének szakirodalma elsősorban a forprofit, nyugati-európai és észak-amerikai vállalkozásokra koncentrál, ezért különösen újszerű megközelítésnek számít ezen elméleteknek a szakkollégiumokban történő gyakorlati alkalmazását is megvizsgálni. Ezen keresztül mind a szervezeti tehetségmenedzsment, mind a szakkollégiumok szakirodalmát egy merőben új aspektusból sikerült bővítenem a kutatással.
A kutatásban három fő kérdéskörre kerestem a választ: milyen módon történik a tehetségek bevonzása és kiválasztása a szakkollégiumokba, hogyan járul hozzá a szakkollégium szervezete az egyének fejlődéséhez – és ezen keresztül a szervezet egészének fejlesztéséhez, valamint hogy milyen faktorok segítik a tehetségek megtartását és elköteleződését ezen szervezetekben.
Az ezt vizsgáló első primer kutatásom alapját szakkollégiumi vezetőkkel készített strukturált interjúk jelentették, melyek eredményeként meghatároztam, hogy jellemzően milyen módon valósítják meg a gyakorlatban a magyar szakkollégiumok a szervezeti tehetségmenedzsment egyes aspektusait. Megvizsgáltam, hogy a kutatás eredményei alapján miket tekinthetünk pozitív gyakorlatnak ezek alapján, milyen háttere van ezeknek a sikeresen megvalósított tehetségmenedzselési gyakorlatoknak, és ezek alapján általános javaslatot tettem a szervezetek számára a tehetségek szervezeti szintű kezelésének további fejlesztésére.
Erre építve a második primer kutatás a szakkollégiumok működésének értékelését, és több szempont alapján történő rangsorolását valósította meg. A létrehozott kompozitindex mind a szervezeti tehetségek eredményeit (hallgatói kiválóság), mind a szervezetek működését (szakmai színvonal, felvételi rendszer, közösségi tényezők, külső kapcsolatok) kvantitatív módon értékeli, és ezekből alkot öt alindexet, valamint egy összetett indexet is, melyek alapján a szakkollégiumok értékelhetők és rangsorolhatók.

Ignácz Henrietta: Merre tovább? Az alapképzésről a mesterképzésre való átlépésre ható tényezők vizsgálata a diplomás pályakövető rendszer keretében

ignaczhenrietta94@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Sipos Norbert, adjunktus, PTE KTK

Dolgozatom célja az volt, hogy megtaláljam azokat a tényezőket, amelyek szignifikáns hatással vannak az alapdiplomával rendelkezők továbbtanulási szándékára. A Bolognai rendszer bevezetésével a képzés egy bizonyos szintjén abba lehet hagyni a felsőfokú tanulmányokat úgy, hogy oklevéllel rendelkező szakemberként léphetünk ki a munkaerőpiacra. A hallgatók egyre kisebb arányban lépnek tovább a magasabb tudást jelentő képzésekre. Az egyetemek, főiskolák nyújtotta elméleti tudás helyett a munkahelyek által biztosított belső képzéseket választják, amik olyan speciális ismereteket biztosítanak, amiket a munkájuk során közvetlenül tudnak hasznosítani. Ezek az esetek jelentős részében egy munkakör feladatainak ellátásához nyújtatnak ismereteket, azonban a szélesebb körű, elméleti megalapozottságot nem biztosítja. Ezzel a tanulmánnyal olyan támpontokat kerestem, amikre építve növelni lehet a mesterképzésre jelentkezők számát. Az elemzés során a Diplomás Pályakövető Rendszerben található információkkal dolgoztam, az adatokat az SPSS statisztikai elemzőszoftver segítségével értelmeztem.

Lukáts Gergely Dániel: The Effect of Grade Inflation on Student Evaluations of Teaching (A jegyinfláció hatása az Oktatók Hallgatói Véleményezésére)

glukats@me.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Természettudományi Kar
Alkalmazott matematikus, MSc, 3. félév

Témavezetők:
Molontay Roland, doktorandusz, BME TTK
Berezvai Zombor, PhD hallgató, BCE GTK

Számos egyetemen az Oktatók Hallgatói Véleményezésének (OHV) eredményei fontos szerepet játszanak az előléptetések és egyéb pénzügyi juttatások meghatározásában. Ez arra ösztönözheti az oktatókat, hogy minél jobb értékeléseket érjenek el. Előfordulhat azonban, hogy egy oktató a tanítási hatékonyság növelése helyett inkább engedékenyebb osztályozással próbálja megnyerni a diákjaitól a kedvezőbb értékeléseket. Az OHV és jegyinfláció kapcsolatának felderítése népszerű kutatási területté vált, és számos tanulmány kimutatta, hogy erős pozitív korreláció van a kiosztott jegyek és a kapott OHV értékelések között. Ennek ellenére nehezen állapítható meg, hogy a jobb jegyek engedékeny osztályozás miatt születtek-e, hiszen egy hatékony oktató diákjai is jobban teljesítenek, és jobb értékelést is adnak anélkül, hogy jegyinflációról lenne szó. Habár általánosan elfogadott, hogy a jegyinflációnak van valamilyen hatása az OHV értékelésekre, ugyanakkor nincsen egyetértés a pontos hatásokról vagy az eredmények megbízhatóságáról.

Ebben a kutatásban az volt a célunk, hogy megvizsgáljuk a jegyinfláció hatását az OHV eredményekre a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem (BME) nyolc félévnyi adatán. A hatást mérjük általános regresszió (OLS) segítségével is, azonban ez a módszer nem veszi figyelembe az osztályzat változó endogenitását. Ennek kiküszöbölésére használunk fixhatás panelmodellt (FE) és kétlépcsős legkisebb négyzetek módszerét (TSLS) is megfelelő instrumentális változó választással. A téma jelentős nemzetközi irodalommal rendelkezik, a jegyinfláció jelenségét számos tudományos publikációban feldolgozták, különösen egyesült államokbeli egyetemek adatai alapján. Legjobb tudomásunk szerint, ez az első ilyen jellegű kutatás magyar adatokon. A BME-s adatok olyan szempontból is egyediek, hogy míg a legtöbb egyetemen a vizsgák megírása előtt kell kitölteni az értékeléseket, a BME-n a hallgatók jelentős része a végső jegy ismeretében tölti ki az OHV-t.

Mindhárom módszerrel hasonló eredmények születtek, melyekből az látható, hogyha egy oktató 1 jeggyel engedékenyebben osztályoz, akkor a diákok körülbelül 0.3-del magasabb OHV értékelést adnak az adott oktatónak. Ez azt sugallja, hogy a BME OHV eredményei torzított becslést adnak az oktatók képességeire, és hogy érdemes lenne bevezetni módosításokat a precízebb mérés érdekében.

Ormándi Mónika[1] - Virág Evelin[2]: Csalás a felsőoktatásban

[1]*ormandi.monika@gmail.com*
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Emberi erőforrások, BA, 6. félév

[2]*evelin.virag92@gmail.com*
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Emberi erőforrások, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Csepregi Anikó, egyetemi docens, PE GTK

Napjainkban egyre több ember rendelkezik diplomával, ezért érdemessé vált a csalás vizsgálata a felsőoktatásban. Ez komoly kérdéseket vet fel, úgymint: Lehet-e csalással diplomát szerezni? Miért csalnak a hallgatók? A csoporttársaknak vagy az oktatóknak van nagyobb ösztönző szerepük? Az okos eszközök megjelenése a mindennapi életünkben, milyen hatással vannak a csalásra? Emellett számos befolyásoló tényező vizsgálatára van szükség, ami a hallgatói magatartást alakítja.
Kutatásunk célja, hogy megvizsgálja a Z generációhoz tartozó, nappali tagozaton tanuló, alapszakos női hallgatók megítélését a csalásról és a csalókról. További céljaink közé tartozik a csalást befolyásoló személyes okok és a használt eszközök azonosítása, valamint a generációs jellemzők és a csalási hajlandóság közötti lehetséges kapcsolat feltárása.
Olyan kérdésekre kerestük a választ, a Z generációba tartozó, nappali tagozaton tanuló, alapszakos női hallgatók kapcsán, mint: Hogyan jellemzik ezen hallgatók a csalást és a csaló személyét? Melyek a legfőbb személyes okok, amelyek generálják ezen hallgatók csalását? Van-e kapcsolat a generációs jellemzők és a csalási hajlandóság között? Milyen eszközöket ismernek és preferálnak ezen hallgatók a csalás kivitelezéséhez?
Ezek alapján dolgozatunk elméleti részében kitérünk a csalásra, a csalást befolyásoló okokra, majd a generációkat és a hozzájuk tartozó korcsoportok jellemzőit ismertetjük. Legvégül a csalás következményeivel zárjuk az elméleti részt.
Interjúk segítségével kvalitatív kutatást végeztünk, a kutatás módszertanaként a tartalomelemzést választottuk, melyhez az Nvivo szoftvert hívtuk segítségül. A Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Karán, nappali tagozaton, alapszakon tanuló, Z generációs női hallgatókat kérdeztünk meg. Három feltevést vizsgáltunk meg, melyek a fenti kérdésekre nyújtottak választ.
Az interjúk elemzése során feltártuk, hogy a vizsgált hallgatók leginkább negatív jellemzőkkel határozzák meg a csalást és a csaló személyét. A csalást befolyásoló tényezők tekintetében kutatásunk a tantárgy érdekességét, az oktatott tárgy jelentőségét és az oktató személyét tárta fel leginkább befolyásoló tényezőkként. Elfogadtuk a feltevést, hogy Z generációs hallgatók többet csalnak más generációkhoz képest. Végezetül megállapítottuk, hogy a felhasználható eszközök közül a vizsgált hallgatók a hagyományosnak tekinthető eszközöket preferálják a csalás során.

Osama Alhendi: Az angol nyelv oktatásának minősége mint a fenntartható fejlődésre ható tényező, magyarország példáján keresztül

osamaelhindi@outlook.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
International Economy and Business, MA, 4. félév

Témavezető:
Tóth Eszter, tanársegéd, DE GTK

Ez a dolgozat az angol nyelv, a minőségi oktatás és a magyarországi fenntartható fejlődés közötti kölcsönhatást vizsgálja. A kutatás kérdései közé tartoznak az oktatási irányelvek, az angol nyelv, mint oktatóeszköz, valamint az interkulturális kommunikáció a külföldi és a helyi tanulók között Magyarországon. Az alkalmazott módszertanok az interjúk és kérdőívek mellett másodlagos forrásokat is tartalmaznak. Az eredmény kihangsúlyozza az angol nyelv gazdasági jelentőségét a nemzetek fejlődésében.

Somogyi Csaba: Kényszer vagy esély a nappalis hallgatók megnövekedett munkavállalási aránya

scsabi1996@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar
Turizmus-vendéglátás, BA, 3. félév

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

Napjainkban jelentős mértékben növekszik a nappalis hallgatók munkavállalási aránya, amely többek között a hallgatók pénzügyi helyzetére irányítja a figyelmet. A családi támogatás és az ösztöndíjak nagysága sokszor nem elegendő ahhoz, hogy a felsőoktatásban nappali tagozaton tanulók teljes erejükkel a tanulmányaikra tudjanak koncentrálni. Így sokan munkára kényszerülnek annak érdekében, hogy fenn tudják tartani magukat. Az éremnek azonban van másik oldala. Számos hallgató nem megélhetési gondok miatt, hanem azért vállal munkát, hogy a diploma megszerzése után kedvezőbb feltételekkel rendelkezzen álláskereséskor a munkaerőpiacon.
Kutatásom során azt kívántam felmérni, hogy az Egyetemünk egyik Karán tanuló nappalis hallgatók mekkora arányban vállalnak munkát, illetve, hogy mi jellemzi munkavállalásukat. Emellett megvizsgáltam, hogy milyen kapcsolat figyelhető meg a hallgatók munkavállalási szokása és a tanulmányi eredményük között.
Fenti célkitűzésemet az alábbi kérdésekkel közelítettem meg:

- Mekkora a tanulás mellett dolgozó diákok aránya a vizsgált szakokon?
- A munkából szerzett jövedelemforrás mellett, vesznek-e igénybe egyéb segítséget, és ha igen milyen forrást?
- A munkát vállaló hallgatók körében melyik a leggyakrabban igénybe vett foglalkoztatási forma, illetve milyen csatornákon keresztül jutnak álláshoz?
- Mennyire fontos a hallgatók számára, hogy azon a szakterületen vállaljanak munkát, amelyen tanulnak?
- Azok a hallgatók, akik nem vállalnak munkát tanulmányaik alatt, mely forrásokat veszik igénybe leggyakrabban megélhetési költségeik, tanulmányaik finanszírozásához?
- Van-e összefüggés a hallgatók munkavállalása és a tanulmányi eredménye között?

A kutatáshoz egyaránt felhasználtam primer és szekunder adatokat. A primer kutatásom alapját egy általam összeállított kérdőív képezte. Az így kapott eredményeket összehasonlítottam más hasonló témájú kutatásokkal.
A kutatási eredmények alapján elmondható, hogy a vizsgálatba bevont hallgatók elsősorban családi támogatásból, másodsorban pedig munkavállalásból tartják fenn magukat. Továbbá jellemző, hogy a dolgozni kívánók, elsősorban saját maguknak keresnek állást, és a többségük a szakirányuknak megfelelő munkát vállal. Emellett a hallgatók munkavállalása és tanulmányi eredményeik között erős korrelációt figyeltem meg.

HUMÁN ERŐFORRÁS GAZDÁLKODÁS VI. MUNKAERŐPIACI, ÁGAZATI ÉS TERÜLETI KUTATÁSOK

Zsűrielnök: Dr. Csillag Sára, egyetemi docens, BGE PSZK
Társelnök: Dr. Csehné Papp Imola, egyetemi docens, SZIE GTK
Tagok: Dr. Chaudhuri Sujit, egyetemi docens, TE
Dr. Csáfor Hajnalka, egyetemi docens, EKE GTK

Béda Panna Cseperke: Az Európa 2020 foglalkoztatáspolitikai céljai és azok hazai megvalósulása

bedapanna@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. László Gyula, egyetemi tanár, PTE KTK

A 2008-as gazdasági válságból való kilábalásra az Európai Unió tagállamainak közös stratégia kidolgozására volt szüksége. 2010-ben született meg az Európa 2020, amely az EU 2010 és 2020 közötti időszakra vonatkozó átfogó stratégiája. Kutatásomban az Európa 2020 foglalkoztatáspolitikai céljait vizsgálom, és azok hazai megvalósulásának módját és mértékét. Kutatásom célja elemezni, hogy 2010-től az egyes hazai foglalkoztatáspolitikai intézkedések milyen kapcsolatban állnak az Unió ajánlásaival, és következtetéseket megállapítani azok eredményességére vonatkozóan.
Az iránymutatások változásait vizsgálva kirajzolódott, miként változott a munkaerőpiac és annak igényei. A válság óta átalakult a munkaerő-piaci kereslet; az évtized során megteremtődött a gazdasági alapja az EU munkaerő-kereslet élénkítésére irányuló gazdaság- és munkaerő-piaci politikáinak, melyek lehetővé tették a foglalkoztatás növelését és a munkanélküliség csökkentését. A kutatás során megállapítottam, hogy a hazai intézkedések a foglalkoztatáspolitika területén mennyire állnak összhangban az Európa 2020 stratégia céljaival és a Magyarországra vonatkozó országspecifikus ajánlásokkal.
A nők munkaerő-piaci részvételének növelése területén történt előrehaladás az e célt szolgáló sokrétű intézkedések révén. Kis mértékben teljesült az alacsony jövedelmű munkavállalók adóékének csökkentése, ugyanis az adóék többszöri csökkentést követően is magasnak bizonyul az EU tagállamainak körében. A közfoglalkoztatási programra vonatkozó ajánlásokat Magyarország többnyire nem teljesítette, a program folyamatosan bővült az EU ajánlásával ellentétben és dominanciája is egyre nőtt a foglalkoztatási intézkedéseken belül egészen 2018-ig. Dolgozatom végén négy megoldási javaslatot fogalmaztam meg, melyekkel véleményem szerint a jövőben tovább növelhető lehetne a foglalkoztatás Magyarországon.

Dióssy Kitti: Migráció a megélhetés tükrében - Spanyolország

kittidiossy@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 7. félév

Témavezetők:
Dr. Erdey László, egyetemi docens, DE GTK
Márkus Ádám, tanársegéd, DE GTK

A XXI. század világában kiemelkedő hangsúlyt kap a migráció kérdése. Számos tanulmány és értekezés bizonyítja, hogy a tudósok mindennapos kutatásokat végeznek a témában. Személyes érdeklődésem a migrációhoz és annak a munkavállaláshoz fűződő viszonyához kapcsolódik. Így elsősorban a globalizáció hatására kialakuló munkavállalás céljából létrejövő migrációt vizsgálom a dolgozatomban.
A gazdasági migráció minden nemzet polgárai számára egy előnyös lépés annak érdekében, hogy jobb életkörülmények között élhessenek ők és családjuk egy másik ország területén, ahol fejlettebb a gazdaság, biztonságosabb a politikai háttér, vagy kulturálisan felfedezhetők hasonlóságok a két nemzet között. Az Európai országok igen kedvelt célállomások, azonban számos jogai és kötelezettségei vannak a migránsoknak, ha itt szeretnének letelepedni és munkát vállalni, akár uniós polgárok, akár harmadik országból érkezők. Ilyen célország Spanyolország is, így kutatásomat erre a területre összpontosítottam.
Célom az, hogy egy átfogó képet adjak arról, hogy az egyes országok miért Spanyolországot választják letelepedésük és munkavállalásuk helyéül. Ezt a jelenséget objektív tények és statisztikai adatok segítségével vizsgáltam. Feltételezésem szerint szerepet játszik az országok közötti földrajzi távolság, a gazdasági fejlettségi különbség (GDP/fő különbsége és aránya Spanyolország és a küldő ország között), a kulturális és történelmi háttér, jövedelemkülönbség és az adott ország népessége abban, hogy mennyi az ezer főre jutó elvándorlás. Gravitációs modell segítségével hasonlítottam össze az egyes országokból beérkező bevándorlók számát, a többi változó bevonásával.
Kutatásomból kiderül, hogy elsősorban Latin-Amerikából, Európán belül Romániából, Afrikából pedig Marokkóból érkeznek a legtöbben, mind különböző okokból. Spanyolország kiemelt úti cél a latin-amerikaiaknak a gyarmati háttér és a spanyol nyelv miatt; a Marokkóból érzők számára a földrajzi közelség és a történelmi múlt játszik szerepet, Romániából pedig a latin nyelvcsaládba tartozás miatt érkeznek jelentős számban, még a válság ideje alatt is, amikor Spanyolország küzdött a munkanélküliség igen magas szintjével.
Következtetéseim alapján: Spanyolország a gazdasági migráció tükrében jelentős célpont Európában, és kiemelkedik egyes nemzetek számára különböző okokból, még recesszió idején is.

Gáspár Ákos: A magyar és olasz alapszakos közgazdászok karrieraspirációinak vizsgálata és összehasonlítása

gasparakos95@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Sipos Norbert, adjunktus, PTE KTK

A kutatási kérdésem az alapszakos közgazdászok, kiemelt szereppel a Z-generációs közgazdászok karrierpályájukról való elképzeléseit, a rájuk ható külső erőket, valamint egy összehasonlítást foglal magában, melyet saját, egy olasz és egy magyar primer kutatás segítségével végeztem. Célként tűztem ki, hogy párhuzamot vonjak a két ország leendő közgazdászainak elképzeléseiről és jövőbeli várakozásairól. Dolgozatomban fontos szerepet kapnak a karrierelképzeléseket meghatározó külső erők, az életútnyi szocializáció kérdése, az egyén preferenciái és kompetenciái, a kormányzat szerepe, kulturális különbségek, illetve generációelméletek. A dolgozat felépítése szerint egy fejezetről fejezetre szűkülő rendszerben mozog, melyben a szakirodalmi tág, leíró értelmezést egyre témaspecifikusabb részek követnek. Kezdetben a karrierről és a jellemző karriertípusokról esik szó, majd ezt követi a karrieraspirációkat meghatározó külső erők bemutatása. Ezek kapcsán jelennek meg a teljesség igénye nélkül például a generációs trendek és különbségek, a digitalizáció, a tanult és az egyénnel született kompetenciák, illetve olyan, dolgozatom számára fontos fogalmak, mint a kapunyitási pánik vagy a mama hotel effektus. A tanulmány utolsó harmada egy rövid környezeti összehasonlítással indul a vizsgált országokat illetően, hiszen a politika, valamint a kultúra, mind olyan körülmények, melyek erős hatást gyakorolnak valamennyi ember döntéshozatalaira, mindennapjaira. Ezt követően kerül sor a kérdőívek segítségével személyes kutatásaim kielemzésére, illetve következmények, általánosságok levonására, különbségek és hasonlóságok tételére a két nemzet leendő közgazdászpalántái között. A kutatások magyar és olasz nyelven, online kérdőív formájában zajlottak. Homogenitásra törekedve alapszakos közgazdászhallgatókat céloztam meg. A magyar 127, az olasz 176 fő válaszát vizsgálja, mely meghaladja az általam korábban kitűzött 100-100 főt. A kapott adatokat a szakirodalom tükrében vizsgálom. Általánosságban elmondható, hogy valamennyi szakirodalmi megállapítás időtállónak tűnik és saját kutatásaimmal is igazolható, ugyanakkor akad néhány, amely csak kikötésekkel. Végezetül egy, a Pécsi Tudományegyetem Rektori Hivatal Diplomás Pályakövető Rendszerének legfrissebb adataival kerülnek validálásra saját eredményeim és következtetéseim.

Hartvig Áron Dénes: Potyautasok a csoportos termelésben

hartvig.aron@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Alkalmazott közgazdaságtan, BA, 4. félév

Témavezető:
Golovics József, tanársegéd, BCE KTK

A munkavállók ösztönzése és ezáltal a hatékonyság növelése kulcsfontosságú minden vállalat esetében. Sok esetben nehéz alkalmazni teljesítményalapú bérezést, mivel a munka outputja nem számszerűsíthető. A munkáltató célja ezért az, hogy alkalmazottai a lehető leghatékonyabban dolgozzanak a képességeikhez mérten kvázi fix bér mellett. Újabb és újabb módszerek jelennek meg, hogy a folytonosan változó munkavállalói igényeket kielégítsék az ösztönző rendszerek. Ilyen ösztönzőrendszer a közösségi prémium is. Ennek a módszernek a lényege, hogy az alkalmazottak pontokkal jutalmazhatják meg egymást a teljesítményük alapján, amiket beválthatnak ajándéktárgyakra. Ezáltal garantáltan olyan személy dönt a jutalom kiosztásáról, aki közvetlen közelről figyeli meg a másik munkáját és a jutalmazás is azonnali. A kutatási kérdésem az volt, hogy a közösségi prémium csökkenti a munkahelyi potyautas viselkedést. Az ösztönző hatásosságát a Bánáti+Hartvig Építész Iroda Kft. esetén keresztül vizsgáltam, amely 2015-ben vezetett be egy ilyen rendszert. Minden munkavállaló rendelkezett havi három darab fakockával a Jenga nevű játékból. Ezek jelképezték a pontokat. A fakockák bármikor átadhatók voltak, amikor valaki úgy érezte, hogy a nap során egyik kollégája kiérdemelte. A hónap végén a pontok bekerültek egy mindenki által elérhető táblázatba, és ezeket lehetett beváltani különböző jutalmakra.
A munkavállalókkal a bevezetés előtt, illetve egy évvel később egy kérdőívet töltettem ki, amelyben a saját motiváltság (36 kérdés), az irodai hatékonyság (18 kérdés), és a rendszer hatékonyságának (8 kérdés) értékelésére kértem a válaszadókat. Mivel nem minden munkavállaló töltötte ki a kérdőívet, így statisztikai eszközökkel vizsgáltam meg, hogy a két év eredményei között volt-e szignifikáns különbség. Ezen felül egy mélyinterjút készítettem a vállalat egyik társtulajdonosával, hogy az eredményekre magyarázatot találjak.
Az eredmények alapján a közösségi prémium nem tudta csökkenteni a potyautas viselkedést, mivel az elemzés során kiderült, hogy a válaszok eloszlása összességében nem változott szignifikánsan. A pontokkal megszerezhető ajándéktárgyak nem töltötték be a pozitív szelektív ösztönző szerepét, így nem tudták kellően motiválni a munkavállókat. Bár a potyautas viselkedést nem tudta csökkenteni a rendszer, de a mélyinterjú alapján beépült az iroda életébe, kihasználják a lehetőséget a munkavállalók.

Herczeg Zoltán: Munkaerő-piaci hatékonyság Kelet-Közép-Európában, különös tekintettel a magyarországi bérek és a termelékenység összefüggéseire

zoli.herczeg@gmail.com
Nemzeti Közszolgálati Egyetem Államtudományi és Közigazgatási Kar
Közigazgatás-szervező, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Kovács Éva Margit, adjunktus, NKE ÁKK

A Világgazdasági Fórum felméréseiben a nemzetgazdasági versenyképesség 12 pillérének egyike a munkaerő-piaci hatékonyság. A dolgozat ennek a pillérnek a mélyreható vizsgálatát, valamint a magyarországi termelékenységi adatok és a jövedelempolitika kapcsolatának elemzését tűzte ki célul. A kutatás azonban a négy termelési tényező közül a tőkével, a természeti erőforrásokkal és a vállalkozói készséggel legfeljebb csak érintőlegesen foglalkozik. A tudományos vizsgálat tárgyát kizárólag 12 kelet-közép-európai állam foglalkoztatással összefüggő kérdései képezik. A dolgozat kiindulópontja, hogy a versenyképességi rangsorok egyes helyezései és értékei átfogó vizsgálat nélkül nehezen értelmezhető eredményeket mutatnak. A piaci elemzők és a közvélemény által prioritásként kezelt makrogazdasági mutatók nem elegendőek ahhoz, hogy egy gazdaság versenyképességét teljeskörűen jellemezzék, hiszen az egy rendkívül összetett közgazdaságtani jelenség. Ezért indokolt feltárni olyan versenyképességet befolyásoló reálgazdasági folyamatokat, mint a munkaerőpiacok működési mechanizmusai. A szekunder kutatást összehasonlító elemzés keretében, a Globális Versenyképességi Index historikus adatbázisának felhasználásával végeztem a 2007 és 2017 közé eső időszakra vonatkozóan. A mintába 11 kelet-közép európai EU-s tagállamot és Szerbiát vontam be, mert a térség gazdaságai jól körülhatárolható azonosságokkal rendelkeznek, valamint több szempontból egymás elsődleges versenytársainak számítanak. A primer kutatást szakértői interjú készítésével valósítottam meg, amely a versenyképességhez kapcsolódó magyar közpolitikai gyakorlat perspektíváit vázolta fel. A vizsgálat rávilágít Kelet-Közép-Európa 12 munkaerőpiacának aktuális problémáira, feltárja azok versenyhátrányait, versenyelőnyeit és kitörési lehetőségeit. A kutatás eredményeképp elmondható, hogy a vizsgált államok közül Csehország és Észtország a legversenyképesebb, továbbá a magyar munkatermelékenység és a reálbérek növekedése elszakadt egymástól. Hazánkban tehát a jövedelmi viszonyok javulásának nem a hatékonyság vagy a versenyképesség erősödése az oka, hanem az állami szabályozás, a foglalkoztatáspolitikai eszközrendszer és a makrogazdasági stabilitás. A magyar gazdaságpolitika akkor lesz képes a munkaerő-piaci hatékonyságon keresztül javítani a versenyképességet, ha több erőforrást allokál a humán tőkébe.

Sós Natália: A köztulajdonlásból fakadó vitatott kérdések - a köztulajdonban álló vállalatok tükrében

sosnatalia24@gmail.com
Nemzeti Közszolgálati Egyetem Államtudományi és Közigazgatási Kar
Közigazgatás-szervező, BA, 5. félév

Témavezető:
Dr. habil. Kun Attila, egyetemi docens, NKE ÁKK

Dolgozatom szubsztanciája, hogy feltárjam a köztulajdonlásból, illetve annak szabályozásából eredő kérdéseket, és azokat a problémákat, amelyek nem csak közgazdaságtant, hanem a jogpolitikát és az egyes jogágakat illetően is (különösen: munkajog) jelentősek.
A kérdések, amelyekre a választ kerestem többek között a következők: Korlátozhatóak-e magánjogi jogalanyok gazdasági, munkajogi mozgásterei az indivíduum a közvagyon védelme érdekében? Vajon e korlátozás megfelel-e a szükségesség és arányosság követelményének?
Módszertani értelemben igényű alapvetően multidiszciplináris igényű kutatást végeztem, hiszen e témát mind közgazdaságtani, közjogi és magánjogi, valamint a magánjogon belül is főként munkajogi szempontból vizsgáltam. A dolgozatomban törekedtem arra, hogy ne csak jogi vonatkozásban, hanem az életből merített, valós tapasztalatokat is tárgyalva azt vonjam le a szabályozás konklúzióit, következményeit, így dolgozatomban, valamely bizonyos szinten a közpolitikai jelleg is megmutatkozik.
Dolgozatom főbb tartalmi, szerkezeti egységei a következők: a szabályozás gazdasági-társadalmi indokai; köztulajdon, közcél, célvagyon; a gazdaság és a munkajog kapcsolata általában; a köztulajdon a munkajogban; a többségi állami befolyás; az egyéni munkajog szerepe; a tulajdonformából eredő „bérrés"; a szociális párbeszéd jelenlegi helyzete és a KVKF; a munkáltatók és a szociális partnerek gazdasági problémái a gyakorlatban; a köztulajdonú munkáltató vezető munkavállalója, valamint a ún. „takarékos törvény".
Álláspontom szerint a differenciált munkajogi szabályozás jelen formájában úgy tűnik, hogy túlzott autonómia-korlátozást valósít meg e szektorban. E megkülönböztető szabályozási forma több szempontból is hátrányosan érinti a köztulajdonban álló munkáltatóknál foglalkoztatott munkavállalókat (illetve szakszervezeteiket), melynek okán felmerül a jogegyenlőség elvének korlátozott érvényesülése, tekintettel arra, hogy a munkavállalók helyzete kizárólag az őket foglalkoztató munkáltatók tulajdonosi formájától függ.

Strausz Mónika: Karrierlehetőségek a pénzügyi tanácsadás világában: A kis- és közép-, illetve multinacionális vállalatok összevetése

strauszmoni@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Balogh Gábor, adjunktus, PTE KTK

Tanulmányaimból kifolyólag lehetőségem adódott arra, hogy megismerjem és megértsem magát a karriert, mint fogalmat továbbá a hozzá kapcsolódó tartalmakat, stratégiákat, lehetőségeket. Ezek pedig mind rávilágítottak arra, hogy számomra maga a karrier elsődleges szempont lehet a pályaválasztásom során. Fontosnak tartom tehát, hogy a jövőben egy olyan vállalatnál helyezkedhessem el, ahol az ezzel kapcsolatos lehetőségek és az ehhez szorosan hozzátársuló fejlődés kiemelt helyen szerepel a szervezet mindennapi tevékenységei mellett.
Napjainkban ugyanakkor jellemző az a felfogás, hogy előrelépés szempontjából – mind Magyarországon, mind pedig szerte a nagyvilágban – ezeket a lehetőségeket a munkavállalók elsősorban a nagyvállalatok világára fókuszáltan keresik. Személyes meglátásom sem különbözik az általános vélekedéstől, mindazonáltal az utóbbi időben mégis egyre jobban foglalkoztat, hogy milyen opciók közül választhat az a személy, aki mégsem ebben a multinacionális világban szeretné kiteljesíteni magát. Ki tudja-e, helyesebben mondva egyáltalán van-e esélye kielégíteni annak a munkavállalónak a karrier iránti vágyát, aki nem a nagyvállalati szegmensben szeretne elhelyezkedni?
Ezt a kérdéskört tovább gondolva lehetőségem adódott szűkíteni az előzőleg elképzelt témakörön, ugyanis sikerült betekintést nyerni a pénzügyi szolgáltatás, a pénzügyi tanácsadás és könyvvizsgálat világába. Célom, hogy erre a szegmensre koncentráltan végezzem el a kutatást, mégpedig interjú formájában. A megkérdezettek elsősorban olyan pozícióban tevékenykedő személyek, akik rálátnak mind az adott vállalatnál jelen lévő karrierlehetőségekre, mind pedig munkavállalói motivációkkal tisztában vannak. Az interjúk előkészítése során figyelembe vettem azt, hogy azonos számú alany kerüljön ki a kis- és közép, illetve nagyvállalati világból.
Az interjúk elkészítése, kiértékelése és kapott válaszok elemzése után pedig egy rövid összehasonlítás keretében vonok le következtetéseket és teszek megállapításokat a vizsgált területre vonatkozóan. A kapott eredményeket statisztikailag, illetve teljeskörűség szempontjából nem lehet az adott szegmensre általánosan megfogalmazni, ugyanakkor mégis úgy gondolom, hogy hűen tükrözi az itt tapasztalható jelenlegi karrierviszonyokat.

Szűcs Tímea Réka: Cegléd munkaerőpiaci helyzete

szucsreka@hebe.hu
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök, BSc, 7. félév

Témavezető:
Urbánné Malomsoki Mónika, tanszéki mérnök, SZIE GTK

Cegléd Pest megye déli, délkeleti felének regionális központja, valamint a ceglédi járás járásszékhelye. A város az ország egyik legdinamikusabban fejlődő térségében található, a fővárostól mindösszesen 70 km-re, de ez a távolság már jelentős mértékű az agglomeráció szempontjából, hiszen a legszélsőbb peremén helyezkedik el. Mezővárosi múltra tekint vissza, jelentős mezőgazdasági és ökológiai potenciállal bír, amelyre az elmúlt évszázadban egy sajátos tanyagazdálkodás épült ki, mely az előző rendszerben megsemmisült. Az elmúlt években a település centrum területe folyamatos fejlődésen ment keresztül, amely kiterjedt a közterületek, hivatali épületek és utak felújítására és a gazdasági létesítmények számának növekedésére egyaránt. Ezzel ellentétben a település külső peremén szegregátumok alakultak ki, amelyek jelentősen eltérnek a város központi részétől. Az itt található népesség nagyobb része halmozottan hátrányos helyzetű és rossz körülmények között élnek, ennek okán pedig számos támogatás megilleti őket állami és önkormányzati szinten.
Célkitűzésem, hogy felmérjem, a település külső szegmenseiben kialakult szegregátumoknak, az ott élő embereknek milyen a helyzete. Feladatomnak tekintem, hogy megvizsgáljam, egy dinamikusan fejlődő városközpont mellett miért hanyagolják el a külső, munkanélküliséggel sújtott perem területek fejlesztését, hogyan lehetne ezen változtatni.
A vonatkozó szakirodalmak áttekintését követően szekunder kutatásom során statisztikai módszerekkel végeztem az elemzést különböző adatbázisok segítségével, a primer kutatásom során pedig kérdőívvel, interjúval dolgoztam, a szegregátumokban pedig megfigyelésen alapuló vizsgálatot végeztem.
Cegléd város valamennyi szergregátumában és szegregálódó térségében strukturált interjút készítettem, megfigyeléseket végeztem, fotódokumentációt készítettem. A lakossági kérdőívezés keretében a településen élő személyeket kérdeztem meg a település munkaerőpiaci helyzetéről, a szegregátumok állapotáról.
Vizsgálataim alapján kiderült, hogy a Cegléd szegregátumai rossz helyzetben vannak, az ott élő népesség jelentős része nem rendelkezik munkával. A szergregátumokban lévő ingatlanok jellemzően rossz állapotúak, az udvarok rendezetlenek, az úthálózat rossz, de ez az ott élő családok jelentős részét nem zavarja jelentősen. Legfőbb problémáik a szolgáltatások (bolt, iskola) hiánya, a közvilágítás állapota-hiánya és a rossz közbiztonság.

Tarjányi Viktória: Fakanál vagy nem fakanál? – A nők munkaerő-piaci jellemzői az Európai Unióban

tarjanyi.viktoriaa@gmail.com
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Lipták Katalin, egyetmi docens, ME GTK

Általánosságban elmondható, hogy a nők férfiakénál kedvezőtlenebb munkaerő-piaci pozíciója munkába lépésük pillanatától megnyilvánul és foglalkozási életpályájuk egészét végigkíséri. Szinte minden Európai Uniós tagország törvénykönyvének rendelkezései szerint a nőknek a férfiakkal azonos joguk van a munkához, a munka és foglalkozás szabad megválasztásához, valamint az egyenlő értékű munkáért járó egyenlő bérhez. A törvényi szabályozás ellenére azonban a nők munkaerő-piaci helyzetét a mai napig többdimenziós hátrány jellemzi és szinte korlátok nélkül, életútjuk teljes hosszán tapasztalnak hátrányos megkülönböztetést. A nők és férfiak közötti bérszakadék megszüntetése érdekében az európai szociális partnerek részvételével a tagországok számos olyan intézkedést vezettek be amelyek a bérek átláthatóságának javítását szolgálják. Emellett ösztönzik a nőket, hogy ne a feminizálódott, tradicionálisan női ágazatokban vállaljanak állást, hanem a pályaválasztás során részesítsék előnyben a hagyományosan férfiak által betöltött munkaköröket. Azonban sajnos még ma sem, a tagállamok egyéni és az Európai Unióval közös erőfeszítései ellenére sem mondhatjuk, hogy a nők és a férfiak közötti esélyegyenlőség teljes mértékben megvalósult volna.
Kutatásom elsődleges célja tehát a nők munkaerő-piaci helyzetének feltárása az Európai Unió egyes országaiban. Dolgozatom elkészítése során foglalkoztam a nemek közötti bérkülönbség alakulásával, a női és férfi foglalkoztatottsági arány közötti különbség tendenciájával, valamint a nők a foglalkoztatási hierarchia alacsonyabb szintjén való elhelyezkedésének okával.
Hipotézisként megfogalmaztam, hogy egy azonos végzettséggel rendelkező nő és férfi közül a nő alapvetően hátránnyal indul ugyanazon állás megszerzéséért. Másik feltevésem, hogy az Immanuel Wallerstein által kidolgozott centrum-periféria elmélet szerint csoportosított uniós országok között a fejlettségi szinttel, illetve a csatlakozás időpontjával korreláló összefüggés mutatható ki a nők munkaerőpiaci helyzetét illetően. A nemek közötti esélyegyenlőtlenség méréséhez kérdőíves felmérést végeztem, melynek eredménye átfogó képet nyújt a férfiak és nők munkához és családhoz való viszonyáról, karrier lehetőségeiről, valamint a nemek közti bérkülönbségről való nézetekről. A felmérés célcsoportja a Magyarországon, Olaszországban, Németországban és Svédországban élő és dolgozó 18-32 éves férfiak és nők voltak.

Thalmeiner Gergő: Tejtermelő tehenészet ágazat foglalkoztatotti motivációjának vizsgálata bajai járásban

thalmeinergergo@gmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 5. félév

Témavezető:
Almádi Bernadett, tanársegéd, SZIE GTK

Kutatásom során azt vizsgálom, hogy a bajai járásban lévő tejtermelő tehenészet ágazatában működő vállalkozások által foglalkoztatott munkavállalók elégedettségi érzete milyen, és mindez milyen hatással van a szervezetek működésére. Továbbá szeretném feltárni azokat a befolyásoló hatással bíró tényezőket is, melyek segítségével rálátásom nyílhat, hogy mennyire motiváltak a foglalkoztatottak a vizsgált ágazatban.
Célkitűzéseim közé tartozik, hogy választ kapjak arra, hogy a munkavállalók számára mely tényezők befolyásolják legfőképpen munkahelyi elégedettség érzetüket. Céljaim között szerepel megvizsgálni azt, hogy a bajai járás tejtermelő tehenészet ágazatában foglalkoztatott munkavállalók; mennyire érzik munkavégzésük elismerését, milyen kapcsolatot ápolnak vezetőjükkel, milyennek ítélik meg az adott szervezet információáramlásának hatékonyságát, mi az elsődlegesen befolyásoló tényező munkahelyválasztásuk szempontjából.
Kvalitatív módszerként mélyinterjús kutatást végeztem, mely során strukturált mélyinterjú módszert kellett alkalmaznom, annak érdekében, hogy a válaszokat össze lehessen hasonlítani, ezzel megvalósítva a standardizáltságot. A válaszok hagyományos tartalomelemzéssel foglaltam össze. A dolgozók elégedettségének vizsgálata (kvantitatív vizsgálat) során véletlen mintavételezést alkalmaztam. Az adatok feldolgozás során mind leíró statisztikai módszert mind pedig analízis készítést alkalmaztam.
Vizsgálatom következtetéseként megfogalmazható, hogy a foglalkoztatottak többsége úgy érzi, hogy munkájával nem járul hozzá jelentősebben a szervezetek jó teljesítményéhez. Ennek a jelentősége pedig azért is kiemelendő, mert a szervezetek teljesítménye nagymértékben függ a foglalkoztatottak hatékonyságától. Mélyinterjúim kielemzése során arra a megállapításra jutottam, hogy az ágazat egyik legnagyobb problémája a szakmunkáshiány. A legtöbb vezető elmondása szerint a termelés hatékonysága és növelése céljából alkalmazandó fejlettebb technológiák már napjainkban is rendelkezésre állnak, ugyanakkor a szűk keresztmetszettet a megfelelő kompetenciákkal rendelkező munkavállalók jelentik. A nagymértékű munkaerőhiányra megoldást jelenthet a megváltozott munkaképességűek foglalkoztatásba való integrálása ez pedig mind az ő számukra mind a szervezetek számára pozitív hasznossággal jár és ezen felül a járás, régió, ország társadalmára és gazdaságára is egyaránt pozitív hatást gyakorol.

Ying, Liu: Analysing 'reverse brain drain' in china (A kínai "fordított agyelszívás" elemzése)

1764096052@qq.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Business Administration and Management, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Kun András István, egyetemi docens, DE GTK

A hazájukon kívül tanuló hallgatók számának gyors emelkedésével az „agyelszívás" jelensége is egyre fenyegetőbb a küldő országok számára, mivel ezen hallgatók jelentős része a végzés után külföldön telepedik le. Ugyanakkor egyre növekszik azon külföldön tanuló kínai hallgatók száma, akik diplomájuk megszerzése után a hazájukba való visszatérés mellett döntenek. Jelen tanulmány a „fordított agyelszívás" („agyvisszaszívás") jelenségét vizsgálja. K1. Milyen tényezők hatnak a kínaiak nemzetközi hallgatói mobilitására? K2. Miért tesz Kína erőfeszítéseket a nemzetközi felsőoktatásban tanulók visszavonzására? K3. Sikeres-e a kínai „agyvisszaszívás"? K4. Hogyan csábíthatja Kína sikeresen vissza a külföldön tanult, illetve külföldön végzett kínaiakat? Jelen tanulmány először irodalom-feldolgozás alapján bemutatja a nemzetközi hallgatói mobilitást és a nemzetközi tanulmányokat folytatók globális megoszlását. Áttekintést nyújt a nemzetközi hallgatóáramlásról, illetve azokról az okokról és tényezőkről, melyek hatására a hallgatók a külföldi tanulmányok folytatása, majd pedig a hazatérés mellett döntenek. Bemutatja továbbá az agyelszívás előnyeit és hátrányait a küldő ország szempontjából, majd azokat a tényezőket és lehetőségeket amelyekkel és ahogyan Kína visszacsábíthatja külföldön tanuló polgárait. Feltárandó ezen faktorok és az „agyvisszaszívás" közti kapcsolatokat, a tanulmány kétváltozós regresszió-elemzéseket végez a Világbank és a Kínai Statisztikai Hivatal adatbázisaira támaszkodva. A K1 kérdés kapcsán megállapítja, hogy Kínában húzótényezők – egyebek mellett – az emelkedő bérszínvonal, a több karrierlehetőség és a célzott kormányzati politikák. A K2 kérdésre válaszolva: a több hazatérő tehetség számos ágazatban segítheti az innovációt és ezáltal a gazdasági fejlődést. A K3 kérdésre igennel válaszolhatunk: jelentős a Kínába visszatérő, külföldön tanult emberek száma. A K4-re vonatkozó következtetés az, hogy mind a tehetségek visszavonzását közvetlenül célzó politikák, mind az azt indirekten elősegítő gazdaságpolitika (jelentős szerepet játszhat a külföldön tanulók visszavonzásában.

KÖRNYEZETGAZDASÁGTAN, FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉS

Zsűrielnök: Dr. Málovics György, egyetemi docens, SZTE GTK
Társelnök: Prof. Dr. Csutora Mária, egyetemi tanár, BCE GTK
Tagok: Dr. Fogarassy Csaba, egyetemi docens, SZIE GTK
Dr. Tóth Gergely, egyetemi tanár, KE GTK

Czibere Szilárd: Elektromos autók környezeti hatásai

szilardczibere@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Villamosmérnöki és Informatikai Kar
Villamosmérnöki, BSc, 5. félév

Témavezető:
Szőke Tamás, PhD hallgató, BME GTK

Napjainkban az elektromos autók iránti kereslet exponenciális növekedést mutat. Ezért számos vezető autógyártó cég bejelentette, hogy a jövőben a teljesen elektromos autók gyártását fogja előtérbe helyezni. Így a kereslet és kínálat oldali trendeket egyaránt figyelembe véve, az elektromos autók széles körű elterjedésére lehet számítani. Az autóvásárlók körében részben a különböző kedvezmények hatására (pl.: ingyenes parkolás, buszsáv használata), egyre népszerűbb választásnak tűnik ez a típusú jármű. Érdemes azonban feltenni a kérdést, milyen környezeti hatást várhatunk az elektromos autók terjedésétől? Milyen ökológiai lábnyomot hagynak maguk után? Napjainkban a környezettudatosság, mint egy erősödő tendencia van jelen az emberek mindennapjaiban, az autógyártók pedig az elektromos autókat egy megoldásként ajánlják a vásárlóknak, amellyel védhetik környezetüket, a gyakran hangoztatott zéró szén-dioxid kibocsátásnak köszönhetően. Azonban valóban nulla ez a kibocsátás? Munkámban ezt a kérdést járom végig. A tudományos szakirodalom elemzésével vizsgálom, hogy melyek azok a körülmények, amelyek befolyásolják az elektromos autók ökológiai lábnyomát. A tanulmányban rávilágítok arra, hogy az elektromos autók nem mindig „zöldek”, olykor még nagyobb kibocsátással is rendelkeznek, mint hagyományos társaik. Munkám során egy életciklus-elemzést vezetek végig, majd ez alapján összegző javaslatot adok arra, hogy milyen esetben előnyös, illetve hátrányos az elektromos autók használata a környezeti fenntarthatóság szempontjából.

Drabancz Áron[1] - El-Meouch Nedim Márton[2]: Az EU ETS kvótarendszer eredményessége a globális klímaváltozás elleni harcban

[1]*aron.drabancz@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy, MA, 2. félév

[2]*nedu02@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MA, 2. félév

Témavezető:
Németh Krisztián, tanácsadó, Nemzeti Bankárképző Központ

Korunk legkomolyabb kihívásai közé tartozik a globális klímaváltozás. Elengedhetetlen az üvegházhatású gázkibocsátás (ÜHG) csökkentése világszerte, amelynek eléréséért sok országban, régióban vezették be az ÜHG kvótákat, és ezek piacát. Dolgozatunkban az ETS-el, az EU - ÜHG kibocsátás csökkentésére létrehozott – kvótarendszerével foglalkoztunk, mely három fázisból tevődik össze: 1. fázis: 2005-2007; 2. fázis: 2008-2012; 3.fázis: 2013-napjainkig.
A kvótarendszer indulásakor két negatív jelenség volt megfigyelhető: az országok és vállalatok zöménél jelentősen több kvóta került kiosztásra, mint amit az egyes entitások felhasználtak (kvóta-túlallokálás), illetve a túlallokálás meglétét és nagyságát illetően számottevő országspecifikus különbségek álltak fent. Erre válaszul a kvótarendszer hatékonyságának növelésére két markáns reform került bevezetésre a 3. fázisban:

1. növekedett az aukciós értékesítésű kvóták aránya az ingyenesen kiallokáltak kárára;
2. centralizálttá vált a kvótakiosztás, vagyis a kvóták kiallokálása EU-ETS szinten ment végbe az addigi ország szintű helyett.

Dolgozatunk kiinduló hipotézise szerint a fenti változások jelentősen javították a kvótarendszer hatékonyságát: csökkent a túlallokálás mértéke és az országspecifikusság. Hipotézisünk helyességét az Európai Unió hivatalos ETS-el foglalkozó, több mint 100 000 vállalati szintű megfigyelést tartalmazó adatbázisával vizsgáltuk meg. A 2005 és 2015 közötti kiegyensúlyozatlan panel adatbázist két külön statisztikai módszertan segítségével elemeztük.
Elsőként ország szinten aggregált allokálási indikátor segítségével határoztuk meg a túlallokálás alakulását, majd vállalati szintű Pooled OLS panel regressziós módszerrel próbáltuk megbecsülni az egyes országok hatását a vállalatok allokálási pozíciójára. Míg az 1. és 2. fázisban 10 és 4 országban volt jelentős a túlallokálás mértéke, a 3. fázisra a túlallokálás jelensége megszűnt. Az országhatás jelentősége is csökkent, az 1-2. fázisban 17 országban volt jelentős a származási országnak tulajdonítható eltérés az átlagostól, ez a 3. fázisra 12-re csökkent és kiegyensúlyozottabbá vált.
Elemzésünk eredményei tehát alátámasztják hipotézisünket: a túlallokálás megszűnt, az országspecifikusság mértéke csökkent. A reformok tehát ténylegesen növelni tudták az EU-ETS rendszer hatékonyságát, így az ma már meghatározó segítséget jelenthet az EU által kitűzött klímavédelmi célok elérésében.

Fülöp Ildikó: Lakossági energetikai önellátás gazdasági értékelése

noniusgirl87@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök, BSc, 4. félév

Témavezető:
Prof. Dr. Bai Attila, egyetemi tanár, DE GTK

Napjainkban a megújuló energiaforrások használatát egyre szükségszerűbbé teszi az energiaárak növekedése és a környezetszennyező, energiapazarló életvitelünk felismerése. Ebben a hazai lakosságnak döntő szerep jut, hiszen a felhasznált energia több, mint egyharmadát közvetlenül a háztartások fogyasztják el.
Dolgozatom első részében a lakosság energiagazdálkodási szokásait, a megújuló energiaforrások köztudatban elfoglalt helyzetét vizsgálom egy országos és egy jászberényi lakosok által kitöltött kérdőív segítségével. A második részben modellvizsgálatokat, önköltségszámítást, összehasonlító- és érzékenység-elemzést végzek a versenyképesség elemzése érdekében, valamint annak megállapítására, hogy mennyivel kell többet fizetni azért, hogy egy fűtési mód kényelmes és/vagy környezetbarát legyen.
A kutatás eredményként összességében elmondható, hogy a vizsgált lakosság körében a legismertebb energiaforrás a napenergia, majd a víz- és szélenergia. A felmérésben résztvevő személyek döntő többségének ismerete csupán felszínes. Tényleges tudásuk megítélése többnyire nem helytálló. A kipróbálási hajlandóság magasabb azon alternatívák iránt, amelyek nagyobb ismeretségnek örvendenek.
A vizsgálatban résztvevők körében az energiafogyasztás során a legfontosabb szempont a minél alacsonyabb költséggel járó energia-előállítás. A válaszadók döntő többsége, jövedelmi helyzettől függetlenül nem hajlandó többet fizetni azért, hogy környezetbarát és/vagy kényelmes módon állíthasson elő energiát. Országos viszonylatban jövedelemnagyságtól függetlenül nagyon kicsi a beruházási hajlandóság is a megújulós berendezésekre 50-70%-os vissza nem térítendő támogatás alatt. A gazdasági számításokból kiderült, hogy az egyes vizsgált megújuló energiára alapozó alternatívák a jelenlegi körülmények esetén is – a biobrikett és a tűzipellet kivételével – gazdasági szempontból is versenyképesek a földgázzal szemben.
Az emberek fizetési hajlandóságának mértéke, a berendezések megtérülési ideje és az elvárt beruházási támogatások hiánya gátolják a környezetbarát és kényelmes bio-fűtőanyagok elterjedését. A gázár és szénár, valamint a beruházási támogatási rendszer intenzitásának növekedése egyaránt képes lenne a lakossági kereslet nagymértékű növelésére. A helyben megtermelt megújuló energiaforrások haszna viszont nemcsak a termelőnél és a fogyasztónál, hanem a térségben is jelentkezne, a helyben maradó jövedelemnek, a környezetbarát környezetnek, valamint a javuló munkalehetőségeknek köszönhetően.

Győriová Erika[1] - Kiss Eszter[2]: Alternatívát jelenthet-e a car sharing a hagyományos közlekedési módokra?

[1]*erika.gyori05@gmail.com*
Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 5. félév

[2]*eszteee90@gmail.com*
Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 5. félév

Témavezető:
Dr. Szigeti Cecília, egyetemi docens, SZE GK

Tudományos diákköri dolgozatunkban azt vizsgáljuk, hogy a sharing economy keretein belül működő autómegosztás jelenthet-e valós alternatívát a hagyományos közlekedési eszközökre, segíthet-e a legforgalmasabb útvonalak tömegközlekedésének, illetve a legnagyobb terhelésnek kitett utak tehermentesítésében. Témánkat azért tartjuk kiemelkedően aktuálisnak és fontosnak, mert a sharing economy egy friss, külföldön egyre inkább elterjedt gazdasági forma és szemléletmód, amely a társadalom és a jövő egészére is befolyással lehet.
Dolgozatunkban adatgyűjtést folytatunk európai, Magyarország és népszerű külföldi célpontok, valamint hazánkon belüli forgalmas útvonalak közlekedési lehetőségeiről, a nemzetközileg legnépszerűbb autómegosztó és telekocsi rendszerben működő portálokról és alkalmazásokról. Adatbázisunk alapján összehasonlító elemzést folytatunk a nemzetközi és hazai hozzáállásról a megosztott gazdaság területén, vizsgáljuk az árakat, a különböző országokban meglévő adótartalmakat és becslést készítünk arra vonatkozóan, hogy a sharing economy és az osztott közlekedés hosszú távon hatással lehet-e a nemzetgazdaságra.
Kutatásunk eredményét összehasonlítjuk a témában már rendelkezésre álló szakirodalommal. Értékeltük, hogy az egyes országokban milyen időpontokban jelenthet valós alternatívát az autómegosztás a hagyományos tömegközlekedési módokra, hogy milyen tényezők befolyásolják az alternatívák közötti döntéshozatalt, hogy az autómegosztás jövője hogyan alakulhat, illetve hogy nemzetközi összehasonlításban hol áll Magyarország a közlekedési mód megválasztását illetően.

Hajdu Katalin: A fenntarthatóság az EMAS rendszer tükrében egy gazdálkodó szervezet példáján

haruname@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Vegyészmérnöki és Biomérnöki Kar
Környezetmérnök, MSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Kósi Kálmán, egyetemi docens, BME GTK

Dolgozatom célja a fenntarthatóság és az EMAS rendszer kapcsolatának vizsgálata egy hazai gazdálkodó szervezet példáján keresztül. Témám során szakirodalmi feldolgozással bemutatom a környezetvédelem és fenntarthatóság jogi szabályozásának kialakulását az Európai Unióban, a környezetmenedzsment rendszerek legjellemzőbb típusait, valamint részletesen taglalom az Európai Közösség Környezetvédelmi Vezetési és Hitelesítési Rendszerét (The Community Eco-management and Audit Scheme), amely segítséget nyújthat a vállalatok számára környezeti teljesítményük javításában, értékelésében, valamint nyilvánossá tételében. Ezt követően a vizsgált gazdálkodó szervezet példáján keresztül megjelenítésre kerül egy új, innovatív ötlet az EMAS rendszer kiépítéséről, az EMAS honlap terve. A honlap tartalmi kidolgozása során ismertetem a rendszerépítés meghatározott elemeit: a környezeti állapotfelmérés, a tervezés, valamint a végrehajtás egyes szakaszait. Az egyes rendszerelemek kiépítésének terve egy ajánlás, amely a jövőben korszerűsítené a környezetmenedzsment rendszerek bevezetésének gyakorlatát a gazdálkodó szervezetek körében. A honlap megvalósításának előnyeit, hátrányait, lehetőségeit és veszélyeit SWOT analízissel értékelem.

Havas Márton: Akkumulátorokkal kiegészített naperőművek versenyképessége csúcserőműként történő használat esetén Magyarország, Csehország, Románia és Szlovákia villamosenergia-rendszerében

marton.havas@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Környezetgazdaságtan, MSc, 2. félév

Témavezető:
Hortay Olivér, doktorandusz, BME GTK

Az emberek napi tevékenységéhez, szokásaihoz igazodva évtizedek óta megfigyelhető jelenség, hogy az energiafogyasztásunk napi lefutása nem egyenletes. Jellemzően éjszaka alacsonyabb fogyasztás tapasztalható, míg a kora reggeli óráktól kora estig az energiafogyasztásunk váltakozó ütemben, de megnövekszik.
Ehhez a váltakozó igényhez kell igazodnia az energiarendszer termelőegységeinek, melyek közül a fogyasztásbeli változásokra hirtelen reagálni képes termelőegységeket csúcserőműnek hívjuk. Hagyományosan a csúcserőművek szerepét a földrajzi adottságoktól függően vízerőművek vagy földgáztüzelésű erőművek töltötték be.
Az utóbbi évek piaci adatai azt mutatják, hogy mind a naperőművek, mind pedig az energiatárolás fajlagos költsége jelentős csökkenésen mentek keresztül. Ez a költségcsökkenés bizonyos régiókban lehetővé teszi, hogy a hagyományosan csúcserőműként használt erőműtípusok mellé az akkumulátorokkal kiegészített naperőművek is felzárkózzanak.
Kutatásom valós piaci adatok elemézésén keresztül azt vizsgálja, hogy van-e létjogosultsága az akkumulátorokkal kiegészített naperőműveknek csúcserőműként történő használat esetén. Az összehasonlítás szempontja a fajlagos termelési-költségek és bevételi források, a létjogosultságot Magyarország, Szlovákia, Csehország és Románia energiarendszerében vizsgálom.

Kiss Noémi Ibolya: Veszélyben az édesvízkészlet-jövőképünk és lehetőségeink

noemiibolya@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BA, 6. félév

Témavezető:
Bauerné Dr. Gáthy Andrea, adjunktus, DE GTK

Kutatásom során a globális problémák közül az édesvíz szennyezettségére, szűkösségére szerettem volna felhívni a figyelmet, hiszen ez jelenti a világon a legnagyobb veszélyt az élet minőségére és a társadalom egészségére nézve. Az édesvíz készlete véges erőforrás, amit az emberiség felelőtlenül, pazarlóan használ. Munkám során tanulmányoztam, hogy miért is olyan fontos az édesvíz, milyen jövőkép várható, hogy lehet az, hogy annak ellenére, hogy az édesvizet több milliárd ember fogyasztja nap, mint nap, mégsem fogy el. Továbbá vizsgáltam az emberek, vállalatok vízfogyasztási szokásait. Bemutattam a víz „történetét", a vízkészlet megoszlását, és a víz szerepét a világban, a társadalom és a víz kapcsolatát, hogy meglássuk azt, hogy milyen sokszínű kapcsolat alakulhat ki az emberiség és a víz között. Majd a fentiek alapján következtetéseket, javaslatokat vontam le. Kutatásomat a szakirodalom alapos vizsgálatával indítottam. Régebbi és újabb szakkönyvekben, folyóiratokban, fórumokon, internetes portálokon végeztem kutatást a globális problémákkal, édesvízkészlettel kapcsolatban. Ezek alapján végeztem elemzést, összehasonlítást majd bizonyos témában (Grundfos, Fokváros helyzete, vízdíj jövőbeli alakulása) személyes megkérdezéssel támasztottam alá az internetes portálokon talált eredményeket. A szakirodalmi kutatási munkám mellett kérdőíves felmérést készítettem a magyar lakosság között, felmérve vízfogyasztási szokásaikat, a témával kapcsolatos tájékozottságot, véleményeket. Az édesvízkészlet szűkösségét kutatásom előtt is problematikusnak tartottam, de a téma vizsgálata után azt állapítottam meg, hogy ez jóval súlyosabb és komplexebb, mint ahogy azt elsőnek gondoltam. Az édesvíz az élőlények fennmaradásához szükséges és az ember mindennapjait is meghatározza. Következtetésként azt állapítottam meg, hogy egyénenként is felelősséget kell, hogy vállaljunk és környezettudatosabb magatartást kell tanúsítanunk vízhasználatunk során. Továbbá úgy gondolom, hogy Magyarországon érdemes lenne a vízenergiát és a geotermikus energiát még inkább kihasználni. Ugyanakkor hazánk jelentős édesvízkészlettel rendelkezik, ezért bizonyos feltételek teljesülése mellett a vízigényes termékek exportja a jövőben egyre nagyobb gazdasági és társadalmi előnyt jelenthet Magyarország számára.

Kovács Viktória: Fenntarthatóság a hazai textiliparban termelői és fogyasztói oldalról

kovacs.viki66@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Vegyészmérnöki és Biomérnöki Kar
Környezetmérnök, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Csigéné Nagypál Noémi, adjunktus, BME GTK

A dolgozatom célja a hazai textilipari vállalatok és fogyasztók tájékozottságának felmérése, fenntarthatósági törekvéseinek elemzése. A textilipar a legkörnyezetszennyezőbb iparágak közé tartozik, emellett olyan terület, amellyel a fogyasztók naponta találkoznak. Az ipar heterogenitása miatt nem egyszerű vizsgálni a környezetre gyakorolt hatását, mivel komplex folyamatokból áll. A piac két fontos szereplőjének (termelő, fogyasztó) vizsgálata segítheti mérsékelni a problémát.
Kutatásom során több hazai textilipari vállalatot kerestem meg, a kiválasztás szempontja közé tartozott, hogy rendelkezzen tanúsítvánnyal, fontosnak tartsa a fenntarthatóságot, és hogy minél változatosabb legyen a tevékenysége. Kvalitatív kutatásom során mélyinterjút készítettem a vállalatokkal, a mozgató rugókat, problémákat, motivációkat, véleményeket mértem fel az ágazattal kapcsolatban. Összességében a vállalatok egyetértenek azzal, hogy nehéz az iparágon belül fennmaradni, a versenytársak közül kiemelkedni. Az ágazatban az egyik meghatározó menedzsment eszköz az ökocímke, amelyet többségben vevői igényre vezettek be a vállalatok. Véleményem szerint a vállalatok elsődleges célja az európai uniós és a magyar környezetvédelmi jogszabályoknak való megfelelés. Azok a vállalatok rendelkeznek további célkitűzésükkel, akik elhívatottak a környezetvédelem iránt, belső motivációkkal rendelkeznek.
A fogyasztók tájékozottságát, vásárlási szokásaikat kérdőíves módszerrel mértem fel. A fogyasztók nagy része ismeri a fenntartható fejlődés fogalmát, meg is tudták fogalmazni azt, viszont a „fast fashion" jelenség kevésbé ismert. A kapott eredményből az látszik, hogy az ökocímkék nem elterjedtek hazánkban, nem ismerik az általuk hordozott többlet információt, vásárlás során nem lényeges szempont a megléte, a minőség és az ár fontosabbak. A hazai textilipar helyzetét negatívnak ítélték meg, ennek egyik oka az, hogy nem vagy csak kevés hazai márkát ismernek. A textiliparban globálisan azt tartják problémának, hogy környezetszennyező; rossz minőségű tömeggyártás, gyermekmunka és erős ázsiai versenytársak vannak jelen a piacon.
Pozitívnak találom, hogy a magyar piacon jelen vannak a fenntarthatóság iránt elkötelezett vállalatok vállalatok, a jövőben remélhetőleg növekedni fog ezek száma. A fogyasztók is egyre környezettudatosabbak, tájékozottabbak. Azonban mindkét területen van hiányosság, ezek mérséklésén az állami támogatás, szemléletformálás a közoktatásban segíthetne.

László Veronika: Az élelmiszerpazarlás hatásai és mértéke az Európai Unióban, a 18-25 éves korosztály magatartása

veronika.lasz@gmail.com
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodás és menedzsment, BA, 6. félév

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

Az Európai Bizottság fő célkitűzései között szerepel az élelmiszerpazarlás 50%-al való visszaszorítása 2020-ra, a fenntartható fejlődés érdekében. Az általuk indított FUSIONS projekt szerint körülbelül 88 millió tonna élelmiszert pazarolunk el évente az Európai Unióban, amelynek költségét 143 milliárd euróra becsülik (FUSIONS 2016).
Dolgozatom az élelmiszerpazarlás okait és hatásait tárgyalja, annak mértékét és előfordulását, szektoronkénti illetve tagállamonkénti eltéréseit. Az élelmiszerpazarláshoz legnagyobb mértékben hozzájáruló szektor a háztartási szektor, így ennek szerepe hangsúlyt kapott dolgozatomban. Kutatásom célja a 18-25 éves korosztály fogyasztói magatartásának, az élelmiszerpazarláshoz, illetve következményeihez való hozzáállásának vizsgálata volt, félig-strukturált interjúk segítségével.
A megkérdezettek az EU tagállamaiban élő, 18-25 év közötti korosztályba tartozó egyetemi tanulók voltak, akik saját és a környezetükben élők fogyasztói magatartásáról, és az élelmiszerpazarlásról alkotott személyes véleményük mellett a probléma fontosságáról, a társadalmi felelősségvállalásukról és megoldási javaslatokról számoltak be.
Az interjúalanyok zöme nagyobb jelentőséget társított az élelmiszerpazarlás által kiváltott problémáknak, mint magának a pazarlásnak. A jövedelmük élelmiszerre költhető hányada független volt attól, mennyit pazarolnak. A megkérdezettek fogyasztói szokásai nem tértek el jelentősen származási országonként, ám az élelmiszerpazarláshoz való hozzáállásuk között egyénenként nagy eltérések mutatkoztak. Jellemzően az természetvédelem iránt érzékeny interjúalanyok kezelték tudatosabban az élelmiszert, illetve azok, akik több információval rendelkeztek a pazarlás okozta káros hatásokról.

László Veronika: Economic impact of food waste Food waste of the Household level focused on the young age group (Az élelmiszer pazarlás gazdasági hatása - A háztartások élelmiszerpazarlása, a fiatal korosztályra összpontosítva)

veronika.lasz@gmail.com
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodás és menedzsment, BA, 7. félév

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

Today globally one in three people suffer from some form of malnutrition (WFP 2017), while roughly one third of all the food produced for human consumption is lost or wasted. In the European Union the biggest contributor to food waste is the Household sector, especially the young age group. For reducing the consumer-related food waste we must learn more of the factors influencing food waste-related consumer behaviour.
The aim of this paper is to examine the phenomenon of household food waste behaviour in terms of motivation and opinion of the customers, correlations between customer characteristics, knowledge, misbelieves and food waste-related customer behaviour. For this purpose, the present study demonstrates the results of a survey carried out amongst 18-25year-old students of University of Pannonia, Faculty of Business. The data has been statistically examined with SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) and basic database calculation. Based on the previous studies dealing with food waste I formed 7 assumptions and 2 questions.
Results show that customers esteem quite well how much they waste but estimate other customers' waste more than their own. Those, who thought that final customers significantly contribute to the total food waste tend to believe, that it is their own responsibility to reduce it. However, customers are rather motivated by cost-cutting consideration than social motivation. Generally, the younger the respondent is the more they waste. Despite of my assumptions there is no relationship between how important the social and economical aspect of food waste for the respondents and how much they waste. On the contrary, customers who indicated that food waste is an important issue wasted more, and had more misbelieves in connection with the negative impact of food waste.
The young age group has several misbelieves about food waste, they know little about the negative social and economical impact and rarely know the organizations dealing with the issue. My opinion is that education in connection with this issue could assist in the adoption of more environmentally and socially fair and sustainable food management behaviour by the young age group.

Tőke Péter: Új szereplő az energiapiacon: a helyi hidrogéntermelés integrációjának gazdasági előnyei a megújuló kapacitások hozambizonytalanságának kezelésével

peter.toeke@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 5. félév

Témavezető:
Hortay Olivér, doktorandusz, BME GTK

A szén-dioxid kibocsátás csökkentése napjaink egyik legfontosabb globális feladata, és mivel az energetikai és a közlekedési/szállítmányozási szektor a legnagyobb kibocsátók közt szerepelnek, a legjelentősebb kutatási és fejlesztési eredmények ezekre a területekre koncentrálnak. Bár számos környezetkímélő technológia esetében tapasztalható dinamikus fejlődés (például elektromobilitás, megújuló energia terjedése), ezek részaránya a legtöbb országban még alacsonynak tekinthető. Már napjainkban is látszanak a jelei, hogy a megújulókra épülő rendszer önmagában nem stabil, mivel túlzott kilengéseket okoz a termelésben. A problémák megoldására sok újszerű elképzelés és megoldás született; az okos (smart) energiamenedzsment szakirodalma a hálózati fejlesztésektől a több energiavektoros rendszerekig megoldások széles tárházát kínálja. A hidrogén kiemelkedő elem az energiahordozók közül, mivel elektrolízis útján előállítható vízből, elektromos energiával, illetve üzemanyagcellával visszaalakítható árammá a benne tárolt energia, akár járművekben is. Továbbá alapanyagként szolgál sok más vegyi folyamathoz. A lokális, vagy helyi hidrogéntermelés kis volumenű elektrolizáló és tartály alkotta egységet jelent, melynek két meghatározó előnye a másodpercek alatt változtatható termelési volumen és, hogy megfelelő kialakítással hidrogénüzemű járművekbe tölthető a megtermelt gáz, így egyszerre kínál megoldást az ingadozó megújulók részarányának növekedésére és a mobilitás szénmentesítésére. Ebben a dolgozatban egy ilyen egység működésének modellezése kerül bemutatásra és értékelésre. Matematikai szoftver segítségével, generált megújulós termeléssel és hidrogénkereslettel, az elektrolizáló optimális (itt profitmaximalizáló) működését szimuláljuk 720 periódusra, majd vizsgáljuk eredményességét különböző lehatárolások mellett. Az optimalizálási algoritmus egyszerre 12 periódus működését tervezi meg, így a konstans termeléshez viszonyítva 4,7 százalékkal csökkenti a diszkontált veszteséget, miközben sikeresen megvalósítja az elektromos hálózat kereslet oldali szabályozását. A veszteségek a technológia korai életszakaszára utalnak, ugyanakkor a fent említett előnyei folytán, csökkenő beruházási költségekkel az energetikai és mobilitási innováció meghatározó elemét jelentheti a jövőben.

Vidéki Márta: Egy hulladékmentes étterem megvalósítási lehetőségei Magyarországon

videkim@hotmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 4. félév

Témavezető:
Péterné Dr. Baranyi Rita, egyetemi adjunktus, BME GTK

Napjainkra szinte valamennyi gazdasági szereplő szembesül a mértéktelen hulladéktermelés következményeivel, melynek megállításához új üzleti modellekre, gondolkodásmódra van szükség. Ennek példájaként, az utóbbi években egyre több olyan hulladékmentes étterem nyílt Európában, amelyek bebizonyították, hogy a fenntarthatóság nem gátja, hanem motorja lehet az innovációnak és a növekedésnek.
Kutatásom során azt szerettem volna felmérni, hogy mennyire reális ma egy ilyen hulladékmentes modell bevezetése Magyarországon, mennyire környezettudatasok a hazai étteremvezetők és milyen akadályok, illetve motiváló tényezők befolyásolhatják őket a fenntartható működésben. Végül, az eredmények alapján munkám fő célkitűzése olyan hazai környezetben is alkalmazható javaslatok kidolgozása volt, melyek elindíthatják a magyarországi vendéglátóhelyeket a hulladékmentességhez vezető úton.
Ehhez a nemzetközi szakirodalom tanulmányozása után az anyagáramelemzés mintájára építettem fel egy, a hazai vendéglátóhelyeket felmérő kérdőívet, mely a kutatómunka során összegyűjtött nemzetközi hulladékmentes éttermek gyakorlatainak elterjedtségét és megvalósíthatóságát vizsgálta. A kérdések elsősorban a beszerzés, elkészítés, tárolás, felszolgálás során keletkező ételhulladékokat érintették, valamint a leggyakrabban alkalmazott csomagolások és azok újrahasznosítási arányait.
A kérdőív válaszai alapján itthon a környezetvédelem szempont, azonban nem kiemelt döntési tényező az éttermek számára. A hazai és biotermékek, a környezettudatos csomagolások beszerzése az elérhetőség hiánya és a magasabb költségek miatt ütközik akadályokba, míg az adományozás, komposztálás és az újrahasznosítás főleg infrastrukturális akadályok és a nem egyértelmű szabályozások miatt nem valósul meg. Végül, a hulladékcsökkentés legnagyobb befolyásoló tényezőjének maguk a vendégek bizonyultak.
Az eredmények alapján a hazai vendéglátóhelyek leginkább úgy tudnák csökkenteni hulladékmennyiségüket, ha környezettudatos és/vagy hulladékmentes alternatívákat is ajánlanának a fogyasztóknak legyen szó fogásokról, az elviteles lehetőségről vagy más plusz termékek biztosításáról. Továbbá, az adagméretek csökkentése, az együttműködési lehetőségek keresése a beszerzés, adományozás terén szintén hozzájárulhatnak az ételhulladék csökkentéséhez.

MARKETING I.
FOGYASZTÓI MAGATARTÁS I.

Zsűrielnök: Prof. Dr. Hofmeister-Tóth Ágnes, egyetemi tanár, BCE GTK
Társelnök: Dr. Szente Viktória, egyetemi docens, KE GTK
Tagok: Dr. Prónay Szabolcs, egyetemi adjunktus, SZTE GTK
Dr. Mészáros Katalin, egyetemi docens, SOE LKK

Balsa-Budai Nikolett: Az önkéntes egyszerűsítők fogyasztási magatartásának vizsgálata debreceni egyetemisták körében

budai.nikolett93@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 5. félév

Témavezetők:
Prof. Dr. Szakály Zoltán, egyetemi tanár, DE GTK
Kovács Bence, doktorandusz, DE GTK

A fenntarthatóság és a fenntartható fogyasztás évek óta központi téma a kutatók számára. Egyre kevésbé vitatható ugyanis, hogy a jövőben olyan környezeti, társadalmi és gazdasági kihívásokkal kell szembenéznünk, amelynek megoldásához szükség lesz a fogyasztói szemléletváltásra. Kutatásomban egy olyan szegmens életmódját vizsgálom, akik fogyasztásuk során figyelembe veszik a fenntarthatóság mindhárom (gazdasági, társadalmi és környezetei) pillérét. Ez az szegmens az önkéntes egyszerűsítők csoportja, más néven a LOVOS (Lifestyle of Voluntary Simplicity) szegmens. Az önkéntes egyszerűsítők, egy olyan fogyasztói csoport, akik a mai jellemzően túlfogyasztó és materialista értékrendű világban a fogyasztásuk tudatos csökkentést nemcsak a fenntarthatóság, de a lelki és mentális egészségük érdekében is teszik.
A kutatómunka során a legfőbb célkitűzésem az önkéntes egyszerűsítők értékrendjének és jellemzőinek feltárása volt debreceni egyetemisták körében. Ehhez első lépésben meghatároztam a szakirodalmak és egy szakértői fókuszcsoportos interjú segítségével az önkéntes egyszerűsítők életstílusának jellemzőit és meghatároztam azt az 5 fő értékcsoportot, amely mentén a primer kutatásomat folytattam. Ezt az 5 értékcsoportot a környezettudatosság, az etikusság, a személyes gyarapodás, az anyagi egyszerűség és az önállóság értékei alkották. Ezt követően egy kérdőíves megkérdezést végeztem el 2018-ban a debreceni egyetemisták körében (n=500 fő).
A kutatásom legfőbb eredményeinek a következők tekinthetőek. Megállapítottam, hogy az önkéntes egyszerűsítők értékei (környezettudatos, etikus, személyes gyarapodás, anyagi egyszerűség, önállóság) megjelentek a debreceni egyetemisták értékrendjében. Az értékrend alapú szegmentációt követően pedig 4 csoportot tudtam elkülöníteni, amelyek közül az egyikben az önkéntes egyszerűsítők által képviselt összes alapérték megjelent. Ezek alapján a LOVOS szegmens tagjai közé tartoztak a megkérdezettek 39,6%. Az eredmények alapján szükségesnek tartottam az „Önkéntes egyszerűsítők" csoportjának további szegmentálását. Ennek eredményeképpen a LOVOS értékek iránti elköteleződés mértéke szerint további három csoportot állapítottam meg (Alakváltók, Közepesen elkötelezettek és Erősen elkötelezettek).

Biró Borbála: Műtéti eljárások elfogadtatása marketingszemléletű támogatással

bori630@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BSc, 3. félév

Témavezetők:
Dr. Törőcsik Mária, egyetemi tanár, PTE KTK
Varga Péter, tudományos segédmunkatárs, PTE ÁOK

A mai világban az egészségügy nagy problémákkal küzd, sok ember bizalmatlan az elavult eljárásokkal szemben, amik alkalmazását alapvetően nem az orvosok képzetlensége és rugalmatlansága okozza, hanem a kevésbé fejlett országok gazdasági helyzete, mert gyakran nincs elegendő forrásuk az egészségügyi innovációk finanszírozására.
Az új műtéti eljárásoknak köszönhetően sokkal effektívebb lehetne az orvoslás világszerte, de ahhoz, hogy az új műtéti eljárásokat alkalmazni is lehessen, kell olyan páciens, aki beleegyezik a teljesen új eljárásba, így azt megfelelően kell mind az orvosoknak, mind a pácienseknek közvetíteni. A közvetítés sikerességének kulcsát a marketingeszközök alkalmazásában látom, mivel, ha jól kommunikáljuk a termék előnyeit, amik adott esetben az új műtéti eljárásokhoz kapcsolódnak, akkor sikerül bizalmat kelteni a páciensben. Ennek következtében beleegyezést kapunk ahhoz, hogy az új műtéti eljárással akár életmentő műtétet lehessen végrehajtani az adott páciensen, ráadásul sokkal gyorsabban és sokkal kevesebb kockázattal.
2016-ban a II. Nemzetközi Interdiszciplináris 3D Konferencia-Ötletversenyen különdíjban részesültem az elülső keresztszalag-szakadás új műtéti eljárásának felvetésével. Ezen elismerés mögött sok munka és kutatás állt, ami arra inspirált, hogy ne hagyjam az eredményeket veszni, hanem mélyüljek el a témában. Innen ered érdeklődésem a kutatás tárgya iránt.
A dolgozat elkészítésével az volt a célom, hogy megtaláljam azokat az okokat, amelyek az innovációk lakossági elfogadását segítik, hogy megtudjam, s mint lehetne megteremteni az emberek bizalmát az új orvoslás-műtétek iránt. Miután meglehetősen kevés ezen témával foglalkozó munkát találtam mind Magyarországon, mind külföldön, emiatt ez a kutatás úttörő jellegűnek mutatkozik.
Munkám elkészítése során szekunder és primer kutatást végeztem. Szekunder kutatásom a témához kapcsolódó mind hazai, mind külföldi szakirodalmak, cikkek vizsgálatát foglalta magában. Primer kutatásom egy 10 kérdésből álló papír alapú kérdőív volt, amit a közvetlen célközönség töltött ki, így 165 értékelhető kérdőívet elemezhettem. Szakmai interjút készítettem Dr. Koós Zoltán ortopéd-sebésszel, aki jártas a 3D nyomtatást alkalmazott műtéti eljárásokban.
Ezen tanulmány elkészítésével reményeim szerint hozzájárulok az érdekelt felek motivációinak megértéséhez, az egészségügyi innovációkkal kapcsolatos elfogadási gátak megszüntetéséhez.

Csabai Ádám: A sorozatipar marketing szemléletű elemzése a Netflix példáján keresztül

csabai.adam@gmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BA, 7. félév

Témavezető:
Horváth Ádám Benedek, tanársegéd, SZIE GTK

Dolgozatom témájának a sorozatipar marketing szemléletű elemzését választottam, amelyet a Netflix példáján keresztül valósítottam meg. Saját korosztályom már egyre kevésbé beszél a mozikban megjelenő új filmekről, sokkal inkább tölti idejét új vagy akár régebbi sorozatok nézésével és megvitatásával. A sorozatiparban is változás figyelhető meg, hiszen a piaci szereplők száma egyre növekszik, és ezzel együtt a kínálat is folyamatosan bővül. A tartalomgyártók és szolgáltatók komoly erőfeszítéseket kell megtegyenek egy-egy új sorozat megkedveltetéséért. Mindez nehéz feladat elé állítja a vállalatokat, főleg manapság, amikor egy új piaci, üzleti modell is felütötte fejét a világban, ami már hazánkat is elérte. Ez a modell pedig nem más, mint a havi előfizetéseken alapuló streaming szolgáltatások.
Dolgozatom célkitűzései három részre oszthatók, amelyek a szakirodalmi feldolgozásra és a primer kutatásokra irányulnak. A szakirodalmi áttekintéssel és a szekunder információk gyűjtésével megszereztem azokat a háttérismereteket, amelyek segítségével könnyen megértettem a primer kutatásokban elhangzott és gyűjtött információkat. A kvalitatív kutatással feltártam az egyetemista fiatalok általános sorozatnézési szokásait és megismertem a Netflixel kapcsolatos álláspontjukat. A kvantitatív kutatással feltártam a dolgozat összefüggéseit mérhető adatokkal alátámasztva.
A dolgozatom hipotéziseinek eredményei közül kiemelnék kettőt. A H3: A sorozatnéző fiatalok többsége sok sorozatot tölt le a torrent segítségével elutasításra, míg a H5: A Netflix legfőbb gyengeségének a magyar feliratok hiányát tartják a sorozatnéző fiatalok elfogadásra került.
Végezetül pedig a dolgozatom egyik legfőbb következtetése az, hogy a sorozatipar jövője a streaming szolgáltatások kiaknázásában rejlik. Ebből következően a Netflix egyre jobban veszélybe kerül majd a versenytársai erősödése miatt. Továbbá a sorozatipar tömeggyártású sorozatait felváltja az igényesebb, egyedibb történetírás, ami a saját gyártású tartalom legfőbb erényévé válik. Legfőbb javaslattételem a Netflix számára az, hogy legalább minden saját gyártású sorozatához készítsék el a magyar feliratot, míg a hazai szolgáltatók számára a streaming szolgáltatások kifejlesztését javasoltam. Minden tartalomgyártó és szolgáltató pedig az online és offline marketing eszközök segítségével erősítheti pozícióját.

Érsek Ádám: Cinemarketing

ersek.adam@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 2. félév

Témavezető:
Dr. Petruska Ildikó, egyetemi docens, BME GTK

Filmek voltak és megkockáztatom, mindörökké lesznek. Ashton Kutcher, világhírű filmszínész szavaival élve „a filmek összehozzák az embereket". Mozifilmet nyújtani egy értéket teremtő szolgáltatás. Egy művészeti termékről van szó, ami számos funkciót betölthet: szórakoztat, elkápráztat, tanít, vagy éppen megbotránkoztat. Rengeteg alkotó, rengeteg műfaj, annál is több film. Mind a fogyasztókért versenyeznek, cél pedig a megtöltött moziterem.
Dolgozatom elméleti hátterét a kultúramarketing és a fogyasztói magatartás diszciplínái képezik. Primer kutatásomban kvalitatív és kvantitatív módszereket is alkalmaztam. Kvalitatív kutatásom mélyinterjús módszer keretében a szakértői vélemények feltárására irányult, hogy minél jobb rálátást szerezzek e többszereplős piac működési mechanizmusainak feltárására, a szakmai döntési szempontok megértésére vonatkozóan. Kvantitatív, online kérdőíves, kutatásom célja a mozilátogatásra, elsősorban a filmválasztásra vonatkozó fogyasztói szokások, s az ebben szerepet játszó marketing befolyásoló tényezők megismerése volt.
Dr. Kálmán András filmforgalmazási szakembertől megtudtam, hogy a filmválasztást első helyen a téma, második helyen a műfaj, harmadik helyen a színész befolyásolja. Marketing szempontból viszont az előzetes az, ami messze magasan vezet. Online kérdőíves megkérdezésem során bebizonyosodott, hogy a mozi az Y generációs fiatalok körében egy igen népszerű szórakozási formája a kulturális programoknak és a szabadidő eltöltésének. Kíváncsi voltam, továbbá a mozikat kerülő válaszadók passzivitásának okaira is. Egyrészt az árakkal nincsenek kibékülve, másrészt nagy számuk az otthoni filmnézést részesíti előnyben. A magas arány arra hívja fel a figyelmet, hogy a fiatalok számára még vonzóbbá kell tenni a moziba járást, jobb alternatívát kínálva az otthoni filmnézéssel szemben. Az eredmények azt mutatják, hogy a legkedveltebb műfajnak a kitöltők a vígjátékot, a legjobban mellőzöttnek pedig a horrort jelölték meg. Kiemelkedő felfedezés, hogy a fiatalok ezen a területen is mennyire fontosnak tartják élményeik megosztását személyes beszélgetéseik során, egyértelműen erős a szájmarketing jelenség. A kutatásból kitűnik az eredeti nyelven bemutatott filmek iránti lelkesedés a filmválasztásnál. Kérdőívem eredménye alapján, az interjút alátámasztva, kijelenthető, hogy a filmválasztásnál elsöprő többséggel vezet a film témája. Ez alapján tehát megállapítható, hogy a hazai mozizás tartalomvezérelt.

Farkas Noémi Dóra: Az egészséges táplálkozás megítélése a hazai fogyasztók körében

farkas.noncsi94@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 4. félév

Témavezetők:
Dr. Fehér András, adjunktus, DE GTK
Dr. Kiss Marietta, adjunktus, DE GTK

Az egészséges táplálkozás témaköre rendkívül aktuális, hiszen az olyan népbetegségek korában, mint a kóros túlsúly, a cukorbetegség, a magas koleszterinszint egyre nagyobb hangsúlyt kap a prevenció, vagyis a megelőzés mint egy lehetséges megoldás. A modernkori étkezési szokások miatt egyre több ember él valamilyen ételallergiával, érzékenységgel vagy intoleranciával, valamint egyre többen szeretnének odafigyelni arra, hogy mit fogyasztanak a fitt és sportos fizikum érdekében.
A dolgozat során főbb célkitűzésemnek tekintem, hogy bemutassam a hazai fogyasztók hozzáállását az egészséges életmódhoz és táplálkozáshoz, ezek jelentőségét és előnyeit, valamint kiderítsem, hogy mennyire van létjogosultsága Debrecenben egy egészséges ételeket és italokat forgalmazó vendéglátó egység létesítésének, ami táplálkozás tekintetében speciális igényeket elégítene ki. Ezekhez a célkitűzésekhez kapcsolódóan felállítottam hipotéziseket, melyek megválaszolásához kutatásokat végeztem.
A szekunder adatgyűjtés során hazai és külföldi szerzőktől egyaránt használtam fel forrásokat, hogy minél átfogóbb képet kapjak a témáról.
Primer adatgyűjtésként netnográfiás kutatást és fókuszcsoportos interjúkat készítettem. A netnográfia során először a Google keresőmotorját használtam az előre meghatározott és a témához kapcsolódó kifejezések keresésére. A kapott találati számokból következtetéseket vontam le. Ezután az adott kifejezések segítségével különböző online felületeken vizsgálódtam. A fókuszcsoportos interjú célcsoportjait a netnográfia során kapott eredmények felhasználásával alakítottam ki, ahol kialakult három fogyasztói csoport: a támogatók, az ellenzők, és a semlegesek. A kutatások kvalitatív információval szolgáltak.
A szekunder és primer kutatásom is bebizonyította, hogy az egészséges táplálkozás tudatos fogyasztói magatartást igényel. Egyre többen figyelnek oda az egészséges étkezésre, és terjed az egészségtudatosság. Ezzel párhuzamosan olyan új fogyasztói igények jelennek meg, amelyek az életminőség javulását az egészséges táplálkozás révén próbálják elérni. Legtöbb esetben azonban az információ, az idő, az alternatívák és a rendelkezésre álló lehetőségek hiánya az, ami a korlátozó tényezőként van jelen, így az a hipotézisem, miszerint a fogyasztók bizonytalanok az egészséges táplálkozás egészségmegőrzésben való szerepét illetően, beigazolódott.

Holczer Adél Judit: A szülői egészségtudatosság és az étkezési preferenciáik vizsgálata a gyermekkori elhízás tükrében

holczeradel@outlook.hu
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BA, 5. félév

Témavezető:
Bakosné Kiss Virág, tanársegéd, DE GTK

A XXI. század egyik megatrendje, az egészségtudatos életmód és táplálkozás, amely kutatásom alapját képezi. A téma számtalan aspektusa már ismert, ám a szülők egészségtudatossága illetve az élelmiszervásárlási szokásaik és ennek hatásai gyermekeik egészségére egy olyan téma, amelyről még csak elenyésző számú tanulmány készült, amely alátámasztja dolgozatom relevanciáját. A szülői irányelvek, minták hatnak legnagyobb arányban egy gyermek táplálkozási és életmódbeli szokásaira. Természetesen megemlíthetők, mint felelősök a közösségi média és a reklámok is, hiszen ezek jelenléte sem elhanyagolható egy gyermek étkezési szokásait tekintve, ha az aktuális trendeket és ellentrendeket vesszük figyelembe. Hazánkban az elhízás népbetegségnek számít, népegészségügyi jelentősége eléri a dohányzásét. A gyermekkori obezitás prevenciója ezen belül is kiemelt jelentőséggel bír, hiszen a helytelen táplálkozás és a fizikai aktivitás hiánya a gyermekek esetében nagyon hamar túlsúlyhoz később elhízáshoz vezet, amely komoly rizikófaktora számos betegség kialakulásának, ezért erre külön kitérek. Feltárókutatásom célját képezte a különböző szülői attitűdök, illetve preferenciák vizsgálata melynek keretein belül olyan Magyarországon élő édesanyákat és édesapákat kérdeztem meg, akiknek gyermekei 0-14 év közöttiek. Primer kutatásom során, kérdőíves megkérdezést alkalmaztam, amelyet 206-an töltöttek ki, így a főbb gondolatok, irányelvek már tetten érhetők a szülők étkezési és nevelési szokásaikat tekintve. Kutatásom főbb témakörei: az egészség és az egészséges életmód fontossága, a szülői tájékozódás formái és módja a témát illetően, mely forrásokat tartják hitelesnek, a családok étkezési szokásai, a szülők és gyermekeik egészségi állapota, a szülői felelősségvállalás, illetve az elhízással kapcsolatos kérdéskörök. A statisztikai elemzés során több szegmentumot sikerült elkülönítenem egymástól, melyek eltérő attitűdjei, preferenciái jól kimutathatók. Az eredményekből kiderült például, hogy a válaszadók fontosabbnak ítélték meg az egészség dimenzióin belül a lelki egészséget, mint a biológiai egészséget, illetve, hogy az egyes értékcsoportok mentén másképp látják az étkezések vagy az információforrások megítélését.

Ilyés Ágnes: Use of personal data in marketing from consumer perspective (Személyes adatok felhasználása a marketingben fogyasztói szemszögből)

agi935@yahoo.com
Babeş-Bolyai Tudományegyetem
Marketing stratégiák és politikák, MA, 4. félév

Témavezető:
dr. Seer László-Csaba, egyetemi adjunktus, RO BBTE

In the twenty-first century the information has become the most important raw material for production and a new source of huge social and economic value. Data mining methods have been developed, data storage possibilities have been expanded and as a consequence wast amount of information has become available to companies and individuals. At the same time more and more people connect to digital networks, enabling easier communication and faster information sharing. Data now has an extraordinary value for the global economy as it promotes innovation, productivity, efficiency and growth.
Recent studies point out the importance of personal data in marketing, however they do not explore what consumers think about using their personal information for commercial purposes and how to influence them to provide these information to companies unreservedly. The aim of this study is to examine what kind of factors influence the usage attitude of Facebook as an internet service, and how this attitude influences the willingness to use this service and also the willingness to share personal information.
The examined variables are: the perceived protection of privacy, the perceived usefulness of the service, trust, the perceived risks, the enjoyability of the online service and the simplicity of using the platform. Facebook was chosen because it is the most popular social media platform in Romania. In order to find the answers an online questionnaire research was made and 268 people were questioned. For the mathematical and statistical analysis of this data both SPSS and SMART PLS programs were used. For hypothesis testing the PLS-SEM algorithm was used.
The key findings are: the perceived usefulness of the service, trust, the enjoyability of the online service and the simplicity of using the platform have positive influence on Facebook usage attitude, and this attitude has positive effect to the willingness of using this service and sharing personal information on that platform. However, the perceived protection of privacy and the perceived risks do not have effect on the examined attitude.
In conclusion, in order to convince costumers to share personal information on a social media platform the following is recommended: it should be emphasized how the given platform makes certain activities more effective, it must be a reliable source of information, it has to be entertaining, and the usage of the platform must be easy to learn.

Kiss Brigitta: Preferenciák a magyarok süteményfogyasztási szokásaiban: mennyiség vagy minőség

kissbrigitta15@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar
Turizmus-vendéglátás, BA, 5. félév

Témavezető:
Hídvégi Hedvig, főiskolai tanársegéd, BGE KVIK

A cukrászati termékek árai közti különbség nem az eltérő árréseknek köszönhetők, hanem az olcsó alapanyagok használatának.
Kutatásom fő témája: a magyarok, ha megtehetik inkább a kisebb, de színvonalasabb süteményeket választják, vagy fontos számukra, hogy eltelítse őket az adott desszert.
A cukrászat történeti áttekintése szekunder kutatással történt. Primer vizsgálatom alapját egyéni interjúk készítése, kérdőíves megkérdezés és egy csoporton elvégzett érzékszervi bírálati teszt szolgáltatta.
A legfőbb eredmény, hogy a fogyasztók többségének fontosabb egy sütemény minősége, mint a mennyisége. Azonban a dolgozat rámutat arra, hogy a közízlés még nem alkalmazkodott ehhez, sokan a valódi, természetes alapanyagokból készült desszerteket kevésbé tartják finomnak, mint a kényelmi termékekből készült és adalékanyagokat tartalmazó készítményeket.

Könye Dóra: Ilyen ez a popszakma, avagy marketing a zeneiparban

konyedora@gmail.com
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar
Gazdálkodás és menedzsment (német nyelven), BA, 5. félév

Témavezető:
Prof. Em. Dr. Székely Csaba, Professor Emeritus, SOE LKK

A zene életünk fontos része, mely szórakoztató jellege mellett napjainkban egyre inkább teret ad marketing tevékenységeknek. Az átalakuló zenefogyasztási szokásoknak köszönhetően a zenés videoklipek lehetőséget teremtettek egyre több termékelhelyezés szerepeltetésére, melyek hatást gyakorolhatnak a fogyasztók vásárlási döntéseire. A kérdés az, a vevőket mennyire zavarja, ha egy eredetileg szórakoztató céllal rendelkező szabadidős tevékenység, a marketing eszközévé válik.
Szekunder kutatásomban elemeztem a megváltozott zenefogyasztási szokásokat ezen az átalakuló piacon, feltártam a termékelhelyezésben rejlő potenciált, valamint elemeztem a marketingeszközöket. Primer kutatásomban 513 kérdőívet sikerült kitöltetnem az Y és Z generáció körében, továbbá mélyinterjút készítettem négy különböző stílusú feltörekvő előadóval.
A kérdőív elemzése során nemek szerint vizsgáltam a kérdéseket, ezekből megállapítható, hogy az időtartamot illetően a klipek nézési szokásai nemtől függetlenek, csakúgy, mint a zenehallgatási idő. A férfiak akár 12%-kal több pénzt hajlandóak kiadni egy fesztivál jegyért, mint női társaik, de zenei TV csatornákat már kevésbé néznek (57% egyáltalán nem). A termékelhelyezés nem különösebben zavaró a klipek nézőinek, az előadó, a tartalom, a szöveg fontosabb szerepet játszik.

Schnell Ágota: A különböző nemzetiségű hallgatók étkezési szokásai külföldi tanulmányaik alatt

schnellagota@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Marketing, MSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Törőcsik Mária, egyetemi tanár, PTE KTK

A tanulmány fő célja a különböző nemzetiségű hallgatók étkezési szokásainak alakulása és vizsgálata, hogy mely vásárlói illetve fogyasztói csoportba tartoznak.
A dolgozat két részre bomlik, szekunder és primer kutatásra. Első részben a vásárlói és fogyasztói magatartás tényezőiről, a generációs csoportok jellemzőiről szereztem ismeretet. Emellett a kultúra és az étkezési stílusok világába is jobban belemélyültem, hogy ezen információk segítsék a későbbiek folyamán a primer kutatásomat.
Primer kutatásomban kvalitatív és kvantitatív technikát is alkalmaztam, ahol az előbbiél mélyinterjúkat készítettem Hollandiában (Tilburg) tanult hallgatókkal, míg az utóbbinál online kérdőíveket küldtem ki a Magyarországon (Pécset) tanuló különböző nemzetiségű hallgatók közt.
A kutatás legfőbb célja, hogy vajon megváltozhat-e egy külföldön töltött idő alatt az emberek étkezése, és ha igen milyen mértékben. A hiányzó élelmiszeralapanyagok és ételek, mennyire hiányoznak a hallgatóknak, illetve mennyire nyitottak az adott tartózkodási ország gasztronómiai világára. A kapott eredmények alapján több fogyasztói csoportot alakítottam ki, így az üzletláncok vezetői és a marketingszakemberek sokkal jobb rálátást kapnak, hogy kikre és milyen módon kell figyelmüket fordítaniuk. Ezáltal a hallgatók könnyebben megtalálhatják a saját ízviláguknak kedvező ételeket és élelmiszeralapanyagokat.

Siska Eszter: Fogyasztói percepció és pozicionálási lehetőségek a Tokaji borvidék pezsgőinek tekintetében a hazai piacon

siskaeszter94@gmail.com
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Marketing, MA, 1. félév

Témavezetők:
Dr. Molnár László, egyetemi docens, ME GTK
Dr. Szakál Zoltán, egyetemi docens, ME GTK

A pezsgőkészítés manapság egyre elterjedtebbé válik az ország borvidékein, számos pincészet palackozott már saját pezsgőt. Tokaj-Hegyalján a világháborúk idején is kísérleteztek már ezen ital elkészítésével, ám az első palackos erjesztésű pezsgők csupán 2009-ben láttak napvilágot a vidéken. A tokaji pezsgők különleges helyet foglalnak el a pezsgőpalettán, azonban mégsem annyira ismertek a fogyasztók körében. Az áruházak polcain nem igazán találkozunk velük, kiszorítják a nagy hazai és külföldi márkák, ám lehet, hogy mégsem ezekkel kívánják felvenni a versenyt.
Ezen a vidéken töltöttem a gyerekkorom nagy részét, és számomra fontossá vált az itt készült termékek és a térség imázsának javítása különféle marketingeszközök segítségével. A kutatásom legfőbb célja az volt, hogy megismerjem a Tokaj-hegyaljai pezsgők helyzetét hazánkban. Megtudtam, mely fogyasztói szegmens a célcsoportja ezeknek a termékeknek, milyen versenyelőnyök különböztetik meg a piacon fellelhető többi pezsgőtől. Kíváncsi voltam, hogy a fogyasztók miként észlelik a Tokaji borvidék pezsgőit a versenytársakhoz képest.
A dolgozatomban a szakirodalmi megközelítés mellett a legnagyobb szerepet az egyéni kutatás kapta. Strukturális interjúkat készítettem a hazai és a Tokaji borvidék pezsgőpiacának kiváló szakembereivel. Megkérdeztem négy kiváló borászat képviselőjét és egy sommelier-t a pezsgők mai helyzetéről. A vélemények ellentmondónak bizonyultak, azonban mindannyian azt állították, hogy pár év múlva, a piac visszajelzéseit és a trendeket figyelembe véve érdemes visszatérni a kérdésre. A kutatásom másik módszertanának a fókuszcsoportos interjút választottam. A résztvevők összetételét nem, életkor és iskolai végzettség alapján alakítottam ki. A kérdések általános fogyasztási, vásárlási szokásokra, és a tokaji pezsgők ismeretére irányultak. Ezután következett a kutatás legizgalmasabb része, a pezsgő kóstoló és értékelő vakteszt. A perszonifikáció kérdését alapul véve kialakult egy kép, milyennek képzelik el a résztvevők A tokaji pezsgőt. Ennek az eredménynek a birtokában a borászatok még tudatosabban pozicionálhatják majd pezsgőiket.
A kapott eredményeket felhasználva igyekeztem olyan következtetéseket levonni és javaslatokat megfogalmazni, amelyek a közeljövőben segítséget nyújthatnak elsősorban a tokaji pezsgők piacán tevékenykedő pincészeteknek. Illetve bízom abban, hogy dolgozatom érdekes tanulmány lesz a pezsgők és a Tokaji borvidék iránt érdeklődő olvasók számára is.

Unghváry Tamás: Márkák harca a mobilpiacon

unghytom@gmail.com
Eszterházy Károly Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BA, 8. félév

Témavezetők:
Dr. Csernák József, egyetemi tanársegéd, EKE GTK
Dr. Taralik Krisztina, egyetemi docens, EKE GTK

Problémafelvetés: Az információs technológia elterjedése gyökeresen változtatta meg a hivatali és a magánéletet. A szoftver és hardvergyártók harcot vívnak a fogyasztói igények kielégítéséért és a piaci részesedésért. Dolgozatomban azt igyekszem feltárni, hogy milyen szerepe van az okostelefonoknak és az okostelefon márkáknak a mindennapjainkban.
Kutatásom célkitűzése, hogy feltárjam, hogy milyen szerepet töltenek be az okostelefonok mindennapjainkban; hogy vajon mivel nyújt az egyik márka többet a másiknál; milyen mértékű márkahűség figyelhető meg az egyes márkák használói körében; és hogy milyen szempontok játszanak szerepet az okostelefon választásban.
Kutatási kérdéseim: Mire használják elsősorban okostelefonjaikat tulajdonosaik? Hogyan vélekednek az egyes márkák tulajdonosai az általuk birtokolt márkáról? Van-e összefüggés a felhasználók által birtokolt márkák és a márkához való lojalitás mértéke között? Milyen eltérések vannak a különböző márkák tulajdonosainak okostelefon választási preferenciáiban és használati szokásaikban?
Hipotézisek: Kutatási kérdéseim alapján a következő hipotéziseket állítottam fel:

1. A mobiltelefonok felhasználási területein a klasszikus telefonszolgáltatások mellett kimutatható módon előtérbe kerültek egyéb internetalapú szolgáltatások is.
2. A megkérdezettek körében a birtokolt márkák értékelése a megadott minőségi szempontok alapján hasonló.
3. A megkérdezettek körében nincs statisztikailag kimutatható összefüggés a birtokolt mobiltelefon márkája és a márkahűség között.
4. A megkérdezettek esetében nincs statisztikailag kimutatható összefüggés a birtokolt mobiltelefon márkája és a vásárlási döntés szempontja szerint.

Anyag és módszer: Dolgozatomban előbb szekunder adatgyűjtést és feldolgozást végeztem a témában, majd ennek eredményeire épülően kvalitatív fókuszcsoportos és kvantitatív online megkérdezés folytattam le.
Kutatási eredmények: Hipotéziseimet a három legnagyobb okostelefon márka összehasonlításán keresztül vizsgáltam. Négy hipotézisből az első tudtam igazolni, a másik hármat el kellett vetnem.
Következtetések és javaslatok: A használati szokások alapján 3 klaszterbe tudtam besorolni válaszadóimat. A 3 legnagyobb márkánál egyértelműen be tudtam azonosítani, hogy vásárlói mely klaszterből/klaszterekből kerülnek ki elsősorban. Javaslataimban arra fogalmaztam meg ötleteket, hogy ezek a márkák hogyan foghatnák meg azokat a vevői csoportokat, akik jelenleg kevésbé érdeklődnek az adott márka iránt.

MARKETING II.
FOGYASZTÓI MAGATARTÁS II.

Zsűrielnök:	Prof. Dr. Lehota József, egyetemi tanár, SZIE GTK
Társelnök:	Dr. Sasné Grósz Annamária, egyetemi docens, PE GTK
Tagok:	Dr. Böröndi-Fülöp Nikoletta, egyetemi adjunktus, KE GTK
	Dr. Jenes Barbara, egyetemi adjunktus, BCE GTK

Claro Dániel: A Ryanair és a Wizz Air fogyasztói megítélése a Fair Pricing modell tükrében

claro.dan@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Gyulavári Tamás
egyetemi adjunktus, BCE GTK

A feltáró jellegű dolgozat a diszkont légitársaságok térnyerését és a méltányos árazást kapcsolja össze. A dolgozat fő kutatási kérdése, hogy a megkérdezett fogyasztók hogyan ítélik meg a Ryanair és a Wizz Air diszkont légitársaságok árazását, mennyire tartják azt méltányosnak, valamint milyen okokra vezethető ez vissza. A dolgozat ezen felül olyan kérdésekre is kitér, hogy milyen a fogyasztók márkaattitűdje a Ryanair és a Wizz Air diszkont légitársaságok esetében, továbbá, hogy milyen a kapcsolat a fogyasztók referenciaára és a méltányos árazás között.
A dolgozat módszertana egy 127 fő mintájú fogyasztói kérdőíven és egy 54 napos árgyűjtésen alapszik. A kérdőív összesen 14 kérdést tartalmaz, beleértve a demográfiai adatokat is. A dolgozat tartalmaz továbbá varianciaanalízist és egy SEM-modellt is, a kérdőív válaszai mentén.
A dolgozat eredményei közé tartozik, hogy a vizsgált légitársaságok árazási gyakorlatát a kitöltők 20-25%-a érzi méltánytalannak, ami azért releváns, mert a fogyasztói szokások szerint az ár a legmeghatározóbb tényező. A kérdőív mintája alapján a Wizz Air árazását a fogyasztók pozitívabban ítélik meg a Ryanair árazásánál, ami a márkaértéknek és a szolgáltatási színvonalnak tudható be. A varianciaanalízis szerint a nők és a 26 év feletti korosztály negatívabb érzéseket társítanak a légitársaságok árazásának méltányosságához, mint a férfiak és a 25 év alattiak, ezért a vizsgált diszkont légitársaságoknak érdemes lehet ezekre a szegmensekre jobban fókuszálni kommunikáció szempontjából. Továbbá, a SEM-modell alapján a dinamikus árazás és a méltányos árazás között, valamint a referenciaár és a méltányos árazás között is gyenge negatív kapcsolat észlelhető. Összességében a dolgozat arra az eredményre jut, hogy a Wizz Airnek Magyarországon nagyobb a márkaértéke a minta alapján, ami betudható a magasabb szolgáltatási színvonalnak, vagy a fogyasztókkal való bánásmódnak.
A dolgozat további kutatási iránya a kérdőív nagyobb mintán való tesztelése lehetne véletlen mintavételi módszerrel, vagy az árgyűjtés adatainak mélyebb elemzése.

Dujmov Ljiljana Selma: Közös fogyasztói érték- és élményteremtés a Legonál

dujmov.selma@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Marketing, MSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Mitev Ariel Zoltán, egyetemi docens, BCE GTK

Hogy van ideje bárkinek is ma még játszani és építeni? Aki legózik, az tudja erre a választ. Egyszerűen muszáj! A vállalat oly módon alapozta az élményre a játékot, hogy meghagyta azt a szabadságot, hogy a ne csak a leírásban szereplő formákat lehessen megépíteni a LEGO kockákból, hanem szabadon, a játékosok fantáziájának teretengedve bármit. Emellett a cég, a LEGO Ideas megjelenésével bővíti co-creation tevékenységét, azon fogyasztók bevonásával, akik a nagyvilág elé tárnák új építményüket és egy egészen új konstrukciót dobnának a piacra. Munkámban a LEGO fogyasztói érték- és élményteremtésére keresem a választ. Vagyis arra, hogy mi motiválja a játékosokat, hogy legózzanak és a co-creation eszmével azonosulva új konstrukciókat hozzanak létre amiket akár fel is töltenek a LEGO Ideas oldalára. Kutatásomat négy hipotézisen keresztül vizsgáltam. Ennek tükrében PLS-SEM, vagyis strukturális egyenlőségek modelljét alkalmaztam és mélyinterjúkkal vizsgáltam a LEGO építés élvezetességét és a hozzá kapcsolódó tényezőket. Mélyinterjúmhoz speciálisan olyanokat kerestem, akik rendszeresen kiállítják építményeiket. Kérdéseimet három témakörre bontottam: a személyes motivációra, az új alkotás érzésére és a LEGO Ideas iránti hajlandóságra. Meglepő módon a LEGO élvezetessége nincs kapcsolatban a tovább fejlesztési szándékkal és a legózás sok esetben inkább magányos sport, mint társas tevékenység. Emellett a LEGO Ideas nem ért el akkora sikert a játékosok körében, mint a várt eredmény.

Fazekas Bence: Sneakermarketing

fazekasbence98@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar
Turizmus-vendéglátás, BA, 5. félév

Témavezető:
Dr. habil. Kovács András, egyetemi docens, BGE KVIK

A sneakerek, vagyis a népszerű, divatos sport és szabadidőcipők piaca napjainkban dinamikusan fejlődik. Mára egyes sneakerek kultusztárggyá váltak, egy teljes szubkultúra alakult ki köréjük. Egyre több fiatal sneaker-rajongó (kiváltképp a Z generáció képviselői) vásárol ilyen cipőket különböző célokkal, például gyűjteményük gyarapítása, vagy viszonteladói (reseller) tevékenység. A szubkultúra tagjai előszeretettel látogatnak sneaker-rendezvényeket, ezenfelül követik a „sneaker tartalmakat" a közösségi média különböző felületein. Ezek a platformok egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek, ami elengedhetetlen az online marketing szempontjából.
A dolgozatom célja a „sneaker-jelenség" marketing vonatkozásainak mélyebb megértése, elemzése. A kutatás során elsőként a jelenséget mutatom be szekunder forrásokra támaszkodva, kezdve a sneaker-kultúra és az ahhoz kötődő marketingeszközök átfogó ismertetésével a kezdetektől napjainkig. Ezt követően a saját empirikus adatgyűjtésekre támaszkodva (mélyinterjú, kérdőív) elemzem a hazai sneaker piac keresleti és kínálati oldalát. A mélyinterjúkat a hazai sneaker kultúra fő szervezőivel és képviselőivel készítettem el, többek között a Kicks R Good rendezvénysorozat társalapítójával, a SneakerTracker, azaz a sneakerek világának legdinamikusabb közösségi platformjának alapítóival, és népszerű influencerekkel, mint DABLTY. Ez azért volt fontos, hogy megismerhessem a véleményüket, hogy látják a szubkultúra jövőjét és lehetőségeit, valamint hogyan népszerűsítik önmagukat, rendezvényeiket, vagy épp cégüket. Az online kérdőíves megkérdezés Magyarország legnagyobb sneaker témájú Facebook csoportjában, a KRG Community-ben történt, amit 419-en töltöttek ki. Sneakervásárlási szokásaikról, illetve az influencermarketingről alkotott véleményüket kérdeztük meg. A vizsgált minta nagyságának, illetve a fogyasztói és vállalati oldal (keresleti és kínálati oldal) megkérdezésének köszönhetően egy átfogó képet vázoltam fel a hazai sneakermarketing sajátosságairól.
A hazai kultúra 75%-a a Z generáció képviselője, rendszeresen tájékozódnak a közösségi médiából(leggyakrabban az Instagramról, a megkérdezettek 77%-a). Sneakereik kiválasztását leginkább a barátaik, sportolók, zenészek befolyásolják, és az adott cipő hype-ja is fontos számukra. Körükben a személyes vásárlás a legnépszerűbb (67%), a hazai boltok reklámtevékenységét közepesen jónak értékelték. Legtöbben negyedévente vásárolnak sneakereket, átlagosan 35.000-50.000 Forint értékben.

Gyárfás Adorján[1] - Kadocsa Ferenc[2] - Tárkányi Zoltán[3]: Nekünk mit jelent az online bankolás?

[1]*adorjan.gyarfas@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy, MSc, 2. félév

[2]*ferenc.kadocsa@evk.hu*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy, MSc, 2. félév

[3]*tarkanyizz@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy, MSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Pintér Róbert, adjunktus, BCE GTK

A dolgozat kutatási kérdése azt segít megvizsgálni, hogy a bankok milyen mértékben képesek kihasználni a FinTech forradalom kínálata lehetőségeket Magyarországon.
A dolgozat gondolatmenete egy holisztikus szempontrendszer szerint közelíti meg a pénzügyi szektorban végbement folyamatokat, a magyarországi bankszektor kínálati oldalán tapasztalható értékajánlatot, valamint a budapesti egyetemisták pénzügyi fogyasztási szokásain keresztül a jelenlegi és jövőbeli várható keresletet a FinTech megoldások magyarországi elterjedését illetően. Ezen kívül a munka célja, hogy megvizsgálja, hogy a Magyarországon működő bankok lefedik-e a teljes lakossági értékláncot online megoldásaikkal, illetve, hogy a budapesti egyetemisták számára a Magyarországon működő bankok továbbra is tudnak-e online értékajánlattal értéket teremteni. Következésképpen a dolgozat arra tesz kísérletet, hogy megvizsgálja, hogy a technológiai újítások iránt jellemzően elsőként érdeklődő értelmiségi fiatalok körében jelenleg mennyire tudtak elterjedni az online bankoláshoz kapcsolódó megoldások és milyen potenciált rejt a célcsoport.
Ezek alapján a szerzők két főbb feltételezést vizsgáltak az elemzés során: 1. A Magyarországon működő bankok közül egyik sem fedi le a teljes lakossági értékláncot online megoldásokkal. 2. A budapesti egyetemisták számára a Magyarországon működő bankok továbbra is tudnak online értékajánlattal értéket teremteni.
Az elemzés módszertana két főbb elemből épül fel, egy online kérdőív segítségével lebonyolított primer kutatásból, mely a keresleti oldalt vizsgálja, illetve egy mélyinterjúkra alapuló módszertanból, mely a kínálati oldalt kívánja részletesebben bemutatni.
Az dolgozat konklúziójaként két lényeges elemet lehet kiemelni: 1. A bankoknak a FinTech startup megoldásait beépítve, velük együttműködve kell kielégíteni a fogyasztók betételhelyezési, hitelezési, utalási és fizetési igényeiket. 2. A hosszútávú ügyfélérték a vagyontervezési és befektetési tanácsadási FinTech megoldásoké, sem a partnerkockázat, sem a földrajzi aszimmetria nem lehet gátja az elterjedésnek.

Sajtos Bianka: Márkaszemélyiség vizsgálata a parfüm márkák piacán

sajtosbiianka@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BSc, 6. félév

Témavezető:
Dr. Prónay Szabolcs, egyetemi adjunktus, SZTE GTK

Jelen kutatás célja azon tényezők feltárása, amelyek befolyásolják a márkaszemélyiség észlelését a parfümök piacán. A parfümök szimbolikus tartalma miatt nagy szerep jut a pszichológia tényezők feltárásának. A dolgozat elején bemutatásra került a márka használatának szerepe, valamint a márkaszemélyiség kialakulásának jelentősége. A tanulmány foglalkozik azoknak a motivációknak a feltárásával, amelyek befolyásolják azt, hogy miért alakítunk ki személyiséget a márka körül, valamint kitér az énkép és a márkaszemélyiség kapcsolatának elemzésére (márka illeszkedés). A primer kutatás során alkalmazott módszer a kvalitatív technikák közé tartozó fókuszcsoportos megkérdezés volt. A vizsgált célcsoport alanyai egyetemisták voltak, valamint koruk szerint a Z generáció tagjai közé tartoztak. A kutatásban résztvevők többsége márkahű vásárló. A márkahűség egy különleges motivációját tárta fel a kutatás, melynek hátterében egy szeretett emlék visszaidézése áll. Az elemzés eredményeként szintén kiderült, hogy a parfümöknél a márkaszemélyiség észlelésére a márka által sugallt jellemvonások hatnak, melyeket közvetlenül a hírességek befolyásolnak, közvetetten pedig a termékhez kapcsolódó tulajdonságok (szín, forma), valamint az ár és a márkanév. Ezek a jellemzők pedig olyan demográfiai tulajdonságok közvetítenek, mint a nem, kor és társadalmi osztály. Jövőbeli kutatási célirányként érdemes lehet kiterjeszteni a kutatást különböző korcsoportokra, ugyanis lehetnek eltérések a különböző korosztályok tekintetében a parfüm márkák személyiségének megítélésében.

Stósz Fanni: A szeretőktől az uralkodókig: az archetípus-márkázás

fanni.stosz@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Marketing, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Gerdesics Viktória, adjunktus, PTE KTK

Dolgozatom témája az archetípus-márkázás, amely szerint a C. G. Jung által megfogalmazott archetípusok 12 fajtája használható a márkázás területén. Elsődleges célom az archetípus-márkázás működésének megismerése, sikerének feltérképezése volt. Ehhez először a márkázás területét vizsgáltam meg, kiemelve a márka-fogyasztó kapcsolatát és a márkaszemélyiséget, majd az archetípusok hátterének jártam utána, és részletesen bemutattam azt a 12 archetípust, ami a márkázás területén használható. Végül áttekintettem az archetípusok használatának sikerére vonatkozó kutatásokat, bemutattam, miként lehet ténylegesen alkalmazni az archetípusokat a márkázásban. Saját kutatásom során azt vizsgáltam, hogy az archetípusokat hazánkban felismerik-e az emberek a népszerű márkákban.
Témaválasztásom oka, hogy egyre inkább nagy hangsúly terelődik a történetmesélésre, az emberek szeretik a nagy márkák történeteit hallgatni, keresik és szívesen olvassák, hallják, majd adják tovább ezeket. Úgy gondolom, hogy mindez egyre népszerűbbé válik, és mivel a történetek szereplői az archetípusok, ezért érdemes lehet jobban odafigyelni ezek alkalmazására, tudatos felhasználásukra.
Kutatásom során a téma kevésbé elterjedt gyakorlati alkalmazása miatt elsősorban a szakirodalmi áttekintésre helyeztem nagy hangsúlyt, majd primer kutatásomban online kérdőív segítségével kerestem választ a kérdéseimre, amelyben népszerű márkák archetípushoz történő kapcsolását kértem. A kitöltők keresése hólabda módszerrel történt, így végül 165 fős, nem reprezentatív minta alakult ki.
A szakirodalmi áttekintés és korábbi kutatások alapján megállapítható, hogy az archetípusok sikeresen alkalmazhatók a márkázás területén. Kutatásomban arra az eredményre jutottam, hogy az emberek képesek az archetípusokat felismerni népszerű márkákban, illetve a legtöbbször az ugyanahhoz a termékkategóriához tartozó márkák hasonló archetípussal rendelkeznek. Az archetípusok észlelését – hogy a márkák esetében milyen valószínűség gel választ ki valaki egy archetípust – befolyásolja az illető neme, de némi hatással az életkora és a foglalkozási területe is lehet rá.
Összességében tehát, az archetípusokat érdemes has ználni a márkázás területén, kiválasztásukkor pedig a célcsoporthoz leginkább illő típust javasolt előnyben részesíteni.

Szabó Dániel: Belföldi, szállodai szolgáltatások minőségére ható tényezők bemutatása, vizsgálata, illetve megítélése az egyes korosztályok körében

veszprem5@freemail.hu
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Turizmus és vendéglátás, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Sulyok Márta Judit, egyetemi adjunktus, PE GTK

Napjainkban a minőségi termékek, szolgáltatások iránti igény egyre fontosabb, életünk több területét átszövi ez a trend. A szabadidős célú utazások során is megfigyelhető, hogy mind a kínálati oldal fejlődése, mind az utazók által támasztott elvárások a magasabb minőséget helyezik előtérbe. A turisztikai szolgáltatások közül a minőség szempontjából kiemelkedő a szálláshelyek, ezen belül a szállodák szerepe. A magas minőség nyújtásával a szállodák nem csak versenyelőnyhöz, hanem elégedett és lojális fogyasztókhoz is juthatnak. Ez a tény pedig bizonyítja, hogy érdemes különös hangsúlyt fektetni a minőség fejlesztésére, fenntartására.
A fentiekhez kapcsolódóan dolgozatom fókuszában is a szállodai szolgáltatások minősége áll. Maga a minőség eléggé összetett, objektív, illetve szubjektív faktorokkal is rendelkezik. Kutatásom fő célja pedig ezeknek a faktoroknak, befolyásoló tényezőknek a feltárása, értelmezése a belföldi utazók körében.
A szállodai szolgáltatásminőséget saját, primer kutatás segítségével elemeztem. Ennek értelmében kvantitatív megkérdezést végeztem (online, önkitöltős kérdőív segítségével) 2018 tavaszi időszakában. Facebook hírfolyam, illetve csoportokban való megosztás segítségével juttattam el kérdőívemet a potenciális alanyokhoz. A kérdések közül néhány főbb témakör; az utazásra vonatkozó adatok (cél, időtartam, utazótárs, informálódás), igénybe vett szállodai szolgáltatások, illetve azok értékelése, kialakult elégedettség, elégedetlenség okai, személyes vélemények, javaslatok. A megkérdezés során, a minta nagysága elérte a 112 főt. A kitöltőket 2 korosztályra bontottam, 18-34 és 35-64 év közötti véleményezőkre, a jobb összehasonlíthatóság, egyezőségek és különbségek jobb kiemelése, tanulmányozása érdekében. Az előbbire példa lehet az, hogy a kitöltők az elmúlt 2 év belföldi utazásainak száma, illetve időtartama igazodik a globális trendekhez. Vagyis mindkét korosztály meghatározó része gyakrabban, de rövidebb ideig látogatott meg egy-egy belföldi desztinációt. Különbségnek mondható például, hogy a 35 év alattiak Összehasonlító oldalakon tájékozódnak első sorban, addig a 35-64 évesek a szállodák weboldalain gyűjtenek információt az utazáshoz. A további eredményekről, összefüggésekről dolgozatom kutatási részében olvashatnak.

Kulcsszavak: szálloda, szolgáltatásminőség, látogatói vélemények, elégedettség, menedzsment

Tóth Benjámin Barnabás: A fogyasztó és a márka közötti viszony vizsgálata az Old Spice és az AXE példáján

benjamintoth19940830@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Marketing, MSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Prónay Szabolcs, egyetemi adjunktus, SZTE GTK

Kutatásomban a fogyasztó-márka viszony természetének feltáró elemzését végeztem el az AXE és az Old Spice márkák esetében. A márkaviszony a lojalitással összefüggő, azt befolyásoló tényező, így vizsgálata a lojalitás jobb megértését szolgálja, mely a vállalat profitabilitására is pozitív hatással lehet. A fogyasztó-márka viszonyok sajátosságainak meghatározása céljából szekunder kutatást végeztem, majd netnográfiai vizsgálatot hajtottam végre, Facebook, Twitter platformokról származó 3000 kommentből álló mintán. Ehhez elméleti hátteret a BRQ modell biztosított (Kim ez al. 2005), mely Fournier (2000) fogyasztó-márka viszony tipizálását alapult. Kiinduló feltételezésem az volt, hogy a márkák eltérő USP-je eltérő fogyasztó-márka viszonyhoz vezethet, mely be is bizonyosodott a kutatás során.
A két márka fogyasztóval való kapcsolatának elemzésekor a következő kapcsolati dimenziókat sikerült elkülönítenem: önkéntes kapcsolat, elégedettség, elkötelezettség, bizalom, intimitás, gyűlölet, érdeklődés. E dimenziók mentén különbséget találtam a két márkához fűződő viszony tekintetében. Az AXE márkaközössége fiatalabb, a márkát jobban védi, míg az Old Spice fogyasztói körében erősebbek a márka felé kimutatott érzelmek, a márkával való kapcsolat bizalmasabb.

Tóth Zsuzsanna: A Fintech és Insurtech, mint digitális megoldások ismertsége a hazai fogyasztók körében

tsusanita@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Brávácz Ibolya, főiskolai docens, BGE PSZK

FinTech, Insurtech, egyéb tech végű szavak, digitalizáció és robotizáció. Ismerősek az előbbi kifejezések? A FinTech a Financial Technology szavak összevonásából, magyarra pénzügyi technológiákként fordítható, olyan nem hagyományos pénzügyi szolgáltatókat jelöl, akik pénzügyi szolgáltatást nyújtanak innovatív, technológiai megoldások segítségével. Az Insurtech, pedig hasonló analógiát követve az Insurance Technology szavakból született, és a biztosítási piacon jelenlévő FinTech startupokat értjük alatta.
Dolgozatomban azt vizsgálom, hogy a hazai lakosság ismeri-e a Fintech-et és Insurtech-et, illetve mennyire elterjedt itthon ezen megoldások által nyújtott lehetőségek hsználata és mennyire nyitottak rá a magyarok.
Három hipotézist fogalmaztam meg a kutatásom elején, melyeknek vizsgálatához a szekunder kutatás után az alábbi primer kutatási módszereket használtam: egy co-creation workshopot tartottam 38 első éves emberi erőforrás szakos hallgató számára, amire egy szemináriumi óra keretében kaptam lehetőséget, majd ezt követően egy szakmai interjút készítettem egy nemzetközi biztosító hazai leányvállalatának vezérigazgatójával. Ezen kvalitatív módszerekkel mélyebben megismerettem a kutatási témát.
Végül egy kvantitatív, online kérdőíves megkérdezést végeztem, melynek mintanagysága 320 fő volt, célcsoportom pedig a 18 év felettiek voltak.
A kapott eredményeket SPSS 24 program segítségével dolgoztam fel, ezután klaszteranalízist végeztem,mely eredményeként három csoportot tártam fel és jellemeztem az Insurtech-hez és FinTech-hez való viszonyuk alapján.

Török Nikolett: A magyarországi LMBT társadalom fogyasztói magatartás vizsgálata

noni26@vipmail.hu
Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
Marketing, MSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Happ Éva, egyetemi docens, SZE GK

Dolgozatom célja a magyar LMBT személyek fogyasztói magatartásvizsgálata volt, illetve annak megállapítása, hogy rendelkezik-e a csoport egyértelműen szegmentáló igényekkel és tulajdonságokkal.
A kutatás komplexitása miatt két, részben eltérő kérdőív összehasonlító elemzését végeztem, SPSS rendszer segítségével. A web felületen közzétett kérdéssort összesen 222-en töltötték ki, melyből 109 személy tartozott az LMBT társadalomhoz. Az adatok viszonyítása miatt törekedtem arra, hogy a két minta megközelítőleg azonos darabszámú legyen.
Az összehasonlító elemzésekben a két csoport anyagi helyzetének alakulását, illetve a vásárlás utáni kognitív disszonancia mértékét kívántam egybe vetni. Mivel a szekunder adatok áttekintése során többször találkoztam az LMBT csoport magas keresetének és foglalkoztatottságának kimutatásával, felmerült bennem a kérdés, hogy vajon ezek, az elsősorban Amerikából származó adatok mennyire tükrözik a magyarországi helyzetet. Az itthoni értékek jelentősen eltérnek a szakirodalomban látottakétól.
A TG márkahasználati tipológia osztályai közül az LMBT csoport kategorizálásához legmegfelelőbbnek a sokrétű, igényes fogyasztók csoportját tartottam a márkával összefüggésbe hozható válaszok alapján, mely a hazai vásárlók 21%-át teszi ki.
Fontos eredményként tekintettem annak felmérését, hogy az LMBT közösség tagjai pozitívabban reagálnak-e a csoporttal való szimpátiát hirdető marketingtevékenységek vonatkozásában. Ennek alakulását egy skála-kérdéssel, illetve különböző reklámképekre adott reakciót alapján kívántam feltárni. Míg az egyszerű kérdések vonatkozásában a válaszadók racionális fogyasztóként úgy vélték, hogy vásárlási döntésüket nem befolyásolja, ha egy marketingtevékenység LMBT vonatkozású, ezzel ellentétben a vizuális elemek megjelenítésekor, ahol az emocionális tartalom került előtérbe, jóval nagyobb hajlandóságot mutattak a vásárlásra.
Az LMBT csoportot célzó marketingdöntések előtt érdemes mérlegelni, hogy az adott reklámtevékenység hatására jelentkezik-e veszteség valamely fogyasztói szegmensből. Ennek kimutatására ugyanazon reklámképekre adott reakciókat a heteroszexuális fogyasztók körében is felmértem, illetve nemi változók alapján is készítettem összehasonlítást.
A kapott eredmények alapján kijelenthető, hogy az azonos neműek fizikai kontaktusát ábrázoló reklámképet esetében a bemutatott nemhez szexuálisan vonzódó osztályköz mutatott nagyobb vásárlási kedvet.

Újvári Gabriella: Érzékszervi marketing a fast fashion területén

gabii0719@gmail.com
Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 8. félév

Témavezető:
Dr. Kelemen-Erdős Anikó, adjunktus, OE KGK

Életünket végigkísérik az érzékszerveinkre – a látásunkra, hallásunkra, szaglásunkra, tapintásunkra és ízlelésünkre – ható, azokat befolyásoló tényezők. Ezek az érzékek egyéni tapasztalatainkkal és érzelmeinkkel társulva kedvezően, vagy akár kedvezőtlenül befolyásolhatják a vásárlói magatartást. Az érzékszervi marketing célja, hogy ingerek révén olyan üzeneteket küldjön az agy számára, amelyek pozitívan hatnak a vásárlókra. Ezeket a hatásokat a fast fashion területén vizsgáltam, mely az elmúlt húsz évben jelentősen átformálta a divatpiacot, és napjainkban is meghatározó szerepet tölt be a vásárlásban.
Kutatásom célja, hogy megvizsgáljam az öt érzékszervünkkel kapcsolatos marketingstratégiákat a fast fashion üzletekben, továbbá, hogy elemezzem, ezek milyen módon képesek befolyásolni a vásárlói magatartást. Ehhez szekunder és primer kutatásokat egyaránt alkalmaztam. Szakirodalom alapján feltártam az érzékszervi marketing, valamint a fenntarthatóság összefüggéseit, melynek vizsgálata megfelelő alapot nyújtott primer kutatásaim kiskereskedelmi környezetben való megalapozásához. Egy fast fashion üzlet vezetője megismertette velem a kínálati oldal céljait, melyeket bolti megfigyelés és kérdőív során tanulmányoztam, hogy a fogyasztók vásárlói magatartásában valóban megmutatkoznak-e. Kutatási eredményeim megerősítették hipotéziseimet arról, hogy mondhatni apró dolgok, mint a megfelelő világítás és háttérzene vagy egy jó illat megválasztása jelentős forgalomnövekedéshez, pozitívabb márkakép kialakításához és lojális vevők szerzéséhez vezetnek.
Eredményeimet felajánlottam a kutatásomat segítő cégek számára, hiszen ezek számukra is a jövőben hasznosítható információkat tartalmazhatnak. A jövőben érdemes lenne az online vásárlás során alkalmazható technikák kutatása, hiszen ott az illat- és érintésmarketingre nincs lehetőség.

Zsigmond Tibor: Az X és Y generáció a mobil applikációk világában

119669@student.ujs.sk
Selye János Egyetem
Közgazdaságtan és vállalati menedzsment, MA, 10. félév

Témavezető:
Dr. habil. Ing. Renáta Machová, egyetemi docens, SK SJE

Kutatásunk vizsgálódásának középpontjában a mobilos alkalmazásokkal kapcsolatos fogyasztási szokások állnak. Kutatásunkban az egyének fogyasztói szokásait szerettük volna felmérni. A választás az X (1965-1980) és Y (1981-1995) generáció képviselőire esett. Ezen generációk képviselőinek különböző a hozzáállása a mobilos applikációk használatához, úgy a mindennapi életben, mint a munkában is. Mostanáig csekély számú hazai és közép-európai kutatás foglalkozott az online mobilos tartalmak fogyasztási szokásaival. Éppen ezért szerettünk volna hozzájárulni a téma megközelítéséhez.
Az elméleti részt releváns hazai és külföldi szakirodalom alapján készítettük el. A gyakorlati részben az említett csoportok mobilos alkalmazások használatával kapcsolatos szokásait jellemezzük a kapott válaszok alapján. Végül a generációk közti jelentős különbségeket tárjuk fel.
Munkánk során 1 hipotézist állítottunk fel az elméleti részben megismert tények alapján. Az általunk megfogalmazott hipotézis így hangzik: A fiatalabb generáció tagjai fontosabbnak tartják a mobilos alkalmazásokat, mint az idősebb generáció tagjai.
Kutatásunk során primer adatgyűjtést végeztünk. Kérdőíves kutatást végeztünk, amely a kvantitatív kutatási technikák csoportjába tartozik. Célunk egy nagy sokaság szokásainak leírása volt, amelyre ezen módszert tartottuk a legmegfelelőbbnek. Kérdőívünket online és offline környezetben továbbítottuk néhány ismerősünknek, akik aztán hólabda módszerrel továbbították azt az érintett személyeknek. Ez a módszer a nem véletlen mintavételi technikák közé tartozik. A nem véletlen mintavételi technikák jól használhatók olyan kutatások során, melyek esetében nem létezik egy egységesített lista, amely az összes egyént, csoportot, szervezetet stb. tartalmazza. Mi esetünk sem támaszkodhattunk ilyen listára.
A beérkezett adatokat elektronikus úton az Excel program segítségével dolgoztuk fel. Hipotézisünk vizsgálatánál kereszttáblát (kontingenciatáblát) alkalmaztunk.

MARKETING III.
MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ ÉS DIGITÁLIS MARKETING

Zsűrielnök:	Dr. habil. Garai-Fodor Mónika, egyetemi docens, OE KGK
Társelnök:	Dr. Horváth Dóra, egyetemi docens, BCE GTK
Tagok:	Dr. Szendrő Katalin, egyetemi adjunktus, KE GTK
	Dr. Harsányi Dávid, főiskolai docens, BGE KKK

Bak Dorina Gerda: Közösségi média jelentősége a borfogyasztók körében

adreg.b@gmail.com
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MA, 2. félév

Témavezető:
Dr. Kővári Edit, egyetemi docens, PE GTK

A vizsgálat célja a magyarországi borfogyasztók életében a borról, a borászokról és a boros rendezvényekről szerzett információk megszerzésének módja a közösségi média korában.
Az elmúlt néhány évtizedben a magyar borászatok és a bor helyzete kiemelten fontos területté vált. Ezt támasztja alá az utóbbi években tapasztalható országos, vagy épp kormányzati szinten zajló, onnan induló kezdeményezés. Többek között kidolgozásra került egy marketing stratégia, melyben a fogyasztók irányába kívánják a borokat, borvidékeket népszerűsíteni, informálni, hiszen a szakemberek véleménye szerint először itthon kell a fogyasztókat „megtanítani" a borra.
A közösség média manapság már megkerülhetetlen, a fiatalabb (Y, Z) generációk számára a legfőbb információ forrás lett. A mindennapos használat és a globalizáció elősegíti, hogy pillanatok alatt értesüljünk a legújabb trendekről, hírekről és eseményekről. Így a borfogyasztási trendek, változások is megtalálhatóak a közösségi portálokon. A borfogyasztási, illetve a fogyasztói trendek alakulásához az Újvilág bortermelői is hozzájárulnak. A borfogyasztók egy része, illetve a jövő borfogyasztói a közösségi média világában élnek. Rengeteg inger éri őket naponta és élményekre vágynak, amit megoszthatnak a közösségi média felületeken, további érdeklődőket, fogyasztókat generálva.
2018 júliusában készítettünk a borfogyasztók körében egy mini kutatást a veszprémi Rozé, Rizling Jazz napokon. A főként olyan kérdésekre kerestük a választ, hogy milyen közösségi média felületről tájékozódnak a borászatokról, a borászatok által rendezett rendezvényekről, valamint ismernek-e valamilyen boros applikációt, milyen posztok keltik fel az érdeklődésük.
A fogyasztói megkérdezettek körében a Facebook jelenti az elsődleges információ forrást, akár borászatról, akár rendezvényről tájékozódnak. Nem meglepő módon az Y generáció a legaktívabb a közösségi oldalakon. Szintén ez a generáció az, aki jobban ad az interneten olvasott, mások által írt véleményekre, ha bor vásárlásra adja a fejét. Az Y és Z generáció sokak szerint nem olvas, viszont mégis igénylik a képek mellé az információkat.

Berkovics Beáta: CSR tevékenységek a kanti etika tükrében: Etikus magatartás vagy csak az önérdek megnyilvánulása?

berkovics.bea@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Economics, MA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Olay Csaba,egyetemi tanár, ELTE BTK

A dolgozat célja megválaszolni, hogy a kanti etika alapján erkölcsösnek tekinthető-e a vállalatok CSR tevékenysége. Először igazolja, hogy a vállalati felelősségvállalás értelmezhető a kanti etika keretein belül, majd végig veszi a CSR tevékenységek végzésére motiváló tényezőket, a kívülről és belülről érkező nyomásgyakorlást, a profitmotívumot, és a kommunikáció módját, és arra jut, hogy mivel az esetek többségében nem lehet elválasztani az önérdeket a jó szándéktól, a kanti keretrendszerben nem tekinthető erkölcsösnek a vállalati felelősségvállalás. Végül rövid kitekintést ad arra, hogyan minősül ugyanez erkölcsösnek például az utilitaristáknál.

Boros Réka: A zene, mint befolyásoló tényező a reklámokban

borreka95@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Nagy Ákos, adjunktus, PTE KTK

TDK dolgozatom célja, hogy bemutassam a reklám és a zene kapcsolatát. Bebizonyítsam, hogy szükség van zenére a reklámokban, hogy a zene képes arra, hogy pozitív attitűdöt alakítson ki a reklámról. Ez egy igazán izgalmas téma, hiszen mind a reklám, mind pedig a zene mindennapi életünk szerves részét képezi.
Dolgozatom a reklám és a zene kapcsolatát mutatja be. Szerkesztését tekintve dolgozatom első része a szakirodalmi áttekintést nyújtja, második részében pedig a témával kapcsolatos primer kutatást ismertetem. A szakirodalmi áttekintés egyrészt a reklám, másrészt pedig a zene témakörét érinti. A reklám témakörében inkább a fontosabb reklám-hatásmodellek bemutatására fókuszáltam, hiszen ezek a modellek tárják fel a reklámhatás kialakulásának folyamatában azokat a szakaszokat, amelyekben a zenének potenciális szerepe lehet. Primer kutatásom során online kérdőíves megkérdezést alkalmaztam, mely zenei linkeket is tartalmazott. Ahhoz, hogy átfogóbb képet kaphassak, végeztem egy, már fókuszáltabb kutatást.
Kutatásaim során arra az eredményre jutottam, hogy az emberek mindennapi életében valóban jelen van a zene, képes hatni rájuk, befolyásolja őket és igenis fontosnak tartják, hogy a reklámok tartalmazzanak zenét. Sokkal inkább képes felkelteni a figyelmüket, mint a reklámban zajló események, ezáltal jobban is megmarad bennünk, képesek felidézni azt, eszükbe jut róla az adott termék/márka. Képes arra, hogy emlékeket idézzen fel, élményt nyújtson, üzenetet közvetítsen dalszövegén keresztül.

Gyulai Zsófia: Az élményérzetet teremtő arculat megalkotása az online-világban

gyulaizsofia0@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Marketing, MSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Révész Balázs, egyetemi docens, SZTE GTK

Kutatásom során arra kerestem a választ, hogy egy webes alkalmazás arculatát és webergonómiai felépítését hogyan lehet úgy átalakítani, hogy a használata élménnyé váljon, és ez az élmény növelje a termék értékét.
Meghatároztam az élményérzetet kiváltó weboldal azon tényezőit, melyek hatással vannak a kialakításra. A bemeneti tényezők állandó tulajdonságait kvalitatív módszerekkel tártam fel, majd kvantitatív módszerekkel vizsgáltam meg a kapott eredményeket, melyekből általános érvényű következtetéseket vontam le.

Kulcsszavak: márkaarculat, felhasználói élmény, webergonómia

Kósz Éva Katalin: A kutyák szimbolikus jelenléte a reklámokban - A kutya, mint családtag

kosz.eva@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Marketing, MSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Mitev Ariel Zoltán, egyetemi docens, BCE GTK

Dolgozatom célkitűzése a kutyák és az emberek között kialakult kapcsolat megvizsgálásával eljutni addig, hogy milyen fő hatással bír ez a kötelék a reklámpiac terén. A társadalom növekvő részének, ma már kis kedvence családtagi szerepet tölt be, „társállattá" váltak, kutatásomat erre alapozva végzem. Fő kutatási kérdésem, hogy azokra a személyekre, kik így kötődnek ebeikhez, milyen hatással vannak a termékeket kutyával szimbolizáló reklámok.
Szekunder kutatásom arra vonatkozik, hogy feltárjam elsődlegesen az ember és ebe közt kialakult kapcsolatot, jótékony befolyásait. Négy féle hatást fogok kifejteni, a testi, pszichés, kognitív és szociális hatásokat. Ezen ismeretek tudása elengedhetetlen ahhoz, hogy mélyebb rávilágítást nyerjünk a kialakult mély kötelékről. E kapcsolat létrejöttére két magyarázatot mutatok be, a biológiai fejlődést és az emberekkel született hajlamot. Ezen ismeret vezet el ahhoz, hogy megértsük annak okát, hogy miért is használják a szakemberek nagyon szívesen a kutyákat vásárlásösztönző eszközként a marketing világában. Továbbá kutattam a kutyával hirdető reklámok pszichológiai vonatkozásait, mely három megközelítési módot foglal magában, a neurológiai, viselkedési és az érzelmi megközelítést. Fő irányvonalam a kutyák szimbolikus jelenléte a reklámokban, ezért mélyebb betekintést nyújtok a reklámköltészet eszköztáráról, legfőképpen a szimbolizmusról. Bemutatom az állati szimbólumok reklámokban történő alkalmazásának rövid történeti áttekintését és alkalmazásának hasznosságát. Megvizsgálom, hogy a kutyákat a reklámfilmekben miként alkalmazzák, milyen szimbolikus szerepeket töltenek be.
Primer kutatásom módszertanának az értelmező (interpretatív) fotóinterjús megkérdezést választottam. Az interjúalanyok által mutatott képek a tudat mélyebb rétegjeibe is képesek leásni magukat, így ezen módszertan segíti az alanyok teljesebb megértését és nagyobb rávilágítást nyújt a témám megismerésére.
Összességében a kutyás reklámok emocionális oldalról fogják meg azon fogyasztókat, ahol családtagként tekintenek az állatokra. Nagyobb emlékezőképesség társul egy-egy ilyen típusú hirdetéshez, mely eredményezi az intenzívebb vásárlási hajlandóságot, így a nagyobb forgalmat. Ennek feltétele, hogy megfelelő termék/ szolgáltatás és állat párosítást hozzanak létre. A kutyákkal a hűséget és barátságot szimbolizálják leggyakrabban a reklámokban. Kutatásomban megerősítést nyert az a közhiedelem, hogy egy sikeres reklámhoz valóban elegendő egy kiskutya jelenléte.

Kovács Tímea: Egy hazai mikrovállalkozás webáruházának elemzése-különös tekintettel az online marketingre

timea19962@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar
Kereskedelem és marketing, BA, 5. félév

Témavezető:
Dr. Eszes István, főiskolai tanár, BGE KKK

Dolgozatomban egy hazai mikrovállalkozás webáruházát vizsgáltam meg. Felkeltette az érdeklődésemet, hogy egy családi vállalkozás képes-e eredményesen működtetni elektronikus üzletét, és ezzel kapcsolatban milyen javításokat lehetne eszközölni.
A dolgozat első részében bemutatom az elektronikus kereskedelem fogalmát és jellemzőit, valamint a kis- és középvállalkozások online üzleti lehetőségeit. A második fejezetben bemutatásra kerül a vállalkozás és annak online marketing tevékenysége. A webáruház elemzése során, a harmadik fejezetben vizsgáltam meg a felállított hipotéziseket. Ennek keretein belül érékeltem a webáruházat webdesign és felhasználói élmény szempontjából, melynek érdekében 5 fővel készítettem félstrukturált mélyinterjút. A további két alfejezetemben a megfigyelés módszerét alkalmaztam. Elvégeztem a keresőoptimalizálás auditot, ahol megvizsgáltam a webáruház SEO helyzetét. A Google Analytics eredmények segítségével pedig elemeztem a látogatókat, megfigyeltem milyen csatornákról és böngészőkről érkeznek a felhasználók, valamint megvizsgáltam az e-kereskedelem alakulását.
Dolgozatom kiemelt célja volt, hogy javaslatok tegyek a weboldal hatékonyságának és eredményességének növelése érdekében, ezeket a kutatásom végén összegeztem.

Pintér Tünde Zita: Gerillamarketing az FMCG piacon Romániában

tunde_kovacs2005@yahoo.com
Partiumi Keresztény Egyetem
Vállakozások fejlesztésének menedzsmentje, MA, 1. félév

Témavezető:
Dr. Gál Katalin, egyetemi adjunktus, RO PKE

Napjainkra a marketingkommunikáció igencsak átalakult, idomulva a fogyasztók megváltozott szokásaihoz és magatartásához. Megfigyelhető, hogy mind inkább háttérbe szorulnak a konvencionális marketingkommunikációs eszközök és térhódításba kezdett többek között a gerilla módszer, amelynek lényege a kreatív figyelemfelkeltés, hogy befészkelje magát a termék a szívünkbe és tudatunkba, hogy párbeszéd tárgyává váljon.
Kutatásom egyik célja az volt, hogy szisztematikusan feltárjam azokat a tényezőket, amelyek a marketingkommunikáció átalakulásához vezettek, eredményezve ez által a gerillamarketing kialakulását is. Elemzésemet az FMCG piaci szegmensre koncentráltam, megvizsgáltam a jellemző kommunikációs trendeket különböző generációknál, mindezt marketing szempontból. A gerillamarketing típusainak ismertetését követő elemző részben összehasonlítom néhány hazai piacvezető FMCG termék marketing stratégiáját egy nemzetközi konkurens termék stratégiájával, különös fókusszal a gerillamarketing elemekre.
A kutatás hozadéka az elemző-feltáró szemléletmód alkalmazása a 21. században hatásos marketing módszerek tekintetében, valamint azok alkalmazási területeire vonatkozóan.

Pócsi Nikolett: Online marketing audit kis- és középvállalkozások számára

pocsi.nikolett@gmail.com
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BA, 5. félév

Témavezető:
Dr. Molnár László, egyetemi docens, ME GTK

A mai modern vállalkozások, a potenciális vásárlóik egyre nagyobb százalékát az interneten keresztül érhetik el. Rengeteg cég küzd azzal a problémával, hogy nem tudják pontosan, milyen képet alakítsanak ki magukról az online világban, és ezeket mely eszközök segítségével tegyék. Honnan tudhatjuk tehát, hogy egy vállalkozás jól teljesít-e az online felületeken? Erre a kérdésre megoldást jelenthet az adott cég teljes körű online marketing vizsgálata. Kutatásaim alapján bebizonyosodott, hogy nincs egy olyan összesített, szinte minden releváns területre kiterjedő online marketing szempontrendszer alapján kialakított auditálási mód, amit minden vállalkozásra alkalmazni lehet, illetve ingyenesen, mindenki számára elérhető.
Dolgozatom létrehozása során megalkottam egy komplex online marketing audit rendszert, amely erre a problémára adhat megoldást. Célom az volt, hogy módszeremmel felmérhessem az egyes vállalkozások helyzetét az online világ legfontosabb területein, ezáltal a kis- és középvállalkozások digitális hiányosságai kategorizálhatóvá váltak.
A dolgozatom két fő részből áll. Az első részben kifejtettem az auditálás elméleti hátterét, majd az összegyűjtött források, illetve saját tapasztalataim alapján, létrehoztam egy online marketing eszköztárat. Itt minden olyan elem megtalálható, amit a cégek bevethetnek a nagyobb népszerűség, illetve a magasabb konverziós ráta elérése érdekében. A legfontosabb vizsgált területek a Google és Facebook hirdetések, valamint a weboldalak. Az eszköztárnak köszönhetően, megalapoztam az auditom szempontrendszeréhez szükséges tudásbázist.
A második részben, bizonyítva módszerem alkalmasságát, 20 borsodi kis- és középvállalkozás körében végeztem el az auditálást. A folyamat három fő lépésből áll, melyek rendre a következők: a logikai kérdőív kitöltése, a kapott adatok elemzése a kiértékelő szoftverem által, végül személyes online marketing tanácsadás. Dolgozatom során, egy olyan hiánypótló, egységet képező rendszert alakítottam ki, amely ténylegesen segít azon cégek számára, akik digitálisan fejlődni kívánnak. A kapott eredmények által ez a 20 vállalkozás most már pontosan tudja, hogy melyek azok az online felületek, amelyeken érdemes lenne fejleszteniük.
Ez a kutatás egyfajta kultúrmisszió is számomra, hiszen az auditálási módszerem által közvetetten segíthetem a megvizsgált borsodi cégeket a nagyobb árbevétel realizálásában, illetve így a továbbiakban akár a megye vagy az ország digitális elmaradottságán is javíthatok.

Sánta Kamilla: Termékmegjelenítés - korunk leghatásosabb reklámformája (?)

s.kamilla315@gmail.com
Selye János Egyetem
Vállalati gazdaságtan és menedzsment, BA, 5. félév

Témavezető:
Dr. Seres Huszárik Erika, adjunktus, FTDK

Napjainkban egyre nő a filmekben megjelenő termékelhelyezések (angolul: product placement) száma, amely minden bizonnyal a klasszikus reklámok iránti csökkenő nézői figyelemnek tudható be. A vállalatok menedzsereinek egy olyan reklámformát kellett kitalálniuk, amely 100%-ban eljut a fogyasztókhoz, akik közben nem tudnak csatornát váltani, mással elfoglalni magukat, tehát figyelmük nem csökken. Erre tökéletes lehetőséget nyújt a termékelhelyezés.
Dolgozatunk a filmbéli termékelhelyezés fogyasztókra gyakorolt hatását vizsgálja. Kutatásunk célja az volt, hogy megállapítsuk milyen mértékben változott a fogyasztók termékelhelyezéshez való viszonyulása 2012-2017 időintervallum alatt.
Az első fejezet az elméleti részt tartalmazza. Benne megismerkedhetünk a termékelhelyezés történelmével és fajtáival. Ebben a részben egy rövid összehasonlítás során kielemezzük a klasszikus reklám és a termékelhelyezés közti különbségeket.
A következő fejezetben részletesen ismertetjük kutatásunk céljait. Dolgozatunk céljai közé tartozik, hogy összehasonlítsuk a klasszikus harminc másodperces reklámot a termékelhelyezéssel, elméleti szinten is és kutatás által is. A dolgozat legfőbb célja azonban, hogy képet kapjunk a termékelhelyezés 2012-2017 között végbement változásairól, ezen belül arról, hogy a termékelhelyezés, mint reklámforma hatékonyabbá válik-e az évek múlásával vagy egyre inkább veszt sikerességéből. Az összehasonlításhoz Kasza Irén Éva 2012-es felmérését használtuk segítségül, ezt hasonlítottuk össze az általunk elkészített friss, 2017-es kutatással.
Az ezt követő fejezet a kutatás módszertanát és módszerét jellemzi.
A befejező rész online kérdőíves kutatásunk eredményeit taglalja. Ebben a részben a vizsgálat eredményeinek részletes elemezése található, amelyet diagramok segítségével szemléltettünk is.

Zsideková Rita: Marketingkommunikáció az értékesítés ösztönzés szempontjából

121527@student.ujs.sk
Selye János Egyetem
Közgazdaságtan és vállalati menedzsment, MA, 6. félév

Témavezető:
Mgr. Nagyová Nikoleta, Doktorandusz, SK SJE

Kutatásunk fő célja az, hogy megvizsgáljuk az Ilcsi biokozmetikai vállalatmarketingkommunikációs eszközeit, amelyeket a fogyasztók megnyerése használ. Kutatásunk során feltételeztük, hogy néhány hiányosságot is fel fogunk fedezni. Ezekre a hiányosságokra is rámutattunk, valamint a munka befejezéseként néhány javaslatot is megfogalmaztunk, melyek segítségével a vállalat piaci pozícióját is tudja javítani. A téma kifejtését megelőzően a kutatás elején néhány kérdéscsoportot is megfogalmaztunk, melyek keretet adtak a kutatásunknak. Az első kérdéscsoportunk arra irányult, hogy az életkorok és a marketingkommunikációs eszközök között van e kapcsolat, valamint, hogy a fogyasztókat befolyásolják- e a reklámok egy-egy termék választása előtt? A másik kérdésnél pedig arra kerestük a választ, hogy a vizsgált fogyasztók körében mennyire ismertek a vállalat által kínált termékek? Ezekre a kérdésekre a válaszokat a módszertani részben megfogalmazott feltételezések beigazolódása vagy be nem igazolódása alapján tudtuk megválaszolni.
Ahhoz, hogy egy értékelhető kutatást tudjunk összeállítani, fontos volt megvizsgálnunk a témánk elméleti hátterét a hazai és nemzetközi szakirodalom feldolgozásával, mely erős alapot adott kutatásunknak. Az elméleti rész vizsgálata után már a kitűzött fő célunkra tudtunk koncentrálni, amely az Ilcsi biokozmetikai vállalat által használt marketingeszközök vizsgálata volt. A dolgozat során a kínálati oldal mellett a fogyasztók szemszögéből is megnéztük az eredményeket. A gyakorlati részben primer adatokkal dolgoztunk, melyeket fogyasztói kérdőívek segítségével online módon gyűjtöttünk össze. A kapott válaszokat a dolgozat gyakorlati részében „Microsoft Office" és „IBM SPSS Statistics" program segítségével dolgoztuk fel.A kutatás végén a fő célunkat sikerült elérnünk. Az összegyűjtött adatokból releváns képet kaphattunk a fogyasztók oldaláról. A kiértékelt eredményekből vállalatunknak egy új fogyasztói csoportot tudtunk meghatározni, melyek a 21-30 éves korosztályba eső fogyasztók. Őket a televíziós és online reklámok segítségével tudnák elérni, tehát új kommunikációs eszközöket is tudtunk javasolni. Ez mellett javasoltunk még egy új értékesíteni formát is, mely a drogéria üzletek polcai voltak. Ezzel az értékesítési formával a meglévő fogyasztók mellé új fogyasztókat is tudnának szerezni, ezáltal képesek volnának javítani a piaci pozíciójukat.

MARKETING IV.
MARKETINGMÉRÉSEK, TURIZMUS ÉS SPORTMARKETING

Zsűrielnök:	Prof. Dr. Józsa László, egyetemi tanár, SZE KGK
Társelnök:	Prof. Dr. Bauer András, egyetemi tanár, BCE GTK
Tagok:	Dr. Bíró-Szigeti Szilvia, egyetemi docens, BMEGTK
	Dr. Szigeti Orsolya, egyetemi docens, KE GTK

Bilicz Dávid[1] - Bilicz Hanga Lilla[2]: A szurkolói motivációk, az azonosulás és a csapateredményesség hatása a szurkolói elégedettségre

[1]*bilicz.david@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vezetés és szervezés. MSc, 2. félév

[2]*hanga92@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vezetés és szervezés. MSc, 2. félév

Témavezető:
Kajos Attila, egyetemi tanársegéd, BCE GTK

A sportszurkolók csapatukhoz fűzött viszonyáról számos korábbi kutatás készült nemzetközi szinten, azonban az e viszonyt meghatározó faktorok összekapcsolásáról, egymásra mért hatásáról szóló szakirodalom csekély méretű. Kutatásunkban azt vizsgáltuk, hogy a sportszurkolók kedvenc sportcsapatukkal való azonosulása, mérkőzéslátogatási motivációik és a csapat eredményessége hatással vannak-e a szurkolói elégedettségükre, valamint e négy tényező hogyan befolyásolja az adott szurkolók költési hajlandóságát. Dolgozatunkban hipotéziseinket e kutatási kérdések köré építettük fel. A fenti faktorok egymásra gyakorolt hatásának kutatása nemcsak a magyar, hanem a nemzetközi szakirodalomban is egyedülálló újdonságként szolgál.
Kutatásunkban a strukturális egyenletek modellezésének módszertanát használtuk, mely útelemzési eszköz segítségével feltártuk az általunk vizsgált öt faktor között húzódó kapcsolatok létét, irányát és erősségét. A modell alapjául saját kérdőíves kutatásra épülő mintánk szolgált, amely közel négyszáz hazai sportszurkoló sportfogyasztási szokásait, attitűdjeit tükrözte. Kitöltőinkben közös volt, hogy egy olyan látvány csapatsport szurkolói, mely sportágban van kedvenc hazai csapatuk. Modellünkben vizsgáltuk, hogy e sportszurkolókat mi motiválja kedvenc csapatuk mérkőzéseinek személyes látogatására, követésére, milyen mértékben képesek azonosulni csapatukkal, valamint az adott szezonban elért győzelmi százalék milyen befolyással van elégedettségükre. Az e faktorokból épített modellváltozatokat továbbá aszerint értékeltük, hogy az általunk vizsgált egy-költési hajlandóságot mérő változóra (pl. jegy/bérletvásárlási szokások, merchandising termékek fogyasztása, stb.) milyen módon hatnak a fent említett szurkolói attitűdök, szokások, valamint a csapateredményesség. Az így kapott modellek első- és másodrendű iterációival igyekeztünk megragadni az egyes faktorok közt húzódó kapcsolatok pontos tartalmát.
Eredményeink szerint a szurkolói elégedettségére a mérkőzéslátogatás motivációjának kifejezetten erős, míg a csapat adott szezonbeli teljesítményének közepes/enyhe (de szintén szignifikáns) hatása van. Ezen felül kijelenthető, hogy míg az elégedettségre a csapattal való azonosulásnak nincs jelentős hatása, addig a csapattal kapcsolatos költésre e faktor hat egyedül szignifikánsan és pozitív irányban.

Fenyővári Bernadett: A befogadó és repertoárszínházak marketingstratégiai döntéseinek vizsgálata

fenyovaridetti@gmail.com
Budapesti Metropolitan Egyetem Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar
Kereskedelem és marketing, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Dér Csaba Dezső, főiskolai docens, METU HFTGK

Dolgozatom központi témája a befogadó és repertoárszínházak marketingstratégiai döntéseinek bemutatása és vizsgálata. Ahhoz, hogy a színházak döntései érthetővé váljanak, először szükséges megismerni a nonprofit szervezetek általános jellemzőit, sajátos tevékenységeit, gazdasági formáit, finanszírozási lehetőségeit, így a második fejezetben ezeket a témákat ismertetem. A kulturális intézmények stratégiai döntéseit a szolgáltatásokra jellemző HIPI elv és 7P rendszerek alapján elemzem. Ezt követően definiálom és csoportosítom a különböző típusú színházakat profil és működési rend szerint, majd részletesen bemutatom a befogadó és repertoárszínházakat, melyek dolgozatom főszereplőjeként jelennek meg.
Kutatásom eredményeként bemutatom a kommunikációval és marketinggel foglalkozó munkatársak mindennapi tevékenységeit, ismertetem a stratégiatervezés folyamatait, kitérek az egyre erősebben megjelenő márkaépítésre, és a célközönség pontos definiálására is. Ezt követően dolgozatom két fő gondolatmenet köré csoportosul, elsőként bemutatom a színházak saját kommunikációs felületeit, ahol részletesen elemzem a saját honlapot, a szóróanyagokat, a közösségi oldalakat, a saját rendezésű eseményeket és az egyéb csatornákat. A másik fő részegységben ismertetem a legnépszerűbb médiavásárlási felületeket. A kutatás végén kitérek a költségvetésre, a nehézségekre, végezetül pedig a kiértékelt információk alapján megfogalmazom a konklúziómat, és összevetem azokat a hasonlóságokat illetve eltéréseket, melyek a különböző típusú színházak marketingtervezési tevékenységeit jellemzik.

Hardai Ibolya: Ügyfélelégedettség-menedzsment döntéseket megalapozó mérések és elemzések egy vendéglátóhely példáján

ibo@ibo.hu
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Piskóti István, egyetemi tanár, ME GTK

A piacokon versenyző cégek számára komoly versenyelőnyt jelenthet, ha vásárlóik egyre nagyobb számban elégedett vevőkké, majd törzsvevőkké válnak. A vásárlói elégedettség növelésével a cég hatékonyabban növelheti a profitját ahelyett, hogy az elveszített elégedetlen vevők helyére költséges módszerekkel újakat találjon. Egy vevőközpontú vállalat számára nem lehet kérdés, hogy kell és érdemes foglalkozni a vevők elégedettségének mérésével (Schlesinger-Hesket, 1991).
Többféle mutató, index és más módszertani elem is segítheti a kapott értékek feldolgozását, értelmezését, ilyenek többek közt: a CLI, az SWI, a Totális, illetve a Domináns Lojalitási Indexek (Piskóti, 2014), az FHX és az FEX mátrixa, valamint a fontosság-elégedettség mátrix (Herrmann-Homburg, 1999).
Dolgozatom során először a szolgáltatások marketing-mix elemein keresztül mutatom be, hány különböző ponton kerül érintkezésbe a szolgáltató és a vendég egy étterem esetében. A vevőelégedettséggel kapcsolatos vizsgálatok elméleti hátterének áttekintése után a KAJAHU étterem vendégkörében elvégzett kérdőíves megkérdezésemre érkezett válaszokat elemzem kvantitatív módszerekkel, keresve az elégedettséget leginkább meghatározó tényezőket, s megalapozva az elégedettségnövelést szolgáló hatékony menedzsment döntések irányát, tartalmát.
A hipotéziseim vizsgálata érdekében értelmezek-értékelek több lojalitási mutatót, összefüggést keresek a vizsgált tényezőkkel kapcsolatos elégedettség és fontosság, továbbá elégedettség és lojalitás között. Klaszteranalízis segítségével vendégcsoportokat, szegmenseket képzek. Főkomponens elemzés, majd regresszió számítás segítségével megvizsgálom, mely tényezők milyen mértékben járulnak hozzá a vendégek elégedettségéhez, s kialakítom az alaptényezők, a teljesítmény tényezők, a lelkesítő tényezők csoportjait.
Legfontosabb eredményeim, megállapításaim:

- A vendégek számára a legfontosabb tényezők sorrendben: az étel minősége, az étterem tisztasága, a felszolgálók viselkedése, az ár csak a negyedik helyre került. A regressziószámítás eredménye szerint az ételadagok méretével és árával, a digitális rendszer használhatóságával és a felszolgálás színvonalával kapcsolatos főkomponensek voltak a legmeghatározóbbak.
- A digitális funkciók kevésbé fontosak a vendégek számára, noha elégedettek azokkal.
- A felszolgálás színvonala és az étterem felszereltsége, tisztasága alaptényező, míg az étel minősége, az ételadagok mérete és ára, a digitális rendszer használhatósága teljesítmény tényező.

Németh Henrietta Elvira: A CREAWEB online rendeléskezelő eszköz értékesítést ösztönző hatása a CREATON SOUTH-EAST EUROPE Kft.-nél

henrietta.nemeth@creaton.hu
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Mészáros Katalin, egyetemi docens, SOE LKK

Jelen dolgozatomban arra keresem a választ, hogy az online előre törése milyen hatással van a CREATON South-East Europe Kft. értékesítésére, a cégnél kifejlesztett és működtetett online eszköz milyen mértékben segíti a felhasználókat, könnyíti meg munkájukat. Ennek vizsgálatához irodalomkutatást végzek, az online hátterén kívül elemzem az építőanyagipar értékesítési stratégiáit, a rendeléskezelő eszközt elsődlegesen használó B2B szektort és kitérek a CRM (Customer Relationship Management) kulcsfontosságú szerepére is. A szakirodalmi elemzéshez szekunder forrásokat használok, illetve a CREATON South-East Europe Kft. CREAWEB nevű online rendeléskezelő eszközén keresztül ismertetem, hogyan valósult meg mindez az üzleti életben. Bemutatom a választott céget, a CREAWEB alapvető működését, érintőlegesen kitérek a rendszer valamennyi funkciójára. Kvalitatív kutatási módszerrel, szakmai interjúval kívánom erősíteni illetve cáfolni, hogy a rendszer valóban beváltotta a cég elképzeléseit és a CREAWEB-től elvárt értékesítést támogató hatás kimutatható. Primer kérdőíves kutatás keretében arra keresem a választ a rendszert elsődlegesen használó tetőfedő és kereskedő célcsoport körében, milyen intenzitással használják a CREAWEB-et, mennyire elégedettek vele, mely funkciók hasznosak és fontosak számukra. Az interjú és a kérdőív eredményét felhasználva, a szekunder adatokat kielemezve következtetések vonhatók le a felhasználók magatartására vonatkozólag, szélesebb aspektusból szemlélve a cég értékesítési rendszerét.
A dolgozat utolsó részében a rendszer és a felhasználók reakcióinak részletesebb megismerése révén javaslatokat teszek további fejlesztési lehetőségekre és a CREAWEB esetleges átalakítására, kibővítésére. A folyamatok optimalizálása érdekében a rendszer adatbáziskezelő funkcióját, a vevők elégedettségének fokozása érdekében egy új applikáció bevezetését, a felület megjelenésének átalakítását és a megrendelési funkció számlázással történő összekapcsolását fejleszteném. Dolgozatom célja, hogy a választott bázisvállalat online rendeléskezelő eszközét bemutatva olyan kutatást végezzek, amely segítségével rávilágíthatok a rendszer értékesítést ösztönző hatására, miközben feltárom a bemutatott rendszer hiányosságait és a gyakorlatban is megvalósítható javaslatot teszek azok megszüntetésére.

Patkós Orsolya: Élménymarketing a szponzorált futóversenyeken

patkosorsi@gmail.com
Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar
Kereskedelem és marketing, BA, 8. félév

Témavezető:
Dr. Kelemen-Erdős Anikó, adjunktus, OE KGK

A tanulmány sportmarketing megközelítésben vizsgálja a futóversenyek során alkalmazható élménymarketing eszközöket, fókuszálva a sportszponzorációs eszközökre. A kutatás célja a futó versenyzők ismérveinek és motivációjának azonosítása, a rendezvényeken megjelenő élménymarketing eszközök feltárása. A futók elégedettségén és további igényein keresztül másik célkitűzés azon eszközök körének a meghatározása, melyek hatással szolgálnak a résztvevők számára.
A tanulmány kvalitatív kutatást alkalmaz fókuszcsoportos interjú, illetve mélyinterjú keretében. Majd erre alapozott kvantitatív kutatás folyamán online megkérdezéssel vizsgálja az elégedettségi és élmény tényezőket.
A fókuszcsoportos interjú eredményei rávilágítottak arra, hogy a futók élménye fokozható az útvonalak és távok nagyobb változatossága, a mellékelt ajándékcsomagok, illetve a kínált programok terén. A mélyinterjú kimutatta, hogy ezen eseményeken átélt benyomásokat a névadószponzorhoz kötik, így kiemelkedően fontos a helyszíni jelenlétük. Online megkérdezés eredményei alapján körvonalazódott, hogy a versenyzők életformának tekintik a futást. Továbbá élményekkel szolgálnának egyéb váltó és jelmezes futások, ezenfelül a jelenlegi póló helyett az idényruházat és minden táv esetében befutóérem átadása.
A tanulmány információkkal szolgálhat, mind a futóversenyeket rendező, mind a szponzor cégek számára a rendezvény és az aktivitások nagyobb élménytartalommal való kialakításához.
Folytatólag kutatásokban vizsgálható a potenciális vevők köre, illetve azon eszközök, mellyel a jelenleg nem versenyzők körében népszerűsíthetőek ezek a rendezvények.

Porcs Dániel: Sportolás, mint életforma, avagy a testmozgás hogyan épül be a miskolci egyetemisták mindennapjaiba

porcsdaniel@gmail.com
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Marketing, MSc, 1. félév

Témavezető:
Dr. Molnár László, egyetemi docens, ME GTK

A megfelelő mennyiségű és minőségű testmozgás, sportolás az egyik legfontosabb pillére az egészséges életmódhoz vezető útnak. Ennek a fejlesztése érdekében számos kormányzati döntés született az utóbbi időben, gondolván a mindennapos testnevelés bevezetésére az alapfokú és középfokú oktatásban. Azonban mi a helyzet a felsőoktatással?
Kutatásom során arra kerestem a választ, hogy (1) mi jellemzi a Miskolci Egyetem hallgatóinak szabadidőeltöltését, rendszeresen sportolnak-e avagy sem; (2) milyen pozitív és negatív befolyásoló tényezői vannak a sportolásnak/nem sportolásnak; (3) mennyire játszik fontos szerepet a testmozgás, a sport az egyetemisták körében; (4) hogyan értékelik a Miskolci Egyetem hallgatói az egyetem által kínált lehetőségeket; (5) milyen különbségek vannak a sportoló és a nem sportoló hallgatók értékrendjükben, illetve milyen hatást gyakorol a sport a hallgatók mindennapi életükre. Esetleg az egyéni sportot űzők jobb döntési képességekkel rendelkeznek vagy a csapatban sportolók jobban tudnak alkalmazkodni a szabályokhoz?
A kutatás során egy fókuszcsoportos interjút végeztem el, ahol 7 miskolci egyetemistát kérdeztem meg a sportolási szokásairól. Emellett egy sportolással kapcsolatos online kérdőív került kiküldésre, amelyet 360 hallgató töltött ki, s az elemzést az IBM SPSS nevű program segítségével végeztem el.
Kutatásom elvégzése után elmondható, hogy az utóbbi időben számos fejlesztés történt a Miskolci Egyetem Sportcsarnokában és környezetében, mely mind a hallgatók érdekeit szolgálja, azonban, sajnos még így is érezhető a hallgatók passzivitása. Egyre többen kezdenek el dolgozni egyetemi tanulmányaik mellett, ami azt eredményezi, hogy kevesebbet tartózkodnak az egyetem területén, nem jut idejük a testmozgásra. A miskolci egyetemisták megkérdezése során fényt derült arra, hogy a megkérdezettek közel 40%-a szeretne többet sportolni, azonban valamilyen akadályozó tényezővel kell szembenézniük. A legnagyobb probléma forrása az időhiány, illetve a fáradtság. A testmozgásnak megvannak a motiváló tényezői is, mint például az egészség megőrzése, a jó közérzet és természetesen az alakformálás. A sportolásra ösztönző tényezőként megemlítették a hallgatók, hogy lehetne több éjszakai sportnapot szervezni, fejleszteni a kommunikációt, hiszen sok információ nem jut el a hallgatókhoz, illetve bővíteni a sportolási időpontokat, továbbá a sportolási lehetőségek palettáján szívesen látnák a lovaglást, squasht (fallabda) vagy a spinninget (beltéri kerékpár).

Pozsonyi Tamás: Túl az Óperencián

pozsonyitamas94@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Műszaki menedzser, BSc, 6. félév

Témavezetők:
Dr. Petruska Ildikó, egyetemi docens, BME GTK
Iványi Tamás, tanársegéd, BME GTK

Az élményevidencia jelensége az utazási szolgáltatások piacát is erősen áthatja. A fiatalok célja minél egyedibb élmények átélése és elérhetetlennek tűnő célpontok meghódítása. Ez komoly kihívás, de egyúttal lehetőség is a fiatalok utaztatásával foglalkozó piaci szereplők számára.
A Camp Leaders amerikai táboroztatós programja sikeresen kinyitotta a globalizálódott világ kapuit a fiatalok számára. Programjuk világszerte nagy népszerűségnek örvend, a fiatalokat mozgósítani tudják, a velük való kapcsolatot kifinomult online-közösségi kampányokkal fűszerezik. Mondhatni kész a sikeres recept! A verseny azonban ezen a területen is erős.. A versenyképesség kulcstényezői az utazni vágyók motivációinak megértése, s ezen keresztül ösztönzése, valamint a programokban már résztvevők elégedettségének növelése.
Dolgozatomban a fogyasztói magatartás, a turizmus- és a szolgáltatásmarketing elméleti hátterére építve, ezekkel a témakörökkel foglalkozom. Melyek az utazási szolgáltatás igénybevételének motivációs tényezői? Ezek megismerésével hogyan növelhető a piac? Vannak-e markáns különbségek a különböző kultúrákból érkezők motivációs szempontjai között? Milyen tényezők befolyásolják a szolgáltatásokkal való elégedettséget és lehet-e a szervezetnek építenie az elégedett résztvevők pozitív szájreklámjára?
Témaválasztásomat személyes élményeim is nagyban meghatározták A programban két alkalommal volt szerencsém részt venni, s, mindkét esetben csak pozitív visszajelzéseket hallottam az irodáról, amiket saját tapasztalataim is megerősítettek. A dolgozatban tehát egy sikertörténetet elemzek, annak kulcstényezőit, marketing megoldásait veszem górcső alá, és kapcsolom össze a szervezeti stratégiával.
Javaslataimat, észrevételeimet a szekunder kutatás mellett primer kutatásra is alapozom. Mélyinterjúkat és fókuszcsoportos beszélgetést végeztem a programban résztvevőkkel, hogy megismerjem a fiatalok motivációit, tapasztalatait. Kvantitatív kutatás keretében online kérdőíves megkérdezéssel főleg az elégedettség befolyásoló tényezőit, s ennek szájreklámra való kihatását vizsgáltam. A kutatási eredményeim alapján javaslatokat fogalmazok meg a Camp Leaders kedvező piaci pozíciójának megőrzésére, s akár annak további erősítésére vonatkozóan.

Szücs Zoltán: Örvények a vállalat légterében: a turbulencia típusai és menedzseri észlelésük

zoltan.szucs.kv@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Keszey Tamara, egyetemi docens, BCE GTK

Dolgozatom a környezeti turbulencia témakörét, vagyis az üzleti környezet gyors és kiszámíthatatlan változásait vizsgálja. Napjaink gazdasági életét folyamatosan alakuló fogyasztói igények és gyors ütemű technológiai fejlődés jellemzik, új feladatok elé állítva a menedzsereket. Ez a megnövekedett gyakorlati relevancia a menedzsmentkutatás figyelmét is a turbulencia témakörének vizsgálata felé irányította.
Az első tanulmányi rész a nemzetközi szakirodalom szisztematikus feldolgozásával a következő kutatási kérdést vizsgálja: milyen tendenciák jellemzik az elmúlt évek témaválasztásait, milyen eredményeket hoztak a turbulenciát is mérő szakcikkek? Vizsgáltam valamennyi vezető marketing folyóirat olyan cikkeit, amelyekben a kutatók a turbulencia változót mérték. Így 51 cikket azonosítottam és elvégeztem a kódolást a mérések mintájáról, statisztikai jellemzőiről, helyszínéről és idejéről. A kapott adatokat statisztikai módszerekkel elemeztem.
Második kutatási kérdésem a magyar vezetők percepcióira vonatkozik: milyen jellemzők mentén térhet el a turbulencia észlelése a hazai menedzserek körében? Ezt a kérdést egy magyar nagyvállalatokra nézve reprezentatív kérdőíves adatbázis felhasználásával elemeztem. Összehasonlítottam a piaci és technológiai turbulencia észlelt szintjét, és megvizsgáltam a vezetőkhöz, vállalatokhoz és működési piachoz kötődő jellemzők csoportosító hatását.
Dolgozatomban bemutatom, hogy a turbulencia vizsgálatának legjellemzőbb szakirodalmi esetei a piacorientációhoz és az innovativitáshoz kapcsolódtak. A vizsgált cikkek alapján a menedzserek hasonlóan észlelik a technológia és a fogyasztók igényeiben bekövetkezett változások okozta kiszámíthatatlanság mértékét. Emellett szignifikáns eltérést tártam fel mintavételek földrajzi helye alapján: a távol-keleti kutatások erősebb turbulenciát mértek az észak-amerikaiaknál. A hazai adatbázis szerint szignifikánsan magasabb turbulenciát észleltek az innovatív vállalatoknál, illetve a hanyatlóhoz képest a növekvő piacokon dolgozó menedzserek.
Kutatásom esetében a nóvum lehetőségét egyrészt a rendszerező szándék jelentette (mivel a legtöbb esetben más változókhoz köthetően mérték a turbulenciát), másrészt a magyar menedzserek percepciójának vizsgálata, ami néhány méréstől eltekintve nem általánosan elterjedt. A dolgozat a kutatás korlátai és jövőbeli irányok megfogalmazásával zárul, fő konklúziói és implikációi a turbulencia ösztönző, gyakran pozitív szerepét, lehetőségként való felfogását emelik ki.

Törzsök Emese: Monográfia a mystery shoppingról, avagy az álcázott vásárlás elmélete, iparági jellemzői és a gyakorlatban történő alkalmazása

torzsokemese@gmail.com
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BA, 5. félév

Témavezető:
Dr. Molnár László, egyetemi docens, ME GTK

A mystery shopping a módszerrel kiküszöbölhetők a megkérdezéses vizsgálatok lehetséges hibái, valamint valós képet kaphatunk egy vállalkozás mindazon területéről, amellyel a vevők kapcsolatba kerülhetnek. Mivel a fellelhető piackutatással foglalkozó szakirodalmak nem mutatják be részletesen a mystery shopping módszerét, ezért a dolgozatom fő célja, hogy átfogó képet adjon a mystery shopping technikáról, annak elméletéről, piaci viszonyairól és a gyakorlati alkalmazásáról.
A kutatási kérdéseim közé tartozik, hogy milyen típusai vannak az álcázott vásárlásnak, milyen területeken alkalmazható, valamint, hogy milyen lehetőségei vannak azoknak a cégeknek, akik rejtettvásárlással szeretnék felmérni vásárlóik elégedettségét. Továbbá megvizsgáltam, hogy milyen a helyzetük a próbavásárlóknak. Ezen felül tanulmányoztam azt, hogy hogyan alkalmazható a gyakorlatban az álcázottvásárlás és milyen előnyei-, lehetőségei vannak a helyszíni mystery shopping megfigyeléseknek egy online kérdőíves megkérdezéssel szemben.
A módszertani részt alkotja a piackutatással foglalkozó szakirodalmak és a mystery shopping témakörében írt magyar- és idegen nyelvű folyóiratok cikkeinek elemzése, a mystery shoppinggal foglalkozó cégek rangsorolása az összegyűjtött adatok- és a mystery e-mailing alapján. Továbbá a helyszíni mystery shopping gyakorlati alkalmazása és a kontroll online kérdőíves megkérdezés végrehajtása.
A második részben összegyűjtöttem a top 10 mystery shoppinggal foglalkozó céget, majd súlyozott átlagszámítással, az e-mystery shopping-, és mystery e-mailing technikáját alkalmazva értékeltem ezeket a vállalkozásokat, valamint bemutattam a próbavásárlók helyzetét. A kutatásom alapján arra jutottam, hogy kifejezetten a mystery shoppingra specializálódott cégek a legeredményesebbek az álcázottvásárlás területén.
A módszer gyakorlati alkalmazása során kidolgoztam egy mystery shopping értékelőlapot drogériák vizsgálatához, ennek segítségével három drogériát vizsgáltam előre meghatározott szempontok alapján. A kapott eredmények összegzése után hipotéziseket fogalmaztam meg az online kérdőíves megkérdezésre vonatkozóan. Az adatfelvétel után elemeztem a kapott eredményeket, majd levontam következtetéseimet.
A mystery shoppinggal alaposan megvizsgálható az alkalmazottak viselkedése, kapcsolatteremtő képessége, valamint ellenőrizhető az üzlet külalakjára- és az eladószemélyzet megjelenésére vonatkozó apróbb részletek. A dolgozat végén bemutattam a módszer korlátait és lehetőségeit is.

MARKETING V.
VIRTUÁLIS KÖZÖSSÉGEK

Zsűrielnök:	Prof. Dr. Szakály Zoltán, egyetemi tanár, DE GTK
Társelnök:	Dr. Eszes István, főiskolai tanár, BGE KKK
Tagok:	Dr. Szabóné Benedek Andrea, egyetemi adjunktus, EKE GTK
	Dr. Olsovszkyné Dr. Némedi Andrea, egyetemi adjunktus, KE GTK

Amir Ali Irvanian: A közösségi média B2B marketingben betöltött jövőbeli szerepe, kapcsolati vagy tranzakciós

irvanian@rocketmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Business administration and management, BSc, 5. félév

Témavezető:
Dr. Révész Balázs, egyetemi docens, SZTE GTK

Mára világossá vált, hogy a közösségi média megváltoztatja a vállalatok és a vevőik közötti interakciót. A szervezeti piacokon működő (B2B) vállalatok azonban vonakodnak a közösségi média marketing célú használatától. Sőt, azon B2B vállalatok körében akik használják, egyfajta zavarodottság mutatkozik a sikeres közösségi média marketing receptjére vonatkozóan. Pedig a közösségi média használata pozitív hatással lehet a vállalatok közötti kapcsolati marketing stratégiák hatékonyságára, de ehhez a vállalatoknak meg kell érteniük hogyan használják a közösségi médiát. A Twitter, mint közösségi média egyedinek mondható a közösségi média világában, ezért is választottam kutatásom terepének. Kutatásom célja kettős: 1. Igyekszem előre jelezni a közösségi média (Twitter) B2B marketingben várható jövőbeli szerepét; azt kívánom megvizsgálni, hogy vajon a kapcsolatorientált vagy a tranzakciós marketinget szolgálja-e inkább. 2. Meg kívánom keresni azokat a legfontosabb tényezőket, amelyek segítik a közösségi média ügyfélkapcsolatok erősítését célzó és egyben a hatékony vállalati marketing stratégiát szolgáló használatát az üzleti piacokon. A célok teljesülése érdekében a netnográfia módszertanát alkalmaztam egy öt B2B vállalat több mint 1000, tweet-jeit tartalmazó adatbázis elemzésére. A vizsgálatba bevont vállalatok mind szerepelnek a Forbes Top 100 Valued Brands in 2018 rangsorában. Elemzésem alapján megismerhető, hogyan használják a vállalatok a Twitter platformját a márkázás és értékesítési stratégiáik támogatására, vagy éppen a vállalati imázs építésére, hírek közzétételére. Az eredmények ismertetése során bemutatom, hogy egyik vállalat sem használja kizárólag értékesítési stratégiája támogatására. Bár a reklámok alkalmazása a Twitteren továbbra is fontos, azonban nem elsődleges stratégia. Végül pedig bemutatásra kerül az a négy tényező, amely közvetlen hatással van a Twitteren a kapcsolati marketing stratégia részeként alkalmazott kapcsolatorientált posztok sikerességére.

Bohus Dóra: Közösségi média aktivitás marketingszempontú elemzése

bohusdorii@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 7. félév

Témavezetők:
Dr. Petruska Ildikó, egyetemi docens, BME GTK
Iványi Tamás, egyetemi tanársegéd, BME GTK

Az Y, és különösen a Z generációs fiatalok jórészt a virtuális térben élik életüket, és a közösségi média platformokat sokirányúan használják: kapcsolatépítésre, önkifejezésre, véleménynyilvánításra, egyáltalán, a hangjuk hallatására. A mai fiatalok nem szeretnek passzívak lenni, fogyasztóként sem. Mindezek következtében a közösségi média aktivitások megfigyelése, elemzése és felhasználása a marketing figyelem fókuszába került. Ez jelenti kutatási témám relevanciáját és aktualitását.
Dolgozatom célja a közösségi média világában tanúsított magatartás és az e mögött rejlő motivációk elemzése, az online tér sokszínűségének és az az egyén életében játszott szerepének feltárása. A téma szakirodalmait áttekintve egy olyan modellt választottam elméleti keretnek, amely elemeire (sejtjeire) bontja a közösségi médiában történő megnyilvánulásokat. Primer kutatásom során is ezt a modellt vettem alapul.
Primer kutatásom kvalitatív része a fogyasztói reakciók feltárására irányult, a reklámok hatásait vizsgáltam egy kétdimenziós modell alapján. Dimenziókként az aktivitások mögöttes motivációi és a tartalmak vizualitásának szintje voltak megjelölve. Az eredményeket a már említett keretrendszerbe illesztettem. Az online kérdőíves kutatás tágabb kontextusban vizsgálta az aktivitásokat, összefüggéseket keresve többek között a személyiség jellemzőkkel, a különböző aktivitás elemekhez köthető motivációkkal és attitűdökkel.
A primer kutatás része volt egy online kísérlet is, amelynek során a vizualitás dimenzió kiemelése mellett a vállalati posztokkal kapcsolatos viselkedési formákat elemeztem, a személyiségtípusok függvényében. Reményeim szerint kutatási eredményeim a gyakorlatban is hasznosítható tudással szolgálnak az egyének, a fiatal fogyasztók online magatartásának jobb megismeréséhez.

Fritz Renáta: Ki fogom bírni, ha napokig nem jutok közösségi médiához: fogyasztói reagálás hiányhelyzetre

fritz.renata04@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Marketing, MSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Törőcsik Mária, egyetemi tanár, PTE KTK

A 2000-es évek elejétől rohamosan nő az internet és vele együtt a közösségi média jelentősége. Több nemzedék jelen van a social médiában, napjaik nem elhanyagolható hányadát teszi ki a közösségi oldalak és alkalmazások látogatása. A felületekre regisztrálók tisztában vannak azzal, hogy melyek a közösségi médiumok által nyújtott pozitívumok, hiszen ezért rendelkeznek a közösségi felületek sok millió vagy akár több milliárd fős felhasználói körrel. Véleményem szerint azonban sokan egyáltalán nem vagy csupán kis mértékben vannak tisztában a negatív hatásokkal. Az eredetileg tervezett néhány perc helyett sokszor több órán át ülünk a laptopunk előtt vagy tartjuk kezünkben valamelyik okoseszközünket. A virtuális világ beszippant minket, mielőtt még ráeszmélnénk.

A széles körű irodalomkutatást követően kvalitatív kutatást végeztem. Kísérletet szerveztem a környezetemben lévő ismerősök körében. A kísérlet lényege az volt, hogy a résztvevők nem használhattak semmilyen közösségi felületet az általuk kiválasztott egy hétköznapi és egy hétvégi nap alatt. Ezt követően egy előre elkészített médianapló segítségével rögzítették véleményeiket, érzéseiket és tapasztalataikat. A kísérletet megelőzően a már korábban kiválasztott személyek körében kérdőíves felmérést végeztem annak érdekében, hogy egyértelművé váljanak számomra az internetezési és közösségi médiahasználati szokásaik. A kísérlet fő célja annak megállapítása volt, hogy a különböző generációk mennyire érzik magukat függőnek, milyen mértékben állnak készen az esetleges önkéntes korlátozásokra a változás reményében, a minőségi, tartalmasabb élet elérése érdekében.

Az X generáció megtapasztalta, hogy hogyan kell internet nélkül élni, így sokkal kevésbé érintette meg őket, hogy nem használhatták ezeket a felületeket. Az Y generációból többen biztosak voltak benne, hogy a megvonással töltött napokat könnyedén bírni fogják, a kísérlet azonban ennek ellenkezőjét mutatta. A digitális bennszülöttek, azaz a Z generáció számára gyermekkoruk óta elérhető az online világ, így nem meglepő, hogy számukra jelentette a legnagyobb nehézséget a social media mentes napok.

Kató Réka: Politikai marketing, média és internet, avagy bábszínház az egész?

katoreka13@gmail.com
Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
Marketing, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Józsa László, egyetemi tanár, SZE GK

A politika folyamatosan körülvesz minket. Azonban ma már a technikai fejlődés, a népességnövekedés és persze a politikai rendszerek átalakulása miatt már nem első kézből kapunk információt a minket is érintő döntésekről. Akár egy termék, a politikai információ is közvetítőkön keresztül jut el hozzánk. A kérdés azonban az, hogy ez alatt az út alatt torzulnak-e ezek az információk? Pártatlanok-e, akik közvetítik felénk a híreket? Akarva akaratlanul minden témához hozzátesszük a saját nézőpontunkat, ítéletünket. Sokszor pedig mi is azokat a cikkeket olvassuk el, melyek szintén a mi oldalunkról írja le az eseményeket. Tudatában vagyunk-e, hogy befolyásolnak minket? Hogyan viszonyulnak az emberek a politikai kampányokra? Megmaradnak-e az emlékezetükben a politikai reklámok? Miben különbözik a magyarországi politikai marketing a világ más országaiban, főleg az Amerikai Egyesült Államokban alkalmazott módszerektől? Mi a közös a termék és a politikus vagy egy politikai eszmény eladásában? A politikai marketing témaköre rendkívül tág és szerteágazó. A jelenlegi politikai helyzetben, illetve a jövő évi választások fényében még érdekfeszítőbb ez a téma. Az új marketingeszközök, az internet és a közösségi média által újabb lehetőségek nyíltak meg az állampolgárok eléréséhez, közvetlenebb kapcsolattartást biztosíthat a pártok, a kormány számára.
Engem is éppen ezutóbbi lehetőség érdekel és szeretnék a külföldi szakirodalmak alapján egy átfogó képet alkotni ezek alkalmazásáról, illetve ennek lehetőségéről.

Kocsis Anikó: Hogyan erősíthető a személyes kapcsolat a tematikus videóblogok esetében? Videóbloggerek személyes márka és márkaközösség vizsgálata

anikocsis1@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Marketing, MA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Jenes Barbara, adjunktus, BCE GTK

A vizsgált tudományos kérdés: Elveszik a lehetőség a videoblogger személyes márkája és közössége közti személyesebb kapcsolatra tematikus videoblog esetén? Nem feltétlenül, de ezt több tényező is befolyásolja. A dolgozat alapvető célja felállítani egy gyakorlati keretrendszert a tematikus videobloggerek személyes márkájának és közösségének menedzselésére. A tematikus videoblogger bizonyos témakörben videókat készítők pl. főzés, nem csak a személyes élete a tartalom fókusza. Az elméleti megközelítés újdonsága a blogger személyes márkaként és ezáltal közösségének márkaközösségként való definiálása. A dolgozat elméleti kerete két fő részt érint: online fogyasztói kommunikáció (felhasználók által létrehozott tartalom, fajtái, platformjai), és márkaépítés (márka és fogyasztó kapcsolata, márkaközösség). A dolgozat kutatási kérdései: A tematikus személyes videóblogok esetén hogyan erősíthető a kapcsolat a személyes márka és a márkaközössége között? Milyen módszerek növelhetik a közösség személyes kötődési aspektusát?
A használt kutatásmódszertan: Ezen kérdések egy kvalitatív kutatás útján kerülnek megválaszolásra: netnográfiai módszerrel (komment elemzés) és szakértői interjúval. A netnográfiai módszertan keretein belül hat videóblogger márkaközössége (videóbloggerek követői) került vizsgálatra. A hat közösség működése és reakciói egy-egy személyes, valamint egy-egy tematikus tartalomra adott kommentek alapján kerültek megfigyelésre.
A szakértői interjú egy magyar videóbloggerrel készült.
Az elért saját eredmények: A kutatás alapján a személyes márka és márkaközössége közötti kapcsolat a következő módokon erősíthető: személyes márka építésével a tematikus tartalmak „ismerj meg" aspektusával a személyiség bevonásával, őszinte, nyílt kommunikációval. Közösség építésével a személyes tartalmak „Q and A" (kérdés-válasz) aspektusával, interakcióval, többcsatornás kommunikációval, személyes megszólítással, valamint konzisztens kommunikációval. Ezek a módszertanok egymásra építhetőek, attól függően mekkora közösségről van szó.

Kramarics Gergő: A kommunikációs evolúció hajnalán: a közösségi média és a fogyasztói magatartás összefüggései az élelmiszer-kiskereskedelem példáján

kramarics.gergo@gmail.com
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 7. félév

Témavezetők:
Dr. Mészáros Katalin, egyetemi docens, SOE LKK
Dr. Koloszár László, egyetemi docens, SOE LKK

A közösségi média ma már egyre szélesebb körben van hatással a fogyasztói magatartásra, és nem csak az online felületekre, hanem az olyan tipikusan offline területekre, mint az élelmiszer-kiskereskedelem is egyre nagyobb befolyással bír. Dolgozatomban a felkapottabb témák helyett e területre esett a választásom.
A szakirodalmi feltárásban a fogyasztói magatartás és a közösségi média legfontosabb alapvetései, alapelvei magyar- és külföldi szakirodalmak valamint internetes források segítségével kerülnek ütköztetésre, a két téma közötti összefüggések kritikai feltárását is elvégzem. A szóbeszédmarketing és annak jelen korunkban végbemenő evolúciója kapcsán elemzem napjaink változásait a reklámokban.
A kutatás során 3 vállalati és 6 fogyasztói mélyinterjú készült, továbbá kérdőíves módszertan segítségével egy 480 fős mintával szélesebb fogyasztói réteget is sikerült elérni. A kiértékelés során számos statisztikai eljárást, hipotézisvizsgálatot használtam.
Kiderült, hogy a szóbeszédmarketing leginkább a kommenteken keresztül valósul meg a közösségi médiában, és, hogy az emberek leginkább törődésre, emberiességre vágynak a vállalatok felől. A vállalatok kevés pénzt és erőforrást allokálnak a közösségi médiában rejlő lehetőségekhez képest. A generációk közötti különbségek csökkentek, a tartalomra vonatkozó igények leginkább az akciók és árak kommunikálásában merülnek ki és különbségek tapasztalhatók a nemek, generációk között.

Lajhó Ruben: A közösségi média alkalmazása és hatékonyságának mérése az Újszövetség Gyülekezet példája alapján

lajho.ruben@gmail.com
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Hajdú Noémi, egyetemi adjunktus, ME GTK

Felgyorsuló világunkban a társadalomban bekövetkező változások, a globalizáció hatása és az információ gyors terjedése következtében szükségessé válik, hogy mindenki szinte kizárólag azzal az információhalmazzal találkozzon, amely számára szükséges. Számos társadalmi csoport esetében elmondható, többek között a fiatalok körében is, hogy részben immunissá váltak a hagyományos reklámok (sajtó, rádió, televízió, szabadtéri hirdetések) befogadására, így érdemes újragondolni mind vállalati, mind egyéni szinten a reklámozást, a megfelelő kommunikációt, és magát a médiát is, amely a tömegkommunikációs eszközök összessége.
A vállalatok különösképpen kiemelt jelentőséggel tekintenek a fogyasztóikkal való "digitális kapcsolattartás"-ra (Philips, 2015). A közösségi média a felül említett problémakört próbálja úgy megoldani, hogy közben a felhasználók aktív részeseivé válnak a tartalom megalkotásának, fogyasztásának, ezáltal létrehoznak egy olyan nyílt, közösségi teret, amely a szórakozás és az információ gyűjtés mellett a marketingeszközök hatékony felhasználását is biztosítja. A közösségi média, más szóval social media rendkívül dinamikusan fejlődő terület, amely magában foglalja a közösségi tereket, blogokat, fórumokat, különböző adatbázisokat, valamint videó-, kép- és zenemegosztó portálokat, mint pl. a Facebook, YouTube, Instagram, amelyeket a későbbiekben részletezek.
Ezen médiaeszközök használata során az összegyűjtött tapasztalataimat, szituációkat és javaslatokat használtam fel a dolgozatom megírása során, melynek fő témája a közösségi média alkalmazása és hatékonyságának mérése különböző mutatószámok ismertetésével, egy adott non-business szervezetnél, az Újszövetség Gyülekezetnél.
Célom, hogy tanulmányom elkészítésével megfelelő hátteret tudjak biztosítani azon vállalatok számára, amelyek foglalkoznak Facebook oldalakkal és hirdetésekkel, YouTube oldalak kezelésével, élő közvetítéssel, Instagrammal, vagy esetleg egy átfogó képet szeretnének látni az online marketing világáról. A SOSTAC modellt használtam fel dolgozatom megírása során, melynek lépései az alábbiak: helyzetelemzés (S), célkitűzések (O), stratégia (S), taktikai célok (T), cselekvés (A), ellenőrzés (C).

Peredy Zita Beáta: Megszemélyesített ajánlórobotok

zitaperedy@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kovács Edith Alice, docens, BME TTK

A dolgozat központi témáját a közösségi hálózatokon való, online-terméknépszerűsítés képezi. A témát három mélységi szinten kutatom.
A legfelső szinthez tartozik annak a hipotézisnek a körüljárása, hogy különböző termékcsoportok népszerűsítése sokkal hatékonyabb lehet a közösségi oldalakon keresztül, mint a tévén, vagy az előbukkanó reklámok által. Ezt a jelenséget korcsoportokra és közösségi felületekre bontva is vizsgálom. (Kérdőívek kiértékelése)
Eggyel mélyebb szintet képvisel a közösségi hálózatok növekedésének, fejlődésének a megértése. A közösségi kapcsolatok hálói gráfokkal írhatók le, amelyek csúcsszáma és élszáma az időben növekszik. Az új csúcsok kapcsolódása nem determinisztikus, a bizonytalanságot is szükséges beleépíteni a modellbe. A skála-független gráfok olyan modellek, amelyek ezt a fejlődést jól képesek leírni. Ezeket a modelleket ismertetem, majd néhány saját kritériummal kiegészítve módszert ajánlok a hatékony közösségi szereplők kiválasztására. (Matematikai modellezés)
A legmélyebb szint, az ajánló felületek, online személyek mögötti „robot" munkájának a bemutatása. A háttérben dolgozó rendszer adatbányászati és adatfeldolgozási eljárásokat használ a minél hatékonyabb felhasználó- termék összekapcsoláshoz. Bemutatom több ajánlórendszer működésének az alapelvét és több szakcikk alapján értékelem a különböző területeken való hatékonyságukat. (Szintézis)
A dolgozatom utolsó részében egészen friss kutatási eredményekből kiindulva néhány új irányzatot, új modellezési lehetőséget vázolok fel.
A dolgozatom végkövetkeztetése az, hogy egy jól működő ajánlórendszerhez szükséges a három szint összehangolt használata és fejlesztése. A jövő termelői és fogyasztói ezen a rendszeren keresztül fognak egymásra találni, feltéve, hogy az internet hálózat működni fog.

Sölch Tamás György: Banks' Branch Network Development Strategies in a Digital Environment (Bankok fiókhálózati fejlesztési stratégiája egy digitális környezetben)

soelcht@outlook.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Marketing, MSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Keszey Tamara, egyetemi adjunktus, BCE GTK

Dolgozatomban azt vizsgálom, hogy a magyar banki menedzserek, hogyan fejlesztik a bankfióki hálózatokat az önkiszolgáló-technológiák (SST-k) megjelenésének következtében. A digitalizáció térnyerése átalakítja a fióki kiszolgálást, pl. az OTP Bank nyitott egy készpénzmentes tradicionális fiókot és egy újragondolt operációs modellt tükröző, tanácsadás-fókuszú – törvényi keretekig – papírmentes innovációs fiókot. E mellett megkezdte a készpénz-tranzakciók áttelerelését e-csatornákra – bizonyos fiókokban és időben készpénzt csak automatával lehet befizetni.
Az elméleti fejezet nyitó részében a makro-szinten mutatom be a témakör elméleti hátterét; a turbulens környezetet és a technológiai turbulenciát dolgozom fel. Megállapítom, hogy az SST-k képzik a technológiai turbulencia egyik elemét, így az SST-ket tárom fel részletesen. Ezt követően a bankfióki kiszolgálás kurrens trendjeit és a bankfiókok operációs modelljét ismertetem. A fejezet záró részében innovációs mintákat és módszertanokat vizsgálok.
A módszertani fejezetben Hirsch-index szerint rendszerezem a folyóiratokat, melyekre a szakirodalom feldolgozásakor szisztematikusan építettem, majd a kutatás empirikus vizsgálatát fejtem ki; rendre részletezem a cégválasztást – OTP Bank és TakarékBank, az öt interjúalanyt és a terepmunkát. A dolgozat beadását követően további hét interjút készítettem, melyek megállapításait a prezentációban ismertetem.
A kutatásban bemutatom a választott cégeket, az eltérő stratégiáikat és az SST-k alkalmazását. A fejezet elején alkalmazom az új típusú bankfiókok tipológiáját, és a fióki környezet megszakadó (diszruptív), komponens és architekturális innovációit illusztrálom . Ezt követően az alacsony és magas hozzáadott értékű folyamatokat és az ügyfélélményt vizsgálom. Végül a csatorna-fejlesztésnek szerves részére, az ügyfelek migrálására térek ki.
Az utolsó fejezetben konklúziót vonok, feltárom a menedzseri implikációkat, összegzem a kutatás limitációit és további kutatási kérdéseket teszek fel. Konklúzióként megállapítom, hogy bár a humán kiszolgálásból fakadó értékek még nem erodálódtak, a fióki operációs modellek újragondolása megkezdődött. A két cég különböző stratégiát alkalmaz. Eltérő mértékű a humán kiszolgálásnak szánt szerep, pl. az OTP Banknál a tanácsadás személyes jellege hangsúlyosabb. Közös, hogy egyre több erőforrást fordítanak az SST-k elterjesztésére. Következésképpen, az SST-k – intenzív ügyféledukációt igényelve – egyre elemibb szerepet játszanak a kiszolgálásban.

Varga Zsófia: Segítség! Anyám rólam posztol! Avagy hogyan befolyásolja a szégyen a középiskolások Facebook fogyasztási szokásait?

zsofia93.varga@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Marketing MSc, MA, 5. félév

Témavezető:
Dr. Mitev Ariel Zoltán, egyetemi docens, BCE GTK

A közösségi média használatával lehetővé vált számunkra, hogy a legideálisabb szemszögből tüntessük fel magunkat annak érdekében, hogy társat, barátokat, előnyös kapcsolatokat szerezzünk. Mi történik akkor, ha a létrehozott „Virtuális Ideális Énünk" lelepleződik? Az OTDK dolgozat során arra keresem a választ, hogy a szégyen, mint rejtett pszichológiai tényező képes-e módosítani a középiskolások Facebook-használati szokásain.
Célom a Szégyen-modell felvázolásával bemutatni, hogy az egyes dimenziók, a Negatív önbecsülés, a Közösséghez tartozás iránti vágy, a Facebook migrációra való hajlandóság, és az úgynevezett „Cikifaktor" kapcsolata hogyan befolyásolja a szégyenérzet kialakulását a Facebook fogyasztás során, illetve van-e a szégyennek „fogyasztói kosár" módosító hatása.
A kutatás során a Kispest Deák Ferenc Gimnázium középiskolás diákjainak bevonásával, egy mélyinterjú elemekkel kombinált, nyomtatott kérdőíves megkérdezést (PAPI) végeztem. A tanulóknak a Facebook, és az egyéb közösségi média alkalmazások használati szokásaival, önértékelésükkel, és kínos Facebook szituációk osztályzásával kapcsolatos kérdésekre kellett választ adniuk. A modell teszteléséhez a varianciaalapú strukturális egyenlet modelljét (SEM) használtam, az elemzést Adanco szoftverrel hajtottam végre.
A Szégyen-modell segítségével 6 hipotézist állítottam fel az egyes dimenziók kapcsolata, a Negatív Önbecsülés, a „Cikifaktor", a „Közösséghez való tartozás" és a „Facebook migrációs hajlandóság között". Az elemzés során kiderült, hogy a H2, H3, H5 és H6 hipotézisek megtartása következtében jelentős kapcsolat van a Közösséghez tartozás és a Cikifaktor, valamint a Cikifaktor és a Facebook migrációs hajlandóság között.
A Facebook fogyasztási szokások vizsgálatának következtében kiderült, hogy a fiatalok körében nem történik valódi Facebook migráció, inkább az eredeti tartalom (original content) vándorlása valósul meg, ahol a Snapchat és az Instagram kerülhet ki győztes csatornaként.

MARKETING VI.
INNOVÁCIÓ ÉS FENNTARTHATÓSÁG

Zsűrielnök:	Prof. Dr. Piskóti István, egyetemi tanár, ME GTK
Társelnök:	Dr. Mitev Ariel, egyetemi docens, BCE GTK
Tagok:	Dr. Révész Balázs, egyetemi docens, SZTE GTK
	Dr. Koloszár László, egyetemi docens, SOE LKK

Balsa-Budai Nikolett: Fenntartható értékrend vizsgálata debreceni egyetemisták körében

budai.nikolett93@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 4. félév

Témavezető:
Prof. Dr. Szakály Zoltán, egyetemi tanár, DE GTK

A fenntartható élelmiszerfogyasztás korunk egyik igen fontos kérdésévé vált, amelynek fő oka, hogy az élelmiszerfogyasztásra, mint az egyik legnagyobb környezetterheléssel járó területként kell tekintenünk. A jövőben olyan étrend kialakítására kell törekedni, amely amellett, hogy biztosítja az egészséges táplálkozást, csökkenti a fogyasztással járó káros környezeti hatásokat.A fenntartható élelmiszer-fogyasztással kapcsolatos vizsgálatom célja, hogy olyan fogyasztói csoportokat határozzak meg, akik teljesítik fogyasztásuk során a fentebb említett kritériumokat. További cél, ezen fogyasztói szegmensek - LOHAS és LOVOS - jellemzőinek, értékeinek és fogyasztási magatartásának meghatározása és megjelenésük vizsgálata a debreceni egyetemisták körében. A kutatás során a fenntartható fogyasztás mellett vizsgálom a fogyasztói magatartás változását a posztmodern marketing és az online vásárlások területén is, kapcsolatot keresve az egyes területek között.A kutatómunka során, egy kérdőíves megkérdezést végeztem el 2017-ben a debreceni egyetemisták körében (n=298 fő). A kérdőív három kérdésblokkot tartalmazott, a LOHAS és LOVOS szegmensre, illetve az online fogyasztói magatartásra vonatkozóan.A kutatás legfőbb eredményeink a következők tekinthetőek. A LOHAS és LOVOS szegmens között bár több azonos érték felfedezhető, azonban két jól elkülöníthető csoportot alkotnak. A posztmodern marketing jellemzőinek és értékeinek megjelenése egyaránt felfedezhető a LOHAS és LOVOS szegmens értékrendjében. Az aktív fogyasztói részvétel és a közösségbe tartozás fontossága mindhárom szegmensre igaznak bizonyult.A fenntarthatóság irányába mutató, ezen belül is a LOHAS életstílus jellemzői megjelentek a debreceni egyetemisták értékrendjében is. Az „Ambiciózus trendkövetők" csoportja (mintasokaság 25,1%-a) nem tekinthető teljes egészében a LOHAS értékek iránt elkötelezett fogyasztói csoportnak, azonban ezen klaszter tagjai körvonalazzák leginkább a LOHAS fogyasztók életstílusának jellemzőit.A LOVOS életstílus jellemzői szintén megjelentek a kutatás alapján a debreceni egyetemisták értékrendjében. A „Tudatos egyszerűsítők" (mintasokaság 34,55%-a) esetében tapasztalhatjuk a legnagyobb elköteleződést a LOVOS értékek irányában, mindhárom, a szegmenssel kapcsolatban megfogalmazott értékcsoport megjelenik náluk.

Czibor Lili Réka: A vásárlás fizikai környezetének korszerűsítése a próbafülkék felhasználó központú fejlesztésével

czibor.lili@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 5. félév

Témavezető:
Dr. Lógó Emma, adjunktus, BME GTK

A human egyén rendkívül komplex döntési folyamaton megy keresztül egy adott helyzetben, - érzékelése, észlelései és az ebből keletkező érzelmek befolyásolják a vevői döntés során - éppen ezért érdemes a szolgáltatásközpontú területen is kellő hangsúlyt fektetni a környezeti tényezők megfelelő kialakítására. A vevőket onnantól kezdve, hogy belépnek egy üzletbe különböző környezeti impulzusok érik, melyek befolyásolják a vásárlás során szerzett élmény pozitivív vagy negatív kimenetelét, az üzletben töltött idő hosszát, és végül a megvásárolt termékek számát is. Ezen dolgozat a vásárlói terület egy speciális részével, a próbafülkékkel foglalkozik.A kutatás a próbafülkék fizikai környezetének elemzését és korszerűsítését helyezi a közzépontba, a felhasználói igények figyelembevételével.
A szekunder információk birtokában, - melyekhez magyar és angol nyelvű szakirodalmi könyveket, folyóiratokat, újságcikkeket és internetes forrásokat is egyaránt felhasználtam - tudtam értékelni a mennyiségüket illetve minőségüket az általam vizsgált probléma megoldásához. A kvalitatív módszerek alkalmasak a fogyasztói attitűdök és a fogyasztói magatartás felszín alatti okainak vizsgálatára, érzelmi motivációk illetve mozgatórugók feltárására, ezért ezt a módszert választva a kvalitatív kutatások közvetlen típusába tartozó, fókuscsoportos kutatást végeztem. A fókuszcsoport során felderített információkat felhasználtam az induló hipotézisek megfogalmazásához és az általános kép meghatározásához, majd kvantitatív módon történő primer adatgyűjtést végeztem. Megkérdezéses módszerrel online kérdőívet készítettem és vettem fel adatokat összesen több, mint ötszáz kutatási alany bevonásával. A két módszer ötvözésével mélyrehatóbb és biztosabb eredményeket kaphattam a kutatás során. Ezen felül szükség volt terepkutatásra illetve terepfelmérési jegyzőkönyvek készítésére is.
A kutatás alapján egyértelműen igazolható a vevői elégedetlenség a próbafülkék bizonyos tulajdonságait tekintve. A szekunder kutatások és saját primer kutatásaim eredményei alapján meggyőződésem, hogy a próbafülkéknek kiemelkedő hatása van az egyéni tapasztalásra a vásárlás során, és az üzletről alkotott vélemény kialakulásában és az üzleteknek sokkal nagyobb figyelmet kell fordítaniuk a próbafülkék kialakítására. A kutatás ajánlásai lehetővé teszik az üzletek számára próbafülkéik felülvizsgálatát és fejlesztését, egy meghatározott szempontrendszer alapján.

Csere Angelika: Fogyasztói csoportok a termék életciklus mentén

csereova.a@gmail.com
Selye János Egyetem
Közgazdaságtan és vállalati menedzsment, MA, 10. félév

Témavezető:
Dr. Seres Huszárik Erika, egyetemi tanársegéd, SK SJE

Dolgozatunk középpontjában a Szlovákiában élő, szórakoztatóelektronikát használó 36 évnél fiatalabb és annál idősebb fogyasztók álltak. Elsőként a fogyasztók Rogers-i fogyasztói csoportokon belüli eloszlását, ezáltal pedig a korai és kései elfogadók eloszlását szerettük volna feltárni. Továbbá a bakugrás-hatás jelenlétét is vizsgáltuk körükben. A vállalatoknak fontos lenne a „bakot ugró" lemaradókkal is foglalkozniuk, hiszen ők azok, akik a terméket később megvásárolják, így általuk a későbbiekben is profitnövekedéssel számolhatnak. 1 hipotézist is felállítottunk, mellyel azt szerettük volna megvizsgálni, hogy van-e kapcsolat a befogadóképesség és a korcsoport között.
Kutatási kérdéseink megválaszolásához 1 kérdőívet készítettünk, mely a kvantitatív kutatási technikák közé sorolható. A kérdőív 28 kérdést tartalmazott. Az adatgyűjtés során nem valószínűségi mintavételt alkalmaztunk. Választásunk a hólabda módszerre esett, mely során mindkét általunk vizsgált korcsoportot egyenlő arányban (75-75), online kérdeztünk meg. A lekérdezés után az adatokat a Microsoft Excel nevű programban kódoltuk. Egyváltozós és többváltozós elemzéseket is végeztünk. Hipotézisünket kereszttábla segítségével bizonyítottuk.
Primer kutatásunk alapján kiderült, hogy a szórakoztató-elektronika fogyasztóinak többége a korai és a kései többség fogyasztói csoportban helyezkedik el és az érettség fázisában fogadja el a terméket leginkább. A két korcsoport többsége is ebben a két csoportban található meg. A korai elfogadók (58%) nagyobb arányban vannak jelen a kései elfogadókhoz (42%) képest.
A bakugrás hatás az összes általunk vizsgált termékfajta esetén jelen volt. A „bakugrás hatás" jelenségével foglalkozó kutatást a sajátunkkal összevetve kitöltőink a zenelejátszók esetén kevésbé jellemezhetőek bakugrással (9%) – egy másik kutatásban ez 16% volt - míg a többségnél a számítógép (24%), illetve a telefon (25%) esetén figyelhető meg több termékgeneráció kihagyása. A „bakot ugró" korcsoportok között nagyobb különbség szintén a telefonnál és a számítógépnél lévő „bakugrásnál" tapasztalható.
Kutatásunk megkezdésekor 1 hipotézist állítottunk fel, mely így hangzott: „A korai elfogadók életkorban nem különböznek a kései elfogadóktól. Nullhipotézisünket, miszerint a korcsoport és a befogadóképesség között nincs kapcsolat, nem vethettük el, így hipotézisünket elfogadtuk. Arra a következtetésre jutottunk, hogy az életkor nincs hatással arra, hogy mely fogyasztó melyik fogyasztói csoportba tartozik.

Gerics Dorottya Borbála: Megújult látásmód – Szponzoráció a motorosok megszólítására egy hazai startupnál

gerics.dorka@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Sportközgazdász, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Gáti Mirkó, egyetemi adjunktus, BCE GTK

Dolgozatomban a sportszponzoráció alkalmazási lehetőségét, annak fogyasztókra és viszonteladókra gyakorolt hatását elemeztem egy speciális motoros szemüvegekkel foglalkozó magyar startup esetében, amely vezetői Talmácsi Gábor gyorsaságimotoros világbajnokot vonták be a vállalati kommunikációba.
Kutatási kérdéseim a következők: hogyan hat a szponzoráció alkalmazása az optikák beszerzési döntéshozóira, valamint a végfogyasztókra, ilyen egyedi jellemzőkkel jár ez egy start-up vállalkozás esetén, valamint egy konkrét esetben hogyan használták ki ezt és milyen módon lehetett volna a hatékonyságot növelni? Megvizsgáltam, hogy milyen kommunikációs lehetőségek merülnek fel egy sportoló bevonásakor a vállalati kommunikációba, hogy ez a lépés milyen nehézségekkel jár vagy milyen könnyebbségeket jelent egy speciális vállalattípus, a startup vállalkozás számára. Ehhez a sportszponzoráció fogyasztókra és viszonteladókra gyakorolt hatását elemeztem.
A vizsgált vállalat tevékenységét a szponzorációban résztvevő partnerek megkérdezésével, valamint a kommunikációjuk tartalomelemzésével tártam fel. Mélyinterjúk segítségével megismertem a jelenlegi és potenciális viszonteladók véleményét, valamint a fogyasztók megkérdezésével feltérképezem, hogy az általam vizsgált speciális motoros szemüvegeket gyártó és forgalmazó vállalkozás hogyan használta ki a sportszponzoráció révén adódó lehetőségeit. A beszerzési és vásárlási döntési folyamatok alapján vizsgáltam, hogy melyek azok a pontok, amelyeket a vállalat sikeresen használt ki az érintettjeik szerint és melyeken lenne szükséges változtatni.
Kutatásom eredményeként elmondhatom, hogy bár a vállalat sikeresnek értékelte az együttműködést, gazdasági szempontból mégsem tekinthető annak. A vállalat az ismertségét ugyan növelte Talmácsi Gábor rajongóinak és követőinek körében, valamint médián keresztül, de ezzel nem a tényleges célcsoportot érte el, a megismerés után vásárlás nem realizálódott. Emellett a vállalat startup jellegéből adódó probléma volt az együttműködés során a nem megfelelő belső kommunikáció és a hiányzó erőforrások, mind az agyagi mind pedig az időráfordítás.
Vizsgálatom alapján elmondható, hogy a sportszponzoráció járható út lehet a startupok számára is, viszont kiemelten oda kell figyelniük a stratégiára, valamint a választott sportoló személyére, hiszen a hagyományos típusú vállalatokhoz képest sokkal nagyobb anyagi kockázatot jelenthet ez számukra.

Kesjár Szilvia: Az innovációs folyamat közösségi ötletbörzével történő menedzselése

kesjar.szilvia@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 5. félév

Témavezető:
Dr. Soós Mihály, adjunktus, DE GTK

Az internet térhódításával a fogyasztók fókusza átalakult, a vásárlási döntés folyamata lerövidült és az igénybe vett értékesítési csatornák is megváltoztak. Éppen ezért a nagy cégek komoly pénzeket fektetnek az innovációba, hogy olyan termékeket fejlesszenek, amelyek alkalmazkodnak a fogyasztói igényekhez és eladhatók a piacon. Ma hazánkban az új (innovatív) termékek 80 %-a a piaci bevezetést követően 1 éven belül elbukik (Gfk, 2014), hiszen nincs lehetőség sikeres innovációk megvalósítására a ma fogyasztói számára a tegnap módszereinek alkalmazásával. A posztmodern marketing korában a fogyasztó már nem végső felhasználóként áll az értéklánc végén, hanem az innovációs folyamat aktív résztvevője. A cégekkel összekapcsolódva és együtt dolgozva, a potenciális vásárlók alkotják meg a jövő termékeit, amelyek ennek a módszernek köszönhetően lesznek teljesen fogyasztóra optimalizáltak. A közösségi ötletbörze a posztmodern marketing egy olyan módszere, ahol a fogyasztók a termékfejlesztés folyamatában aktív szerepet vállalnak az új ötletek kutatásától akár a termék piaci bevezetéséig (Szakály, 2016). Dolgozatom célja a fogyasztói és vállalati oldal közösségi ötletbörzén történő részvételi hajlandóságának részletes feltérképezése. Az eredmények megszerzéséhez lakossági és vállalati megkérdezést egyaránt alkalmaztam kvantitatív online kérdőívezés formájában. A lakossági esetében a minta nem tekintetében repretentatív, kor tekintetében pedig arányos a heti rendszerességgel internetezők életkorra vetített százalékos arányával a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság 2013-as felmérésének megfelelően. A vállalati kérdőív különböző nagyságú és formájú szervezetekkel került kitöltésre többnyire a kkv szektorból. Kutatásomból kiderült, hogy a kitöltők több mint 70 %-a nem hallott még soha a közösségi ötletbörzéről, de több mint 50 %-a biztosan kipróbálná, egyharmaduk pedig aktívan használná is azt. A legnépszerűbb terület ötletek beadására az élelmiszeripar, a legjobban befolyásoló tényező a pályázatok beküldésekor a bérezés mellett a téma kedveltsége. Kutatásom eredményei alapján azt a megállapítást tettem, hogy a közösségi ötletbörze működőképes módszer lehetne hazánkban, hiszen a fogyasztói és vállalati oldal is nyitott rá.

Kovács Sándor: Az okos város fejlesztése és kihívásai. Akarnak egyáltalán az emberek okos városban élni?

kovacssandor1990@hotmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Marketing, MSc, 5. félév

Témavezető:
Dr. Törőcsik Mária, egyetemi tanár, PTE KTK

A kutatásom során az okos város előnyeit és hátrányait, valamit az okos emberhez való kapcsolatát kívántam feltárni. Kerestem a választ arra, hogy kellenek-e okos emberek az okos városokba. Továbbá, hogy a lakosság ki tudja, illetve ki akarja-e használni az okos városok sajátosságait. Mivel a kutatás során részletesen foglalkoztam Péccsel, ezért azt is fontosnak tartottam, hogy megtudjam, Pécset vajon okos városnak tartják-e az emberek.
Az emberek motivációjának feltárásához primer kutatásokat is végeztem. Kérdőívvel mértem fel az egyének okos város által biztosított előnyeihez való viszonyulását, és a mélyebb motivációk kiderítése érdekében három, korosztályok szerint felosztott fókuszcsoportos interjút is készítettem. Ezeken a csoportos beszélgetéseket összesen 20 fő vett részt, és a legnagyobb meglepetést az okozta, hogy közülük csupán hárman találkoztak ezzel a fogalommal korábban. A kutatási eredmények tekintetében választ sikerült kapnom arra, hogy igenis szükség van okos emberekre az okos városokban, mivel hiába vannak fejlesztési célok, ötletek és okos megoldások, ha azt a lakosság nem tudja befogadni és nem képes használni.
Mivel modernizációs programok Magyarországon is támogatják az okos városok kialakulását, és már jelenleg is több ilyennek mondható város létezik hazánkban, szükségszerű az ott élőket is okossá tenni, ugyanis ők azok, akiknek tudniuk kell használni a lakóhelyük kínálta lehetőségeket. Ugyanakkor támogatni kell a lakosság fejlesztését, és továbbképzését azért is, mivel a kreatív osztály erősítése révén az a város is előnyökhöz juthat, ahol ez a réteg nagy számban fordul elő. Pécsre a megkérdezettek jelentős többsége nem gondol okos városként, annak ellenére, hogy számos, ezekre a városokra jellemző fejlesztést itt már végrehajtottak.
Annak érdekében, hogy a kutatásban tapasztalt okos város fogalmának alacsony ismertségében intenzív növekedés következhessen be, szükségszerűnek érzem az eddigi gyakorlatban történő változtatást. Az okos városok és az ezek által használt megoldások népszerűsítése érdekében célszerű lenne a központi kommunikáción változtatni, illetve olyan projekteket indítani, amik közelebb hozzák és edukálják a várostermék vevőit, a lakosságot. Ezeket a változtatásokat Pécsnek is ajánlott lenne végrehajtani, annak érdekében, hogy az imázsát pozitív irányba fejlessze, és olyan rétegeket vonzzon a régióba, akik ez iránt érdeklődést mutatnak.

Nagy Dorottya: Ennél nincs lejjebb - Freemium, a romboló innovációnak ellenálló üzleti modell

ndorottyadorka@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Kereskedelem és Marketing, BA, 6. félév

Témavezető:
Hürkecz Attila, Senior Tanácsadó, IFUA Horváth and Partners

Az alábbi kutatás tárgya a freemium üzleti modell, azaz az ingyenes kínálat megjelenése a szoftverpiac kiskereskedelmében. A kutatás bemutatja miként valósulhat meg a profitorientált vállalatok részéről az ingyenes értékesítés. Ez az üzleti modell olyan romboló innováció, amely képes ellenállni a további romboló innovációs hullámoknak. Mivel egyszerre képes felölelni az alacsony vásárlóerővel rendelkező széles fogyasztói réteget és a komplex megoldásokra vágyó, szűk, de nagy vásárlóerejű szegmenst, a freemium vállalat egyeduralkodóvá válhat piacán. A kutatás sorra veszi azokat a belső képességeket és külső lehetőségeket, amelyeknek összeegyeztetésével megszerezhető az egyeduralkodáshoz szükséges versenyelőny. Ennek legfontosabb kritériuma a prémium és ingyenes szegmens növekedésének egyensúlya. A kutatás bemutatja a vállalat azon eszközeit, amelyekkel a fogyasztókat megszerezheti és megtarthatja. A bemutatott elméletet végül a Spotify freemium zeneszolgáltató gyakorlati példája erősíti meg. A téma relevanciáját adja, hogy ez az üzleti modell dominánssá vált az internetalapú vállalatok körében, és az eredmények alapján jelentős változásokat implikálhat a szoftveripar általános kiskereskedelmébe.

Nagy Krisztina: A hazai fogyasztók tudatossága a divatban: a "fast fashion" környezetszennyező árnyoldalai

nagy.krisztina.hungary@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 4. félév

Témavezetők:
Árváné Dr. Ványi Georgina, adjunktus, DE GTK
Dr. Gál Tímea, adjunktus, DE GTK

Kutatómunkám célja megismerni és bemutatni a fogyasztási cikkek egy szűk szegmensének, a ruhaiparnak az átalakulását, alkalmazkodását egy olyan új termelési lehetőséghez, mely a fast fashion jelenséghez vezetett. Kutatásom során a jelenséggel kapcsolatban vizsgáltam a hazai fogyasztók tudatosságát. A kutatáshoz két módszert választottam: a netnográfiát és az online kérdőíves megkérdezést.
Dolgozatomban három hipotézist fogalmaztam meg:

- H1: Feltételezem, hogy az emberek a fast fashion ruházati termékekhez a rossz minőséget társítják.
- H2: Feltételeztem, hogy a válaszadók legalább 80%-a hajlandó lenne visszavinni elhasznált ruházati termékeit, ha erre lehetőséget biztosítanak.
- H3: A megkérdezettek több, mint fele elutasítja a termékadó bevezetését a ruházati termékekre.

Az eredmények egyértelműen igazolják az 1. felvetésemet, hisz mind a cikkek hozzászólásainál, mind pedig a Facebook csoportokban és az oldalakon is többször megjelenő téma volt a gyenge minőség. Ezen kívül a minőséggel kapcsolatos vélemények minden esetben megegyeztek, míg például a turkáló, mint alternatív beszerzési forrás kapcsán a vélemények inkább megoszlottak. Minden hozzászóló szerint rossz minőségű ruházati termékeket lehet a fast fashion üzletekben vásárolni, amelyek hamar bolyhosodnak, kikopnak, összemennek vagy veszítenek a színükből. A 2. hipotézissel kapcsolatban az eredmények alapján a válaszadók 92%-a hajlandó lenne visszavinni a boltokba elhasznált ruhadarabjait, ha erre lehetősége lenne, így a hipotézisem elfogadásra került. Ezzel kapcsolatban azt is vizsgáltam, milyen ennek a támogatottsága, ha cserébe kupont is kapnak. A válaszadók 90%-a támogatná, hogy az üzletek visszavegyék elhasznált ruhadarabjaikat jelképes összegű kuponért cserébe. A 3. hipotézisem szerint a válaszadók több, mint fele elutasítaná a termékadó bevezetést a környezetvédelem érdekében. Ezt elfogadtam, mivel bár vannak olyan adóformák, melyekkel egyetértenek - mint a chipsadó vagy a zacskóadó - a ruhákra kivetett ilyen jellegű adót egyértelműen ellenzik.
A szekunder és a primer kutatások alapján az a következtetés vonható le, hogy a fast fashion teljesen kezdi átvenni az „uralkodást" a divatiparban: áraival, gyorsaságával és széles kínálatával nehéz felvenni a versenyt más irányzatoknak.

Szabó Kitti: Egy innovatív termék fejlesztése és piaci bevezetése a MotoHotwear példáján keresztül

kitti.szabo9619@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Petruska Ildikó, egyetemi docens, BME GTK

Dolgozatomban egy új, innovatív hazai termék kifejlesztéséhez és piaci bevezetéséhez kap-csolódó marketing feladatokkal foglalkozom. Az új termékek sikeréhez, a piaci kockázat csök-kentéséhez a fejlesztés, gyártás és marketing szaktudás integrációjára van szükség. Az ötlet megtalálása az első lépés, de a piaci bevezetéshez hosszú út vezet.
A vizsgált esetpélda egy fűthető motoros ruha, mellyel a vállalat egy jól behatárolható cél-csoportot kíván megszólítani. A munkámban az innovatív termék fejlesztési folyamatát elem-zem, az ötlet megszületésétől a piaci bevezetésig. Megvizsgálom az innováció újdonságfokát, műszaki és piaci mozgatórugóit, sikertényezőit és esetleges kockázati faktorait. Az elemzés marketingszempontú, a hangsúly a piaci elfogadás és a sikeres piacravitel feltételeinek elemzé-sén van: hasznossági előnyök, szegmentációs lehetőségek, célcsoportok, pozicionálás. Ezen stra-tégiai kérdések mentén kerülnek kibontásra az új termék bevezetésének marketing-mix elemei.
A dolgozat szekunder forrásokra és primer kutatásra épít. Az elméleti hátteret az innováció, az újtermék marketing ismeretanyaga képezi, emellett vállalati szekunder forrásokat is felhasználok az elemzéshez. Kvalitatív kutatásom során szakmai mélyinterjút készítek az új termék fejlesztés szakmai szempontjainak megismeréséhez. A termékre vonatkozó fogyasztói magatartás – ismertség, használat, elégedettség – megismeréséhez kvantitatív módszert alkal-mazok, online megkérdezés formájában.

Szőke Tamás Kornél: A környezetkímélő autók hatásainak vizsgálata és fogyasztói megítélése hazánkban

szoketamas95@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar
Kereskedelem és marketing, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Fabula László, főiskolai docens, BGE KVIK

Kutatásom célja megismerni az innovatív hajtásláncú gépkocsik vásárlói, hogyan viszonyulnak a környezetvédelemhez, az mennyire befolyásolja vásárlási döntésüket, továbbá milyen fogyasztói magatartással rendelkeznek. Vizsgálom még az elektromos, hibrid és plug-in hibrid erőforrású személygépjárművek környezeti és gazdasági hatásait makro, valamint mikro szinten.
A primer kutatás módszereként online kérdőívet alkalmaztam a minél több válasz elérése érdekében. Ezáltal demográfiai szempontból széles körben sikerült elemezni hazánk társadalma milyen véleménnyel van az alternatív hajtásláncú autókkal kapcsolatban.
A feldolgozott eredmények alapján pontos képet kaptam a hazai vásárlóerő összetételéről. Elmondható, hogy a magyar fogyasztók készen állnak az elektromosautók használatára, azonban döntésüket nagyban befolyásolja a hazai infrastruktúra és a termék vásárlásához kapcsolódó magas beruházási költség. Környezeti szempontból viszont sajnálatos módon sokan nincsenek tisztában a környezetkímélő autók közvetett környezeti hatásával. Ezenfelül megosztott a közvélemény a felől, hogy ezen járművek hosszabb távon történő elterjedése milyen pozitív, negatív irányú következményekhez vezet.

MIKRO- ÉS MAKROGAZDASÁGTAN
PIAC- ÉS DÖNTÉSELMÉLET

Zsűrielnök:	Prof. Dr. Farkasné Fekete Mária, egyetemi tanár, SZIE GTK
Társelnök:	Dr. Kovács Norbert, egyetemi docens, SZE KGK
Tagok:	Prof. Dr. Kapás Judit, egyetemi tanár, DE GTK
	Dr. Ligeti Zsombor, egyetemi docens, BME GTK

Babicz Benjamin: Vegyes duopólium külföldi résztulajdonnal

benjamin.babicz@uni-bonn.de
Eötvös Loránd Tudományegyetem Társadalomtudományi Kar
Alkalmazott közgazdaságtan, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Bakó Barna, adjunktus, BCE KTK

A dolgozatban egy vegyes duopóliumot modellezek Fershtman [1990] cikke alapján azzal a kiegészítéssel, hogy a tisztán magán vállalat részben külföldi kézbe kerül. A releváns irodalmak bemutatása után azt vizsgálom, milyen jóléti hatása van a külföldi tőkebevonásnak, valamint azt, hogyan változik az állami szerepvállalás miatt létrejövő belépési korlát, ha a potenciális belépő részben külföldi. Az eredményeim azt mutatják, hogy a Fershtman cikkben kapott egyensúlyi jólét nem érhető el az új modellben. Valamint, ha egy részben külföldi tulajdonú vállalat belépne egy részben állami monopolpiacra, akkor nő a valószínűsége annak, hogy nullánál kisebb profitot realizál -, mint amikor tisztán hazai vállalatként lép be.

Kulcsszavak: vegyes duopólium, részben állami tulajdonú vállalat, külföldi résztulajdon, tulajdonosi struktúra

Berei Gábor: Budapest, baj van! - A budapesti autósok fizetési hajlandóságának vizsgálata a parkolás kapcsán

berei.gabor1@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Közgazdasági elemző, MSc, 2. félév

Témavezető:
Reizer Balázs Béla, junior research fellow, MTA KTI

Kutatásom során arra a kérdésre keresem a választ, hogy hogyan lehetne csökkenteni a budapesti utcákon a parkoló autók számát. A vizsgálatához egy 599 budapesti autós által kitöltött kérdőívet vizsgáltam meg. Elsőnek azt vizsgálom meg multinomiális logit, hogy milyen tényezők mentén választják az autósok a parkolóházakat parkolási lehetőségként, majd pedig egy ordered probit modellel azt, hogy miért nem választják ugyanezt a formát parkolásra. Az első kategóriában öt, a második kategóriában négy olyan tényezőt mutatok be, amik befolyásolják az autósok választását. Mindezek után azt vizsgálom meg egy OLS, egy tobit és egy probit modell segítségével, hogy mennyivel fizetnének többet az autósok az átlagos parkolási díjukon felül azért, hogy biztosan le tudják parkolni az autójukat. Itt négy olyan tényezőt találok, ami hat az autósok fizetési hajlandóságára. Az eredmények a tükrében a dolgozat végén egy szakpolitikai javaslatot is megfogalmazok.

Claro Dániel[1] - Hegedüs Zsombor[2]: Hogyan juss tovább a bajnokok ligájában? - Avagy a bajnokok ligája kieséses szakasz mérkőzéseinek elemzése játékelméleti módszerrel

[1]*claro.dan@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 1. félév

[2]*zsomborhegedus@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Bakó Barna, egyetemi docens, BCE KTK

A dolgozat a Bajnokok Ligája kieséses szakaszában lévő labdarúgó klubok stratégiáival és viselkedésével foglalkozik. Első hipotézise, hogy a megmérettetés adott kiírásának döntőjébe jutott csapatok stratégiája játékelméleti módszerrel leírható, melyben létezik olyan optimális stratégia, amit érdemes a csapatoknak választani, ha meg szeretnék nyerni a Bajnokok Ligáját. A dolgozat második hipotézise, hogy a játékelméleti módszertan segítségével meg lehet érteni a labdarúgó csapatok stratégiáit egy adott kieséses szakasz mindkét (oda- és visszavágó) mérkőzésén.
A dolgozat szimultán játékként értelmezi a labdarúgó mérkőzéseket, amit döntési fával ábrázol. A teljes játék részét képező két mérkőzést az odavágó lehetséges kimenetelihez párosított valószínűségekkel köti össze. A vizsgálat alanyát képző csapatokat piaci értékük alapján vett erősségük szerint különböző csoportokba sorolja, majd intuitíven meghatározott kifizetések alapján különböző stratégiákat azonosít. Ezután azt vizsgálja, hogy ezen elméleti stratégiák mennyiben egyeznek meg a gyakorlatban megvalósult játékok dinamikájával. Az elemzéshez főként a Bajnokok Ligája három különböző idényében részt vett csapatok tulajdonságait és a tornán lejátszott mérkőzések adatait használja fel.
Az eredmények azt mutatták, hogy az idény bajnokai átlagosan többször játszanak egyensúlyban lévő mérkőzéseket. Az elméleti modell feltételrendszere szerint az odavágó mérkőzések 45,24 %-ában, a visszavágók 35,71%-ában van Nash-egyensúly. Ezen felül a teljes játék 19,05%-ban követi a részjáték tökéletes egyensúlyt.
A játékelméleti modell nagyobb mintán (például az Bajnokok Ligája kieséses szakaszának egyéb mérkőzésein) vagy hasonló felépítésű tornák játékain (például az UEFA Európa-liga) való tesztelése a dolgozat további kutatási iránya lehet.

Gyetvai Márton: Az átmeneti szabályok és díjak együttes optimalizálása, Bónusz-Málusz rendszerekben

gyetmarton@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Biztosítási és pénzügyi matematika, MA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Ágoston Kolos Csaba, egyetemi docens, BCE KTK

A Bónusz-málusz rendszer az Aktuáriustudományok területén ismert módszer, amelyet biztosítók használnak arra, hogy a biztosítottak fizetendő díjait az egyéni kockázatukhoz igazítsák. A legismertebb előfordulása a Bónusz-málusz rendszereknek a Kötelező gépjármű-felelősségbiztosítás esetén figyelhető meg.
Egy ilyen rendszerben véges számú osztály van. A biztosító minden időszakban besorolja a biztosítottakat ezekbe az osztályokba az átmeneti szabályok segítségével. Ez a besorolás egyedül az előző időszaki osztály-besorolástól és az időszakban bekövetkezett károk számától függ. A biztosítottak díját az adott időszak osztálybesorolása határozza meg.
A Bónusz-málusz rendszerek kalibrációja jellemzően abban merül ki, hogy adott átmeneti szabályokat feltételezve optimális díjakat határoznak meg.
Mi azonban más utat választottunk, a dolgozatban egy olyan vegyes egészértékű LP modellt mutatunk be, amelyben előre rögzített díjak esetén az átmeneti szabályokat tudjuk optimalizálni. Ezen túlmenően ennek a modell módosításában az átmeneti szabályokkal együtt a Bónusz-málusz osztályok optimális díjait és számát is meghatározhatjuk.

Horváth Diána: Szerződéstípusok hatása kétoldalú piacon

diana.horvath93@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Bakó Barna, egyetemi docens, BCE KTK

Jelen dolgozat témáját a kétoldalú piacok alkotják, mint például az okostelefonok, az e-book olvasók, az internet és a televízió. E piacok legjellemzőbb vonása, hogy a két szegmens – a vevők és az eladók – között hálózati hatás merül fel, vagyis hasznuk származik abból, hogy a piacra belépve egymással interakcióba lépnek. A dolgozatban felépített modellekben arra kerestem a választ, hogy nyilvános és privát szerződések alkalmazása esetén hogyan változik meg a platformok optimális stratégiája. Nyilvános szerződések mellett a piac minden szereplője a megszokott egyensúlyi stratégiáját játszotta, azonban privát szerződések mellett a platformok kedvezményekkel igyekeznek magukhoz kötni a vevőket és az eladókat egyaránt. A fenti eredmények ellentmondanak a Llanes és Ruiz-Aliseda (2015) hasonló témájú cikkjében kapottaknak, amelyet indokol egyrészről a szigorú feltételrendszer, másrészről viszont Armstrong és Wright (2007) cikkükben már belátták, hogy amennyiben a platformok képesek exkluzív szerződéseket ajánlani az eladóknak, akkor megéri őket támogatniuk, mivel így képesek a vevőkön nyereséget realizálni.

Németh András Áron: Egy ágens-alapú modell hálózatelméleti elemzése

nemeth.andras@heller.uni-corvinus.hu
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Biztosítási és pénzügyi matematika, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Vincze János, egyetemi tanár, BCE KTK

Az elmúlt két évtizedben részben a számítástechnika fejlődésének és részben a DSGE modellek problémáinak hatására egyre elterjedtebb lett a közgazdaságtanban is az úgynevezett ágens-alapú modellek használata. Ezeknek a modelleknek a lényege, hogy különböző autonóm ágensek döntéseinek és interakcióinak szimulációjával modellezik a gazdaságot.
Az ágens alapú modellek fontos jellemzője, hogy az ágensek (gazdasági szereplők: fogyasztók, vállalatok stb.) valamilyen környezetben élnek, például egy kétdimenziós sík pontjai reprezentálják az ágenseket vagy egy hálózat reprezentálja a kapcsolataikat. A modellekben a környezetnek sokszor kiemelt szerepe van, ez határozza meg hogy az egyes szereplők mely más ágensekkel léphetnek interakcióba, és a környezet sokszor közvetlenül is befolyásolja az ágensek viselkedését.
Dolgozatomban Varga és Vincze (2017) ágens-alapú modelljét vizsgálom, ami egy olyan makroökonómiai modell, melynek fókuszában a megtakarítási szokások állnak. A modellben van egy gráf, amelyben minden csúcs egy-egy fogyasztót reprezentál, és a hálózatban kapcsolódó ágensek szorosabb kapcsolatban vannak egymással. Dolgozatom fő kérdése, hogy a hálózati topológia megváltoztatása hogy hat van a modell eredményére és dinamikájára.
A hálózattudományban a különböző hálózatok topológiáját három kiemelt tulajdonság mentén szokás vizsgálni: a csúcsok közötti átlagos távolság (ezt kisvilág-tulajdonságnak is nevezik), a klaszterezettség, és a fokszámeloszlás. A dolgozatban ötféle gráfmodell segítségével vizsgálom az ágens-alapú modell működését, amelyek eltérnek ezen jellemzőikben, ez alapján vontam le következtetéseket, hogy mely hálózati tulajdonságok vezetnek különböző eredményekhez a modellben.
Szimulációs eredményeim alapján határozottan állíthatom, hogy fontos szerepe van a konkrét hálózati topológiának a modellben. Ha az eredeti cikkbeli Erdős-Rényi gráfot használjuk, akkor eltérő dinamikát mutat a különböző típusú fogyasztók aránya a gazdaságban, és a fontosabb gazdasági változók is más szintre állnak be, mint Watts-Strogatz-gráf, skálafüggetlen hálózat és teljes gráf esetén. Ha körgráfot alkalmazunk, akkor a szimulációk eredményei részben az Erdős-Rényi gráf esetéhez állnak közelebb, részben a másik három gráftípushoz. A jelenség oka tapasztalataim alapján az előbb említett eltérő hálózati tulajdonságokra vezethető vissza, azok a gráfmodellek mutattak hasonló eredményeket, ahol egyaránt fennállt a kisvilág tulajdonság és a magas klaszterezettségi együttható.

Nyikos Viktória: Hotelling a való életben, avagy lehet-e a Hotelling modell segítségével valós szituációk összefüggéseit vizsgálni

viktorianyikos@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Berde Éva, egyetemi tanár, BCE KTK

A valóság pontos mását modellezni nem könnyű és nem is feltétlenül célszerű. Mégis hasznos lehet az egyszerűsítéseken keresztül megfogalmazott problémaelemzés, és a döntéshozók részére is értelmezhető következtetések levonása.
Munkám célja, hogy egy elméleti alapmodellt bővítsek olyan tényezőkkel, melyek a valóságot jobban leírják, ugyanakkor nem csökkentik a modell általánosításra alkalmas jellegét. Dolgozatomban a budapesti Ráday utca értelmeinek szimbiózisát vizsgálom Herold Hotelling modellje segítségével. Hotelling úgynevezett egyenesváros modelljét megalkotása óta számtalan kritika érte, és még többen használták fel saját modelljükben. Az eredeti modell rendkívül egyszerű, jól áttekinthető, ezért is alkalmas többfajta probléma feldolgozására. Dolgozatomban két irányban bővítem az alapmodellt. Egyrészt szekvenciális játékká alakítom, másrészt a Hotelling-féle távolságfogalmat két dimenzióra bontom. A felbontás során figyelembe veszem az effektív fizikai távolságot, illetve az eredeti modellben definiált távolságfogalmat, a fogyasztói preferenciák közti különbséget is mérem. Az átalakítás után megkapott profitfüggvényt már több tényező befolyásolja, mint Hotelling esetében, így megfigyelhető az egyes tényezők hatása a vállalatok optimalizálási döntéseire.
Az elméletet gyakorlati példákon keresztül is megfigyelhetjük, akár egy-egy híresebb, turistákra specializálódott utcán keresztül, mely esetünkben magát az egyenes várost képezi. A budapesti Ráday utcában a kezdetben csak két vállalat tevékenykedett, majd önkormányzati támogatással elkezdték benépesíteni az utcát a különféle éttermek és üzletek, melyek még napjainkban is gyakran fluktuálódnak. Ugyanilyen elven érdemes vizsgálni akár az egyre ismertebbé váló „food truck" autókat is, melyek helyük változtatására képes vendéglátóegységek. Esetükben sokkal egyértelműbben megfigyelhető a vállalatok egymás viselkedésére adott reakciója.
A dolgozat lezárása után a vállalatok további megfigyelésével arra a következtetésre jutottam, hogy erős vonzóerőt jelent a fogyasztók számára, ha kialakul egy-egy egyenes város típusú terület, melyen belül a fizikai távolságnak a súlya leértékelődik az egyéni preferencia, ízlés mellett. Tehát a vállalatoknak elsősorban a minőségbéli, választékbéli differenciálásra kell hangsúlyt fektetniük.

Pap Áron: A vállalatok kiberbiztonsági befektetéseinek egyéni és rendszerszintű modellezése

aron.pap8@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Alkalmazott közgazdaságtan, BSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Bakó Barna, egyetemi docens, BCE KTK

A dolgozat a vállalatok optimális kiberbiztonsági befektetéseinek egy közgazdasági modelljét vizsgálja. Azt a tudományos kérdést szeretné megválaszolni, hogy milyen tényezők befolyásolják legnagyobb mértékben a vállalatok optimális kiberbiztonsági beruházásait, valamint ezek a beruházások hogyan hatnak a tényleges kiberbiztonsági kockázatokra és védelmi szintre. Továbbá a dolgozat azt a kérdést is vizsgálja, hogy miként hat a vállalat körüli hálózat struktúrája és az állami szabályozások formája az optimális beruházásra. A dolgozat szimulációs módszerekkel elemzi a modellt számos kiberkockázattal, befektetési lehetőséggel és több játékossal. Először az egyéni optimumokat, majd a társadalmilag optimális megoldást vizsgálja, figyelembe véve a vállalatok hálózataiban jelen lévő leggyengébb láncszemek kockázatának hatásait is. Majd a GDPR szabályozás hatásait is szimulálja a dolgozat. A modellezés eredményei, hogy a szereplők közötti információmegosztás pozitívan hat a védelmi szintre, valamint a támadók büntetésének növelése hatékony eszköz a kiberkockázatok csökkentésére. A társadalmi optimumból kiderül, hogy a modell feltevései mellett a vállalatok „túlbiztosítják” magukat. A GDPR szabályozás növeli a beruházásokat, viszont az effektív kibervédelmet nem tudja emelni, mivel túl általános szabályokat ad a modell különböző vállalatai számára.

Pásztor Szabolcs: Hagyományos taxi kontra Uber - Új szabályozói kihívások a taxipiacon

pasztor.szabolcs93@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Berde Éva, egyetemi tanár, BCE KTK

Kutatásom során a mikroökonómia eszköztárának alkalmazásával elemzem a taxipiaci folyamatokat, valamint a szabályozói reakciók alakulását Budapesten. Elsőként a fővárosi taxirendelet, majd az Uber vezetett jelentős változásokhoz Budapest taxipiacán. Dolgozatomban adatok hiányában egy alternatív módszerrel mérem az Uber jelentőségének alakulását. A taxipiaci folyamatok modellalapú megközelítésével bemutatom, hogy az Uber hosszú távon veszélyezteti a hagyományos taxipiac fennmaradását, valamint azt, hogy a taxisok a hagyományos fuvarközvetítést preferálják. A stigleri zsákmányelmélet segítségével megállapítom, hogy a budapesti taxirendelet részben, az Uber betiltása pedig teljes mértékben a taxisok érdekeit szolgálta. Végül jóléti elemzésnek vetem alá a taxipiacot, melynek során megbecsülöm a különböző részpiacokon kialakult holtteher-veszteséget, valamint javaslatot teszek a rendelet módosítására.

Pásztor Szabolcs: Taxipiaci verseny - A hagyományos és az új vállalatok stratégiai interakciója

pasztor.szabolcs93@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági Elemző, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Berde Éva, egyetemi tanár, BCE KTK

Kutatásom célja, hogy a mikroökonómiai eszköztár segítségével elemezze a taxipiac keresleti és kínálati oldalát összekötő fuvarközvetítő platformok stratégiai interakcióját különböző piacformák mellett. Az eméleti modellek alapján árszabályozás hiányában Bertrand-féle árverseny alakul ki a piacon. amennyiben a hatóság magas szinten rögzíti a szolgáltatás árát, az ekvivalens a szabályozatlan taxipiacon működő kartellel, így a piac konszolidálódik. Egy új belépő esetén azonban árszabályozás mellett szűkül a hagyományos szereplők eredeti stratégiahalmaza, amely alternatív piacszerzési eszközök alkalmazására ösztönzi a szereplőket. Az eméleti modellek a jelentős egyszerűsítések ellenére is az empirikusan megfigyelhető viselkedést sugallják.

PÉNZÜGY I.
DIGITALIZÁCIÓ ÉS PÉNZÜGYI TUDATOSSÁG

Zsűrielnök:	Dr. Farkas Szilveszter	egyetemi docens	BGE PSZK
Társelnök:	Dr. Nagy Bálint Zsolt	egyetemi docens	BBTE KGTK
Tagok:	Dr. Csóka Péter	egyetemi docens	BCE GTK
	Dr. Baranyi Aranka	egyetemi docens	EKE GTK

Bagdy Ábel[1] - Drabancz Áron[2] - El-Meouch Nedim Márton[3]: A magyar fiatalok bankolási szokásai és a digitalizáció a banki jövedelmezőség keresztmetszetében

[1]*bagdyabel@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MA, 5. félév

[2]*aron.drabancz@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy, MA, 2. félév

[3]*nedu02@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MA, 2. félév

Témavezető:
Dr. Varga József, egyetemi docens, BCE KTK

A 2007-2008-as gazdasági válság, valamint az azt megelőző devizapiaci hitelezés hatására a magyarok bizalma erősen megingott a magyar bankszektorban, és a szektor jövedelmezősége is erősen lecsökkent. Ahhoz, hogy a magyar bankok versenyelőnyre tegyenek szert és ezáltal jövedelmezőségüket növelhessék, az információs technológiai forradalom új lehetőségeket nyújthat, hiszen az innovatív FinTech megoldások által nyújtott előnyöket az egész társadalom élvezi/élvezni fogja. Ennek megfelelően a digitális penetráció bővülésével a banki tevékenységekben is egyre inkább fellelhetők a FinTech technológiák.
Kiinduló hipotézisünkben azonban azt feltételeztük, hogy a fiatalok pénzügyi tudatossága nem tud lépést tartani a technológiai fejlődéssel, így az ő edukálásukban, elérésükben óriási kiaknázatlan potenciál rejlik a kereskedelmi bankok számára. Hipotézisünket különböző piackutatások segítségével elemeztük: áttekintettük az elmúlt években digitalizáció és pénzügyi tudatosság témájában megjelent legfontosabb szekunder kutatásokat, illetve ez alapján megalkottuk saját kérdőívünket, aminek segítségével primer piackutatást végeztünk. Mind a primer, mind a szekunder kutatások eredményei azt támasztották alá, hogy a fogyasztók pénzügyi tudatossága a bankszámlaválasztás, bankváltás, információgyűjtés tekintetében alacsony szinten áll, és nagyrészt ennek köszönhetően a FinTech megoldásokhoz (online bankolás, mobilbank applikációk, mobilfizetés) jelenleg még nagyon bizalmatlanul viszonyulnak.
Dolgozatunk lezárásaként eredményeink alapján ajánlásokat tettünk, hogy miként lehetne a digitalizálódás terjedésével párhuzamosan javítani a bankok jövedelmezőségét. Arra jutottunk, hogy a kereskedelmi bankok számára létfontosságú – a szabályozói környezet figyelembevételével – a FinTech piacon való minél intenzívebb, és fogyasztói igényeket előtérbe helyező szerepvállalás a piacvezető státusz eléréséhez.

Bencsik Győző[1] - Horváthné Kocsis Henrietta[2]: A hazai kereskedelmi bankok elektronikus banki szolgáltatásainak fejlődési lehetőségei és veszélyei

[1]*bencsikgyozo@gmail.com*
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudomány Kar
Vezetés és szervezés, MA, 3. félév

[2]*henrietta.9791@gmail.com*
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudomány Kar
Vezetés és szervezés, MA, 3. félév

Témavezető:
Némethné Dr. Tömő Zsuzsanna, egyetemi docens, SOE LKK

A technológiai fejlődés, az internet és a digitalizáció térhódítása nagy hatást gyakorol a gazdasági szereplőkre, így a pénzügyi szektorra is. Az információs-technológiai innováció valamint a FinTech cégek megjelenése folyamatos bővítésre és fejlesztésre kényszeríti a hazai bankok elektronikus szolgáltatásainak struktúráját. Az új pénzügyi szolgáltatók erős versenytársai lettek a hazai bankoknak, melyeknek már rugalmasabban és gyorsabban kell reagálniuk a keresleti oldal igényeire, hogy megtartsák ügyfeleiket és piaci részesedésüket.
Kutatásunk célja az volt, hogy megvizsgáljuk, milyen irányba mehet tovább és milyen veszélyforrásokat rejt magában a hazai bankok szolgáltatásainak digitalizációja, illetve az elektronikus banki szolgáltatások térhódítása milyen hatással lehet a fiókhálózatok jövőjére.
A kvalitatív kutatásunk folyamán mélyinterjú sorozatot készítettünk. A bankfiókokra vonatkozó kérdéseinkre három hazai, egy osztrák és egy kanadai bank szakembere válaszolt. Empirikus kutatásunk során 540 fő töltötte ki a banki szolgáltatásokkal kapcsolatos online kérdőívünket. A kvantitatív felmérésnél kapott eredményeket Microsoft Excel és SPSS statisztikai szoftverek segítségével elemeztük.
Primer kutatásunk eredményét a szekunder források, így a sajtóelemzés és a nemzetközi szakirodalom is megerősítették, miszerint az ügyfelek a kevesebb pénzügyi tudást feltételező, egyszerűbb banki szolgáltatásokat egyre inkább online felületen veszik igénybe. A mélyebb pénzügyi ismereteket igénylő, bonyolultabb, kockázatosabb és hosszabb időtávra ható banki ügyletek esetében viszont várhatóan továbbra is a bankfióki, személyes szaktanácsadást preferálják.
Az elektronikus banki szolgáltatások köre tovább bővíthető, melyre írásunkban több javaslatot is teszünk. A digitalizáció veszélyeit új típusú, pénzügyi tudatosságra és biztonságos internethasználatra nevelő programmal is lehetne csökkenteni, melynek elemeit részletesen bemutatjuk dolgozatunkban.

Czigler Enikő Judit: A Kickstarter kampányok hazai tanulságai

czigler.eniko@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy, MSc, 4. félév

Témavezetők:
Dr. Kuti Mónika, adjunktus, PTE KTK
Dr. Galambosné Tiszberger Mónika, adjunktus, PTE KTK

A közösségi finanszírozás a kockázati tőkebefektetés és üzleti angyalok alternatívájaként lehetőséget teremt az innovatív vállalkozásoknak a forrásgyűjtésre. A kampányokat több támogató egyenként kis összeggel finanszírozhatja, lehetővé téve ezzel az adott ötlet megszületését. 2012 év 2015 között világszerte összesen közel 60 milliárd USD került ilyen módon átcsoportosításra. A dolgozat célja a hazai és nemzetközi szakirodalmak összefoglalása, különös tekintettel a sikertényezőkre vonatkozó kutatásokra. Magyarországról nem indítható kampány, így megállapítást nyert, hogy a legtöbb hazai ötletgazda amerikai segítséget vesz ehhez igénybe, és ezek nagyobb valószínűséggel lesznek sikeresek. A kampányindítás kapcsán a legsikeresebb időzítés a februári kezdés, ezen kívül a keddi napon indított projektek zárultak nagyobb eséllyel sikeresen. A külföldi névvel rendelkező ötletgazdák, valamint a művészeti jellegű projektek sikeresebbek társaiknál. A regressziós modellek alapján megállapítható, hogy a kampányperiódus, az ötletgazda által korábban indított és támogatott kampányok, a bemutatkozó videó hossza, a támogatásért járó jutalmak száma, a kommentárok, valamint a közzétett frissítések a sikeresség szempontjából szignifikáns tényezők.

Csáji Anna[1] - Hegedüs Attila József[2]: Különbségek a pénzügyi tudatosság terén a gazdasági és a nem gazdasági szakon tanuló fiatalok körében

[1]*csajianna@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy, MA, 2. félév

[2]*attilajozsefhegedus@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy, MA, 2. félév

Témavezető:
Dr. Medve-Bálint Gergő, adjunktus, BCE TK

A pénzügyi tudatosság kutatása és a tudatosság szélesebb körű terjesztése napjainkban egyre nagyobb hangsúlyt kap. Dolgozatunk az ezt tárgyaló, Magyarországon még kibontakozóban lévő szakirodalomhoz járul hozzá.
A pénzügyi tudatosságot a Budapesten tanuló, nappali tagozatos egyetemisták körében vizsgáltuk. Alaphipotézisünk, hogy a gazdasági és nem gazdasági szakon tanuló budapesti egyetemisták pénzügyi tudatossága megegyezik. A kutatást on-line kérdőív segítségével valósítottuk meg, melyre 405 kitöltés érkezett Budapest számos egyeteméről. A reprezentativitás érdekében a mintát a legutolsó elérhető felsőoktatási adatok alapján a budapesti egyetemisták alapsokaságának nem és szakirány szerinti összetételének megfelelően súlyoztuk. A kitöltőket megtakarításaik, pénzügyi ismereteik, hitelfelvételi szokásaik és kockázatvállalási hajlandóságuk alapján értékeltük. Az arányskálán mért és a kitöltők önbevallásán alapuló válaszok segítségével egy tízfokú pénzügyi tudatossági indexet készítettünk. Az adatokat leíró statisztikák segítségével elemeztük, valamint a fő hipotézisünket kétmintás t-próba alkalmazásával teszteltük.
Eredményeink szerint az egyetemisták nem rendelkeznek megfelelő ismeretekkel az alapvető pénzügyi fogalmakról és a pénzügyekhez való általános hozzáállásuk sem kellően alapos. A kérdőív alapján a megtakarítással rendelkezők, az idősebb és a férfi hallgatók tudatosabbnak mutatkoznak pénzügyek tekintetében. Ugyanakkor, a gazdasági szakos hallgatók szignifikánsan tudatosabban bánnak pénzügyeikkel, mint nem gazdasági szakos társaik, ezért alaphipotézisünket elutasítjuk. A különbség okának feltárása további kutatás témája lehet.

El-Meouch Nedim Márton[1] - Pásztor Szabolcs[2] - Szűcs Krisztián[3]: A kriptovaluták elterjedésének lehetőségei és potenciális hatásai a bankrendszerre

[1]*nedu02@gmail.com*
[2]*pasztor.szabolcs93@gmail.com*
[3]*szucsiba@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MSc, 4. félév

Témavezető:
Németh Krisztián, tanácsadó, Nemzetközi Bankárképző Központ

A pénzügyi válság után a hagyományos fizetőeszközök mellett megjelentek a fizikai formában nem létező, egyedi blockchainalapú technológia szerint működő kriptovaluták is. Egyelőre még nem született konszenzus azzal a kérdéssel kapcsolatban, hogy a kriptopénzek fizetőeszköznek vagy eszköznek minősülnek-e, jelenleg azonban nem képesek betölteni a hagyományos pénzfunkciókat. Elemzésünk célja megvizsgálni, hogy a kriptovaluták vajon képesek lesznek-e széles körben elterjedni fizetőeszközként és ha igen, milyen hatással lehetnek a bankrendszerre.
Elemzésünk alapján abban a hipotetikus esetben, ha a kriptovalutáknak sikerülne fizetőeszközként elterjedniük, jelentősen befolyásolnák a bankrendszer egészét. A jegybanki működést tekintve csökkenthetnék mind a konvencionális, mind a nemkonvencionális jegybanki eszköztár hatékonyságát. A kereskedelmi bankokat a peer-to-peer finanszírozás elterjedésével a kis összegű, rövid futamidejű hitelezésben már jelenleg is veszélyeztethetik a kriptovaluták, de fizetőeszközként való elterjedésük denominációs mérlegalkalmazkodásra is késztethetné azokat. A kriptopénzek továbbá fizetőeszközként és eszközként is makroprudenciális kockázatot jelentenek decentralizáltságuk és anonimitásuk okán, amely centralizációval, illetve internalizációval mérsékelhető.
Mindezek ellenére a kriptovaluták fizetőeszközként való elterjedése előtt számos, nehezen megugorható korlát áll. Ezek közül három fő korlátot emeltünk ki: pénzkínálat, volatilitás és anonimitás. A pénzkínálat végessége a maximális mennyiség elérésével deflációs kockázatokat rejt magában, illetve exogén növekedési üteme akadályozza, hogy a kriptovaluták a gazdaság növekedéséhez alkalmazkodó, azzal lépést tartani képes fizetőeszközök lehessenek. Emellett szintén korlátozó tényező a nagyfokú volatilitással járó bizonytalanság, amely nem teszi lehetővé a velük való tervezést, emiatt nem lehet finanszírozásra alkalmas forrásként tekinteni rájuk. Végül a kriptopénzek egyik alapvetését sem látjuk összeegyeztethetőnek elterjedésükkel, hiszen a tranzakciók anonimitása a hitelezési tevékenységhez tartozó monitoring tevékenységeket és a tőkepiaci finanszírozáshoz tartozó transzparens működést teszi megoldhatatlanná.
Átfogó elemzésünk alapján úgy ítéltük meg, hogy a kriptovaluták széles körű elterjedése – bár jelentősen befolyásolni tudná a teljes bankrendszer működését – számos korlátba ütközik és nem tűnik reálisnak anélkül, hogy a kriptovaluták fundamentális változáson esnének át.

Fajd Petra: Pénzügyi kultúra-kutatás az Észak-magyarországi régió megyeszékhelyeinek közgazdasági és nem közgazdasági középiskoláiban

fpetra12@freemail.hu
Eszterházy Károly Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Közgazdásztanár (vállalkozási ismeretek), Osztatlan 10. félév

Témavezető:
Dr. Borsi Balázs, egyetemi docens, EKE GTK
Dr. Csugány Julianna, egyetemi adjunktus, EKE GTK

A pénzügyi kultúra társadalmi jelentősége a pénzügyi eszközök bonyolódásával egyre nagyobb szerepet kap. A szakirodalmakat tanulmányozva pedig elmondható, hogy a magyarok, azon belül is a középiskolások pénzügyi kultúrája nemzetközileg is igen alulmaradó tendenciát mutat. Dolgozatom központi témája tehát az Észak-magyarországi régió 3 megyeszékhelyén elvégzett kérdőíves felmérés és interjúk alapján a szakközépiskolákra és gimnáziumokra, azok közötti különbségekre fókuszál, továbbá városonkénti összehasonlításban is vizsgálódik. A pénzügyi kultúrára ható tényezőket egyrészt a családi háttér vonatkozásában, a szülők pénzügyi attitűdjén keresztül elemeztem. A legalacsonyabb iskolai végzettségű szülők gyermekeinek pénzügyi tudása ugyan bizonytalanabb, ám nagyobb megtakarítási hajlandósággal rendelkeznek, mint a magasabb iskolai végzettségű szülők gyermekei, amely valószínűleg az alacsonyabb életszínvonal következménye. A pénzügyi tájékozottság tekintetében a megkérdezett 153 fő diák közül élvonalban szerepel a szülőktől származó tájékozódás. Azonban a mindennapi megélhetési gondokkal küszködő családoknál gyakrabban kerül szóba a pénzügyi témakör, amely pedig - mint már említettem - pozitív hatással van a gyerek pénzügyi tudatosságára. Nem úgy, mint az iskolatípus, a gazdasági ismeretek megléte, mely során a gimnazisták megtakarítási hajlandósága nagyobb, mint a közgazdasági előtanulmányokat folytató diáktársaiké. A digitális pénzügyi kultúra régiós helyzetéről is képet kaphat az olvasó, amelyet szintén több, a témára ható komponens mentén analizáltam. A közgazdasági középiskolások nagyobb arányban rendelkeztek bankkártyával, mint a gimnazisták, továbbá régiós szinten is azok a diákok vásárolnak leginkább interneten, akik rendelkeznek az átutaláshoz szükséges bankkártyával. Végezetül a vélt és valós tudás közötti korreláció erősségéről az iskolatípus függvényében érdeklődtem. A gimnazisták néhány esetben magabiztosabbak voltak vélt tudásukat illetően, és ez esetben valóban jobb eredményt is produkáltak a szakközépiskolásokkal szemben, ám mindent egybevetve a valós tudás tekintetében még így is a leendő közgazdászok értek el jobb teljesítményt. Összességében elmondható tehát, hogy a helyes pénzügyi kultúra kialakítása olyan pozitív pénzügyi élményekhez köthető, amelynél a mintául szolgáló családi háttérnek és a pedagógusnak is kiemelt szerepe van a társadalomban.

Kánya László: A kockázatitőke-befektetések döntési folyamat és a befektetések szempontrendszere

kanya.laszlo6@gmail.com
Gál Ferenc Főiskola Gazdasági Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Kovács Mihály Attila, főiskolai docens, GFF GK

Dolgozatom témája a kockázatitőke-befektetések folyamatának vizsgálata, melyre menőbben a döntési folyamatokat és a befektetési ügyletek elbírálása során alkalmazott kritériumokat szeretném tisztázni. Az értekezésemben két hipotézist fogalmaztam meg. Egyrészt a kockázatitőke-ágazat iránt egyre nagyobb kereslet mutatkozik és gyorsan fejlődő ágazat, rengeteg lehetőséggel. Másrészt pedig, hogy a vállalkozások növekedéséhez nincs más megfelelő forrás, különösen igaz ez a magvető életpálya szakaszban lévő vállalkozásokra.
A dolgozatomat 3 nagyobb egysrégre lehet bontani. Az első részben a témámhoz kapcsolódó szakirodalmat felhasználva ismertetem a kockázati tőke fogalmát és modelljét, illetve a folyamatban résztvevő szereplőket. A következő részben következik a fő gondolatmenet, ahol megvizsgálom az egymásra épülő döntési szakaszok sajátosságait, illetve a különböző kutatásokból kiderülő elbírálási kritériumokat. Ezekre a külföldi szerzők kutatásait hívom segítségül, akik választ adnak az elbírálási gyakorlatokra. Az utolsó szakaszban be szeretném mutatni a magyar kockázati tőke piac helyzetét és sajátosságait. Illetve az általam kiválasztott befektetései alap (SZTA) működését és elért eredményeit.
Összeségében elmondható, hogy arra a kérdésre keresem a választ, hogy az egyes befektetők mit tartanak a szemük előtt, amikor a megfelelő befektetést keresik, illetve, hogy segítik és gardírozzák a vállalkozás életét, hogy a végén a lehető legnagyobb profitra tegyenek szert a kiszállás során.

Kapronczay Mór[1] - Simity Milán[2]: Cryptocurrencies, cryptocommodities or cryptostocks? (Kriptovaluta, kriptoáru vagy kriptorészvény?)

[1]*mor.kapronczay@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy, MSc, 4. félév

[2]*milan.simity@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy, MSc, 2. félév

Témavezető:
Badics Milán Csaba, doktorandusz, BCE GTK

Jelen dolgozatban a szerzők a fő eszközosztályok és a kriptovaluták összekapcsolatságát vizsgálják. Minden eszközosztályból 6 meghatározó pénzügyi eszköz került kiválasztásra, melyek az eszközosztályt reprezentálják. A részvény piacokat indexek képviselik: S&P500, Dow Jones Industrial Average, FTSE100, DAX, Nikkei 225 és Shanghai Composite Index. A devizapiacokat devizakeresztek az USD-vel szemben: euro, japán yen, brit font, ausztrál-, új-zélandi-, és kanadai dollár. Árukat a cukor, arany, kukorica, búza, földgáz és nyersolaj. Az összekapcsoltság elemzését a szerzők a Diebold-Yilmaz spillover keretrendszer segítségével vizsgálják, amely VAR-modellek előrejelzési hibájának dekompozíciója alapján működik. Az eredmények azt mutatják, hogy a kriptovaluták az idő előrehaladtával egyre inkább önálló eszközosztályt alkotnak, amelyek a részvényekhez és az árukhoz erősebben kapcsolódnak, mint a devizapiacokhoz. Az eredmények elsősorban kockázatkezelési implikációkkal bírnak: ahogy a kriptovaluta derivatívák piaca fejlődik, úgy válhatnak egyre fontosabb diverzifikációs eszközzé.

Kiss Eszter[1] - Németh Nikolett[2]: A fiatalok pénzügyi kultúrája a Széchenyi István Egyetem hallgatóinak példáján

[1]*eszteee90@gmail.com*
Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 5. félév

[2]*kolett0207@gmail.com*
Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 5. félév

Témavezetők:
Dr. Koltai Judit Petra, egyetemi adjunktus, SZE GK
Dr. Kazinczy Eszter, egyetemi adjunktus, SZE GK

Tudományos diákköri dolgozatunkban a fiatalok pénzügyi kultúráját vizsgáljuk, amelyet a Széchenyi István Egyetem hallgatói körében végzett felmérésen keresztül mutatunk be. Választott témánkat azért tartjuk fontosnak és aktuálisnak, mert egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek országos szinten is a pénzügyi kultúra fejlesztésére és a pénzügyi sérülékenység csökkentésére, ehhez pedig a fiatalokon keresztül vezet a legrövidebb út. A pénzügyi kultúrán belül vizsgáljuk a pénzügyi ismeretek meglétét, a pénzügyi tudatosságot, a pénzügyekhez való hozzáállást, valamint a pénzügyi személyiségtípusokat. Dolgozatunkban fontosnak tartjuk bemutatni Magyarország helyzetét nemzetközi felmérések eredményei alapján, valamint összehasonlító elemzést végzünk magyar és nemzetközi vizsgálatok, valamint a saját kutatásunk eredményei között. A Széchenyi István Egyetem hallgatói esetében véletlenszerű mintavételes kérdőíves lekérdezést folytatunk, a hallgatói vezetők körében pedig mélyinterjút készítünk. Dolgozatunk célja, hogy megvizsgáljuk, hogy a munkaerőpiacra frissen belépett vagy a közeljövőben belépni készülő generáció hogyan áll hozzá pénzügyeihez, milyen szempontokat tart fontosnak, illetve milyen tényezők befolyásolják a hallgatókat a pénzügyi döntéseik meghozatalakor, valamint pénzügyi kultúrájuk kialakításában. A kérdőív elemzése SPSS program segítségével történik, faktoranalízist és varianciaanalízist végzünk, a legfontosabb eredményeket pedig összevetjük a témában meglévő szakirodalommal.

Paczona Péter: Bankkártya-forradalom Magyarországon

peter.paczona@gmail.com
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy, MA, 3. félév

Témavezetők:
Dr. Fóriánné Horváth Margit, mesteroktató, SOE LKK
Dr. Kovács Tamás, egyetemi docens, SOE LKK

A Magyar Nemzeti Bank adatai alapján hazánkban – a nemzetközi tendenciához hasonlóan – évről évre bővül a forgalomban lévő készpénz állománya. A háztartások folyamatosannövelik megtakarítási célú készpénzállományaikat, ugyanakkor fizetési szokásaikkal jelentős hatást gyakorolnak a forgalomban lévő bankjegyek és érmék mennyiségére.
Dolgozatomban a lakosság fizetési szokásaiban történt esetleges változásokon túl az elektronikus fizetéshez kapcsolódó infrastruktúra átalakulását vizsgáltam és hasonlítottam össze nemzetközi szinten, továbbá a hazai fizetőkártya-elfogadói hálózat bővítésének akadályait és lehetőségeit tanulmányoztam. Célom azon kérdés megválaszolása, hogy hazánkban kitört-e a bankkártya-forradalom, vagy továbbra is fuldoklunk a készpénzben?
Jellemzően jegybanki adatokat, tanulmányokat és egyéb szakirodalmat használtam és elemeztem. Mindemellett interjúkat, próbavásárlást, saját céges adatgyűjtést és feldolgozást végeztem.
Az Európai Unió tagországainak többségéhez hasonlóan Magyarországon is a készpénz az elsődleges fizetési eszköz a vásárlások során, annak ellenére, hogy az elmúlt évek folyamán a hazai kibocsátású fizetési kártyákkal végzett tranzakciók tekintetében jelentős mértékű növekedés történt. Az elektronikus – kiemelten a bankkártyákkal történő – fizetési módok szélesebb körben történő elterjedéséhez a lakosság pénzügyi kultúrájának fejlesztéséntúl a fizetőkártya-elfogadói hálózat bővítése szükséges.
Az elfogadói hálózat – a régió számos országához hasonlóan – lemaradást mutat az uniós átlaghoz képest. A hátrány annak ellenére jelentős, hogy a Nemzetgazdasági Minisztérium támogatásával közel két év alatt megközelítőleg másfélszeresére bővült a hazai elfogadói hálózat. A terminalizációs program eredményei egyelőre pozitívak, ugyanakkor kérdéses, hogy a kihelyezett terminálok hosszú távon is a hálózat részét fogják-e képezni.
Az elfogadói hálózat kiépítésével párhuzamosan a készpénzmentes fizetési módok elterjedéséhez elengedhetetlen az elektronikus fizetések költségeinek csökkentése, a lakosság készpénzhez jutásának korlátozása, a készpénzt preferáló jogi környezet módosítása.
Magyarországon 2019. július 1-én elindul az azonnali fizetési rendszer, ami remélhetőleg alapjaiban fogja megváltoztatni a fizetési szokásokat. A rendszer a készpénz és a fizetési kártyák mellett további alternatívát nyújthat a vásárlások területén, azonban a kereskedelemben történő megjelenésére – miként hazánkban a bankkártya-forradalomra – egyelőre várni kell.

Rideg Marcell[1] - Sándor István Nicolaus[2]: A magyar háztartások fontosabb társadalmi-gazdasági jellemzői, különös tekintettel a 18-35 évesek pénzügyi sérülékenységére illetve tudatosságára

[1]*rideg.marcell1@gmail.com*
Neumann János Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodás és menedzsment, BSc, 3. félév

[2]*nicolaussandor@gmail.com*
Neumann János Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodás és menedzsment, BSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Kárpáti József, tudományos munkatárs, NJE GTK

A modern társadalmakban megfigyelhető, hogy a fiatalok lassabban önállósodnak, később függetlenednek és ezzel együtt a 18-35 éves korosztály hosszabb ideig van pénzügyileg kiszolgáltatva, vagyis elsősorban a család segítségére utalva. Ennek a természetes állapotnak az időbeli meghosszabbodása okot adott arra, hogy ezt a pénzügyileg vélhetően sérülékenyebb korosztályt - melybe a dolgozat szerzői is tartoznak – felnőtté válásuk és ezek pénzügyi mérföldkövei tekintetében alaposabban vizsgáljuk. Tanulmányunkban arra keressük a választ, hogy milyen a tipikus 18 és 35 év közötti magyar fiatal pénzügyi helyzete. Azonosíthatóak-e a fiatal felnőttek korosztályán belül pénzügyileg sérülékenyebbnek tekinthető csoportok? Milyen tipikus élet-események jellemzőek erre a korosztályra s ezek hogyan befolyásolják a pénzügyi sérülékenységet? Mi okozza azt, hogy a felnőtté válás hosszabb ideig tart napjainkban? Egy mondatban: dolgozatunk adatokkal alátámasztva elemzi, hogy mi az, amire egy 20 éves napjainkban számíthat.

A kérdések megválaszolásához mindenek előtt tanulmányoztuk a pénzügyi sérülékenység szakirodalmát, valamint a felnőtté válás folyamatának különböző szociológiai és pénzügyi-gazdasági aspektusait. Ezt követően feltevéseink lettek, ezekből hipotéziseket fogalmaztunk meg.

Az elmélet igazolása végett empirikus kutatási adatokat kerestünk. Kutatásunk az Európai Központi Bank megbízásából végrehajtott, reprezentatív háztartási pénzügyi felmérés magyarországi kérdőívéből a megfelelő korosztály információira szűréssel vizsgálja a magyar fiatal felnőttek tipikus pénzügyi helyzetét, mivel az MNB korosztályonként külön elemzést nem végzett. Az adatfelvételből és az egész társadalomra vonatkozó további statisztikai adatokból (pl. Mikrocenzus 2016 és KSH további rendszeresen publikált statisztikái) az általunk kijelölt korosztályt próbáljuk alaposabban vizsgálni.

A kutatás meglepő és várt eredményeket egyaránt hozott. Azonosítani tudtunk a fiatal felnőttek körében két csoportot, akik potenciálisan pénzügyileg sérülékenyebbek. Ezek a bankszámlával nem rendelkező fiatal felnőtt háztartások, valamint a középfokúnál alacsonyabb végzettséggel rendelkezők. Sikerült meghatároznunk továbbá a tipikus életesemények időbeni egymáshoz viszonyulását az események személyektől való függését. E tekintetben értelmesnek látnánk a pénzügyi sérülékenységre a fenti tényezők mentén egy indexet kidolgozni. Ebben az irányban szeretnénk munkánkat folytatni.

PÉNZÜGY II.
PÉNZÜGYEK A GAZDASÁGBAN

Zsűrielnök:	Dr. Csiszárik-Kocsir Ágnes, egyetemi docens, OE KGK
Társelnök:	Dr. Parádi-Dolgos Anett, egyetemi docens, KE GTK
Tagok:	Dr. Kiss Gábor Dávid, egyetemi adjunktus, SZTE GTK
	Dr. Darabos Éva, egyetemi docens, DE GTK

Fáró Jenő: A mezőgazdasági vállalatok jövedelmezőségének meghatározói a visegrádi országokban

farojeno96@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás alapszak, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Karai Éva, egyetemi docens, ELTE-GTK

Dolgozatomban egy 2307 vállalat 8 éven keresztüli megfigyeléseit tartalmazó minta segítségével vizsgáltam a jövedelmezőség meghatározóit a visegrádi országok mezőgazdasági vállalatainál. Vállalatspecifikus adatokat használva amellett érveltem, hogy a jövedelmezőség erőforrás alapú modellje jó magyarázatot ad a jövedelmezőség (ROA) változékonyságára. A vállalatspecifikus adatok mellett ország- és időbeli hatásokat is bevontam, hogy kiderítsem, vajon a vizsgált 2007-2014-es időszak folyamán érvényesültek-e szisztematikus különbségek országok és időszakok között a jövedelmezőség szintjén.
A jövedelmezőséget ténylegesen befolyásoló változók azonosítása érdekében egy panel regressziót becsültem, majd hipotézisvizsgálatot végeztem az egyes változókhoz tartozó együtthatók szignifikanciájáról. Mivel a hagyományos t-próba alapján hozott döntés helytelen következtetésekre vezethetett volna a modell reziduumainak normálistól eltérő eloszlása miatt, egy számítógépes módszerhez, a Bootstrap-szimulációhoz folyamodtam. Ennek eredményeként a következőket azonosítottam a jövedelmezőséget növelő tényezőkként: az eszközállomány egysége által generált árbevétel, a likviditás, a jegybanki alapkamat értéke, a növekedés és a tartós eszközállomány megújításának dinamikája.
Ezzel szemben negatív előjelű együtthatót kapott a befektetett eszközök aránya, a tőkeáttétel, a vevők forgóeszközökön belüli és a szállítók idegen tőkén belüli aránya, továbbá az anyag- és a személyi jellegű ráfordítások költségszerkezeten belüli aránya.
Ami az országok és időszakok közötti szisztematikus különbségeket illeti, a szlovák vállalatok átlagosan 2,1%-kal kisebb ROA értékeket tudhattak magukénak, míg a 2009-es év átlagosan 3,2%-kal gyengébb jövedelmezőségi szintet hozott, továbbá bebizonyosodott a lengyel vállalatok magasabb költséghatékonysága.
A jövedelmezőségre legerősebben a tőkeáttétel hatott, az idegen tőke csökkentése tehát egy finanszírozási stratégiaváltás keretein belül javíthatja a vizsgált vállalatok jövedelmezőségét.

Herczeg Miklós: Az elektronikus kapcsolattartás hatása az adóellenőrzés folyamatára

herczeg.miki5@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar
Turizmus – vendéglátás, BA, 5. félév

Témavezető:
Dr. Hamar Farkas,főiskolai docens, BGE KVIK

Dolgozatomban a Nemzeti Adó- és Vámhivatal által 2018. január 1-től bevezetett elektronikus ellenőrzés során történő elektronikus kapcsolattartást vizsgáltam a következő kérdések szerint:

- Adóellenőrzéshez kapcsolódó dokumentumok elektronikus formában történő továbbítása valóban gyorsítja-e az adó ellenőrzés folyamatát?
- Az elektronikus ügyintézés valóban kényelmesebbé és gazdaságosabbá teszi-e az ügyintézést?
- Mennyire népszerű az emberek körében a NAV által bevezetett elektronikus szolgáltatások és az elektronikus ellenőrzési forma?

Kutatási kérdésemre a Nemzeti Adó- és Vámhivatal adóellenőrével, valamint egy elektronikus úton lebonyolított adóellenőrzésen átesett korlátolt felelősségű társaság ügyvezető igazgatójával együtt kerestem a válaszokat. Továbbá lakossági kérdőív keretében azt kutattam, hogy a magyar lakosság mennyire tájékozott a NAV által létrehozott és használt elektronikus rendszerekkel kapcsolatban.
Kutatásom alapján általánosságban megállapítottam, hogy a kezdeti problémák megoldásának és az adózói csoport folyamatos tájékoztatásának eredményeképpen az elektronikus kapcsolattartás valóban felgyorsította az adóellenőrzés folyamatát gazdaságosabbá, egyszerűbbé tette az adóhivatal és a vállalkozások kapcsolatát.
Azonban problémaként jelentkezik a gazdálkodók korosztálymegoszlása, mert az idősebb korosztály nagy része idegenkedik az elektronikus kapcsolattartás folyamatától.
A kérdőív segítségével sikerült feltárni azt, hogy a lakosság nem rendelkezik kellő információval az elektronikus kapcsolattartásra vonatkozóan.

Jakab Tekla: A Magyar Államkincstár és az Önkormányzatok kapcsolatrendszere

vivalatekla@gmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Pénzügy, MSc, 4. félév

Témavezetők:
Dr. Hegedűs Szilárd, adjunktus, BGE PSZK
Molnár Petronella, PhD hallgató, SZIE GTK

A kutatásom középpontjában a Magyar Államkincstár, valamint a települési illetve a megyei önkormányzatok kapcsolata áll. Az egyes önkormányzati rendszerre jellemző pénzügyi számításokat Felsőtárkány példáján mutatom be. Ezen túlmenően a bankválasztási szokásokra, a Kincstárral való kapcsolatrendszer vonatkozásában kérdőíves vizsgálatot készítek a megyei önkormányzatokkal, valamint a települési önkormányzatokkal. Ezen felül egy félig strukturált interjú keretein belül - Felsőtárkány polgármesterével, illetve gazdasági vezetőjével - bemutatom a jelenlegi pénzintézetükkel való kapcsolatukat, valamint kikérem a véleményüket a Magyar Államkincstár által nyújtott szolgáltatásokról.
Dolgozatom megírásának célja, azon három hipotézis megválaszolása, amelyet a kutatásom megírásának kezdetén állítottam fel:
H1: Az önkormányzatok számára előnyösebb, és kifizetődőbb választás a Kincstári számlavezetés a véleményük alapján.
H2: A Kincstár jelenlegi díjai versenyképesnek számítanak a pénzügyi piacon.
H3: A megyei önkormányzatok összességében pozitívan értékelik a Kincstár számlavezetési tevékenységét.
A cél elérése érdekében első sorban megvizsgálom az önkormányzatok és a bankok kapcsolatát, valamint összehasonlítom a Kincstár valamint egyéb pénzintézetek közötti különbségeket is, mind jutalékok és mind pedig díjak szempontjából. Ezek után a kérdőíves vizsgálat és az interjú során kapott válaszokat diagramok segítségével, valamint statisztikai módszerek illetve az SPSS program alkalmazásával elemzem. A különböző eshetőségek magyarázatakor a már említett interjú alatt elhangzott álláspontokra, valamint a kérdőívben található kifejtendő válaszokra támaszkodom.
Végül következtetéseket vonok le és javaslatokat fogalmazok meg (mind az önkormányzatok mind pedig a MÁK számára) a dolgozatom elején megfogalmazott három hipotézisem kapcsán, amelyekből a legfontosabb, hogy megéri-e az önkormányzatoknak a Magyar Államkincstárnál vezetni számláikat, illetve ezen törvényi kötelezettség a megyei önkormányzatokra milyen hatást gyakorol.

Kapronczay Mór: Globális félelem terjedés

mor.kapronczay@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy, MSc, 4. félév

Témavezető:
Badics Milán Csaba, doktorandusz, BCE GTK

Az egyes országok pénzügyi piacai korántsem függetlenek, így aztán a befektetők félelmei könnyen átterjedhetnek olyan tőzsdékre is, amelyeknek az eredeti problémához alig van közük. Ezen írás célja a piacok összekapcsoltságának mélyebb megértése. Ehhez négy kontinens (Észak-Amerika, Dél-Amerika, Európa és Ázsia) négy-négy meghatározó tőzsdeindexeinek változását vizsgáltam. Így azonosítottam a globális változásoktól meglehetősen függetlenül mozgó indexeket (elsősorban az SHCOMP Kínában), amelyek értékes diverzifikációs eszközt biztosítanak a befektetők számára. Kimutattam azt is, hogy döntően az észak-amerikai tőzsdék bocsájtják ki azt a volatilitást, amelyet a világ tőzsdéi elszenvednek. Emellett látszik az is, hogy az egy-egy tőzsdékről kiinduló hatások nem láncszerűen, egyes konkrét tőzsdékre terjednek tovább, hanem több helyen egy időben jelentkezve globális, vagy legalábbis regionális méreteket öltenek.

Kovács-Szamosi Rita: Magáncsőd hatása a banki jövedelmezőségre

kovacs.szamosi.rita@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Varga József, egyetemi docens, BCE KTK

Hazánkban 2015-ben vezették be a magánszemélyek adósságrendezési eljárását, a magáncsődöt, ám csak igen kevés sikerrel. Ezért első kutatási kérdésem az, hogy a nemzetközi jó gyakorlat alapján mi indokolhatja ezt az alacsony érdeklődést az új megoldás iránt. Az eltérések feltárása után döntően irodalomfeldolgozásra támaszkodva javaslatokat teszek a népszerűség növelésére. Ehhez összefoglaltam, hogy azokban az országokban, ahol jól működik ez az intézmény, milyen eljárásmódok, törvényi keretek és gyakorlatok jellemzik azt.
Ezt követően megvizsgálom, hogy a magáncsőd megléte szignifikánsan hozzájárul-e ahhoz, hogy a vizsgált országok bankszektoraiban kevesebb a nemteljesítő adósok aránya. Ellenőrzöm azt is, hogy a magáncsőd megléte szignifikánsan hozzájárul-e a magasabb banki jövedelmezőséghez.
A kérdések megválaszolására panelökonometriai módszereket használok. A World Bank Financial Developement Indicators 2006-2015 közötti adatbázisát kiegészítettem az FX Top svájci frank árfolyamra vonatkozó idősorával, valamint egy saját magáncsőd változóval is. A vizsgáltba Ausztria, Cseh Köztársaság, Franciaország, Németország, Görögország, Magyarország, Lengyelország, Románia, Szerbia, Szlovákia, Szlovénia, Svédország és az Egyesült Királyság került be.
Eredményeim szerint a magáncsőd intézményének megléte jelentősen csökkenti a nemteljesítő adósok arányát, ám nem hat szignifikánsan a banki ROE értékekre. Úgy találtam, hogy a magáncsőd a banki jövedelmezőséget csak közvetetten, a nemteljesítő adósok arányának csökkentésén keresztül befolyásolja.

László Rebeka: Békéscsaba Önkormányzatának pénzügyi elemzése a helyi iparűzési adó alakulása tükrében

rebeka.laszlo95@gmail.com
Gál Ferenc Főiskola Gazdasági Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Kovács Mihály Attila, főiskolai docens, GFF GK

Dolgozatom témája Békéscsaba Megyei Jogú Város Önkormányzatának gazdasági elemzése, azon belül is elsősorban a helyi iparűzési adóból származó bevételek alakulásának vizsgálata. Kutatásom középpontjaként két hipotézist fogalmaztam meg. Egyrészt a helyi iparűzési adó kiemelt jelentőséggel bír az önkormányzatok költségvetésében, nélkülözhetetlen bevételi forrás a helyi közfeladatok hatékony és eredményes megvalósítása érdekében. Másrészt az iparűzési adóbevételek összege erősen függ (korrelál) a város elhelyezkedésétől, a térség gazdasági fejlettségétől.
Munkám felépítését tekintve három nagy szerkezeti egységre bontható. Először a kapcsolódó szakirodalmat feldolgozva ismertetem az államháztartás felépítését, az önkormányzati alrendszer főbb jellemzőit. A következő egységben célom, hogy átfogó képet nyújtsak Békéscsaba helyzetéről, önkormányzatának gazdálkodásáról, bevételeinek és kiadásainak alakulásáról, összetételéről a 2014 és 2017 közötti időszakban. Elemzésemben a település éves költségvetési beszámolóira és zárszámadásaira támaszkodom. Végül foglalkozom az iparűzési adót érintő problémákkal, változásokkal, továbbá feltételezéseim igazolására két különböző régióban lévő város (Győr és Salgótarján) helyi iparűzési adóra vonatkozó gyakorlatát vizsgálom, összehasonlítva a Békéscsabán végrehajtott intézkedésekkel.
Elemzésem eredményeként megállapítható, hogy a helyi iparűzési adó jelentős szerepet tölt be Békéscsaba Önkormányzatának költségvetésében, azonban a város gazdasági fejlődéséhez elengedhetetlen az ebből az adónemből származó bevételek növelése annak érdekében, hogy csökkenjenek a hatalmas különbségek az ország fejlettebb régióihoz képest.

Majtényi Márton: A progresszív és egykulcsos személyi jövedelemadók jövedelmi egyenlőtlenségekre és gazdasági növekedésre gyakorolt hatása

majtenyi.marton@heller.uni-corvinus.hu
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Varga Erzsébet Teréz, egyetemi adjunktus, BCE GTK

Napjaink egyik legégetőbb problémája a jövedelmi egyenlőtlenségek kérdésköre, mely a következő évtizedekre előre tekintve nagy kihívást fog okozni a közgazdaságtan, a politikai döntéshozók és a társadalom számára.
Dolgozatomban a jövedelmi egyenlőtlenségek problémájára megoldást nyújtó lehetőségek közül a személyi jövedelemadó szerepét és annak gazdasági jelentőségét vizsgáltam. Arra kerestem a választ, hogy a személyi jövedelemadó egykulcsos vagy progresszív meghatározása hogyan érinti a jövedelmi egyenlőtlenségeket és a gazdasági növekedést.
A dolgozat megírása során a releváns szakirodalom feldolgozásával és az ez alapján levont következtetésekkel igyekeztem választ találni kutatási kérdésemre. Állást foglaltam a szakirodalomban található vitás kérdésekben, személyes véleményemmel egészítve ki azokat. Kitértem a vagyoni és jövedelmi egyenlőtlenségek vizsgálata közötti választás szempontjaira, arra a következtetésre jutva, hogy utóbbit célszerű elemezni. A jövedelmi egyenlőtlenségek mértékének meghatározására használt Gini-index helyett javaslatot tettem a Palma-mutató használatára.
A progresszív személyi jövedelemadó jövedelmi egyenlőtlenségeket csökkentő hatását vizsgálva két pontban fogalmaztam meg kritikámat: (i) az állami transzferek újraelosztó hatékonysága nagyobb a progresszív személyi jövedelemadó hatékonyságánál; (ii) a jövedelemeltitkolásból fakadó látható és tényleges jövedelmi egyenlőtlenségek közötti eltérés gyengítik a progresszív személyi jövedelemadó jövedelemegyenlőtlenséget csökkentő hatását.
Az egykulcsos személyi jövedelemadó gazdasági növekedésre és egyenlőtlenségekre gyakorolt hatását három eset alapján elemeztem: a balti államok 1990-es években, Oroszország 2001-ben és Magyarország 2011-ben végrehajtott személyijövedelemadó-reformján keresztül. Tapasztalataim alapján nehéz egyértelműen megítélni a reformokat: a várt gazdasági növekedés hatása nehezen elválasztható olyan egyéb tényezőktől, mint a bázishatás, a külső gazdasági környezet és a párhuzamos fiskális és monetáris politikai beavatkozások. A fejlett országokkal szemben versenyhátrányban lévő, gyengébb intézményrendszerű államok számára fontos szempont lehet az egykulcsos személyi jövedelemadó egyszerűsége, állami és adófizetői szempontból egyaránt. Az oroszországi példa alapján – bizonyos fokú intézményi és társadalmi fejlettség alatt – az egykulcsos SZJA a jövedelmi egyenlőtlenségek helyzetére kedvezően is hathat, jellemzően azonban azt növelő hatása van.

Őszi Noémi: Megtakarítási szokások vizsgálata nyugdíj és öngondoskodás tekintetében

oszinoemi@gmail.com
Eszterházy Károly Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Baranyi Aranka, egyetemi docens, EKE GTK
Csernák József, tanársegéd, EKE GTK

A nyugdíjrendszer és annak fenntarthatósága, az öngondoskodás azok a fogalmak, amelyek kétségbe ejtik napjainkban az embereket és elgondolkodnak, hogy szükséges-e az öngondoskodás, vagy az állam tudja biztosítani a nyugodt nyugdíjas éveket?
Célom, hogy megismertessem az emberekkel a pénzügyi tudatosságot, ráébresszem őket arra, hogy az öngondoskodás fontos, így az előre látható problémák a jövőre nézve elkerülhetök lesznek. Vizsgáltam a nyugdíjrendszer fenntarthatóságát, az emberek pénzügyi tájékozottságát, megtakarítási hajlandóságaikat és szokásaikat, és a nyugdíjrendszerhez való viszonyukat.
Hipotéziseim:

1. Az életkor befolyásolja a megtakarítási hajlandóságot.
2. A magas jövedelemmel rendelkezők többet takarítanak meg.
3. Az öngondoskodás szükségességére irányuló marketing tevékenység befolyásolja a megtakarítók döntéseit.

Kérdőíves megkérdezés keretében vizsgáltam a 20-40 éves korosztály öngondoskodási szokásait, mely 135 interneten keresztül, 40 személyes megkérdezés keretében zajlott. Az elemzésem lebonyolításához az IBM statisztikai programját az IBM SPSS Statistics 22-es verzióját használtam, illetve a Microsoft Excel táblázatkezelő programot.
A válaszadók nagy része fél, hogy nem éri el az egyre magasabb nyugdíjkorhatárt, nem lesz nyugdíja, és ha még is teljesülnek az előbbiek, akkor a nyugdíj összege nem lesz elegendő a kiadásaira. Sajnos a nyugdíjrendszer fenntarthatósága is kérdéses, ezért a félelmük nem oktalan. Fontos tudatosítanunk az emberekben az öngondoskodást, hogy az állami nyugdíj nélkül is megtudjanak élni.
A megkérdezettek nagy része magas iskolai végzettséggel rendelkezik, amit magasabb bérrel jutalmaznak, tehát érdemes felsőfokú tanulmányokat végezni, hiszen magasabb jövedelemmel ismerik el, ebből pedig könnyebb gazdálkodni, megtakarítani. A kitöltők számottevő része nem rendelkezik pénzügyi tanulmányokkal, és nincs is tisztában az öngondoskodás szükségességéről és lehetőségeiről. Azonban a pénzügyi tanulmányokkal rendelkezők közül sokan nem tudják használni ismereteiket az életben, megoldás lehet erre a gyakorlati oktatás, konkrét életszerű példákkal. Az állam nem tartja fontosnak az öngondoskodás ismertetését, reklámozását, pedig nélkülözhetetlen lenne, a pénzügyi szféra marketing tevékenysége nem elég, hogy tudatosuljon az egyénekben öngondoskodás szükségessége. A pénzügyi szférában is javasolnám a döntéshozók diverzifikációját, hiszen így megfelelő, személyre szabott tájékoztatást tudnak nyújtani a különböző ügyfélcsoportoknak.

Sass Zoltán: Optimális tőkeinjekciók pénzügyi hálózatokban

sass.zoltan.bce@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Biztosítási és pénzügyi matematika, MA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Csóka Péter, egyetemi docens, BCE GTK

A szerző egy stilizált bankrendszerben vizsgálja eszközoldali sokkok tovagyűrűző hatását, valamint optimális tőkeinjekciók kérdését. A dolgozat elsősorban elméleti jellegű eredményeket tartalmaz. Egyrészt a szakirodalomban már ismert állításokat, tulajdonságokat bizonyítja egy általánosabb, külső hitelezőket is tartalmazó bankrendszerben. Miután kétféle szempontból optimális tőkeinjekciót definiál, néhány ezekkel kapcsolatos, új összefüggést mutat meg.

Süle Adrienn Rita: A vállalati hitelezés szerepe a gazdasági növekedésben egy válságot követő időszakban Magyarországon

suleadri9.3@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 5. félév

Témavezető:
Dr. Ulbert József, egyetemi docens, PTE KTK

Kutatásom során azt vizsgáltam, hogy a vállalati hitelezésnek milyen szerepe van egy válságot követő időszakban és milyen eszközökkel lehet befolyásolni. A válság kezelése meglehetősen fontos, hiszen a kilábalás milyensége meghatározza a gazdaság jövőbeli helyzetét. Tanulmányom célja egy olyan módszer keresése, amely a magyar gazdaság esetében megoldás lehet egy esetleges pénzügyi és gazdasági válság kezelésére.
Hipotézisem szerint a vállalati hitelezés nagy mértékben hozzájárul a válságból való gyors kilábaláshoz és a gazdasági fejlődéshez. A válság kitörésétől a Növekedési Hitelprogram bejelentéséig tanulmányoztam a hitelpiacot. A válságot követően a hitelezés nélküli fellendülés figyelhető meg, ami a GDP vontatott növekedésével jár és komoly makrogazdasági problémákat von maga után. Hipotézisem bizonyítására regresszió-analízist használtam, amely során a vállalati hitelállomány növekedési üteme és a GDP volumene közötti kapcsolatot vizsgáltam. A szakirodalom mellett a regresszió eredménye is igazolta a hipotézisem, ami szerint közepes erősségű kapcsolat van a vállalati hitelállomány növekedési üteme és a GDP volumene között.
A hitelezés jelentőségéből kiindulva, fontosnak láttam, hogy az ösztönzésére is megoldást keressek. Hipotézisem szerint a válságból való kilábalás a nem konvencionális eszközöknek köszönhető. A hazai konvencionális eszközök mellett más országok gazdaságélénkítő eszközeit is szemügyre vettem. A hipotézisemet a Magyar Nemzeti Bank által végzett hitelezési felmérések eredményei támasztották alá.
A Növekedési Hitelprogram hatásosságát tekintve a nem konvencionális eszközök használata egy esetleges válság bekövetkezésekor Magyarországon alkalmazható alternatíva.

Szakács Dominik: A tudatos fogyasztói magatartás a pénzügyi fogyasztóvédelem tükrében

dominikszakacs96@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar
Nemzetközi tanulmányok, BA, 3. félév

Témavezető:
Dr. Tariszka Éva, főiskolai docens, BGE KKK

Kutatásom tárgyát képezte a tudatos pénzügyi fogyasztó magatartásának vizsgálata. Ennek tükrében vizsgáltam a lakosság hosszú távú öngondoskodási szokásait, az azt befolyásoló állami ösztönző rendszer változásait - például a lakástakarék pénztári változások. A TDK-ban kitértem az állam különböző szabályozók általi befolyásoló szerepére a háztartások pénzgazdálkodására, valamint ezek összefüggéseit is elemeztem. Megállapítható, hogy az ország családokat is érintő pénzügyi politikája, a megtakarítást befolyásoló tényezők és a háztartások megtakarításai között összefüggés található.
Hosszú távú pénzügyi döntések meghozatala jellemzi a háztartásokat a különböző életciklusaik folyamán. Az öngondoskodás szemlélete jelen van minden egyén és család életében, bár nem egyforma intenzitással. Kutatásomban rámutattam arra, hogy a pénzügy ismeretek nagymértékben befolyásolhatják ezt az intenzitást. Mikortól beszélhetünk pénzügyi tudatosságról, mit érthetünk tudatos pénzügyi fogyasztó alatt. Milyen motivációk, pszichológiai és szociológiai tényezők állnak-e tudatosság mögött.
Életünk során sok fontos pénzügyi döntést hozunk meg, amelyek hosszú időn keresztül befolyásolni fogják a családi kasszát. Amennyiben az öngondoskodásról, biztosítás kötéséről, befektetésekről vagy akár hitelfelvételről döntünk törekedni kell minden szempontot figyelembe vevő, gazdaságilag hatékony lehetőségek közül történő választásra. Mi az, ami a számunkra jelen élethelyzetünkben éppen legjobb? Sokat segít ebben az újfajta MNB által preferált pl. „minősített fogyasztóbarát termékek" minősítő rendszere.
Többek között arra kerestem a választ, hogy milyen ok vezetett ahhoz, hogy az emberek többsége a forint hitel helyett a külföldi deviza alapú kölcsönt választották. Milyen információk álltak rendelkezésére, mennyire voltak tájékozottak. Vizsgáltam, hogy a felhasználók mennyire ismerik a különböző megtakarítási formákat, személyi jövedelemadó - SZJA - kedvezményeket, megoldásokat. Mind a biztosítási, pénztári mind pedig a banki megoldások kérdéskörét is érintettem a kérdőívemben.

PÉNZÜGY III.
ÉRTÉKELÉSMÓDSZERTANI SZEKCIÓ

Zsűrielnök:	Dr. Pataki László, egyetemi docens, SZIE GTK
Társelnök:	Dr. Kovács Tamás, egyetemi docens, SOE LKK
Tagok:	Dr. Horváth Attila, főiskolai docens, MET KÜT
	Dr. Fellegi Miklós, egyetemi docens, BGE PSZK

Balogh Virgínia: A stratégiai és a pénzügyi döntések közötti szakadék áthidalása egy újszerű módszer segítségével

ginus0329@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy, MSc, 4. félév

Témavezető:
Kleschné Dr. Csapi Vivien, adjunktus, PTE KTK

Munkám során a pénzügyi, illetve a stratégiai döntéshozatalt kapcsolom össze, mivel sok esetben a vállalatoknál ezek távol állnak egymástól, viszont hatással vannak egymásra. Ez maga után vonja, hogy az ebből a távolságból adódó nem megfelelő információáramlás és értékelési eredmények rontják a stratégiai döntések minőségét, vagy akár lassítják a folyamatot. A reálopció elemzés támogató erő lehet az ilyen helyzetekben, ezt szeretném bemutatni az elkövetkező dolgozatban is, amiben például ezen értékelési módszer gyakorlati alkalmazhatóságát is bemutatom egy startup példáján keresztül.
Valamint a mai gyakorlatban releváns együttműködni vagy versenyezni kérdésre kívánok operacionalizált választ keresni egy újabb terület bevonásával, mely nem mást, mint a játékelmélet. Célom, hogy bebizonyítsam, hogy az elavult értékelési módszerek alkalmazása (például: Diszkontált Cash Flow módszer) még jobban eltávolítják e két fent megnevezett területet egymástól, úgymond gátat építenek közéjük, viszont az újszerű reálopciós módszer, valamint ennek játékelmélettel való ötvözése megfelelő eszköz ennek ledöntésére.

Biró Zsófia: A MOL 2030-as stratégiájának pénzügyi megvalósíthatósága és hatása a tulajdonosi értékre

zsofia930813@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy, MSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Takács András, egyetemi docens, PTE KTK

Dolgozatomban a MOL 2030-as stratégiájának várható hatásait vizsgálom a vállalat tulajdonosi értékére nézve. Vajon a MOL Group képes lesz legalább ilyen magas vállalatértéket generálni és megtartani jelenlegi piaci pozícióját, ha valóban eljön a sokak által emlegetett fosszilis korszak vége, továbbá bekövetkezik a közlekedés újabb forradalma, vagy ő sem menekülhet a szén-dioxid neutralitást preferáló eljövendő időszak elől?
A vállalatértékeléshez szükséges megfelelő kutatási módszertan kiválasztásánál figyelembe vettem a vonatkozó szakirodalmakat és nemzetközi standardokat, amik különböző módon csoportosítva többféle értékelési megközelítést is bemutatnak. Ami minden esetben közös pont, hogy a módszertanilag leginkább megfelelő módszernek a diszkontált cash flow módszert tekintik. Az egyes DCF modellek közül pedig az Equity Cash Flow modellt választottam, hiszen ahogy a dolgozat címe is mutatja, a tulajdonosi értékre gyakorolt hatásokat szeretném kimutatni, és a tulajdonosi értéket az ECF modell adja közvetlenül eredményként.
A MOL 2030-as stratégiája alapvetően négy, a tulajdonosi érték szempontjából lényeges beruházást említ meg: a finomítók fejlesztését, a műanyag és műgumi gyárakat, valamint a Fresh Corner lánc intenzív bővítését. Továbbá kiemeli, hogy a jövőben változás várható az üzemanyag piacon is, hiszen fennállásuk óta először alternatív megoldás kínálkozik: megjelentek és egyre inkább terjednek az elektromos autók, amik visszaszoríthatják a hagyományos üzemanyagok értékesítését. Ezért e stratégiaalkotó elemek és az elektromos autók külön-külön, illetve együttesen kifejtett hatásait vizsgálom a 2017-es jelenértéken számított tulajdonosi értékre nézve.
Elemzésem alapján a fosszilis nyersanyagok (főként kőolaj) felhasználásában várható esetleges váltás nem fogja befolyásolni a MOL 2030-as stratégiájának megvalósulását, mert a stratégiában felvázolt beruházási projektek együttesen 2,93%-os növelő hatást gyakorolnak a vállalat tulajdonosi értékére. Ugyanakkor fontos megjegyeznem, hogy a MOL várakozásaival ellentétben az egyes projektek külön-külön nem mind térülnek meg 2030-ig, ez csak együttesen, a komplett stratégia vonatkozásában jelenthető ki.

Csíki Ottó: Vevőérték-számítási módszer alkalmazása a hűségesítési döntések megalapozására

csikiotto07@gmail.com
Babeş-Bolyai Tudományegyetem
Menedzsment, BA, 6. félév

Témavezető:
dr. Szász Levente, egyetemi docens, RO BBTE

A vevők hűségesítése a 2008-as gazdasági válság után éppen regenerálódó autókereskedők számára kiemelten fontos, hiszen Romániában az autótulajdonosok ritkán cserélnek gépjárművet, így lényeges egy kereskedőnek, hogy vásárlóik a jótállási idő letelte után is a hivatalos márkakereskedésben javíttassák a járművüket.
A hűségesítés során rengeteg pénzt takaríthat meg egy autókereskedő, hiszen többszörösen drágább egy új vevő bevonzása, mint egy meglévő ügyfél megtartása. Ugyanakkor csak az olyan vevőket érdemes megtartani, akik profitot termelnek, ellenkező esetben nem érdemes hűségesíteni.
A tanulmányban arra a kérdésre kerestük a választ, egy valós autókereskedés példáján keresztül, hogy mennyi pénzt lehet allokálni a vevők hűségesítésére figyelembe véve az ügyfél által generált várható jövőbeli profitok jelenértékét. Ennek érdekében, a szakirodalomra támaszkodva, megalkottunk egy saját vevőérték-számítási modellt, amely a meghibásodási valószínűségekből jelzi előre a vevők jövőbeli költéseit. A jövőbeli pénzáramokat diszkontáltuk, majd ezeket az értékeket korrigáltuk a hűségességi rátával. A felépített modell megmutatja, hogy a hűségességi ráta emelésével mekkora nyereségtöbbletre lehet számítani, és így azt is, hogy legfennebb mennyi pénzt lehet allokálni a vevők lojalizálására.
A kutatás eredménye egy olyan, a gyakorlatban is releváns számítási módszer, amit általánosan használhat bármely autókereskedő, hogy megalapozott pénzügyi számításokból kiindulva alakíthassa ki a vevők hűségesítését célzó projektjeit.
Eredményeink alapján az elpártolási ráta 5%-os csökkentésével a nyereség (évtől függően) 7-68%-kal növelhető, így tehát mindenképpen érdemes az ügyfeleket hűségesíteni.

Kulcsszavak: vevőérték-számítás, hűségesítés, autókereskedés

Fáró Jenő: A (regressziós) fák az égig érnek, avagy a rekurzív particionáló algoritmus alkalmazásának lehetősége a jövedelmezőség vizsgálatában

farojeno96@gmail.com
Eötvös Loránd Tudományegyetem Gazdálkodástudományi Intézet
Pénzügy, MSc, 1. félév

Témavezető:
Dr. Hajdu Ottó, egyetemi tanár, ELTE GTI

A tanulmány célja, hogy az EBITDA-margin alapon mért vállalati jövedelmezőség tanulmányozása esetében egy empirikus kutatás lefolytatásával megvizsgálja, van-e létjogosultsága módszertani újításként a rekurzív particionáló algoritmus alkalmazásának. Ennek érdekében áttekinti a jövedelmezőség kutatásában eddig alkalmazott módszereket, illetve az algoritmusok működési elvét, erősségeit és gyengeségeit. Ezek alapján az algoritmusok alkalmazását azzal argumentálja, hogy közülük egyesek képesek az interakciók átlátható módon való kezelésére, továbbá alkalmazásukkor nem szükséges az egyéb modellezési technikáktól eltérően a modellfeltevések ellenőrzése és a függvényforma előzetes specifikálása. Figyelembe véve a vizsgált probléma természetét, valamint az algoritmusok tulajdonságait a tanulmány előrejelzési céllal alkalmazza a CART, a bagging és a véletlen erdők eljárásait, illetőleg exploratív céllal a CHAID-algoritmust. Az előrejelzési céllal alkalmazott algoritmusok tanítása a véletlenszerűen két részre osztott – 9 db EU15-ös ország, illetve hazánk mezőgazdasági vállalatainak 2007 és 2015 közötti megfigyeléseit tartalmazó - minta 75%-án történik. Az itt létrehozott modellekkel előrejelzés készül a tesztelő mintaként szolgáló fennmaradó 25%-nyi megfigyelésre, majd az elkövetett előrejelzési hibákból számított statisztikák és azok empirikus eloszlása szolgálnak alapul a prediktív teljesítmény értékeléséhez. A fenti szempontok mentén megtörténik az algoritmusok összevetése a klasszikus ökonometriai eszköztár egy elemével, a véletlen hatású panel modellel. Ezek alapján a legjobb teljesítményt a véletlen erdők nyújtotta, továbbá az eljárás fontossági mutatók prezentálásával járult hozzá a jövedelmezőség szempontjából legfontosabb változók azonosításához. A CHAID-algoritmus ereje jó vizualizációs képessége mellett abban rejlett, hogy feltárta az eredmény- és magyarázó változók közötti kapcsolatok irányát és az egymással interakcióba lépő változók körét. Mindezek alapján a tanulmány legfőbb következtetése, hogy a véletlen erdők és a CHAID-algoritmus kombinációja nemcsak a hagyományos módszerek kiegészítéseként, de akár önállóan is megállhatja a helyét a jövedelmezőség kutatásában exploratív, illetve prediktív céllal alkalmazva.

Király Imre István: A Benford-törvény és néhány alkalmazása

kiraly.imre13@gmail.com
Budapesti Metropolitan Egyetem Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Kiss Ferenc, egyetemi docens, METU HFTGK

A dolgozat témája Benford-törvény bemutatása és használata. Ezen empirikus törvény azon részét szemlélteti a dolgozat, amelyet az auditorok napjainkban is rendszerint használnak a világunk különböző részein. Külön megemlítendő, hogy hazánkban Newcomb és Benford törvénye kevésbé ismert.
A dolgozat a következő gondolatmenetre épül:

- Először a dolgozat bemutatja a Benford-törvényt, először általános majd tudományos szemszögből.
- A következő rész tartalmazza a vizsgálatok előkészítésének adatgyűjtésének, mintavételezésének folyamatát.
- Ezt követően gyakorlati alapon mutatja be a szabály alkalmazhatóságát és korlátait, olyan adatsorokon, amelyek követik a törvényszerűséget és olyanokon, amelyek nem.

A következő adathalmazok felhasználásával szemlélteti:

- 5-ös lottó számai
- Magyarország postai irányítószámai
- Egy kisebb telefonszám adatbázis
- 2016. évi központi költségvetés bevételi mutatói
- Magyarország népesség számlálásának 2015-ös kimutatása

Az ezutáni rész hivatott szemléltetni az egy-egy területre vonatkozó, és a területek közötti konklúziót. Kifejti a gyakorlati alkalmazhatóságoknál kapott eredmények okát.
Végül az „Összegzés, lezárás rész” magában foglalja a szerző saját megállapításait, javaslat tételeit és a törvény sok színűségét.

Kujbus Marcell: Vállalati felvásárlás sikerességének előrejelzése Support Vector Machine-nel

marcellkujbus@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés, BSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Ferenci Tamás, egyetemi adjunktus, BCE KTK

A vállalati felvásárlás elméletileg akkor lehetséges, ha fennáll az úgynevezett szinergia hatás, mely szerint a felvásárlás után létrejövő cégegyüttes értéke nagyobb, mint a két cég külön-külön vett értékének az összege. Ez azt eredményezi, hogy a hatékonytalan cég akvirálásával érték teremtődik. Ez alátámasztja azt az empirikusan megfigyelhető stilizált tényt, hogy a felvásárlás bejelentése után a két cég részvényárfolyama szimmetrikusan növekedik. A kutatásomban arra a kérdésre keresek választ, hogy az egyesült államokbeli 3 éves vállalati felvásárlási határidős piac hatékony-e. Ehhez építek egy klasszifikációs modellt, amely előrejelzésére támaszkodva megmutatom, hogy szignifikáns kockázattal korrigált hozam érhető el a vásárlások megfogadásával.
A vállalati felvásárlások sikerességének előrejelzésére vonatkozó korábbi munkák elsősorban két módszerre támaszkodtak: a lineáris diszkrimianica-analízisre és a logisztikus regresszióra. TDK dolgozatomban az ezen a területen kevésbé elterjedt gépi tanulási módszert alkalmazok, nevezetesen a Support Vector Machinet (SVM). A módszer elméleti hátterét részletesen bemutatom, használhatóságát precízen elemzem. Az SVM hiperparamétereit rácsmenti kereséssel optimalizálom.
A modellbe bevont vátozókat a szakirodalom alapján gyűjtöm össze, és a Bloomberg terminál MA valamint EQS függvényei segítségével töltöm le azokat. A kezdeti adathalmaz sok hiányzó adatot tartalmazott, amit a többszörös imputálás technikával kezeltem. Az adathalmaz tisztítása, outlierek eltávolítása után a mintám egyedülálló nagysággal rendelkezik.
A dolgozatban a modell előrejelzésére támaszkodva mutatok egy kereskedési stratégiát, ami valószínűségi arbitrázst eredményez. A stratégia backtestelését out-of-sample technikával végzem el. A modell a validáló halmazon 94.78% pontossági metrikával rendelkezik, ami az egyes cégek besorolását illeti. A bemutatott stratégia a validálás során 17.79% többlethozamott generál, ami közel 23-szor akkora, mint a híres buy and hold stratégia kifizetése. Az eredmény bíztató, azonban fenntartásokkal kell rá tekinteni, ugyanis a modellnek vannak limitációi. Az utolsó fejezetben ezeket mutatom be. A kutatás hatókörébe tartozó metodológia alapján azonban kijelenthetjük: az egyesült államokbeli három éves felvásárlási piac nem hatékony.

Mészáros Mercédesz: Árfolyammodellezés nem konvencionális monetáris politikák mellett

mercedesz.mszrs@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Pénzügy, MSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. habil. Kiss Gábor Dávid, egyetemi docens, SZTE GTK

A 2008-as subprime válságot követően a hagyományos monetáris politikai eszköztár alkalmazása nem bizonyult hatékony stratégiának a válságkezelésben. Ennek következményeként a kedvezőtlen helyzetbe került jegybankok a pénzügyi helyzet stabilizálása érdekében új, nem szokványos instrumentumok bevezetéséhez fordultak, melyek jelentős hányada sikerrel orvosolta a felmerült problémákat.
Kutatásom során azt vizsgáltam, hogy azon nem konvencionális jegybanki eszközök alkalmazása, melyekkel nem az árfolyamok szabályozása volt a központi bank célja, hatással volt-e a devizaárfolyamok alakulására, a kamatparitás, Taylor-szabály teljesült-e bevezetésüket követően. Kérdéseim megválaszolását 7 európai jegybank 2007 és 2018 első negyedéve közötti tevékenységének tanulmányozásával, negyedéves adatok felhasználásával, ökonometriai vizsgálatokra alapoztam, amely során dinamikus panel regressziók által elemeztem a teljes mintát és annak csoportosításait is, az előzetesen megfogalmazott empirikus modelljeim tesztelésével. A nem konvencionális lépések (jegybanki hitelprogramok és eszközvásárlások) hatását a jegybanki mérlegfőösszeg változásán és a jegybanki hitelállomány és értékpapírok devizatartalékokhoz viszonyított arányán keresztül ragadtam meg.
Eredményeim alapján kijelenthető; a vizsgált központi bankok esetén az unortodox monetáris politika követése rövidtávon szignifikáns hatást gyakorolt a devizaárfolyamok változására, azon eszközök alkalmazása esetén is, ahol nem volt cél az árfolyamok szabályozása. A kamatparitás a teljes mintán részben és egy csoporton teljesült a vizsgált időszakban, míg a Taylor-szabály két csoport esetén is alkalmasnak bizonyult a devizaárfolyamok és a makro-változók közötti rövid távú kapcsolat igazolására.

Morvai Dóra: Beruházás-értékelési módszerek gyakorlati alkalmazásának kihívásai

morvai.dora95@gmail.com
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BA, 7. félév

Témavezetők:
Süveges Gábor, tanársegéd, ME GTK
Dr. Dózsa Csaba, egyetemi docens, ME EK

A szakirodalom több módszert ismer a beruházások értékelésére, melyek adat- és információ igénye változó lehet. Kutatásom célja bemutatni, hogy egy konkrét beruházás megvalósítása során, hogyan választ a tulajdonos a módszerek közül, és milyen nehézségekbe, kihívásokba ütközik az információgyűjtés során.
Ennek megfelelően a következő kérdéseket fogalmaztam meg:

- Hogyan lehet alkalmazni a beruházási módszereket, több tevékenységet magába foglaló projektek esetében?
- Melyek a beruházás-értékelési módszerek alkalmazásának legfőbb kihívásai a tulajdonosok szemszögéből?
- Hogyan lehet átláthatóvá, érthetővé tenni a beruházás-értékelési módszerek eredményét és logikáját a tulajdonosoknak?

A dolgozat módszertanát tekintve egy konkrét beruházási projekt gazdaságossági vizsgálata. A beruházás egy életmód szálloda megvalósítására irányul Nyugat-Magyarországon. A szálloda fő tevékenysége a szállásadáson kívül az életmód változtatást elősegítő csomagok értékesítése lesz, amelyhez kapcsolódóan a tervek szerint kialakításra kerül egy fitness és mozgásterem, egy látvány- és tankonyha, szépészeti és masszázs helyiségek, és az orvosi felmérésekhez és tanácsadáshoz szükséges helyiségek, emellett beszerzésre kerülnek a szükséges berendezések és felszerelések is. A szálloda nem csak szállóvendégeknek nyújtana szolgáltatásokat, hanem helyi lakosokra, illetve más szállóban megszálló turistákra is számítanak.
A projekt előkészítés során a beruházás-értékelési módszerek közül, főként a nettó jelenérték módszer segítségével vizsgálom, hogy megéri-e megvalósítani a tervezett beruházást. A költségek és bevételek esetében optimista, pesszimista és realista becslést is végzek, 8, 12 és 15 éves időtávban. A nettó jelenérték két verzióban kerül kiszámításra, az egyikben teljes önerőből valósul meg a beruházás, a másik esetben támogatást vesz igénybe a befektető. Az NPV számításhoz egy dinamikus modellt építek, amelyben a becsült paraméterek változtatása mellett is láthatóvá válik a megtérülés.

Simity Milán[1] - Vancsa Miklós Milán[2]: Rough volatility in foreign exchange markets (Érdes volatilitás a deviza piacokon)

[1]*milan.simity@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy, MSc, 2. félév

[2]*milan.vancsa21@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Biztosítási és pénzügyi matematika, MSc, 4. félév

Témavezető:
Badics Milán Csaba, doktorandusz, BCE GTK

In recent years the application of fractional Brownian motion in financial modelling has become widespread both in theoretical finance and financial econometrics. In their seminal paper Gatheral et al (2014) have shown that, their fractional Brownian motion-based model performs better, than standard econometric models at predicting realized volatility of different equity indexes. In this study we will analyze the evolution of the volatility of different liquid and illiquid foreign exchange rates. Our hypothesis is that FX volatilities exhibit the same smoothness feature as equity volatilities. Despite the different characteristics of the volatility on currency markets we expect the Rough Fractional Volatility model to perform well in predicting the realized variances. In order to test our hypothesis we used high-frequency datasets for 6 currencies. Our results are encouraging, because our model proved to be a superior forecasting tool of realized variance compared to other econometric models.

Tar Boglárka Csilla: Opciók vizsgálata az R statisztikai rendszerrel

bogcsi25@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Tarnóczi Tibor, egyetemi docens, DE GTK

A mai felgyorsult világban nagyon fontos szerepet játszik, hogy megfelelően tudjuk kezelni a kockázatokat, és erre az opciók kiválóak. Ezek a származékos ügyletek rendkívül komplexek, komoly hozzáértést igényelnek, azonban akik értenek hozzá rendkívüli nyereséget érhetnek el. Ahhoz, hogy valaki sikeres legyen az opciós kereskedésben elengedhetetlen, hogy ismerje az opció árát befolyásoló tényezőket és az érzékenységi mutatókat. Dolgozatom fő célja az, hogy megvizsgáljam hogyan alakul különböző cégek részvényeire szóló opciók ára az érzékenységi mutatók éréke a Black-Scholes modell segítségével.
Kutatásom elvégzéséhez az R statisztikai programcsomag fOptions modult használtam fel, ezen belül is a GBSOption és a GBSCharacteristics függvényeket. A futtatásokhoz szükségem volt bizonyos adatokra, mégpedig a részvény aktuális árára, a volatilitására, illetve az opció kötési árára és lejáratára. A részvények aktuális árai a Nasdaq elektronikus tőzsde honlapján lehet elérni, szintén erről a honlapról töltöttem le a historikus részvényárakat. Ezt betöltve Excelbe kiszámítottam a részvény volatilitását a SZÓRÁS függvény segítségével. A kötési árat, illetve a lejáratig hátralévő időt a Chicagoi opciós tőzsde honlapjáról töltöttem le. Ugyancsak ezen a honlapon kerestem opciókat, fontosnak tartottam, hogy eladási, vételi, ITM és OTM opciókat is elemezzek, így a választásom egy ITM vételi Apple, egy ITM eladási Facebook és egy OTM vételi Amazon opcióra esett. Miután már minden szükséges adattal rendelkeztem elkezdhettem a futtatásokat az R programban, majd ábrák segítségével vizsgáltam az opciók értékének alakulását az idő és az azonnali ár függvényében.
A kutatásomból kiderült, hogy a vételi opciók értéke annál magasabb, minél magasabb az azonnali árfolyam, míg eladási opciónál pont fordítva. A delta, a theta és a rho eladási opció esetén negatív, vételi opció esetén pozitív értéket vett fel, vagyis az idő múlása, a kockázatmentes kamatláb és az azonnali ár növekedése ellentétesen hat a put és call opciókra. A vega és a gamma pozitív mindhárom esetben, vagyis a volatilitás növekedése növeli az opció érétkét, illetve az árfolyam növekedés emeli a delta értékét.
Fontos, hogy ezek az értékek nem pontosak, hiszen egy modellen alapulnak, azonban nagy segítséget nyújthatnak azoknak, akik opciókkal szeretnének kereskedni.

REGIONÁLIS GAZDASÁGTAN ÉS TERÜLETFEJLESZTÉS

Zsűrielnök: Dr. Molnár Tamás, egyetemi docens, PE GTK
Társelnök: Dr. Kovács Tibor, egyetemi docens, EKE GTK
Tagok: Dr. Csigéné Dr. Nagypál Noémi, egyetemi adjunktus, BME GTK
Dr. Kassay János, egyetemi adjunktus, EMTE ÜTT

Czipczer Tamara[1] - Krokos Anita[2]: Egy sikeres társadalmi innováció megvalósulása, avagy Bioszentandrás, a példaértékű mintafalu bemutatása

[1]*tamara.czipczer@gmail.com*
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Számvitel, MSc, 2. félév

[2]*anitakrokos@gmail.com*
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Pénzügy – számvitel, BA, 6. félév

Témavezetők:
Dr. Lipták Katalin, egyetemi docens, ME GTK
Süveges Gábor, tanársegéd, ME GTK

A periférikus területek felzárkóztatása és a foglalkoztatási helyzet javítása jelentős, sokakat foglalkoztató kérdéskör napjainkban. Ezen állapot megoldását hívatott szolgálni az Európai Unió által kiírt több pályázat is. Ezen támogatások kihasználásával a problémák gyökerénél, a kevésbé fejlett vagy fejletlen térségekben sok, kitűnő kezdeményezés történt az évek során, mely fejlődést eredményezett Magyarország periférikus területein.
Véleményünk szerint sikeresnek az a felzárkóztatást megcélzó tevékenység tekinthető, mely hozzájárul a helyi foglalkoztatás növeléséhez, a gazdaság javításához, hosszútávon fenntartható, valamint képes és akar terjeszkedni, fejlődni. Ezen kritériumoknak maximálisan megfelel a Hernádszentandráson elindított, mezőgazdasági kezdeményezés, melyet BioSzentandrásnak kereszteltek el.
Dolgozatunk célja ennek a megismételhetetlenként ismertetett vállalkozásnak a teljeskörű megismerése, melyhez módszertanunkat tekintve primer és szekunder kutatást használunk fel. Ennek érdekében munkánk első részében szükségesnek tartjuk a társadalmi innovációhoz kapcsolódó fogalmak tisztázását, ugyanis ez egy olyan összetett tevékenység, amely egy társadalmi probléma innovatív megoldására irányul és főként a helyi foglalkoztatásra összpontosít. Ezt követően bemutatásra kerül a sikeres társadalmi innovációt befogadó térség is. A primer kutatásunk keretében volt alkalmunk interjút készíteni Üveges Gábor polgármester úrral, ahol a Bioszentandrás programmal kapcsolatban kérdeztük. Az itt szerzett információk és a korábban, ebben a témában írt tanulmányok, valamint a polgármesterrel készített interjúk bemutatásával alapozzuk meg a dolgozatunkat. Ennek során igyekszünk kitérni azokra a tényezőkre is, melyek a sikeressége hátterében állnak. Legvégül pedig összegeznénk az esetleges fejlesztési, terjeszkedési javaslatainkat.
Dolgozatunk célja nem csupán az egyszeri történet mögött rejlő események feldolgozása, hanem annak az esélynek a megteremtése is, hogy más, fejletlen térség és település is felismerje, hogy hasonló sikerek és fejlődés elérése mögött csak a sok munka, fejlődés iránti elszántság és az adottságokban rejlő lehetőségek kihasználása áll.

Csia Márton - Ghira Zsófia Anna: A mobilitás határai - a városi közlekedés attitűdvizsgálata Budapesten

marton.csia@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Regionális és környezeti gazdaságtan, MA, 2. félév

zs.ghira@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Regionális és környezeti gazdaságtan, MA, 2. félév

Témavezető:
Dr. Kerekes Sándor, egyetemi tanár, BCE TK

Reggel felkelünk, elkészülünk, utazunk, dolgozunk, utazunk, szórakozunk, utazunk, hazaérünk. Egy átlagos hétköznapja így néz ki egy mai nagyváros lakójának. Az utazás tehát nagyban meghatározza mindennapjainkat, sok időnket töltjük vele, még ha annak módja, eszköze, minősége változik is az évek múlásával. Az idő pedig pénz és még annál is sokkal több, ezt mindenki megtapasztalta, aki érezte már úgy egy nap után, hogy semmi igazán fontosra nem jutott a 24 órájából. Az emberek persze szeretnék hasznosan tölteni a napjukat, s a változtatásra elméletben készen is állnak. De a gyakorlatban vajon mennyire képesek ennek érdekében lemondani bizonyos szokásaikról, mennyiben tudja követni a technológia az igényeket? Hol a határ az emberek változásra való hajlandóságában, mennyire befolyásolják ezt a különböző tényezők? Készek vagyunk autók nélkül élni, otthonról dolgozni, csak online vásárolni és skype-on találkozni a barátainkkal? Lehet-e ez egy fenntartható városi alternatíva? Összhangba hozható-e ez a fenntartható fejlődés kereteivel? A kérdésekre a városi lakók, főként fiatalok attitűdjének megismerése után válaszolunk. Az attitűdvizsgálatot a Q-módszer segítségével végeztük el, amely a szubjektív véleménykülönbségek feltárásában segít. A módszer segítségével faktorokat hoztunk létre, amik véleménycsoportokat prezentálnak. Összesen öt különböző véleménycsoportot határoztunk meg, melyek elemzése alapján megállapítható, hogy bár többen készen állnak az online életvitelre, a személyes kapcsolattartás értéke jelenleg nem helyettesíthető.

Csizmadia Adrián: Települések jövedelmi és iskolázottsági helyzetének vizsgálata a Dél-Dunántúli régióban

csizmadia.adrian@gmail.com
Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Nagy Mónika Zita, egyetemi docens, KE GTK

Kutatásom célja a település szintű jövedelmi viszonyok és az iskolázottsági adatok összefüggésének és a vizsgált változók térbeli függőségének feltárása Dél-Dunántúl 654 településére vonatkozóan.
A településeket az alapján csoportosítottam, hogy melyik jövedelemsávba esik az úgynevezett mediánsávjuk illetve felső kvartilis sávjuk. A jövedelmi viszonyokról az adatokat a TEIR adatbázisából szereztem. A települési adatok részletes elemzése után képet kaptam róla, hogy az alkalmazott módszer alapján mely települések tartoznak a régió legszegényebb és leggazdagabb települései közé.
A szintén TEIR-ből származó adatok alapján az alacsony iskolai végzettségűek arányát határoztam meg az egyes településeken, és a kapott adatokat összevetettem a települések jövedelmi viszonyaival. ANOVA módszerrel igazoltam az összefüggést a jövedelem (Me, ill. Q3 jövedelmsáv – kategóriaváltozó) és az iskolázottság (alacsony iskolai végzettségűek aránya – kvantitatív változó) között ($p<5\%$).
A GeoDa program segítségével a vizsgált változók térbeli függőségének feltárása és a kapott eredmények térképen való megjelenítése történt. Az adatok vizuális megjelenítése sokat segített az eredmények és összefüggések még hatékonyabb bemutatásában, a régió belső jövedelmi és iskolázottsági viszonyainak meghatározásában. Így azonosítani tudtam azokat a településcsoportokat, ahol a szomszédsági viszonyoknak, ezáltal a földrajzi fekvésnek meghatározó szerepe van az adott települések jövedelmi és iskolázottsági helyzetében.
A területi autokorreláció kimutatására alkalmas Moran I statisztika igazolta, hogy a jövedelmi és iskolázottsági helyzet értékeit a területi elhelyezkedés meghatározza ($p<5\%$). Vizsgálati eredményeim szerint a medián jövedelemsáv, a felső kvartilis jövedelemsáv és az alacsony iskolai végzettségűek arányának esetében a dél-dunántúli települések értéke kismértékben pozitívan korrelál a területi elhelyezkedéssel, tehát kapcsolatot áll fenn a vizsgált mutatók és a területi meghatározottság között. Főként a megyeszékhelyek és agglomerációjuk, valamint a Balaton-part településeinek esetében mutatható ki a települések értékeinek csoportosulása.

Lengyel Erzsébet: Hozzáadott értékadó hiány Romániában

betty.lengyel@yahoo.com
Partiumi Keresztény Egyetem
Vállalkozások fejlesztésének menedzsmentje, MA, 3. félév

Témavezető:
Dr. Szász Erzsébet, egyetemi docens, RO PKE

Hozzáadott értékadó (HÉA/ÁFA/TVA) a kormányzati költségvetés egyik legfontosabb bevételei közé tartozik, ezért begyűjtésének hatékonysága meghatározza a kormányzat által nyújtott közjavak és közszolgáltatások lehetőségeit. A legutolsó, 2015-re vonatkozó vizsgálatok alapján Románia még mindig a legmagasabb HÉA hiányt produkálja az Európai Únió tagállamai közül, hisz 100 lejnyi ÁFÁ-ból 37-et nem sikerül beszedni, annak ellenére, hogy mérhetően javuló tendenciát mutat a kapott érték. A hozzáadott értékadó hiányának növekedése az adóteljesítés hiányosságaira és/vagy az adóbeszedés alacsony hatásfokára utalhat, ami kormányzati intézkedések szükségességét jelentheti.
Jelen dolgozat célja a HÉA-hiány megállapításának szakirodalmi bemutatása, a Romániára vonatkozó adatok ismertetése és értékelése, valamint a magas hozzáadott értékadó hiány okainak feltárása, megemlítve a bevallás hiányát (adóbevallás benyújtásának elmulasztása), az alacsonyabb mértékű adóbevallást (gazdasági tranzakciók eltitkolása és túlzott adójóváírások) és az alacsonyabb mértékű adóbefizetést (bevallott adótartozás teljes mértékű befizetésének elmulasztása).

Mezei Martin: Szolnok Megyei Jogú Város területi versenyképességének vizsgálata a jövő generációjának szemszögéből

mezeimartin11@gmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnöki, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Nagyné Dr. Molnár Melinda, egyetemi docens, SZIE GTK

Kutatásom tárgyaként alapvetően Szolnok Megyei Jogú Város területi versenyképességének vizsgálatát fogalmazom meg. A vidéki térségek fejlesztése és a regionális gazdaságfejlesztések egyik legfontosabb összetevője a lakosság helyben tartása, ezért kutatásom fókuszában is az emberi tényező áll, azon belül is a város fiatal rétege.
A kutatásom legfőbb célja tehát az, hogy felmérjem Szolnok Megyei Jogú Város területi versenyképességét a fiatal szolnoki polgárok szemszögéből, és hogy kiderítsem, mennyire tartják élhetőnek és mennyire jelent számukra hosszú távú perspektívát, mint lakóhely. Az eredményeket össze kívánom hasonlítani országos, regionális és járási szintű adatokkal is, hogy objektív következtetést vonjak le.
Kutatásom módszertanilag két részre bontható, egy primer és egy szekunder egységre. A primer adatfelvétel elsődlegesen egy papír alapú kérdőíves felmérésből állt, melyet 7 szolnoki középfokú oktatási intézményben, összesen 341 diák bevonásával végeztem el 2018. szeptemberében és októberében, egy a Szolnok Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatalának Oktatási, Kulturális és Sport Osztályán tett látogatásom során pedig a város álláspontját is megismerhettem a témát illetően. A szekunder adatfelvétel során legfőképpen az Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer adatbázisait használtam fel, valamint a Magyar Ifjúság Kutatás 2016-os eredményeit.
Jelen vizsgálatomat az Új Nemzeti Kiválóság Program keretében folytatom, e TDK pályamunkám pedig egy későbbi publikáció előtanulmányaként kívánom felhasználni, mely a felmérésem legsarkalatosabb pontjait részletezi.
Bízom abban, hogy erős Szolnoki kötődésem ellenére megőrzöm kutatásom objektivitását, és hogy kutatásom gyarapítja majd a várost és azt az ifjúságot, melynek magam is tagja vagyok.

Molnár-Vojtkó Tünde: Sopron és a hármas határvidék: Hol és miért éri meg vállalkozni?

molnarvtunde@gmail.com
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy, MA, 3. félév

Témavezető:
Dr. habil. Katits Etelka, egyetemi docens, SOE LKK

Ez a dolgozat a magyar-osztrák-szlovák hármashatár adta cégalapítási lehetőségek vizsgálatát tűzte ki célul.
Az országhatárokat már 14 éve szabadon átléphetjük, a külföldön történő boldogulás útja, úgymond, ki van kövezve, és napjainkban az idegen nyelvtudás sem okoz jelentős problémát. Tehát a lehetőség adott: a cégalapítás ötletét követően ki lehet válasz-tani a lehető legoptimálisabb székhelyet, illetve célországot. A statisztika azonban azt mutatja, hogy a kkv-szektorból csak kevesen mernek külföldön vállalkozást indítani.
A kutatás első részében összehasonlítottam Sopron és Mosonmagyaróvár vonzáskörzetében a fiatal, legfeljebb 5 éves külföldi és belföldi vállalkozásokat a tevékenységi körük, a létszám és az árbevétel adataik szerint. Ennek eredményeképpen elmondhatjuk azt, hogy Magyarországon a külföldi vállalkozások aránya 11%, s azok többsége ingatlan adásvételével és bérbeadásával foglalkozó osztrák befektető. A legnagyobb hazai vállalkozások munkaerőkölcsönzéssel, szerencsejátékkal, éttermi vendéglátással, baromfitenyésztéssel, valamint dohányáru-kiskereskedelemmel foglalkoznak.
Elvégeztem 3 autóipari leányvállalat, az Audi Hungária Zrt., A Volkswagen Slovakia a.s. és a BMW Motoren GmbH eredménykimutatásának elemzését a 2013 és 2017 közötti periódusra. A magyar vállalatnál kiugróan magas az értékcsökkenési leírás mértéke, a szlovák cégnél az anyag jellegű ráfordítások a teljes bevételnek közel 90%-át te-szik ki, míg Ausztriában a személyi jellegű ráfordítások aránya magas. Az átlagbérek nem okoztak meglepetést, viszont az annál inkább, hogy Magyarországon a hozzáadott értékhez viszonyítva is a legalacsonyabb a bérezés.
A dolgozat második felében hagyományos vállalkozásokra és startup tevékenységekre készítettem 5 éves cash flow kimutatást, amit az elvárt megtérülési rátával diszkontáltam. Valós piaci árakkal kalkulálva, a kutatás eredményeképpen, Ausztriában hagyományos szolgáltató tevékenységnek, míg Szlovákiában a hagyományos termelő vállalkozásnak, míg Magyarországon a nemzetközi piacra törő startupok indulásának kedvez a hazai környezet.

Popovics Nikolett: Hová növekszel dunakeszi? Dunakeszi szolgáltatásokkal való ellátottságának vizsgálata és jelentőségének mérése a budapesti agglomerációban

popovics.nikolett96@gmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök, BSc, 7. félév

Témavezető:
Urbánné Malomsoki Mónika, tanszéki mérnök, SZIE GTK

Tudományos dolgozatom fő témája Dunakeszi szolgáltató szektorának vizsgálata és a település fejlettségi szintjének mérése a hozzá hasonló méretű és jelentőségű településekhez képest a Budapesti agglomerációban. Kutatási kérdéseim megválaszolására elsősorban egy lakossági kérdőívet használtam, 21 kérdés alapján értékeltem a szolgáltatások igénybevételének mértékét és minőségét, illetve Budapest esetleges elszívó erejét. A településsel kapcsolatos gazdasági kérdéseim megválaszolására az önkormányzatban, egy erre felelős személlyel interjút készítettem, mely alapján valós képet kaptam a Dunakeszin érvényben lévő szabályozásokról és lehetőségekről, településgazdálkodás, kereskedelem és szolgáltató szektor oldalról. Szekunder kutatásomhoz az adatokat nyilvános adatbázisokból töltöttem le, ahol gazdasági mutatók elemzésével hasonlítottam össze 6 agglomerációs települést. Többségében idősoros adatokat vizsgáltam bázis- és lánc viszonyszámok alkalmazásával, a jobb összehasonlíthatóság végett 1000 főre vetített adatokkal. Kutatási kérdéseimet 6 hipotézis köré rendeztem, melyből az első az élelmiszervásárlási szokásokra irányult. Második hipotézisemben a kormányablakok és az egyablakos rendszer kialakulásának hatását vizsgáltam, az okmányirodai ügyintézéssel kapcsolatban. Harmadik hipotézisemben a helyiek elégettségére voltam kíváncsi az infrastruktúra tekintetében. Negyedik és ötödik hipotézisemben bizonyos szolgáltatási köröket vizsgáltam. Utolsó feltevésemet települések összehasonlításával próbáltam igazolni, ahol Dunakeszit, Érdet, Budaörsöt, Szigetszentmiklóst, Gödöllőt és Vácot hasonítottam össze. Kutatási eredményeim alapján megállapítottam, hogy Dunakeszin a helyi lakosság elégetett az élelmiszerboltok ellátottságával, de elégedetlen az épített infrastruktúrával. Lakossági ügyeiket helyben intézik el, de szabadidős tevékenységeiket Budapesten végezik. A járásban és az agglomerációban is meghatározó szerepet tölt be a rohamosan növekvő Dunakeszi, a hozzá hasonló méretű és népességszámú településekhez képest.

Pósfai István: Regionális konvergencia az Európai Unióban

posfaipisti@gmail.com
Eötvös Loránd Tudományegyetem Társadalomtudományi Kar
Alkalmazott közgazdaságtan, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Elek Péter, adjunktus, ELTE TÁTK

Az Európai Uniós (EU) tagság hatását és eredményeit sokféleképpen lehet értékelni. A közgazdaságtani szakirodalom által használt konvergencia koncepció, ami a szegényebb országok és régiók gazdagabbakhoz történő reálgazdasági felzárkózását jelenti, az integráció egyik ilyen vizsgálható aspektusának számít. A bőséges szakirodalom alapján az EU-ban a válságig erőteljes konvergencia volt detektálható, az eredmények és vélemények azonban megoszlanak a válság hatásáról. A dolgozat egyik kérdése tehát, hogy hogyan változott meg a konvergencia természete az EU-ban a válság óta? A dolgozat másik fókusza a közép- és kelet-európai térség (CEE11) teljesítménye. A kérdés nagyon általános formája: mennyire sikerült az új tagállamoknak a régiekhez felzárkózniuk? A dolgozat fő hozzáadott értéke a szakirodalomhoz azonban a regionális elemzési szint választása a tagállami helyett, ami által feltehető egy cizelláltabb kérdés is: a térség régiói homogén módon zárkóztak fel a gazdagabb régiókhoz?
A dolgozat elméleti alapja a Solow-modellre épülő neoklasszikus növekedéselmélet. Az elmélet alapján megkülönböztethető abszolút és feltételes konvergenciát jellemzően a béta-konvergenciaként ismert módszertannal szokás empirikusan tesztelni. A dolgozat is a béta-konvergencia elterjedt módszertanát alkalmazza, ahol a regressziós becslésben a függő változó a két időpont között az egy főre eső GDP növekedési rátája, a független változó pedig az egy főre eső GDP kezdeti szintje. Az elemzés a 2000 és 2015 közötti időszakot vizsgálta és mind a 28 EU-tagállam országos és NUTS-2-es régiós adatainak felhasználásával készült. A térbeli összefüggéseket több módon, például kétértékű ország-változókkal, Moran I statisztika és sűrűségfüggvények becslésével, valamint különböző térökonometriai modellekkel teszteli a dolgozat. A szakirodalomban elterjedt változatos módszerek használata lehetővé teszi, hogy a dolgozat eredményei közvetlenül összevethetőek legyenek az irodalomban található korábbi eredményekkel.
A teljes időszakra kimutatható konvergencia a válság által jól észlelhető két szakaszra bomlik – előtte gyors, utána lényegesen lassabb ütemű konvergenciával. Az EU-s konvergencia térben egyértelműen heterogén. A közép- és kelet-európai tagországok a belső egyenlőtlenségek növekedése mellett valósították meg a részleges felzárkózást, és a központi (fővárosokat magukba foglaló) régiók a vidéki régióktól divergálva, konvergencia klub-jellegűen növekednek.

Szenek Fanni[1] - Zubor Melissza[2]: Regionális gazdaságfejlesztés támogatása a terméktér segítségével

[1]*szenek.fanni@gmail.com*
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 5. félév

[2]*melisszazubor@icloud.com*
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 5. félév

Témavezetők:
Elekes Zoltán, tanársegéd, SZTE GTK
Juhász Sándor, tudományos segédmunkatárs, SZTE GTK

A tudatos regionális gazdaságfejlesztés érdekében szükséges, hogy a régiók saját adottságaikhoz és képességeikhez illeszkedő terveket készítsenek. Ezen regionális gazdaságfejlesztési döntések előkészítése során gyakran csupán a potenciális húzóágazatok kerülnek azonosításra és kevesebb figyelem irányul a gazdasági szerkezet diverzifikációjából adódó lehetőségekre.
Tanulmányunkban a komparatív előny és a technológiai közelség fogalmaira építő terméktér módszerét alkalmazzuk, ami a termékek közötti technológiai hasonlóságot reprezentáló hálózat. Két kiválasztott hazai térség (Győr és Nyíregyháza) termékterei, iparágainak kapcsolatrendszere alapján bemutatjuk a térségek diverzifikációs lehetőségeit a terméktér alapján. Célunk, hogy egy gazdaságfejlesztési tervek elkészítéséhez használható módszert mutassunk be, ami más hazai térségek fejlesztési terveinek kialakításához is hasznos lehet.
Az empirikus vizsgálatunk fókuszában álló Győr esetében húzóágazatnak tekinthető a gépipar, Nyíregyháza esetében pedig a gumi- és műanyaggyártás. A tradicionális regionális fejlődési tervek ezen iparágak fejlesztésének támogatását javasolják, azonban a térségek gazdasági szerkezetét figyelembe vevő tudatos diverzifikáció tovább segítheti a régiók fejlődését. A terméktér gyakorlati alkalmazásán keresztül javaslatokat tettünk, hogy mely kapcsolódó iparágakat kellene támogatniuk az adott térségeknek, melyekhez a szükséges képességekkel is rendelkeznek. Nemzetközi és regionális exportadatok felhasználásával feltérképeztük e két térség termékterei, majd ezek részletes elemzése után megfogalmaztunk pár tanácsot, melyeket további gazdasági növekedés eléréséhez tudnak felhasználni.
Győr esetében megállapítottuk, hogy a gépipara mellett a vegyipari és a tőkeigényes iparágak támogatásával lehet további fejlődést és diverzifikációt elérni. Nyíregyháza esetében a már meglévő gumi- és műanyaggyártást gép- és vegyipari termékek támogatásával érdemes kiegészíteni. Tanulmányunkkal amellett érvelünk, hogy a regionális fejlesztési döntések megalkotásakor célszerű a hagyományosabb klaszteresedést ösztönző helyi stratégiákat kiegészíteni a kapcsolódó iparágak támogatásával.

Uzonyi Antal: A közvetlen agrártámogatások értékelése Hajdúböszörményben

uzonyi93@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdasági agrármérnöki, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Horváth Péter, adjunktus, DE GTK

Hajdúböszörményben tradicionálisan nagy hagyományai vannak a mezőgazdaságnak, ugyanis a lakosság döntő többsége érdekelt ebben az ágazatban. Elmondható továbbá, hogy a közvetlen támogatásokra olyan jövedelemforrásokként kell tekintenünk, amelyek a magyarországi gazdatársadalom éves jövedelmének 70-80%-át képezik.
A dolgozat általános célkitűzéseként minél pontosabb képet szeretnék kapni a Hajdúböszörményben gazdálkodók közvetlen támogatásokhoz fűződő viszonyairól, továbbá kíváncsi vagyok a gazdálkodók személyes véleményére és meglátásaira is. A célok elérése érdekében 3 hipotézis került felállításra. Az első hipotézis szerint Hajdúböszörményben a közvetlen támogatások koncentráltsága az elmúlt 10 évet (2008-2017) figyelembe véve egyaránt magas és kiegyenlített volt, míg a második hipotézis szerint a hajdúböszörményi gazdálkodók pozitívan értékelik a közvetlen támogatásokat. A harmadik hipotézis értelmében a közvetlen támogatások a hajdúböszörményi gazdálkodók jövedelmének alakulását nagymértékben meghatározzák.
A hipotézisek bizonyítása érdekében szekunder, illetve primer adatgyűjtéseket egyaránt végeztem. A támogatások koncentráltságának Hajdúböszörményben történő vizsgálata során a Magyar Államkincstár (MÁK) közérdekű adatbázisában elérhető támogatási adatokat használtam fel, és a támogatások koncentráltságának mérése érdekében három koncentrációs mérési módszert (Lorenz-görbe, CR-koncentráció, Hirschman-Herfindahl index) is alkalmaztam. Primer kutatásom során pedig a MÁK közérdekű adatbázisában fellelhető, a 2017-es évre vonatkozóan Hajdúböszörményben közvetlen támogatásokban részesültek körében végeztem kérdőíves felmérést.
A Lorenz-görbe alapján kirajzolódott, hogy települési szinten a vizsgált évek mindegyikében egyaránt magas volt a támogatások koncentráltsága, míg a támogatások eloszlása kiegyenlített képet mutatott, amelynek következtében az első hipotézisben megfogalmazott állítást elfogadtam.
A kérdőíves felmérés eredményeinek értékelését követően elmondható, hogy egyrészt a gazdálkodók körében megoszlanak a vélemények a jelenlegi támogatásokkal kapcsolatban, másrészt pedig megállapíthatóvá vált, hogy a megkérdezettek az országos átlaghoz viszonyítva kevésbé támogatásfüggők, így a hipotézisekben megfogalmazott állításokat részben fogadtam el.

Vizi Noémi: A városfejlesztés új kihívása: Tehetségek vonzása és megtartása

vizinoemi2@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 2. félév

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

Az utóbbi egy-két évtizedben lezajlott folyamatok rávilágítottak arra, hogy a versenyképességet alapvetően az emberek tudása, egyedisége és tehetsége határozza meg. Ebből adódóan a tehetség egyre kiemeltebb és fontosabb gazdasági tényezővé válik. Nemzetközi szinten egyre több város versenyez a tehetséges fiatalokért, ám egyre nagyobb kihívásként jelentkezik ennek a folyamatnak a menedzselése. Ezzel párhuzamosan tapasztalható az a globális tendencia, mely szerint a gazdasági migrációt felváltja az életvitel migráció, azaz a tehetségek már nem pusztán gazdasági szempontokat tartanak szem előtt a városválasztási döntésük meghozatala során, hanem számos szubjektív szempontot is, amely szorosan összefügg a munka-magánélet egyensúlyával, és a magas életminőség iránti vággyal is. A fentebbiekből adódóan, kutatásomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy melyek a tehetségek vonzásának és megtartásának városfejlesztéssel összefüggő aspektusai. A kérdés megválaszolásához a szakirodalmi áttekintést követően primer felmérést végeztem, amelyben 302 fő által kitöltött kérdőíves adatbázis, 10 tehetségekkel lefolytatott mélyinterjú, illetve egy egyetemista workshop eredményeire támaszkodva kísérletet teszek egy olyan modell alapgondolatainak felvázolására, amely tehetség központú városfejlesztés alapja lehet.
A tehetségeket vonzó és megtartó város modelljében 7+1 tényezőt határoztam meg, amelyek külön-külön szükséges, de nem elégséges feltételként jelentkeznek a tehetségekért folytatott harcban. A városi szintű, sikeres tehetségeket vonzó és megtartó stratégiák megvalósításához az összes jellemző együttes jelenléte és összehangolt működése szükséges, amelyet az elkötelezett városi döntéshozók és érdekeltek irányítanak, akik szorosan együttműködnek a helyi tehetségekkel is.

STRATÉGIA ÉS TUDÁSMENEDZSMENT

Zsűrielnök: Prof. Dr. Balaton Károly, egyetemi tanár, ME GTK
Társelnök: Dr. Juhász Csilla, egyetemi docens, DE GTK
Tagok: Dr. Magyar Zoltán, főiskolai docens, NYE GI
Dr. Velencei Jolán, egyetemi docens, OE KGK

Baksa Szabina: Az adat, mint eszköz hatása a vasúti infrastruktúra menedzsment működésére új teljesítménymutatókon keresztül

baksa.szabina@gmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 5. félév

Témavezetők:
Dr. Farkasné Dr. Fekete Mária, egyetemi tanár, SZIE GTK
Dr. Christos Emmanouilidis, egyetemi docens, Cranfield University

A dolgozat a Network Rail szponzorálásával valósult meg, s fókuszpontjában a vállalat jelenlegi sín karbantartás menedzsment gyakorlata, valamint ennek potenciális továbbfejlesztése áll. A projekt a szenzorokkal mért adatok hatékonyságát hivatott vizsgálni, illetve, hogy ezen adatok elemzése és új szemszögből való vizsgálata milyen további fejlődést hozhat a karbantartás menedzsment területén.
Tekintve, hogy a vonat teljesítmény tényezőkre az infrastruktúra karbantartó, valamint a vonat üzemeltető is hatással van, felmerül a kérdés: hogy tudják mérni a saját, illetve a másik fél hatását a közös teljesítményre nézve? Ebből kiindulva a projekt felhívja a figyelmet új indikátorok létrehozásának szükségére, amik lehetővé teszik az infrastruktúra karbantartó vállalatok számára, hogy demonstrálják a saját tevékenységükből fakadó pozitív változásokat a teljesítményre és az utazás minőségére. Annak ellenére, hogy a sín minősége hatással van a legtöbb minőség indikátorra, az iparágon belül nincs közvetlen definiált kapcsolat a szenzorok által mért sín geometriai adatok és a minőségértékelés között.
Ezen következtetésekre alapulva a projekt célja olyan új minőségindikátorok létrehozása volt, melyek sín geometriai méréseken alapulnak, s a teljesítményértékelés különböző ágazataihoz köthetők, melyek a projekt esetében a következők voltak: biztonság, vevői elégedettség, energiahatékonyság, karbantartási hatékonyság. A dolgozat nem csak új indikátorok létrehozását célozta, hanem az ezen egymásra való hatását is hivatott vizsgálni. Ennek érdekében a Network Rail által biztosított valós sín geometriai mérésadatok elemzésére került sor, mely elemzés eredménye hozzájárul a megalapozott döntéshozatalhoz. A javasolt indikátorok működése, valamint magyarázó ereje különböző hipotéziseken keresztül került tesztelésre.
A projekt továbbá egy négy fázisú bevezetési tervet is szolgáltat, mely olyan fontos kérdéseket taglal, mint milyen feltételeknek kell rendelkezésre állni a közös adatrendszer kiépítéséhez, beleértve az adatmigráció kihívásait, vagy hogy milyen akciótervet vonnak maga után az egyes indikátorok különböző mérési eredményei.
A dolgozat az elért eredmények, valamint a jelenlegi hiányosságok prezentálásával zárul, beleértve az ezekből következtetett további kutatási lehetőségeket.

Biró Zsófia: Az olajipar jövője Magyarországon: a MOL 2030-as stratégiája

zsofia930813@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment szak, BSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Balogh Gábor, adjunktus, PTE KTK

Napjainkban több kimutatás is az energiaipar gyökeres átalakulását vetíti előre, aminek az okai lehetnek gazdasági válságok, geopolitikai feszültségek, a klímaváltozás, a növekvő energiaszükséglet, valamint a megújuló energiák elterjedése. A MOL Group a jövő kihívásaira a 2016-ban meghirdetett „MOL 2030 – Enter Tomorrow" elnevezésű stratégiával kíván válaszolni. Kutatásomban arra keresem a választ, hogy a stratégia valóban képes lehet-e megoldani a MOL Group integrált olaj- és gázipari vállalat helyzetét egy olyan jövőben, ami a fosszilis energiahordozókkal – főleg az olajjal – szemben a megújuló energiát, a hagyományos üzemanyagok helyett pedig az alternatív üzemanyagokat részesíti előnyben, vagy pedig az új, ENSZ és EU-s energiapolitikai elképzelések megvalósításával párhuzamosan a MOL Group és más európai olaj- és gázipari vállalatoknak egy sötétebb korszak jön el?
Kutatásomban több módszertani elem ötvöződik, ezzel is elősegítve az összetett stratégia sokrétű vizsgálatát. A MOL Group-ot és 2030-as stratégiáját érintő külső és belső környezeti hatásokat, azaz a külső és belső diagnosztikát (PESTLE, Porter-i öt erő modell, kiterjesztett SWOT, VRIO) a szekunder irodalmak és Európai Uniós források, előirányzatok, független, sokszor nemzetközi szervezetek kimutatásain, előrejelzésein, valamint a honlapon ismertetett stratégiai dokumentáción és az éves beszámolókon keresztül közelítem meg. A stratégia végső mércéje az értéklánc elemzés.
A módszertan egyedisége és nóvuma a dolgozat sajátos megközelítése, ugyanis a szakirodalom alapvetően stratégia-előkészítő módszereit a „MOL 2030 – Enter Tomorrow" stratégia utólagos elemzéséhez, verifikációjához használom fel, hiszen a stratégia már adott volt, de számomra megkérdőjelezhetőnek tűnt annak sikeressége egy a szén-dioxid visszaszorítását preferáló világban.
Elemzésem alapján a MOL Group az integrált vállalati stratégia segítségével képes megtartani vállalati pozícióját, sőt, jó eséllyel még javíthat is rajta. A diverzifikáció mértéke és módja meghökkentő: a kőolaj és földgáz széleskörű felhasználásnak köszönhetően régen nem csak üzemanyag előállításról beszélhetünk, hanem a petrolkémia kincsestárának hála a műanyag és gumiipar széles, még kiaknázatlan palettája tárul elénk, ami rendkívüli értéklánc hosszabbodást biztosít a vállalatcsoport számára.

Bogányi Tímea Alexandra: Vezetéstudomány a hadviselésben

boganyi.titi@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Szabó Zsolt Roland, egyetemi docens, BCE GTK

A dinamikusan fejlődő információs technológia közvetlen hatással bír a klasszikus formában értelmezett háború és béke fogalmak megváltozására. A digitális háborút az agresszor nem hadüzenet küldésével kezdi, míg a háború ténylegesen nem a terepen zajlik, hanem az információs hálózat valamely virtuális pontján. Az információ birtoklása, megosztása, visszatartása olyan hatalmi tényező a 21. században, mely alapvetően változtatja meg a fegyverkezésről szőtt hiedelmeket. A kutatás módszertanának törzse a hazai és nemzetközi szakirodalom feldolgozásával a kvalitatív dokumentumelemzés, illetve a terület konferenciákon való részvétel és a szakértőkkel folytatott szakmai beszélgetések. A kutatásom során arra a kérdésre kerestem a választ, hogy a vezetéstudomány módszertana által leírhatóvá válik-e az új típusú hadviselési formák alakította biztonsági környezet, valamint a módszertan használható-e a honvédelem stratégiai rendszerének kialakítására. A kutatás során a vezetéstudomány módszertani eszköztárát alkalmazva megvizsgálom a globális szinten és ebből levezetve Magyarország makrokörnyezetében észlelhető biztonsági kihívások újszerű természetét, majd áttérek az új hadviselési formák bemutatására. Végül a drónhadviselés nemzetközi és hazai potenciális fejlődési irányának szabok keretet, melyben külön alfejezetben bemutatom a Mezőgazdaság 4.0 egyes aspektusait az alkalmazott mezőgazdasági drónok tekintetében. A modern hadviselés vizsgálati eredményeit alkalmazva az új honvédelmi stratégia irányát vázolom fel a dolgozat befejezéséül.

Gasparek Zsófia: Development of a knowledge management framework to operate an automated guided vehicle system in a parcel delivering operation (Egy AGV rendszer működtetéséhez szükséges tudásadatbázis kialakítása a csomagszállító iparágban)

zsofia.gasparek@gmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 5. félév

Témavezetők:
Dr. Farkasné Dr. Fekete Mária, egyetemi tanár, SZIE GTK
Dr. Patrick McLaughlin, egyetemi docens, Cranfield University

A 4. ipari forradalom kora elérkezett. Az feltörekvő technológiák rohamosan formálják és befolyásolják az iparági versenyzők pozícióit. 2017-ben a logisztikai szervezetek talán a létező legnagyobb kihívással néznek szembe; a folyamatosan növekvő vevői elvárások kielégítése a tét. A dolgozat a DPD UK Ltd. közreműködésével valósult meg, így a dolgozat angol nyelven íródott.
Mindössze néhány hivatalos akadémiai kutatás foglalkozik az AGV (automatizált vezérlésű jármű) rendszerek működésével, és az automatizáció szerepével az anyagmozgatás területén a csomagküldés és szállítás témakörében. A diplomadolgozat célja, hogy feltárja azokat a tudás elemeket, melyek egy rendszer hatékony működtetéséhez szükségesek, meghatározza azok szerepét, bevezetésük előnyeit és hátrányait, és a tudásmenedzsment folyamatában való szerepüket.
A primer kutatás a szakirodalmi áttekintéssel párhuzamosan, az alapozott elmélet (grounded theory) kutatási módszertan részeként, az AGV-t alkalmazó és értékesítő vállalatok vizsgálatával készült. A primer és szekunder kutatás eredményeit egy szintetizáló táblázat foglalja össze, ismertetve az európai AGV működéshez szükséges összefogó tudás területek és részletező tudás elemek bemutatásával. A keretrendszert a következő négy elem alkotja: szervezeti készenlét, stratégiai szintű készenlét, infrastruktúra készenlét és működési készenlét. Az elemek egymásból származnak, de nincs közöttük kizárólagosság, amikor a modell kivitelezésre kerül.
A vizsgálat során a kutató külön hangsúlyt fektetett az iparági sajátosságok feltérképezésre, mivel a rendszer sikerének alapfeltétele, hogy kielégíti az adott iparág kritériumait. A keretrendszer elsősorban a logisztikai szervezet AGV működtetéséhez szükséges tudás raktározza és rendszerezi, azonban az kutatási eredmények alapján a rendszer nem csak kizárólagosan ebben az iparágban alkalmazható.
A kutatási eredmények segítségével, egy potenciális AGV-t bevezetni kívánó logisztikai vállalat meg tudja határozni, hogy a szervezet mennyire van felkészülve szakmai, műszaki, gazdasági és szervezeti szempontból az új technológia bevezetésére.

Matesz Anna: Az Ad-Vesz Kft. stratégiai terve

matesz1629@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 7. félév

Témavezető:
Prof. Dr. Nábrádi András, egyetemi tanár, DE GTK

A miskolci háztartási és vegyi áru forgalmazásával foglalkozó Ad-Vesz Kereskedelmi Kft. stratégiai tervének készítése során számos a gazdálkodási és menedzsment szakon szerzett ismeretemre támaszkodva dolgozhattam. A dolgozatom elkészítéséhez szükséges szakirodalom áttekintésével és felhasználásával sikerült jobban átlátni a különböző órákon elsajátított ismeretek egymáshoz való kapcsolódását.
Meghatározóan David 2011 struktúráját követve a cég vízióját és missziójának megfogalmazása után elsőként környezet és versenytárselemzést végeztem, ahol kiderült, hogy az Ad-Vesz Kft. az átlagnál valamivel jobban képes reagálni a környezet adta veszélyekre, illetve kihasználni az onnan származó előnyöket. Az elemzések szerint hasonlóan képes erősségeit használni és gyengeségeit javítani. A versenytárselemzés során a Zöld-Ker Kft-vel való összehasonlítás azt mutatta, hogy a verseny erősen kiélezett az Ad-Vesz Kft. és riválisa között, bár utóbbi a vizsgált kritikus sikerességi tényezők alapján jelenleg jobban teljesít.
Ezt követően az elemzések eredményeire támaszkodva a lehetséges stratégiai irányokat fogalmaztam meg az Ad-Vesz Kft. számára. Az IE mátrix összeállításával kiderült, hogy a cég jövőbeli stratégiáját tekintve választás előtt áll, egyértelműen nem mondható ki, hogy fejlesztenie vagy visszavonulnia lenne érdemes. Ezt követően a hosszú távú célkitűzéseket összhangban a cég víziójával és missziójával fogalmaztam meg. Belső célként elsősorban a meghatározó gyengeségeket tűztem ki, míg külső célkitűzéseim a forgalmi rend növelését szolgálják.
A stratégiai változatok kiválasztásánál figyelembe vettem a cég vezetőinek és egyben tulajdonosainak magas átlagéletkorát is így a célként kitűzött forgalomnövekedést és partnerek bővülését segítő stratégiai irányok mellett - mint a piacmélyítés vagy piacfejlesztés - felvetettem a visszavonulás lehetőségét is.
Döntésemet a QSPM elemzés segítségével hoztam meg, ahol a dolgozatom során feltárt összes információt egy táblázatba sűríthettem, és a három felvázolt stratégiai irányt objektíven összemérhettem. Végül ebből az összehasonlításból a piacfejlesztési stratégia került ki győztesen, így annak a követésére tettem javaslatot.
A tervezés folyamatát lezáró lépés a döntés a megfelelő stratégiáról, azt követően a stratégiai menedzsment feladata a kiválasztott taktika megvalósítása.

Mattesz Dóra: A tudásmenedzsment gyakorlati megvalósítása a magyar közoktatásban a Szekszárdi Szakképzési Centrum példáján keresztül

matteszkadorika@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Gyarmatiné Bányai Edit, egyetemi docens, PTE KTK

Napjainkban a változások felgyorsulása mellett az ismeretek gyors elavulása is kihívást jelent a vállalatok és közigazgatási szervezetek számára, így a versenyképesség és a hatékonyság forrása egyre inkább a tudáshoz, illetve annak rejtett szegmenseihez kapcsolódik. Az ismeretek és tudáselemek átadása, fejlesztése az oktatási intézményekben zajlik, míg a tacit tudás kezelése a tudásmenedzsment feladata, vagyis a két terület összekapcsolása egyre fontosabb.
Jelen kutatás arra keresi a választ, hogy a tudásmenedzsment elméleti elemei hogyan és milyen mértékben valósulnak meg a Dél-Dunántúli régió egyik legnagyobb szakképzési centrumában, majd az elért eredmények tekintetében következtetéseket kíván levonni a teljes közoktatási rendszerre.
A kutatás során a szakirodalom megismerését követően mélyinterjúk segítségével elemzést végeztem a Centrum vezetősége, valamint a tagintézmények pedagógusai körében. Az interjúk során nemcsak a tanárok tudásmenedzsment kapcsolódó véleményét, illetve a használt TM elemeket szerettem volna megismerni, hanem a legfőbb kihívásokat, igényeket is. A vizsgálati eredményeket elemző leírással értelmeztem.
A dolgozatom kutatása végül azt az eredményt hozta, hogy habár igény és szükség lenne egy komplex tudásmenedzsment rendszerre, számos tényező gátolja bevezetését. Nem feltétlenül anyagi korlátai vannak, mindinkább a pedagógusok leterheltsége, idő- és energiahiánya. Számos jó módszer és eszköz található az intézményekben, használatuk rendszeresnek mondható, azonban nem kapnak elég támogatást és segítséget állami oldalról a vezetők és tanárok. További nehézséget okoz a bizalmatlan légkör és a szakmai féltékenység.

Nagy-Borsy Viktor: Az MVM Csoport növekedési stratégiája az elmúlt évtizedben

nbviktor@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MA, 3. félév

Témavezető:
Dr. Deutsch Nikolett, egyetemi docens, BCE GTK

A villamosenergia-piac speciális jellemzőkkel bíró, nemzetgazdasági szinten is kiemelt jelentőségű ágazat, melynek legnagyobb hazai szereplője, az MVM Csoport széleskörű tevékenységi körével, valamint az utóbbi években mutatott látványos fejlődésével keltette fel az érdeklődésemet. Melyek voltak az MVM Csoport stratégiájának meghatározó elemei a piacliberalizáció óta? Hogyan értelmezhetők a vállalati növekedés elméletének elemei egy villamosenergia-ipari vállalat esetében? Hogyan jellemezhető mutatószámokkal az MVM Csoport növekedése? Dolgozatomban ezekre a kutatási kérdésekre kerestem a választ, célom az MVM Csoport növekedésének stratégiai szempontú vizsgálata volt.
Elméleti kutatásom fókuszában a növekedési stratégia, mint a vállalati stratégia alaptípusa állt, dolgozatomban áttekintettem és rendszereztem a vállalatok növekedési stratégiájával, annak irányaival és eszközeivel foglalkozó releváns hazai és nemzetközi szakirodalmi forrásokat, különös tekintettel Igor Ansoff (1965) által alkotott növekedési mátrix ismertetésére. Az empirikus vizsgálatomhoz szükséges környezetelemzést szekunder források feldolgozásával, a villamosenergia-szektort érintő szakpolitikai kiadványok, piaci elemzések alapján végeztem el. További szekunder forrásaim voltak az MVM Csoport konszolidált pénzügyi jelentései, a vállalati stratégiák és dokumentumok amelyek a vállalat tevékenységének és stratégiájának bemutatásához használtam fel.
A pénzügyi beszámolókban található releváns adatokat általános adatelemzési módszerekkel dolgoztam fel, az empirikus elemzéshez egyéni mutatószámokat készítettem. A gyakorlati vizsgálatomat primer források felhasználásával is kiegészítettem, színesítettem, amelyhez a mélyinterjú formáját választottam. Ez lehetővé tette, hogy a megkérdezett MVM dolgozóktól széles témakörben, eltérő témájú információkról, folyamatokról szerezhessek információkat.
A vonatkozó szakirodalom alapján alkotott keretrendszer, valamint a villamosenergia iparági trendjeit vizsgálva alapján arra a következtetésre jutottam, hogy az ansoff-i növekedési irányok mindegyike meghatározható az MVM Csoport esetében, a beszámolókból kinyerhető pénzügyi adatok alátámasztják az azonosított növekedési irányokat. Az elméleti kutatással rendszerezett növekedési irányok, szinergiák, eszközök fellelhetőek az MVM Csoport elmúlt tíz évet felölelő vállalati stratégiájában és növekedésében, az elméleti keretrendszer elemei beazonosíthatók a gyakorlati vizsgálat által megismert tényezőkkel.

Pintér Tünde Zita[1] - Somogyi Nárcisz Csilla[2]: A Cris-Tim vállalatcsoport stratégiai terve

[1]*tunde_kovacs2005@yahoo.com*
Partiumi Keresztény Egyetem
Vállalkozások fejlesztésének menedzsmentje, MA, 1. félév

[2]*somogyicsilla95@gmail.com*
Partiumi Keresztény Egyetem
Vállalkozások fejlesztésének menedzsmentje, MA, 1. félév

Témavezető:
Dr. Nábrádi András, egyetemi tanár, DE GTK

Dolgozatunk célja, az 1992-ben alakult Cris-Tim vállalatcsoport stratégiai tervének az elkészítése volt. A vizsgált vállalat üzleti tevékenységében kiemelt helye van a kutató-fejlesztő részlegnek és komoly erőfeszítéseket tesz a fenntartható és környezetkímélő termelés megvalósítása érdekében. Termékeiben ötvöződik a gondoskodás, a tradíció, a minőség és az innováció, a fogyasztói pedig folyamatosan tapasztalhatják ennek az összehangolt munkának az eredményét, mindig csak a legjobbat nyújtva számukra.
A kutatásunk alapvető szakirodalmi irányvonala a David és David szerzőpáros Strategic Management című alapmunkájának 2017-es kiadása. Erre alapozva elemzésünk kiindulópontja a válallatcsoport missziójának és víziójának a meghatározása volt, ezt követően felmértük a vállalat külső és belső környezetét, majd összemértük a legnagyobb versenytársaival. A külső környezet elemzéséhez PEST analízist, valamint Külső faktor értékelő mátrixot alkalmaztunk, beazonosítva a vállalat piaci lehetőségeit és a környezeti veszélyeket. A belső környezeti elemzéshez Belső faktor értékelő mátrixot használtunk, feltárva a vállalat erősségeit és gyenge pontjait. A vetélytársak összehasonlítását a CPM mátrix segítségével végeztük el, az eredmény pedig fontos belső stratégiai információkat tárt fel előttünk. Ezt követte a lehetséges stratégiai irányok meghatározása. Több módszer szerint vizsgáltuk a Cris-Tim stratégiai lehetőségeit, a Porter-féle generikus startégia, a megjelenés/fontosság- és a GE-mátrix. A csoport hosszú távú stratégiai és pénzügyi célkitűzéseit, ugyancsak a misszióban és vízióban vállaltak szerint határoztuk meg.
A fenti elemzések lefolytatása három stratégiát körvonalazott, melyeket a QSP Mátrix segítségével mértünk össze. A kiválasztott startégiában tükröződik a vállalat jövőképe és küldetése, általa biztosítható a csoport hosszó távú jövője és családi tulajdonban való megmaradása.

Simon Dóra: Hozzáadott érték különbözőségen alapuló zalaegerszegi gazdaságfejlesztési koncepció

simon.dora.1111@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 7. félév

Témavezető:
Balázsné Dr. Lendvai Marietta, főiskolai docens, BGE GKZ

A tanulmány a zalai régióra, elsősorban Zalaegerszegen működő vállalkozások közvetlen környezetére terjed ki. A kutatás a városra jellemző globális trendek bemutatása mellett vizsgálja a magyarországi általános vállalati struktúra szerinti tapasztalatokat. A hozzáadott érték nagyságrendjének függvényében, illetve iparági jellemzők tükrében a helyi gazdaságra vonatkozó fejlesztési lehetőségek hatását próbálom dolgozatomban előre vetíteni. Ennek megvalósításának eszközeként meglévő adatbázisokból országos és térségi objektív kutatás került megvalósításra, amelynek legfőbb célja annak elemzése, hogy a hozzáadott értékhez kapcsolódó mutatószámok tekintetében milyen eltérések, jellemzők vannak az egyes szektorok között.
Ezzel összhangban egy szubjektív vizsgálat keretein belül primer kutatást végeztem. Az online kérdőíves megkérdezés a térségi vállalatok jelenlévő fejlesztési irányait tanulmányozza, beleértve a tudásalapú gazdasági fejlődésre vonatkozó tendenciák felmérését.
Ezen kutatások alapján megállapításra került, hogy a zalai térségben működő vállalatok kutatás-fejlesztési kezdeményezései háttérbe szorulnak, illetve a tudásépítés és a tudásalapú gazdaságfejlesztés lehetőségeit az ipar 4.0 változásainak megfelelően kevesen használják ki.
A vizsgálataim tapasztalata alapján a jövőben komoly gazdasági fejlesztésre nyílhat lehetőség az innovációs potenciál előremozdításával, fejlesztésével oly módon, hogy a működés során a vállalatok magasabb hozzáadott értékű termékeket, illetve gyártási kultúrákat honosíthatnak meg.
A térségi fejlődés ütemének javítását számos fejlesztő tevékenységet folytató egység, vállalat betelepítésével lehetne felgyorsítani. Ennek központi kapcsolati eleme, illetve a tudáskészség- és képesség generálása a térség katalizátorában, azaz a zalaegerszegi járműipari tesztpálya köré épülő ökoszisztémában képzelhető el.

Tőzsér Attila: Lean és Agile folyamatfejlesztési módszerek kombinált alkalmazásának lehetőségei informatikai szolgáltató környezetben

att.tozser@gmail.com
Dunaújvárosi Egyetem
Műszaki menedzser, BSc, 5. félév

Témavezetők:
Fejes Csilla, egyetemi tanársegéd, DUE
Dr. Bajor Péter, főiskolai docens, DUE

A Toyota termelési rendszerén alapuló minőségfejlesztési módszerek és eszközök beható ismerete elengedhetetlen egy (méretében, vevői körében és feladataiban) összetett vállalat számára. A modern minőségügyi és irányítási eszközök - bár a gyártóipar számára lettek kifejlesztve - máig erős alapot képeznek a Toyota módszeren alapuló fejlesztési törekvések számára.
A dolgozat megoldást keres egy informatikai szolgáltató vállalat munkafolyamatainak fejlesztése közben felmerülő problémákra, megvizsgálja a szoftverfelesztésben és az autógyártásban már bevált Lean és az Agile módszerek eszköztárai által nyújtott problémamegoldási lehetőségeket, majd felveti egy, a két szemléletmód kombinációján alapuló vegyes módszer alkalmazásának lehetőségét és ismerteti annak várható eredményeit a csoport működésében.

SZÁMVITEL, KONTROLLING I.
BESZÁMOLÁS ÉS ADÓZÁS

Zsűrielnök:	Dr. Borzán Anita, egyetemi docens, BGE PSZK
Társelnök:	Dr. Kondorosi Ferencné, egyetemi docens, DE GTK
Tagok:	Ing. PhD. Gyurián Norbert, adjunktus, SJE
	Dr. Csapodi Pál, c. egyetemi tanár, NKE

Bárdos Laura Éva[1] - Lencsés Rita[2]: A magyar holding társaságok adózását érintő hatások vizsgálata az Európai Tanács 2016/1164 irányelvének tükrében

[1]*laura.bardos.lb@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BA, 6. félév

[2]*lencses.rita3@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Számvitel, MA, 1. félév

Témavezető:
dr. Czoboly Gergely, adjunktus, BCE GTK

Kutatásunk a holding vállalatok adózásával foglalkozik, melyet az Európai Unió által 2016 júliusában kiadott, a belső piac működését közvetlenül érintő adókikerülési gyakorlatok elleni szabályok megállapításáról szóló irányelv tükrében szemléltünk, még az irányelv magyarországi implementálása előtt. Az Európai Unió harmonizációs törekvésekkel szorgalmazza az eltérő jogszabályokból fakadó adóelkerülési lehetőségek megszüntetését. A 2016/1164-es irányelv is ezen törekvések közé tartozik összhangban az OECD irányelveivel, mivel különböző területek konkrét szabályozásával kívánja eliminálni az adókikerülést. Korábban a magyar szabályozás nagy teret engedett a holdingtevékenységnek, amely gyakran volt szereplője a különböző adóelkerülési struktúráknak. Célszerűnek tartottuk az éppen ilyen jellegű struktúrákat eliminálni célzó szabályozás elemzését, megvizsgálva, hogy az milyen hatással lesz a magyarországi holding tevékenységre.
Először definiáltuk a holding társaságokat, valamint, hogy azok milyen gazdasági jogi környezetben működhetnek ideálisan. Majd megvizsgáltuk, hogy az azonosított szempontok Magyarországon mennyire jellemzőek, ebből levonva a következtetést, arra vonatkozóan, hogy ideálisnak számít-e hazánk holdingalapítás szempontjából. A vizsgálat után sorra vettük az említett irányelv szabályozási területeit, illetve azok potenciális hatásait az ilyen tevékenységet folytató vállalkozásokra. Példákkal illusztráltuk a jelenlegi és a rendelkezés bevezetését követő szcenáriókat és számszerűsítettük az egyes rendelkezések hatásait az struktúrákra.
2019. január 1-től az irányelv rendelkezéseinek egy része hatályossá vált és Magyarország által is implementálásra került. Kiválasztásra kerültek az irányelv által nyújtott egyes választási lehetőségek, és ezáltal a holding tevékenységekre gyakorolt hatásokat még pontosabban lehet vizsgálni. A dolgozatunk megírása óta számtalan más társasági adót érintő szabályozás is bevezetésre került, így magát a holding tevékenységet is érdemes lenne ismét áttekinteni az új törvények tükrében.

Bosnyák-Simon Nikolett: Környezeti kockázatok kezelése a számvitelben

simonnikolett35@gmail.com
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Számvitel, MA, 1. félév

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

1976: Seveso. 1984: Bhopal. 2010: Ajka. Súlyos környezeti és anyagi károkat okozó ipari katasztrófák dátumai és helyszínei. Néhány példa azon katasztrófák közül, melyek a vállalatok nem megfelelő, nem körültekintő tevékenysége miatt következhettek be, és amelyek rávilágítottak egyrészt a környezetvédelemre, másrészt a felelős vállalatirányításra is.
Ezen események kapcsán döntöttem témaválasztásom során a környezeti számvitel témaköre mellett. Kutatásom egészen pontosan a környezeti számvitel magyarországi gyakorlatának vizsgálatára irányult. E téma keretén belül a várható környezetvédelmi kötelezettségekre, jövőbeni költségekre képzett céltartalékokra, valamint az üzleti évekről készített beszámolók környezetvédelmi aspektusaira fókuszáltam.
Olyan kutatási kérdésekre kerestem a választ többek közt, mint: Hogyan, és milyen eszközökkel, megoldási alternatívákkal lehet a hasonló eseményekre felkészülni? Felmérik-e a magas környezeti kockázatú vállalatok a tevékenységükben rejlő környezeti kockázatot? Ha igen, képeznek-e erre céltartalékot?
Kérdéseim megválaszolására a HVG által 2016 végén közzétett TOP500 listán szereplő vállalatok közül elsősorban a MAL Zrt.-hez hasonló, tevékenységükből adódóan magas kockázati osztályba sorolható magyar cégek 2010-2015 üzleti éveket felölelő beszámolóit elemeztem. Emellett természetesen az iszapkatasztrófa és a MAL Zrt. beszámolójának elemzése is helyet kapott dolgozatban. Így összesen 200 db vállalat 6 üzleti évre vonatkozó beszámolóját vizsgáltam meg, a már meghatározott szempontok szerint.
A beszámolók elemzése során többnyire azt tapasztaltam, hogy a nagyvállalatok eleget tesznek a környezetvédelemhez kapcsolódó törvényi kötelezettségeiknek, melyet be is mutatnak a beszámolókban. Ugyanakkor viszonylag kevés olyan beszámolóval találkoztam, amelyben arról olvashattam, hogy a vállalat a törvényi előírásokon túl, önkéntes alapon, valóban hangsúlyt fektet a környezetvédelmi szerepre is.
Kutatási eredményeim tükrében elmondhatom, hogy a MAL Zrt a katasztrófát megelőző, vizsgált években képzett céltartalékot a várható környezetvédelmi kötelezettségekre, és a környezetvédelem is megjelent a beszámolóiban. A mintában szereplő iparágak közül kiemelném az energetika szektort, mely nagyvállalatainak többsége nagy hangsúlyt fektet tevékenységének környezeti hatásaira, és annak kezelésére, például veszélyes hulladékok ártalmatlanítása, környezet védelmét közvetlenül szolgáló tárgyi eszközök, környezetvédelmi projektek formájában.

Ferenczy Borbála: A magyar adójog komplexitása

ferenczy.borbala@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Számvitel, MA, 2. félév
CEMS
Nemzetközi menedzsment, MA, 2. félév

Témavezető:
dr. Czoboly Gergely, adjunktus, BCE GTK

Az egyes országok adójogrendszerét sokszor éri – jogosan - az a vád, hogy túlságosan bonyolultak, nehezen érthetőek az adófizetők számára. Bizonyos országokban, beleértve Magyarországot is, megfigyelhető, hogy a döntéshozók már tettek lépéseket az egyszerűsítés érdekében. Például szimplifikálnak konkrét adónemeket, egyszerűsítik az adó végrehajtás rendjét, vagy éppen nagyobb hangsúlyt fektetnek az adófizetők eljárásának támogatására.
Úgy vélem, hogy az adójog komplexitása egy olyan fontos, megvitatandó téma, ami indokolatlanul elhanyagolt a hazai irodalomban. Éppen ezért dolgozatomat azzal a céllal írom, hogy a magyar adózási tapasztalatokat, megfigyelhető trendeket összefoglaljam, kiemelve annak előnyeit és hátrányait. Bízom benne, hogy ezáltal hozzájárulhatok a magyar adójog jövőbeni egyszerűsítési célkitűzéseinek felállításához, és általuk a hazai adójogrendszer komplexitásának csökkentéséhez.
Dolgozatom felépítése a következő; rövid bevezető és a fontosabb fogalmak tisztázása után, az adójog alapelveit és természetükből fakadó ellentmondásosságukat mutatom be, majd kitérek a komplexitás további forrásaira. Ezek után az adóhatóságok és az adófizetőkkel való kapcsolatuk bemutatása következik, majd az adóeljárás menetét részletezem leginkább a vállalatok kötelezettségeire összpontosítva. Sorra veszem az eddigi egyszerűsítési törekvéseket és a jövőbeni terveket. Zárásként összefoglalom a magyar adózási trendeket.

Korbuly Kamilla: A vállalati fenntarthatóság mozgatórugói és kapcsolata a pénzügyi eredményességgel

k.kamilla0112@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 1. félév

Témavezető:
Dr. Szívós László, egyetemi adjunktus, BME GTK

A fenntartható vállalati működés, valamint a fenntarthatósági jelentéskészítés és a pénzügyi eredményesség kapcsolatáról a 70-es évek elején jelentek meg az első kutatások, és a mai napig nem született egységes állásfoglalás a vizsgált tényezők összefüggéséről.
Habár a témabeli publikációk a világ számos országát lefedik, Magyarországon még nem végeztek a fenntarthatóság és a pénzügyi eredményesség kapcsolatát, és a nem-pénzügyi jelentéskészítés motivációt vizsgáló empirikus kutatást. A tanulmányozott témát ezentúl a jelentéskészítés magyarországi és világviszonylatú tendenciájában feszülő ellentét kérdése is érdekessé teszi. A kutatás amellett, hogy betölti az említett tudományos rést, rendkívül aktuális, ugyanis a gyakorlatban 2018-tól alkalmazandó, a nagyvállalatok számára a nem-pénzügyi jelentéskészítést kötelezővé tevő európai uniós rendelet alapvetően meg fogja változtatni annak gyakorlatát és mozgatórugóit.
Kutatásom során magyar vállalatok körében vizsgálom a fenntarthatóság és pénzügyi eredményesség kapcsolatát a Global Reporting Initiative keretrendszere szerint felépülő jelentések segítségével, valamint feltérképezem a fenntartható működés és a jelentéskészítés mögöttes motivációit.
A kutatási kérdéseket statisztikai és empirikus megközelítésből egyaránt vizsgálom, amely komplex kutatási eljárás egyedülálló a szakirodalombeli tanulmányok módszertana között.
Az eredmények a fenntartható vállalati működés és a pénzügyi eredményesség kétirányú kapcsolatát mutatták ki, tehát amellett, hogy a fenntarthatóság hozzájárul a jobb pénzügyi teljesítmény eléréséhez, a fenntarthatóságra fordított nagyobb figyelem hátterében is többek között a nagyobb mértékű pénzügyi eredményesség áll. A fenntartható működést emellett a vállalatok tevékenységének jellege és célpiaca is számottevően meghatározza, ugyanis a környezetre vagy a társadalomra jelentős hatással járó működés és az exportintenzitás egyaránt hozzájárul a jobb fenntarthatósági teljesítményhez. Ez rávilágít arra, hogy a vállalati fenntarthatóság mögött a profitmaximalizáláson túl külső kényszerítő tényezők is állnak, valamint megállapítható, hogy a fenntarthatóságra hazánkban még mindig a külföldre tekintő vállalatok fektetnek nagyobb hangsúlyt. Az eredmények azonban alátámasztják, hogy a fenntartható vállalati működés a környezet, a társadalom és a vállalatok közös érdeke, ami hozzájárulhat a vállalati fenntarthatóság hazánkbeli térhódításához.

Márton Kinga: A jövedelmezőség mérésének új útja: a felhasznált tőkével arányos nyereség

m.kinga.02@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Pénzügy, MSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Kosztopulosz Andreász, egyetemi docens, SZTE GTK

A jövedelmezőség mérésének kérdése hosszú idő óta a figyelem középpontjában áll: egyaránt fontos jelzőszám a menedzsment, a tulajdonosok és a befektetők számára. Ezen ok miatt alakult ki sokféle mutató, amelyek mindegyike a vállalatok eredményességét igyekszik megragadni. Azok a mélyreható változások, melyek a technológia újításokkal, a know-how előretörésével, a globalizációval és ezek fényében a befektetési lehetőségek számának további növekedésével jellemezhetők, elgondolkodtatta a piaci szereplőket arról, hogy a hagyományos nyereség indikátorok hogyan képesek ezeknek a változásoknak megfelelni és valós információt adni a jövedelmezőség alakulásáról. Dolgozatom témáját és aktualitását ezek a gondolatok adják.
A kutatási munkám alapját képező szakirodalmi áttekintésben bemutatok több jövedelmezőségi mutatót, azok eltérő számítási módjait kidomborítva az előnyeiket és hátrányaikat. Ezt követően térek rá egy vállalatspecifikus modern indikátor, a felhasznált tőkével arányos nyereség – Return on Capital Consumed – mutatószám részletes vizsgálatára, amelynek egyedisége abban rejlik, hogy a számítási metódusából adódóan a valóság pontosabb tükrözését teszi lehetővé a vállalati specialitások figyelembe vétele révén. A képlet részletes leírása és tényezőkre bontása után különböző gazdasági szcenáriókat veszek nagyító alá annak érdekében, hogy bebizonyítsam, a mutató információtartalma megfelelően alkalmazkodik a lezajlott tranzakciókhoz. Végezetül, állításomat igazolván, miszerint a felhasznált tőkével arányos nyereség eredménye a valóságot pontosabban tükrözi, mint a tradicionális mutatók, egy komplex beruházási döntés meghozatalát mutatom be.

Rozgonyi Anna Teréz: A jövedelemmel kapcsolatos adók és járulékok változásainak hatása az Államháztartásra, valamint a magánszemélyek jövedelmére

anna.rozgonyi.ar@gmail.com
Nemzeti Közszolgálati Egyetem Államtudományi és Közigazgatási Kar
Államtudományi, Osztatlan, 2. félév

Témavezető:
Dr. Gregóczki Etelka, egyetemi docens, NKE ÁKK

Dolgozatom középpontjában alapvetően a jövedelemhez kapcsolódó adók, illetve járulékok valamint az ezekhez kapcsolódó kedvezményeknek a rendszere áll, valamint ezek változásai az elmúlt néhány év tekintetében. Fontos volt, hogy egy összefüggő képet alkossak a jövedelemadók rendszeréről, hogy a jelenlegi szabályozások alapján kik ezeknek az adóalanyai, mekkora a mértékük, illetve a legfontosabb, hogy milyen esetekben fizetendő. Ennek kapcsán pedig megvizsgáltam, hogy a korábbi évekhez hasonlítva mekkora változás tapasztalható, és ez a változás milyen irányú és mértékű az egyének elkölthető jövedelme szempontjából. Vizsgálataim során természetesen a járulék rendszert is elemeztem, ezen sajátosságait is értékeltem. A változások kapcsán pedig fontosnak tartom még megemlíteni, hogy számba vettem az adók, illetve járulékok csökkentése/minimalizálása céljából igénybe vehető kedvezményeket is. Úgy a jelenlegi helyzetüket, mint a korábbi alakulásukat.
Az összetettebb kép érdekében megvizsgáltam azt is, hogy a magyar személyi jövedelemadó európai viszonylatban mit is jelent, mennyire versenyképes a környező országok személyi jövedelemadóihoz képest.
Dolgozatom másik nagy egysége az államháztartás elemzése volt, az adó, illetve járulékbevételek kapcsán. Megvizsgáltam a KSH statisztikai adatai alapján, hogy hogyan is hatottak a korábban említett változások az államháztartás bevételeire, és hogyan alakult a személyi jövedelemadó megjelenése a bevételek között a csökkentések hatására. Egy rövid elemzésen keresztül érdekesnek tartottam, hogy számokban is bemutathassam, hogy konkrétan melyik oldalról mit is jelent ez a változás a 2015-os SZJA csökkentés kapcsolatában.
Majd végezetül elméleti feltevéseimet egy kérdőíves felmérés során vetettem össze azzal, hogy az emberek, mennyire tájékozottak adózás területén, illetve hogyan gondolkoznak a már korábbi változásokról, és mit gondolnak a jövőbeni tervekről.
Összeségében úgy gondolom, érdekes rávilágítani egy adócsökkentés kapcsán, hogy az mit is jelent az államháztartás oldaláról, és mekkora koordinációt igényel a költségvetés szemszögéből nézve egy akár kis mértékű adócsökkentés is, annak érdekében, hogy az államkassza egyensúlya fenn maradjon, és pótolni tudják megfelelően, a megfelelő időben a kieső bevételeket.

Szablics Roland: Finanszírozási tevékenység a nemzetközi adótervezésben - Fókuszban a BEPS és az ATAD

szablics1994@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BA, 6. félév

Témavezető:
dr. Czoboly Gergely, adjunktus, BCE GTK

Gyorsan globalizálódó világunk megkerülhetetlen jelensége a multinacionális vállalatok térnyerése. Hatalmas vagyon összpontosul a kezükben, s egyre nagyobb befolyással bírnak. Ezek a vállalatok hatalmas vagyon fölött rendelkeznek, így globális méreteiket kihasználva gyakran élnek a különböző országok eltérő adózási rendszereinek kihasználásával.
Ennek hatására az elmúlt 5-10 évben megindult egy olyan nemzetközi szerveződés, aminek keretein belül nemzetközi szervezetek, igyekeznek felvértezni az államokat olyan eszköztárral, amivel hatékonyabban tudják megfékezni az adóelkerülést.
Dolgozatom fókusza az adóelkerülő eszközök egyike, mégpedig az, amelyik a „kamatlevonhatóságot" aknázza ki. Lényege, hogy a cégek – kihasználva azt, hogy a kamatráfordítások a pénzügyi eredményen keresztül csökkentik az adózás előtti eredményüket – gyakran adózási célból választják a hitelfinanszírozási formát leányvállalataik finanszírozására. Vizsgálatom során feltérképezem azokat az eszközöket, melyek ennek visszaszorítására a nemzetállamok rendelkezésére állnak.
Témámból adódóan elsősorban leíró-elemző módszertant választottam. Körüljártam, hogy a vállalatok milyen tevékenységei miatt volt szükséges az államok összefogására, melyek azok a finanszírozási struktúrák, amik elősegítik az adófizetési kötelezettség csökkentését. Megvizsgáltam, hogy milyen eszközök álltak az államok rendelkezésére az adóelkerülés megfékezésére, mik azok a szabályozások, amik már jelenleg is érvényben vannak az egyes országokban, s ezek hogyan alakultak ki az évtizedek folyamán.
Végezetül pedig bemutatom azt az eszközt, amelyik köré az OECD az általa vélt „legjobb gyakorlatot építette", valamint az Európai Uniót válaszát minderre (ATAD). Természetesen körüljárva a döntések előnyeit és hátrányait a többi rendszerrel szemben.
Dolgozatom utolsó részében az új szabályozások Magyarországra gyakorolt hatását vizsgáltam. Az ATAD értelmében 2019-től minden EU-s országnak kötelező az irányelv implementálása saját jogrendszerébe. A jelenlegi uniós országok szabályozásait megvizsgálva javaslatot tettem, hogy Magyarországon ezek, illetve a saját gazdasági helyezetét figyelembe véve milyen keretek között kellene bevezetnie az irányelvet.
Összességében arra az eredményre jutottam a hazai, illetve nemzetközi viszonyokat figyelembe véve, hogy Magyarországnak tőkeimportőr országként mindenképpen érdeke lehet egy, a minimumsztenderd keretein belül megengedőnek mondható új szabályozás kialakítása.

Ternován Bernadett: Hol a hiba? - Az elvárási rés megközelítése igazságügyi szakvélemények elemzésével

ternovan.b@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 4. félév

Témavezető:
Ladó Judit Mária, ügyvezető, Hites és Hiteles Kft.

Az elmúlt években, évtizedekben a könyvvizsgálói szakma jelentős presztízsvesztésen ment keresztül. A válság alatt sorra dőltek be a bankok nem sokkal a tiszta könyvvizsgálói jelentés kiadása után. Ehhez a jelenséghez szintén hozzájárultak a 2000-es évek számviteli botrányai vagy magyar viszonylatban a 2015-ös bróker botrányok. Napjainkban is számos olyan ügy van, amelynek a kiváltó oka a nem megbízható és valós képet mutató pénzügyi beszámoló. Ezekben az esetekben a bíróság gyakran kéri igazságügyi könyvszakértő segítségét, aki szakvéleményével segíti a bírói döntéshozást, és megkeresi a beszámolóban, hogy hol volt a hiba, a csalás. Kutatásom során egyrészt arra kerestem a választ, hogy mi okozza azt, hogy az igazságügyi könyvszakértő rájön arra, hogy hol volt a hiba, a könyvvizsgáló azonban nem találta ezt meg. Dolgozatom központi kérdése pedig az volt, hogy ezeket az igazságügyi szakvéleményeket hogyan lehetne felhasználni az elvárási rés csökkentéséhez, például mely területek azok, amelyek a javításával csökkenteni lehetne az ilyen esetek számát.
Hogy ezekre a kérdésekre választ kapjak, készítettem egy kérdőívet, amit eljuttattam igazságügyi könyvszakértőkhöz, és arra kértem őket, hogy töltsék ki az általuk készített szakvéleményekkel kapcsolatban. A kérdőív három blokkból épült fel: az első a szakvélemény adataira; a második az érintett vállalat tulajdonságaira; a harmadik pedig a konkrét ügyre kérdez rá. Ebben a blokkban volt a kérdőív központi kérdése, azaz hogy a kitöltő szerint a könyvvizsgálónak volt-e lehetősége rájönni arra, hogy hol volt a hiba/csalás, ha igen, akkor mikor és hogyan. (A kérdés tehát nem arra vonatkozik, hogy feladata volt-e.) Itt nem voltak megadva előre bekategorizált válaszlehetőségek és vizsgálataim során főként az erre érkező válaszokat elemeztem. Összesen 62 szakvéleménnyel kapcsolatban töltötték ki a kérdőívet. Az általam kapott eredmények ezért statisztikailag nem támadhatatlanok, azonban fontos területekre mutatnak rá.
Az eredményeim alapján az esetek 85,5%-ában volt lehetősége a könyvvizsgálónak megtalálni a hibát, amelyek három problémával kapcsolatban rajzolódtak ki: a vezetőség felé mutatott túlzott bizalom; a folyamatok ismeretének hiánya és a kockázatok hibás felmérése; a vállalkozás folytatásának elvének nem megfelelő vizsgálata. Véleményem szerint ezen területek fejlesztésével a könyvvizsgáló teljesítménye közelebb kerülhetne a felhasználók által elvárt szinthez, ezáltal csökkentve az elvárási rést.

SZÁMVITEL, KONTROLLING II.
DÖNTÉSTÁMOGATÁS

Zsűrielnök:	Dr. Szóka Károly, egyetemi docens, SOE LKK
Társelnök:	Prof. Dr. Bács Zoltán, egyetemi tanár, DE GTK
Tagok:	Dr. Adorján Csaba, egyetemi docens, BCE GTK
	Dr. Musinszki Zoltán, egyetemi docens, ME GTK

Czipczer Tamara: Vegyük számításba az embert!

tamara.czipczer@gmail.com
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Számvitel, MSc, 2. félév

Témavezető:
Várkonyiné Dr. Juhász Mária, egyetemi docens, ME GTK

Az ember nélkülözhetetlen erőforrása a vállalatnak – hangzik el gyakran a vállalatvezetők szájából. Ennek ellenére mégis ritkán tapasztalható, hogy az éves beszámolók a statisztikai adatokon túl más információt nyújtanának a cég e jelentős eszközéről. Annak ellenére, hogy tulajdonosi oldalról egyre nagyobb igény teremtődik az emberi tudás és kreativitás értékének kimutatására, problémát okoz, hogy jelenleg még nincs általánosan elfogadott módszertan erre.
Dolgozatomban elsődleges kérdésként kezelem, hogy a szigorú számviteli szabályozás lehetővé teszi-e az emberi erőforrás kimutatását a beszámolókban és amennyiben igen, milyen módszerrel lehetne ezt megoldani.
Munkám során megvizsgálom a kapcsolódó fogalmakat és a jelenlegi számviteli szabályozást, melyek a kutatásom alapjául szolgálnak. Ezt követően ismertetem az eddig kidolgozott értékelési alternatívákat és az emberi erőforrás kimutatásának eddig alkalmazott gyakorlati megoldásait. Elméleti háttér zárásául összegzem az érveket és ellenérveket a vizsgálati témakörrel kapcsolatosan. Végül bemutatom az általam kidolgozott módszertant, mely könnyedén alkalmazható a gazdasági életben.
Célom egyszerű: Egy olyan módszert kívánok megvalósítani a megismert eljárások alapján, mely megoldja az emberi erőforrás kimutatásának problémáját és kitölti az információ hiányt a vállalati beszámolókban.

Istenes Krisztián Attila: Merre tovább kontrolling?

nemmindegyhogymithasznalok@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Budai Eleonóra, adjunktus, PTE KTK

A világban zajló technológiai változások átalakítják életünket. A digitalizáció, Ipar 4.0, 5.0, mesterséges intelligencia, Big Data jelenség jelenleg is zajló folyamatok, melyek hatására megszámlálhatatlan változás zajlik körülöttünk, érintve a mindennapi életünket. A különböző területeken bekövetkező változásokhoz alkalmazkodniuk kell az embereknek annak érdekében, hogy továbbra is a „rendszer elemeként" tudjanak tevékenykedni.
A digitalizáció mint jelenség és eszközrendszer vizsgálata önmagában is aktuális kérdéseket vet fel. Érdeklődésemet egy összetettebb kérdéskör tisztázása keltette fel, a digitalizáció vállalati kontrolling gyakorlatban érvényre jutó, illetve várható hatásait vizsgáltam. Vizsgálatom során a kontrollingot – adaptálva egy rendszer modellt - mint komplex rendszert szemléltem és annak mikroszintű (vállalati), gyakorlati elemére fókuszáltam.
Kutatásom célja egy olyan hatásvizsgálat végrehajtása volt, aminek segítségével választ tudok adni a következő kérdésekre:

- Vajon megmarad a kontroller munkája, vagy a teljes kontrolling területet átveszik a robotok az embertől?
- Ha továbbra is szükség lesz kontrollerre, akkor mi lesz a jövőbeni feladata, munkaköre?

A feltett kérdések alapján öt hipotézist fogalmaztam meg, a témát pedig hat egymásra épülő fejezetbe rendezve tárgyaltam.
A kutatás jelenlegi szakaszában a szekunder kutatás dominált., aminek keretében áttekintettem azokat a külföldi és magyar szakcikkeket, amelyek a digitalizációról, a digitalizáció vállalati gyakorlatra irányuló befolyásáról, valamint a digitalizáció és a kontrolling kapcsolatáról szóltak. Összevetettem és rendszereztem az egyes szerzők véleményét, megállapítva az egybehangzó és eltérő álláspontjaikat. A szakirodalom kutatást a témához kapcsolódó felmérések publikált eredményével, valamint konferencia előadásokon elhangzott megállapításokkal egészítettem ki és ily módon végeztem el a hatásvizsgálatot.
A dolgozat fő következtetése, hogy a digitalizációs hatások a kontrolling tevékenységben átrendeződést indukálnak, mely a kontroller szempontjából összességében pozitív. A közeljövőben pedig nem kell attól tartani, hogy a kontrolling területen nem lesz szükség emberi munkaerőre, ugyanakkor a hatások kihívás elé is állítják a kontrollert. A kihívások leküzdésének feltétele, hogy megszerezze az új feladatainak és munkakörének ellátásához szükséges, főleg informatikai kompetenciákat.

Kerezsi Dóra: A kiegészítő melléklet szerepe a vállalati döntéshozatal támogatásában

kerezsi.dora@econ.unideb.hu
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Számvitel, MA, 5. félév

Témavezetők:
Dr. Fenyves Veronika, egyetemi docens, DE GTK
Dr. Tarnóczi Tibor, egyetemi docens, DE GTK

A piacgazdaság megfelelő működéséhez elengedhetetlen, hogy a gazdaság szereplői rendelkezzenek a döntéshozatalhoz szükséges információkkal. A döntéshozatalhoz szükség van pénzügyi és nem pénzügyi információkra. A pénzügyi információk alapvetően a számviteli információs rendszerből szerezhetők be. Ezért fontos, hogy a vállalat olyan számviteli rendszerrel rendelkezzen, amely az információigényeket megfelelően ki tudja elégíteni. Magyarországon a 2000. évi C törvény a számvitelről határozza meg a hatálya alá tartozó gazdálkodó szervezetek számviteli beszámolóinak tartalmát, aminek a mérleg és az eredmény-kimutatás mellett elengedhetetlen része a kiegészítő melléklet is. A kiegészítő mellékletbe azokat az adatokat, szöveges magyarázatokat kell megjeleníteni, amelyeket a törvény előír, valamint amelyek a vállalkozó vagyoni, pénzügyi helyzetének, eredményének megbízható és valós bemutatásához a tulajdonosok, a befektetők, a hitelezők számára fontos lehet. A kiegészítő melléklet egyrészt törvényi szabályozáson alapszik, másrészt függ a vállalkozás sajátosságától is.
Dolgozatom fő célkitűzése annak vizsgálata, hogy a számviteli beszámoló kiegészítő mellékletében szereplő, és az azokból nyerhető információk milyen módon és mértékben támogatják a döntéshozókat. Legalább a törvény előírásai szerint összeállított és közzétett kiegészítő melléklet nélkülözhetetlen lehet a döntések meghozatalához a különböző tevékenységet végző gazdálkodó szervezetek számára.
A témához kapcsolódóan, a szekunder kutatásom keretében nemzetközi és hazai szakirodalmakat dolgoztam fel, míg a primer kutatásom keretében kérdőíves felmérést végeztem. Kutatásomhoz 112 darab értékelhető kérdőívet tudtam felhasználni. A kérdőívek feldolgozása során egy- és kétszempontú táblázatokat készítettem és elemeztem. A kétszempontú táblázatokat különböző statisztikai módszerekkel is megvizsgáltam. A kérdőívet kitöltőknek a kiegészítő melléklet különböző részeinek fontosságára adott válaszainak a csoportosítására főkomponens analízist végeztem. Az elemzésekből megállapítható, hogy a válaszadók több mint háromnegyede figyelembe veszi a döntéshozatal során más vállalkozások kiegészítő mellékletének az adatait, azokat főleg az operatív és a rövid távú döntésekhez használják fel, míg az egyes részeinek a fontosságát a válaszadók erős közepesre minősítették. Az előzőket is figyelembe véve fontos lenne a kiegészítő melléklet információ-tartalmának további erősítése.

Korponai Attila Patrich: A Koléner Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. pénzügyi számviteli elemzése, növekedési lehetőségei

korponai.attila@yahoo.com
Gál Ferenc Főiskola Gazdasági Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 7. félév

Témavezető:
Szabóné Dr. Bohus Márta, adjunktus, GFF GK

Munkámat az építőipar rövid, általános áttekintésével indítom, majd ebben az építőipari környezetben helyezem el az általam bemutatott céget, a Koléner Kereskedelmi és Szolgáltató Kft-t. Egy általános cégismertetőt követően a cég tevékenységét, hatékonyságát, jövedelmezőségét elemzem pénzügyi és számviteli mutatók alapján, melyben megpróbálok választ keresi arra, hogy minek köszönhető a cég sikeressége. Munkám utolsó részében olyan növekedési lehetőségek után kutatok, amelyek kiaknázásával a Kft. még eredményesebb és hatékonyabb lehet és előrébb törhet a piacon. Munkám során célom az volt, hogy egy elérhető jövőképet állítsak a vállalkozás elé, amellyel elsőszámú szereplő lehet a lokálisan működő építőipari vállalkozások között.

Lehóczki Eszter: A digitális beszámolás jövője, Az XBRL bemutatása és magyarországi helyzetének vizsgálata

lehoczki.eszter@heller.uni-corvinus.hu
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Lakatos László Péter, egyetemi docens, BCE GTK

Az üzleti világban nehézséget okozhat, hogy a vállalatok üzleti kimutatásai különböző nyelven vagy struktúrában készülnek, így megnehezítve az adatok, információk megfelelő feldolgozását és összehasonlítását. Erre nyújt megoldást dolgozatom témája, az XBRL.
Az eXtensible Business Reporting Language, egy nemzetközi digitális standard, amely kifejezetten az üzleti riportok, pénzügyi beszámolók készítésére lett kialakítva. Dolgozatom célja, hogy részletesen bemutassam az XBRL-t, valamint megvizsgáljam a standard magyarországi relevanciáját.
Először részletesen bemutatom az XBRL-t; történetét, működését, felhasználási területeit, használatának előnyeit, hátrányait, valamint jelenlétét a világban. Működésének lényege, hogy az egyes üzleti információkat egyedi jelölésekkel látja el, így standardizált formában lehetséges különböző kimutatásokat és jelentéseket készíteni megfelelő szoftverek segítségével. A standardizáltság azért kiemelten fontos, mert így csökkennek a kimutatásokban előforduló hibák, és nő azok összehasonlíthatósága.
Dolgozatom második felében rátérek kutatásomra, az XBRL magyarországi helyzetének vizsgálatára. Kutatásom a „Mekkora ma a kereslet az XBRL-re Magyarországon, és ez hogyan fog változni a közeljövőben?" kérdés köré épül, amely aktuális, hisz míg napjainkban Magyarországon csak néhány biztosító és hitelintézet kötelezett a standard használatára, 2020-tól az összes EU-s tőzsdén jegyzett vállalatnak XBRL szerinti pénzügyi beszámolót kell készítenie. Kutatási módszerként az interjúkészítést választottam, négy interjú keretében különböző szemléletmódokból ismerhettem meg a jelenlegi helyzetet, készítettem interjút programozóval, könyvvizsgálóval, és XBRL-t támogató szoftver értékesítővel is.
Kutatásom alapján azt a konklúziót vontam le, hogy az elkövetkezendő 3-5 évben önkéntes alapon nem fog megnőni szignifikánsan se a kereslet, se a kínálat az XBRL-re. A különböző szabályozói döntések következtében egyre több vállalatnak lesz szüksége XBRL jelentéskészítő szoftverekre (pl. BÉT-en jegyzett cégek), amely azt eredményezheti, hogy bővülni fog a piac, a változás azonban nem lesz jelentős.
Összességében az XBRL-t egy hatalmas potenciállal rendelkező, de rendkívül összetett standardnak tartom. Azonban az XBRL-ben rejlő lehetőségeket úgy lehet kihasználni, hogy ha tömegesen és egységesen használják, mint például az USA-ban, ennélfogva Magyarországon véleményem szerint nincs és nem is lesz jelentős hozzáadott értéke, így piaca sem.

Molnár Dóra: Vállalatirányítási rendszerek a kereskedelmi és szolgáltató cégeknél

molnar.dora1997@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar
Pénzügy és számvitel, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Szekeres Bernadett, főiskolai docens, BGE PSZK

A XXI. században a digitalizációval hatalmas fejlődés vette kezdetét a közgazdászok életében is. Számtalan friss tudományos szakirodalom témája, hogy a könyvelők pár éven belül elveszíthetik a munkájukat az informatikai fejlesztések miatt. Ezzel kapcsolatban számos kérdés felmerült bennem, hogy tényleg egy számítógép ennyi tanult embert le tudna váltani?! Nem erről van szó valójában, hanem, hogy a manuális feladatok csökkentésével több idő marad a szakmai munkára és a gondolkodásra, például a kontrolling, elemzési és ellenőrzési feladatok nyernek ezáltal teret.
Kutatásomban először a vállalati információs rendszerek fejlődésével foglalkozom, hogy egy vállalkozás szervezeti rendszer lévén célkitűzésekkel kell, hogy rendelkezzen és ezekhez mennyi információra van szükség, amelynek feldolgozásában a vállalatirányítási rendszerek tudnak segítséget nyújtani. Az ezredforduló környékén a vállalatok döntő többsége jött rá arra, hogy a vevőket kell a középpontba állítaniuk a fennmaradásuk érdekében. Egész működésüket úgy kell felépíteni, hogy a vevői igények minél jobb kielégítése legyen az elsődleges szempont.
A számítógépek és az információs rendszerek alkalmazásának az a célja egészen a kezdetektől, hogy automatizálja a különböző feladatokat. Szakirodalmak olvasásával és tapasztalataim alapján jutottam arra, hogy nem csak erről van szó. Az integrált rendszerek fő feladatává vált, hogy a vállalkozások rövid, közép és hosszú távú működéséhez szükséges pénzügyi, számviteli, humán és számos különféle erőforrások tervezése. Az informatika ma már koordinálja is az egyes munkafolyamatokat és ezáltal egy ERP rendszertől elvárható a hatékonyságnövekedés.
Igen fontos kérdés egy cégnek, hogy milyen vállalatirányítási rendszert kezdjen használni. Megvizsgáltam a különbségeket egy kereskedő és egy szolgáltató vállalkozás ERP rendszerénél. Ezáltal az is megdöbbentő tényként szolgált számomra, hogy az informatikusoknak is mennyire otthon kell lenniük a pénzügyi és számviteli világban, hogy egy közgazdász/könyvelő számára használhatóak legyenek ezek a programok.

Nyisztor Fanni: A számvitel jövője a kis-és középvállalkozások területén

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

Témavezető:
Dr. Sisa Krisztina A., főiskolai docens, BGE PSZK

Sokan ismerik Stephen Hawking idézetét, amely a következő 4Z 1N73LL1G3NC14 4 V4L7OZ45HOZ V4L0 4LK4LM4ZKOD45 K3P3553G3. (Az intelligencia a változáshoz való alkalmazkodás képessége.) Ennek az idézetnek a tükrében szeretném a dolgozatom elkészíteni, vagyis, hogy a digitalizáció miatti változások a könyvelő szakma területén nem azt jelenti, hogy könyvelőkre nem lesz szükség. Hiszen már az idézet alapján megismerhetjük, hogy mennyire alkalmazkodóképes az ember, mert az idézetet számokkal és betűkkel írtam még is el tudjuk olvasni és értelmezni. Reményeim szerint a változás, amely elindult csupán felértékeli majd a számvitel fontosságát egy vállalat életében és más kompetenciák, képességek válnak szükségessé a szakemberek számára.
Dolgozatom célja, hogy bemutassam a számvitel területén „lassan" bekövetkező változásokat, de ezeket a változásokat a kis-és középvállalkozói területre koncentrálva, illetve, hogy ezen változások milyen következményeket von maga után, mind a munka mind a tanulás terén.
A dolgozatom három nagy részre osztható. első részben bemutatom azt a folyamatot, amelynek következménye ez a változás, azaz a negyedik ipari forradalom.
A második részben a számvitel kialakulásáról és, hogy milyen fő „feladata" volt a számvitelnek a történelem során egészen napjainkig. Illetve, hogy szakértők és közgazdászok, hogy látják a számviteli munka jövőjét, illetve, hogy a kis- és középvállalkozások mennyire készültek vagy készülnek fel erre a változásra és, hogy látják a jövőjüket a számvitel területén. Itt még bemutatom azt, hogy már milyen programok elérhetőek a könyvelők számára, amelyek megkönnyítik a mindennapi munkájukat.
Az utolsó részben pedig kitérek még arra a kérdésre, hogy a technológiai fejlődés, milyen hatást gyakorol a számviteli oktatásra.

Takács Vivien: Az üzleti tervezés hatékony támogatása

takacsvivien@icloud.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 7. félév

Témavezetők:
Dr. Ilyés Csaba István, főiskolai docens, BGE PSZK
Görcsi Gergely, kontrolling szakértő, Nemzeti Infokommunikációs Szolgáltató Zrt.

A vállalkozások növekedése kihívás elé állítja a vállalati támogató (back office) területeket. A tevékenységek, volumenek bővülésének eredményeképpen folyamatosan meg kell birkózni a napi működés során előállított, folyamatosan növekvő adatmennyiséggel. A feladatnövekményekkel együtt bonyolódik az adatok feldolgozásának folyamata, nehezedik a követhetőségük és begyűjtésük időtartama is nő. Pályamunkámban arra a kérdésre keresem a választ, hogy az adat- és információmennyiség jelentős növekedése hogyan hat az üzleti tervezés folyamatára és miként lehet a változásokhoz a hatékonyság megtartásával alkalmazkodni. A kutatás alapvető célja, hogy a folyamat menedzselésére egy olyan, széles körben alkalmazható, újszerű megoldás álljon elő, amely a tervezési folyamatba is beépíthető.
A vizsgált vállalat jelenlegi tervezési folyamatának feltárását követően egy speciálisan, a tervezés támogatására kialakított rendszer bevezetésének körülményeit és működtetését ismertetem. Kiemelt jelentőséggel bír, hogy mind a felhasználók, mind az adminisztrációs feladatokat ellátók számára az üzleti folyamatokat támogató, könnyen kezelhető, információ megosztására alkalmas rendszer álljon elő, amellyel elérhető a mindennapi munkavégzés hatékonyságának növelése.
Dolgozatom elméleti részében feltérképezem a hatékony támogató tevékenység ismérveit, amelyet vállalatra vetítve már egy üzleti tervezési folyamatot átfogó rendszer bevezetésének jelentőségéhez jutok el. A kutatásba bevont vállalkozás tervezési folyamatát ismertetem először a rendszer bevezetését megelőző időszakra vonatkozóan, majd mielőtt a hatékonyság növekedését elemezném, a rendszer ismertetésére és a tervezési folyamat változásaira fókuszálok. Primer kutatásomban a hatékonyság vizsgálata során az objektív megítélést lehetővé tévő kulcsmutatókon és a számszerűsített adatokon túl a felhasználói véleményeket is figyelembe véve vonom le következtetéseimet. Dolgozatom zárásaképp megfogalmazom saját tapasztalataimat, kiegészítve a jövőbeni tervekkel.
Kutatásom eredménye, hogy az üzleti tervezés hatékony támogatásának egyik alapköve a vállalati szférában a jól működő rendszerkörnyezet, amely biztosítja a folyamat optimális végrehajtását. Pályamunkám olyan, az adatok optimális feldolgozását és információcserét lehetővé tévő megoldási javaslatként is szolgál, amely nem csupán egy vállalat esetében alkalmazható, hanem szélesebb körben nyújt lehetőséget az üzleti tervezés hatékony támogatásához.

SZÁMVITEL, KONTROLLING III.
NEMZETKÖZI SZÁMVITEL

Zsűrielnök:	Dr. Szász Erzsébet, egyetemi docens, PKE GTK
Társelnök:	Dr. Fülöp Katalin, egyetemi docens, NKE
Tagok:	Dr. Tóthné dr. Szabó Erzsébet, egyetemi docens, SOE LKK
	Dr. Várkonyiné Juhász Mária, egyetemi docens, ME GTK

Csendom Krisztina: A munkavállalói juttatások elszámolásának bemutatása az IAS 19 standard alapján

csendomkriszti@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Számvitel, MA, 4. félév

Témavezető:
Dékán Tamásné Dr. Orbán Ildikó, egyetemi docens, DE GTK

A globalizálódó gazdasági környezetben a számviteli harmonizációra való törekvés és a humán tőke felértékelődése egyre nagyobb hangsúlyt kap. A gazdaságban megfigyelhető folyamatokhoz a vállalkozásoknak alkalmazkodniuk kell, a számvitel célja pedig továbbra is (és egyre inkább) a megbízható és valós összkép bemutatása kell, hogy legyen. Tekintve, hogy a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok (IFRS) és a Számviteli törvény (2000. évi C. tv) között az összehangolási törekvések ellenére még számos eltérést találhatunk, ezen területek alapos megismerése a közeljövőben elkerülhetetlenné válik. Dolgozatom témájaként a számvitel azon részét választottam, amelyre a magyar gyakorlatban nem vonatkozik külön szabályozás, az IFRS-ek szerint azonban jól elkülöníthető kategóriák és értékelési eljárások kapcsolódnak hozzá. Emellett ez a terület véleményem szerint jó példa arra, hogyan jelenhetnek meg a jelenérték-számítással kapcsolatos ismeretek a számviteli elszámolásokban a beszámolók adatainak alátámasztásához, azaz hogyan alkalmazható a pénzügy a számvitelben. Célom, hogy az IAS 19 Munkavállalói juttatások standardban ismertetett elvek és eljárások gyakorlati megjelenését mutassam be konkrét vállalatok beszámolóadatainak elemzésén keresztül.
Általános célkitűzésem megvalósításához először a témával kapcsolatos szakirodalmat, kiadványokat, standardokat dolgoztam fel. Ebben a részben bemutatom azokat a kategóriákat és a hozzájuk kapcsolódó értékelési eljárásokat, amelyeket a Számviteli törvény nem, de az IAS 19 határozottan elkülönít. Ezt követően három vállalat (HungaroControl Csoport, Richter Csoport és MOL Csoport) példáján keresztül mutatom be azt, hogyan kell értékelni az egyes, munkavállalók részére fizetendő juttatásokat, valamint azt, hogy hogyan jelennek meg a juttatásokhoz kapcsolódó tételek a vállalatok pénzügyi kimutatásaiban. Ezt követően a vizsgált adatok összesítése során általánosságban levonható következtetéseket és megállapításokat fogalmazok meg.
Vizsgálatom során megállapítottam: az, hogy milyen típusú munkavállalói juttatási programot működtet egy adott vállalkozás, IFRS-ek szerint készült beszámolójának adataiból egyértelműen megállapítható. Az IAS 19-hez kapcsolódó értékelési eljárások ugyanis igen összetettek lehetnek: találhatunk tételeket vele kapcsolatban a Mérlegben, Átfogó eredménykimutatásban, a Saját tőke változásainak kimutatásában, a Cash-flow kimutatásban, valamint a Megjegyzések között is.

Csiszár Dorottya: A nemzetközi befektetői szemlélet Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardokban (IFRS) történő érvényesülésének bemutatása a Magyar Telekom Nyrt. és a Telenor ASA szabad cash flow módszerrel történő vállalatértékelésén keresztül

dorottyacsiszar@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BA, 6. félév

Témavezető:
Dékán Tamásné Dr. Orbán Ildikó, egyetemi docens, DE GTK

A Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok (IFRS) szabályozása keretelveken nyugszik. Ezen keretelvek kialakításakor a standardalkotók meghatározták, hogy a pénzügyi jelentések elsődleges felhasználói, akik számára a jelentéseket elő kell állítani, a tőke biztosítói, azaz a jelenlegi és potenciális tulajdonosok, befektetők és a tágan értelmezett hitelezők. Ezen koncepció érvényre jutását kívántam bemutatni dolgozatom során két, telekommunikációs iparágban működő vállalkozás részvényeibe történő befektetési lehetőség vizsgálatán keresztül. Dolgozatom aktualitását az adja, hogy a 2000. évi C. törvény, a számviteli törvény 2015. évi módosítása következtében a jövőben egyre több IFRS szerint készült beszámolóval fogunk találkozni magyar környezetben is. Hipotézisem az, hogy az IFRS szerint készült beszámolók adatai alapján maradéktalanul elkészíthető két különböző országban bejegyzett, különböző tőzsdén jegyzett cég értékelése, mely alapján megéri befektetni a Magyar Telekom Nyrt. és a Telenor ASA részvényeibe. Modellemben az értékelést közvetlenül a 2016. évi beszámolók nyilvánosságra hozatalát követő, 2017. áprilisi időpontra végeztem el, hogy a jelenre vonatkozóan önellenőrzést végezhessek.
A vállalatok értékelésének keretében bemutattam a két céget, majd szekunder adatgyűjtést követően környezetelemzést (PEST analízis) és iparági elemzést készítettem. A vállalatok múltbeli gazdálkodásának elemzését tíz éves intervallumban, 2007-2016 között vizsgáltam, melyhez segítségül hívtam a gazdasági elemzés és vállalati pénzügyek eszköztárát is a minél teljesebb kép kialakítása érdekében. Végül, szabad cash flow módszerrel optimista, realista és pesszimista változatot készítettem a két cég saját tőkéjének becslésére. Eredményeim alapján hipotézisem első felét elfogadtam, azonban második felét, a két vállalat részvényeibe való befektetést az akkori túlértékeltségük miatt elvetettem. A Magyar Telekomnak osztalékpolitikája felülvizsgálatát, a Telenornak költségei és kötelezettségei csökkentését javasoltam.

Fekete Zoltán: A Richter és a GlaxoSmithKline gyógyszeripari cégek összehasonlítása a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok (IFRS) alapján

fekete1023@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Számvitel, MA, 4. félév

Témavezető:
Dékán Tamásné Dr. Orbán Ildikó, egyetemi docens, DE GTK

Dolgozatom témájául a Richter és a GlaxoSmithKline gyógyszeripari cégek összehasonlítását választottam a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok (IFRS) alapján. A témaválasztás oka, hogy véleményem szerint a globalizációból adódóan a jövőben erősödni fog a nemzetközi számvitel szerepe, így közgazdászként fontosnak tartottam jobban elmélyedni a témában. Az IFRS alapvető célja, hogy megfelelő információkkal szolgáljon a befektetők számára, ezt a szemléletet vettem figyelembe dolgozatom alaphipotézisének megfogalmazása során is, mely a következő: megéri befektetni a Richterbe és a GSK-ba a fundamentális elemzések, valamint az éves beszámolók vizsgálata alapján is.
A dolgozat megírása során fontos volt számomra, hogy a legfrissebb és a legnevesebb hazai és nemzetközi szakemberek által írt anyagokat használjam fel, hogy a lehető legrelevánsabb információkat szedjem össze.
Nemzeti számviteli szabályozásunk és a nemzetközi pénzügyi beszámolási standardok között több eltérés is van, a szakirodalmi részben az általam vizsgált saját tőkére, az EPS-re és az eredményre hatással levő standardokat mutattam be. Majd az elméleti tudás gyakorlati alkalmazása következik, elemzem a két vállalatot és ismertetem az eredményeket. A saját tőke változás kimutatás vizsgálata során megállapítottam, hogy a GSK-nál csökken a saját tőke, illetve rossz osztalékpolitikával rendelkezik. A Richter esetében pedig kedvező, hogy évről évre tudta növelni a vagyonát. Az EPS alapján elmondható, hogy a GSK-nál a menedzsmentnek változtatnia kell a mostani működésen, csökkenteni kellene a költségeket és növelni az eredményt, mert a most megfigyelhető trend alapján a csőd lehetősége is fent áll. Ezzel szemben a Richternél az EPS-ben növekedés figyelhető meg és fenntartható osztalékpolitikát folytatnak. Elmondható, hogy mindkét cég vezetése számára fontos célnak kell lennie, hogy növeljék nemzetközi jelenlétüket.
A fundamentális elemzés során azt az eredményt kaptam, hogy a GSK-ba jelenleg nem éri meg befektetni. A Richternél egyes mutatók szerint érdemes lehet, de véleményem szerint a cég valós értékét meghaladja a mostani piaci árfolyam, így ez a részvény is túlértékelt. Ebből adódóan a dolgozat elején megfogalmazott alaphipotézis megbukni látszik.
Összességében elmondható, hogy a gyógyszeripar egy stabil ágazat, melybe érdemes lehet befektetni. Ebből adódóan érdemes volt ezt a témát választanom, hiszen ennek a területnek a vizsgálata nagyon hasznos a befektetői döntések meghozatalához.

Hajdu Dániel: Játék az eredménnyel - az earnings management

hajdudaniel.hd@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Számvitel, MSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Böcskei Elvira, habilitált egyetemi docens, BME GTK

A különféle vállalati döntések meghozatalához információk szükségesek, melyeket a vállalatoknál a számvitel, mint információs rendszer állít elő, lehetővé téve a rendszeres időközönként történő információszolgáltatást. Ez a számviteli beszámoló révén valósul meg, melynek feladata, hogy a vállalat vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetéről megbízható és valós képet adjon. Előfordulhat azonban, hogy a beszámoló torzabb képet nyújt a vállalatról: vétlen hibák, csalás, vagy az e két kategóriába nem besorolható nyereségmenedzsment miatt.
Kutatásomat a nyereségmenedzsment területén végzem, mely nagyjából 30 éves múltra tekint vissza és jellemzően az Amerikai Egyesült Államokban vizsgálják. A nyereségmenedzsment alatt olyan technikákat értünk, melyek révén a beszámolóba kerülő számadatok tervszerűen módosíthatóak, a menedzserek, vállalatvezetők egyéni megítélésének megfelelően alakíthatóak. Kutatásom célja, hogy a korábbi kutatások módszertanának áttekintését követően, modelltesztelés révén megvizsgáljam annak a lehetőségét, hogy a beszámolóban szereplő számadatokból kiszűrhető-e, hogyha azokra valamilyen hatást gyakorolnak a különféle nyereségmenedzsment technikák.
Kutatásom során három nemzetgazdasági szakágazat vállalatait vizsgálom, melyek a közúti járműgyártás, a kiskereskedelem, valamint az IT szolgáltatás. Az összesen 10.440 vállalatból álló mintához a beszámolóadatok az Amadeus adatbázisából állnak rendelkezésemre. Vizsgálatomat ötéves időtávon, 2012-2016. közötti üzleti évekre végzem, kizárólag Európai Unióban tevékenykedő vállalatok körében. Kutatásom hipotézise, hogy az alkalmazandó lineáris regressziós modell együtthatóinak értéke nulla, vagyis a modellben szereplő magyarázó változók nem magyarázzák az eredményváltozót. Ennek tesztelésére előbb a beszámolóadatok alapján egy forgótőke alapú kalkuláció révén a teljes elhatárolásra készítek becslést, vállalatonként és üzleti évenként. Ezt követően a teljes elhatárolásra egy lineáris regressziós modellt állítok fel, melynek eredményváltozója a becsült teljes elhatárolás. A modellezést SPSS statisztikai szoftver segítségével végzem el.
A modellezés eredménye alapján a teljes elhatárolás modellben szereplő magyarázó változókhoz tartozó lineáris regressziós együtthatók szignifikánsan eltérnek nullától, amely alapján a nullhipotézist elvetem, vagyis a regressziós modellben szereplő magyarázó változók képesek magyarázni az eredményváltozó, vagyis a becsült teljes elhatárolásban bekövetkező változásokat.

Holpert Veronika: Mit mutat a magyar és a szlovak szánviteli törveny?

holpertroni7@gmail.com
Milton Friedman Egyetem
Gazdálkodás és menedzsment, BA, 3. félév

Témavezető:
Szegediné Dr. Lengyel Piroska, főiskolai tanár, MILTON

Tanulmányom a Makovecz-program keretében – a Selye János Egyetemen - végzett kutatásomhoz kapcsolódik, amelyben a magyar és a szlovák számviteli szabályozó rendszer egyik pillérével - a nemzeti számviteli törvények - sajátosságaival foglalkozom. Dolgozatomban a nemzeti számviteli törvények „szabályozó erejét" mutatom be, összehasonlítom a kétféle szabályozó rendszert, kizárólag a számviteli törvények rendelkezéseinek összevetésével.
A kutatás alapproblémája: a beszámolókban közölt számviteli információ megbízhatóságát, a vállalkozási tevékenységről alkotott megbízható és valós képet mennyire szolgálják a nemzeti számviteli törvények, illetve van- e lényeges különbség a két nemzeti törvény között. milyen mértékben sajátosak a nemzeti szabályrendszerek.
A kutatás célja rávilágítani arra, hogy bár az utóbbi néhány évben mindkét országban – Magyarországon és Szlovákiában is – megkezdődött a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok átvétele, a nemzeti szabályozás még hosszú éveken keresztül meghatározó szereppel fog bírni a számviteli szabályozás területén.
A kutatás alapdokumentumai a 2000. évi C. törvény a számvitelről, illetve a 431/2002. sz. törvény a számvitelről, amely törvények tanulmányozása kapcsán a dolgozatomban megjelölt forrásmunkákat dolgoztam fel.
A kutatás módszertana: A szlovák törvény egyes paragrafusainak értelmezését követően kerestem a kapcsolatot a hazai törvényi előírásokkal és igyekeztem rámutatni az egyezőségekre, illetve a különbözőségekre, természetesen „diák-szemmel", eddigi – másodéves gazdálkodási és menedzsment szakos hallgatóként az egyetemi tanulmányaim alatt megszerzett – számviteli ismereteimre építve, illetve alapvetően azokból építkezve.

Horváth Eszter: Nyereségadók elszámolása a nemzetközi és a magyar számviteli gyakorlatban

esztus960118@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg
Pénzügy és számvitel, BA, 7. félév

Témavezető:
Simonné Romsics Erika, mesteroktató, BGE GKZ

Kutatásom tárgya a magyar egyedi beszámolókban nem kezelt halasztott adó elméleti és gyakorlati bemutatása az IAS 12 Nyereségadók nemzetközi számviteli standard és a hazai adótörvények tükrében. Ezt a témát vizsgálom egy Magyarországon működő nemzetközi cég leányvállalata tekintetében.
Dolgozatomban 3 fő állítás bizonyítását végeztem el. Első hipotézisemként azt a felvetést erősítettem meg, hogy az IFRS szerint készülő konszolidált beszámolóhoz szükséges adatszolgáltatás többletteher az adott leányvállalat számára, mivel egyedi beszámolóját magyar számviteli szabályozás szerint készíti. Második állításomat is bizonyítani tudtam, hiszen valóban igaz, hogy a halasztott adó a magyar elszámolási rendszerben jelen van – a társasági adóalap módosító tételek által -, annak ellenére, hogy a számviteli szabályozás nem kezeli. Harmadik hipotézisemet cáfolni kényszerültem, hiszen a magyar szabályozásban semmi nem utal arra, hogy bármiféle közeledés, szabályozás lenne a halasztott adó elszámolása, kezelése felé.
Munkám során alkalmazott kutatási módszerek közé a szekunder, illetve primer kutatás tartozik. Szekunder kutatás alatt elsősorban a releváns szakirodalom megismerését értem. Primer kutatás keretében esettanulmányt végeztem, egy nemzetközi cégcsoport Magyarországon működő, konszolidálásba bevont leányvállalatának számviteli rendszerén keresztül nyertem bővebb betekintést a vizsgált téma gyakorlati alkalmazásába.
Véleményem szerint a jövőben elengedhetetlenné válik a halasztott adók elszámolásának, kezelésének ismerete a könyviteli szolgáltatást végzők körében, hiszen szembetűnő, hogy mind a magyar szabályozás, mind pedig a hazai vállalatok, nagyvállalatok közelednek az IFRS-ek, az IFRS szerint készülő beszámolók felé. Azonban ahhoz, hogy a tartani tudjuk a lépést a világ, gazdaság, valamint a számviteli szakma fejlődésével, újdonságaival, ahhoz nekünk is változnunk, fejlődnünk kell.

Kiss Tünde[1] - Vancsa Miklós Milán[2]: Új számviteli szabályozások hatása a pénzügyi kimutatások befektetői relevanciájára

[1]*kiss.tunde95@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 4. félév

[2]*milan.vancsa21@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Biztosítási és pénzügyi matematika, MSc, 4. félév

Témavezető:
László Norbert, egyetemi adjunktus, BCE GTK

A dolgozat a pénzügyi beszámolók befektetési relevanciájával foglalkozik, vagyis azzal hogy az aktuális számviteli standardok alapján elkészített vállalati beszámolók mennyire segítik a helyes befektetői döntések meghozatalát, és mennyiben valósul meg a vállalatok relatív teljesítményének összemérhetősége. A kutatás arra ad választ, hogy lehetsége-e prémiumot elérni egy olyan portfólió passzív tartásával, amely elemei pusztán a számviteli beszámolók közzétett adatai alapján lettek kiválasztva. Mivel – ahogy azt a dolgozat demonstrálja– a lineáris statisztikai módszerek nem képesek megragadni a keresett kapcsolatot, a szerzők egy egyszerű nemlineáris modellt alkalmaznak a portfólió elemeinek kiválasztására. A kutatás eredménye, hogy a vizsgált időszakban végig nagyobb átlagos hozamot lehet elérni a portfólióval, mint a mintabeli átlagos hozam, vagyis nem lehet elvetni a pénzügyi beszámoló befektetői relevanciáját. A dolgozat végén a portfólió eredményének alakulása és a nemzetközi számviteli standardok konvergenciájának kapcsolata kerül bemutatásra.

Miklós Daniella: A Családi Otthonteremtési Kedvezmény számviteli elszámolása a magyar szabályok és nemzetközi standardok alapján

miklos.daniella95@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Gulyás Éva, egyetemi adjunktus, BCE GTK

2018 igazán izgalmas év volt a bankszámvitel számára. A kereskedelmi bankok nagy részénél átálltak IFRS9 standardra. Ezenkívül egyre nagyobb teret nyer a hitelezésben a Családi Otthonteremtési Kedvezmény államilag kamattámogatott hitele is. A dolgozatban a nemzetközi és hazai számviteli megoldásokat keresem a CSOK-os hitelek elszámolására.
A piaci adatok hiányában az elméleti kutatást egy általam kreált hitelügyleten keresztül dolgozom fel a különböző szcenáriókban. A feldolgozott ügylet teljes mértékben megfelel egy átlagos CSOK-os hitelnek. Először a magyar szabályozás szerint mutatom, majd a nemzetközi szabályozás alapján. Az utóbbi esetben három szcenáriót alakítottam ki. Az elsőben nem bukik meg az SPPI teszten, így az elszámolás módja megegyezik az eddig használatos IAS39 standarddal. A másodikban megbukott az SPPI teszten a hitelügylet. Ez a jelenleg a gyakorlatban is használt elszámolási módszer. Az egyik kihívás ebben az esetben az, hogy milyen adatokból tudjuk kiszámolni az ügylet valós értékét. Az utolsó szcenárió egy alternatív elszámolási módszer.
A kutatás legfőbb eredménye az alternatív elszámolás, amiben az állami támogatásokra vonatkozó IAS20 standard és a már említett IFRS 9 kombinálásával kerül elszámolásra az ügylet. Ehhez a szerződést ketté kellett bontani az ügyfélre és a bankra vonatkozóan. Ez az elszámolás tükrözi leghűebben ki is viseli igazán az ügylet kockázatait, hiszen nem az ügyfél okozza, hanem maga az állam, mivel előírja, hogy az ügylet kamattámogatása az ÁKK referenciahozam 130 százalékkal szorzott összege. A dolgozat tehát egy elméleti kutatásban keresi a választ arra a kérdésre, hogy a CSOK-os hitel hogyan fog tudni beleilleszkedni a nemzetközi szabályozás adta keretek közé.

Pénzes Borbála Zsuzsanna: A futball számokban - Az FC Bayern München konszolidált beszámolójának elemzése

borbala.penzes@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Számvitel, MSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Karai Éva, egyetemi docens, ELTE GTK

A dolgozat témája az FC Bayern München 2006 és 2015 közötti konszolidált beszámolóinak elemzése. A német labdarúgócsapat a Kereskedelmi Törvénykönyv szerint készíti beszámolóját, így a dolgozat elsősorban német szakirodalmi forrásokra támaszkodik. A kutatás célja annak megvilágítása, hogy a csapat játékosai, illetve a sportsikerek mennyiben játszanak meghatározó szerepet a sportvállalkozás vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetében. Megállapítottam, hogy a csapat nem lehet sikeres jól működő vállalatcsoport nélkül, de a csoport sem a csapat nélkül.

Zemkó Boglárka: Az IFRS-ek magyarországi bevezetése az egyedi beszámolók szinjtén

zemko.boglarka@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Számvitel, MSc, 4. félév

Témavezető:
Filyó Janka, tud. segédmunkatárs, BCE GTK

Az elmúlt évtizedek meghatározó gazdasági folyamatai – mint a nemzetközi tőkeáramlás gyorsulása vagy a határokon átnyúló üzleti kapcsolatok bővülése – következményeként elengedhetetlenné vált, hogy a különböző piaci szereplők azonos alapon tudják összehasonlítani lehetőségeiket. A nemzeti számviteli szabályrendszerek különbözősége és a globalizációs folyamatok erősödése együttesen hívta életre az igényt egy világviszonylatban is egységes számviteli szabályozás megteremtésére.
Ebből a számviteli harmonizációs folyamatból Magyarország sem maradhatott ki, aki az Európai Unió tagállamaként az EU által alkalmazott nemzetközi pénzügyi beszámolási standardokat igyekszik jelenleg a saját nemzeti számviteli szabályozásába adaptálni. Az IFRS-ek egyedi beszámolási célokra történő bevezetése kétség kívül történelmi jelentőségű mérföldkő hazánk számviteli harmonizációs folyamatában, hiszen az erről szóló 2015. évi CLXXVIII. törvény kötelezővé, illetve lehetővé tette bizonyos gazdálkodók számára a nemzetközi standardok egyedi beszámolási szintjén történő alkalmazását, mentesítve őket a magyar számviteli törvény szerinti beszámolási kötelezettség alól.
A nemzetközi standardokra való átállás teljes körű megvalósítása azonban nem mentes a nehézségektől és bizonytalanságoktól, így az IFRS-re kötelező jelleggel átálló piaci szereplők mellett ez idáig csak kevesen éltek az áttérés lehetőségével. Dolgozatomban arra kerestem a választ, hogy melyek az átállás első tapasztalatai, és milyen az IFRS bevezetésének jelenlegi megítélése hazánkban. Megvizsgálva az áttéréssel kapcsolatos statisztikákat, elemezve több, különböző időpontokban elkészített kérdőíves felmérés eredményeit, végül mélyinterjúk révén közelebbről megismerve a gazdálkodók meglátásait és tapasztalatait, jelentős következtetéseket tudtam levonni a nemzetközi pénzügyi beszámolási standardok bevezetéséről. Szekunder és primer kutatásom alapján három olyan kulcsfontosságú tényezőt emelnék ki, amelyek nélkül nem lehetett volna sikeres az IFRS-átállás: a hatékony projektmenedzsment, a megfelelő IT-rendszerek kifejlesztése, valamint a számviteli szakemberek képzése. Ez utóbbi szoros összefüggésben van a jelenleg is fennálló szakemberhiány égető kérdésével.

TERMELÉS- ÉS SZOLGÁLTATÁSMENEDZSMENT, LOGISZTIKA, ELLÁTÁSI LÁNC MENEDZSMENT

Zsűrielnök:	Dr. Horváth Annamária, egyetemi docens, BGE KKK
Társelnök:	Prof. Dr. Gelei Andrea, egyetemi tanár, BCE GTK
Tagok:	Dr. Csonka Arnold, egyetemi docens, KE GTK
	Dr. Tégla Zsolt, egyetemi docens, EKE Gy. ÜTI

Balogh Antal: A kis- és középvállalkozások logisztikai problémái

antal.balogh73@gmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Ellátási lánc menedzsment, MSc, 3. félév

Témavezetők:
Dr. Kozma Tímea, egyetemi docens, SZIE GTK
Dr. Lajos Attila, egyetemi docens, SZIE GTK

A kutatás a kkv szektor logisztikai kihívásait mutatja be, középpontba helyezve a raktározási folyamatokat. A téma időszerűsége a vállalatok működési nehézségeinek felszínre kerülése, melyek a fogyasztókért vívott verseny meghatározó minőségi elemei. Kutatásom elsősorban a tulajdonosi- és vevői érték maximalizálására, a fizikai folyamatok és kapacitásbeli problémák feltárására terjed ki.
A kutatás a hazai- és nemzetközi irodalom rendszerező áttekintéséből áll, elsősorban dokumentum analízis és kritikai elemzések módszerével.
A vizsgálat során primer és szekunder kutatást is végeztem, primer kutatásban esettanulmányként értékeltem egy hazai középvállalkozás ellátási láncban elfoglalt helyét, valamint vizsgáltam a lean eszközök gyakorlati alkalmazhatóságát.
Primer kutatási módszerként a Lean vizsgálatot választottam, így ez a szemlélet végigkíséri a teljes pályaanyagot.
Dolgozatomban kitérek az ellátási lánc szereplőire is. A nehézségek megoldását nem csak a vállalat keretein belül kerestem, hiszen a tulajdonosi- és vevői érték maximalizálását a kiszolgálási színvonal maximális szinten történő biztosítása mellett kívántam elérhetővé tenni.
A kutatómunka célja továbbá felhívni a figyelmét azoknak a kis- és középvállalkozásoknak, amelyek méretük, árbevételük, és piaci részesedésük alapján azt feltételezik logisztikai területük működéséről, hogy további tartalékokat nem rejt erőforrások felhasználása és a logisztikai költségek tekintetében. A pályamunka összességében ezeket a feltételezéseket cáfolja meg.
Mindezek következtetéseként fogalmazom meg, hogy a megfelelő tudással és kompetenciával rendelkező funkcionális vezető hiányában - aki elméleti tudását képes a gyakorlatba átültetni - a legjobb megérzések és megoldások birtokában lévő vállalatok is piackövetővé vállnak. Számukra javaslom továbbá, hogy folyamataikat a Lean menedzsment szemléletei szerint elemezzék, folyamatosan fejlesszék, céljaik elérése érdekében.
Eredmények: a Lean

- eszközeivel a folyamatok elvégzésére fordított idő több mint 20 %-kal csökkenthető és a felhasznált erőforrások tekintetében is pozitív változást okoz.
- időoptimalizálás és erőforrás felhasználás szempontjából változást okoz a raktári folyamatok esetében.
- szemlélet alkalmazásából származó előnyök költségoldali csökkenést is eredményeznek, ezzel arányosan a kiszolgálási színvonal minőségi változását is segíti.
- Igazolásra került, hogy a Lean alkalmazható az ellátási lánc minden szereplőjének anyagáramlási folyamatára.

Bereczki Adrienn Márta: Ipar 4.0 - a vállalatokat érintő legfontosabb változások és hatások

adrienn.marta.bereczki@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Losonci Dávid, adjunktus, BCE GTK

Dolgozatom középpontjában az Ipar 4.0 témaköre áll, melyet a már napjainkban is zajló negyedik ipari forradalomként lehet definiálni. Munkám során bemutattam a korábbi ipari forradalmakat, azok jelentőségeit, majd ezt követően a negyedik ipari forradalom ismertetésére került sor. A legfőbb jellemzőinek bemutatása után rátértem dolgozatom központi kérdésének tárgyalására és a vállalatokra gyakorolt hatások elemzését négy alpontban ismertettem: A célok és eredmények megfogalmazása után az érintett értéklánc területek kifejtése következett, majd az igénybe vehető eszközök és a megvalósításhoz szükséges képesek bemutatása került sorra. Dolgozatom második felében négy interjún alapuló esettanulmányokon keresztül mutattam be, hogy hogyan gondolkozhatnak a vállalatok az ipar 4.0-t illetően és hogy milyen terveik vannak a megvalósításával kapcsolatban.
Összességében elmondhatjuk, hogy egy hosszú és komplex változás előtt állnak a vállalatok, melyet csak alaposan átgondolt és megtervezett stratégiával, folyamatos visszacsatolások mellett, fokozatosan lehet a vállalat mindennapi életébe és a munkavégzésbe beültetni. A dolgozatomban szereplő esettanulmányok szemléltetik, hogy más és más elképzelések és gondolkozásmódok lehetségesek a folyamatok megvalósításával kapcsolatban és már több vállalat is elindult az ipar 4.0 felé vezető úton, viszont a végeredmény még a jövő kérdése.
Számos bizonytalansági tényező és kérdés felmerült természetesen az ipar 4.0-val kapcsolatban. Az, hogy a különböző intelligens eszközökön tárolt adatok bíróságon történő felhasználása vajon mennyire etikus, vagy fel kell-e ruházni jogokkal a robotokat, továbbá, hogy az önirányító autóknak, kinek a testi épségét kell szem előtt tartani mind ilyen bizonytalansági tényező. (Portfolio cikk: Veszélybe sodorja az emberiséget a negyedik ipari forradalom)
Végül kettő sikertörténettel zártam dolgozatomat, melyek olyan cégekről szólnak, akiknek felmerült egy igény valamilyen területen a változtatásra és az ipar 4.0 valamely eszközének köszönhetően sokkal hatákonyabbá váltak egyes folyamataik.

Gáspár-Pintér Zsófia: Hulladékszállítással kapcsolatos járattervezés

zsofi900924@gmail.com
Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Regionális és környezeti gazdaságtan, MSc, 1. félév

Témavezető:
Dr. Tóth Katalin, egyetemi adjunktus, KE GTK

A környezetvédelem napjainkra egyre fontosabb szerepet tölt be, a hosszú távú fenntarthatóság egyik alapja a hulladékgazdálkodás költséghatékony, optimális működése.
Dolgozatomban arra kerestem a választ egy dél-dunántúli közszolgáltató példáján keresztül, hogy van-e lehetőség a hulladékbegyűjtéssel kapcsolatos ráfordítások mérséklésére, valamint egy átlátható és jól szervezett járatútvonal kialakításával a szolgáltatás színvonala növelhető-e.
Az utazó ügynök probléma megoldásaként járatoptimalizálási kísérletet végeztem el. A választott település Kaposvár és a hozzá tartozó agglomerációs terület szegmensekre került felosztásra, majd a kiválasztott szegmensen - mint pilot projekt - az ürítendő szolgáltatási helyek kerültek felrögzítésre a QGIS térinformatikai rendszerbe. Az érintett területen kialakított kereszteződési pontok legkisebb távolsága DACEY matematikai módszerrel került minimalizálásra. A tervezési folyamat fontos részét képezte a gyakorlati tapasztalatok összegyűjtése melyek felhasználásával eredményeim szerint egy rövidebb, átláthatóbb és biztonságosabb járatútvonal került kialakításra.

Gulyás Claudia: A lean vezető a vezetői módszerek és képességek tükrében

claudia.gulyas@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 2. félév

Témavezető:
Dr. Losonci Dávid, adjunktus, BCE GTK

Dolgozatomban a lean menedzserek képességeit (Zoltayné és Szántó keretrendszerét alkalmazva) és vezetői módszereit (BCE, Versenyképesség Kutatóközpont megközelítésében) vizsgálom. Választ keresek arra, hogy a gyakorlatban milyen a lean vezetői profil, azaz a lean vezetők milyen képességekre és módszerekre támaszkodnak.
Nemzetközi kutatásokhoz hasonlóan Liker 4-szintű modellje adja a lean menedzsment elméleti háttérét. Öt, lean vezetőkkel foglalkozó empirikus munkát elemzek szisztematikusan. E munkák különböző kutatási módszereket alkalmaznak, eltérő országokban vizsgálódnak és a vezetői munka különböző dimenzióit elemzik, pl. leadership, képességek. E szakirodalomfeldolgozás alapján fogalmazok meg két propozíciót: a lean vezetők (1) képességeivel és (2) módszereivel kapcsolatban.
Kvalitatív primer kutatást végezve vizsgálom a propozíciókat. Empirikus kutatásom a lean vezetőkkel készített mélyinterjúkra épít. Ezzel a vizsgálati módszerrel részletes képet kaptam a magyarországi lean szemléletet követő, termelő vállalatokban a lean vezetőkről, valamint a jelenlegi és az általuk ideálisnak vélt működésről.
A képességekkel kapcsolatos eredményeim szerint a magas szintű szakmai ismeret, a fejlett kommunikációs képesség és a problémamegoldó képességnek van kiemelt fontossága lean kontextusban. A vezetési módszereknél meghatározó a motiválás, meggyőzés, döntés, tervezés, iránymutatás és ellenőrzés. A várakozásaimmal ellentétben, a konzultációnak nincs jelentős hatása. Feltehetően, a képességek és módszerek terén tapasztalt eltérés az ideálistól és a szakirodalmi bázistól leginkább az adott egység lean érettségétől, valamint a lean menedzsment stílusától függ.

Katona Bence: Az intermodális logisztika gazdasági és környezeti hatásai

katonabence97@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Diófási-Kovács Orsolya, egyetemi adjunktus, BCE GTK

Dolgozatomban az LKW Walter Internationale Transportorganisation AG kombinált árufuvarozási szolgáltatásának magyarországi ágát vizsgálom gazdasági és környezeti megközelítésből. Célom a logisztika ezen módszerének általános ismertetésén túl a fogyasztókra, a vállalatra és a környezetre gyakorolt hatások bemutatása, alátámasztva az intermodális logisztikai módszerek jelentőségét a XXI. század egyre romló környezeti mutatóival szemben. A helyzet pontos megértése és megfelelő átláthatósága végett kontextusba helyezem a vizsgálódás teljes folyamatát: ismertetem a kombinált árufuvarozás legfontosabb szakkifejezéseit és módszereit, majd az elmúlt évek mutatói alapján megvizsgálom a tárgyalt intermodális szolgáltatás két fő alkotóelemét: a közúti és a vasúti áruszállítást. A közgazdaságtan szempontjából értékelem a két szegmens helyzetét, majd ugyanebből a szemszögből mutatom be az LKW Waltert, mint szolgáltató vállalatot. Ismertetem a szállítmányozási folyamat legfőbb eseményeit, majd a vállalatra és a fogyasztókra gyakorolt hatásokat tárgyalom, ezt követi a pozitív és negatív környezeti hatások bemutatása. Legvégül az intermodális logisztika vizsgált szegmensének a jelenlegi és múltbéli legfontosabb szereplőit, mint versenytársakat mutatom be piaci helyzetük ismertetésével egybekötve. A dolgozat lezárásaként az ismertetett információk alapján megállapítom a kutatás eredményét: a levonható következtetésekre támaszkodva igazolom a kombinált szállítmányozás kiemelt szerepét a fenntarthatóság elérésében, valamint kitekintést teszek a szolgáltatás jövőjével kapcsolatos további lehetséges kutatási irányok felé.

Kiss Fanni: A beszállító értékelés (marketing) szerepe a helyi termékek ellátási láncában

kfanni0125@gmail.com
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BA, 2. félév

Témavezető:
Pató Gáborné Dr. Szűcs Beáta, egyetemi docens, PE GTK

Az egyre globalizálódó világunkban a megfelelő termékekhez, élelmiszerekhez való hozzáférés minden ember számára központi kérdés. Ennek az ellátásnak, egyik alternatív formája, a helyi termelők által, helyben termelt termékek lehetnek, amelyek részben, vagy egészben tudják kielégíteni a felmerülő igényeket. Ezek a helyi termékek, helyi specialitások és nem tömegtermékek, a végső fogyasztótól légvonalban nem több mint 40 km-re készülnek és a helyi sajátosságokhoz, technológiákhoz, kultúrához, identitáshoz kötődnek. Ugyanakkor nem egyszerű az ilyen termékekhez hozzáférni, mivel lokálisan és csak korlátozott mennyiségben állnak rendelkezésre. Nem csak a fogyasztónak nehéz a termékekhez hozzáférni, de a termelőknek sem könnyű a piacaikat kialakítani és megtartani. Ahhoz, hogy a helyi termelők a „nagyokkal" szemben is versenyképesek tudjanak maradni, érdemes ellátási láncokban gondolkodni.
Az ellátási láncokban való gondolkodás a termelők életképességét és fenntarthatóságát is elősegítheti, valamint a fogyasztókhoz való eljutását is támogathatják. Ahhoz, hogy ezek a rövid ellátási láncok jól működjenek, szükség van a folyamatos visszacsatolásra, értékelésre, amelynek az egyik kiindulási pontját a beszállító értékelések jelentik. A beszállító értékelés, ezen ellátási láncok helyi szinten történő támogatását, fejlődését szolgálhatja.
A TDK dolgozat célja megvizsgálni, hogy a helyi termékek esetében a beszállító értékelések milyen szemléletben, formában vannak jelen az ellátási láncokban. Felfogható-e a beszállító értékelés egyfajta marketing eszköznek, valamint a beszállító értékelés fejlesztése által, hogyan fejleszthetők az ellátási láncok és az ellátási láncon belül a partnerek közötti együttműködés. Az ellátási lánc szereplőire lebontva a kutatásban azt vizsgáljuk, hogy a beszállító értékelés milyen hatással van a beszállítókra, az SC integrátor munkájára és a teljes ellátási láncra. Végső soron a cél, egy az ellátási lánc valamennyi szereplőjére alkalmazható beszállító értékelést támogató, innovatív megoldás kidolgozása és alkalmazása.

Páli Anita[1] - Veres Dániel[2]: Mechatronikai rendszerek karbantartását támogató interaktív minőségirányítási platform fejlesztése

[1]*paliancsi1996@gmail.com*
Dunaújvárosi Egyetem
Műszaki menedzser, BSc, 5. félév

[2]*veres.daniel1992@gmail.com*
Dunaújvárosi Egyetem
Gépészmérnök, BSc, 7. félév

Témavezetők:
Dr. Bajor Péter, főiskolai docens, DUE
Fejes Csilla, egyetemi tanársegéd, DUE

A mechatronikai rendszerek felülvizsgálata és karbantartása mind a szolgáltató, mind a szolgáltatást igénybe vevő vállalatok magas prioritású feladata. A nem megfelelő minőségben és standardok szerint karbantartott rendszerekhez kapcsolódó üzemeltetési vagy kommunikációs problémák gyakran teljes gyártósorok, vagy komplex rendszerek leállásához és jelentős plusz költségekhez vezetnek a vállalatok számára. Általánosságban elmondható, hogy a mai mechatronikai rendszerek karbantartásának jelentős része a hagyományos, papír alapú dokumentációt követi, annak minden hiányosságával együtt.
A probléma vizsgálatára a Dunaújvárosi Egyetem területén található légkezelő rendszer karbantartását vettük vizsgálat alá. A választás azért erre a rendszerre esett, mert az épület üzemeltetése szempontjából a légkezelő szakszerű karbantartását gazdaságossági és egészségügyi okokból fontosnak ítéltük meg. Egy ilyen rendszer ára akár több tízmillió forint is lehet, s egy eltömődött szűrő vagy egy berágódott csapágy előbb-utóbb jelentős költséget róhat az üzemeltetőre.
Fejlesztésünk egy olyan, felhő alapú technológiával támogatott rendszer tervezésére és létrehozására irányul, mely amellett, hogy alacsony költségei miatt kis-és középvállalatok, valamint oktatási intézmények számára is elérhető lehet, segítheti a dokumentáció és a nyomon követhetőség, valamint az emberi és technológiai hibák kiküszöbölését és megelőzését, és támogathatja a karbantartási folyamatok minőségorientált szemléletű végrehajtását, kivitelezését.

Szaniszló Vivien: A közösségi gazdasági modell megvalósítása az elektronikus fuvar-, és raktárbörzén, avagy a fejlesztési és szabályozási potenciálok szempontrendszere a jog tükrében

szaniszlo.vivien@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Közlekedésmérnöki és Járműmérnöki Kar
Logisztikai mérnök, BSc, 5. félév

Témavezető:
Dr. Szekeres Diána, egyetemi adjunktus, BME GTK

A közösségi gazdaság elve kihasználatlan erőforrások üzleti célú, a közösség számára fontos felhasználását, bérbeadását, kiadását jelenti. Mind a logisztika, pénzügy, utazás, közlekedés és még számos iparági területen jelen van és egyre szélesebb körben terjed el. Annak ellenére, hogy a közösségi gazdaság modell jelen van a logisztika területén, még sok lehetőséget hagyott nyitva maga után. A raktár- és fuvarbörze lehetőségét számos online portál és honlap biztosítja, de szinte mindegyik esetében fennáll bizonyos funkciók, felhasználóbarát alkalmazások hiánya. Ezen kiaknázatlan lehetőségek biztosítanak fejlődést a raktár-, fuvar kapacitások, illetve feladatok integrált módon történő alkalmazására.
Megfelelő funkciók és felhasználói feltételek mellett lehetőség nyílik magas színvonalú és minőségű szolgáltatás nyújtására, szervezésére. A rendelkezésre álló platformok továbbfejlesztésével növelhető a hatékonyság kihasználtsága.
Számos pályázat és lehetőség is azt bizonyítja, hogy szükség van az irányzat fejlesztésére, fejlődésére. Mivel kialakulóban lévő modellről van szó, így a kezdetleges és jelenlévő megoldások kiinduló alapul szolgálnak a fejlesztési célok előtt. A vállalkozások jogi és szabályozási alapjai még kiaknázatlanok, nincsenek teljes körűen lehatárolva.
Jelen tudományos munka célja megismertetni a közösségi gazdasági modell jelenlétét a logisztika témakör elektronikus világában, azon belül is az online raktár-, és fuvarbörze esetében. További célkitűzés a kapcsolódó jogi szabályozások, lehatárolások, potenciálok bemutatása abból az okból kifolyólag, hogy ezáltal feltáruljanak a jelenlévő hiányosságok és lehetőség nyíljon integrált optimalizációs megoldás javaslatára.
Három hipotézist állítottam fel és azokat elemzem kutatásom során, arra vonatkozóan, hogy milyen hatást gyakorol a sharing economy, miért mondható kiforratlannak a jogi szabályozás és hogyan lehetne optimalizálni a rendszer modelljét.
Az elemzéshez idomulva, megvalósításom mind primer, mind szekunder kutatást tartalmazni fog. Előbbi esetében kvalitatív módszer alkalmazásával, és a szakirodalom felhasználása mellett megszerzett tapasztalatok szintetizálásával.
Kulcsszavak: sharing economy; megosztás alapú gazdaság; fuvar- és raktárbörze; rendszer optimalizáció; jogi szabályozhatóság; potenciál; hatékonyság kihasználtsága

TŐKE- ÉS PÉNZPIACOK

Zsűrielnök: Dr. Bozsik Sándor, egyetemi docens, ME GTKK
Társelnök: Prof. Dr. Ábel István, egyetemi tanár, BGE PSZK
Tag: Dr. Radnai Márton, kutató, Ramasoft Zrt.

Biró Dániel: HAR volatilitás modellek összehasonlítása az előrejelző teljesítményük alapján

birodaniel8@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Biztosítási és pénzügyi matematika, MSc, 4. félév

Témavezető:
Badics Milán Csaba, doktorandusz, BCE GTK

A hozamokon felül az eszközök árainak volatilitása az egyik leggyakrabban vizsgált pénzügyi idősor és a magas frekvenciájú adatok elérhetősége új lehetőségeket nyitott a pénzügyi ökonometriában a volatilitás és variancia precízebb előrejelzésére. A realizált variancia egy olyan megközelítés, amely a mögöttes ár folyamat kvadratikus variációját méri és a modellek, melyek ennek direkt előrejelzésén alapulnak, pontosabb volatilitás előrejelzésre képesek, mint a GARCH típusú modellek.
Különösen javulást mutatott a jövőbeni volatilitás előrejelzésében a Heterogeneous Autoregressive Realized Volatility (HAR-RV) modell (Corsi 2009) bevezetése. Az elmúlt években az alapmodell számos bővítése és kiterjesztése publikálásra került, melyek egyenként ténylegesen fontos hozzájárulások az irodalomhoz ebben a témában, ugyanis a realizált volatilitás számos tulajdonságára rávilágítanak, viszont a felhasznált adathalmaz, valamint a modellek összehasonlításához használt módszerek különbsége miatt a legjobb modell kiválasztása ezek alapján nehezen megtehető. A dolgozatomban azt keresem, hogy a korábban publikált modellek közül melyek előrejelzési képessége a legjobb out-of-sample tekintetben.
Az elemzésem során először 22 korábban specifikált modell out-of-sample elemzését végzem el az S&P500 realizált variancia idősorán 2008 és 2017 közt. Az előrejelzési teljesítmények összehasonlítása és értékelése a Diebold & Mariano (2002) teszt alapján, valamint a Hansen et al. (2011) által definiált Model Confidence Set eljárással történik, aszimmetrikus hibafüggvény használatával. A következő lépésben a modellek robusztusságvizsgálata történik különböző almintákon, végül pedig új modelleket specifikálok a meglévő modellek kombinálásával, hogy verifikáljam az előrejelzést javító faktorok relevanciáját.
Az eredményeim azt mutatják, hogy egy általánosan legjobb modell kiválasztása valóban nehéz feladat, viszont néhány javaslat formalizálható. Az egyszerűsége ellenére az alap HAR-RV modell mindig a legjobban teljesítő modellek közt szerepel 1 napos előrejelzési horizonton. Mindazonáltal szofisztikáltabb modell specifikációk javulást mutatnak a hosszabb távú előrejelzésben. A leverage effect modellbe foglalása az egy hetes időhorizonton, míg az model-free implicit volatilitás hozzáadása egy hónapos esetben javít a volatilitás előrejelzésében.

Csiki Máté: Tőkepiaci fertőzések a visegrádi és a fejlett országok részvénypiacai között - A Heckit modell alapján

csikimate07@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Pénzügy, MSc, 5. félév

Témavezető:
Dr. Kiss Gábor Dávid, egyetemi adjunktus, SZTE GTK

Tanulmányomban a visegrádi régió három országának – Lengyelország, Csehország, Magyarország – és a fejlett országok – USA és Németország – részvénypiaci indexei között létrejövő fertőzéseket vizsgáltam az 1997 és 2017 közötti időszakra vonatkozóan. A visegrádi és fejlett piacok együttmozgását DCC-eljárással modelleztem, a korreláció változékonyságának magyarázatára és a piacok között létrejövő kollektív viselkedések felismerésére, a téma vizsgálatában újszerűnek számító, Heckman-féle szelekciós modellt használtam. A regionális indexek extrém hozamait vizsgálva megfigyelhető a régiós részvénypiacok egyre fokozódó globális integráltsága. A modell keretein belül bizonyításra került a régiós indexek és az S&P500-, illetve a DAX-index között a pénz- és tőkepiaci sokkok körül létrejövő fertőzések jelenléte, miközben megállapítható a német részvényindex visegrádi részvényindexekre ható jelentős befolyása. Megfigyelhető, hogy a fertőzések csatornái időszakonként és a piac irányváltásai függvényében eltérő képet mutatnak, illetve felismerhetőek a régióra jellemző egyedi ismérvek.

Eckert Emília Viola: FinTech: Változások a vagyonkezelésben

emvi.eckert@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar
Pénzügy és számvitel (angol nyelven), BA, 5. félév

Témavezető:
Tasi Péter, mestertanár, BGF PSZK

A vagyonkezelési ágazat jelentős stressznek van kitéve napjainkban. A technológiai innovációk, új szabályozások, erőteljes verseny és a demográfiai változások együtt hatnak a szektorra. A globális vagyon átadódik a generációk között és az Y-generációnak nagyban eltérő elvárásaik vannak a pénzügyi befektetőkkel szemben, mint amilyenek a hagyományos befektetőknek voltak. Ez a digitálisan natív új ügyfélkör sokkal gyorsabb és magasan személyre szabott szolgáltatást és átlátható árazást kér. Ha a vagyonkezelő cégek nem tudnak időben eleget tenni ezeknek az elvárásoknak el fogják veszíteni a piaci részesedésüket. Ezért nincs más lehetőségük, mint elfogadni a változásokat és ezt az új digitális korszakot.
A technológiai fejlődés már régóta jelen van a vagyonkezelésben, azonban mostantól az egyes folyamatok egyszerű automatizálása mellett megjelennek a mesterséges intelligencia által kínált lehetőségek is. Megalkották a jövő új virtuális tanácsadóit, a robottanácsadókat, akik nemcsak egy nagyobb ügyfélkör és piaci szegmens elérésére képesek, hanem személyre szabott tanácsot is nyújtanak a befektetésekhez.
Néhányan tartanak attól, hogy a robottanácsadók kockázatot jelentenek az emberi tanácsadókra és a jövőben teljesen le fogják őket váltani. Azonban a vagyonkezelési ágazat mindig is egy személyes kapcsolatokon alapuló ágazat volt, ezért a fejlesztők egy hibrid modellt kívánnak létrehozni. Az ágazat holisztikusan kívánja megközelíteni a helyzetet, ahol a megfelelő emberi és automatizációs arányokat hasznosítják és ahol a robotok segítik és erősítik az embereket nem pedig átveszik a helyüket.
Ez a kutatás arra kíván választ adni, hogy ezek a digitális megoldások és személyre szabott tanacsadás hogyan fogja befolyásolni az ügyfelek befektetési hajlandóságát. Az Y-generáció szkeptikus a pénzügyi szolgáltatókkal kapcsolatban. Vajon vissza tudják építeni a cégek az elvesztett bizalmukat, hogy ezt a demográfiai csoportot is megszólíthassák és kielégítő szolgáltatásokat nyújthassanak ahhoz, hogy meg is tudják tartani az ügyfeleiket? A digitális megoldások lehetővé teszik a gyorsabb reagálást a piaci eseményekre, ezáltal sokkal aktívabb portfóliókezelést nyújtanak. Ez a tanulmány megvizsgálja, hogy a vagyonkezelő cégek képesek lesznek-e csökkenteni az ügyfelek kockázatait a sokkal hatékonyabb portfólió kiegyensúlyozáson keresztül. A kutatás átfogóan bemutatja, hogy a termékközpontú tanácsadást hogyan fogja leváltani az ügyfélközpontú tanácsadás a vagyonkezelési ágazatban.

Geisz András: Short- vs. long-term oriented performance on the united states' capital markets after the financial crisis of 2008 (A rövid- és hosszú távú tőkeallokációs időhorizont teljesítménykülönbsége az amerikai tőkepiacokon a 2008-as pénzügyi világválság után)

geisz.andras@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment (angol nyelven), BSc, 6. félév

Témavezető:
Tóth-Pajor Ákos, tanársegéd, PTE KTK

A 2008-as pénzügyi világválság fundamentális bizonytalanságot és ebből kiindulva rövidlátó befektetői magatartást (miópiát) idézett elő az Amerikai Egyesült Államok tőke- és pénzpiacain. Emellett az amerikai jegybank (Federal Reserve) monetáris lazítással és nagymértékű likviditás biztosításával - egyéb célok mellett - az amerikai gazdasági növekedés egyik mozgatórugójaként a reálbefektetések ösztönzését célozta. Ebben a válság utáni, ellentétes hatásoktól feszített környezetben kellett a befektetőknek hatékony stratégiát kialakítaniuk profitjuk maximalizálására. Az OECD 2015-ös kutatási eredményei alapján tőkéjüket rövid távú időhorizonton allokáló vállalatok értékpapírjaiból összeállított portfólió túlteljesítette a hosszú távú stratégiát alkalmazó társaságok értékpapírjait 2009 és 2014 között.
Kutatásomban a rövid- vagy hosszú távú tőkeallokációs időhorizontot választó vállalatok értékpapír-piaci teljesítménykülönbségének mérése és összehasonlítása két portfólió kialakításával és hozamának számításával történt 2008 és 2015 között. A rövidtáv-orientált (Buyback) és hosszú távra fókuszáló (CAPEX) vállalatok részvényeiből összeállított portfóliók teljesítményét az amerikai tőkepiaccal is összevetettem Fama-French három- illetve Carhart négyfaktoros modelljének segítségével, szignifikáns többlethozamot (alfát) keresve ökonometriai becslőfüggvények használatával.
Az eredmények a CAPEX portfólió hozamának Buyback feletti prémiumát mutatják, mely különbség együtt nő a befektetés időtartamával. A kumulatív hozamok 56%-os CAPEX prémiumot mutatnak, a legnagyobb éves hozamkülönbség (43%) 2009-ben volt mérhető. A CAPEX portfólió hozama a Buyback mellett a piaci hozamot is meghaladta, 38%-os kumulatív prémiummal. A magyarázó változóként különböző piaci kockázati prémiumokra építő modellezési eredmények nem mutatnak szignifikáns alfát egyik évben sem, azonban leíró információval szolgálnak a portfóliók összetételével és viselkedésével kapcsolatban, értéket teremtve ezzel vállalati döntéshozók és a szabályozói oldal számára. A modellezési eredmények alapján kijelenthető, hogy a Buyback portfóliót alkotó vállalatok életciklusuk érett részén járó, magas piaci kapitalizációjú részvénytársaságok, míg a CAPEX portfóliót kisebb méretű, jellemzőiket tekintve heterogénebb cégek alkotják. A felsorolt eredmények arra utalnak, hogy a hosszú távú értékteremtés tőkepiaci teljesítményben mérhető érdeke vállalatok széles körének.

Gera Imre: Dimenzióredukciós heurisztikák részvénypiaci korrelációs mátrixokra

hanziness@windowslive.com
Szegedi Tudományegyetem Természettudományi és Informatikai Kar
Programtervező Informatikus, MSc, 1. félév

Témavezető:
Dr. London András, egyetemi adjunktus, SZTE TTIK

Napjaink egyik legtöbbet kutatott tőkepiaci témája a portfólió optimalizálás. A probléma elsődleges célja, hogy egy befektető tőkéjét úgy diverzifikáljuk a piacon elérhető részvények között, hogy a befektetés kockázata minimális legyen, mégis mindeközben egy adott hozamot produkáljon. Harry Markowitz 1952-ben bemutatott alapművében - bizonyos egyszerűsítő feltételek bevezetésével -- adott egy megoldást erre a problémára, amit jelen munkámban is alapul veszek.
Az elmúlt évek során számos munkában foglalkoztak a részvénypiaci hozamok záróáraiból képzett kovariancia-, illetve korrelációs mátrixszal, amely egyrészt a Markowitz-modell egy központi eleme, másrészt a különböző részvények együttmozgásának egy leírása. Ezen munkákban gyakran a statisztikai bizonytalanságot próbálták megállapítani és kiszűrni a mátrixokból.
Dolgozatomban a portfóliókiválasztás problémáját tanulmányozom a korrelációs mátrixokon alkalmazott különböző szűrési eljárások alkalmazásán keresztül. Kísérleteim során kétféle megközelítést is alkalmazok, melyek a véletlen mátrixok elméletete (RMT) és a hierarchikus klaszterezés módszere. Megadok két szűrési eljárást, amelyek közül az egyik a véletlen mátrix elméletet használja fel a korrelációs mátrix zajcsökkentésére, míg a másik a hierarchikus klaszterezés segítségével készít egy kevesebb zajjal terhelt korrelációs mátrixot. Megvizsgálom továbbá, hogy az összeállított portfóliók miként függenek össze az egyes részvények Neumann-centralitásával.
Elemzéseimet bootstrap Monte-Carlo kísérletek segítségével hajtottam végre egy 500 részvényt lefedő adathalmazon. A bemutatott szűrési módszerekkel összeállított portfóliókat különböző teljesítménymutatók, valamint a realizált hozam és kockázat segítségével összehasonlítom. Az eredményeket összevetem a részvények Neumann-centralitásával is. Vizsgálataim során feltételezem, hogy a befektetőnek nincs tudomása a jövőbeli hozamokról, szemben a szakirodalomban eddig bevett megközelítéssel. A klasszikus bootstrap szimulációs elemzéseim azt mutatják, hogy a becsült (optimalizált) kockázat és a realizált hozamok is javultak az eredeti modellhez képest.

Gyüre Ferenc: Bitcoin és banki alapú finanszírozás összehasonlítása

ferenc.gyure@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar
Pénzügy, MA, 3. félév

Témavezető:
Dr. habil. Farkas Szilveszter, főiskolai tanár, BGE PSZK

A munkámban arra keresem a választ, hogy a kriptovaluta, vagy a banki alapú finanszírozás a jobb egy vállalat életében. Pontosabban az összegekre vagyok kíváncsi, hogy melyik érik meg, és milyen összegben. Szeretném a lehetséges átállási módokat ismertetni, és az egyes lehetőségeket, veszélyeket feltárni és számszerűsíteni.
A kritpovaluták esetében be fogom mutatni

- a társadalmi,
- technikai hátteret,
- jelentőségét a gazdaságban,
- jogi szempontokat
- a lehetőségeket, veszélyeket.

Külön részt szentelek a Bitcoin bemutatásának, részletes technikai ismertetésének, valamint a fontosabb fogalmak és összefüggések tételes bemutatásának.
A vizsgálatom módszere a hagyományos beruházás-gazdaságossági számítások lesznek:

- nettó jelenérték,
- megtérülési index
- jövedelmezőségi index

A tudományos munkámban a digitális valuta legfontosabb kérdésével is foglalkozni szeretnék, ez pedig a nagyfokú kockázata. Ezt Monte Carlo szimulációval szeretném modellezni, annak is három féle vetületével, így próbálva következtetni a következő rövid időszakra.
A beruházás számításaim alapja két nagy árbevételű cégnek a Pénzeszközök változásából számolt átlagos adat lesz. Ebből következtetve napi utalási összegekre. Valamint banki nagyvállalati ajánlatok alapján számolt bankköltségeket használtam fel másik pénzáram bemutatására.
A dolgozat végén egy áttekintő táblázatban minden adatot összefoglalva próbálok meg eredményt közölni a vizsgálatomról.
A dolgozatban egyértelmű eredményt arra vonatkozóan, hogy melyik fizetési módszer a jobb nem kaptam. A módszereken belül az egyes lehetséges vállfajokra viszont kaptam olyan eredményeket, melyekből következtethető eredmény. A feltételezéseket, saját számításokat, logikát összevetve nem lehet egyértelműen meghatározni, hogy melyik rendszer jobb, de talán a kevert fizetési rendszer lenne a legideálisabb egy vállalatnak. Azaz hagyományos pénzforgalmán kívül Bitcoin utalásokat is indít.

Klojbert Barbara Daniella: Tőzsdei kereskedelemhez kereskedői stratégia kialakítása

klojbert.barbara@gmail.com
Pannon Egyetem Műszaki Informatikai Kar
Gazdaságinformatikus, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Fodor Attila, egyetemi adjunktus, PE MIK

A dolgozat témája egy tőzsdei használatot megkönnyítő stratégia és szoftver készítése, amely különböző indikátorok és oszcillátorok segítségével javaslatot nyújt arra, hogy mikor érdemes vételi- vagy eladási pozíciót felvenni.
A dolgozat első tartalmi része bemutatja a téma fontos szakirodalmát, ahol többet között megismerhetjük a részvények, tőzsdei indexek, likviditás, volatilitás fogalmát, valamint a stratégiához elengedhetetlen mutatók használatát és értelmezését. A kereskedői stratégia megalkotásához szükséges indikátorok tulajdonságait figyelembe véve három általam kiválasztott indikátort használok fel.
Az irodalom feldolgozása után a tartalmi rész magába foglalja az indikátorok, egy adott, általam kiválasztott adatsoron, bemutatását, jelzéseinek fontosságát. Ezt követően a stratégia bemutatására fokuszálok. A felhasznált indikátorok súlyozását a Nelder-Mead szimplex módszer segítségével állítom be a legnagyobb nyereség elérésének az érdekében. Implementálom az általam elkészített stratégiát MATLAB fejlesztői környezetbe, ezt optimalizálom és az általam választott offline adatsoron mutatom be a kereskedői stratégia hatékonyságát és elemzem a stratégia sikerességét.

Kun Attila: Blockchain alapú kriptovalutákra vonatkozó kereskedési szignálok generálása közösségi média és hírcsatornák gépi hangulatelemzésével

akun@novomatic.com
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar
Gazdálkodás és menedzsment, BA, 5. félév

Témavezető:
Dr. Kovács Tamás, egyetemi docens, SOE LKK

Jelen tanulmány célja megvizsgálni a Bitcoinról szóló hírek hangulata és árfolyama közötti kapcsolatot és olyan modellt kidolgozni, ami előre tudja jelezni az árfolyam elmozdulásának irányát.
A hírek feldolgozását és hangulatelemzését automatizált informatikai eszközökkel, az IBM Watson Discovery News segítségével végzem, míg az árfolyamadatokat a Bitfinex online kereskedési platform és a CoinMarketCap internetes portál szolgáltatja.
Historikus adatok használatával, 2 hónap 121.193 cikkének szentiment értékét dolgoztam fel. Tanulmányom egyik újszerű eredménye, hogy míg a pozitív cikkek napon belül egyenletesen jelennek meg, úgy a negatív cikkek a nyelvükre jellemző időzóna aktív időszakában kerülnek publikálásra. A hírek és az árfolyamok kapcsolata tekintetében az 1 órás és a napi időfelbontású összehasonlítás megállapította, hogy a készített előrejelzési modell 5%-os szignifikancia szinten, legalább 51%-os pontossággal előre jelzi a Bitcoin árának elmozdulási irányát.
Az eredmények értékelése után javaslatot teszek a modell fejlesztésére a lekérdezési idők csökkentésével, relevánsabb cikkek és hírek kiválasztási lehetőségeivel és egyéb kereskedési paraméterek, mint például a technikai analízis által biztosított indikátorok vagy nagyobb horderejű globális hírek hatásainak döntési mechanizmusba történő beemelésével.

Mehman Karimov: The impact of foreign direct investment on turkish economy (A külföldi közvetlen beruházások (FDI) hatása a török gazdaságra)

mehman_kerimov_93@mail.ru
Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Regionális és görnyezeti gazdaságtan, MSc, 4. félév

Témavezetők:
Horváthné Dr. Kovács Bernadett, egyetemi docens, KE GTK
Dr. Gál Zoltán, egyetemi tanár, KE GTK

Purpose of this research is to measure numerically role of FDI and its effect on economic growth of Turkey with references of Economic Statistics of Turkey. I'm going to investigate and try to prove positive relationship between FDI and Economic Growth and find in which sector FDI is focusing more than the others, why FDI chose this sector for focusing and why FDI is interested in Turkey so much. That will make me to arrive at the point where given results can be tested to justify truthfulness of the claim that prioritizing FDI inflow to economy will increase potential of economic growth of Turkey. So, research will quantify the potential of FDI in the economy of Turkey, after which, using Regression analyzing model we will know which relationship between these two variables. Final results of this research work can be classified as the important theoretical base for improving economic development of Turkey.

TURIZMUS I.
A TURIZMUS REGIONÁLIS ASPEKTUSAI

Zsűrielnök: Dr. Ivancsóné dr. Horváth Zsuzsanna,
egyetemi docens, SZE KGK
Társelnök: Dr. Fehérvölgyi Beáta, egyetemi docens, PE GTK
Tagok: Dr. Egyed Krisztián, egyetemi docens, SOE LKK
Dr. Szalók Csilla, főiskolai tanár, BGE KVIK

Ademi Orazaly: Kazahsztán országképe nemzetközi szemmel

adema.orazaly@bk.ru
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Business Administration and Management, BSc, 6. félév

Témavezető:
Dr. Prónay Szabolcs, egyetemi adjunktus, SZTE GTK

TDK dolgozatomban szülőhazám, Kazahsztán országimázsát és országmárkáját vizsgálom. Kutatási kérdésem az, hogy miként él a külföldi fiatalok fejében Kazahsztán, mint országmárka, mit gondolnak az onnan származó termékekről, illetve az ország turisztikai attrakcióiról. Teoretikus keretül az országmárkázás legismertebb modelljét a Simon Anholt féle country-brand hexagon választottam. Dolgozatom elméleti részében ennek mentén mutatom be Kazahsztánt. Primer kutatásom fókuszcsoportos kutatásból és kérdőíves megkérdezésből állt, ahol a kérdőív összeállításához szintén a country-brand hexagon vettem alapul. Mintámba közel 100 külföldi egyetemi hallgató került bele. Kutatási eredményeim szerint Kazahsztán még kevéssé ismert márka, főként a lóra és olajra asszociálnak hallatán.Ezek alapján számos javaslatot fogalmaztam meg Kazahsztán országmárkájának fejlesztésére vonatkozóan. Az országmárkázás, mint koncepció , viszonylag újnak mondható, és Kazahsztánban még kevéssé ismert megközelítési mód, így a kazah turisztikai döntéshozók számára kutatásom eredményei alapul szolgálhatnak az ország turisztikai imázsának fejlesztésére vonatkozóan. A konkrét negatív asszociációk („Borat", „nagyon hideg", stb.) ismeretében tudatosan lehet ezek cáfolatára törekedni annak érdekében, hogy több látogatót vonzzon az ország. Az ország kifejezetten változatos éghajlata – északon hideg, délen meleg – mely kevéssé ismert vonzó lehet a turisták számára, és alkalmas lehet arra, hogy az országmárka kommunikációjának egyik eleme legyen. Az ország egyedi élelmiszeripari termékei, különösen a lovakhoz kapcsolódó termékek szintén vonzóak lehetnek a turisták számára. Minden országimázs videóból kitűnik, hogy Kazahsztán igyekszik hangsúlyozni a modern és az ősi civilizáció közötti kapcsolatot. Ezzel szemben azonban az általam megkérdezettek számára relevánsabb információk lettek volna az elérhető repülőjáratok, és szállások bemutatása, melyek közvetlenebbül támogatják az országba látogatást, mint az ország történelmének bemutatása. Ezek alapján szabadidős tevékenységeket is érdemes lenne alaposabban bemutatni, különösen a síelési, lovaglási, hegymászási, evezési és spa programokat és vásárlási lehetőségeket.

Bal Damla: A közösségi média hatása az európai turisták döntéshozatalára

damlaa.bl@hotmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar
Turizmus menedzsment, MA, 1. félév

Témavezető:
Dr. Szabóné Dr. Erdélyi Éva, egyetemi docens, BGE KVIK

A közösségi média használata az utóbbi években minden egyén életének szerves része lett. A közösségi médiának köszönhetően bárki turizmus termékek alkotójává válhat, és természetesen fogyasztójává is. Ennek a végtelenített hálózati körforgásnak köszönhetően a közösségi médiának fontos szerepe van az egyének utazási döntéseiben. Munkánkban elsősorban arra kerestük a választ, hogy miért, mikor és mennyire befolyásolják az európai utazók döntési folyamatait a hálózatba szerveződő webhelyek. Munkámban azt a feltételezést vizsgálom, hogy a közösségi médiának a döntési folyamat lépéseiben szerepe van, azzal szemben, hogy a fogyasztási szokásuk a demográfiai jellemzőkön múlna. Az adatgyűjtést kérdőíves megkérdezés segítette. A közösségi média szerepét tartalomelemzéssel vizsgáltam, végig követve a döntési folyamat ciklikusan egymás követő lépéseit: felismerés, információkeresés, vásárlási döntés, értékelési alternatívák, a vásárlás döntésének utólagos elemzése. Az eredményeket a vásárlási szokások alapján elemzem. Mivel az egymással megosztott információk egymás vásárlási szokásait befolyásolják, az eredmények alapján elmondható, hogy a közösségi média hatása leginkább az értékelési alternatíváknál játszik szerepet, a többi fázissal összehasonlítva. A tartalomelemzés alapján is arra következtethetünk, hogy a turizmusban a fogyasztók döntési folyamatára a közösségi média pozitívan hat. Másik megközelítésből viszont elmondható, hogy jelenlegi fejlettségi szintjén, a lehetőségek mellett veszélyekkel is járhat a közösségi média használata, elsősorban a turizmus szolgáltatók szempontjából. További kutatással elemezhető, hogy a közösségi médiának a pihenési desztináció, a szállás, és az utazási iroda választása során, valamint a döntési folyamatban milyen szerepe van. A továbbiakban elemezni kívánom a negatív hatásokat is.

Daray Erzsébet: Nevek tükrében. Romániai helynevek angol névváltozatai

erzsebetdaray@gmail.com
Babeş-Bolyai Tudományegyetem
Turizmusföldrajz, BA, 4. félév

Témavezető:
dr. Bartos-Elekes Zsombor, egyetemi docens, RO BBTE

Jelen dolgozat célja a romániai helynevek és földrajzi megjelölések angol nyelvű használatának vizsgálata.
Elsősorban azt kutattam, hogy az angol anyanyelvű szerzők külföldön megjelentetett papíralapú vagy digitális kiadványaiban milyen névanyag szerepel Romániáról, majd ezt összevetettem a romániai nevek angolra történő fordítási gyakorlatával. Fordítások esetén megvizsgáltam, hogy a részben vagy teljes mértékben lefordított név helyesírás és névválasztás szempontjából megfelel-e az angol földrajzi névadás szabályainak.
Névforrásaim között szerepelnek a közelmúltban kiadott egynyelvű és kétnyelvű szótárak, térképek, útikönyvek, utazási irodák útleírásai. A fordítási gyakorlat hagyományának érzékeltetésére a vizsgálat tárgyává tettem néhány régi angol nyelvű kiadványt is.
Összegzésképpen adatbázisba rendeztem a Romániával kapcsolatos angol földrajzinév-változatokat, amelybe beválogattam a román és a romániai magyar helynevek és földrajzi megjelölések angol megfelelőit.

Horvát Dominika: A Tokaj, Felső-Tisza és Nyírség kiemelt turisztikai fejlesztési térség jellemzői és lehetséges turisztikai szerepe

horvatdominika@gmail.com
Neumann János Egyetem Gazdálkodási Kar
Turizmus-vendéglátás, BSc, 1. félév

Témavezető:
Dr. Bagdi Róbert, főiskolai docens, NJE GK

A desztinációmenedzsment és desztináció marketing kifejezések az 1980-as években tűntek fel a turisztikai szakirodalomban, az 1990-es években kaptak egyre több figyelmet, majd 2000 és 2009 között váltak igazán vizsgálati témává. Napjainkban már a turisztikai desztinációk szakmai gyakorlatának szerves részét képezik és a desztináció pozicionálásnak alapjai, ezért egyre nagyobb az érdeklődés irántuk.
Dolgozatomban a 2017. február 21-én bejelentett Tokaj, Felső-Tisza és Nyírség desztináció példáján keresztül, valamint kérdőív segítségével teszek kísérletet a térség ismertségének felmérésére, továbbá azt kutatom, hogy mit gondolnak a kitöltők az ott tervezett fejlesztésekről, és ők hogyan határoznák meg a desztináció fogalmát, milyen tulajdonságokat tartanak fontosnak egy desztináció esetében.
A kérdőívem három részre tagolódik és zárt kérdésekből áll. Az első részben a belföldi szabadidős utazási szokásokkal és a desztinációval kapcsolatos kérdések kaptak helyet. A második rész a Tokaj, Felső-Tisza és Nyírség kiemelt turisztikai fejlesztési térséggel kapcsolatos kérdéseket tartalmazza. A kérdőív utolsó öt kérdése a szociáldemográfiai adatokra kérdez rá. A kérdőívemet az interneten tettem közzé 2018. február 18-22. között magyar nyelven, ahol 114 fő töltötte ki.
A kérdőívből kiderült, hogy a desztináció esetében a jó megközelíthetőség és a kiépített infrastruktúra a legfontosabb a kitöltők számára. A kitöltők egyértelműen a tokaji borvidéket látják a kiemelt turisztikai fejlesztési térség legnagyobb vonzerejének. A térség várható fejlesztései közül a világörökségi helyszínek fejlesztését, valamint a kerékpáros infrastruktúra-fejlesztéseket Tokaj-Hegyalján értékelték a legtöbben 4-es, illetve 5-ös osztályzattal, a kitöltők számára ezek a fejlesztések „nagyon fontosak”.
A Tokaj, Felső-Tisza és Nyírség kiemelt turisztikai fejlesztésű térség mozaikos elrendezésű, így az egységes imázs kialakítása mellett az elérhetőségi idő javítása, majd ezek után a tömegközlekedés menetrendjeinek összehangolása fontos lenne abból a szempontból, hogy a turista az egész térséget bejárhassa, valamint ösztönözni is kellene a turistákat a térség meglátogatására.

Kovács Dániel Csaba: A város identitás fejlesztése a turizmusban digitális ismeretterjesztéssel

kovdan9205@gmail.com
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Turizmus-vendéglátás, BA, 5. félév

Témavezető:
Dr. Piskóti István, egyetemi tanár, ME GTK

A turizmus globális trendjeit vizsgálva kiemelkedő fontosságú az autentikusság, a helyi miliő vonzerejének felértékelődése. Az utazók egy desztinációba nem egy-egy szolgáltatás miatt szeretnének eljutni, hanem a valós helyi értékek keltik fel az érdeklődéseiket, amelyekkel szívesen azonosulnak (Michalkó, 2015). Egyre inkább összekapcsolódik a helyi lakosság élete, szabadidő eltöltése és a turisták érdeklődése. Ugyanakkor középpontban marad a vendég „állandó kapcsolatban lét" (connectivity) igénye, tehát a digitális megoldásokkal erősíteni, építeni lehet ezt a folyamatot (Piskóti, 2016). Munkám fő célja a miskolci lakosok városkötődésének erősítése a helytörténet és a város kulturális, történelmi turizmusának előmozdítása révén, valamint a turisták város felé történő orientálódásának ösztönzése ezen értékek digitális úton történő bemutatásával.
A téma elméleti hátterét szekunder kutatással alapoztam meg a vonatkozó szakirodalom felhasználásával, a mobil applikáció alkalmazás kapcsolatát városmárka, a helyi és turisztikai identitás változásával szakértői mélyinterjúk révén elemeztem. Egy olyan innovatív turisztikai digitális ismeretterjesztő applikáció fejlesztésének vázlatát készítettem el, amely nem önálló sétára és városnézésre invitál, hanem tematikus szálakra fűzve a helyi identitást előmozdító elemekre fókuszálva, az utazási trendeket figyelembe véve programokat kínál és vezeti az applikáció használóját.
Az internet és a digitális eszközök általánossá válása megváltoztatja az utazási szokásokat. A desztináció kiválasztását befolyásolhatja, ha biztosítjuk az ideérkező számára a lehetőséget, hogy egyszerűen – az általam tervezett applikáció segítségével - bejárhatja a várost, és megismerheti minden látványosságát. A kutatásomtól azt várom, hogy sikerül feltérképezni a digitális ismeretterjesztés, a mobil applikációs innováció kapcsolatát, hatását a helyiek kötődésének és a potenciális és tényleges turisták márkaképének változásával, ezáltal egy új alkalmazási területet teremtve.

Miskolczi Márk: Innovációs alternatívák Budapest közösségi közlekedésében

miskolczimark94@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MA, 3. félév

Témavezető:
Dr. Jászberényi Melinda, egyetemi docens, BCE GTK

Jelen dolgozat Budapest közösségi közlekedésének lehetséges fejlődési alternatíváit vizsgálja. A téma megközelítése a Budapesti Olimpiai Pályázatban meghatározott közlekedésfejlesztési projektek vizsgálatán keresztül történik, a fővárost érintő hosszú távú fejlesztési koncepciókkal összefüggésben. A közlekedési rendszer komplexitásából adódóan a dolgozat kizárólag a főváros közösségi közlekedés fejlesztését előmozdító projekttervek vizsgálatára koncentrál, nem célja a fővárosi közlekedést érintő összes projektterv bemutatása.
A közösségi közlekedési rendszer a társadalmi mobilitás egyik meghatározó komponense, melynek modernizálása, valamint a változó fogyasztói igényeknek megfelelő utazási kondíciók kialakítása jelentős kihívást jelenthet egy nagyváros életében, ebből kifolyólag pedig fontos az innovációs lehetőségek többszempontú feltérképezése.
A dolgozat fő kutatási kérdése, hogy az olimpiai projektek, valamint a fővárosi közlekedésfejlesztési stratégiákban (Balázs Mór-terv, Integrált Településfejlesztési Stratégia) foglalt célkitűzések alapján mely innovációs irányvonal realizálna több hasznot a közösségi mobilitás fenntartható fejlődéséhez. A kérdésfeltevés megválaszolásához Budapest közösségi közlekedési rendszerének az átfogó bemutatása, valamint az aktuális problémák feltérképezése is a dolgozat részét képezi. A hipotézisek megválaszolásához szakirodalmi elemzés, valamint a témához kapcsolódó aktuális dokumentációk, szakcikkek feldolgozása nyújtott segítséget, melyek alapján értékeltem a vizsgált fejlesztési opciókat, következtetéseim alapján pedig javaslatokat állapítottam meg a fejlődési alternatívákra vonatkozóan.
Az elemzés során a dolgozat rámutatott a projektek teljesítéséből származtatható előnyökre, a bennük rejlő kockázatokra, összességében pedig a közösségi közlekedésfejlődésre gyakorolt feltételezhető hatásokra. Az elemzés során világossá vált, hogy az olimpiai projektcsomag több, társadalmi szempontból releváns, azonban hosszú ideje halasztott projektötlet realizálását akadályozta volna, az olimpia-specifikus közlekedésfejlesztés jelentős pénzügyi kockázatokat hordozott magában, ugyanakkor a közösségi közlekedés járműállományának jelentős korszerűsítése révén kétségkívül intenzív fejlődési potenciállal rendelkezett. A dolgozatban végzett projektelemzés alapul szolgál a projektalternatívák közötti kapcsolódási pontok, valamint az aktuális innovációs lehetőségek mélyrehatóbb értelmezéséhez.

Pandula Bettina[1] - Zsiros Bernadett[2]: A képernyőtől az utazásig: A Trónok harca generálta filmturizmus sajátosságai

[1]*pandula.bettina@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Turizmus-vendéglátás, BSc, 4. félév

[2]*bernadettzsiros96@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Turizmus-vendéglátás, BSc, 4. félév

Témavezetők:
Dr. Mitev Ariel Zoltán, egyetemi docens, BCE GTK
Dr. Michalkó Gábor, egyetemi tanár, BCE GTK

A filmturizmus napjaink széleskörűen kutatott, számos tanulmányt, értekezést életre hívó jelensége. Kutatásunk magja azonban egy rendkívül érdekes, a filmturizmus fő áramától némileg eltérő sajátosságokat hordozó ágazata, az úgynevezett small screen tourism. A Trónok harca, HBO filmsorozat különlegessége, hogy a fantasy műfajjal ötvözi a valóságot, vagyis fizikailag létező környezetbe ágyaz egy elképzelt történetet.
Kutatásunk elsősorban Horvátország egyik gyöngyszemére, Dubrovnikra irányult, amely egyébként is egy turisztikailag frekventált desztináció, azonban a Trónok harca filmsorozat egyértelműen új lökést adott a város turizmusának. Egyes kutatások szerint 2012-2016 között körülbelül 250 ezer turista érkezett kifejezetten a sorozatnak köszönhetően az Adria menti városba. Dolgozatunk lényege azonban nem a számokban, hanem a nézők "fejében" keresendő. Az általunk lefolytatott vizsgálat legfontosabb kutatási kérdései, hogy a nézők milyen döntési, gondolati szinteken keresztül juthatnak el az utazási vágy megfogalmazásáig és megvalósulásáig; továbbá, hogy ezeken a döntési-gondolati szinteken milyen eszközökkel avatkozhat be sikeresen egy desztinációmenedzsment szervezet.
A szakirodalom feldolgozását követően a kvalitatív (mélyinterjú) és kvantitatív (kérdőívezés) módszertanra épülő vizsgálat során létrehozott primer adatbázist elemeztük. A kvalitatív adatok elemzését az NVivo program segítségével valósítottuk meg. Ezen túlmenően netnográfiai elemzést is végeztünk, mely során blogokat és TripAdvisor értékeléseket vizsgáltunk.
Elsődleges eredményünk a néző érzelmeire épülő döntési folyamat modellezése és összekapcsolása azzal, hogy a desztinációmenedzsment a döntés mely fázisaiban milyen eszközökkel avatkozhat be eredményesen a folyamatba. Az egyes szintek részletes elemzésével segítjük elő a modellezés mélyebb megértését, amely akár más desztinációkra is eredményesen alkalmazható lehet.

Sánta Ádám Kálmán: A gazdaságfejlesztési tevékenység hatása Debrecen turizmusára és kapcsolata a turisztikai fejlesztésekkel, applikációkkal

adam.santa21@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Könyves Erika, egyetemi docens, DE GTK

A mai világban a turizmus egyre fontosabb szerepet tölt be. Számos ország, térség megélhetése földrajzi adottságai miatt szinte csak ezen múlik. Rengeteg támogatást biztosítanak a különböző államok, így hazánk is a turisztikai fejlesztésekre. Az eddigi fejlesztési koncepciók során, Magyarországon leginkább pályázati támogatásokban, az IFA és más helyi bevételek visszaforgatásában gondolkodtak a fejlesztést patronáló és fejleszteni kívánó szervezetek. Ezért azt szerettem volna megtudni, lehetséges-e az, hogy egy város, mint Debrecen a gazdaságfejlesztési tevékenységnek köszönhetően közvetett, vagy akár közvetlen módon képes lehet-e bővíteni forrásait, támogatni a turistaérkezések fokozását, befolyásolva ezzel a város turisztikai arculatát.
A kérdéseim megválaszolásához szekunder és primer kutatásokat végeztem. A szekunder középpontjában, a Debrecenben lehetséges tőkebefektetések formái, módjai és ezek hatásai a város megújulására állnak. Ez a megújulás miként jelentkezhet a turizmusban, végül ezt milyen XXI. századi alkalmazásokkal függhet össze. A primer kutatásom ehhez illeszkedett, melyet három nagyobb téma köré fűztem fel kérdőív formájában: általános felmérés az utazási módokról (pl.: gyakoriság, úti cél, információforrások, közlekedési eszközök), megjelentek-e az online megoldások az utazásaik során, illetve mennyire ismert a kitöltők körében Debrecen. Ehhez a ponthoz kapcsolódik a folytatásban egy esettanulmány, melyben saját tapasztalataimra támaszkodva (gyakornokként, majd alkalmazottként) bemutatom, hogyan történik Debrecenben a turisztikai információszolgáltatás.
Kutatásaim eredményeképpen elmondható, hogy városunk kiemelt hangsúlyt fektet arra, hogy a befektetőket, illetve a turistákat egyszerre vonzza magához. Az online megoldások egyre inkább terjednek, ám ezen a területen Debrecennek még fejlődnie kell, viszont a Smart City koncepció kapcsán még nem fejlesztenek turisztikai alkalmazásokat. A felmérésből kiderült, hogy a válaszadók nagyjából fele évente csak párszor utazik, a zömük valamelyik megyeszékhelyen él és leginkább autóval indulnak útnak. Emellett a megkérdezettek többsége használt már valamilyen mobil telefonos alkalmazást az utazásaik során, de ezt csak ritkán teszik és főként az utazás megtervezéséhez, foglalásokhoz. A kitöltők jelentős része járt már Debrecenben, 2-4 napot töltöttek el a városban, összességében elégedettek voltak az itt eltöltött idővel és közel 50%-uk vissza is térne újra a városba turistaként.

Strincz Szilvia: A kulturális turizmus új útjai Egerben – ravennai inspiratív megoldások nyomán

sylvia.strincz@gmail.com
Eszterházy Károly Egyetem Bölcsészettudományi Kar
Kulturális örökség tanulmányok, MA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Verók Attila, egyetemi docens, EKE BTK

Dolgozatomban Eger turizmusának lehetséges fejlesztési területeit kutatom azzal a céllal, hogy megvizsgáljam a város esélyeit, valamint már kiaknázott és rejtett erőforrásait, amelyek hozzásegíthetik ahhoz, hogy európai viszonylatban is látogatottá váljon. Ennek érdekében összehasonlítottam egy vele számos azonosságot mutató olasz város, Ravenna turisztikai stratégiájával, és elemeztem annak gyakorlatait, különös tekintettel az Egerbe történő integrálhatóság lehetőségeire.
Hipotézisek:
1. Egert adottságai alkalmassá teszik arra, hogy megjelenjen az európai turisztikai vonzástényezők élvonalában, és ott stabilan meg is maradjon.
2. Számos olyan gyakorlati turisztikai példa található Ravennában, amelyek Egerbe is integrálhatóak, megfelelve az európai elvárásoknak, hatékonyabbá, korszerűbbé és nyereségesebbé téve turizmusaát.
Kutatási módszer: Kutatásomat a megfigyelés és az összehasonlítás eszközeivel alapoztam meg, indirekt módon, hiszen célom nem a beavatkozás volt, hanem a két város turisztikai gyakorlatainak megfigyelése azzal a szándékkal, hogy azonosítsam azokat, amelyek elősegíthetik Eger turisztikai hatékonyságának növelését, látogatókörének kiterjesztését. Áttekintettem a közös elemeket, majd kiválasztottam azokat a Ravennában már meglévő turisztikai eszközöket, amelyek ott már működnek, hasonlóan más európai városokhoz, végül kiválasztottam azokat, amelyek egerre is adaptálhatóak lennének.
Eredmények: Összegyűjtöttem Eger megtlévő adottságait és turisztikai stratégiájának főbb irányvonalait, majd kiegészítettem azokkal a ravennai gyakorlatokkal, amelyek könnyen beilleszthetőek Eger turizmusába, s ezzel hozzásegítik, hogy megfeleljen az európai feltételeknek. Ennek eredményeként létrejött egy komplex fejlesztési tervezet, amely ötvözi a két város legsikeresebb turisztikai elemeit, elősegítve Eger turisztikai produktivitásának növekedését.

Sütő Anikó: Turizmusfejlesztés vidéki területeken Tarpa település példáján keresztül

suto.aniko0508@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Turizmus-vendéglátás, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Vargáné Dr. Csobán Katalin, adjunktus, DE GTK

A turizmus fejlődési, kitörési lehetőséget biztosíthat a gazdaságilag elmaradottabb területek számára. A Bereg turisztikai értékei köré építhető programokkal és szolgáltatásokkal Szabolcs-Szatmár-Bereg megye turizmusban betöltött szerepe is erősíthető. Dolgozatomban Tarpa település példáján keresztül igyekszem rávilágítani a vidéki területek helyzetére és fejlesztési lehetőségeire. Hazáink kincsei ott rejlenek mindenhol; Tarpa lakosai is büszkék a település értékeire, és szeretnék egyre ismertebb és elismertebb szintre emelni.
Dolgozatom célkitűzése, hogy ezeket az értékeket felmérve mutassam be a vidéki térségekben rejlő fejlesztési lehetőségeket. Azon túl, hogy ismertetem ezeket az attrakciókat és a tervezett fejlesztéseket, vizsgálom, azt is, hogy a településen szervezett rendezvények, valamint a látnivalók mennyire ismertek és vonzóak a turisták számára. Ezek megvalósításához a szakirodalmi áttekintést követően kérdőíves felmérést végeztem a településre érkező turisták körében, valamint a településfejlesztésben érintett szakemberekkel interjút készítettem.
Dolgozatomban sikerült rávilágítanom a település problémáira, de annak értékeire és fejlesztési lehetőségeire is. Összességében megállapítható, hogy Tarpa település turisztikai értékeinek hasznosítására kiváló lehetőségek vannak, viszont még további fejlesztések szükségesek a rendezvények minőségének, a látnivalók ismertségének javításához, valamint a kínált programok bővítéséhez.
A hagyományok és kulturális értékek továbbadásában bízva remélem, hogy Tarpa és a térség turizmusa a jövőben fejlődni fog, valamint a közeljövőben megvalósul egy olyan versenyképes turizmus, amely a turisták igényeinek eleget téve a település lakóinak jövedelmét is növelheti.

Takács Ivett: Táplálkozási szokások és azok változásai Borsod-Abaúj-Zemplén megyében, különös tekintettel Sajókazára

ivecc13@gmail.com
Kodolányi János Egyetem
Turizmus-vendéglátás, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Régi Tamás, főiskolai tanár, KJE

Sajókaza a hely Borsod megye szívében, a megyeszékhelytől 30 km-re, északra, ahol félig meddig felnőttem, s nagyon közel áll a szívemhez. Sok mindent magtapasztaltam az elmúlt évek alatt, s ezeket a tapasztalatokat is bele tudtam építeni a munkámba.
Dolgozatomban két fő kutatási kérdésre kerestem a választ:

- Változott-e a családok táplálkozása és annak jelentősége Sajókazán az elmúlt 70 évben?
- Ha igen, mi, illetve mik az okaik ezeknek a változásoknak?

Kutatásomat személyes interjúkkal, illetve internetes kérdőívvel támasztottam alá. A kérdőívet a Google rendszerén készítettem, s küldtem szét sajókazai lakosok között. Kitöltőim száma épphogy nem érte el a százat. Interjúimat Miskolcon egy roma iskolában, sajókazai lakosokkal, illetve Sajókazán, családtagokkal készítettem el.
Mivel Sajókaza lakosságának meghatározó száma roma származású, ezért az ő táplálkozási szokásaikat is megvizsgáltam, vajon eltér-e a magyarokétól, valamint, van-e valami különlegessége.
Vizsgált területem palócok, azon belül is barkók lakta volt. Elmondható róluk, hogy fő alapanyaguk a burgonya volt, amiből rengeteg féle ételt tudtak, s tudnak a mai napig is elkészíteni, illetve a leves.
A régiek táplálkozását nagyban befolyásolta a szezonalitás, illetve szinte mindent otthon termeltek meg, vagy neveltek fel. Sokkal egészségesebben éltek, mint ma. Nem voltak gyorsáttermek, színezékek, íz- és illatfokozók, tartósítószerek. Háztáji alapanyagokkal dolgoztak. Minden étkezéshez összeültek, s az ebéd általában több fogásos volt, egy leves és egy második.
A kertművelés és az állattartás lassan elkopik az emberek életéből. Nem éri meg anyagilag, nincs rá annyi idő, már nem foglalkoztatja a fiatalokat a háztáji munkák elvégzése.
A faluban élő romáknál megjelennek olyan tipikus ételek, melyeket a magyarok nem készítenek.
Eredményeim alapján kimutatható, hogy a mai családok táplálkozása egy új irányt vett fel, ami sajnos nem pozitív előrehaladást mutat.

TURIZMUS II.
TURISZTIKAI TERMÉKEK ÉS SZOLGÁLTATÁSOK FEJLESZTÉSE

Zsűrielnök:	Dr. Lőrincz Katalin, egyetemi docens, PE GTK
Társelnök:	Dr. Darabos Ferenc, egyetemi docens, SZE KGK
Tagok:	Dr. Jandala Csilla, egyetemi docens, SOE LKK
	Dr. Könyves Erika, egyetemi docens, DE GTK

Adamcsók Boglárka Eszter: Állatbarát szolgáltatások és lehetőségek a turizmusban

adamcsok.boglarka@freemail.hu
Edutus Főiskola
Turizmus-vendéglátás, BSc, 3. félév

Témavezető:
Gondos Borbála, gazdasági tanár, EDUTUS

Általában családdal, baráti társasággal utazunk, de jellemző az is, hogy a turisták egyedül kelnek útra vagy előfordul olyan is, hogy a kedvencüket választják útitársnak. A kutyákat tartom az egyik legintelligensebb háziállatoknak, akik egyben a legmobilisabbak is. Azért írom róluk a dolgozatom, mert jó magam is kutyatartó vagyok 10 éve, gyermekkorom óta van kutyám, az utazás pedig életem állandó része volt mellettük. Tavaly tavasz óta van meg a jelenlegi kutyám, és vele voltak az első élményeim ebben a témában, ezért is szerettem volna erről írni, mert teljes értékű utazótársam lett a kutyám. Folyamatos szoktatás, tanítás, és ösztönzés mellett megtaláltam a legújabb és legkedvesebb hobbimat is, így összekötöttem a kellemeset a hasznossal. Most már több mint egy éve, hogy járjuk Budapestet és az ország egyes részeire is ellátogattunk már együtt, tapasztaltunk hideget, meleget. Közben néhányszor külföldön is jártam, amelyeken a kutyám nem tudott részt venni, de ugyanúgy figyeltem meg a városokat, mintha velem lenne. Úgy gondolom, ennyi információval a kezemben képes vagyok átfogóan bemutatni a témát, és a jövőben is ugyanúgy erősíteni fogom a kutyás utazók táborát!
Szeretnék rávilágítani, hogy milyen értékes szegmens az, aki arra adja a fejét, hogy négylábúját viszi magával egy utazásra; hogy milyen igényeik vannak, és mekkora elvárások lehetnek velük szemben; hogy Magyarország milyen szolgáltatásokkal és lehetőségekkel rendelkezik feléjük; hogy a kutyatartás hogyan változott amióta őseink domesztikálták őket; hogy milyen problémák merülhetnek fel és ezekre mik lehetnek a megoldások. Dolgozatomban szeretném megragadni a „kutyabarát turizmus" lényegét, továbbá, hogy a köztudatban még nem szerepel ez a kifejezés egyben: kutyabarát turizmus, így definiálni szeretném mit is nevezhetünk annak. Véleményem szerint éveken belül bekövetkezik az a jelenség, hogy kinövi magát egy turisztikai termékké is. Pár éven belül már nem lesz olyan különlegesnek mondható az, ha kedvencünkkel szeretnénk utazni, szinte mindenhol tárt karokkal fogják őket fogadni a szabályok betartása mellett. A kutyásokat megcélozva egyre több különleges szolgáltatás is megtalálható, így az hogy a turizmusban is egyre inkább nyitnak feléjük egyértelművé teszi azt, hogy a növekedés biztos, egyre többen fogják magukkal vinni kedvenceiket a nyaralásokra. A becsületes kutyatartók költenek állataikra, nem csak orvosilag, hanem örömszerzés céljából is, így egy jól fizető szegmensnek tekinthetjük őket.

Balla Nóra: Méhészeti egyesületek által szervezett rendezvények szervezése és jelentősége

noraballa1995@gmail.com
Budapesti Metropolitan Egyetem Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar
Turizmus-vendégkátás, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Faragó Hilda, címzetes főiskolai Tanár, MET HFTGK

Dolgozatomban arra vállalkoztam, hogy a méhészeti és mézes rendezvények szervezését, eredményességét és sokszínűségét ismertessem, egészen a méhészet szakma kialakulásától a fejlődésekkel és az aktuális lehetőségekkel együtt. Külön vizsgáltam meg a rendezvényeket és szervezőiket, akikkel személyes interjút készítettem, valamint külön a résztvevő kiállítókat, akikkel pedig kérdőívet töltettem ki. A kutatásom eredményeit kiegészítettem a saját tapasztalataimmal és véleményemmel, mint a 2016-os év II. Mézudvarhölgye, majd a 2017-es év Mézkirálynője.
A kutatásom alatt segítőkészek voltak a méhész egyesületek vezetői, akik a rendezvényeket szervezik, valamint a rendezvényeken részt vevő kiállítók is egyaránt. A szekunder és primer kutatások eredményei alapján egy átfogó képet kaptam arról, hogy a méhészek nagyon jól felismerték a rendezvények szükségességét, mondandóját, azonban a szervezések során nem minden lehetőséget használnak ki. Ezek nem csak a méhészek megélhetése, hanem a fogyasztók figyelemfelkeltése és ismereteik bővítése érdekében is fontosak. A méhészeti és mézes rendezvényekbe elmerülne, nem csak egy adott eseményről van szó, hanem visszavezethető a növény és állatvilág, valamint az emberfaj veszélyeztetettségére. Ugyan a méhészeti termékek nem létszükségesek, viszont az egészség megőrzés elengedhetetlen része, és a méhek az ökológiai egyensúly fenntartásához való hozzájárulás nélkülözhetetlen szereplői.
Mára már az országon belül és kívül is számos eseményt szerveznek a magyar méhészek, ahol kiemelt hangsúlyt fektetnek a mézfogyasztás népszerűsítésére és a méhek nélkülözhetetlen szerepére. A rendezvényeknek ezek a legfontosabb üzenetei, melyeket szükséges minél szélesebb körben népszerűsíteni. A leghatásosabb módszer a személyes találkozás, mely legnagyobb részt a mézes és egészség megőrzéssel kapcsolatos napok és mézfesztiválok rendezésével valósul meg.
Összességében a méhészet szakma nem csak a mezőgazdaság egy része, hanem olyan különleges ágazat, mely a szaktudás és élőmunka mellett, kreativitást és elhivatottságot is igényel, ami nemzetközi jelentőségű és kiváló minőségű termékeket előállító ágazatot is jelenti.

Karkus Máté István: Munkavállalói döntések és motivációk vizsgálata a folyami személyszállításban

karkusmate96@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Turizmus-vendéglátás, BSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Jászberényi Melinda, egyetemi docens, BCE GTK

Dolgozatomban az utasok körében óriási sikernek örvendő folyami hajózást vizsgáltam. Vizsgálatom tárgya azonban ezúttal nem a hajózás terméke, hanem a szolgáltatói oldalt vizsgáltam, azon belül is a hajózás személyzetét. Arra próbáltam választ keresni: melyek a fő motiváló tényezők egy folyami személyszállító hajó legénységének körében?
Kétféle kutatást végeztem. A kvalitatív mélyinterjús kutatás megfelelő alapot adott a kvantitatív kérdőíves kutatás kérdéseinek összeállításához. Három kutatási kérdést és három hipotézist fogalmaztam meg. A motivációk besorolásánál a Maslow-piramist vettem alapul, ezt kiegészítettem egy szinttel, melyet „Hajó központú”-nak neveztem el.
A kutatásból kiderült, hogy a motivációs faktorok különbözőek, többek között részlegtől, életkortól családi állapottól is függőek, az alacsonyabb beosztásban dolgozóknál a főnök-beosztott viszony meghatározó. Arra is választ kerestem, hogy milyen hatással van a családi állapot a motivációkra. A megkérdezettek körében a legfőbb motiváló tényező az utazás ténye volt, csak ezután jött az átlagnál magasabb fizetés. Nem az önmegvalósítás jellegű motivációs tényezők az elsődlegesek, hanem a biztonság szintjébe tartozók. Számszerűsítve kimutattam, hogy a Nautica személyzetnek rendkívül fontos a munkavégzés helye és a hajó műszaki ismerete. Ők átlagosan hosszabb ideig dolgoznak a hajós szakmában.
Dolgozatommal igyekeztem rávilágítani, hogy erős a motiváció jó hatással van a munkaerő stabilitásra és a fluktuáció csökkentésre a másik két részleg, mint az F&B és a Hotel, meg kellene találja dolgozói valós motivációját, ezáltal csökkentve az óriási fluktuáció mértékét.

Répászky Márk Tamás: A tanulási és utazási formák keresztmetszetei, az Erasmus program és a turizmus kapcsolata

mark.repaszky@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar
Turizmus- vendéglátás, BA, 7. félév

Témavezető:
Bártfai Endre, mesteroktató, BGE KVIK

Az Erasmus programokban való részvétel egyre népszerűbbé válik napjainkban, illetve igyekeznek ezt népszerűsíteni a felsőoktatási intézmények. Felmerül a kérdés, hogy miért is szeretnének a hallgatók egy másik országban tanulni. A kérdés számos választ, további kérdést és kutatást von maga után, azonban én a turizmus szemszögéből szeretném megvizsgálni ezt a típusú hallgatói mobilitást. Megállapításaim szerint az Erasmus program szorosan kötődik a turizmushoz. Tapasztalatom alapján eddig még nem született az Erasmus program és a turizmus szoros kapcsolatát vizsgáló tanulmány, az eddigi írások főleg a programban rejlő előnyökkel és azok utólagos hatásaival- inkább a foglalkoztatottságra való hatásával- foglalkoznak. 2015 októberétől Erasmus programon vettem részt Szlovéniában a University of Primorska, Faculty of Tourism intézményben. A hazatérésem után felmerült bennem, hogy a programró lehetne egy tudományos írást is alkotni. Fő célom, hogy feltárjam, hogy a turizmus szemszögéből mennyire motiváló az egyes hallgatók számára a programban való részvétel, mi meghatározó a desztináció kiválasztásában és a programban résztvevő hallgatók utazási szokásainak elemzése. Véleményem szerint a forrásanyagok csekélysége ellenére rendelkezem elegendő tapasztalattal és kapcsolatrendszerrel, hogy ezt a kutatást eredményesen véghez tudjam vinni. A hipotéziseimet a primer illetve szekunder kutatásokból származó eredményekkel kívánom majd elfogadni vagy elutasítani, a kutatási kérdéseimet pedig megválaszolni.Mivel még nem készült pontosan ezzel a témával foglalkozó tanulmány, így a szakirodalom is igen szűkös, ezért mindenképpen további kutatásokat kíván maga után. A vizsgálati mintámat elsősorban az Erasmus programban résztvett magyar és küldöldi (európai) hallgatók teszik ki, azonban a mélyinterjútkat Erasmus koordinátorokkal fogom elvégezni. Dolgozatomban külön fogom részletezni a primer kutatásaim eredményeit. A kísérleti mintámat minimum 100 fő alkotja. Az Erasmus programban tanult magyar és külföldi diákok véleményét kérdőívvel, kvantitatív módszerrel szeretném felmérni.

Sándli Zita: A lovaskultúra örökségei és a lovasturizmus jövőképei - a Kassai-féle lovasíjász módszer, mint hungarikum

zsandli94@gmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Turizmus-vendéglátás, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Csegődi Tibor László, tanársegéd, SZIE GTK

Valószínűleg Magyarország lakosainak jelentős része ismeri a kifejezést, miszerint a „magyar lovas nemzet". Ezer éves lovas történelem, tíz hagyományosan magyar lófajta, két hungarikum tanúskodik arról, nincs túlzás az állításban. Napjainkra azonban alapjaiban változott meg a lakosság kapcsolata a lovaglással. Hiába a lovassportolók sikerei, a nemzeti értékek és hungarikumok, az emberek kis hányada lovagol vagy űzi valamelyik lovassportot, még kisebb része tart lovat. Emellett a kapcsolódó eseményeken, programokon is jórészt szakmabéliek, hozzáértők képviseltetik magukat.
Kutatásom célja a hazai lovasturizmus helyzetének bemutatása. Több szemszögből vizsgáltam az ágazatot. Érdekelt, hogyan látják a mindennapokat a szolgáltatók és hogyan viszonyulnak az emberek a különböző lovas eseményekhez, hagyományőrzéshez. Utánajártam milyen programokkal igyekszik az állam támogatni az ágazat fejlődését illetve a szolgáltatókat és milyen ezek megítélése. A lovaglás iránti kereslet és az állami programok vizsgálatának keresztmetszetében részletesebben foglalkoztam az általános iskolai lovasoktatással. Továbbá foglalkoztatott a kérdés, lehetséges-e történelmi lovas hagyományaink segítségével népszerűsíteni a lovaglást. Vizsgálódtam az alagi lóversenypálya és tréningközpont témájában is – milyen volt a lóverseny megítélése az 1900-as évek első felében és milyen a terület kihasználtsága napjainkban?
Munkámat jelentős hányadban szakemberekkel folytatott beszélgetésekre, interjúkra alapoztam. Kutatási bázisként az az interjú szolgált, melyet Vér Imre nyugalmazott alezredes, lovasoktatóval készítettem. A szolgáltatók helyzetéről, az általános iskolai lovasoktatásról, a lovas hagyományok őrzéséről szintén több interjú készült. Emellett kérdőíveket készítettem, ezekkel a lakosság érdeklődését mértem fel a témával kapcsolatban.
Kutatásom végére érve meggyőződtem arról, hogy a lovasturizmus ágazata rendkívül összetett és szerteágazó. A szolgáltatások adottak, de több téren támogatásra szorulnak. Az érdeklődés főleg a gyermekeknél, fiataloknál jelentkezik, ezért célravezető lenne az ő rétegüket megfogni, illetve megtartani. Az állami programok számára meg kell teremteni a jogi hátteret, a felek közötti együttműködést, valamint fejleszteni kell a többirányú kommunikációt, hiszen ezáltal lehet fellendíteni a fejlődést. Hagyományaink rendkívül fontosak, a történelmünk részei. Megismertetésük a nagyközönséggel szükséges és potenciális forrása lehet a lovaglás iránti érdeklődésnek.

Szabó Gábor: az utazási irodai szolgáltatások igénybevételének megváltozása az Y, Z generáció fogyasztási preferenciáit vizsgálva

szabogab96@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Turizmus-vendéglátás, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Gonda Tibor, adjunktus, PTE KTK

Dolgozatomban az utazási irodák témakörébe ástam bele magam, ezen belül azt a problémát jártam körül, hogy szolgáltatásait az Y, Z generáció aktív piaci jelenlétével miként változtatja meg. Fő kérdésként fogalmazódott meg bennem, hogy a nevezett generációk milyen módon utaznak, illetve hogyan változtatják meg a fogyasztási preferenciákat.
A fenti kérdések megválaszolásához szekunder, illetve primer kutatásokat végeztem. Előbbinél mind hazai, mind idegennyelvű könyveket, folyóiratokat, weboldalakat is használtam, melyek primer kutatásom hátterét, dolgozatom törzsanyagát képezték. Utóbbinál online kérdőívezést végeztem egy közösségi oldalon, ahol az Y, Z generáció tagjainak véleményére voltam kíváncsi a témába illő kérdések megválaszolásakor. Ezt kiegészítendő készítettem mélyinterjúkat az utaztatási szakma három elismert szaktekintélyével, akik a MUISZ tagság mellett Magyarország egyik piacvezető utazási irodájának munkatársai.
A saját kutatásból kapott eredmények alapján kijelenthetem, hogy e két generáció jelenleg nem képezi az utazási irodák célcsoportját, de fogyasztásaikkal biztató jelet mutatnak arra, hogy idősebb korukban vásárlói lesznek a nevezett szektor szolgáltatásainak.

Szakács Dóra Mária: Tedd már le! - avagy még utazáskor is az okostelefon?!

sz.d965@gmail.com
Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
Kereskedelem és marketing, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Happ Éva, egyetemi docens, SZE GK

TDK dolgozatomban a városnézést segítő alkalmazásokat vizsgálom általános, turisztikai, innovációs és marketingkommunikációs szempontból. A tömegközlekedés és az internet létrejötte, illetve az ezekből kialakult globalizációs folyamatok együttesen hatalmas lehetőséget adtak az emberiségnek; ma már szinte bárhová, bármikor eljuthatunk. A hordozható okoseszközök is igen nagy segítségnek bizonyulnak ebben - mint az okostelefonok és tabletek –, amelyeket már az élet minden területén hasznosítunk internetfüggő alkalmazásaik révén, így a turizmusra is egyre nagyobb ráhatásukat figyelhetjük meg. A világ városainak önálló felfedezését is egy okoseszközzel kapcsolatos innováció segíti; a városnéző alkalmazások, melyek széleskörben elterjedtnek tűnnek, azonban a kutatásom eredményei alapján az áttörés még várat magára. Témámat ezért aktuálisnak és fontosnak találom, hiszen a teljes digitalizálódás kapujában furcsának tűnik, hogy ezek az alkalmazások nem terjedtek még el szélesebb körben. Ezekben az alkalmazásokban az eddigi ismeretek alapján azonban igen nagy potenciál rejlik. Marketingkommunikációs eszközként is tekinthetünk rájuk, melyek adott esetben a városok turisztikai marketingtevékenységét is támogathatják. Ezért kutatásom abból a feltételezésből indult ki, hogy ezeket az alkalmazásokat kevésbé vesszük igénybe utazásaink alkalmával, melynek elvetésére vagy elfogadására öt hipotézist fogalmaztam meg. A témához kapcsolódó szekunderadatok gyűjtése mellett kérdőíves kutatást is végeztem, melyen keresztül a felsőoktatásban külföldre ösztöndíjat nyertek utazási szokásait vizsgáltam az utazáskor igénybe vett tájékozódási és ismertszerzési platformokkal kapcsolatban 2012-2017-ig. Azt megelőzően szakirodalmi áttekintésemmel helyeztem tudományos alapokra a dolgozatot. A szakirodalmi áttekintést és a szekunder adatokat összesítettem, illetve a lényeges pontokat összevetettem a kérdőíves kutatás eredményeivel. A kérdőívek további elemzése SPSS program segítségével történt.Eredményeimből világosan látszik, hogy az erre a célra készült alkalmazástípus kihasználatlansága többek között abból fakad, hogy még nagyon újnak számít - főként hazánkban – és még a hagyományos tájékozódási eszközök is elterjedtek, mint a térkép, vagy a helyiek útbaigazítása.

Szenyéri Viktória: Önkéntesekről önkéntesként: A 2017-es budapesti FINA világbajnokság segítőinek szerepe a magyar főváros sportturizmusában

szenyeriviki@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Michalkó Gábor, egyetemi tanár, BCE GTK

Az önkéntesek nélkülözhetetlenek a nemzetközi mega sportrendezvények sikeres lebonyolításában. Tevékenységük nem csak a rendezvények ideje alatt, hanem a versenyek lezárulását követően is meghatározó szerepet játszik az események továbbélésében. Magyarországon ugyan az önkéntesség intézménye gyerekcipőben jár, társadalmi megítélése, értéke azonban dinamikusan nőtt az utóbbi években.
Dolgozatom fő tudományos kérdésének célja, hogy bebizonyítsa a budapesti önkéntesek szerepe megkérdőjelezhetetlen jelentőségű volt a magyar világesemény sikerességében. A 2017-es budapesti FINA világbajnokság kiemelkedő fontosságú a magyarországi önkéntesség fejlődésében. A sokszor „vizes sportokként" is emlegetett játékok nemzetközi megmérettetésének lebonyolításában a legkülönbözőbb szerepben közreműködött, 560 településről érkezett 3500 hazai önkéntes munkája túlmutat az általuk ellátott feladatkörökön, fogyasztásuk, viselkedésük, interaktív kommunikációjuk Budapest turizmusára is hatást gyakorol(t). A FINA 2017-es budapesti világbajnokság önkénteseként személyesen is sikerült ezt megtapasztalnom, az átélt események pedig hozzájárultak ahhoz, hogy még mélyebben, megbízhatóbban tudjam tanulmányozni és értékelni a kapott eredményeket.
A dolgozat fő célja volt, hogy (1) összefoglalja és rendszerezze a sport-és önkéntesturizmus hazai és nemzetközi szakirodalmát, bemutassa a téma aktualitását és újszerűségét. A tanulmány második felében pedig (2) a több, mint 420 önkéntes bevonásával lezajlott kérdőíves vizsgálatra alapozva feltárom, hogy az önkéntesek szerepvállalása a magyar főváros turizmusának mely tényezőire gyakorolt befolyást.
A dolgozat legfontosabb értéke és egyik legnagyobb eredménye, hogy ez az első kutatás, amely vizsgálatot végzett a budapesti önkéntesekkel közvetlenül az esemény lezárulása után. A válaszok és az így kapott eredmények tehát rendkívül hiteles és megbízható képet tükröznek a világbajnokság segítőinek véleményéről. A dolgozat ugyancsak úttörő jellegű a világbajnokság és a sportturizmus témájában, illetve az az önkéntesség gazdasági hatásaival foglalkozó magyar tanulmányok körében.
Kutatásom végén az eredmények igazolták, hogy a események segítői fogyasztóként, turistaként, a szolgáltatások igénybe vevőiként, a direkt marketing első számú kommunikációs csatornáiként és a városimázs formálóiként egyaránt értelmezhetők, akik befolyásolják a visszatérési hajlandóságot és szerepük van az élményteremtésben.

Tiszavölgyi Viktória: Szivárványszínű turizmus

tiszavolgyiviktoria@gmail.com
Kodolányi János Egyetem
Turizus-vendéglátás, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Rátz Tamara, főiskolai tanár, KJE

Dolgozatom témája az LMBTQ turizmus és annak hatásai, illetve lehetőségei. Munkám során kitértem az LMTBQ turisták térnyerésére Magyarországon, melyet összevetettem Budapest két legjelentősebb versenytársával Béccsel és Prágával, illetve részletesen elemeztem a Magyarországra érkező turisták lehetőségeit. Az elemzéshez és a lehetőségek feltárásához interjúkat készítettem olyan magyarországi szolgáltatók vezetőivel, akik e témában jártassak, illetve, aktívan rész vesznek a fejlesztésekben. Magyarországon 2018-ban létrehozták a Humen Travel Turisztikai Egyesületet, mellyel egy lépéssel közelebb kerülhet országunk, főként Budapest az LMBTQ turisták térképének felkerülésére. Kutatásom fő célja annak megállapítása volt, hogy ezen egyesület létrehozása hogyan járul hozzá a budapesti LMBTQ turizmus fejlődéséhez, illetve, hogy az egyesület tagjai számára milyen előnnyel jár a csatlakozás. Mindemellett vizsgáltam Budapest jelenlegi helyzetét a célcsoport szempontjából, ehhez egy SWOT-analízist készítettem, melyből jól megállapítható, hogy mely szolgáltatási területek kiaknázatlanok és melyek azok, amelyek már elfogadható fejlettségi szinttel rendelkeznek.
Az eredmények alapján megállapítható, hogy Budapest e témában jelenleg komoly fejlesztések alatt áll, de ezek pozitív irányba viszik a város hírnevét a turisták körében, ezáltal még több látogatóra számíthat a következő években. A kutatás eredményei hasznosíthatók a további fejlesztések lehetséges irányainak megadásában.

Tóth Alexandra: Az interaktív muzeológia és a Z generáció kapcsolata, egy digitalizált generáció és a kulturális turizmus viszonyának vizsgálata

szandytth@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Turizmus-vendéglátás, BSc, 1. félév

Témavezető:
Dr. Csapó János, egytemi docens, PTE KTK

A dolgozatomban a Z generáció és az interaktív múzeumok kapcsolatát vizsgáltam. Mivel a Z generáció már egy digitális impulzusokkal teli világban nőtt fel, így kezdik elveszíteni érdeklődésüket a hagyományos múzeumok iránt. Fő kérdéseim tehát a következők: Többet járnának a Z generációsok múzeumokba, ha azok interaktívak lennének? Mekkora befolyással van a múzeumok technológiai fejlődése a Z generációra?
Kutatásaimhoz primer és szekunder kutatási módszereket alkalmaztam. Szekunder információkat a témához kapcsolódó szakirodalmakból nyertem. Primer kutatási módszernek a kérdőívezést, valamint a mélyinterjú készítést és a személyes terepbejárást választottam. A kérdőívben a Z generációt céloztam meg, így a kitöltőim is mind Z generációsok. Mélyinterjúm során a Puchner Kastélyszálló Bikal Élménybirtok, illetve a Magyar Nemzeti Múzeum képviselőit kérdeztem arról, mi a véleményük a témával kapcsolatban.
Összesen 120 fő töltötte ki a kérdőívet, 78 nő és 42 férfi. Kor szerint 4 fő volt 10-15 év közötti, 72 fő 15-20 év közötti és 44 fő 20-25 év közötti. A Z generációsok esetében a legtöbben évente egyszer (35 fő), félévente egyszer (26 fő), vagy ritkábban, mint évente (21 fő) járnak múzeumokban. A kitöltők nagy része tankötelezett korban van, valamint azon túl még középiskolás és egyetemista korban vannak, így legtöbbet iskolai kirándulások keretében járnak múzeumokba. A megkérdezettek mindössze 17%-a (21 fő) gondolta kellően érdekesnek a hagyományos múzeumokat, 74 fő szerint lehetnének érdekesebbek is a múzeumok, a maradék 21%, tehát 25 fő pedig egyenesen unalmasnak ítélte meg őket. Ezután tértem át a kérdőívemben az interaktív múzeumokra. A 120 kitöltőből 46 fő még nem hallott interaktív múzeumokról, 77 fő még nem járt interaktív múzeumban, és ami pozitívumnak tekinthető, ebből a 77 főből csak 1 fő nem próbálná ki, milyen is egy interaktív múzeum. Manapság egyre több kiállítás érhető el az interneten. A 120 fő kitöltőből 43 fő nyilatkozott úgy, ha megtalálnák az adott kiállítást és okos eszközről elérnék, élőben már nem érdekelné őket. A válaszok a várhatóak voltak, ezekre az eredményekre vártan tettem fel a dolgozat elején a kérdéseimet. Ezekből az adatokból is látszik, hogy a megkérdezettek jobban preferálnák az interaktív múzeumokat hagyományos társaiknál, legtöbbjük, aki még nem volt interaktív múzeumban, ki is próbálná.

Tóth Tímea Zsófia: Filmek a fejünkben – A filmturizmus, mint a kulturális turizmus új aspektusa

toth.timea@med.semmelweis-univ.hu
Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar
Turizmus-menedzsment, MA, 3. félév

Témavezető:
Dr. Sipos Erika, adjunktus, BGE KVIK

A mozgókép és a turizmus szorosabb kapcsolatban áll egymással, mint azt elsőre gondolnánk. Ki nem sóhajtott már fel a filmvászon, vagy éppen a képernyő előtt, amikor egy-egy ikonikus helyszínt vagy épületet vélt felfedezni a látottakban? E kérdés indította el kutatási munkámat, miszerint érdemes megvizsgálni Budapestre vonatkozóan a filmek szerepét a turizmuson, pontosabban a kulturális turizmuson belül.
Kutatásom során az alábbi felvetésekre kerestem a válaszokat: képesek-e a mozgóképek erős érzelmi kötődést kiváltani a bennük látott helyszínekkel kapcsolatban, mennyiben befolyásolja az utazási motivációkat a mozgókép, illetve milyen mentális térkép alakul/alakult ki a fővárossal kapcsolatban az itt élő külföldiekben. Fontosnak tartottam továbbá azt is górcső alá venni, hogy a filmturizmus területén élen járó országok példája alapján Magyarország, különösen Budapest hogyan tudná hasznosítani az ez irányú törekvéseit. Ennek egyik fontos pillére volt a Korda Filmpark fejlesztése, valamint a 2017 tavaszán aláírt közreműködő dokumentum is, amely a Korda Filmpark és a Magyar Turisztikai Ügynökség között jött létre, ennek köszönhetően nagy lépést tett az ország a magyar filmturizmus fellendítéséért.
A tanulmány mind szekunder mind primer kutatást is felhasznált. A primer kutatás részét képezi a fővárosban élő külföldi egyetemisták kérdőíves felmérése, valamint személyes mélyinterjú készítése is, amely bemutatja a filmek szerepét az utazási irodák, azaz a kínálati oldal szemszögéből. A szekunder kutatás a Budapesten forgatott filmek vizsgálatából, a témával foglalkozó szakkönyvek, szakcikkek, internetes oldalak feldolgozásából állt.
Vizsgálatom alapján az alábbi következtetések vonhatóak le: a fővárosban élő külföldiek nagyon kevés magyar vonatkozású filmet ismernek, ennek ellenére felismerik Budapest ikonikus épületeit, hiszen a kognitív térképet vizsgáló kérdések kimagaslóan jó eredményt mutattak. Szintén magas eredményt mutatott a film, mint utazást motiváló tényező vizsgálata, ami alátámasztja a filmek fajsúlyosabb szerepét a turizmus területén. A filmturizmus sajnos még gyerekcipőben jár Magyarországon, de a nemzetközi példák is azt mutatják, hogy érdemes a területtel behatóbban foglalkozni a siker érdekében.

TURIZMUS III.
INNOVÁCIÓK A SZÁLLÁSADÁSBAN ÉS A VENDÉGLÁTÁSBAN

Zsűrielnök:	Dr. Bujdosó Zoltán, főiskolai tanár, EKE GTK
Társelnök:	Dr. Happ Éva, egyetemi docens, SZE KGK
Tagok:	Dr. Jászberényi Melinda, egyetemi docens, BCE GTK
	Dr. Molnár Erzsébet, egyetemi docens, PKE GTK

Balogh Réka: Balatoni gasztroturizmus fejlődése

debi.reka@freemail.hu
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Turizmus-vendéglátás, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Vargáné Dr. Csobán Katalin, adjunktus, DE GTK

A Balatoni régióban az utóbbi tíz évben jelentős turisztikai fejlődés vette kezdetét, különösen jól nyomon követhető ez a gasztronómiai és ezáltal a gasztroturizmus területét illetően. Munkám során fontos szempont volt, hogy kutatásom eredményeképpen közelebb hozzam a térség gasztroturisztikailag is egyedülálló világát azokhoz, akik utazásaik alkalmával szívesen megismernék a régiónak ebben az értelemben vett egyediségét. Dolgozatom általános célkitűzése annak bemutatása, hogy mennyire fontos a hagyományok és a modern újítások összhangja. Hipotézisem szerint a térségben napjainkban nyomon követhető gasztroforradalom pozitív hatást gyakorol a régió turisztikai fejlődésére, ugyanis egyre több az olyan vendéglátóhely amely már önálló turisztikai attrakcióként is megállja a helyét, hiszen ez esetben a turisták elsődleges motivációja az egyedi gasztronómiai élmény átélése az adott vendéglátóhelyen, elősegítve ezzel a régió gasztroturisztikai fejlődését.
Az általános célkitűzésem megvalósításához konkrét feladatokat rendeltem. A primer adatgyűjtés elvégzését követően rendszereztem a turisztikai szakemberek által kifejtett fejlesztési lehetőségeket, illetve a kérdőív segítségével a turisták körében gyűjtött információkat értékeltem és diagramokon szemléltettem. Kutatásom során megállapítottam, hogy a szektorban jelentős mértékben megfigyelhető a kereslet-kínálat pozitív egymásra hatása, hiszen minél nyitottabbak a turisták a minőségi vendéglátás iránt, annál jobban fejlődik a régió gasztronómiája, illetve minél magasabb minőséget kínálnak az egyes vendéglátóhelyek, annál nagyobb számú turistát vonz a térség, mint gasztronómiai szempontból is egyedülálló desztináció.
Annak ellenére, hogy a régió infrastrukturális ellátottsága még nem megfelelő a nagy mértékű fejlődéshez, a korszerűsítések már elindultak ebben az irányban, támogatva ezzel a régió egész éves látogatottságának növelését. Érzékelhető a javulás, hiszen a szakemberek szerint a szezonon kívül megrendezett programokra, rendezvényekre is már egyre nagyobb igény mutatkozik a turisták részéről. A kapott eredmények alapján tehát beigazolódik a hipotézisem, amely szerint egyre jelentősebb szerep jut a Balatonnak, mint gasztroturisztikai szempontból is kiemelkedő és népszerű desztinációnak.

Borsodi Zsuzsanna: A gluténérzékenységben szenvedők helyzete az idegenforgalomban és a vendéglátásban

zsuzsci1996@gmail.com
Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
Turizmus-vendéglátás, BSc, 7. félév

Témavezető:
Ivancsóné Dr. Horváth Zsuzsanna, egyetemi docens, SZE GK

OTDT dolgozatom fő kutatási témája a gluténérzékenységben szenvedő személyek, valamint a közvetlen vásárlási döntésekben résztvevő családtagjaik utazási és vásárlási szokásainak vizsgálata. Az általam választott témát specialitása mellett, saját érintettségem miatt is fontosnak tartom. Páromnál hatéves korában állapították meg a betegséget, miután édesanyja orvosról orvosra járt vele. 2001-ben a lisztérzékenység már javában ismert betegség volt. Panaszaik között a lassú ütemű szinte abbamaradt fejlődés, növekedés, állandó pókhas, hasfájás, hasmenés szerepelt. Sajnos, nagyon sok elutasításba ütköztek, mire egy figyelmes orvos –akinek az óta is hálásak, felfigyelt a kisfiúra és több orvosi teszt és vérvétel után megállapította a problémát. A diagnózis cöliákia, azaz lisztérzékenység volt. Kezelése csak gluténmentes diétával lehetséges, de gyógyítani egyelőre nem lehet, a diétát pedig egész életen át kell tartania

Az élelmiszerekkel kapcsolatos megbetegedések az egész világon, így hazánkban is egyre növekvő tendenciát mutatnak. A gluténérzékeny életmód és táplálkozás a nem érintett társadalom számára sok esetben alig ismertnek bizonyul.

Dolgozatom célja a gluténérzékenység általános bemutatása mellett feltárni az ehhez kapcsolódó vásárlási és utazási nehézségeket, hiányosságokat, valamint vizsgálni a turisztikai szektor résztvevőinek ajánlatait a vizsgált csoport számára.

Az ehhez kapcsolódó primer kutatásom adatai egy online felületen elvégzett kérdőíves megkérdezésből származnak. Az adatok feldolgozásához az SPSS programra esett a választás. A kiértékelés során sok válasz között található összefüggés, de sok meglepő eredmény is született. Kutatásom eredményeit táblázatokkal és diagramokkal szemléltetem.

Az utazás mindenki számára kedvelt tevékenység, így a gluténérzékenyeknek szánt ajánlatok bevezetésével egy speciális csoportot nyernének maguknak az adott szolgáltatók, ami nem csak a gluténérzékenyeket, hanem a velük utazó családtagjaikat is magába foglalja. Ezek alapján a véleményem, hogy a jövőben az életallergiásoknak (a kutatás szempontjából főként a lisztérzékenyeknek) szánt ajánlatok száma és minősége a turizmus és a vendéglátás területén egyre javulni fog.

Giulia Filoso: Y generáció, gasztroturizmus és közösségi media: A tervezett cselekvés elméletének alkalmazási lehetősége

giuliafiloso@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Business Administration and Management, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Révész Balázs, egyetemi docens, SZTE GTK

A kulináris élvezetek keresése fontos szerepet játszik napjaink turizmusában: egyre növekvő érdeklődés mutatkozik az utazási cél helyi ételeinek megismerésére. Ugyanakkor a gasztroturizmus alakulását számos egyéni és nem személyes tényező is befolyásolja (negatív és pozitív irányban egyaránt), amelyek között a neofília (új gasztronómiai élmények kedvelése) és a neofóbia (az új ételek fogyasztásától való félelem) tűnnek a legmeghatározóbbaknak. Az Y generáció (azaz a 1983-1999 között született fiatalok) hatalmas potenciállal bír a gasztroturizmus számára, hiszen olyan csoportot alkotnak a turisták között, akik rajonganak az új élményekért és kifejezetten érdeklődnek az ételek iránt. Az Y generáció tagjai nyitottak a változásokra, életüket nagymértékben befolyásolta a technológia fejlődése. Nem meglepő tehát, hogy döntéseikre és preferenciáikra jelentős hatással van a közösségi média, az online platformok, ahol napi rendszerességgel jelen vannak. Kutatásom során az Y generáció és a gasztroturizmus kapcsolatát vizsgálom a tervezett cselekvés elméletére épülő kutatási modellem segítségével. A tervezett cselekvés elmélete az egyének gondolatait és várakozásait kapcsolja össze a valós viselkedésükkel. Modellemben az Y generáció számára új, ismeretlen ételek kipróbálási szándékának indikátoraként az új ételek kipróbálása iránti vágyat (neofília), a közösségi média hatását és az ismeretlen ételtől való félelmet (neofóbia) használom. Online kérdőíves kutatást végeztem önkényes mintavétel alkalmazásával, 239 válaszadóval. Eredményeim igazolják az Y generáció utazás iránti vonzalmát és a kulináris élmények iránti érdeklődését utazásaik során. A vizsgálati modell tesztelésére regresszió- és korreláció- analízist végeztem SPSS segítségével. Eredményeim alátámasztják a neofília és a közösségi média befolyásoló hatását az új ételek kipróbálási szándékára vonatkozóan az Y generáció esetében. A neofóbia azonban nem tűnik releváns indikátornak a vizsgálatok alapján.

Hirschmann Anett[1] - Molnár Fanni[2]: Vendégelégedettség és jövedelmezőség kapcsolatának vizsgálata a magyarországi négy csillagos hotelek esetében

[1]*molnarfanni91@gmail.com*
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Turizmus-menedzsment, MA, 4. félév

[2]*anett0402@gmail.com*
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Turizmus-menedzsment, MA, 3. félév

Témavezető:
Dr. Gyurácz-Németh Petra, egyetemi docens, PE GTK

A szolgáltatás minőség és a vendégelégedettség kérdésköre az elmúlt évtizedekben a szállodák sikerességének alapvetően meghatározó tényezője lett. A szállodák piacán mutatkozó erős verseny valamint a kielégítendő vendégigények sokszínűsége miatt a menedzsment számára elég nagy kihívás az, hogy egyedibbek és jobbak legyenek, mint a versenytársaik. A dolgozat ezért nagy hangsúlyt fektet a minőség és az elégedettség kérdéskörének taglalására számos irodalmi forrás felhasználásával. A minőség, elégedettség és jövedelmezőség külön-külön illetve egymásra hatva is nagy szerepet játszik a szállodák működésében. Témaválasztásunk okát annak újszerűsége valamint az indokolja, hogy jelenleg magyarországi vonatkozásban nem elérhető olyan kutatás, ami vizsgálná az egyes hotelek elégedettsége és jövedelmezősége közötti kapcsolatot. A dolgozatban az online értékelő oldalak, mint Booking.com és a Tripadvisor.com elemzésével a magyar négy csillagos szállodák kerülnek górcső alá.
A kutatás legfőbb célja annak a feltárása volt, hogy milyen kapcsolat mutatkozik a négy csillagos hotelekbe érkező vendégek elégedettsége és a szállodák jövedelmezősége között. Emellett különböző szállodákat leíró jellemzők, mint például szobaszám, hotel típus, elhelyezkedés és jövedelmezőség közötti kapcsolat is vizsgálat alá került. Továbbá kutatásunk alátámasztásának érdekében azt is vizsgáltuk, hogy mely tényezők hatnak leginkább a négy csillag kategóriájú hotelekbe érkező vendégek elégedettségére. Kvantitatív kutatásunk során 78 darab négy csillagos hotel adatainak elemzésével korreláció-, rangkorreláció valamint variancia elemzést alkalmaztunk és az értékelő oldalakon fellelhető elégedettségre vonatkozó információk felhasználásával elemzéseket végeztünk. Kutatásunk eredményeképpen kiderült, hogy míg az Értékesítés nettó árbevétele illetve a Tripadvisor értékelések között nem található, addig a Booking értékelések esetében kimutatható kapcsolat van. Ezenkívül több változó között is találtunk kapcsolatot, mint például a hotel típus, a szobák száma, az értékesítés nettó árbevétele, a mérleg szerinti eredmény valamint a Booking és Tripadvisor értékelések között.

Kulcsszavak: minőség, vendégelégedettség, jövedelmezőség, kvantitatív módszerek

Izing Orsolya Zita: Változik a világ – Változzon az etika is? (Korunk vendéglátás-etikai sajátosságai az Accor Hotels budapesti szállodáin keresztül)

orsizing9960405@freemail.hu
Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar
Turizmus-vendéglátás, BA, 3. félév

Témavezető:
Dr. Hámori Antal, egyetemi docens, BGE KVIK

Változik a világ - de kell-e változnia az etikus viselkedésnek is? Dolgozatomban végigvezetem a viselkedési kultúrákat az emberi közösségek kialakulásától napjaink vendéglátásáig. A globalizáció újabb szintre emelte a vendéglátást. Fel tudjuk venni a versenyt a vendégek növekvő igényeivel? Elvárható-e a versenyszellem és a vendégek iránti teljes elkötelezettség a foglalkoztatottaktól? Elfogadható-e a vendégekkel való bánásmódbeli különbség az eltérő besorolású szállodák között?
Milyen mértékben van jelen a hivatástudat ebben a szakmában? Egyre nagyobb probléma a szakképzett és elhivatott munkaerő hiánya. Mit lehet tenni, hogy a kevésbé motiváltak is megfelelően végezzék munkájukat?
Munkám során az írásos szövegek tanulmányozásának feltétele volt a történelmi háttér és jelenkorunk szabályzatainak megismerése. Ezt követően 7 budapesti Accor szállodában kérdőíves felmérést végeztem, valamint 4 menedzserrel beszélgettem etikáról, munkatársakról, problémákról, a megoldási lehetőségekről.
Kutatásom eredményeként megállapítható, hogy a vendéglátás folyamatosan változik, minden vendég más igényekkel érkezik, és a szálloda valamennyi dolgozója is máshogy fordul hozzájuk. Az Accor Hotels által hirdetett standardok, - értékek és elvárások - egységesek. Szabályok mindig voltak és lesznek, ami viszont felejthetetlenné teszi a vendégnek a szállodában eltöltött idejét, azt semmilyen kódex nem tartalmazza - azt csak egy igazi vendéglátó tudja nyújtani.

Kertész Richárd: A GDPR bevezetésének hatása a szállodai üzemeltetésre

kerteszr@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar
Turizmus-vendéglátás, BA, 7. félév

Témavezető:
Karakasné Dr. Morvay Klára, főiskolai docens, BGE KVIK

Az új EU-s adatvédelmi rendelet tartja lázban a hazai szállodaipart, sok plusz munkát, adminisztrációt és IT fejlesztést igényel, nem beszélve a jogi kiadásokról. A kutatásomban szakmai interjúkkal mértem fel a szállodák felkészültségét, továbbá feltérképeztem milyen fejlesztések implementálásával készültek fel a rendeletben leírtaknak való megfelelésére, és ez milyen költségekkel járt. Egy fókuszcsoportos vizsgálattal arra világítottam rá, hogy a szállóvendégek mennyire vannak tisztában az adataik kezelésével, illetve mit érzékeltek a GDPR bevezetéséből. Összefoglalva kutatásom eredményét, kijelenthető, hogy a GDPR-ra a szállodáknak mindenképp figyelmet kell fordítaniuk. A rendeletnek való megfelelést el lehet érni relatív kis befektetéssel, azonban ajánlatos szakértő segítségét igénybe venni. Több adminisztrációs munkát igényel, így az adatfelvételi és tárolási folyamatok sok helyen átalakításra szorulnak. Emellett nagyon fontos a dolgozók oktatása is. A megfelelő ismeretek elsajátítása elengedhetetlen ahhoz, hogy a rendeletbe foglaltakkal összhangban tudják végezni munkájukat.

Kovács Vivien: A Slow food mozgalom elterjedése Magyarországon, mint a helyi gazdaságfejlesztés és a helyi termelők támogatásának lehetséges eszköze

kovacsvica0322@gmail.com
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Turizmus-vendéglátás, BA, 8. félév

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

A 21. század három világgazdaságra ható tényezője az állam, globalizáció és a lokalizáció. Napjainkban a világgazdasági folyamatok közül a leglényegesebb a globális világ kialakulása, mely a globalizáció része és következménye. A globalizáció gyökeresen megváltoztatja a világgazdasági folyamatokat melynek során a termelés, értékesítés és fogyasztás világméretűvé válik. A globalizálódó világban megfigyelhető az egyre inkább elfogadottnak tűnő lokalizáció megerősödése és térhódítása.
Az elmúlt két évtizedben egyre hangsúlyosabbá vált a helyi gazdaságok és közösségek, valamint a lokális identitás újjászületése, mely az egész világon megfigyelhető lokalizációs folyamat szerves része. A lokalizáció fogalomkörének tisztázásakor elmondhatjuk, hogy szintén egy globális folyamatról van szó, mely nem csupán a globalizáció elleni lázadás, hanem annak hozadéka is, mely visszahat a globális rendszerre és formálja, alakítja is azt. A globalizáció-lokalizáció fogalma tehát szorosan összekapcsolódik és alakítja korunk társadalmi-gazdasági-kulturális folyamatait.
A lokális gazdaságok kialakulása a helyi gazdaságfejlesztés része, mely a helyi termelők és általuk előállított termékek helyi értékesítésén alapul. A helyi gazdaságfejlesztés egyben tradicionális és újszerű jelenség is, hiszen a mai modern kor kialakulásáig csak helyi gazdaságok léteztek. Újra felfedezik a helyi jelentőségét, mint a települések gazdaságának fejlesztése és a mai fogyasztói társadalom ellátásának lehetséges eszközeként.
Ezen kettőséghez szorosan kapcsolódik a Slow Food mozgalom, mely dolgozatom központi témája. A világméretű mozgalom célkitűzései összefonódnak a helyi gazdaságfejlesztés, valamint a lokalizáció fogalmával, úgy, mint a biodiverzitás megőrzése, a helyi termelők és termékeik támogatása, segítése, valamint a hagyományok, értékek ápolása és újbóli felfedezése.
Munkám során olyan éttermeket és vendéglátóhelyeket kerestem fel és készítettem interjút a tulajdonosokkal, akik a ’komótos étkezés’ filozófiáját vallják, és vállalkozásukkal példát mutatnak másoknak is.
„A lassú étel íz, hagyomány, ünnep, kikapcsolódás. Ott a helye, bármilyen ritkán is, az emberek életében" (Erdős, 2004/d).

Kulcsszavak: globalizáció, lokalizáció, helyi gazdaságfejlesztés, Slow Food

Mészáros Ivett: Filozófia és gyakorlat a közösségi szállásmegosztásban – A budapesti Couchsurfing vendéglátói gyakorlata

meszaros.ivett@kodo.hu
Kodolányi János Egyetem
Turizmus-vendéglátás, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Régi Tamás, főiskolai docens, KJE

A monetáris cserétől mentes nemzetközi közösségi szállásmegosztó portálok közül legnagyobb felhasználólétszámnak örvend a Couchsurfing. A hálózat működésének fontos alappilére az ingyenes szállásmegosztás mellett, a felhasználók interakciói által megvalósuló kulturális csere, különböző népek, nemzetek mélyebb megismerése és elfogadása, ezáltal jobb világot teremtve. A globalizáció, a turisztikai trendek és a népvándorlás viszont kihívás elé állítják a Couchsurfing eszme megvalósulását. Dolgozatom célja a Couchsurfing hálózat vizsgálata a felhasználóközösség attitűdjein és attitűdjeinek változásain keresztül.
Kutatásom eredményeit tekintve feltételezésem, miszerint a Couchsurfing közösség átalakulóban van és a mai felhasználók egy részének fontosabb az ingyen szállás lehetősége, mint a kulturális csere létrejötte beigazolódik. Kiderül, hogy a vendégfogadás kiválasztási fázisában a szubjektív tényezők a meghatározóbbak. A biztonság és nemi identitásból adódó kérdésekre kapott válaszok tükrözik a Couchsurfer szellemiséget. Elmondható, hogy a rasszizmus felmerülése gátat szab a teljes körű kulturális csere létrejöttének és bizonyos felhasználóréteget diszkriminál.
Dolgozatom célja továbbá a Couchsurfing hálózat működésének tanulmányozása által, a Couchsurfing eszme dicsőítése, és a turizmus ezen szegmensének szélesítése egy mélyebb kulturális tartalmú turisztikai élmény átélése, egy jobb világ reményében.

Németh Eszter Júlia: Prevention based new wellness product development in the Hungarian hotel sector (Prevenció alapú wellness termék fejlesztése a magyar hotelszektorben)

nemeth.eszter96@gmail.com
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdaságtudomány, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Gyurácz-Németh Petra, egyetemi docens, PE GTK

Product development or how can spend a health-conscious consumer the vacation? As a brief overview, my thesis will explore the behaviour, motivation and attitude of the today's people, which I would like to present a concept for my wellness holidays. As the title suggests, I would like to introduce a prevention-based hotel package in case of the domestic market.
Western-trends are gaining strength in our country as well. Health consciousness and beauty cult appear among both the women and men. Fitness is a status symbol nowadays and everybody try to follow it. Hundreds of newspapers and thousands of stars announce the best diets and sports, that any human being wants to try out, hoping the tomorrow will bring the shining, slim waist and tight skin. Using this trend, more and more hotel offers sporty, active, regenerating wonder holidays, where, with the best machines, and magic diets are offering the instant change or guests can fill up with energy and come into the perfect shape. To interrupt the grey days, all of us desire for the easy solution and chance. Good plans and concepts are made by well known hotels, but something is even missing. We live in an age when we need the reinforcement and support. Without this we do not feel ourselves good enough. Facebook and Instagram posts about the last running, hotel time or creatively served meal are part of the people's life. And this, as a motivation, forces us to participate in the best hotels, with famous coaches and lifestyle gurus on a wellness holiday.
The health business is forming our life. Realizing this effect, thousands of hotels offering family friendly and fit holidays. In my chosen topic I investigate the today's trends, the desires of the people, who would like to not only change the lifestyle and shape up, but also learn and get memories with family and friends.
The place is given, the beautiful Hungary. The time is perfect, because people have more free time and the wellness concept gives a fundamental base for it. With the help of hotel experts, I would like to introduce my ideas and feasibility about my wellness-fitness-lifestyle holiday package.

Keywords: hotel management, wellness, new product development

Palik Júlia Margit: Mátrai szállodák revenue menedzsment rendszereinek értékelése, és a technikák vendégelégedettségre gyakorolt hatásának vizsgálata

julcsi.palik@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Turizmus-vendéglátás, BSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Pinke-Sziva Ivett, egyetemi docens, BCE GTK

A revenue management (továbbiakban RM), mint szállodai bevételgazdálkodási szemlélet hazánkban még kevésbé ismert és elterjedt. A fejlett revenue management rendszerek használata - ami alatt a stratégiai szemléletet és az eszközök összességét értem - elsősorban a fővárosi hotelekre jellemző. Ezzel szemben a vidéki szállodák még hagyományos, kevésbé hatékony értékesítési technikákat alkalmaznak, mely megnehezíti jövedelmező képességüket. Éppen ezért fontosnak tartom a vidéki szállodák RM rendszereinek fejlesztését, így azt kutattam, hogy a Mátra, mint vidéki desztináció szállodái hogyan, és milyen optimális fejlettségi szinten tudnák alkalmazni a RM koncepcióját és eszközeit. Célom, hogy rövid elméleti összefoglalóval, és a gyakorlati eszközök bemutatásával a vidéki szállodák RM rendszereinek fejlesztéséi lehetőségeit vizsgáljam.
A módszertan keretét az általam épített fejlődési modell adja, mely a fejlődési folyamatot 4 lépésben, a stratégiai szemlélet és a gyakorlati eszközök fejlettsége vonatkozásában írja le. A modellben a vendégelégedettség is megjelenik, mellyel az egyes szintekhez tartozó eszközök vendégelégedettségre gyakorolt hatását vizsgálom. A kutatás tárgyát képző optimális fejlettségi szintet kínálati és keresleti oldalról is kutatom. A kínálat elemeinek vizsgálatát (szállodai mélyinterjúk, és ezt alátámasztandó ármegfigyelés) követően jelenlegi fejlettségük alapján elhelyezem azokat a modellben. Az optimális szint megállapításához szakmai mélyinterjúkkal kutatom a kínálati oldal lehetőségeit, illetve kvantitatív módszerrel (kérdőív) vizsgálom a keresleti oldal befogadóképességének határait, melyet a technikák vendégelégedettségre gyakorolt negatív hatása jelenti.
A szállodai mélyinterjúk és ármegfigyelés eredményeként arra jutottam, hogy a desztináció szállodái a modell 4 szintje közül (a hagyományos szemlélettől a magas szintű RM rendszerekig) a 2. szinten vannak, azaz a kapacitások értékesítése mellett a megfelelő árképzés is fókuszba kerül. A szakértői mélyinterjúk alapján elmondható, hogy a kínálat részéről a 3. szint elvárható és megvalósítható, ami az RM tényleges stratégiai és gyakorlati megvalósulását jelenti. A kereslet reakcióinak kérdőíves vizsgálata során nem találtam fejlődésre vonatkozó korlátot. Összefoglalva, a kínálati oldalról van határa, míg a kereslet nem akadályozza a fejlődést, így az optimális fejlettség a modell 3. szintjén állapítható meg.

Pócsa Krisztina: Sikertényezők a rendezvényszervező és a szálloda együttműködésében

pocsakriszti11@gmail.com
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Turizmus-vendéglátás, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Gyurácz-Németh Petra, egyetemi docens, PE GTK

Mivel a vállalatok üzleti kapcsolatai hozzájárulnak piaci sikerességükhöz, fontos, hogy partnerkapcsolataik megfelelően megalapozottak legyenek.
A dolgozat célja a rendezvényszervező, valamint a szálloda (illetve ezek képviselői) között kialakuló üzleti kapcsolat vizsgálata, illetve azon tényezők azonosítása, melyek a szóban forgó együttműködést sikeressé teszik. Ezen felül a két fél egymással szemben támasztott elvárásainak, igényeinek, valamint kritikáinak kutatása.
A kérdés bonyolultsága, valamint nehéz számszerűsíthetősége miatt a kutatásban kvalitatív kutatási módszer került alkalmazásra, interjúk készültek. A kiindulási alap, előzetes kapcsolat és tapasztalat alapján a rendezvényszervező nézőpontja volt. A téma megfelelő megértéséhez azonban mindkét résztvevő fél véleményének meghallgatása szükségessé vált. Ebből kifolyólag rendezvényszervezők és szállodai képviselők is alkották a megkérdezettek körét. Ők nagyrészt a fent említett, korábbi rendezvényszervezésbeli tapasztalat során megismert partnerek köréből kerültek ki.
A kutatás eredményeképpen elmondható, hogy az olyan tényezők, mint a kedvesség, rugalmasság, az empátia és a kommunikáció kiemelt fontosságúak a rendezvényszervező és a szálloda között kialakuló kapcsolatban. A megkérdezettek elmondása szerint a képviselők személyes tulajdonságai nagyban befolyásolják a közös munkát, így azt jelentősen megkönnyíthetik, de meg is nehezíthetik. Mindkét fél elvárja, hogy a másik tisztelettel viszonyuljon hozzá, őt partnerként kezelje, a problémák megoldására pedig közös erővel kerüljön sor.
A kutatás eredményei hozzájárulnak ahhoz, hogy a rendezvényszervező/szállodai képviselő már a közös munka megkezdése előtt tisztában lehessen a partner elvárásaival, így hozzáállásával, magatartásával hatékonyan támogassa az együttműködés sikerét.

Sebesi Petra: A minőségmenedzsment jelentőségének bemutatása a Magyarországon működő szállodaláncokon keresztül

sebesipetra@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar
Turizmus-vendéglátás, BA, 5. félév

Témavezető:
Oláh Péter Károly, mesteroktató, BGE KVIK

A világgazdaság egészére jellemző piaci telítettség a szolgáltatásokra, azon belül a szállodaiparra is hat. A szállodai szolgáltatások differenciálása nem egyszerű, a keresleti oldal a kínálat elemeinek minősége alapján tesz különbséget. Éppen ezért a minőségmenedzsment fontossága kétségtelen.
A kutatásban 7 nemzetközileg jelentős szállodaláncon és –csoport által került elemzésre a téma, melyek Magyarországon működő szállodái adták mintát, összesen 83 szálloda több, mint 15 ezer szállodai szoba került vizsgálat alá. A minta a magyar szállodai szobák piacának több, mint 25%-át adta. Az elemzett mintában a világ legnagyobb szállodalánca mellett olyan lánc is bemutatásra kerül, amelynek kifejezetten csak magyar vonatkozása van.
A dolgozat első részében a szekunder kutatás keretein belül a szakirodalmi háttér vizsgálata mellett korábbi tanulmányok kerültek elemzésre, majd a primer kutatás két módszere segítette a kutatást: a kérdőív és az interjú.
A szállodaláncok és -csoportok vezetőivel kitöltetett kérdőív és az egyes szállodaláncok minőségmenedzsmentben illetékes szállodai dolgozóval készített félig strukturált személyes interjúi során pontos kép rajzolódott ki a vállalatok minőséghez való viszonyáról.A dolgozat során három fő kérdéskör került elemzésre: a szállodaláncok minőséghez való viszonya, beleértve a HOTELSTARS minősítési rendszerhez való hozzáállás; a szállodai dolgozók helyzete, különös tekintettel a dolgozói lojalitásra; és a szálloda vendégei a vásárlás előtti szakasztól a vásárlás utáni szakaszig. A dolgozat elején felállított 8 hipotézis közül 3 elfogadásra, míg 5 elutasításra került.
A kutatás eredményeként megmutatkoznak a jelen minőségszemlélet erősségei és gyengeségei, majd a GAP-modellt figyelembe véve javaslatokat fogalmazódtak meg annak érdekében, hogy a minőség még nagyobb volumenű lehessen.

VÁLLALATFINANSZÍROZÁS

Zsűrielnök: Prof. Dr. Takács István, egyetemi tanár, OE KGK
Társelnök: Dr. Tarnóczi Tibor, egyetemi docens, DE GTK
Tag: Dr. Lovas Anita, egyetemi adjunktus, BCE GTK

Antal Tibor Kende: Részvényesi értékrombolás

antaltk@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Pénzügy, MSc, 1. félév

Témavezetők:
Dr. habil. Kiss Gábor Dávid, egyetemi docens, SZTE GTK
Dr. Kosztopulosz Andreász, egyetemi docens, SZTE GTK

A dolgozat alapkérdése a Magnegas Corp. értékének a megállapítása, személyi hátterének és a beszámolóinak a megfelelőségi vizsgálata. A dolgozat módszertana kiterjed az éves beszámolók, és a nyilvánosan elérhető dokumentumok vizsgálatára. Számos, elméletben javasolt mutatószámot is alkalmazva megvizsgálásra került, hogy ezek helyesen jelezték-e előre a cég folyamatosan romló pénzügyi helyzetét.
A kutatás eredményeként elmondható, hogy a vállalat személyi háttere kérdéses, a vállalat értéke elhanyagolható, a cégvezetés a befektetőket megtévesztette, miközben önmaga számára extra juttatásokat szavazott meg. Az alkalmazott mutatók közül, az M-pontszám a vizsgált 8 évből 5 esetében, a Dechow-féle F-pontszám pedig 2 esetben mutatott manipulációt. A Z-pontszám jelezte a fokozatosan romló pénzügyi helyzetet, miközben az F-pontszám pontosan mutatta, hogy a vállalat befektetésre nem ajánlott.

Benkő Krisztina: Magyar startupok pénzügyi kimutatásainak relevanciája a befektetési döntéseknél

krisztibenko@outlook.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Számvitel, MA, 5. félév

Témavezető:
dr. Szabóné Veres Tünde, adjunktus, BCE GTK

A dolgozatom fókuszában a magyar startup vállalkozások, illetve befektetőik állnak. Kutatásomban a Jeremie (Joint European Resources for Micro to medium Enterprise) programban támogatást nyert alapokat vizsgáltam, különös tekintettel az alapok és portfóliócégek teljesítményérésére, illetve a pályázat jövőbeli fejlesztési lehetőségeire. Célom, hogy megismerjem ezen alapkezelők befektetési stratégiáját, hogyan hozzák meg főbb üzleti döntéseiket és mindez alatt milyen számviteli és egyéb szempontokat vesznek figyelembe. Elemeztem, hogy a kiválasztás vagy az exit során mekkora jelentőséget tulajdonítanak a pénzügyi kimutatásokban szereplő tényeknek, illetve a döntéseiket miként befolyásolják az intuitív faktorok, mint például a megérzés, vagy az üzleti ötletről alkotott személyes vélemény.
A kutatás először kitér a startup vállalkozások egyedi jellemzőire, illetve a magyar startup piac sajátosságaira. Ezt követően bemutatásra kerül a Jeremie program és működése, kiemelve az eddigi kutatásokat a pályázat teljesítménymérésére vonatkozóan, kiegészítve a szektor szakértőinek fejlesztési javaslataival. A Jeremie alapok befektetési stratégiájának megismeréséhez kvalitatív kutatást (mélyinterjút) készítettem kockázati tőkebefektető cégekkel, amelynek segítségével ismertetem a portfóliókezelés folyamatát. A kutatási célom, hogy megtudjam, mi jelenti az értéket a befektetők számára: az elért számszerűsíthető eredmények vagy inkább kevésbé mérhető jövőbeli várakozások.

Bosnyák Krisztián: Tőkeszerkezeti döntések empirikus vizsgálata tőzsdei vállalati mintákon

bosnyak.krisztian.96@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 7. félév

Témavezető:
Tóth-Pajor Ákos, tanársegéd, PTE KTK

A TDK dolgozat témája a vállalatok tőkeszerkezeti döntéseinek empirikus vizsgálata. Mindezt két tőzsdei vállalati mintán hajtottam végre, ami az észak-amerikai informatikai és energiaszektorból került ki. A TDK dolgozat fő célja a tőkeszerkezetet befolyásoló főbb tényezők bemutatása, és ezek vizsgálata az említett két mintán, valamint a kapott eredmények iparági összehasonlítása.
A dolgozat elméleti áttekintéssel indul, amiben bemutatom a főbb tőkestruktúra-elméleteket. Mindezt a tradicionális elmélettel kezdem, majd áttérek a főbb modern elméletekre. Az elméleteket időrendi sorrendben veszem át, ezt követően pedig áttekintem azokat a tényezőket, amik az elméletek alapján a tőkeszerkezetet befolyásolják.
A dolgozat zárásaként bemutatom az empirikus elemzést és eredményeket, amiben egy regressziós modellt állítok fel és értelmezek. A Thomson Reuters adatbázisából származó adatok hét tényező vizsgálatát tették lehetővé, ezek a vállalatméret, a profitabilitás, a kockázat, az adóráta, az értékcsökkenés, az eszközök összetétele és a likviditás. A hét tényezőre tíz magyarázó változót írtam fel.
A kutatás első szakaszában leíró statisztikai eszközökkel vizsgáltam a modellbe bevont változókat, hogy megállapítsam, vannak-e kiugró értékek és miként lehet azokat kezelni. A szűrésre az alsó és felső kvartilis mediántól vett távolságát használtam fel. Vizsgáltam a változók közti multikollinearitást a VIF mutató segítségével, ami miatt több magyarázó változót el kellett hagynom a modellből, de mind a hét tényező vizsgálható maradt.
A regressziót a Gretl program segítségével hajtottam végre, robosztus standard hibákkal kezelve a heteroszkedaszticitás problémáját. Mindkét mintán három eredményváltozóra néztem meg a tényezők hatását, a rövid lejáratú kötelezettségek, az összes hitel és az összes kötelezettség arányára.
A legfontosabb következtetése a kutatásnak, hogy a vállalatok leginkább a hierarchia-elméletet követik, a többi elmélet úgy tűnik, nincs jelen a tőkeszerkezeti döntések során. A tényezők hatása sokszor nem egyértelmű, vagy éppen ellentétes azzal, amit elsőre várnánk. Az iparágak között valóban van eltérés a tényezők hatásában, ezekre azonban nem mindig találtam magyarázatot, így további kutatásokra van szükség a mögöttes okok feltárásához.

Gönczy Balázs: Gaming Industry árbevétel generálási módszerek kiértékelése

gonczy.balazs95@gmail.com
Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és Menedzsment, BSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Kovács Norbert, egyetemi docens, SZE GK

A dolgozatom a Digitális piacokon, a Számítógépes Játékiparon belül a cégek árbevétel generálási módszerivel foglalkozik, ahol is megvizsgálom, hogy a fogyasztók miként reagálnak ezekre a kísérletekre. Ennek során egy online magyar kérdőíves kutatásra és globális szekunder adatokra fogok támaszkodni.
Annak érdekében, hogy pontosabb képet kaphassak a fogyasztók vallott és tényleges preferenciáiról, készítettem egy kérdéssort a motivációs elméletek és a viselkedés közgazdaságtan ajánlásai alapján. Az eredményeket Conjoint elemzéssel állítom szembe, ahol egy elméleti terméket (Battle Royale) és annak 10-es skálán értékelt attribútumait vetem össze a válaszokkal. Ennek a kettős szemléletnek a segítségével remélem összetettebb képet kaphatunk a fogyasztók viselkedéséről, tehát megérthetjük, hogyan reagálnak ténylegesen a különböző, vállalatok által nyújtott ajánlatokra. A kiértékelést és a kutatást 2018 őszén Microsoft Excel program és a Google Forms segítségével végeztem.
A dolgozatom 4 nagyobb részre osztható. Az iparág bemutatásával indul, ahol tisztázzuk, hogy mi az a Gaming Industry és milyen tendenciák tapasztalhatók a piacon, ami után különböző értékesítési technikákat figyelhetünk meg az itt tevékenykedő cégekre vonatkozóan. Ezt követően megnézhetjük, hogy milyen viselkedési mechanizmusok játszhatnak szerepet a „racionális” fogyasztó döntése során. Ezt követően a kérdőíves kutatás kiértékelése és a konklúziók levonása marad a végére.

Hajas Gergely: A mezőgazdasági tevékenység megkülönböztető ereje a hitelbírálati döntés során

hajasgergo94@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy, MSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Fazakas Gergely, egyetemi adjunktus, BCE GTK

A mezőgazdasági tevékenységet végző vállalkozásoknál másképpen kell felépíteni a hitelezési döntés előkészítését, mint az egyéb szektorban tevékenykedő vállalatoknál. Megvizsgálom, hogy a magyarországi finanszírozók milyen mértékben tudják alkalmazni a hagyományos döntési faktorokat a kérelmek jóváhagyása során. Párhuzamosan keresem a választ arra is, hogy a kapcsolódó külföldi kutatások eredményei mennyire illeszthetőek be a hazai körülmények közé.
A dolgozat bemutatja általánosan a hitelkérelmek elbírálása során itthon figyelembe vett tényezőket és az amerikai szakirodalomban feltárt, kifejezetten a mezőgazdasági kérelmekre specializálódott faktorokat is. Megvizsgálom, milyen változások mentek végbe a hazai mezőgazdaság finanszírozásban, találhatóak-e „rejtett kockázatok" a rendszerben, s melyek a megszokott hitelfelvételi célok.
Eredményeim szerint kétségkívül azonosítható az ágazatban meghatározó, ám kevésbé ismert őstermelők fokozódó dominanciája. A legtöbb megvizsgált szempont arra utal, hogy egy őstermelő finanszírozása magasabb kockázatot hordoz, mint egy hagyományos társas vállalkozásé. A legjelentősebb kihívásoknak a gyengébb transzparencia és az elérhető információk korlátozottabb köre tekinthető.
Hangsúlyozom: a finanszírozóknak mindenképpen érdemes megkülönböztetni és elkülönülten kezelni a mezőgazdasági hitelkérelmeket. Létrehoztam egy új hitelbírálati sémát a nemzetközi szakirodalom feldolgozására és a mélyinterjúkkal feltárt hazai empirikus tapasztalatokra alapozva kifejezetten ezekhez a típusú kérelmekhez. A sémában nem csak a legalább részben átültethető amerikai faktorok kaptak helyet, de ajánlást tettem további Magyarországon alkalmazandó helyi ismérvek bevonására is. Ezek az ismérvek a következők: a gazdálkodásba bevont föld nagysága, ügyfél személyiségjegyei, gazdálkodásban tevékenykedő többi szereplő hozzáállása, valamint a konstrukció biztonsága.

Pleszkó Renáta: A vállalati tőkeszerkezetet befolyásoló tényezők

pleszko73@gmail.com
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Szemán Judit, egyetemi docens, ME GTK

Egy vállalat életében kérdésként merülhet fel, hogy saját vagy idegen forrásból, illetve ezeknek milyen arányú összetételéből finanszírozza tevékenységét. Különböző elméletek születtek már az optimális tőkeszerkezetről. A szakirodalomban eltérően vélekednek a témával kapcsolatban és még nem született meg egy egységesen elfogadott „recept" a vállalatvezetők számára ebben a kérdéskörben.
Kutatásom alapjául 50 000 magyar vállalat eredmény kimutatása, mérlege, foglalkoztatás és tevékenységi adataiból álló adatbázis szolgál, amely lehetővé tette, hogy 2007 és 2015 között több iparághoz tartozó szervezetet elemezzek.
A dolgozatomban a magyar vállalatok tőkeszerkezetét vizsgáltam. Vizsgálatomnak egyik fókuszában az kérdéskör áll, hogy a klasszikus elméletek, amelyek a fejlett nyugati világ „termékei", mennyire érvényesülnek a magyar vállalati valóságban. Ehhez szorosan kapcsolódva az is érdekel, hogy melyek a legfontosabb vállalati tényezők, amelyek befolyással bírnak a tőkeszerkezet kialakítása során. Az iparági hatás elemzésére variancianalizis, míg a többi tényező (eszközök összetétele, méret, jövedelmezőség, likviditás, kockázatosság) két változó közötti korrelációs kapcsolat elemzését végzetem el, minden esetben azt vizsgáltam, hogy a tényezőt leíró mutató, milyen hatással van a tőkeáttételi mutatóra. A vizsgálat az iparági befolyást megerősítette, ezért a további tényezők vizsgálatát iparáganként végeztem el. A legtöbb iparág tekintetében az eszközök összetétele és a likviditás volt hatással a tőkeszerkezet kialakítására, az elméletek közül pedig a Hierarchia elmélet és a Csorda szellem. A többi tényező csak 1-1 ágazatot befolyásolt, kivéve a vállalat kockázatossága, amely nem bírt befolyással a szervezetek forrás összetételre.
A vizsgálódásom másik fókuszpontja a gazdasági válság hatása a vállalatok tőkeszerkezetére. A vizsgálat során a különböző méretű és a különböző iparágakhoz tartozó vállalatok helyzetét külön is elemzem. Célom, hogy megállapítsam, mely méretű és mely iparághoz tartozó vállalatok tőkeszerkezeti változása volt a legjelentősebb. Az elemzés szerint, az építőipari és a kis vállalkozásokra volt hatással a válság. Mindkét esetben válság idején a hosszú lejáratú kötelezettségek lecsökkentek, ezzel párhuzamban a rövid lejáratú kötelezettségek megnövekedtek. Úgy gondolom, hogy ezek a vállalatok a szállítóiktól hosszabb fizetési határidőt kértek és/vagy rövid lejáratú hiteleket vettek fel, hogy a kieső forrásokat pótolják.

Puha Adrienn[1] - Puha Alexandra[2]: A KKV-k fejlesztését szolgáló innovatív finanszírozási eszköz, a crowdfunding bemutatása a Kickstarter példáján keresztül

[1]*puha.adrienn96@gmail.com*
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 5. félév

[2]*puha.alexandra96@gmail.com*
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 5. félév

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

Dolgozatunk témája a crowdfunding, mint külső fejlesztési forrás vizsgálatára irányul. Kutatásunkkal azt kívánjuk bemutatni, hogy a közösségi finanszírozás sikeressége hogyan függ össze a támogatók létszámával, az összegyűjteni kívánt pénzzel és a finanszírozási időszak terjedelmével. Ennek függvényében öt hipotézist állítottunk fel, amelynek relevánsságát vizsgáltuk. Első feltételezésünk szerint a kisebb célkitűzéssel rendelkező projektek sikeresebbek lesznek, mint a nagyobb tőke-célú társaik. Második feltevésünk alapján a hosszabb időtartamú projektek sikeresebbek lesznek, mint a rövid finanszírozási időszakkal rendelkezők. Harmadik hipotézisünk szerint a több támogatóval rendelkező projektek sikeresebbek lesznek, mint amelyeket kevesebben támogatnak. A magas- és közepes hozzájárulások aránya feltételezésünk szerint elenyésző a kismértékű támogatásokhoz képest. Utolsó állításunk alapján a magyarországi projektek kevésbé sikeresek külföldi társaikhoz képest.
Dolgozatunkban a crowdfunding két modelljét, a jutalomalapú, valamint az adományalapú közösségi finanszírozást vizsgáltuk. A modellek tanulmányozására mind kvalitatív, mind kvantitatív módszereket használtunk. A jutalomalapú közösségi finanszírozási formát a Kickstarter-en végzett kutatómunkával, míg az adományalapú közösségi finanszírozást interjú készítésével elemeztük.
Kutatásunk során saját adatbázist építettünk ki a Kickstarter-en fellelhető adatok alapján, amellyel vizsgáltuk a közösségi finanszírozás sajátosságait, így a különböző kategóriák megoszlását a kezdeményezéseken belül, a legtöbb támogatót maga mögött tudó és/vagy a legtöbb támogatást elnyert projekteket, valamint a közöttük lévő összefüggéseket. Ahhoz, hogy az egyes tényezők közötti kapcsolatot tanulmányozhassuk, korrelációs együtthatót alkalmaztunk. Vizsgálatunk során külön kitértünk a magyar kezdeményezésekre, amelyek jól mutatják, hogy a közösségi finanszírozás egy földrajzilag szétszórt, de technikailag egy hálózatot alkotó rendszer.
Megfigyelhető, hogy egy projekt eredményességét leginkább a támogatók száma határozza meg. A sikeresség azonban függ a kitűzött cél nagyságától és a projekt időtartamától, amelyek esetében a kapcsolat gyengének tekinthető. A hazai projektek az előző tényezőket tekintve alulmaradtak a világ számos más kampányával szemben. A hozzájárulások mértékét tekintve a kis összegű finanszírozások az összes támogatás több, mint 90%-át teszik ki. Végezetül elmondható, hogy hipotéziseink megerősítést nyertek.

Ujtz Zoltán: ERP-Integrált Vállalatirányítási-Rendszerek bevezetésének hatása, hozzáadott értékének, valamint az EU 2007-2013-as tervezési időszakban támogatott kkv-k vizsgálata

ujtzzoltan@gmail.com
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 7. félév

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

A vállalatok számos folyamatot, tevékenységet végeznek nap mint nap, ezen tevékenységek és folyamatok szervezéséhez információkra van szükség, amelyeket adatokból hozunk létre. Minél több személy működtet egy vállalatot, annál nagyobb mértékben szükséges egy ERP rendszer. Egy ilyen rendszer keretbe foglalja a vállalat minden folyamatát.
Az ERP rendszerek megalakulásának több mint öt évtizedes múltja van. Az egész vállalati folyamatokat átfogó megoldások a 90-es években kezdtek kialakulni, s szinte teljes mértékben a korábbi rendszerekre épültek. ERP bevezetés akár 12-18 hónap is lehet, valamint a vállalatok azzal a céllal vezetik be, hogy hatékonyságukat növelni tudják.
A hatékonyságot pedig annyi féleképpen lehet értelmezni, amennyi oldalról meg szeretnénk közelíteni (árbevétel, foglalkoztatotti létszám, folyamatok átfutási ideje, lean szemlélet kialakítása stb.). Jelenleg a magyarországi vállalatok közel 99,9%-a kis-és középvállalkozásnak minősül, ez megközelítőleg 675 000 szervezetet jelent. Kutatásom során a kis-és középvállalkozások számára, Gazdaságfejlesztési Operatív Program keretein belül létrejött Vállalati folyamatmenedzsment támogatása című nyertes pályázatok keretében bevezetett rendszerek hatékonyságát vizsgálom. A 2007-2013-as tervezési időszakban megközelítőleg 1870 vállalat részesült ERP-rendszer bevezetési és/vagy fejlesztési támogatásban, összesen közel 12 Mrd Ft értékben. A hosszú távú hatékonyságot esetemben rétegzett mintavételi eljárással kiválasztott vállalatok, 4 üzleti éves beszámolói alapján a pályázati kritériumok, hozzáadott értékük, valamint jövedelmezőségi mutatószámaik alapján elemzem. Ezt a hatékonyságot 1920 beszámolói adatból, valamint 1140 elemzett mutatószámból származtatom.

Varga-Lengyeltóti Szilvia: Vállalkozási hitelcsalások nyomában

l.szilvia1993@freemail.hu
Budapesti Gazdasági Egyetem Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg
Pénzügy, MA, 2. félév

Témavezető:
Balázsné Dr. Lendvai Marietta, főiskolai docens, BGE GKZ

Az elmúlt években a vállalkozási hitelkihelyezések növekvő tendenciát mutatnak. A hitelezés előtt a pénzintézetek komolyan megvizsgálják és átvilágítják az ügyfelet, mivel számos kritériumnak kell megfelelnie, hogy hitelezhető legyen. Napjaink gyakorlatában ezért előfordulhat, hogy egy vállalkozás a hitel megszerzése érdekében csaláshoz folyamodik.
A kutatásom során feltérképezem a pénzintézetek teljes hitelezési tevékenységét, a hitelbírálat folyamatát és a kockázatkezelés szabályait. A saját, primer kutatásom legfőbb célja azonosítani a vállalkozási hitelezési folyamat során alkalmazott megtévesztő és csalási eseteket. A téma sajátossága miatt kvalitatív kutatási módszert alkalmaztam, mélyinterjúkat készítettem a bankvilág szakembereivel: vállalkozói hitelezési szakterületen dolgozókkal, kockázatelemzőkkel, ügyfélmenedzserekkel, hiteltanácsadókkal. A vizsgálatból fény derül a legtipikusabb csalási kísérletekre, a pénzintézetek által gyanúsnak vélt esetekre, valamint az alkalmazott védőrendszerekre. Az interjúalanyoktól kapott információk alapján egyrészt fel kívánok állítani egy olyan modellt, amely egyfajta útmutatóként szolgálhat a gyakorlati szakemberek számára. Másrészt vizsgálom a lehetséges védekezési és kockázatkezelési eszköztárat is annak érdekében, hogy a csalásokat mindinkább vissza lehessen szorítani.

VÁLLALATGAZDASÁGTAN I.
VÁLLALATI/VÁLLALKOZÁSI ÉS ÜZLETI GAZDASÁGTANI TANULMÁNYOK

Zsűrielnök:	Prof. Dr., Illés B. Csaba, egyetemi tanár, SZIE GTK
Társelnök:	Dr. Juhász Lajos, egyetemi docens, ELTE
Tagok:	Dr. Makszim Györgyné Nagy Tímea, főiskolai tanársegéd, NYE
	Dr. Szántó Richárd, egyetemi docens, BCE GTK

Farkas Athéne: Bállalkozási lehetőségek a nők számára Észak-Bácskában

athenej@gmail.com
Educons Egyetem
Üzleti gazdaságtan, Osztatlan, 5. félév

Témavezető:
dr. Muhi Béla, egyetemi tanár, RS EDUCONS

A tanulmányban már aktívan tevékenykedő, több éve vállalkozásukat sikeresen működtető nők fejtik ki, mennyire volt könnyű vagy éppen nehéz évekkel ezelőtt létrehozniuk vállalkozásukat Szabadkán, Palicson és Ludason, mi vezette őket az önállósuláshoz, ma hogyan látják a helyzetüket és hová szeretnének fejlődni a következő 5 évben. Napjaink vállalkozói hajlandóságát is több nő esete tükrözi majd, akik most állnak a vállalkozásindítás kapujában vagy még csak tervezik, hogy vállalkozást indítanak. Velük szintén egy-egy interjú során ismerkedhetünk meg. A jövő vállalkozó nőiről - azok közül, akik felsőfokú tanulmányokat folytatnak - egy kérdőíves kutatás során derül ki, hogy milyen meglátásaik, terveik és lehetőségeik vannak, azokat kihasználják-e annak érdekében, hogy zökkenőmentesen tudjanak elindulni, dolgozni, fejlődni, vagyis megmaradni szülőföldjükön. A dolgozat célja bemutatni milyen a vajdasági vállalkozói légkör, milyen nehézségeket, lehetőségeket ismertek fel az aktív és a leendő vállalkozók.
A kutatás egyik módszere interjú, amelyek során beleláthatunk, kinél milyen út vezet az önállósulás felé, illetve az Educons Egyetem Közgazdasági Karán tanuló nők körében végzett kérdőíves kutatás arra keresi a választ, mekkora a vállalkozói hajlandóság az itthon maradó fiatalok körében.
A válaszok után a dolgozat mélyinterjúban taglalja egy elismert vajdasági közgazdász gondolatait a jelenlegi gazdasági helyzetről, az induló vállalkozások kilátásairól és arról, hogyan lehet a kezdeti lendületet fenntartani, mi a titka a hosszú, sikeres tevékenységnek, a megmaradásnak. Ezáltal a szakmunka során kiderül, hogy mi mindenre kell odafigyelnie egy vállalkozónak, ha Vajdaságban szeretne (jól) működni.
A tanulmány a megfelelő következtetések levonásához ismerteti továbbá a lakosság jelenlegi nemi összetételét, az elvándorlás mértékét, a munkanélküliségi arányokat és a pályázati, képzési lehetőségeket.
Végül egy átfogó kép alakul ki arról, hogy érdemes-e Vajdaságban vállalkoznia annak, akinek van egy jó ötlete, vagy csak önállósulni szeretne, de mindenképpen itthon maradna. A dolgozat által megismerkedhetünk a múlt, a jelen és a jövő vállalkozási lehetőségeivel Észak-Bácskában.

Kulcsszavak: női vállalkozás, vállalkozói hajlandóság, képzési lehetőség, Vajdaság

Józsa Judit: Hosszú Katinka vagy Iron Lady? A sportolói imázs-transzfer folyamatok fogyasztói megítélése

jozsajjudit@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 2. félév

Témavezető:
Kajos Attila, egyetemi tanársegéd, BCE GTK

Napjainkban a hírességek személymárkájának marketingfókuszba kerülése egyre jelentősebb, mely alól a sportolók sem képeznek kivételt. Nem csak a pályán, de az üzleti életben is jelentős szerepet kapnak, kedvelt sportsztárjaink egyre gyakrabban tekintenek vissza ránk reklámkampányok központi szereplőjeként. Sokszor az üzenetek középpontjában már nem egy termék vagy szolgáltatás áll, hanem a személy, akinek imázsát figyelemfelkeltésre és ismertségszerzésre használják fel a hirdetők.
A személyek marketingalkalmazásának egyik formája az endorsement, mely egy márka és egy személymárka fizetett összekapcsolódását jelenti. Ennek során legtöbbször a híresség szimpátiáját, tulajdonságait, pozitív imázsát szeretnék az adott márkára átruházni, annak jellemzőiként megjeleníteni. Dolgozatomban ezt az imázs-transzfer folyamatot mutatom be az egyik legismertebb és legsikeresebb magyar sportolónő, Hosszú Katinka hirdetésekben történő megjelenésein keresztül.
Vizsgálataim középpontjában a fogyasztók állnak, célom a Hosszú Katinkát szerepeltető hirdetések példája alapján feltárni, hogy a magyar közönség véletlenszerűen kiválasztott tagjai mennyire befolyásolhatók az endorsementtel, valamint, hogy van-e jövője ezen tevékenységnek?
Mindezen célok eléréséhez kérdőíves megkérdezésen alapuló primer kutatást végeztem. Ez lehetővé tette, hogy minél több kitöltő szokásait és preferenciáit ismerhessem meg, valamint kutatásom alanyai kifejthették véleményüket és kinyilváníthatták attitűdjeiket Hosszú Katinkával és a reklámokban való megjelenéseivel kapcsolatban.
Válaszadóim jelentősebb részét befolyásolja döntéseik meghozatalánál a sportolói endorsement, mely tényleges vásárlásban is realizálódhat. Emellett sokak számára képez Hosszú Katinka személymárkája hozzáadott értéket egy termék vagy esemény esetében. A sportolóval endorsált márka jobb megítélésben részesül mint egy nem-, vagy más hírességgel endorsált, ennek azonban számos feltétele van, melyek dolgozatomban részletes kifejtésre kerülnek.

Juhász Dóra: Egy vállalkozás alapításának feltételei: A piaci igények felmérése a "J&D" Játszóház létrehozása

dori191@freemail.hu
Neumann János Egyetem Gazdálkodási Kar
Pénzügy és számvitel, BA, 7. félév

Témavezető:
Szentesi Ibolya, főiskolai tanársegéd, NJE GK

Dolgozatom témájaként egy konkrét vállalkozás alapításának folyamatát választottam. Egy játszóházat hozok létre abban a városban ahol jelenleg élek. (Abony)
A szakirodalmi áttekintésben kitértem a vállalkozásokra, a különféle gazdasági társaságokkal kapcsolatos összefüggésekre is. Az elméleti tananyag elsajátításán túl igyekeztem egyfajta gyakorlati tudást is megszerezni. Új megközelítésből fedeztem fel az Európai Unióban is elfogadott társas vállalkozások fajtáit, amelyek a bővítés, terjeszkedés során rendkívül hasznosak lehetnek. A játszóházak magyarországi helyzetéről sok információ nem áll rendelkezésre, a KSH sem foglalkozik külön elemzési területként velük. Ezért erről csak egy cikket tudtam belevenni a dolgozatomba. Részletesebben bemutattam az egyéni vállalkozóvá válás fontosabb lépéseit, érintő kérdéseit.
A környezetelemzés során Abonyt összehasonlítottam egy körülbelül hasonló helyzetben lévő másik várossal (Kiskőrössel) és levontam a megfelelő konzekvenciákat annak megfelelően, hogy ott már több éve sikeresen működik egy játszóház. Ezt követően primer kutatást végeztem, amelyben először is kutatási interjút hajtottam végre egy szolnoki játszóház alkalmazottjával, illetve két szülői megkérdezést is felhasználtam annak érdekében, hogy érthető és hiteles kérdőívet tudjak létrehozni a későbbiekben. A kérdőívemben a fogyasztói igényeket mértem fel, azaz, hogy mennyire vélik a helyiek fontosnak azt a felvetésemet, miszerint a városban megalakuljon egy játszóház. Célom, hogy a piacnak olyan szegmensét tárjam fel, amelyben a későbbiekben is lehet fizetőképes kereslet. A kérdőíves megkérdezés során 200 válaszadó eredményét tudtam feldolgozni. A hipotéziseim közül hármat bizonyítani tudtam, és csak egyet kellett megcáfolnom, amelynél az előfeltevésem nem nyert tanúbizonyságot. A mellékletben helyeztem el azokat a táblázatokat és ábrákat, amelyekre utalást teszek a törzsszövegben, azonban nem képezik érdemi részét a dolgozatnak. A személyes interjúk és a kérdőív komplex elemzése is megerősített abban, hogy az álmaimat váltsam valóra, és Abonyban hozzam létre a vállalkozásomat.
Összességében megállapítható, hogy a kutatásaimnak köszönhetően megerősítést kaptam, hogy jó úton haladok a végső céljaim eléréséhez. A településen szükség lenne egy ilyen szolgáltatásra, ahol a gyermekek igényein túl a szülők elégedettsége is megjelenhetne.

Kara Lilla: Kiből lesz társadalmi vállalkozó? - A társadalmi vállalkozók személyiségjegyeinek vizsgálata Eysenck-féle személyiségkérdőív segítségével

lilla.kara@evk.hu
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 6. félév

Témavezető:
Pájer Donát, PhD hallgató, BCE GTK

Számos kutató, közgazdász, pszichológus és más szakemberek is foglalkoztak már azzal a kérdéskörrel, hogy milyen tulajdonságokkal, képességekkel, motivációkkal, magatartással és attitűddel rendelkeznek azok a személyek, akikből sikeres vállalkozók lesznek. A kutatásom célja annak a feltárása volt, hogy a társadalmi vállalkozók esetében azonosíthatóak-e személyiségbeli jellegzetességek és melyek lehetnek ezek a tulajdonságok.
Kutatásom első felében ezen kérdéskörön belül arra kerestem a választ, hogy melyek azok a tulajdonságok, amelyek megkülönböztetik a társadalmi vállalkozókat a hagyományos vállalkozóktól. Abból a feltételezésből indultam ki, hogy a társadalmi vállalkozók tevékenységükből adódóan rendelkeznek olyan velük született tulajdonságokkal, amelyekkel a hagyományos vállalkozók nem. Az elemzés fontos részét képezte annak a feltárása, hogy a hagyományos vállalkozók milyen személyiségjegyekkel rendelkeznek, mert ezek az elméletek a társadalmi vállalkozók személyiségjegyeit vizsgáló irodalmak alapját képezik. Szekunder adatok alapján az MBTI és a Big Five személyiségtesztek eredményeit hasonlítottam össze a két csoportra vonatkozóan. Az MBTI eredmények alapján a társadalmi vállalkozók introvertáltabbak, mint a hagyományos vállalkozók, és az INFP kategóriába tartoznak a legtöbben a vizsgált mintából, ahova a társadalom csupán csak 1 százaléka, az igazi idealisták, akik hisznek abban, hogy megválthatják a világot. A Big Five személyiségteszt eredményei alapján a társadalmi vállalkozók kevésbé extrovertáltak, nyitottabbak, és lelkiismeretesebbek, mint hagyományos vállalkozók.
Kutatásom második felében Eysenck féle személyiségkérdőív segítségével azt vizsgáltam, milyen személyiségjegyek különböztetik meg a magyar társadalmi vállalkozókat a magyar társadalmi átlaghoz képest. A 90 kérdést tartalmazó Eysenck-féle személyiségkérdőív eredményei közül 3 skála eredményét érdemes kiemelni. Az Extraverzió skála eredményei alapján az átlag magyarhoz képest a társadalmi vállalkozók extrovertáltabbak, társaságkedvelőek, és igénylik maguk körül az embereket. A Neuroticizmus dimenziójában jelentősen alacsonyabb értékkel jellemezhetőek a társadalmi vállalkozók, nem aggodalmaskodóak és nyugodtak. A szociális konformitás skála a magyar átlaghoz viszonyítva nagyobb érték, ami alapján jobban képesek alkalmazkodni az adott társadalmi viszonyokhoz, elvárásokhoz.

Kelemen Dóra: A klaszteresedés hatása a vállalkozások innovációs tevékenységére és az azt korlátozó tényezőkre az ArchEnerg Klaszter példáján keresztül

keldor93@gmail.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Vas Zsófia, egyetemi adjunktus, SZTE GTK

Kutatásom témája, hogy a klasztertagság milyen hatással van az ArchEnerg Klaszter tagvállalatainak innovációs tevékenységére, valamint az azt korlátozó tényezőkre. Vizsgálatom során négy hipotézist állítottam fel, melyek érvényességének vizsgálatát kérdőíves felmérés révén végeztem el. A kutatás eredményeként az első hipotézisemet elfogadtam, miszerint a legfontosabb innovációt korlátozó tényező a költségtényező. Vagyis az innováció során a vállalkozások legnagyobb része a magas költséggel, az előre nem látható költségek felmerülésével és a pénzügyi erőforrásokhoz való nehéz hozzáféréssel találkozik. Második hipotézisemet is elfogadtam, mely alapján megállapítottam, hogy a szakértelmeken belül a műszaki hozzáértés a legfontosabb. Innováció típusonként elemezve, arra az eredményre jutottam, hogy kivétel nélkül minden esetben a műszaki tudás fontossága áll az első helyen, mind az innováció célját, mind a vállalkozások technológiai fejlettségét tekintve. A szakirodalom és a harmadik hipotézisem alapján az élenjáróknak kellene a legfőbb kockázati tényezővel találkozniuk. A kutatásom eredménye ellentétben az előzőekkel azt mutatja, hogy a korai követők azok akik a túlzott kockázattal találkoznak. Ezért a harmadik hipotézisemet elvetettem, vagyis az élenjáró vállalkozásoknak nem a legfőbb problémája a kései és a korai követőkhöz képest, a túlzott kockázat. Végül a negyedik hipotézisemet is elfogadtam és megállapítottam, hogy az ArchEnerg Klasztertben való klasztertagság előnyös a vállalkozások számára, mind a gazdasági életben mind az innováció szempontjából. Ugyanis az összes válaszadó kisebb-nagyobb mértékben egyetért azzal, hogy a klaszter elősegíti, egy innovatívabb környezet kialakulását valamint hozzájárul a megvalósult magasabb számú innovációk létrejöttéhez.

Krokos Anita: Sikeres társadalmi vállalkozások hátterének, működésének és eredményének elemzése

anitakrokos@gmail.com
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Pénzügy – számvitel, BA, 6. félév

Témavezető:
Süveges Gábor Béla, tanársegéd, ME GTK

Kutatásom tárgya a társadalmi vállalkozások finanszírozási nehézségei, amelyek gátló tényezőként jelennek meg a legégetőbb társadalmi problémák fenntartható módon való megoldásában. Választásom azért erre a témára esett, mert kiemelt fontosságúnak tartom a felelősségvállalást a hátrányos helyzetű személyek iránt. Az általam már korábbiakban elemzésre került Miprodukt Kft-n kívül számos másik társadalmi vállalkozás fő mozgatórugója a közösséget szolgáló közös haszon.
Alapvető célkitűzéseim között szerepel annak megállapítása, hogy a társadalmi vállalkozások sikerességét milyen tényezők árnyékolják be. Célom annak megerősítése, hogy a társadalmi vállalkozások zöme finanszírozását tekintve kiszolgáltatott, hiszen egy-egy finanszírozótól függ a létezése. Ennek alapján kutatásom fő problémájaként definiálom azt, hogy a társadalmi vállalkozások nagy részének- beleértve az általam már vizsgált Miprodukt Kft-t is - fenntarthatósága bizonytalan lábakon áll.
A vizsgálatom magába foglal egy előzetes helyzetelemzést, melynek első lépéseként mikrokörnyezeti elemzést végzek. A Miprodukt Kft-n kívüli sikeres társadalmi vállalkozások megismeréséhez mélyreható elemzést kívánok végezni horizontálisan és vertikálisan különböző gazdasági mutatók segítségével. Hipotéziseimet primer és szekunder kutatásokkal támasztom alá, a primer kutatás alkalmával számszakilag is magyarázom következtetéseimet. Az információszerzésben segítségemre szolgálnak az elemzésre kerülő szervezetek pénzügyi helyzetét alátámasztó dokumentumok. A vizsgálat során könnyíti előrehaladásom a korábbiakban említett Miprodukt Kft. hátterének, működésének és eredményének már elvégzett részletes elemzése. A mutatószámok tekintetében értékelem a vállalkozások likviditási, hatékonysági és jövedelmezőségi helyzetének alakulását.
Véleményem szerint a nonprofit szervezetek részéről fokozott érdeklődés mutatkozik ezen vállalkozási forma iránt, azonban a vállalkozások tömeges jelenlétével még nem szembesülünk. Bízom benne, hogy a kockázatokat magába rejtő vállalkozói szemlélet ellenére egyfajta elmozdulásra kerül sor, ugyanis a vállalkozások jelenleg még kiszolgáltatottak a finanszírozási források egyoldalúsága miatt. A változás eredményeképpen pedig a társadalmi vállalkozásoknak lehetősége nyílik képviselni és megvédeni az érdekeit a vállalkozóbarátnak nem mondható gazdasági környezetben.

Néninger Henrik István: Startup vállalkozások menedzsment problémái - Kritikus tényezők magyar példák alapján

nhenrik96@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Kállay László, egyetemi docens, BCE GTK

Dolgozatomban a mai magyar ún. startup vállalkozások legfontosabb menedzsment problémáit fogom vizsgálni és olyan kritikus tényezők után kutatok magyar példák alapján, melyek teljesülése nélkül ezen vállalkozások nagy valószínűséggel kudarcra ítéltetnek. A célom tehát nem sikeresség receptjének megtalálása, hanem sokkal inkább olyan kritériumok azonosítása, melyek szükséges, de nem elégséges feltételei annak, hogy a már említett startup vállalkozások dinamikusan fejlődhessenek és eredményességük hosszútávon fenntartható legyen.
Dolgozatom előre meghatározott struktúrát követ, mely egy elméleti bevezetővel indul az innovációról és a startup vállalkozásokról. Ezt követi a lean-szemlélet kezdetben általános, majd a startup típusú vállalkozásokhoz kapcsolódó bemutatása és a kutatásom elemzési keretének ismertetése. Kutatásomban olyan magyar startup vállalkozásokat vizsgálok, melyek rendelkeznek egyértelműen meghatározható menedzsment problémákkal az innovációs folyamat szemszögéből. A vizsgált cégek a következők: Stringbike, Codie, Sybrillo, Ma este színház!, Family Finances valamint a Tresorit. E cégeket meghatározott szempontok szerint elemzem, majd pedig dolgozatom végén ezeket összevetve igyekszem olyan általános tanulságokat és problémákat feltárni, melyek a legtöbb magyar startup vállalkozás esetében kritikus tényezőként hatnak a cégek jövőbeli teljesítményére vonatkozóan.
Ezen írásban kifejezetten az innováció a fókusz, tehát a technikai megoldásokat és a vállalat menedzselésének problémáit szeretném kutatni. Habár néhol ki fogok térni röviden a finanszírozásra, alapvetően azt feltételezem, hogy elegendő forrás áll a cégek rendelkezésére, tehát a forráshiányt ezen dolgozatban nem szeretném problémaként kezelni – annak ellenére, hogy ez egy valós probléma lehet a gyakorlatban.

Verhás Alexandra: A magyar KKV-szektor innovációs-pályázati tevékenységének attitűd vizsgálata

verhasalexandra@gmail.com
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MA, 2. félév

Témavezető:
Dr. Koloszár László, egyetemi docens, SOE LKK

A Magyarországon működő vállalkozások kb. 99%-a kis-és középvállalkozás (KKV) formában működik. A foglalkoztatottak 70%-át alkalmazzák és a hozzáadott érték 50%-át adják, ebből is látszik jelentőségük, fontosságuk. Fejlesztésük egyben a magyar versenyképesség kulcstényezője is. Ezért jelentős mennyiségű pályázati forrás, vissza nem térítendő támogatás célozza meg e szektort. Tehát a kormányzati politika szempontjából kiemelt haszonnal bír a vállalkozások vezetőit felölelő vizsgálat, amely a pályázatokkal kapcsolatos meglátásokat tárja fel.
A szakirodalom áttekintése alapján primer kutatásomban a KKV-szektor pályázati attitűdjeit tanulmányoztam. Kérdőívek segítségével megvizsgáltam a szektorban rejlő motivációkat, félelmeket, tapasztalatokat és nehézségeket.

A kutatás eredményeként igazolásra került több, a pályázást befolyásoló faktor szerepe, úgymint például az időhiány, illetve az adminisztrációs terhek, melyeket a pályázati tevékenységet folytató és nem folytató vállalkozások is hasonló mértékű problémaként jelöltek meg. A kutatás nem mutatott kapcsolatot a pályázati és innovációs tevékenység között, azaz a nem pályázó vállalkozások hasonló arányú innovációs tevékenységről számoltak be.
Az eredmények alapján javaslatokat fogalmaztam meg, többek között az adminisztrációs terhek csökkentésére és, hogy a vállalatokat a vállalkozók időbeosztásához és nyelvezetéhez igazodó formában vonják be a pályázatok előkészítési folyamataiba, továbbá szükséges lenne a pályázati ügyintézés rugalmassá tétele. Az eredmények és a javaslatok hozzájárulhatnak a pályázati lehetőségek olyan jellegű kialakításához, mely szélesebb célcsoportban fejtheti ki hatását, növelve a KKV-szektor versenyképességét.

VÁLLALATGAZDASÁGTAN II.
ELMÉLETEK, MÓDSZEREK ÉS PIACOK ELEMZÉSEI

Zsűrielnök: Dr. Bartók István, egyetemi docens, dékán, SOE LKK
Társelnök: Dr. Vágány Judit Bernadett, főiskolai tanár, BGE KVIK
Tag: Dr. Kádárné Dr. Horváth Ágnes, egyetemi docens, ME GTK

Czigony Claudia: Gondolkodj globálisan, cselekedj lokálisan!

czigony.claudia@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Kozma Miklós, egyetemi adjunktus, BCE GTK

Napjainkban, az egyre növekvő verseny világában egy tanácsadó cég sem engedheti meg magának, hogy bárhol a működésében bizonytalanságot lehessen felfedezni. Dolgozatomban egy nemzetközi tanácsadó cég tudásmenedzsment gyakorlatát vizsgálom meg annak érdekében, hogy feltárjam, milyen stratégiai előnyei és hátrányai vannak a globális tudáshoz való hozzáférésnek, és ebből kifolyólag lokálisan milyen kihívások merülnek fel. Célom, hogy megoldási alternatívákat javasoljak ezek leküzdésére. A tudásmenedzsmentet Management Consulting területen vizsgálom globális-regionális-lokális aspektusban, kiemelt figyelmet fordítva a helyi mechanizmusokra. Kutatási percepcióim szerint a szervezet számára teljesen decentralizált működés és kodifikációs tudásmenedzsment stratégia alkalmazása lenne javasolt. Ezt azonban a vállalati belsős, szekunder felmérésekre és kilenc interjúra alapozott primer kutatásom részben megcáfolták: valójában, egy olyan elkülönült üzleti egységben, mint a Management Consulting, a perszonalizációra való összpontosítás jelenthet előnyt és bizonyos fokú centralizáltság.

Eckert Emília Viola: Housing Finance in the EU Member States (Lakástámogatási rendszerek az EU országaiban)

emvi.eckert@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar
Pénzügy és számvitel (angol nyelven), BA, 3. félév

Témavezető:
Tasi Péter, mestertanár, BGF PSZK

A lakásfinanszírozás az egyik legjelentősebb ágazat az Európai Unióban, mert a lakásfinanszírozási hitelek teszik ki a háztartások legnagyobb kötelezettségét, valamint a legnagyobb arányú banki kölcsönöket. A 2007-es gazdasági válság legfőbb kiváltója a jelzáloggal fedezett értékpapírok összedőlése volt a lakáspiacon. Ezek az események fontos kérdéseket vetettek fel a háztartások eladódottságával kapcsolatban, valamint erősítették az érdeklődést a lakásfinanszírozási kérdésekben.
Ez a kutatás egy átfogó képet nyújt az Európai Úniós tagállamok lakásfinanszírozásának fő alkotóelemeiről. Először bemutatásra kerül a háztartások általános pénzügyi helyzete. Azután a dolgozat részletesen bemutatja a lakásvásárlásra adott támogatások különböző fajtáit, a támogatott jelzálogkölcsönöket, a jelzálog kamatadó-mentességet, és más, lakásvásárlásra adható adókedvezményeket. Ezután a dolgozat kitér néhány Európai Úniós tagállam különböző támogatására. Végül, az EU-n belüli uralkodó modell felállítása következik.
Az Európai Unióban nincs egységes modell és szabályozások a lakáspiacot érintően. Létezik néhány statisztika és közös szabályozás az elsőként belépő EU-s tagállamok között, azonban néhány később csatlakozott ország nem is rendelkezik feljegyzett adatokkal a témában. Az ezen országok lakástámogatási rendszereit érintő információhiány miatt szükség van egy átfogó adatbázisra. Ez a kutatás ezeket a hiányokat kívánja lefedni.

Juhász Tibor: Budapesti piaci lehetőségek a városnézési turizmusban az értékelemzés eszközeivel vizsgálva

tibiozol@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Hoffer Ilona, egyetemi doccens, BCE GTK

A kutatásom a budapesti turizmus városnézési szolgáltatásainak piacát vizsgálja, amelynek célja:

- Egy iparági elemzés létrehozása a piac jobb megértése érdekében. A piacot mind keresleti és mind kínálati oldalból megvilágított elemzés készítése.
- Egy általam meghatározott célpiac igényeire épülő legalább egy innovatív szolgáltatás vagy szolgáltatáscsomag kialakítása és rövid felvázolása.

Az elemzés egyik fókusza, hogy milyen megoldásokkal és szolgáltatásokkal rendelkeznek és milyen célpiacot választanak az egyes cégek. A kutatásom során a kereslet oldalon külföldi fiatal 18-35 év közti turisták igényeit vizsgáltam. A kérdőívemben 160 személy válaszát használtam fel a megállapításaimhoz és a javaslataimhoz. Az innovatív túrák elemzéséhez mind primer mind szekunder kutatásokat végzek. Primer kutatásaim tartalmaznak kérdőíves kutatást és online megfigyeléseket az egyes cégekről egyaránt. A piaci elemzésének figyelembe vételével létrehozok egy javaslatot, amely legalább egy innovatív megoldást nyújthatnak, amely kínálati csomag a meglevőktől jobban illeszkedik az általam vizsgált és feltérképezett fogyasztói igényekhez. Az ajánlati csomagoknak a létrehozásához az értékelemzés eszköztárát alkalmazom. Az értékelemzés módszerével megvizsgálom a lehetséges piaci rést és az egyes szolgáltatások fejlesztési lehetőségét.

Egy olyan porteri öt erőtér (iparági) elemzést készítettem, amely során összesen 40 cég innovatív városnéző turisztikai szolgáltatását vizsgáltam. A szakirodalom kutatásom során nem találkoztam még olyan munkával, ami kifejezetten a Budapesti túrák piacát elemzi, ezért ezen a téren a kutatásom egyedülállónak mutatkozik.

A kérdőíves kutatás során a három legfontosabb tényező volt az utazások során, amit a válaszadók 86 %-a értékelt fontosnak vagy nagyon fontosnak. Ez a három paraméter a város felfedezése, különleges helyek látogatása és a valami helyi dolog megtapasztalása.

A piaci elemzésekre és az alapján készített értékelemzési munkával három szolgáltatásötletet készítettünk:

- City challenge mobil alkalmazás (Egyéni preferenciák és idő alapján túra elkészítése),
- Mobil alkalmazás alapú túrafelfedezés helyi lakosokkal. (Helyi lakosok megismerésére épít, mint segítő útitársak),
- Papír alapú térképes túra (Előre meghatározott túratipusokkal különböző tematikájú túrák).

A kutatásom során a három szolgáltatásból a túrafelfedezés helyi lakosokkal szolgáltatás lett a javasolt.

Rácz Bálint Alex: Elavult-e a Porter-féle modell?

raczbalint94@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 2. félév

Témavezető:
Hoffmann Janka, Junior Associate, McKinsey & Company

Az 1980-as évektől kezdődően meghatározó szerepet tölt be a versenykörnyezet elemzésében a Porteri öt erő modell. Ám az elmúlt évtizedekben a vállalatok gazdasági- és versenykörnyezete jelentősen megváltozott. Dolgozatomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy az elemzési keretrendszer vajon a modern, globális gazdasági környezetben is megállja-e a helyét, olyan változások mellett, mint a globalizáció, a digitalizáció, az innováció felgyorsulása és a dereguláció terjedése. Dolgozatom első részében a porteri modell alkalmazási feltételeit és a modell strukturáját vetem össze a gazdasági változások hatásaival. Ez alapján, bemutatom, milyen kiegészítésekkel válik alkalmazhatóvá a modell a globális versenykörnyezet elemzésére, majd dolgozatom második részében a kibővített modell gyakorlati alkalmazását szemléltetem a magyar telekommunikációs iparág vizsgálatán keresztül. Dolgozatom egyik fő eredménye, hogy alátámasztja, a Porteri modell alkalmazhatóságát, ám rámutat a modell olyan hiányosságaira is, melyek jelentősen megnehezíthetik az elemzők munkáját az olyan dinamikusan változó iparágban főként, mint a telekommunikáció.

Szuda Csaba: Egy minőségirányítási rendszer életciklusa a BSC mutatók tükrében

cszuda@gmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 1. félév

Témavezető:
Dr. Illés Bálint Csaba, egyetemi tanár, SZIE GTK

A dolgozatban ismertettem az alapvető fogalmakat a minőséggel és az azokra épülő rendszerekkel kapcsolatban, valamint a minőségirányítási rendszerek evolúcióját követve megismerkedtünk a legújabb trendekkel, amelyek szerint, ha egy minőségirányítási szabvány valóban a hasznára akar válni annak a szervezetnek, amely bevezette és fenntartja, akkor a hangsúlyt a felső vezetésre, annak kompetenciájára és a kockázatok kezelésére kell helyeznie. Az új ISO 9001:2015 szabvány változásai pontosan ebbe az irányba mutatnak.
Általános tendencia, hogy egy rendszer kiépítését követően, a működtetés során elsikkadnak, rutinná válnak bizonyos tevékenységek, amelyek egy szervezet szempontjából kiemelkedően fontosak lehetnek.
A dolgozatomban egy közel 20 éve működő, az autóiparban, azon belül is az elektronikai iparban érdekelt cég esetében vizsgáltam, hogy a legmagasabb szintű KPI mutatók esetében milyen tendenciák figyelhetők meg.
A kutatáshoz egy kérdőíves vizsgálatot végeztem, amelyet a menedzsment különböző szintjein dolgozók töltöttek ki.
A dolgozat második fele az eredmények kiértékeléséről szól, illetve az eredmények alapján javaslatot teszek a javításra, a P-D-C-A elveknek megfelelően, hogy az újonnan bevezetett irányítási rendszer ne sikkadjon el néhány hónap után, hanem a folyamatos fejlesztés politikájának megfelelően egyre jobban és hatékonyabban működjön, illetve valóban a szervezet javát szolgálja.
A szervezet szempontjából fontos, hogy a hatékonyabb és egységes irányítási rendszernek köszönhetően sikerrel tudják felvenni a harcot a konkurenciával szemben, gyorsabban tudjanak reagálni a vásárló igényeire, illetve a folyamatok hatékony működtetése a cég pénzügyi mutatóira is pozitív hatást gyakoroljon. Így nemcsak a vevő, hanem a tulajdonosok is elégedettek lesznek a cég eredményivel, és az irányítási rendszer nemcsak a kiadási oldalon válhat költségtényezővé, hanem a megtakarítási oldalon is.

Szücs Viktória[1] - Teremy Zsombor[2]: A fordított innováció nehézségei - Az M-Pesa esettanulmányán keresztül

[1]*szucs.viki5@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 2. félév

[2]*teremyz21@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy és számvitel, BSc, 4. félév

Témavezető:
Bakonyi Zoltán, tanácsadó, IFUA Horváth & Partners Kft.

A dolgozat kutatási kérdése, hogy miért nem tudott versenyelőnyre szert tenni az M-Pesa a romániai piacon. A kutatás eredménye, hogy habár a fogyasztóknak képes értéket teremteni az M-Pesa, de a Kenyában kialakult kulcs erőforrásai a romániai piacon nem (első piacra lépő előnye, hálózati hatás) vagy csak részben (elérési csatorna, technológia, elérési hálózat) érvényesülnek. A kulturális különbségek a két piac között nem voltak hatással az erőforrásokra, ezért nem okoztak versenyhátrányt a vállalatnak. Az M-Pesa a fogyasztók oldaláról egy kedvezőtlenebb helyzetbe került, mint Kenyában, mivel itt már nem funkcionális hanem társadalmi szükségleteket elégített ki. A vizsgálat során központi szerepet kapnak a nemzetközi terjeszkedés nehézségei. Ezek a következők: képes-e a vállalat fogyasztói értékteremtésre az új környezetben; az új piaci környezetben az eddigi erőforrások képesek-e további versenyelőny teremtésre; szervezeti kontextus vagy a környezet változása miatt kialakulhat-e versenyhátrány. A kutatás fókuszában a közel múltban végbement terjeszkedési kísérletet áll, amelyet a világ egyik legsikeresebb mobilpénz szolgáltatója próbált meg végrehajtani, de még egy ilyen sikeres cég sem volt képes a fejletlen piacon létrehozott innovációt egy fejlett piacon érvényesíteni. A jelenség okainak feltárása fontos eredményekkel bírhat mind a tudomány, mind az üzleti szféra számára. További két fontos kutatási irányt jelölnek ki az eredmények. Az első meghatározni egy olyan stratégiát az M-Pesa számára, amellyel sikeres lehetett volna a romániai piacon. A második, hogy a további ilyen típusú nemzetközi terjeszkedések sikeresen szoktak-e végződni és hogy mi az oka a sikerességüknek vagy éppen a sikertelenségüknek.

Tóth Fanni: Kifizetődő-e az "okosítás"? - Smart trezorok a kiskereskedelemben

fanni.toth0827@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy, MA, 4. félév

Témavezetők:
Dr. Juhász Péter, egyetemi docens, BCE GTK

A készpénzgazdálkodás kulcsfontosságú feladat a kiskereskedelemben, mivel a készpénz tárolása, kezelése, szállítása és az ezekhez kapcsolódó feladatok tervezése rendkívül idő- és költségigényes tevékenységek. E költségek optimális készpénztartási szint melletti minimalizálásában segíthetnek az elmúlt években megjelent úgynevezett smart trezorok. A tanulmányban áttekintem a készpénzhasználat mértékét hazai és nemzetközi szinten, majd bemutatom a készpénz útját az egyes gazdasági szereplőkön keresztül. Elemzem a vállalati likviditásmenedzsment és a kiskereskedelmi készpénzgazdálkodás folyamatát és a készpénztartás költségeit is.
Az okos trezorok tulajdonságainak ismertetését követően megvizsgálom, hogy egy hazai országos üzletláncnak kifizetődő-e bevezetni a smart trezorokat. Az eredmények szerint használatuk munkaidőt takarít meg, a készpénzszállítás optimalizálása jelentős költségcsökkenést eredményez, miközben javítható a cég likviditása is. Ugyanakkor a vizsgálat rávilágít: a trezorok havi bérleti díja és beépítésük is növeli a költségeket, összességében ezért a vizsgált cégnek nem éri meg az új technológia alkalmazása.
Mivel a készpénzszállítási igény csökkentésére alternatív megoldásként a bankkártyás fizetések ösztönzése kínálkozik, megvizsgálom, hogy ennek megvalósítása milyen költségelőnyöket ígér. Az eredményekből kiderül: Magyarországon a mai díjak mellett még egy nagyvállalatnak sem éri meg ösztönözni a bankkártyás fizetések terjedését.
Saját munkahelyi projektem eredményeit felhasználva mutatom be a tanulmányban a költségcsökkentő intézkedések bevezetésének lehetőségeit, majd az eredményeket összefoglalva kitérek azok általánosíthatóságára és korlátaira is. Rámutatok: a hazai szabályozás is akadályozza a technológia elterjedését, ezért érdemes volna azt újragondolni.

VÁLTOZÁSMENEDZSMENT KIHÍVÁSOK ÉS INNOVATÍV MEGOLDÁSOK

Zsűrielnök: Prof. Dr. Dinya László, egyetemi tanár, EKE GTK
Társelnök: Dr. Ujhelyi Mária, egyetemi docens, DE GTK
Tagok: Dr. Baranyai Zsolt, főiskolai docens, MET
Dr. Rácz Béla-Gergely, egyetemi adjunktus, BBTE KGTK

Balogh Dóra: Coworking itthon? Javaslat a coworking irodák marketing stratégiájára

doiii.balogh@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Marketing, MSc, 3. félév

Témavezető:
Kovács István, mesteroktató, BME GTK

A dolgozatom témája a coworking jelenség bemutatása hazánkban. A témaválasztás mögötti motivációt a napjainkban aktuális közösségi, azaz "share nézetek" adták. Melyek során a közösségi irodák működésével foglalkozom részletesebben.
Miért pont a coworking irodák? Talán azért, mert korábban lehetőségem volt megtapasztalni a hagyományos üzleti modellekre épülő szolgáltatásnyújtási folyamatokat, a coworking irodák adta egyszerű hozzáféréssel szemben. Ezen alapvető eltérés mentén a dolgozatom a következőképen épül fel. Az átláthatóság érdekében készítettem egy STEEP elemzést, hogy az általános jelenségektől eljussak az igazán fontos, befolyásoló trendek azonosításáig. Itt többek között szó esik az Y generációs hatásokról, az irodapiaci boom-ról, a fokozódó környezetvédelemről stb. Az eltérő elveken működő modellek között a különbség bemutatása érdekében, először a hagyományos modellek sajátosságait veszem sorra, ismertetem a coworking eredetét és egyediségét. A két modell ütköztetése után az általam választott Loffice coworking iroda példáján keresztül SWOT analízist készítek.
A következtetések levonása és javaslattétel előtt, megkell vizsgálni a coworking irodák lehetséges stratégiai és taktikai lépéseit. Ehhez marketingkutatási tervet készítek, ahol első lépésként meghatározom a vezetői és kutatási kérdéseket. Majd ezek után primer és szekunder típusú adatgyűjtéssel folytatom a vizsgálódást. A szekunder informálódás tekintetében
rengeteg friss online publikációt használtam fel, a primer típusú adatgyűjtésnél pedig kvalitatív és kvantitatív módszereket alkalmaztam. A kvalitatív kutatásnál a Loffice irodának köszönhetően lehetőségem volt személyes találkozóra és interjúkészítésre is, a cég egyik társ alapítójával, Klementz Katával. A share economy nézetek piacra mért hatását, és a működési modellek diverzivitását tekintve szerettem volna egy szakértő véleményét kikérni a dolgozatomban. Ezért mélyinterjú keretein belül kérdéseket tettem fel a Sharing Economy Szövetségi Elnökének, Pataki Gábornak. A kvantitatív kutatás esetében pedig három coworking irodánál végeztem online kérdőíves felmérést. Ezek után teljessé vált az átvilágítás, így innentől kezdve biztos alapokon állhat a marketing stratégára tett javaslattétel.
Zárásként tehát összegzem ez eddigelmondottakat, majd jövőbenéző marketing stratégiai javaslatot adok közösségi irodák versenyképességének a fenntartásához.

Drabancz Áron: Az autózás új „világa”?! – Az elektromos autózás lehetőségei napjainkban

aron.drabancz@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Mészáros Tamás, egyetemi tanár, BCE GTK

A globális felmelegedés a világ egyik legjelentősebb problémája: nemzetközi szervezeteknek, államoknak, vállalatoknak és egyéneknek ma is nap mint nap reagálniuk kell az ebből fakadó kihívásokra. E tény az autóiparban jelentős változásokhoz vezetett, mely alapjaiban forgathatja fel az iparág működését a jövőben. Tanulmányom célja megvizsgálni, hogy a fenntarthatósági szempontok erősödése miként hatott az autóipari átalakulásra, különös tekintettel az elektromos autók elterjedésére.
Kiinduló feltételezésem az volt, hogy a fenntarthatósági okok miatt lezajlott fejlesztések hatására az elektromos autók versenyképessége jelentősen megközelítette a belső égésű motorokkal rendelkező gépjárműveket. Egyúttal a magyar és a nemzetközi köztudat is lényegesen adaptívvá vált az elektromos autózással kapcsolatban, így a jövőben az elektromos autók részaránya jelentősen növekedhet. A kérdés megvizsgálása érdekében elemeztem az érintettek jelenlegi ösztönzői környezetét, az elektromos autózás elterjedésének lehetőségét, közben rámutattam, hogy a belső égésű és elektromos autók közötti versenyképességi különbség jelentősen szűkült.
Dolgozatomban a hazai és a nemzetközi felmérések eredményeire támaszkodva saját készítésű kérdőívvel mértem fel az elektromos autózással kapcsolatos magyar felsőoktatási hallgatók attitűdjét. A primer kutatás eredményei alapján az egyetemisták nyitottak az elektromos autózás iránt (magas rezervációs ár, elektromos autókból fakadó kényelmetlenségek elviselése), így jövőben jelentős piacot teremthetnek az elektromos autóknak.
Megvizsgáltam továbbá, hogy a változás a piaci folyamatokban leképeződött-e, vagyis az elektromos autózás terjedését segítő bejelentések pozitívan hatottak-e a vállalatok értékére az elmúlt években. Eseményelemzés segítségével rámutattam, hogy az alternatív járművek fejlesztéséhez kapcsolódó bejelentések esetén a részvények szisztematikusan felülteljesítették a várakozásokat, ám a hatás nem volt minden esetben szignifikáns.
Kutatásom során azt tapasztaltam, hogy az elektromos autózás terjedése a jövőben felgyorsulhat az adaptív környezet szélesedésével, a technológia fejlődésével, valamint a tömegtermelés kialakulásával, azonban az elektromos autók pontos jövőbeli szerepe ma még nem meghatározható.

Filinger Kitti: Netre fel! A digitális környezet hatása a tanulásra

f.kitti16@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 3. félév

Témavezető:
Benke Mariann, tanársegéd, PTE KTK

A dolgozat Y és Z generáció tanulási szokásait vizsgálja a tekintetben, hogy az információs és kommunikációs technológiák milyen hatást gyakorolnak rá. Y és Z generáció tagjai digitális bennszülöttek, 95%-uk napi szinten használja az IKT-eszközöket, sok esetben a tanulás során is jelentős szerepet kap. Számos kérdés merül fel, hogy pozitív hatással van-e a hallgatók teljesítményére, tanulási szokásaira a digitális környezet, vagy sem. Szekunder kutatásom során a téma elméleti megalapozásához először a tanulási elméletekről nyújt a dolgozat rövid áttekintést, azok IKT-val való összekapcsolásáról, majd ezt követően kerül kifejtésre az említett két generáció, illetve az IKT jelenléte a tanulásban és oktatásban. Primer kutatásomat a már említett Y és Z generációs magyar egyetemisták körében végeztem. A kérdőív három kérdéscsoportot tartalmaz, egyrészt demográfiai adatokra vonatkozó kérdések, a második kérdésblokk az IKT-eszközhasznlatra, míg a harmadik az önszabályozott tanulásra és motivációra fókuszál. Szekunder és primer kutatásaim alapján, a feldolgozott tanulmányok és adatok ismeretében arra a megállapításra jutottam, hogy Y vagy Z generációhoz való tartozás nem befolyásolja az IKT-eszközhasználat mögötti motivációt, valamint a hallgatók tanulmányi átlaga és az IKT-val támogatott önszabályozott tanulás tudatossága között nincs kapcsolat.

Füle Roxána: Változás! Azaz a digitalizálódó, automatizált világ és annak humán kihívásai

fuleroxana94@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 3. félév

Témavezető:
Benke Mariann, tanársegéd, PTE KTK

A dolgozatom középpontjában az új technológiák hatása és elfogadottság áll, abból a szempontból vizsgálva, hogy az egyéni szinten gyakori az ellenállás a változással szemben. Azonban tudjuk, hogy minden változik, semmi sem állandó.
Dolgozatom első fejezetében törekedtem rá, hogy egy átfogó képet adjak a változás menedzsment elméleti vonatkozásáról, különösképpen az ellenállásról és annak feloldásáról. Ezt követően megvizsgáltam, hogy mik azok a jelenlegi trendek, amik formálják a gazdaság alakulását, tekintve a legújabb technológiai fejlesztéseket és az Ipar 4.0 jelenségét. Majd a hatásának vizsgálatára tértem ki, illetve arra, hogy hogyan fogja érinteni a munkavállalókat, az egyéneket, és mi szüksége, ahhoz hogy készen álljanak a változásra.
A primer kutatásom során kérdőíves megkérdezéssel gyűjtöttem adatokat és elemeztem őket statisztikai módszerekkel. Arra voltam kíváncsi, hogy vajon tényleg negatívan érinti a változás az egyéneket, illetve a fizikai vagy a szellemi munkások elfogadóbbak-e a technológiai változásokkal szembe és mennyire felkészültek a készségek tekintetében a munkavállalók a jövőre.
A kutatásom eredménye egyrészről meglepő volt, mivel a kitöltők jelentős része pozitívan állt a változással kapcsolatos kérdésekhez, viszont beigazolódott a feltételezés, mely szerint a fizikai munkások jobban tartanak a technológiai változásoktól és attól, hogy akár a munkahelyüket is veszélyeztetheti. Illetve a kitöltők több mint a fele magabiztosnak érzi magát, abban hogy megfelelő készségekkel rendelkezik, hogy a jövőben is megállja a helyét a munkaerőpiacon. Szerintem ezekkel a kérdésekkel érdemes már most foglalkozni, hiszen elkerülhetetlen, hogy a fejlődés teret hódítson az életünk minden szegmensében, ezért a kutatásomat frissnek és relevánsnak tartom.

Katona Krisztina: Generációváltás a családi vállalkozásokban a jövőképek összevetése egy mezőgazdasági példában

katona.krisztina.0331@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Titkos Csaba, egyetemi docens, PTE KTK

A dolgozat célja megismerni a családi vállalkozások generációváltását, és feltárni a nehézségeket. Mindezt sajátos módon egy mezőgazdasági családi vállalkozás működésén keresztül. A példában a jövőképek kerülnek előtérbe, a generációváltás első lépéseinek egyikeként.
A szakirodalom átvizsgálása és egy témában jártas szervezetfejlesztővel történő beszélgetés hatására azt a hipotézist állítottam fel, miszerint a vizsgált családi vállalkozás generációváltásban érintett családtagjainak a jövőre vonatkozó elképzelései különböznek. A kérdésem pedig az, hogy vajon mennyire.
Kutatásomat egy mezőgazdasági családi vállalkozás generációváltásban érintettjeinek körében végeztem, azaz az apa és fiai voltak az interjúalanyaim. A jövőképekről, elképzelésekről mélyinterjú keretében, személyesen beszélgettem az érintettekkel. Az eredményeket gondolati térkép és Venn-diagram segítségével ábrázoltam. Az elemzést követően javaslatokat is teszek.
Kutatásom eredménye, hogy valóban van különbség a vizsgált családi vállalkozás generációváltásban érintett családtagjainak jövőképei között, ugyanakkor számos hasonlóságot is mutatnak. A közös pontok lehetnek a garanciái a további munkának.

Ország Anna: Personalized recommendation for cold start problem

panni.tucs@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Természettudományi Kar
Alkalmazott matematikus, MSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Kovács Edith Alice, docens, BME TTK

A jelen munkában bevezetek egy olyan eljárást, amivel termékeket személyre szabottan javasolhatunk egy új felhasználónak. Ezt a szakirodalom "cold start" problémának nevezi.
Napjainkban a kereskedelem egyre inkább az internetes weboldalakon zajlik. Az ajánló rendszerek nagy népszerűségnek örvendenek, mivel elősegítik a döntéshozatalt, segítségükkel megfelelő termékek, szolgáltatások kerülnek a megfelelő felhasználókhoz. Az ajánlórendszerek, kiindulva a felhasználó profiljából, előző tevékenységeiből, segítik elő az termékajánlást. Ha viszont egy új felhasználó lép a rendszerbe, ezek az információk hiányoznak, ennek a problémának a kezelésére adtam egy lehetséges módszert.
A klasszikus gazdasági döntéshozatali modellek, amelyek a hasznossági függvényre épülnek sajnos nem alkalmazhatók erre a problémára. Az új felhasználónak nincsen egyértelmű hasznossági függvénye, sőt a szempontjait és annak értékeit nem tudja preferencia alapján sorolni. Az ilyen fajta gazdasági szereplő az úgy nevezett korlátozott racionalitás mellett hozza meg döntéseit. Herbert Simon elmélete alapján az ilyen szereplő nem optimalizál, hanem keresgél, amíg rátalál arra a termékre, ami a elvárási szempontjainak megfelel.
A dolgozatban bemutatok, néhány fontos eljárást a több szempontú döntéshozatalra, majd rámutatok, miért szükséges bevezetni egy új módszert az új felhasználó problémájára.
A bevezetett módszer a korlátozott racionalitás elvéből indul ki szem előtt tartva, hogy felhasználónak vannak eredeti elvárásai, és vannak szubjektív elvárásai is.
Az új módszer a Bayes hálózatokra épül. Miután ismertetem az elméleti hátterét, bevezetem a matematikai modellt, aminek lépéseit egy mobil telefonajánláson illusztrálom. Az új módszer előnyei közt mondható, hogy megoldja az új termék ajánlásának problémáját is. Az új felhasználó egy rangsorolt listát kap a termékekről, amelyek relevánsak az elvárásaira nézve.

Szász Réka: Közösségi finanszírozás - A közösségi finanszírozás ökoszisztéma keresleti és kínálati oldalának elemzése

rika.szasz@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Szabó Zsolt Roland, egyetemi docens, BCE GTK

A közösségi finanszírozás (crowdfunding) új alternatív finanszírozási módként világszerte növekvő népszerűségnek örvend, viszont Magyarországon még mindig nagyrészt ismeretlen jelenségnek számít. Fontos kiemelni, hogy a közösségi finanszírozás szakirodalma sem alakult ki teljesen. Ezért lényeges megvizsgálni, hogy a crowdfunding milyen lehetőségekkel bír a magyar potenciális befektetői kör számára. Kutatásom célkitűzése a crowdfunding ökoszisztéma keresleti és kínálati oldalának vizsgálata, elemzése volt.
Kutatásom során két eltérő módszertant alkalmaztam. Egy kérdőív segítségével megvizsgáltam, hogy a közösségi finanszírozás fogalma és jellemzői jelenleg mennyire ismertek Magyarországon, illetve feltérképeztem a jövő potenciális befektetőinek megközelítéseit, prekoncepcióit és motivációit is a témával kapcsolatban. Előzetes szakirodalmi kutatásaim alapján az volt a feltételezésem, hogy a magyar célközönség körében a jutalomalapú modell (Reward-based) lesz a legismertebb és a leginkább preferált a négy crowdfunding modell közül. Ebből kiindulva második módszertanként a CrowdBerkeley adatbázishoz hozzáférést nyerve 259.114 db – a világszerte legnagyobb ismertségnek örvendő jutalom alapú platformon – a Kickstarter-en indított kampány elemzését hajtottam végre.
A közösségi finanszírozás magyarországi ismertsége, elterjedtsége nem mérhető a jelenség nemzetközi szintjéhez, és ez hatással lehet a jövőbeli befektetések valószínűségére is. Így, a potenciális magyar befektetőket informálni és edukálni kell a közösségi finanszírozásról és annak lehetőségeiről azért, hogy a jövő befektetőinek körét bővíthessük. A crowdfunding, mint társadalmi innováció, hatására a gazdasági relációk teljesen újszerű módon alakulnak ki és változnak; a jelenség a vállalkozók, az ötletgazdák és az új vevők szerveződési metódusaira is jelentős mértékben hatással van – így aktívan segíti a technológiai innovációk fejlesztését, elterjedését és megvalósulását.
A közösségi finanszírozás kivételesen fontos eszköze lehet a gazdaság ösztönzésének, élénkítésének és felfrissítheti mind a vállalkozói, mind a befektetői kultúrát.
Az összeállított fogyasztói profil; a „nem befektetés", mint döntés fő okainak; valamint a legsikeresebb és legkevésbé sikeres közösségi finanszírozási kampányok jellemzőinek vizsgálatával, összekapcsolásával sikerfaktorokat állapítottam meg, melyek hasznosak lehetnek a kampányindítók számára.

Szentirmai Bàlint: Nyomtatott bizonylatot nem kérek - a kiskereskedelmi bankszektor digitalizációs kihívásai

szentirmai.balint@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 6. félév

Témavezető:
Buzder Lantos Gábor, PhD hallgató, BCE GTK

A dolgozat azt vizsgálja, miért jelent kihívást a digitalizáció a kiskereskedelmi bankszektor szereplőinek. A szektor minden szereplője aktívan követi az iparág digitalizációját, egy szereplő sem negligálhatja az üzlet alapvető megváltozását. A szerző a romboló innnováció elméleti keretrendszerével mutatja be, miért fenyegetik az inkumbenseket az új belépők termékei. Ezt két vagyonkezelésben tevékenykedő startup, a Betterment és a Weatlhfront inkumbensekkel való összevetesével teszi. Ezután a dolgozat a kulcs képességek és merevségek keretrendszerével vizsgálja, hogy miért jelent a digitalizáció kihívást az inkumbens bankoknak. A különböző képességek tudásgyűjtemények formájában testesülnek meg, és összetett, egymásba ágyazott rendszert alkotva hatnak a bankok digitalizációs folyamataira. Írásom arra az eredményre jut, hogy a kihívás fő oka az, hogy azok a kulcs képességek, amik a bankok jelenlegi versenyelőnyét adják, kulcs merevségként lépnek fel a digitalizáció útjában, és hátráltatják annak megvalósulását. Az elméletet két magyar bank elemzésével támasztja alá. A kockázatkerülés és a szoros kontroll normái átjárják a bankok fő kulcs képességeit, melyek feltételei a mindennapi működésnek, ugyanakkor hátráltatják az innovációt és a digitalizálást.

Tóth János: Kompetencia alapú sikertényezők, a projektvezetési tapasztalatok függvényében

toth.janos92@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MA, 3. félév

Témavezető:
Dr. Blaskovics Bálint, egyetemi adjunktus, BCE GTK

A projektmenedzsment területén számos szerző és gyakorló szakember próbálta már azt a kérdést megválaszolni, hogy mitől lehet sikeres egy projekt, vagy mi alapján mondhatunk egy projektet sikeresnek. Az elmúlt ötven évben jelentős számú, értékelésre alkalmas viszonyítási alap, ún. sikerkritérium, és sikerhez jelentős mértékben hozzájáruló faktor, ún. kritikus sikertényező került azonosításra. Abban azonban szinte minden szerző egyetért, hogy a projektvezetőnek kiemelt szerepe és hatása van a projekt sikerességére nézve, ezért az ő kompetenciái és tudása jelentős fontossággal bírnak a projekt eredményességére vonatkozóan. A szakirodalom elsősorban a projektvezetőtől elvárt képességeket, személyiségjegyeket és egyéb jellemzőket vizsgálja, ellenben arra kevés kutatás szentel figyelmet, hogy a projektvezetési tapasztalat alapján differenciálja a projektvezetőtől elvárt kompetenciákat vagy azokat, amelyeket a projektmenedzserek fontosnak tartanak. Erre a hiányosságra alapozva vizsgálom meg a kezdő és tapasztaltabb projektvezetők által fontosnak tartott kompetenciákat, melynek módja, hogy a Vodafone Magyarország projektmenedzsereit kérdeztem meg a különböző kompetencia alapú sikertényezők fontosságáról, kérdőív formájában. A kutatási célokkal összhangban a következő kutatási kérdéseket fogalmaztam meg:

1. Milyen eltérések tapasztalhatók abban, hogy az eltérő (kevesebb vagy több) tapasztalattal rendelkező projektvezetők milyen kompetenciaterületek segítségével érnek el sikereket, véleményük szerint melyek fontosak a projekt sikeres menedzseléséhez
2. Milyen módon lehet segíteni a kevesebb projektvezetési tapasztalattal rendelkező projektmenedzsereket abban, hogy sikeresebbek legyenek a projektjeik vezetése során, és sikeres projektmenedzserekké váljanak?

A kutatás online kvantitatív kérdőíves megkérdezésen alapul, melyet a személyes mélyinterjúkon alapuló kvalitatív kutatással egészítettem ki, a kvantitatív kérdőív eredményeinek tágabb véleményformálási lehetősége és az egyes válaszok mögöttes okainak megismerése érdekében. Kutatásom során deskriptív statisztikai elemzéseket alkalmaztam, hogy megtaláljam az egyes tapasztalati kategóriák jellemzőit.

Kutatásom során beazonosítottam, hogy az eltérő tapasztalattal rendelkező projektvezetők miket tartanak fontosnak, tehát szerintük mi a sikerhez vezető legjobb út. Így lehetőség adódik arra, hogy az elvárt kompetenciák azonosításra kerülhessenek.

Zsurka Richárd: Hogyan tovább családi vállalkozások? - A családi vállalkozások generációváltása Magyarországon

zsurkarichard@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 8. félév

Témavezető:
Dr. Kállay László, egyetemi docens, BCE GTK

A dolgozatom központi témája a családi vállalkozások generációváltása. Ezen belül elsősorban azt a folyamatot keresem, amely során az aktuális tulajdonos és vezető, a családfő a legoptimálisabban tudja átadni vállalkozását az utódja vagy utódjai számára. Emellett szeretnék kitérni a generációváltás nehézségeire, problémáira és arra, hogy milyen egyéb lehetőségei vannak a vállalkozás vezetőjének abban az esetben, amikor utódja nem veszi át tőle a vállalkozást. A téma nagyon aktuális Magyarországon, hiszen a rendszerváltást követően megalakult családi vállalkozások vezetői 20-25 év aktív munkát követően mostanra jutottak el arra a pontra, amikor át kell adniuk a vállalkozásukat, vagy legalábbis el kell gondolkodniuk a vállalkozásuk átadásáról a következő, fiatalabb generációnak. A dolgozatom során megpróbálom áttekinteni a témában született korábbi kvantitatív elemzéseket illetve saját kvalitatív kutatásra is szeretnék támaszkodni. Kvalitatív kutatásként készítek mélyinterjúkat olyan vállalkozókkal és utódjaikkal, akiknél jelenleg zajlik ez a folyamat, vagy a következő 5-10 évben fog megtörténni és ezt a szakirodalommal párosítva próbálom meg a legmegfelelőbb utódlási folyamatot bemutatni.

VEZETÉS, SZERVEZÉS I.

Zsűrielnök:	Dr. Lazányi Kornélia Rozália, egyetemi docens, OE KGK
Társelnök:	Dr. Krajcsák Zoltán, egyetemi docens, BGE PSZK
Tagok:	Dr. Lőre Vendel, egyetemi docens, SZE KGK
	Dr. Berényi László, egyetemi docens, ME GTK

Bereczki Csaba Nándor: Vezetői gondolkodás vizsgálata a startupok körében

bercsa0912@gmail.com
Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök, BSc, 7. félév

Témavezetők:
Dr. Berke Szilárd,egyetemi docens, KE GTK
Dr. Szabó-Szentgróti Gábor, egyetemi docens, KE GTK

A dolgozat célja egyrészt a stratégiai gondolkodásmód, másrészt az értékteremtő kulcsfolyamatok vezetésének sajátosságainak feltárása startup vállalkozásoknál. Strukturált mélyinterjús megkérdezést folytattam három országban startup vállalkozások vezetőivel, hogy megismerjem, és feltárjam a vezetők stratégiai gondolkodását és személyes eredményességük tényezőit. Kutatásom rámutatott, hogy a résztvevő cégvezetők magas szinten, a tőlük telhető legnagyobb odafigyeléssel foglalkoznak az alkalmazottakkal.

Besenyei Zsuzsa: Meterséges siker - Csapat bárkiből?

bes.zsuzsa@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 7. félév

Témavezetők:
Tasi Péter, mestertanár, BGE PSZK
Dr. Katonáné Kovács Judit, adjunktus, DE GTK

Manapság sokakat foglalkoztat az, hogy mitől lesz egy csapat sikeres. A tagok tapasztalatától? Egy remek ötlettől? Vagy éppen attól, hogy a tagok jól ismerik egymást és motiváltak? Képzeljünk el egy olyan vállalkozást, amely ezek közül egyikkel sem rendelkezik: adott tizenöt személy, akik nem ismerik egymást, szinte semmi tapasztalatuk nincs az üzleti életben, és mégis alapítaniuk kell közösen egy vállalkozást, melynek célját csak ezt követően határozzák meg. Együtt tudnak működni egymással? Képesek találni egy közös célt, ami mindenkit motivál? Létre lehet egyáltalán hozni egy sikeres vállalkozást ilyen mesterséges körülmények között?
Bármennyire is hihetetlen, ez egy valós szituáció a Team Academy képzésen, melynek célja, hogy a hallgatókból vállalkozókat képezzen. Dolgozatomban arra kerestem a választ, hogy lehet-e egyáltalán ilyen speciális körülmények között sikeres vállalkozást létrehozni, valamint ha igen, mennyiben kell más szempontokat figyelembe venni, mint egy „természetes" körülmények között működő vállalkozás esetében.
Primer kutatásomat két részre osztottam. Először a Team Academy nemzetközi hálózatát kihasználva készítettem egy kérdőíves felmérést a külföldön működő csapatokról. Kutatásom második szakaszában egy konkrét csapatra koncentráltam, melynek munkáját megfigyeltem, majd a tagokkal személyes interjút is készítettem, így lehetőségem volt mélyebben vizsgálni a működésüket. A kutatások eredményét végül összehasonlítottam és ezek alapján döntöttem hipotézisem helytállóságáról.
Kutatásom eredményei alátámasztották a hipotézisem egy részét, miszerint valóban lehet mesterséges körülmények között is sikeres csapatokat létrehozni, dolgozatom elején azonban azt is állítottam, hogy a Team Academy-s csapatok összeállításánál más szempontokat kell figyelembe venni, mint egy „hagyományos" vállalkozás esetében. Ez a felvetésem hamisnak bizonyult, hiszen ugyanazok a tényezők fontosak minden sikeres csapat összeállításánál. A különbség sokkal inkább a csapatok későbbi működésében van, hiszen itt már észrevehetőbbek a mesterséges körülmények, pl. a coach-ok jelenléte. Emiatt sok csapatnál tapasztaltam, hogy hiába kifogástalan az összeállításuk, a gyakorlatban mégsem működnek jól. Ennek alapvetően két okot neveztem meg: a coach-ok sokszor nem találják az egyensúlyt a mentori és a coach szerep között, illetve túl nagy az egyetem részéről érkező nyomás. Összességében azonban dolgozatom egyértelműen bizonyítja, hogy a képzésben rengeteg lehetőség rejlik.

Cserna Benjámin: A munkahelyi légkör fontossága, leírása és mérése

benjamincserna7@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 5. félév

Témavezető:
Dr. Balogh Gábor, adjunktus, PTE KTK

A szervezeti légkör manapság gyakran használt kifejezéssé vált. Bár általánosan ismert fogalom, pontos definíciója gyakran a tudományos köztudatban sem tisztázott. A dolgozat arra a fő kérdésre kíván választ adni, hogy a munkavállalók bizonyos csoportjainak eltérő elképzelései, közelítésmódjai, attitűdjei vannak-e a szervezeti légkör kérdésében. Arra is szeretnék rávilágítani, hogy milyen komponensek jelennek meg más súllyal, illetve hogyan alakulnak a preferencia sorrendek nemek, életkorok és szervezetnél eltöltött idő szerint?
A vizsgálatom során kérdőíves megkérdezést alkalmaztam, a kutatás célcsoportját a magyar munkaerőpiac szereplői, 18 és 72 év közötti munkavállalók képezték. A válaszok elemzéséhez IBM SPSS 23-at használtam. Összesen 119 munkavállalót sikerült elérnem. A Kar vállalati hetén, illetve több oktató segítségével célzottan kerestem fel vállalatokat (pl. Hauni Hungária Kft.), ahonnan válaszokat is kaptam.
A releváns szakirodalom áttekintését követően világossá vált, hogy a légkör tudatos, stratégiai jellegű fejlesztése hozzájárulhat a szervezetek sikeréhez. Kutatásom során azt vizsgáltam, hogy érdemes-e a munkavállalók bizonyos osztályozó ismérveit figyelembe venni a szervezeti légkör kialakítása során. Eredményeimből azt a hasznos következtetést vonhattam le, hogy a dolgozók különböző csoportjaihoz alkalmazkodva a szervezeti légkör más-más elemeit fejlesztve egyszere növelhető a munkavállalói elégedettség és szervezet hatékonysága.

Filep Roland: „Csak a változás állandó" – Változásmenedzsment a Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei kisvállalkozások körében

filep.roland@econ.unideb.hu
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MA, 3. félév

Témavezető:
Dr. Ujhelyi Mária, egyetemi docens, DE GTK

Az elmúlt évtizedben számos globális és lokális szintű változás is végbement. A gazdasági világválság jelentős mértékben érintette a magánszektort, szükséges volt változtatni az addigi üzletmeneten, az elmúlt években pedig a legtöbb iparágban már véget ért a „hét szűk esztendő", a gazdasági szereplőknek újabb jelentős változásokkal kell szembenézniük. A KKV szektor működési helyzete, versenyképessége kihat a magyar gazdaság teljesítményére és meghatározó módon befolyásolja a foglalkoztatást, ezért a változáskezelés kérdése mindig fontos és aktuális témát jelent.
A dolgozatomban azt vizsgálom, hogy a jelenlegi turbulens környezetben a kisvállalkozások vezetői mennyire felkészülten és tudatosan kezelik a változásokat, milyen magatartást tanúsítanak és mely lépéseket követve vezetik át a szervezetet a kisebb-nagyobb változási folyamatokon.
Primer kutatásomban az önkitöltő kérdőív használata mellett a válaszadást követően interjúkat is készítettem, így a válaszok hátterére, a miértekre is magyarázatot kaptam. A KKV szektoron belül a kisvállalkozásokat vizsgáltam, a válaszok közötti összefüggésekre voltam kíváncsi így keresztábla elemzéseket készítettem.
A konkrét céljaim között szerepelt annak feltárása, hogy a vezető McGregor-i emberképe befolyással van-e a változtatás sikerességére, valamint a hatalomrészvétel modell segítségével azt vizsgáltam, hogy a beosztottak bevonása valóban csökkenti-e a változással szembeni ellenállást, a változás véghezvitelének egyik legfontosabb sarokpontját. Mindkét vizsgálat szignifikáns összefüggést mutatott, az előbbinél gyengébb, az utóbbinál erősebb volt ez a kapcsolat.
A kisvállalkozások vezetőinek körében megvizsgáltam, hogy kellő figyelmet fordítanak-e önmaguk szakmai képzésére és kérik-e külső tanácsadó segítségét, de a nyilatkozatuk alapján kizárólag a saját korábbi tapasztalataikra hagyatkoznak változás idején. Feltételezésem szerint egy változáskezelési folyamat során a vezetők annak konkrét ismerete nélkül is követik a Kotter-féle modell egyes elemeit, amely igazolódott, viszont kimaradhatnak fontos lépések, így szükség van a vezetők célzott fejlesztésére. Az utódlás kérdésével kapcsolatban a nemzetközi tendencia figyelhető meg, nem foglalkoznak tudatosan ezzel a fontos kérdéssel.

Kézai Petra Kinga: Nők a startup vállalkozások világában

kezai_petra@hotmail.com
Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Konczosné Dr. Szombathelyi Márta, egyetemi tanár, SZE GK

Az OTDK dolgozatomban a nők szerepének a feltárása a startup vállalakozások világában témakör elemzését tűztem ki célul. Célom, hogy átfogó képet adjak a mai magyar startup ökosziszémáról, azon belül is a női vállalkozók helyzetéről és bemutassam a mai női startuppereket. Kutatási kérdésem, amelyre keresem a választ: Milyen jellegzetességei és befolyásoló tényezői tárhatók fel a hazai startupoknak, kiemelten az azokban szerepet játszó női vállalkozóknak?
Kutatási módszertan: Szekunder kutatást végeztem, szakirodalmat segítségével történelmi áttekintést adok a női szerepek fejlődéséről illetve a startup vállalkozások kialakulásáról és fejlődéséről. Primer kutatásom során adatbázis elemzést végeztem az amerikai Crunchbase adatbázis adatai alapján, megvizsgáltam regisztrált magyar startup vállalatokat. Készítettem egy kérdőívet, melyet a startup téma iránt érdeklődők és vállalkozók töltöttek ki. A kérdőív kiértékelése után maradtak tisztázatlan pontok a hipotéziseim között, ezért a magyar startup világ már elismert szakembereihez fordultam, hogy osszák meg tapasztalataikat. Interjú alanyaim: Kalmárné Dr. Hollósi Erika, a Győr-Moson-Sopron Megyei Kereskedelmi és Iparkamara Projektmenedzsere; Háry Letícia, Magtej.hu alapítója; Molnár Pál, a Szintézis-Net Kft. cégvezetője és a TicketNinja alapítója; Szabó Krisztián, StartITup Győr megálmodója és szervezője; Sáhó László, X-angel.hu alapítója, üzleti angyal. Több rendezvényen is jártam a StartITup Győr, a Széchenyi Egyetem és a Győr-Moson-Sopron Megyei Iparkamara szervezésében, ahol a startup témában szakértőkkel beszélgettem.
A kutatás eredményeképpen elmondható, hogy a startup jelenleg egy nagyon népszerű téma. A médiában zajló promotálás következtében a nagyközönségben is felkelti az érdeklődést új vállalkozási ötletek megvalósításához, viszont Magyarországon az 1000 főre jutó startup vállalkozások száma az európai országok átlagához képest elmarad. A vállalkozói attitűd egyértelműen azonosítható a startup vállalkozásoknál. A magyar startup vállalkozásokban a női vezetők aránya hasonlóan alakul, mint az európai startup vállalatoknál. Az európai trendhez hasonlóan a magyar női startupper kora vállalkozásuk indításakor 25-34 év közé esik. A női startuppereket gátló tényezők komplexek, jellemzően családi és társadalmi okokra vezethetők vissza.

Oldal Judit: Hogyan motiváljuk az Y generációs középvezetőket?

oldal.judit29@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Emberi erőforrások, BSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Sólyom Andrea, egyetemi adjunktus, BCE GTK

A magyar középvezetők motivációját és motivációs eszköztárát állítottam a vizsgálat középpontjába.
A generáció menedzsment időszerű kérdései új -az emberek érzéseire és saját motivációira építő- vezetési stílusok születését feltételezi. Választ keresek arra a kérdésre, hogy milyen tényezők határozzák meg a vezetési stílust akkor, amikor a gyors változás és a különböző generációk új kihívások elé állítják a vezetőket.
A profit orientált vállalatoknál az új irányvonal véleményem szerint túl kell, hogy mutasson a profit kizárólagos növelésén illetve maximalizálásán. Egyre nagyobb hangsúlyt kell hogy kapjon a munkavállaló személyisége, önmegvalósítási igénye és mindezek harmonizációja a vállalati célokkal.
Dolgozatomban bemutatásra kerülő, érzelmekre fókuszáló vezetési technikák vizsgálata, meghatározása és a primer kutatás vezetett a középvezetői motivációt és vezetési stílust meghatározó modell megalkotásához.
Kvalitatív kutatásom során hat mélyinterjú eredményein végzek tartalomelemzést. Az adatokból a személyek generációs és motivációs attitűdjére következtetek. Kvalitatív kutatást használok, mert ez által az emberek mélyebb gondolatait, érzéseit ismerem meg. A hat mélyinterjú elemzéséhez a megalapozott elmélet - Grounded Theory – elemzési módszert alkalmazom. Az adatokat, fogalmakat érzékenyen vizsgálom, azaz először a kódolást készítem el, majd az interjúk egyes részeit kategóriákba sorolom, elemzem a kódolt részeket, megvizsgálom az egyes kategóriákban szereplő kódok előfordulási gyakoriságát az interjúkban, és felszínre emelem az eddig nem látható, látens fogalmakat is. Végül értelmezem a kapott kódokat, gyakoriságokat, és levonom a következtetéseket. Megállapítom absztrakciós szintjeik alapján a magasabb és alacsonyabb rendű fogalmakat, majd megvizsgálom ezek összefüggéseit, kapcsolatát az interjú szövegekben.
A középvezetői motivációt és vezetési stílust meghatározó modell, négy kategóriát tartalmaz:

- a kritikát elfogadó, tudásorientált, megengedő vezetési stílusú és motivátora a tanulás,
- az optimista, minőség orientált, mindhárom vezetési stílust vegyíti, vezetői kiváltságokkal motiválható,
- a koncentrált, teljesítmény orientált, autokrata stílusban vezet és motivátora az önmegvalósítás,
- a nem ítélkező, csapat orientált, demokratikus vezetést alkalmaz, szociális jólléttel motiválható.

A vezetés, a generációk és a motiváció a menedzsment tudomány legtöbbet kutatott témái. Dolgozatom eredetisége az érzések bekapcsolásával új kutatási irányokat nyithat.

Szűcs Fanni: Női vezetői kihívások egy amerikai központú budapesti szolgáltató központ példáján szemléltetve

szucs.fanni0329@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Primecz Henriett, egyetemi docens, BCE GTK

Dolgozatom témája a női vezetői kihívások. Az elméleti felvezetésben először a nők és a férfiak gazdasági helyzetét mutatom be, majd ismertetem azokat az akadályokat, amelyekkel a nőknek a karrierjük során szembe kell nézniük és amelyek miatt hátrányba kerülnek a férfiakkal szemben. Annak érdekében, hogy feltárjam, hogyan néz ki a helyzet a gyarolatban, saját kutatást végeztem. A helyzet alaposabb megismerése érdekében kutatási módszerem a mélyinterjú. Kutatásom fókuszául egy amerikai központú budapesti irodával rendelkező szolgáltató központot (SSC) választottam, ahol összesen hat vezető beosztású nőt és férfit kérdeztem meg. Dolgozatom utolsó részében összevetem az elméleti és a kutatási részben megfogalmazott gondolatokat. Emellett kitérek kutatásom korlátaira és további kutatási javaslatokat teszek.

Tóth János: Sikerorientált kompetenciák a projektvezetési tapasztalatok függvényében

toth.janos92@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MA, 5. félév

Témavezető:
Dr. Blaskovics Bálint, egyetemi adjunktus, BCE GTK

A projektvezetők kompetenciáit számos publikáció vizsgálja, olyan témaköröket kutatva, mint a személyiségjegyek, elvárt tudás vagy vezetési stílus. Azonban a projektvezetők tapasztalatát is figyelembe vevő, eszerint differenciáló, átfogó vizsgálat alig lelhető fel a szakirodalomban. Kutatásomban a projektvezetői tapasztalatok függvényében vizsgáltam az időről-időre előkerülő, ugyanakkor eltérő jelentőségűnek vélt, tanácsadói kompetenciaelemeket a magyarországi Big4 vállalatoknál. (Ernst and Young, Deloitte, KPMG, PwC).

Kutatásom céljai, hogy segítséget nyújtson a kevesebb tapasztalattal rendelkező tanácsadócégeknél dolgozó projektvezető számára, hogy miként érdemes elkezdeni a projektmenedzsmenttel kapcsolatos tudás- és eszköztár bővítését, valamint, hogy az egyes kompetenciák megszerzéséhez, milyen típusú képzések és tréningek járulhatnak hozzá a legnagyobb mértékben. A kutatási célokkal összhangban a következő kutatási kérdéseket fogalmaztam meg:

1. Milyen különbözőségek és egyezőségek tapasztalhatók az eltérő projektvezetői tapasztalattal rendelkező tanácsadók között, a projekt sikerét meghatározó kompetenciák tekintetében?
2. Mely kompetenciák segítségével valósítható meg nagyobb valószínűséggel a projekt sikeresen?
3. A projektek vezetéséhez mely kompetenciák járulnak hozzá a legnagyobb mértékben?
4. Mely módszerek segítik leginkább a kevesebb projektvezetési tapasztalattal rendelkező tanácsadókat abban, hogy a projektjeiket eredményesen menedzselhessék, ezáltal sikeres projekteket valósíthassanak meg?

Kutatásom jellege feltáró kutatás, és a fókuszát egy iparágon belüli, azonos sajátosságokkal bíró vállalatok alkalmazottainak véleményére koncentrálódik. A kutatási kérdések jellegéből adódóan az empirikus vizsgálat egy célzott, kis mintán történt, hogy a nehezen kvantifikálható tényezők jelentőségének okai és azok összefüggései meghatározhatók legyenek.

A primer kutatás során a projektvezetési tapasztalat függvényében megvalósuló, eltérő kompetenciaterületek és kompetenciák jelentősségbeli változásának mértékét, irányát és mögöttes okait kutattam és tártam fel. A sikerorientált kompetenciák ezen vonatkozásait egymásra épülő és egymást kiegészítő, kvantitatív kérdőíves kutatás és kvalitatív szakértői interjúk segítségével vizsgáltam. Azon kompetenciák kerültek fókuszba, melyek meghatározók a projekt sikerességét tekintve, valamint a projektvezetéshez kötődő tanácsadói életpályamodell számottevő elemei.

Vasas Adrienn: A start(up)tól "vezető út" a célig, avagy a leadership modell átalakulásának vizsgálata egy startupként indult és befutott légitársaság szemszögén keresztül

vasas.adrienn@gmail.com
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudomány Kar
Vezetés és szervezés, MA, 3. félév

Témavezető:
Dr. Keresztes Gábor, adjunktus, SOE

Kutatásom célkitűzése, hogy megvizsgáljam, miként alakul át a vezetői stílus egy olyan légitársaság esetén, ami startupként indul és rövid időn belül sikeres nagyvállalattá növi ki magát.
A vizsgálat során röviden áttekintem Bernard Bass és kutatótársai által kidolgozott full range leadership modellt (1985), aminek elemeit primer kutatásom során is felhasználom, továbbá meghatározom a startup vállalat definícióját és a sikeres startup vállalat beindításához és fenntartásához szükséges vezetői stílust, eszköztárat. Dolgozatomban 5 életpálya modellt hasonlítok össze és elemzem, hogy a növekedéssel járó változásokat miként tudja beépíteni a cég mindennapjaiba és ezen szakaszok milyen mértékben egyeztethető össze egy startup vállalat életciklusaival, majd a szakmai irodalom segítségével áttekintem milyen nehézségekkel kell megküzdenie a vállalatoknak a növekedés vonzataként.
Primer kutatásom során olyan kérdésekre keresem a válaszokat, mint például: hogyan képzelik el az alkalmazottak a jó vezetőt, mennyire azonosítható be az elképzelt vezető startup és mennyire egy nagyvállalat vezetőjeként vagy hogyan értékelik az alkalmazottak a menedzsment munkáját és milyen területeken tudnak elképzelni változásokat, valamint a négy megfogalmazott hipotézisem igazolását vagy cáfolatát próbálom bizonyítani.
A szakirodalmi háttér és primer kutatásom alapján megállapíthatom, hogy a transzformációs leadership magatartás kezdve a startup alapítástól a nagyvállalati státuszig is hatásos, viszont egy jó felsővezetőnek az átalakító leadership magatartás mellett szüksége van az üzletkötő leadership elemeire is. Egy jó vezető karizmatikus személy, példaképet mutat az alkalmazottaknak és így irányítja őket. Bár a startup vezetők jövő orientáltak, határozottak és megvan bennünk a csapat alkotó képesség, kommunikációs készségüket tekintve van még hova fejlődniük. Az alkalmazottak igénylik a szervezettséget és a szabályokat, de azon kollégák, akik a vállalat alapításától, vagy korai fázisától jelen vannak és megtapasztalták a kezdeti nehézségeket is, az elvárasaik jóval alacsonyabban fekszenek, mint azon társaiknak, akik egy jól működő nagyvállalatba csöppentek bele.

VEZETÉS, SZERVEZÉS II.

Zsűrielnök:	Prof. Dr. Veresné dr. Somosi Mariann, egyetemi tanár, ME GTK
Társelnök:	Dr. Györfy Lehel Zoltán, egyetemi docens, BBTE KGTK
Tagok:	Dr. Kurucz Attila, egyetemi docens, SZE KGK
	Prof. Dr. Mészáros Tamás, egyetemi tanár, BCE GTK

Bodor Eszter Zsuzsanna[1] - Móder Mercédesz[2]: SOS! Megéri? - SOS Gyermekfalu Magyarországi Alapítvány társadalmi hatásmérés vizsgálata

[1]*esztobodor@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 4. félév

[2]*modermercedesz@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Pénzügy, MSc, 2. félév

Témavezető:
Porubcsánszki Katalin, ügyvezető, IFUA Nonprofit Partner Kft.

Állami intézkedés következtében 2019-től a nevelőszülői hálózatra helyeződik a hangsúly a gyermekgondozás területén. Ez felhívja a figyelmet arra, hogy a gyermekek egészségesebb fejlődése érdekében eredményesebb nevelőszülői struktúrát működtetni. Az intézkedés hatásának számszerűsítése elengedhetetlen, annak érdekében, hogy az állam tudatosan több erőforrást allokáljon a jelenleg a nonprofit szervezetek által működtetett, széleskörű és professzionális nevelőszülői hálózat kialakítására. Továbbá a szerzők dolgozatukkal arra kívánják felhívni a figyelmet, hogy a nonprofit szektor szervezeteinek teljesítménymérése támogatja a forrásszerzési tevékenységeiket és a stratégiai irányvonalaik kijelölését.
A szerzőpáros a befektetések társadalmi megtérülésével vizsgálja az SOS Gyermekfalu Magyarországi Alapítvány működését, fókuszáltan a nonprofit szervezet által működtetett SOS Gyermekfalvak társadalmi hatásmérését végezte el. A Social Return on Investment (SROI) módszert használták, hiszen ez a mérési folyamat segít szervezetre szabottan felvázolni az erőforrás, tevékenység és hatás logikai láncolatát. Az azonosított hatásokat pénzügyi indikátorok segítségével szemléltették.
Kutatási kérdésükben szerepel, hogy 1 Ft befektetés segítségével hány Ft nyereség realizálható össztársadalmi szinten. A kutatás során egy 12 éves, SOS Gyermekfaluban nevelkedett fiatal esetén mutatják be a szerzők, hogy milyen hatások érik a gyermekeket a programban és ez miként térül meg a jövőben. Az elemzés eredményeként 18 éves időtávon 2,5 Ft nyereség érhető el, amely a magasabb iskolai végzettség és köztehervisélési képesség, állami megtakarítás, tudatosabb családtervezés, valamint a nagyobb mértékű testi és lelki egészségi állapotból származó hatásokból tevődik össze. A megtérülési mutatókon túl, a folyamatszemlélet következtében a dolgozat hasznos útmutatásul szolgál az SOS Gyermekfalvak jövőbeni stratégiai döntéshozatalához. Elemzési keretrendszere és a hatásmérés logikai felépítése támogatja a civil szektorban tevékenykedő egyéb szervezetek működését is. A kutatás a jövőben bővíthető az SOS Gyermekfalvak Magyarország teljes tevékenységi körének elemzésére, de önmagában is megbízható értékelési eszköz.

JEL kód: L31, J13
Kulcsszavak: nonprofit szervezet, gyermekvédelem, teljesítménymérés, társadalmi hatásmérés, SROI, SOS Gyermekfalvak

Fenyves László: Az átszervezett minőségellenőrzési rendszer fejlesztő hatásának vizsgálata az egyik közműszolgáltató személyes ügyfélszolgálatain

fenyves.laszlo@econ.unideb.hu
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Vállalkozásfejlesztés, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Gályász József, egyetemi docens, DE GTK

A vizsgált közműszolgáltató személyes ügyfélszolgálatain 2017 áprilisától jelentős változások keletkeztek a minőségellenőrzés területén. Egy huzamosabb ideig alkalmazott módszert alakítottak át, amelynek vezetői szempontból az egyik legfontosabb célkitűzése, hogy az ügyintézők fejlődését elősegítse a magas fokú minőség biztosítása érdekében. Dolgozatomat leginkább az átszervezett rendszer fejlesztő hatásának a vizsgálatára fókuszálom. Szeretnék választ kapni, hogy az új rendszer jobban elősegíti-e az ügyfélkapcsolati referensek fejlődését, mint a régi módszer és az ügyintézők mennyire igénylik a munkájukkal kapcsolatos visszajelzéseket, valamint ez a rendszer megfelelően van-e ellenőrizve és kontrollálva a vezetők által. A primer kutatásom során kvantitatív és kvalitatív módszert is alkalmaztam. A Tiszántúli régióban dolgozó ügyfélkapcsolati referens kollégák véleményét kvantitatív módszerrel kérdőív kitöltése alapján mértem fel. A kutatásom másik részét kvalitatív módszer keretében végeztem, mélyinterjú készítésével a regionális szakterület vezetővel és a debreceni ügyfélszolgálat irodavezetőjével. A kutatásom során a fejlesztő jelleg vizsgálatát tekintve három fókuszpontot céloztam meg: önellenőrzés, fejlesztő jellegű visszajelzés és a beüléssel történő munkavégzés ellenőrzésének mértéke. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a régi rendszerben, ahol az értékelés során százalékos formában is érzékeltetve lett a hibák büntetése, sokkal nagyobb mértékben alkalmazták az ügyintézők az önellenőrzést, tehát jobban utána jártak, hogy miért járt adott esetben a pontlevonás. Az új rendszer követelményei szerint az ügyintézőknek fejlesztő jellegű visszajelzéseket kellene kapniuk a 0%-os eredmény esetében mindig, de amennyiben csak 100% vagy ezen felüli eredményt ér el egy bizonyos darabszámú ellenőrzés után is járna az ilyesfajta visszacsatolás. Dolgozatomban demonstrálom, hogy a Tiszántúli régióban dolgozó ügyintézők, milyen csekély részének volt még eddig 0%-os eredménye az átszervezett rendszerben és bemutatásra kerül, hogy az ilyen esetben sem mindig beszélik át a hibát az érintettel. A felmérésből az is kiderül, hogy a kiegészítő tevékenységként funkcionáló mentorok általi beüléssel történő munkavégzés ellenőrzését sem lehet havi rendszerességűnek tekinteni. A vizsgálat során kapott eredmények alapján a dolgozatom végén olyan javaslatokat próbálok megfogalmazni, amelyek elősegíthetik ennek a rendszernek a hatékonyabb működését.

Gáspár Sándor: Kommunikációs eszközök és csatornák alkalmazása a szervezeti belső kommunikációs rendszerben

gasparsandor@hotmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 3. félév

Témavezető:
Almádi Bernadett, egyetemi tanársegéd, SZIE GTK

A 21. században a modern online kommunikációs eszközökön-csatornákon megvalósuló kommunikáció a legtöbb ember számára természetessé, a mindennapjaik részévé vált. Mivel az emberek nagyon gyors ütemben jutnak olyan eszközökhöz és platformokhoz, amelyekkel akárhol tartózkodjanak a világban, képessé válnak hatékonyan és gyorsan üzeneteket és információt küldeni egymásnak, ezért a világ „összeszûkült" és a kommunikációs lehetõségek száma megsokszorozódott.
Ezt a trendet az üzleti élet sem hagyhatja figyelmen kívül. A szervezetek nagyon gyorsan felismerték a lehetõségeket az új rendszerben és ma már üzleti vállalkozások tömkelege épül közösségi oldalakra és chat alkalmazásokra. A szervezetek online hirdetésekre, online marketingre költött büdzséjük drasztikus mértékben növekedést mutatnak és rövid távon a legtöbb kutató szerint nagyobb lesz az ezeken a platformokon elköltött vevõszerzés és értékesítésre költött összeg, mint a hagyományos rendszereken.
A szervezetek hatékonyságának és mûködésének egyik kritikus és szûkkeresztmetszetû területén, a belsõ kommunikációban sem lehet figyelmen kívül hagyni a modern kommunikáció térnyerését.
A hétköznapok kommunikációja mára teljesen átalakult, míg a szervezetek belsõ kommunikációja nem változott ebben az ütemben. Az okostelefonok és az internet demokratizálódásával illetve óriási mértékû növekedésével a munkavállalók illetve alkalmazottak a munkahelyen is képessé válnak a hatékony és gyors kommunikációra a munkavállaló irányítása és infrastruktúrája nélkül is.
Véleményem szerint kiemelkedõen fontos megismerni a vezetõk véleményét és azt, hogy õk hogyan látják és mennyire ismerik a szervezetükben megvalósuló belsõ kommunikációt illetve hogy a vertikális kommunikáció esetében mi a szervezet elvárása, alkalmazkodik-e a modern kommunikációs irányvonalakhoz, ismerik-e a szervezetekben a munkatársak között megvalósuló laterális-horizontális kommunikáció során használt eszközöket és csatornákat. A másik aspektusból pedig a munkavállalók véleménye is kiemelkedõen fontos hogy õk mit gondolnak a már meglévõ belsõ kommunikációs rendszerrõl, eszközökrõl és csatornákról illetve mi a véleményük a modern platformokról eszközökrõl és csatornákról.

Hegedüs Anita: Kihívások és válaszok, avagy miért nehéz ma egy professzionális szolgáltatást menedzselni?

hegedus.anita.40@unibge.hu
Budapesti Gazdasági Egyetem Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 5. félév

Témavezető:
Zsupanekné Dr. Palányi Ildikó, főiskolai docens, BGE GKZ

Dolgozatom fő kérdéskörét a professzionális szolgáltatásoknál megjelenő menedzsmentkihívások elemzése jelenti. Kiemelten a számviteli szolgáltatások menedzsment sajátosságait vizsgálom primer kutatásokkal – mélyinterjúk, kérdőíves felmérés, honlapkutatás – alátámasztva. E kutatások azt mutatják, hogy jelenleg humánerőforrás gondokkal, technológiai és ügyféloldali problémákkal küzdenek e szervezetek vezetői. Dolgozatomban a problémák azonosítása mellett a kihívások kezelésére alkalmas megoldásokkal is foglalkozom.

Horváth Viktória: A társadalmi felelősséget vállaló vállalatok tudatossága és az érzelmi intelligencia kapcsolata

viktoriahorvath26@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Gazdálkodás és menedzsment, BSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Balogh Gábor, adjunktus, PTE KTK

Az EQ és a gazdasági növekedés összefüggését vizsgálom a társadalmi felelősséget vállaló vállalatoknál. Kvantitatív kutatásomban összehasonlítom hogyan működnek a különböző vállalatok: Profitorientáltan működnek; társadalmi hatás kiváltása a cél; profitorientáltak társadalmi hatáskeltés misszióval.
Az eredmények alapján a kép Magyarországon kedvezőbb, mint előre vetítettem. A tudatos vállalatoknak abszolút van létjogosultsága, kedvező fogadtatása és fogasztói támogatottsága.

Kaszás Ádám[1] - Zsiros Ádám[2]: Egységben a sokszínűség – A BME Gépész Szakkollégium sikertényezőinek elemzése marketing nézőpontból

[1]*kaszas737@gmail.com*
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Gépészmérnöki Kar
Gépészmérnöki mesterképzési szak, MSc, 4. félév

[2]*adam.zsiros@live.com*
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment alapképzés, BA, 2. félév

Témavezető:
Dr. Petruska Ildikó, egyetemi docens, BME GTK

A BME Gépész Szakkollégium 2012-ben alakult a Budapest Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem Gépészmérnöki Karán található szakmai öntevékeny körök (szakosztályok) egységes képviselete, összefogása, valamint működésének segítése érdekében.
Mint minden szervezet életében, egyszer eljön az idő, amikor a kezdeti, úgynevezett kreativitási ciklus a végére érkezik, és szakszerű változásokra van szükség a további fejlődéshez, a fennmaradáshoz. A kezdeti „csecsemőkorra" jellemző, hogy kizárólag a kitűzött feladatok elvégzésére koncentrál a szervezet, és nincsenek egyértelműen definiálva a viszonyok és a munkamegosztás. Jelen dolgozat a szervezet „csecsemőkorának" végén megjelenő szervezet menedzselési problémákra próbál megoldást nyújtani, marketing szemmel, a célcsoport motivációit, elvárásait fókuszba állítva.
A fentiek alapján vezetői döntési problémát fogalmaztunk meg arra vonatkozóan, hogy hogyan tudja a BME Gépész Szakkollégium biztosítani a hosszútávú, sikeres működését. Ezen kérdés megválaszolására problémafát állítottunk fel, amely alapján kerültek megfogalmazásra marketing kutatási kérdések. A megoldás kulcsa feltételezésünk szerint a hallgatói motiváció felélesztése és fenntartása. A válaszok megadása egyrészt annak feltárását igényli, hogy miként határozhatók meg és kommunikálhatók eredményesen a szervezet célcsoportjai számára nyújtható előnyök, hiszen ez alapfeltétele a minőség fenntartásának és a sikeres toborzásnak. Másrészt a jelenlegi tagok véleménye alapján fontos, hogy információkat gyűjtsünk az elégedettségi faktorokról, azaz a működés minőségéről.
A dolgozat elméleti hátterét a stratégiai környezet- és helyzetelemzés metódusai, és az ennek eredményeire építő piaci stratégiai döntések (szegmentáció, célpiacválasztás, pozicionálás) jelentik. Az elemzést az általunk kiválasztott Osterwalder-féle business modell alapján foglaljuk elméleti keretbe.
A dolgozatban hangsúlyos kvalitatív primer kutatási rész tartalmazza a 10 szakosztállyal, 3 tanszékvezetővel, valamint korábbi, más szakkollégiumi vezetőkkel folytatott mélyinterjúk feldolgozását, valamint a tagság aktív részével folytatott fókuszcsoportos kutatás eredményeit.
A szekunder, valamint a primer kutatás alapján felvázoljuk a szakkollégium további működésére vonatkozó fejlesztési irányokat, melyekre priorizált szervezeti javaslatokat prezentálunk. Reményeink szerint kutatásaink a gyakorlatban jól hasznosítható eredményekkel szolgálnak, amelyet a szakkollégium jelenlegi vezetése ültet gyakorlatba.

Molnár Adél: A marketing és az értékesítési osztályok kapcsolata, közös folymatai

molnar.adel.ma@gmail.com
Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar
Kereskedelem és marketing, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Kelemen-Erdős Anikó, egyetemi docens, OE KGK

Napjaink versenyző piacain döntő szerepe van az eladástechnikának és a marketing tevékenységnek, melyek egymást erősítve szinergiát hozhatnak létre a vállalati működés során.
Célom, hogy modellezem a marketing és az értékesítési osztály egymással való kapcsolatát, feltárjam a működést hátráltató tényezőket, illetve rámutassak azokra az eszközökre mellyel hatékonyabb működés érhető el. Ezen túlmenően további célkitűzésem, hogy megvizsgáljam a két szervezeti egység a vállalat többi területére gyakorolt hatását, valamint az azokat támogató rendszereket. Kutatásomban a magyarországi közép-, és multinacionális vállalatokra fókuszálva elemzem egy társaságon belül, az értékesítési és marketing osztály tevékenységeinek egymásra gyakorolt hatását, mert a két egység munkájában elsősorban az egyéni sikerre helyeződik a hangsúly és csak kevesen ismerik fel az egymást napi szinten támogató rendszerben való működés jövedelmező hatását. Szekunder kutatásomban a szakirodalom alapján vizsgáltam meg a marketing és az értékesítés sajátosságait, majd primer kutatásomban kvalitatív módszertan segítségével fókuszcsoportos interjút, illetve kvantitatív online megkérdezéses módszert alkalmaztam. További módszertan, esettanulmány lehetővé teszi, hogy a gyakorlatban végbemenő példán keresztül mutatassam be a kooperáció eredményét.
Kutatásom eredményeként felvázoltam a szervezeti folyamatokat, melyek ciklusaiban együtt, egy időben vannak jelen a marketing és az értékesítés tevékenysége során, ezzel hozzájárulást nyújtva egy hatékonyabb menedzsmentrendszer kidolgozásához.

Őri Viktória: A vállalati információs rendszerekben zajló szervezeti kommunikáció hatékonysága

vori1972@gmail.com
Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Vezetés és Szervezés, MSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Rudnák Ildikó, docens, SZIE GTK

Dolgozatomban a vállalati kommunikáció különböző területei közül a belső (intern) kommunikáció, illetve azon belül is a vállalatirányítási rendszerekben történő információ átadási folyamatok hatékonyságával foglalkozom.
Először a vállalati kommunikáció megnyilvánulási formáit, színtereit, eszközeit és szereplőit elemeztem, majd rávilágítok a vállalati működéshez köthető információ típusok és a szervezet (egyéniekhez hasonló) szükségletei között fennálló kapcsolatra. Részletezem a munkahelyi csoportok és a jelenleg használatos vállalati információs rendszerek legfontosabb jellemzőit, majd felhívom a figyelmet arra a lehetőségre, amelyet a Lean módszereinek használatával történő kommunikációs folyamat elemzés és fejlesztés jelenthet. Dolgozatom második felében részletezem a témában végzett önálló kutatásom módszerét és eredményeit.
Az általam elvégzett vizsgálat során a rendszerekkel kapcsolatos felhasználói elégedettség, és a dolgozók eltérő rendszerhasználati szokásainak okait keresem, valamint azt igyekszem igazolni, hogy az információhiány (ideiglenes és végleges egyaránt) kedvezőtlenül változtatja meg az operatív működés folyamatait.
Az elméleti részben foglaltak alapján megfogalmazott állításaim igazolására egy magyar családi tulajdonban lévő nagyvállalatnál (77Elektronika Kft.) végeztem kérdőíves kutatást. Az összesen 36 kérdésre (likert skála szerinti értékelő, valamint nyitott kérdések, igaz-hamis állítások) kapott válaszokat az Excel táblázatkezelő (táblázatok, diagramok, PIVOT táblák) és az SPSS statisztikai (korreláció ellenőrzés) program segítségével, valamint az utolsó nyitott kérdés esetében tartalomelemzéssel értékeltem ki.
A kutatás eredményeképpen sikerült igazolni, hogy a rendszereket használók kommunikációs szokásai, illetve egyéni preferenciái (pl. a személyes kommunikáció feltétel nélküli elsődlegessége) nagyban hozzájárulnak a rendszerekben felmerülő (ideiglenes) információhiányok létrejöttéhez, valamint hogy ezek a kommunikációs deficitek a vállalati folyamatokat nem megfelelő irányban változtatják meg (egyéni megoldások alkalmazása a közös, szabályozott eljárások helyett).
A tanulmány befejezéseként gyakorlati javaslatokat fogalmaztam meg a 77 Elektronika Kft. vezetősége számára a vállalati informatikai rendszerekben zajló kommunikációs folyamatok hatékonyságának javítására vonatkozóan.

Rácz Bálint Alex: Milyen a jó társadalmi vállalkozó? - Esettanulmány az Amigos példáján keresztül

raczbalint94@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Matolay Réka, egyetemi adjunktus, BCE GTK

A társadalmi vállalkozások nem csak nemzetközi viszonylatban, hanem Magyarországon is egyre nagyobb szerephez jutnak. Ezért fontos, hogy olyan vizsgálatok is szülessenek, melyek nem a „klasszikus", profitorientált vállalkozóra, hanem a társadalmi célokért is dolgozó, társadalmi vállalkozóra fókuszálnak. Bár külföldi szerzők már foglalkoztak a témával, Magyarországon eddig kevés, ezzel foglalkozó kutatás jelent meg. Ennek mentén, dolgozatom célja, hogy áttekintést nyújtson a kiválasztott szervezet – a magyar egyetemisták által alapított Amigos – vezetőjének társadalmi vállalkozói tulajdonságairól. A dolgozat megírása során lehetőségem volt szorosan együttműködni a szervezet vezetőjével egy üzleti döntés kapcsán, illetve az itt szerzett tapasztalatokat később egy mélyinterjúval kiegészítve alkottam képet a vezető tulajdonságairól, melyek a döntést befolyásolták. Fontos kiemelnem, hogy a dolgozatnak nem célja általános következtetések megfogalmazása, az esettanulmány megírása során fő célkitűzésem egy olyan elemzés elkészítése volt, mely hozzájárulhat a későbbi, átfogó kutatások megalapozásához.

Slyuch Klaudia: Tehetségmenedzsment a magyar és a norvég munkaerőpiacon

slyuch.klaudia@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Vezetés és szervezés, MA, 4. félév

Témavezető:
Dr. Szabó Zsolt Roland, egyetemi docens, BCE GTK

Egy vállalat sikerét az üzleti modell és a koncepció megvalósításához szükséges tőke mellett a munkavállalói határozzák meg. Az üzleti modell és a pénzügyi tőke azonban életképtelen önmagában, ha nincs jelen a megfelelő tudás, mely értéket teremt és profitot maximalizál. Ennek megfelelően a tehetségmenedzsment megléte egy vállalkozás életében elengedhetetlen, hiszen ez az erőforrás adja a szervezet alapját.
A tehetségmenedzsment mint a vállalati stratégia része azonban túlmutat a szervezeti kereteken, hiszen a tehetség fejlesztése, megőrzése csak akkor lehetséges, amennyiben a megfelelő tudással és tehetséggel rendelkezők kerültek be a vállalat életébe. Dolgozatomban ennek megfelelően a tehetségmenedzsment első pontjára helyezem a hangsúlyt és vizsgálom önálló fejezetben, mely az ideális jelölt megtalálását jelenti.
A magyar és a norvég munkaerőpiac összehasonlítása rámutat a jelenleg fennálló makroökonómiai környezetben alkalmazott tehetségmenedzsment stratégia erősségeire és a két piac közötti különbségekre. Az eltérések így összehasonlíthatók, értelmezhetők, illetve a stratégia fejlesztése is lehetővé válik figyelembe véve a másik rendszer kihívásait és az ezekre adott megoldásait.
A munkaerőpiaci kínálat mellett figyelembe veszem a keresleti oldalt, a végzős egyetemi hallgatókat, akik a tehetségmenedzsment elsődleges célcsoportja. A magyar és a norvég munkaerőpiaci kereslet és kínálat összevetése a tehetségmenedzsment folyamatának egyensúlyát eredményezi mindkét fél részéről, ezáltal megteremtve az új elméleti modellt, mely a vállalati stratégia részét képezi.
Dolgozatomban tehát a tehetségmenedzsment azon résztvevőit veszem figyelembe, akiket határozatlan idejű szerződéssel kívánnak foglalkoztatni a vállalatok, hiszen ők alkotják a szervezetet hosszú távon. Nem célom vizsgálni a határozott idejű szerződéssel foglalkoztatottak részvételét a tehetségmenedzsmentben.
Dolgozatom hiánypótlónak tekinthető abban a tekintetben, hogy a tehetségmenedzsment magyar és norvég piacon megfigyelhető munkavállalói és munkáltatói oldalát vizsgálja, figyelembe véve a két piac sajátosságait és különbségeit egyaránt, illetve egymást kiegészítve, párhuzamba állítva és összehasonlítva vizsgálom a jellegzetességeket, és vonok le ebből eredő következtetéseket. Dolgozatomhoz végzett kutatásom során azt a feltételezést vizsgálom, hogy a magyar és a norvég tehetségmenedzsment miben tér el egymástól, ennek okaira rámutatva.

Szendrei-Pál Eszter: Tanácsadói feladatok megjelenése a mesterszakok képzési és kimeneti követelményeiben

pal.eszter94@gmail.com
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Vezetés és szervezés, MSc, 1. félév

Témavezető:
Dr. Szabó Tibor, egyetemi adjunktus, BME GTK

Az elmúlt években rohamos fejlődésnek indult az informatika, melynek következménye az volt, hogy lépést kellett tartani a meglévő vállalkozásoknak ezzel a fejlődéssel, ha továbbra is fenn szerették volna tartani a működésüket. A probléma azonban az, hogy még a vállalkozások saját működésükhöz és az ahhoz szorosan kapcsolódó tevékenységekhez profi módon értenek, addig az informatikai jellegű dolgokhoz már általában kevésbé. Egyre nagyobb lett az igény az elmúlt években az informatikai tanácsadókra, mert saját szakembert foglalkoztatni a legtöbb esetben költséges, és a munka rövidsége miatt sokszor értelmetlen. Mivel szinte senki nem szeretne néhány havonta munkahelyet váltani, éppen ezért alakultak ki a tanácsadó cégek, akiktől hosszabb-rövidebb időre lehet tanácsadókat „kölcsönözni" az adott feladat erejéig. Új rendszer bevezetése? Jogosultságok ellenőrzése? Könyvvizsgálatot alátámasztó IT audit? Ezek mind-mind olyan dolgok, amelyeket csak egy erre a területre specializálódott szakember képes elvégezni. Azonban nem csak az informatika gyorsult fel, hanem a vállalat működéséhez kapcsolódó szabályozásokból is egyre több lett, így azokat is egyre nehezebb észben tartani és alkalmazni a napi működés során. Itt van például a 2018-ban hatályba lépett GDPR. Az üzleti és jogi tanácsadókra ugyanolyan nagy szükség volt ebben az esetben, mint az IT tanácsadókra, hogy a vállalatokat GDPR kompatibilissé tegyék. De ott vannak még az adótanácsadók is, akik az adózással kapcsolatos szabályozások specialistái. De kik is lehetnek tanácsadók? Milyen szakot válasszon az, aki ilyen területen szeretne dolgozni? Ezekre és az ezekhez szorosan kapcsolódó kérdésekre és problémákra fog választ adni a dolgozatom, továbbá javaslatot teszek a tanácsadás oktatásának fejlesztésére is.
A bevezetés után a dolgozatban megtalálható minden információ a tanácsadásról, a fogalomtól kezdve a mai munkaerőpiaci jellemzőkön át, egészen a felsőoktatásban való jelenlétig. Ennek a fejezetnek a célja a tanácsadás jellegzetességeinek feltárása, az ahhoz szükséges készségek feltérképezése, annak érdekében, hogy a fejezet végén a felsőoktatás rendszerében a tanácsadói munkát pozícionálni lehessen. A következő részben három tanácsadóval és a METU vezetés és szervezés szak szakvezetőjével készített interjúkat mutatom be, majd saját kérdőívem eredményeit is ismertetem. Végezetül az összefoglalásban összeállítom a jelenlegi helyzet SWOT analízisét, illetve javaslatot teszek a fejlesztés irányaira.

Vida Péter: Vállalati belső kommunikáció optimalizálása

peter.vida.vpg@gmail.com
Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BSc, 9. félév

Témavezető:
Dr. Titkos Csaba, egyetemi docens, PTE KTK

Dolgozatom a vállalati belső kommunikáció felmérését és annak hatékonyabbá tételének témakörét hivatott bemutatni, egy az elméleti háttér megalapozottságának céljából készített szakirodalmi áttekintésen, valamint egy gyakorlati példának is nevezhető vállalati környezetben készített, kvalitatív és kvantitatív elemeket is tartalmazó kutatáson keresztül. Mindezt saját véleményemmel és személyes tapasztalataimmal kiegészítve.
Célom az volt, hogy kutatásom ne csak számomra, hanem mások számára is értékteremtő legyen. Emiatt döntöttem úgy, az édesapám által vezetett Meló-Diák Dél Iskolaszövetkezet belső kommunikációját állítom kutatásom középpontjába, mivel egy számukra is érdekes és tanulságos dolgozatot kívántam létrehozni.
A cégben eltöltött éveim alatt testközelből megtapasztalhattam, hogy a felső- és középvezetés valamint a beosztottak, hogyan kommunikálnak horizontálisan és vertikálisan is egymással az online és offline csatornákon, emiatt én is úgy vélekedtem, hogy bár apró hibákkal rendelkezik a cég, összességében a belső kommunikációja hatékony és eredményes. Ebben az optimista szellemben fogalmaztam meg előzetes feltevéseimet is, melyek a következőképpen hangoznak: „1. A Meló-Diák Dél Iskolaszövetkezet szervezeti kommunikációja hatékonynak bizonyul az Investor in People Standard modell minden kritériumterülete mentén. 2. A vállalat belső kommunikációját mind a felső- és középvezetők, mind pedig a vállalat beosztottjai hatékonynak tartják."
A mélyebb megértés, a felszínesség elkerülése érdekében négyfajta vizsgálatot végeztem, mely a vezetői mélyinterjúkból, a céges dokumentumok elemzéséből, egy online kérdőívből (melyet a mélyinterjúban részt vett alanyok is kitöltöttek) és belső megfigyelésem által rögzített tapasztalataimból áll.
Kutatásom végére kiderült, hogy bár a vállalat nagy hangsúlyt fektet kommunikációjának fejlesztésére, mégis a dolgozók sok esetben úgy érzik, hogy véleményüket bár kikérik, semmi ráhatásuk sincsen a végső döntés meghozatalára, még olyan fejlesztési kérdésekben sem, ami saját munkakörükkel kapcsolatos. A vezetők és beosztottak véleményének ütköztetése alátámasztotta megérzésemet, miszerint a cég belső kommunikációja hatékonyan működik, azonban bizonyos témakörökben a csoportok véleményei szemben állnak egymással. Összességében azonban dolgozatomra a pozitívumok túlsúlya jellemző és a javaslattételi részben megemlített felfedezéseim megfelelő vezetői hozzáállással gyökeres változtatások nélkül fejleszthetik tovább a szervezetet.

VILÁGGAZDASÁG I.
GLOBALIZÁCIÓ, NEMZETKÖZI GAZDASÁGI KAPCSOLATOK

Zsűrielnök: Dr. Kuttor Dániel, egyetemi docens, ME GTK
Társelnök: Dr. Jeney László, egyetemi docens, BCE TK
Tag: Dr. Tölgyessy Péterné Sass Magdolna, egyetemi docens, BGE KKK

Balla Soma[1] - Dióssy Zsolt[2]: Kína gazdasági és politikai térnyerése az afrikai kontinensen

[1]*somaballa3@gmail.com*
Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MSc, 1. félév

[2]*zsolt.diossy@gmail.com*
Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MSc, 1. félév

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

Dolgozatunkban azt vizsgáljuk, hogy az elmúlt évek során Afrikában megfigyelhető, dinamikusan növekvő kínai gazdasági jelenlét mögött milyen stratégiai érdek áll, továbbá a kínai tőke beáramlása milyen mértékben befolyásolja az afrikai országok gazdasági és politikai függetlenségét.
Kutatásunk során elsősorban szakterületi publikációkat, elemző és prognóziskészítő intézmények kiadványait és adatbázisait használtuk. Szekunder kutatásunk során megfigyeltük, hogy az Afrikába irányuló kínai kölcsönök és a tőkebefektetések elsősorban olyan infrastrukturális beruházások formájában valósulnak meg, mint a vasutak, gyárak vagy olajvezetékek építése. A hitelkihelyezések esetén reális veszélyforrásként jelenik meg a hitelfelvevők adósságcsapdába kerülése, mely bekövetkezése esetén – a hiteltörlesztés során fellépő komplikációk eredményeként – Kína stratégiai jelentőségű kereskedelmi csomópontokat és útvonalak fölött veheti át az irányítást, ami által politikai befolyási övezeteket hozhat létre más államok területén. Elemzésünk során arra a konklúzióra jutottunk, hogy – figyelembe véve a kínai stratégiai gondolkozást – a befektetések által kialakulóban lévő aszimmetrikus gazdasági és politikai kapcsolatok általi befolyásszerzés egy átfogó kormányzati stratégia része, melynek célja Kína dominanciájának növelése mind a nagypolitikai, mind a világgazdasági szintéren. A Kínai Kommunista Párt által hirdetett „békés és közös fejlődési modell” valójában nem elsősorban az alacsony fejlettségű szubszaharai országok fejlődését szolgálja, hanem sokkal inkább azt a célkitűzést, hogy Kína az Egyesült Államok – mint napjaink hegemón szuperhatalma – kihívójaként jelenjen meg globálisan.

Baraksó Viktor: Kína: Gazdasági expanzió Afrikában

97vik97@gmail.com
Milton Friedman Egyetem
Pénzügy-számvitel, BA, 5. félév

Témavezető:
Szegediné Dr. Lengyel Piroska, tanszékvezető, MILTON

A dolgozat elején támasztott hipotézisem az volt, hogy Kínát hatalmas nyersanyag szükségletei vezérlik a fekete kontinensen való terjeszkedésre. A nyersanyagok közül kiemelten a kőolaj áll a háttérben, ugyanis gazdasági kibocsátásának fenntartása, valamint növelése nem valósítható meg saját nyersanyag forrásaiból.
A tanulmányomban felállított hipotézisem vizsgálatára széleskörű kutatómunkába vetettem magam, amely során tanulmányokat, doktori disszertációt, könyveket, szakmai cikkeket és weboldalakat kerestem fel. A sokrétű információhalmazból a konklúziót leszűrve igyekszem bemutatni a lényeget, hogy hipotézisem világos alátámasztásban részesüljön.
Kína történelme igencsak izgalmas, a félgyarmati függést leküzdve, sikerült régi önmagára találnia és a vezető nagyhatalmak között helyet foglalnia. Technológiai fejlődésében óriási mértékű előrehaladást láthatunk. A kínai export termékekkel napjainkban nagyrészt mindenhol találkozhatunk, a gazdasági termelés volumene azonban nem lenne fenntartható import nyersanyagforrások nélkül, ugyanis belső készletei igencsak szűkösek és 2030-ra kőolaj kitermelése a mai kitermelés közel felére fog vissza esni.
Kína beruházásai az Afrikai kontinensen, sok esetben saját érdekeinek megvalósítását segítik. Az infrastrukturális fejlesztésekkel nagymértékben megkönnyíti az energiahordozók kijuttatását az afrikai államokból, továbbá saját export cikkeinek eljuttatását az afrikai vásárlókhoz.
Beruházási hiteleinek folyósítása során megfigyelhető a hitelcsapda alkalmazása. A fejletlen gazdasággal rendelkező afrikai országok sok esetben nehezen vagy egyáltalán nem tudják törleszteni a hiteleiket. A kínai működőtőke beruházások (FDI-Foreign direct investment), hitelezések, valamint a kereskedelem volumene, abszolút korrelációt mutat azokkal az afrikai országokkal, amelyek kőolajat szállítanak Kínába.
A kutatás során sikerült hipotézisemet igazolni. Kereskedelmi kapcsolatainak megválasztása során a véletlennek vajmi kevés köze van, ezzel szemben a tudatosan felépített kereskedelmi és gazdasági hálójával biztosítani, továbbá növelni tudja gazdasági teljesítményét. A kínai terjeszkedés hátterében az ipari termelés biztosítása áll, ennek pedig elengedhetetlen és legmeghatározóbb tényezője a kőolaj.

Dan Zhao: Az EU és Kína Afrikának nyújtott segélyei: Az Aid for Trade hatása a kedvezményezettek exportteljesítményére

736309673@qq.com
Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar
International Economic and Business, MSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Udvari Beáta, egyetemi adjunktus, SZTE GTK

Az Aid for Trade (AfT) egy új nemzetközi kezdeményezés, hogy a fejlődő országokat, különösen a legkevésbé fejlett országokat, segítse, hogy a kereskedelmi liberalizációból nyerjenek és a kereskedelem előtt álló akadályaikat lebontsa. Az Európai Unió a világ legnagyobb segélynyújtó szervezete és a legnagyobb AfT támogatást nyújtója. Ugyanakkor Kína, mint a legnagyobb feltörekvő donor, szintén elkötelezte magát az AfT-támogatások növelése mellett. Bár néhány kutatás már vizsgálta a kínai segélyek hatását a fogadó országok exportjára, csak néhány foglalkozik a kínai Aid for Trade támogatások hatásaival. Az EU és Kína által nyújtott AfT-támogatásokat összehasonlítva tisztább képet kapunk, hogy Kína feltörekvő donorként milyen hatással van az afrikai fogadó országok teljesítményére az AfT-támogatásokon keresztül egy hagyományos donorhoz képest. Ebből kifolyólag e tanulmány célja, hogy a kínai AfT-támogatások afrikai országok exportteljesítményre gyakorolt hatásait összehasonlítsa az EU-ból érkező AfT-támogatásokéval.
E tanulmány a gravitációs modellt alkalmazta, amely egy általános eszköz arra, hogy a határon átnyúló mozgást meghatározó tényezőket vizsgálja. A modell feltételezi, hogy a kereskedelemre pozitívan hat a partnerország jövedelme és negatívan a távolság és a szállítási költség.
A gravitációs modellünk eredményei szerint az afrikai fogadó országok exportját mindkét donortól érkező AfT bővíti. Sőt, a kínai AfT-támogatások hatása nagyobb, mint az EU-támogatásoké. Továbbá egyik donortól érkező AfT-támogatás sem ösztönözte szignifikánsan a legkevésbé fejlett országok exportját. Ugyanakkor, mindkét donor esetén az AfT-hatások szignifikánsak, ha a fogadó ország olajexportőr.

Lovas Viktória: Az állami szerepvállalás jelentősége Kína és az afrikai országok gazdaságában – összehasonlító elemzés a dél-koreai fejlődés tükrében

ninohungary@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MA, 4. félév

Témavezetők:
Dr. Erdey László, egyetemi docens, DE GTK
Dr. Czeglédi Pál, egyetemi docens, DE GTK

A huszadik század második felében több nemzetgazdaság esetében mentek végbe olyan változások, amelyeknek köszönhetően mára a világ legnagyobb országaivá nőtték ki magukat. Kiváló példa erre Dél-Korea esete, ahol alig ötven év alatt a mélyszegénységből a világ egyik legversenyképesebb centruma jött létre. Ugyanakkor napjainkra egyre több fejlődő ország vált meghatározóvá a világgazdaságban – közöttük talán legkiemelkedőbb Kína, míg más országok esetében továbbra is állandó mélyszegénység és a nyomor képe tárul elénk, így egyre nagyobb figyelem jut a gazdasági növekedés mögött húzódó folyamatok vizsgálatára.
Ennek jegyében célul tűztem ki a dél-koreai fejlődés vizsgálatát, hogy feltárjam azokat a legfontosabb növekedési motívumokat és gazdasági tényezőket, amelyek kulcsfontosságúak voltak a gazdaság sikereiben, és amelyek más országok esetében is azok lehetnek. Ezen faktorok a stabilitást megteremtő gazdaságpolitika, a humánerőforrás és az iparpolitika voltak Dél-Korea esetében.
Ezt következően pedig a tanulmányaim során csak elméleti szinten tanult Solow modellt szerettem volna a gyakorlatban is alkalmazni, így a növekedéselszámolás humán tőkével kiegészített modelljének segítségével Dél-Korea, Kína és a fekete-afrikai országok adatait teszteltem, hogy megvizsgáljam, mi a szerepe a feltárt tényezőknek ezekben az országokban. Végezetül pedig a makropolitika növekedésre gyakorolt szerepét vizsgáltam korrelációs és regressziós vizsgálatok segítségével. Hipotéziseimet az adott tényező gazdasági növekedésre gyakorolt hatásaira fogalmaztam meg, amelyek részben beigazolódtak munkám során.
Összességében sikeresnek tekintem kutatásom, hiszen összefüggést találtam az általam vizsgált tényezők és nemzetgazdaságok növekedése között, illetve sikerült a gyakorlatban is tesztelnem egy olyan modellt, amellyel eddig csak elméletben találkoztam. Azonban a témát még nem tekintem lezártnak, hiszen érdemes az egyes tényezőket a jövőben részletesebben is megvizsgálni.

Ntlabati Khanya Cyril: The Impact of Introducing the Cashless Society on the Economic Growth of South Africa

kntlabati6@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem
Külkereskedelmi Kar, MSc, 3. félév

Témavezető:
Dr. Galbács Péter, egyetemi docens, BGE KKK

Is there no suitable implementation strategy of the cashless society in South Africa. Are there any ways that the country can increase economic growth? The question that needs to be answered in this study is the perceptive of the economic agents in the country. The research methodology that will be performed in this study is both quantitative and qualitative, where there will be questionnaires distributed to the respondents also personal interviews with the respondents. This research will concentrate on the impact of introducing cashless society on the economic growth of South Africa. Introduction of cashless society will lead to increased effectiveness creating new opportunities, especially for small enterprises. It will assist the country on the management over taxation and money laundering. It is also mentioned that cashless society helps the country's economic growth in terms of the cost of printing the cash in which in this case it puts too much pressure and higher costs on the central bank of the country, in this study, it will be South African Reserve Bank (SARB). The other positive impact that cashless economy will have in the country's economic growth is easing the weight on the government unnecessary expenditure in terms of maintaining the physical cash, also must utilize its resources to fight and prevent organized crimes. Therefore, the idea of implementing cashless society thus far is not that far-fetched dream that could not be practically initiated. Also,South Africa could take advantage of the opportunity to go cashless as more than three-quarters of the country's citizens own bank accounts and could adopt this cashless society.

Paróczai Anikó: A nemzetközi szervezetek intézményekre gyakorolt hatása az OECD országok tapasztalatainak tükrében

aniko.paroczai@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, MA, 5. félév

Témavezető:
Dr. Czeglédi Pál, egyetemi docens, DE KTK

A nemzetközi szervezetek száma a globalizáció térnyerésével párhuzamosan növekszik, miközben a nemzetközi szervezetek működését rengeteg kritikai éri. A nemzetközi szervezetek működését több módon is megközelíthetjük. A public choice iskolája a nemzetközi szervezetek döntéseit egyéni szereplőkig, míg a hagyományos irányzat tagállami érdekekig vezeti vissza.
Kutatási kérdésemben az, hogy vajon van-e összefüggés a nemzetközi szervezetek működése és egy ország intézményrendszerének minősége között. Dolgozatomban a nemzetközi szervezetek hatását a CIA World Factbook adatai alapján összeállított saját adatbázis mentén vizsgálom. Az adatbázis az OECD országok nemzetközi szervezetekbeli tagságára terjedt ki, az 1996 és 2016 közötti időszakra, és azt mutatja, hogy az adott évben az OECD tagországok hány nemzetközi szervezetben voltak tagok. Az intézményrendszer minőségét a World Governance Indicators indexének jogállamiságra (Rule of Law) vonatkozó területével mérem. Hipotézisem szerint a nemzetközi szervezetekbeli tagság hatással van az intézmények minőségére.
A kérdést egyrészt fix hatású panelregresszióval vizsgálom, a 35 ország 17 évet felölő 595 megfigyelést tartalmazó adatbázisán. alkalmaztam. E modellben a nemzetközi szervezetekbeli tagság tehát magyarázó változó, a jogállamiság (Rule of Law) pedig a függő változó. Az eredményem szerint szignifikáns pozitív, viszont gyenge kapcsolatot van a nemzetközi szervezetek száma és a jogállamiság között.
Dolgozatom második felében az OECD egyik programját, a SIGMA programot vizsgálom, ami a rendszerváltás után az intézményrendszerek javítását tűzte ki célul tanácsadással és kooperációval. Magyarországon, a PHARE mellett, a SIGMA program is hozzájárult a demokratikus intézmények átvételéhez.
A gyenge pozitív kapcsolatra vonatkozó eredményre adható egyik magyarázat az, hogy a nemzetközi szervezetekhez csatlakozási kritériumainak teljesítése nagyobb ösztönzőt nyújt belépés előtt, és ez az intézményrendszerek javítására sarkallja az országokat. Miután azonban csatlakoztak a szervezetekhez, már kevesebb ösztönző van a jó intézmények fenntartására. Egy másik magyarázat az, hogy a nemzetközi szervezetek szerepét, azon keresztül értelmeztem, hogy egy ország hány szervezetnek volt a tagja. Nem minden tagságnak van hatása a jogállamiságra, például ha egy ország csatlakozik egy halászati szervezethez, az nem fog hatást gyakorolni a jogállamiság mértékére.

Semenova Viktoriia: A Kínai "Egy Övezet - Egy Út" Kezdeményezés Hatása a Közép-Ázsiai Országokra

vica.95.ru@mail.ru
Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar
Nemzetközi tanulmányok, MA, 3. félév

Témavezető:
Dr. Szilágyi Judit Beáta, adjunktus, BGE KKK

A dolgozat célja Kína növekvő közép-ázsiai befolyásának elemzése. A régió kiemelt szerepet tölt be az "Egy övezet, egy út" (OBOR) kezdeményezésben, a tanulmány ennek megfelelően a kínai tervek Kazahsztán, Kirgizisztán, Tadzsikisztán, Türkmenisztán és Üzbegisztán fejlődésére gyakorolt hatásaival foglalkozik.
A főbb kutatási kérdések a következők: Hogyan viszonyulnak az említett közép-ázsiai országok Kína nagyszabású beruházásaihoz, milyen lehetséges kihívásokat, kockázatokat, előnyöket és lehetőségeket rejt magában számukra az OBOR?A közép-ázsiai országok fejlesztési tervei mennyiben kompatibilisek a kínai elképzelésekkel? A kérdések megválaszolása érdekében a tanulmány az említett országok komparatív elemzését is magában foglalja.
A dolgozat középpontjában az"Egy övezet, egy út" kezdeményezés fizikai infrastruktúra fejlesztései, a különböző fejlesztéspolitikai lépések összehangolása és a beruházások alakulása áll. A közép-ázsiai országok több szempontból is kulcsszerepet töltenek be az OBOR sikerében: Kína Európába irányuló tranzitútvonalai mellett számos, a kínai gazdaság számára kiemelt jelentőségű nyersanyaggal is rendelkeznek. Az OBOR sikere számukra is meghatározó, mivel a beruházások által jelentős mértékben fejlődik az infrastruktúrájuk, számukra is új piacok nyílnak meg az olcsóbbá váló szállítási útvonalak által, jövedelmet generálnak és erősítik a világpiaci versenyképességüket. A kínai tervek ugyanakkor fontos kockázatokat is rejtenek magukban és óvatosságra intik a régió országait, ha el akarják kerülni Kína növekvő demográfiai expanzióját, valamint a kínai hitelekben rejlő hosszú távú adósságcsapdát. Emellett számos belső kihívással is szembe kell nézniük, melyek elsősorban a megoldatlan területi és etnikai konfliktusok generálta politikai és társadalmi instabilitásban, a kormányzati politikák átláthatatlanságában és különösen a korrupcióban gyökereznek, és veszélyeztethetik az "Új Selyemút" sikerét.
A kutatás részletesen elemzi a közép-ázsiai országok Kínához, valamint egymáshoz viszonyított gazdasági és beruházási helyzetét, melyhez az adatokat a legfrissebb angol és orosz nyelvű statisztikák szolgáltatják. Emellett vizsgálja az egyes államok Kínához kapcsolódó stratégiájának alakulását és kínai tervekkel való konvergenciáját, valamint az állami döntéshozó szervek szerepét. Továbbá bemutatja az OBOR kockázatait és kihívásait az egyes érintett országok szempontjából, míg a megvalósulás lehetséges következményeit objektív szempotok mentén elemzi.

VILÁGGAZDASÁG II.
INTEGRÁCIÓ ÉS KÜLKERESKEDELEM

Zsűrielnök: Dr. Nagy Zoltán, egyetemi docens, ME GTK
Társelnök: Dr. Majoros Pál, főiskolai tanár, BGE KKK
Tag: Dr. Erdey László, egyetemi docens, DE GTK

Fritz Petra: Az Egyesült Királyság integráltságának mértéke az Európai Unió piacában - avagy melyik a Brexit legelőnyösebb kilépési formája

petrafritz94@gmail.com
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MA, 4. félév

Témavezető:
Neumanné Dr. Virág Ildikó, egyetemi docens, PE GTK

Az Egyesült Királyság Európai Unióból való kilépésének módja kulcsfontosságú kérdés. Dolgozatom célja a Brexit részletes vizsgálata. Az országban jelenleg is érzékelhető euroszkepticizmus az elmúlt években jelentősebb mértékűvé vált. 2016. június 23-ai népszavazáson az Egyesült Királyság állampolgárainak 51,9%-a az ország Európai Unióból való kilépésére voksolt. A kilépés hatása nem csak az ország polgárait érinti, hanem az egész Európai Uniót, valamint az EU-n kívüli országokat is.
Kutatásomban az Egyesült Királyság döntését részletesen elemeztem. A kilépést támogatók és ellenzők érveinek tanulmányozásával és a szavazási statisztikák elemzésével megtudhatjuk, hogy milyen tényezők befolyásolták a szavazókat a döntésükben. Tanulmányoztam a lehetséges kilépési modelleket és forgatókönyveket, majd elemeztem az Egyesült Királyság kereskedelmét. Empirikus kutatásom három részből állt. Leíró statisztikával megvizsgáltam az Egyesült Királyság integráltságának mértékét az Európai Unió piacában. Idősor elemzéssel előrejelzést készítettem az ország az EU-val folytatott kereskedelméről előző éves adatok alapján, végül modellezést végeztem gravitációs modell segítségével, amely során megvizsgáltam az ország exportjára ható tényezőket.
Eredményeim alapján az elmúlt öt évben az ország kereskedelmében fontos szerepet játszott az EU-val történő áruexport és áruimport is. Előrejelzéseim szerint a felek közötti kereskedelem a tagság mellett a következő 10 évben is nagymértékű lett volna. Az elmúlt 5 évben a modellezésem alapján az ország exportjában fontos szerepet játszott a partner ország Egyesült Királyságtól vett távolsága, valamint annak EU tagsága is.

Jenei Eszter: Versenyképes magyar borok a világpiacon

jeneieszter@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 4. félév

Témavezető:
Márkus Ádám, egyetemi tanársegéd, DE GTK

Dolgozatom központi témáját a bor és annak országok közötti kereskedelme adja. A boripar vizsgálatának relevanciáját az adja, hogy nemcsak egy átlagos fogyasztási cikkről van szó, hanem egy olyan termékről, amihez történelmi szálak, kulturális jegyek és turisztikai attrakciók kapcsolódnak, ezért bizonyos országok – köztük Magyarország – számára ez a szektor kulcsfontosságú, vagy azzá léphet elő a jövőben.
Kutatásomban Magyarország specifikus borainak, illetve a világpiacon megtalálható híres és hasonló karakterisztikájú borkülönlegességeknek nemzetközi kereskedelmét elemzem. Szót ejtek a termékek, illetve az ezeket termelő országok összehasonlításáról. Kitérek a marketing kulcsfontosságára is, mind a fogyasztó, mind a termelő szemszögéből tekintve, mely nélkül a nemzetközi borpiac kínálata nem lenne olyan széles spektrumú, mint napjainkban, mindemellett taglalom a versenyképesség elemeit is. Az általános információkat követve fókusz helyeződik a Magyarországról a Távol-Keletre irányuló exportra, mint egy nemrégiben születő és egyre jelentősebb piaci lehetőségre, illetve az ott jellemző fogyasztói ízlésvilágra, melynek tükrében nagy kuriózumnak is tekinthető fogyasztási cikk a magyar bor.
Hipotézisem szerint a magyarországi borok iránti kereslet a jövőben bővülhet a távol-keleti gazdasági adottságokat és fogyasztói preferenciákat tekintve. A feltevésem alátámasztása érdekében a dolgozatomban iparági szintű export-import adatokkal vizsgálom a nemzetközi versenyképesség főbb momentumait. A szakirodalmak és adatbázisok felhasználása mellett szakemberektől szerzett információk és személyes tapasztalatok is gazdagítják a kutatás mondanivalóját, melyek egytől egyig azt bizonyították, hogy a magyar boroknak még mindig van helye a világpiacon. A vizsgált szakirodalmakat, a rendelkezésre álló számadatokat és a fogyasztói ízlésvilágot tekintve arra a predikcióra jutottam, hogy a Magyarországon található és exportálási lehetőséggel rendelkező pincészeteknek mindenképpen érdemes a nemzetközi – különösképpen a távol-keleti –piacra fókuszálni, hiszen a fogyasztói ízlésvilágból következő vásárlóerő és a versenyképesség kedvező elemei jótékony hatással vannak a nemzetközi kapcsolatokra, a borkultúra terjesztésére és a külfölddel folytatott kereskedelemre egyaránt.

Kapás Rebeka Dorottya: A specializált export és a gazdasági növekedés összefüggései Fekete-Afrikában

rebeka0815@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Nádasi Levente, adjunktus, DE GTK

A világ országainak eltérő fejlettségi szintje folyamatosan aktuális kérdés. Az általam választott világgazdasági régió, Fekete-Afrika az egyik legelmaradottabb térség, aminek egyik lehetséges oka, hogy ezen országok többségében az export csupán néhány termékre koncentrált, amelyek nagy része ráadásul nyersanyag.
Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy a térség országai mennyire kiszolgáltatottak a túlzottan specializált exportból fakadóan, valamint, hogy ez milyen hatással lehet a gazdasági növekedésre. Hipotézisem szerint a specializáció és a GDP növekedés közötti kapcsolat negatív, vagyis a túlzott specializáció káros a növekedésre nézve. Ezt a megállapítást többek között fő forrásom, Bleaney és Greenaway (2001) cikke alapján állítottam fel.
Az egy főre eső GDP értékekből mértani átlag segítségével átlagos növekedési ütemet számoltam az 1995-től 2016-ig terjedő periódusra. A specializáció esetén 5 évenkénti adatokból készítettem átlagos százalékos értéket 14 ország esetén az 1995 és 2015 közötti időszakra. Bleaney és Greenaway (2001) az országokat az 1980-as adatok alapján választották ki, ezért vizsgáltam én is ezeket az államokat elemzésemben.
Kutatási eredményeimben a jövedelem kontrollálásával két csoportra bontottam az országokat, így láthatóvá vált, hogy az 1995-ben magasabb egy főre eső GDP-vel rendelkező országok esetén negatív volt az összefüggés a növekedés és a specializáció között, míg az alacsonyabb jövedelmű országoknál nem volt érezhető ez a kapcsolat. Mindezekből arra következtetek, hogy egy bizonyos fejlettségi szint fölött a diverzifikáltság már jó hatással van a növekedésre.
Amikor azonban a növekedés helyett a jövedelmet használtam függő változóként, már lehetett tapasztalni fordított U alakú kapcsolatra utaló jeleket, vagyis sem a magas, sem az alacsony mértékű specializáció nem korrelál pozitívan a jövedelemmel. Ezt az összefüggést alapvető nemzetközi kereskedelmi modellek – többek között a Ricardói modell – is sugallják, melyek azonban nem számolnak tranzakciós költségekkel, valamint azzal, hogy a komparatív előnyök dinamikusak. Javaslataimban a gazdaságpolitikai beavatkozások szükségességére hívom fel a figyelmet.

Mák Dorka: Japán integrációs szerepe az ázsiai térségben

dorkamak95@gmail.com
Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 5. félév

Témavezető:
Dr. Kruppa Éva, Főiskolai tanár, BGE KKK

Japán a világ egyik legkülönlegesebb országa. Egy ország, ami tanul a hibáiból és folyamatosan fejlődik. A japán kultúrából és mentalitásból fakad a tökéletességre való törekvés és talán ez is hajtja a gazdaság fejlődését. Céljuk nem feltétlenül a minél nagyobb gazdagság, hanem a jobbá - a mindenkinél jobbá válás. Azért választottam Japánt, mert mélyebben is érdekel, hogy ez az ország, az emberek gondolkodásmódja és a munkához való lojális hozzáállása hogyan mozgatja a japán gazdaságot és emeli fel a legjobbak közé.
Japán jelentősége az ázsiai térségben meghatározó. Nem csupán gazdasági, kereskedelmi, de mentalitásbeli példakép is a távol-keleti országok, de a világ bármely országának számára. A világháborútól meggyötört Japán óriási veszteségei ellenére is képes volt talpra állni és megmutatni a világnak, hogy megtörhetetlen. Egy bizonyos, Japán meghatározó szerepe az ázsiai térségben vitathatatlan! Vajon egy egész történelme során elzárt és elzárkózott ország hogyan nyit az őt körülvevő világ felé? Milyen döntésekkel és lépésekkel tudta kivívni magának az évszázadokra visszanyúló (és további évszázadokig tartó?) tiszteletet és tekintélyt?
TDK dolgozatomban azt vizsgáltam, hogy Japán hogyan integrálódik az ázsiai térségbe, gazdasági és kereskedelmi döntései, szabadkereskedelmi megállapodásai hogyan hatnak a térség országaira. Kutatásomat az elmúlt tíz évre visszatekintve végeztem el. Megvizsgáltam Japán külgazdaság politikáját, elemeztem gazdasági kapcsolatait az ázsiai térség országaival. Tekintettel arra, hogy Japán szabadkereskedelmi megállapodásokat a 21. században kötött, kíváncsi voltam arra is, ezek hogyan vannak jelen az ázsiai gazdaságban. Japán „de facto” vagy „de jure” integrációs folyamat része-e.
Kitértem arra is, hogy a vetélytárs, Kína megjelenése milyen változásokat eredményez a távol-kelet regionális integrációjában és erőviszonyaiban.
Dolgozatomat a szekunder kutatás módszereinek felhasználásával készítettem el. Főként a WTO, UNCTAD és OECD hivatalos honlapjait böngészve kerestem adatokat, melyeket táblázatok, diagramok készítéséhez használtam fel. Magyar és angol nyelvű tanulmányok is segítségemre voltak a kutatás során.

Neumann Eszter: Globális értékláncok kereskedelmének hozzáadott értéken alapuló számbavétele-különös tekintettel Magyarország helyzetére

eszterneumann@gmail.com
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Gazdálkodási és menedzsment, BA, 3. félév

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

Napjainkban egy termék származását nem lehet pontosan meghatározni, mert a termelési folyamatok specializálódásának és szegmentálódásának köszönhetően, egy termék előállítása, gyártása, összeszerelése több országban is folyik. A nemzetközi ellátási láncok és a határokon átnyúló termelés szétaprózottsága az elmúlt évtizedekben a globális gazdaság egyik legfontosabb elemévé vált A GVC-k (globális értékláncok), melyek nagyrészt a határokon átnyúló tranzakciókra és üzleti kapcsolatokra épülnek, alapvetően megváltoztatták a világkereskedelmi hálózat szerkezetét, s ez megköveteli a nemzetközi kereskedelmi elméletek átgondolását. A globális értékláncokra vonatkozó megnövekedett információigény a gazdasági- , üzleti- és kereskedelmi statisztikák egyik legfontosabb és legösszetettebb mérési kihívása. (OECD) és a (WTO) hozzáadott érték-alapú kereskedelmi adatok (TiVA) felhasználásával kezdte meg vizsgálni a globális értékláncok térhódítását. A TiVA azt mutatja meg, hogy az exportált termékek bruttó értékén belül mennyi az exportőr ország hozzáadott értéke. Empirikus kutatásomban megvizsgálom Magyarország beágyazódottságát a globális értékláncba és az export hazai hozzáadott értéktartalma alapján az Európai Unió 28 tagállamát csoportosítom. A globális értékláncok közötti kölcsönös függések megértése kulcsfontosságú a vállalkozások versenyképességének és a lehetséges termelékenységnövekedésének magyarázata szempontjából. Alapvető kérdés, hogy az értéklánc melyik részéhez érdemes csatlakozni, a már meglevő pozíciót hogyan lehet megtartani és megerősíteni. Az alacsony hozzáadott értékű szakaszból való minőségi feljebb lépéshez és felzárkózáshoz új szemléletű gazdaságfejlesztési és külgazdasági stratégiára van szükség. Nemzetgazdasági szinten a felzárkózás, a versenyképesség javítása az innovatív környezet fejlesztésével alapvető kereskedelempolitikai, iparpolitikai és stratégiai cél.

Pártos Zsófia: A brexit és Gibraltár: az 50. cikk hatása a brit tengerentúli területre

partoszsofia1@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Sigér Fruzsina, adjunktus, DE GTK

A dolgozatom egy igen aktuális témáról, a brexitről szól. Példa értékű lépésre szánta el magát Nagy-Britannia azzal, hogy népszavazásra bocsátotta kiválási szándékát az Európai Unióból. A szavazás megosztotta az embereket, de a többség a kiválás mellett tette le voksát. Az integráció működése során most először kell használni az 50. cikket, ami egy tagállam kilépése esetén meghatározza a kilépési procedúra fő lépéseit és időintervallumát. Az esemény egyedisége miatt az EU nem rendelkezik bevett forgatókönyvvel az ügy kezelésére és lebonyolítására, ezért a tárgyalások során folyamatosan alakulnak ki a „szabályok". A brexitet az Egyesült Királyság 14 tengerentúli területeinek szemszögéből közelítem meg, ezen belül az egyetlen Európában található függő területét, Gibraltár helyzetét vizsgálom. A gibraltári lakosság több, mint 95%-az EU tagság mellett döntött, ami újból kiélezte a Spanyolország és az Egyesült Királyság közti régi ellentétet Gibraltár szuverenitásával kapcsolatban. A brexit jövőbeli hatásait csak sejteni lehet, nem tudhatjuk biztosan, hogy milyen következményei lesznek az EU-ból való távozásnak. Számos hipotézis született a témával kapcsolatban, amikre a dolgozatomban részletesebben kitérek. A döntés belső és külső változásokat is indukál az országban, amiket megfelelő menedzseléssel kordában lehet tartani. Úgy vélem, hogy egyik fél sincs teljes mértékben felkészülve a következő eseményekre, azonban megfelelő nemzetközi kommunikációval és együttműködéssel megoldhatóak az érdekellentétek. A közelmúltban egy újabb esemény került napvilágra, a Cambridge Analytica botrány. A hír kiszivárgása más megvilágításba helyezi az eddig ismertnek hitt körülményeket. Véleményem szerint nem maradhat ki a dolgozatból sem, hogy teljes képet kapjunk az eseményről.

Rigó Edit: Az Egyesült Királyság tőkevonzó képességének változása a Brexit után

rigoedit93@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Társadalomtudományi és Nemzetközi Kapcsolatok Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MSc, 7. félév

Témavezető:
Dr. Endrődi-Kovács Viktória, egyetemi adjunktus, BCE TK

A Brexittel járó változásoknak jelentős gazdasági hatásai vannak, aminek következtében felmerül a kérdés, hogy az Egyesült Királyság képes lesz-e a jövőben is Európa egyik vezető FDI fogadó országa maradni. A dolgozatban elemzem, hogy hogyan változott az ország FDI-vonzó képessége a népszavazás óta eltelt másfél évben. Továbbá, a dolgozatom célja megvizsgálni, hogy mely tényezők magyarázzák az Egyesült Királyságba érkező FDI nagyságát, illetve, hogy ezen tényezők a következő években hogyan változhatnak, ezáltal következtetve az országba érkező FDI értékének változására.
A dolgozat során vizsgált első hipotézis szerint az Egyesült Királyságba érkező közvetlen külföldi tőkebefektetések a Brexit következtében 2016 második felében és 2017-ben jelentősen csökkentek. A második hipotézis a brit tőkevonzó képesség okaira keresi a választ. Feltételezésem szerint az Egyesült Királyság esetében elsősorban a piacméret, a képzett munkaerő és a kereskedelmi nyitottság határozzák meg az FDI-vonzó képességet és a többi tényező nincs rá szignifikáns hatással.
A hipotézisek vizsgálata során kvalitatív és kvantitatív módszereket is alkalmazok. A korábbi kutatási eredményeket összevetem egymással és értékelem azokat, illetve adatbázisokra építve, szekunder adatok alapján saját számítást is végzek. A kvantitatív módszerek esetében a legkisebb négyzetek módszere (OLS) a hangsúlyos, amelynek segítségével a brit tőkevonzó képességet meghatározó tényezőket vizsgálom.
A rövid távú hatások vizsgálatának eredményeként elmondható, hogy 2016-ban rendkívül magas volt a beáramló FDI. A kiugró értéket magyarázhatja, hogy ebben az évben több kiemelkedő értékű vállalati tranzakció zajlott le, amelyekről a döntés még a népszavazás előtt született, így a 2016-os adatokban nem látszik a Brexit hatása. A 2017-re elérhető statisztikai adatok alapján sem látható visszaesés, így az első hipotézist elvetem.
A hosszabb távú hatások vizsgálata során először elméleti szinten elemzem a kérdést, majd OLS modell segítségével azonosítom azokat a tényezőket, amelyek meghatározzák a brit FDI-vonzó képességet. A legerősebb modell eredményei alapján második hipotézist részben elfogadom, mivel ennek eredményei alapján a piacméret és a kereskedelmi nyitottság szignifikáns magyarázó változók, a munkaerő képzettsége azonban nem az. Végül a függő változók esetén elérhető előrejelzéseket felhasználva a jövőbeni kilátásokat vizsgálom, amelyek alapján az FDI növekedési ütemének lassulása valószínűsíthető.

Tekker Szimonetta: A fejlődő országok versenyképességének vizsgálata a globális értékláncokban

tekker.szimonetta@gmail.com
Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MA, 4. félév

Témavezető:
Neumanné Dr. Virág Ildikó, egyetemi docens, PE GTK

Dolgozatom a fejlődő országok globális értékláncokban való integráltságának mértékét vizsgálja, hangsúlyt fektetve azok versenyképességére és nemzetközi szerepére.
A globalizációs folyamatok liberálisabb irányába mozdították el a nemzetgazdaságokat, melynek köszönhetően az egyes országok több területet érintő szorosabb együttműködése tapasztalható. Ezen jelenség legutóbbi hullámának egyik fontos sajátossága a nemzetközi termelési folyamatok szétosztása volt, mely számos gazdaságot, szektort és vállalatot is felölel. A globális munkamegosztás új lehetőségeket tárt fel a gazdasági szereplők és a nemzetállamok számára, hiszen a termelékenység növelése egyúttal versenyképesebbé is tette a különböző országokat. Ezt kihasználva a feltörekvő gazdaságok próbáltak olyan intézkedéseket hozni, melyek által vonzóbbá tudták magukat tenni a fejlett államok termelési tevékenységeinek kihelyezésére. Az említett tendencia következményeként új szereplők jelentek meg a keresleti- és a kínálati oldalon is – így például Kína, India, Kelet-Ázsia és Kelet-Európa -, megváltoztatva ezáltal a világgazdaság összetételét. A téma vizsgálata kapcsán meg kell említeni az OECD és a WTO által közösen kidolgozott hozzáadott érték mutatószámát, hiszen ez árnyaltabb képet jelenít meg számunkra az egyes gazdaságok termelékenységéről a globális értékláncokban.
A munkám szakirodalmi részében bemutatásra kerülő BRICS- és Next Eleven országok dinamikus növekedése és jövőbeli potenciálja érzékelteti velünk a nemzetközi erőviszonyok átrendeződésének kezdetét, valamint a hozzáadott értékre való fókuszálás új színben tünteti fel az egyes országok világkereskedelmi erejét és jelentőségét.
A kutatási részben láthatóvá válik a feltörekvő gazdaságok nemzetközileg betöltött kereskedelmi szerepe, illetve a hozzáadott érték növekedése és a versenyképesség közti összefüggés fontossága. Az ezekkel kapcsolatos számítások eredménye alapján feltételezhető, hogy a globális értékláncokban való szerepvállalás pozitívan hat az országok versenyképességére: az egy főre jutó GDP- és a hozzáadott érték éves növekedése egymással szoros kapcsolatban áll, illetve a hozzáadott értékekből képzett rangsor és az országok versenyképességi indexe között közepesen erős összefüggés van.

Kulcsszavak: globális értéklánc, hozzáadott érték, versenyképesség, fejlődő országok, BRICS, Next Eleven

VILÁGGAZDASÁG III.
MUNKAERŐPIAC ÉS DEMOGRÁFIA

Zsűrielnök: Dr. Czeglédy Tamás, egyetemi docens, SOE LKK
Társelnök: Dr. Antalóczy Katalin, főiskolai tanár, BGE KKK
Tag: Dr. Vigvári Gábor, egyetemi adjunktus, BCE TK

Berkovics Beáta: Az első- és második generációs németországi török bevándorlók női tagjainak munkaerőpiaci integrációja

berkovics.bea@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Alkalmazott közgazdaságtan, BA, 6. félév

Témavezető:
Dr. Győrffy Dóra, egyetemi tanár, BCE KIK

Az utóbbi évek közel-keleti konfliktusa nyomán többszázezer menekült érkezett a térségből Európába, akiknek az egyik elsődleges célpontjuk Németország, ahol historikusan egyébként is kiemelkedően nagy mennyiségben telepedtek le bevándorlók. Elsősorban a vendégmunkásbetelepítések eredménye, hogy mára több mint másfél milliós török kisebbség él az országban, akiknek az integrációja, főleg a nőké nem sikerült maradéktalanul. Éppen ezért dolgozatomban az integráció egy szűk, de kulcsfontosságú aspektusára koncentrálva a németországi első- és második-generációs török bevándorlók női tagjainak munkaerőpiaci integrációját szeretném vizsgálni, különös tekintettel a munkaerőpiacon való részvételi arányukra és a nemek közti bérkülönbségekre. Reményeim szerint a törökök helyzetének elemzésével tágabban véve az újonnan érkező menekültek munkaerőpiaci integrációja során várható nehézségekre nézve is lehet következtetéseket levonni.
Dolgozatomban bemutatom, hogyan hathat ki az adott népcsoport kultúrája a nők munkaerőpiaci integrációjának szintjére, milyen más tényezők befolyásolhatják még azt, és hogyan valósul meg. Az elemzés során a munkaerőpiacon való részvételi arány elemzéséhez leíró statisztikát használok, majd logisztikus modell illesztésével vizsgálom, hogyan hat a nem, a török származás és a képzettség a munkanélküliség alakulására, végül röviden kitérek a nemek közti bérkülönbségre is.

Drabancz Áron: Németország és Magyarország első demográfiai osztaléka új megközelítésben

aron.drabancz@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Pénzügy, MA, 2. félév

Témavezető:
Dr. Berde Éva, egyetemi tanár, BCE KTK

A következő években az európai országok nagy hányadában jelentősen csökkeni fog a lakosságszám, többek között Németországban és Magyarországon is. A változás már most jelentős kihívást jelent mindkét gazdaság számára, a problémakört korábban több kutatás elemezte.
Tanulmányomban az első demográfiai osztalék fogalmán keresztül vizsgáltam meg az elöregedési folyamatokat az említett országokban: eltérő népesedési szcenáriók, illetve jövedelmi és fogyasztási korspecifikus együtthatók mellett számítottam ki az osztalék nagyságát. Kiinduló hipotézisem szerint a két ország első demográfiai osztaléka hasonlóan alakul az 1960-2060-as időtávon és az osztalék értéke robosztus az eltérő feltételezések tekintetében.
Dolgozatomban először bemutattam az európai népesedési folyamatokat, majd a főbb demográfiai mutatók szerint hierarchikus klaszterelemzést végeztem, hogy megbizonyosodjak a felől, vajon Magyarország és Németország demográfiai jellemzői hasonlóak-e. Ezt követően bemutattam az első demográfiai osztalék fogalmát, vagyis, hogy a korosztályi népességszám arányok változása miként hathat egy országban a gazdasági teljesítmény változására. Végül eltérő súlyok szerint számoltam ki a mutató értékét, majd korreláció segítségével vetettem egybe az eredményeket.
Kutatásom eredményei alátámasztották Berde és Kuncz (2014) korábbi megállapításait: a jövedelmi és fogyasztási súlyok nem változtatják meg érdemben az első demográfiai osztalék értékét. Az eltérő népesedési súlyok szerint számolt első demográfiai osztalék értékei is hasonlóan alakultak, ám a köztük lévő korreláció már nagyobb mértékű csökkenést mutatott. Habár a két ország alapfolyamatai hasonlóak, a német és a magyar értékek közötti korreláció alacsony szintű maradt.
Összességében a magyar és német adatok közötti hasonlóságot feltevő hipotézisemet elutasítottam, ugyanakkor elfogadtam, hogy az osztalék értéke robosztus az eltérő feltételezések függvényében.

Hartvig Áron Dénes[1] - Madari Zoltán[2]: Az európai közös munkaerőpiac hipotézisének vizsgálata

[1]*hartvig.aron@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Alkalmazott közgazdaságtan, BSc, 4. félév

[2]*amadarizoli@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Keresztély Tibor, egyetemi docens, BCE KTK

Az Európai Unió egységes munkaerőpiacának elemzése gyakori téma az Unióval kapcsolatos kutatásokban. A négy szabadság, vagyis az áru, szolgáltatás, tőke és munkaerő szabad áramlása közül a leginkább hátramaradottnak a munkaerőpiacot tekintik. Ennek oka a humán tényező lehet, hiszen az emberek sokkal kevésbé mobilisak mint a fent említett tényezők. De vajon valóban gyerekcipőben jár az egységes munkaerőpiac? Egyre több európai uniós állampolgár vállal munkát egy másik tagállamban, és a teljes európai unió munkaerőpiachoz viszonyított arányuk is dinamikusan nő az Eurostat adatai alapján.
Jelen dolgozatunkban azt szeretnénk megvizsgálni makro adatok segítségével, hogy mennyire mobilis az európai uniós munkaerőpiac, és milyen tényezők befolyásolják azt. A modellünk segítségével keressük, hogy milyen mutatók vonzók a külföldi munkavállalóknak, és mit kerülnek el.
A vizsgálat két részre osztható. Az első részben egyszerű statisztikai számításokat mutatunk be adatvizualizáció segítségével. A második részben ökonometriai eszközöket használtunk a mélyebb elemzés érdekében. 2006 és 2016 között rendelkeztünk éves adatokkal 19 európai uniós ország esetében. Az adatok tükrében 209 megfigyelésre építettünk statikus panel modelleket. A panel modellek segítségével komplex képet kaphatunk a keresztmetszeti és idősoros hatásokról is. Paneldiagnosztikai tesztek alapján a fix hatású modell bizonyult megfelelőnek, amely kiszűri az idő- és egyedhatásokat. Ennek fényében az országok és az idő hatásának kiszűrése mellett vizsgálható lakosságszám, bérek, munkanélküliség megélhetési költségek hatása a külföldi munkaerő-állomány méretére.
Az adatvizualizációs vizsgálatokból azonosíthatók a fogadó és küldő országokat, valamint az új belépőket érintő korlátozások is. A fix hatású modell magyarázó ereje 51,72%. Ez jónak tekinthető, hiszen makroszintű változókat használtunk a munkaerőáramlás megmagyarázásához. A külföldi munkaerő-állomány méretére a legnagyobb hatást a magasabb bérszint gyakorolja. Érdekes megemlíteni, hogy ez felülírja a magasabb megélhetési költségek elrettentő hatását is.

Markóczy Réka[1] - Szathmáry Lilla[2]: Az Európai Unió tagállamaiban alkalmazott eltérő alkoholszabályozási gyakorlatok közegészségügyi hatékonysága

[1]*markoczyreka@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Társadalomtudományi és Nemzetközi Kapcsolatok Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MSc, 7. félév

[2]*lilla.ivanka95@gmail.com*
Budapesti Corvinus Egyetem Társadalomtudományi és Nemzetközi Kapcsolatok Kar
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás, MSc, 7. félév

Témavezető:
Almadi Sejla, egyetemi tanársegéd, BCE TK

A kutatás célja az Európai Unió három, eltérő szintű alkoholszabályozási gyakorlattal rendelkező tagállamának, i.e. Svédországnak, Magyarországnak és Franciaországnak, összevetése volt a szabályozások megvalósításán, közegészségügyi hatékonyságán és közösségi jogba való illeszkedésén keresztül. A kutatási dizájn, figyelembe véve a kutatási rés komplexitását, az eredmények érvényességére, megbízhatóságára és általánosíthatóságára koncentrált: az adatgyűjtés az országok jogeseteit és alkoholpolitikáinak hivatalos adatait tartalmazta, a módszertan pedig szövegvizsgálatot, leíró statisztikát, korrelációs modellt, valamint egy egyénileg kialakított score-táblát alkalmazott. Az összehasonlító elemzés rávilágított arra, hogy a szigorúbb szabályozás alkalmasabb az alkohol káros hatásainak csökkentésére, mint a megengedőbb jogszabályi környezet. Ennek ellenére, bár jelen kutatásban a svéd szabályozás bizonyult a legmegfelelőbbnek az alkoholfogyasztás káros hatásainak visszaszorítására, az Európai Unió elítélte azt. Az ebben rejlő ambivalencia pedig komoly kételyeket vet fel a leendő közös alkoholpolitika hatékonyságát illetően, amelynek elfogadására az Unió jelenlegi, folyamatban lévő átalakulása során nem csak elméleti, hanem gyakorlati szinten is sor kerülhet.

Nátrán Nikolett: A demográfiai elöregedés és a bevándorlás hosszú távú hatásainak modellezése Németország példáján

niki.natran@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Közgazdasági elemző, MA, 2. félév

Témavezető:
Dr. Mihályi Péter, egyetemi tanár, BCE KTK

Mint ahogyan a legtöbb fejlett országot, Németországot is érinti a demográfiai elöregedés gyorsulása. A korstruktúra változásának két fő oka a várható élettartam növekedése és a termékenységi ráta reprodukciós szint (2,1) alatti értéke. Az évenkénti születésszám is csökken, mely a termékenység csökkenéséből, a szülések elhalasztásából és a szülőképes korú nők számának visszaeséséből együttesen fakad. A társadalom összetételének ilyen irányú átrendeződései mindenképpen megnehezítik a gazdasági egyensúly fenntarthatóságát, de megfelelő intézkedésekkel a folyamat lelassítható, a károk mérsékelhetőek.
Dolgozatomban olyan hosszútávú modellt építek, melynek segítségével megmutatom, hogy a migráció és a nyugdíjkorhatár emelése milyen módon és mértékben képes a problémák enyhítésére. Hipotézisem szerint mindkét tényező jelentős társadalom-fiatalító hatással bír. Az általam bemutatott modellekben rögzítettem az 1990-es eltartottsági ráta és öregedési index értékét, illetve a 2015-ös évben Németországban élő bevándorlók korcsoportok szerinti összetételének súlyait.
Az I. modellben a Német Statisztikai Hivatal népesedés-előrejelzéseit figyelembe véve kiszámítottam az 1990-es elöregedést mérő indexek értékéhez való visszatéréshez szükséges bevándorlók számát 2013-tól 2060-ig. A II. modellben a nyugdíjkorhatárt emeltem fel 65 évről 68, 69, 70 és 75 évre, és tanulmányoztam a két öregedési indikátor jövőbeli változását az adott periódusban. A III. modellt a két tárgyalt „népességfiatalító" tényező kombinációjaként építettem fel, vagyis azt vizsgáltam, mennyi bevándorlóra lenne szüksége Németországnak az 1990-es időskori eltartottsági rátához való visszatéréshez a nyugdíjkorhatár 70 évre való emelése mellett. Bár mindhárom modell a dolgozat elején megfogalmazott elvárásaimat igazolta, a mindkét tényezővel kibővített III. modell produkálta a legvalóságközelibb eredményeket. Ebben az esetben a nyugdíjkorhatár emelésének köszönhetően az öregedési folyamat olyan mértékben volt képes lelassulni, hogy a pótlólagos migránsszám nagysága (64,4 millió fő) először csak 2060-ban emelkedett az I. modell 2013. évhez tartozó értéke fölé.
A dolgozatban elvégzett bevándorló-szimuláció kellően tükrözi az elöregedő társadalomban rejlő veszélyeket, továbbá azt is hangsúlyozza, hogy a demográfiai elöregedés folyamatának lelassításához nagymértékű társadalmi áldozatvállalás és kormányzati ösztönzés is szükséges.

Pálos Péter: A német migrációt alakító tényezők

peterpalos333@gmail.com
Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
Alkalmazott közgazdaságtan, BSc, 4. félév

Témavezető:
Dr. Keresztély Tibor, egyetemi adjunktus, BCE KTK

A német migrációt alakító tényezők című TDK dolgozat fő kérdésfelvetése, hogy az elméleti migrációs modellek átültethetőek-e pusztán kvantitatív formába, továbbá, hogy ezen kvantitatív modellek milyen pontossággal képesek becsülni a tényleges számadatokat, és használhatóak-e hatékony előrejelzésre. A tanulmány fő erőssége annak aktualitása, valamint az erősen kevert összetétel mind a becsült folyamat terén (gazdasági valamint kényszer szülte migráció), mind a modell belső szerkezetét illetően (ugyanis több elméleti modellből építkezik). Kevert voltát azért sorolom az előnyök közé, mivel egy nehezen szétválasztható folyamat egészére nyújt megoldást, ezáltal csökkentve a szétválasztásból származó hibalehetőséget. Az adathalmaz Németország 2008. január és 2017. március közti vándorlási számadatait tartalmazza nem és nemzetiség (külföldi – német) szerinti bontásban. A kvantifikálás két elméleti modellből építkezik: Ernest George Ravenstein push- és pull elmélete, valamint a duális-szegmentált munkaerő-piaci elmélet. Ezen felül szerepelnek benne szubjektív prediktorok, továbbá szerves részét képezi a tanulmánynak a korrupcióval való összefüggés vizsgálat is, melyek területi és klaszterezett formában is a prediktorok között szerepelnek. A dolgozat folyamán lineáris regresszió, Cochrane-Orcutt eljárás, autoregresszív és mozgóátlag modellek felhasználásával kilenc különálló modellt készítettem, melyek validálásával egy, főkomponens elemzésen átesett, területi korrupciós prediktorokat tartalmazó ARIMAX(1,0,0)-ás modell bizonyult a legmegfelelőbbnek. Összegzésként egyértelműen megállapítható, hogy a modellbe választott prediktorok szignifikánsan növelték a becslőképességet, 25,6-os értékű MAPE mutatója közel megbízható becslést jelez, valamint out-of sample előrejelzésre is alkalmazható lehet. Megfelelő alapnak tűnik további kutatások és bővítések számára, valamint igazolja, hogy van kapcsolat a korrupció és a vándorlási folyamatok összessége között.

Pogácsás Csilla: A nemek esélyegyenlőségének vizsgálata az országok kulturális és gazdasági jellemzői alapján

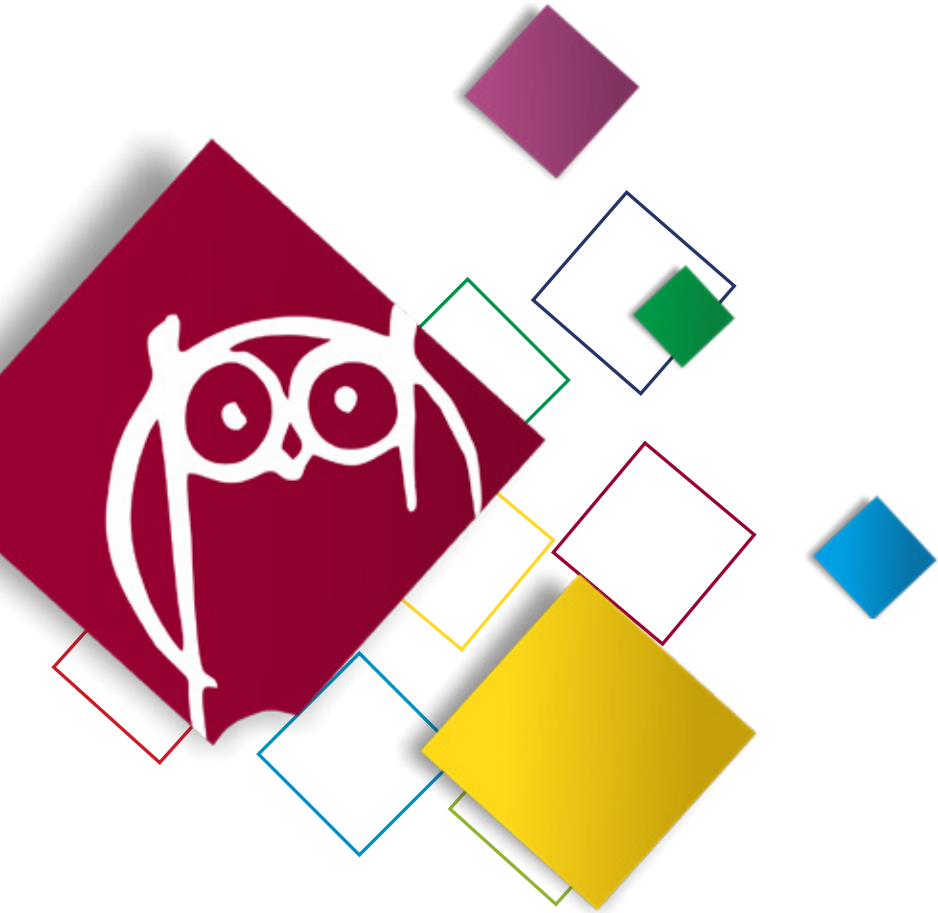
pogacsas.csilla04@gmail.com
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BA, 7. félév

Témavezető:
Dr. Kovács István, adjunktus, DE GTK

A dolgozatom témája a nemek közötti egyenlőtlenségek vizsgálata. Egy olyan megközelítésből akartam ezt leírni, ami tényekre és számadatokra hivatkozva magyarázza az egyenlőtlenségeket. A szakirodalomban számos szempont szerint van vizsgálva ez a probléma, ám én szerettem volna egy olyan megközelítést, ami eddig még kevésbé gyakori és új összefüggések kimutatására képes. Azért választottam kutatásom témájának a férfiak és nők közötti esélyegyenlőségek résének vizsgálatát, mert ez egy nagyon súlyos probléma a mai fejlett és fejlődő társadalmakban egyaránt. Ez egy olyan komplex gazdasági problémát foglal magába, aminek a megoldásához hosszabb idő és az államok együttműködése, egymás segítése szükséges. Fő motivációmat az adta, hogy kiderítsem milyen tényezők befolyásolhatják a gender gap-et, olyan összefüggéseket keresve, amik nem feltétlenül asszociálódnak a köztudatban a gender gap-re való hatásával, például: katonaságra költött összeg, államforma. Egy tökéletesen egyenlő társadalomban azonos jogok járnak mindenkinek nemtől függetlenül. Azonban még ettől sok régió messze áll, viszont stabilan haladnak a fejlődés útján. Erre a fejlődésre viszont nincs kőbe vésett recept, minden ország helyzete más, hiszen az intézményi környezete eltér a többiekétől. A következőkben pontosan azt fogom vizsgálni, hogy az intézmények egynémelyike, illetve ezek kombinációi hogyan befolyásolhatják a recept kidolgozását, vagyis hogyan befolyásolják a nő-férfi egyenlőtlenség mértékét. Mindehhez bemutatom az egyes területeken a nők-férfiak helyzetét, illetve különböző faktorokkal párhuzamba vonva keresem az összefüggéseket a gender gap és egyéb változók között. Egyes eredmények – legjobb tudásom szerint – a szakirodalomban eddig nem köztudott összefüggéseket mutattak ki.

Tilesch Bálint Iván: Példát mutatott Skandinávia? - Az északi modell relevanciája a válságot követően

balint.tilesch@evk.hu
Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
Nemzetközi gazdálkodás, BSc, 2. félév

Témavezető:
Dr. Endrődi-Kovács Viktória, egyetemi adjunktus, BCE GTK

Dolgozatomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy az északi gazdasági modell elméleti megfontolásai mennyire tükröződnek vissza a válság utáni jelenkori skandináv gyakorlatban. Mivel az erősebb állami szerepvállalást hirdető skandináv országok rendre jól teljesítettek a recesszió alatt, így azt is megvizsgálom, hogy a különböző európai gazdasági modellek az északi példán okulva igyekeztek-e egyes mutatóikban közeledni a skandináv jóléti modell országaihoz.Dolgozatom egy előre meghatározott felépítést követ, amely a jóléti államok különböző fajtáinak bemutatásával kezdődik. Ezután részletesen ismertetem a skandináv jóléti modell sajátosságait, illetve azokat a gazdasági mutatókat, amelyekben ezeket a karakterisztikákat a legjobban ki lehet fejezni. A kutatásomban megvizsgálom, hogy az egyes európai gazdasági modellek (skandináv, kontinentális, angolszász, mediterrán) az előre meghatározott tizenkét mutató tekintetében miképp teljesítettek a válságot követően. A mutatók három nagyobb csoportba oszthatók: szociálpolitikához kapcsolódó mutatók, állami kiadások finanszírozásához kapcsolódó mutatók, illetve munkaerőpiaci indikátorok. Mind a tizenkét mutató esetében megvizsgálom, hogy a skandináv modell országai karakterisztikáikban valóban kimutathatóan eltérnek-e más jóléti modellektől, azaz, hogy beszélhetünk-e a válság után a skandináv modell relevanciájáról. A mutatóknál kitérek arra, hogy tapasztalható-e konvergencia az egyes modellek között, közelítettek-e más gazdasági modellek az északi modellhez az elmúlt években. Kutatásom fő megállapítása, hogy bár a skandináv modell valóban eltér más modellektől karakterisztikáiban, konvergencia nem történt az egyes modellek között.
Dolgozatom zárásaként egy tágabb európai kitekintést is szeretnék adni arra vonatkozóan, hogy milyen tanulságok vonhatóak le a kontinens számára a skandináv gazdasági modellből.