

Szent István Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

XXX. Jubileumi OTDK
Közgazdaságtudományi Szekció

ELŐADÁSOK KIVONATAI

XXX.
JUBILEUMI
OTDK

ABONYI-TÓTH FRUzsINA

IV. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Bagdi Róbert
adjunktus, Károly Róbert Főiskola*

MAGYAR KASTÉLYOK TURISZTIKAI CÉLÚ HASZNOSÍTÁSA

The utilisation of the Hungarian castles with a tourism aim

Dolgozatom első részében a Kulturális- és Örökségturizmus kerül előtérbe, vizsgálva azt, hogy a kastélyok hogyan sorolhatóak a kulturális turizmushoz és az örökségturizmushoz, valamint hogy milyen lehetőségeket nyújt ez a terület napjainkban a turizmus területén.

Sajátos vonzerőnk turisztikai szempontból a magyar kultúra és az épített örökségeink, amelyek véleményem szerint kiemelt figyelmet érdemelnek. Az örökségturisztikai adottságok közül kiemelkednek a nemesi családok által épített kastélyok, kúriák. Komplex turisztikai termékké való fejlesztésük hozzájárult ahhoz, hogy jelentős turisztikai attrakciókká váljanak, valamint jelentős vonzerőkörrel rendelkezzenek. A turizmus e típusának fejlődése hozzájárult az örökségattrakciók fenntartásához, illetve növeli a nemzeti identitástudatot, büszkeséget.

A dolgozatban részletesen kitérek a kastélyok történeti áttekintésére, mind Európában és mind Magyarországon egyaránt, bemutatva, hogy míg Nyugat-Európában, ahol a II. világháború után megbecsülték a hagyománykövető és -őrző értékrendet, a kastélyokat felújították, nem hagyták tönkremenni, addig Magyarországon nem tartották nagy becsben ezeket az épületeket.

Bemutatom a kastélyokat kezelő intézményeket is, melyek közül a legfontosabb a Műemlékek Nemzeti Gondnoksága, amelynek feladata kiterjed a műemlékek állagmegóvására, helyreállítására és értékelvű hasznosítására, működtetésére. A Gondnokság küldetésének lényege az értékörzés, és hogy a rájuk bízott műemlékeket minél nagyobb közönség számára elérhetővé és élvezhetővé tegye és kiállításokkal, kulturális programokkal töltsék meg az ódon falakat.

A dolgozatom második felében a tematikus utakra, azon belül is a kastélyokat összekötő tematikus utakra koncentráltam, amelyek Magyarországon még nem nagyon ismertek, de Nyugat-Európában már nagy népszerűségnek örvendenek. Dolgozatom legfontosabb célkitűzése a kastélyokat összekötő tematikus utak bemutatása és újabb utak lehetőségei Magyarországon. Napjainkban három kastélyút van Magyarországon: a Sissi-út, az Észak-Magyarországi Kastélyút és az Andrássy Kulturális Út.

Újabb tematikus út lehetősége úgy vélem a fertődi Esterházy-kastélyban rejlik, így részletesen ezt a kastélyt mutatom be, mivel az elmúlt években az ország egyik legnagyobb örökségturisztikai fejlesztése kezdődött a kastélyban. A fejlesztések, úgy vélem, okot adnak arra, hogy az „Esterházy örökségek legjava” elnevezésű kastélyúthoz kapcsolódjon. A kastélyút az Esterházy Magánalapítvány kezelésébe tartozó kastélyokat és várakat fűzi össze, amelyek ma Burgenland legjelentősebb turisztikai vonzerői. Az Ausztriában és Magyarországon lévő Esterházy-örökségek szorosan összekapcsolódnak és úgy vélem, hogy ma egy ilyen határokon átívelő kastélyút kialakítása közös cél kellene, hogy legyen.

A dolgozat sikeressége érdekében kérdőíves kutatást és interjút is készítettem, melyek eredményeit a dolgozatba is beépítettem.

ÁBRAHÁM ZSOLT

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

BAKONYI ZOLTÁN

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Chikán Attila
egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem*

HOGYAN NÖVELHETIK A MULTINACIONÁLIS VÁLLALATOK A NEMZETGAZDASÁGOK VERSENYKÉPESSÉGÉT?

How can multinational companies raise the competitiveness of nations?

Dolgozatunkban a multinacionális vállalatok és a nemzetgazdasági versenyképesség közötti kapcsolatot vizsgáljuk. Az első részben bemutattuk a versenyképesség vizsgálatával kapcsolatos legelterjedtebb elméleteket, nézeteket, majd definiáltuk az üzleti hálózatot és a tudástranszfert. A tudástranszferrel kapcsolatos legfontosabb eredmények bemutatása után, egy saját modellen keresztül bemutatjuk a multinacionális vállalatokból kiinduló tudástranszfer folyamatokat.

Modellünkben öt hálózati szereplőt különböztetünk meg, melynek középpontjában a multinacionális vállalat áll, mely az általa kialakított hálózaton keresztül kapcsolódik a beszállítóihoz, a vevőkhöz, az állami intézményekhez és a civil szférához.

A versenyképesség mérésénél a svájci IMD Versenyképességi Évkönyvét vesszük alapul, melynek mutatóit egy általunk felállított modellel vetettünk össze. Részletes elméleti vizsgálatunk során belátjuk, hogy a multinacionális vállalatoktól induló üzleti hálózatokon belüli tudástranszfer növelheti a nemzetgazdaság versenyképességét.

Miután bebizonyítjuk hipotézisünket, a multinacionális vállalatok és a nemzetgazdasági versenyképesség közötti kapcsolatot teszteljük a közép-európai nagyméretű kiskereskedelmi láncok alapján (Tesco, Auchan, Metro, Carrefour), melyek példája ugyancsak igazolja hipotézisünket.

ÁBRAHÁM ZSOLT

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

SIMONOVITS GÁBOR

I. évfolyam

Economics (M)

Közép-európai Egyetem

SZIGEL FERENC

I. évfolyam

Közgazdálkodás és közpolitika (M)

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Bakacsi Gyula
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

BÁRHOL MEGOLDÁS LEHET EGY KLASZTER?

Are clusters universal solutions?

Dolgozatunkban a nemzeti kultúra és a klaszteresedétség közötti kapcsolatot vizsgáljuk három hipotézisen keresztül, melyek a következők:

H₁: A nemzeti kultúra befolyásolja egy adott országon belül a klaszter, mint gazdasági szervezeti forma elterjedtségét.

H₂: A nemzeti kultúra erősebben befolyásolja a tudásorientált klaszterek elterjedtségét.

H₃: A magyar nemzeti kultúra nem támogatja a gazdasági klaszterforma elterjedését.

A klaszterekkel, klaszterpolitikákkal foglalkozó releváns szakirodalom bemutatása után a legfontosabb kultúraelméleteket tekintjük át, majd az általunk épített modellen keresztül bemutatjuk a nemzeti kultúra és a kétféle klaszteresedés között feltételezett kapcsolatot, amit aztán statisztikai módszerekkel vizsgálunk. E vizsgálat eredményeként a GLOBE-kutatás kilenc kultúráváltzója közül nulla változó mutatott kapcsolatot a klaszteresedétség, és kettő – bizonytalanságkerülés és jövőorientáció – mutatott pozitív kapcsolatot a tudásorientált klaszterek elterjedtségével. Ezek alapján a H₁ hipotézist nem tudjuk igazolni, míg a H₂ hipotézist igen. A H₃ hipotézist a magyar kultúrára jellemző kultúráváltzóik alapján elvetettük. Dolgozatunkat az eredmények értelmezésével és a munkánk során előkerült új kutatási kérdések felvetésével zárjuk.

ÁCS BERNADETT

V. évfolyam

Kiegészítő képzés (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulensek: Lehota Zsuzsanna
tanársegéd, Szent István Egyetem*

*Erdő Péter
menedzser, Telenor Magyarország Zrt.*

**MARKETING ANYAGOK KÉSZLETEZÉSI RENDSZERÉNEK FELÜLVIZSGÁLATA A
PANNON GSM TÁVKÖZLÉSI ZRT.-NÉL**

Marketing the review of the stockpiling system of substances the Pannon GSM
Telecommunicational Inc.

Pályamunkámban a Marketing anyagok készletezési rendszerének felülvizsgálatával foglalkozom a Pannon GSM Zrt-nél, amely kiterjed mind a raktározó cég, mind a szállító cég vizsgálatára, valamint a cégen belüli részfeladatok lefolyására. Választásom azért esett erre a témára, mert Magyarországnak a 21. században fel kell készülnie a kiélesedő versenyekre és a három mobiltávközlési cég kemény piaci feltételeire. Így a vállalatoknak meg kell tanulniuk kommunikálni a fogyasztókkal.

Bővebben foglalkozom az Ellátási Lánc Menedzsment Osztállyal, azaz a Commercial Supply Chain Office (továbbiakban CSCO), annak felépítésével, működésével és legfontosabb feladataival, valamint ismertetem az osztály 5 láncszerű modell menedzsment funkcióit.

Dolgozatomban megvizsgálásra kerül a vállalat működésének szempontjából egyik fontos területe, nevezetesen az értékesítéshez köthető, illetve értékesítést segítő marketing anyagok készletezési rendszere, amely az eladás ösztönzését, növekedését hivatott szolgálni, ebből következően jelentős szerepe van a marketingtevékenységben. A terület működése akkor mondható eredményesnek, ha a marketingcélok megvalósulásának eszközeként folyamatait a hatékonyság és az ésszerűség jegyében alakítja ki, valamint magas színvonalon teljesíti a rá háruló feladatokat.

A dolgozat célja, hogy a benne található észrevételekkel és javaslatokkal hozzájáruljon a terület fejlesztéséhez, felhívja a figyelmet azokra az esetleges hiányosságokra, illetve tényezőkre, amelyeket átértékelve, újragondolva hozzáadott értéket lehet létrehozni.

ACSAI ALEXANDRA

II. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Hörcsik Lajosné
gazdasági tanár, Szolnoki Főiskola*

**VÁLSÁGMENEDZSMENT AZ AUDITKER KFT. NEMZETKÖZI KAPCSOLATAIBAN
AVAGY AZ ÜZLETI ÉLET EGYIK STRATÉGIÁJA: A BIZALOM**

Crisis management in the Auditker Ltd.'s international relations
– Or one of the business strategies: TRUST

A gazdasági világválság Magyarországot is elérte 2008-ban, melynek hatásai csak 2009-ben jelentkeztek. Akadozik a megrendelt áruk kifizetése, hiszen a készletek raktáron maradtak. Vajon hogyan lehetne menedzselni ezt a problémát? Megoldást jelentene, ha csökkentenénk a költségeket? Vagy talán pótlólagos forrásokhoz, azaz újabb hitelfelvételhez folyamodjunk? De mindez pénzbe kerül, és jelenleg ebből van a legkevesebb... Közelítsük meg a problémát egy másik szemszögből! Nagyon kevesen gondolnak az íratlan üzleti etika szabályaira, melyek ugyanúgy az üzleti élet sikerének részét képezik, mint a pénz és a befektetés. Az üzleti etika-elv végigkíséri a cég életét attól a pillanattól kezdve, hogy megalapították. A válság megjelenésével ez a terület még nagyobb hangsúlyt kapott az üzleti stratégiában és a nemzetközi kapcsolatokban. Tehát menedzseljünk bizalommal!

A téma aktualitását a kecskeméti székhelyű Auditker Kft.-n keresztül fogom szemléltetni. A TDK-dolgozatom során röviden bemutatom a cég életét és a piaci helyzetét, majd ezt követően a következő kérdésekre keresem a választ: Hogyan hatott a gazdasági világválság az Auditker Kft. eladási forgalmára, életére? Mennyire változtak meg külföldi partnereivel való kapcsolatai? Ebben a nehéz időszakban milyen üzleti stratégiát alkalmaz? Hogyan próbál kilábalni a válságból? Milyen megoldást talált az átvészelésre, túlélésre, piacon való maradásra? A Kft. kiemelkedő példát mutat arra vonatkozóan, hogy nemcsak az anyagiak számítanak, hanem a bizalomnak is óriási szerepe van az üzleti kapcsolatok kiépítésében és válságos időkben azok kezelésére.

ÁDÁM ERZSÉBET

Végzés éve: 2010

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (M)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Erős Adrienn
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

EGÉSZSÉGÜGYI MODELLEK VIZSGÁLATA EURÓPÁBAN

Examination of health models in Europe

A jóléti állam fontos eleme az egészségügy. Az egészség kiemelkedő jelentőségű társadalmi és gazdasági értékünk. Az egészség nem csak gazdasági érdek, hanem az egyén saját célja és joga.

A gazdasági növekedés és az egészség között kétirányú a kapcsolat. A gazdasági növekedés például hozzájárul a születéskor várható élettartam növekedéséhez, de a jobb egészség is elősegíti a gazdasági növekedést.

Az egészségügyi rendszerek költségei rohamosan növekednek. Az egészségügyi reformok főbb céljai többek között az egészségügyi költségek mérséklése és a pénzügyi források hatékony felhasználása. Ez azonban nem könnyű feladat, hiszen az egészségügyben a modern technológia és a kutatás is hozzájárulnak az egészségügyi költségek egyre nagyobb mértékű növekedéséhez. Az egészségpolitikák általános célja továbbá, hogy biztosítsa mindenki számára az egészségügyi ellátást, és hozzájáruljon az egészségi állapot javulásához, ezáltal az életszínvonal növeléséhez is.

A dolgozatom elején ismertetem a főbb egészségügyi modelleket és a fontosabb reformokat Európában és az Amerikai Egyesült Államokban.

Ezt követően kitérek a főbb egészségügyi reformok összehasonlítására, a modellek előnyeinek és hátrányainak az ismertetésére. Végül pedig a főbb egészségügyi mutatókat és az egészségügyi kiadásokat vizsgálom. A téma iránt érdeklődőknek is szeretnék általános bepillantás nyújtani az egészségügyi rendszerek működésébe.

ADÁMI MÁRTON

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Harsányi János Főiskola

*Konzulens: Dr. Juhász Krisztina
főiskolai tanár, Harsányi János Főiskola*

**GAZDASÁG ÉS KULTÚRA EGYMÁSRA GYAKOROLT HATÁSMECHANIZMUSÁNAK
VIZSGÁLATA**

The interaction of economy and culture

Napjaink egyik legjellemzőbb gazdasági, társadalmi és környezeti folyamata a globalizáció, a nemzetköziesedés. A folyamat alapvetően a gazdaságból indul ki, azonban az élet minden területén kiemelt hatással bír. Különböző kultúrájú országok között is egyre összetettebb gazdasági kapcsolatok jönnek létre, melyek szintén a globalizáció eredményei, és erőteljesen hatnak az adott országok kultúrájának alakulására.

A kultúra és gazdaság egymásra gyakorolt hatását számos kutatás vizsgálja, azonban ezek között kevés a számszerűsíthető eredményeket tartalmazó. Ezáltal sem a kutatások egymással, sem a kutatásban szereplő országok egymással nehezen összehasonlíthatóak. Éppen ezért vizsgálataim során igyekeztem kvantitatív kutatásokra támaszkodni.

Dolgozatom során ismertetem az általam kiválasztott három ország (Amerikai Egyesült Államok, Németország, Japán) kulturális és gazdasági jellemzőit, illetve összevetem gazdasági rendszereiket. A kultúra ismertetésére és jellemzésére egy külön fejezetet fordítok. Ezt követően felvázolom az általam kiválasztott kutatásokat, Geert Hofstede módszerét és a GLOBE-kutatást, illetve az ezek előzményeit képező kutatásokat, ezáltal a témában egy kutatás-evolúciót is bemutatok, melynek során összehasonlítom ezeket egymással, illetve véleményt formálok a különbségekről. A kutatások bemutatását követően a kapott eredményeket hasonlítom össze, melyek alapján következtetéseket vonok le.

Összegzésül választ kaptam a dolgozat elején feltett kérdésre, vagyis: a gazdaság hat a kultúrára vagy épp ellenkezőleg. A végkövetkeztetés levonásához Huntington ún. „Davos-kultúra” elméletét használtam fel.

AGÁRDI ÉVA

II. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Téglá Zsolt
főiskolai docens, Károly Róbert Főiskola*

**A ZÖLDSÉGHAJTATÓ MODELLGAZDASÁGOK JÖVEDELEMTERMELŐ
KÉPESSÉGE**

The income generating capability of vegetable forcing model farms

A családi gazdaságunk Bács-Kiskun megyében található, ahol zöldségajtatással foglalkozunk. A zöldségajtatás során izolált termelési kultúrát valósítunk meg, mivel a talaj minősége nem engedi meg, hogy az adott zöldségajtából ki tudjuk hozni a legnagyobb termés hozamot.

A dolgozatomban elkészítéseként az motivált, hogy gazdaságunkat hogyan lehetne életképesebbé és versenyképesebbé tenni, a termelékenységét növelni és a költségeket minimalizálni. Különböző modellek felállításával olyan alternatívákat dolgoztam ki, amelyek igyekeznek az árbevételt és a termés hozamot maximalizálni, illetve az állandó és változó költségeket optimalizálni.

A célkitűzéseim között továbbá szerepelt, hogy a mi gazdaságunkból kiindulva, hogyan lehetne újabb munkalehetőséget teremteni a hátrányos helyzetű kistérségekben, ahol a munkanélküliség nagy méreteket ölt.

Az üzemet nemcsak a technológia oldaláról világítottam meg, hanem gazdasági és számviteli szempontból is megvizsgáltam. Érzékenységvizsgálattal azt szemléltettem, hogy a különböző üzemméretek hogyan befolyásolhatják a költségeket és az árbevételeket.

Nem utolsó sorban az egészségtudatosság napjaiban élve elengedhetetlen, hogy olyan minőségű zöldséget állítsunk elő, ami vegyszermaradványoktól mentes és a lehető legtöbb tápanyagot tartalmazza.

ÁLDORFAI GYÖRGY

Végzés éve: 2010

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Urbánné Malomsoki Mónika
tanszéki mérnök, Szent István Egyetem*

**RÉTSÁGI JÁRÓBETEG-SZAKELLÁTÓ KÖZPONT VIZSGÁLATA
ÉS HATÁSA A RÉTSÁGI KISTÉRSÉGRE**

The analysis of the Rétság outpatient specialist clinic and its impact for the Rétság subregion

A hazai egészségügy állapota, finanszírozása, fenntarthatósága egyre több problémával küzd. Az egészségügy fejlesztése, átalakítása a szakmai és civil fórumokon gyakorta felmerülő kérdés.

A tudományos diákköri pályamunkám keretében a TIOP 2.1.2/07/1 „Kistérségi járóbeteg-szakellátó központ kialakítása és fejlesztése” című pályázat egyik nyertesének projektmegvalósítását veszem górcső alá. Dolgozatomban a benyújtott pályázat és az épülő kistérségi járóbeteg-szakellátó központ hatásának elemzésére, értékelésére helyezem a hangsúlyt.

A témával kapcsolatosan rendkívül sok kérdés merül fel. A járóbeteg-szakellátó központ a kistérség minden településéről jól megközelíthető? Jobban megközelíthető, mint az eddigi ellátó helyek? Kedvező lesz a szakellátó-központ fogadtatása az ellátási területen élők részéről? Gondot fog okozni a bizalomra épülő orvos-beteg kapcsolatban a változás? Az intézmény működtetésére létrehozott non-profit Kft. finanszírozni tudja hosszú távon a működést? Az épülő kistérségi járóbeteg-szakellátó központnak milyen térségfejlesztő hatásai lesznek?

A tudományos diákköri pályamunkám a szakirodalom feldolgozását követően tartalmazza a részletes elemzést, melyben elemzem és értékelem az általam vizsgált projekt elemeit, a pályázat részleteit, a megvalósítás módját, az intézmény működtetés jövőbeni kilátásait. Bemutatom és értékelem az általam elkészített és lekérdezett kérdőívet, majd vizsgálataim alapján levonom a következtetéseimet és javaslatokat teszek a projekt folytatásával kapcsolatosan.

Munkámmal fényt szeretnék deríteni az általam felállított hipotézisekre, melyben statisztikai elemzések, személyes interjú és kérdőíves lekérdezésből nyert tapasztalatok állnak rendelkezésemre.

ANCSIN ADRIENN

Végzés éve: 2009

Turizmus-vendéglátás (A)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Dávid Lóránt
főiskolai tanár, Károly Róbert Főiskola*

A MÁTYÁS KIRÁLY GYÓGYSZÁLLODA MARKETINGTEVÉKENYSÉGE

The marketing activity of Mátyás Király Wellness Hotel

Dolgozatom témájaként a hajdúszoboszlói Mátyás Király Gyógy szálloda marketingtevékenységét választottam. Témaválasztásom elsődleges oka hazánk legjelentősebb turisztikai termékének, az egészségturizmus ismertetése volt. Bemutatom, hogy milyen szerepet tölt be az egészségturizmus egy kedvelt 3*-os szálloda működésében, illetve milyen marketingeszközökkel teszik még jelentősebbé (hangsúlyozzák) az egészségturisztikai profilt.

Célom, hogy bemutassam egy hazánkban „átlagosnak” mondható gyógy szálloda marketingtevékenységét, amely képes felvenni a versenyt társaival, és újat tud nyújtani a vendégek igényeinek kielégítése érdekében. Kutatásom során számos kérdésre keresem a választ, melyek megválaszolásának érdekében elsődleges és másodlagos kutatást végeztem.

A szálloda igazgatójával készített mély-interjúk során választ kaptam arra, hogy valójában milyen szerepe van a szálloda életében a 7 P-nek, másodlagos kutatás eredményeként pedig rávilágítok a bevételek és a vendégforgalom alakulására.

Dolgozatom első részében ismertetem az egészségturizmus jelentőségét nemzetközi szinten, illetve az ország gazdaságában. Ezek után az Észak-alföldi Régiót mutatom be, hogy méltán nevezik a várost a „Reumások Mekkájának”. A következő fejezetekben pedig áttérek a szálloda szolgáltatásainak részletes bemutatására, a bevételek és a nemzetközi, valamint a hazai vendégforgalom ismertetésére az elmúlt 10 év adatait figyelembe véve.

Felállítok egy SWOT-analízist, melyben megismerhetjük a szálloda megtartandó erősségeit, kiaknázandó lehetőségeit, a lehetséges veszélyeket és azokat a gyengeségeket, amelyekre nagyobb figyelmet kell szentelni a jövőben.

ANDUSKA BEATRIX

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Általános Vállalkozási Főiskola

SZELECZKI PÉTER

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Általános Vállalkozási Főiskola

*Konzulens: Dr. Fenyvesi Éva
főiskolai tanár, Általános Vállalkozási Főiskola*

KORRUPCIÓ A MAGYAR EGÉSZSÉGÜGYBEN

Corruption in the Hungarian healthcare

A Transparency International egyik éves felmérése a „Global Corruption Report”, amelynek 2006-ban központi kérdését képezte az egészségügyben tapasztalt korrupció. A kutatás igen sötét képet tár az olvasó elé. Valóban ilyen súlyos a helyzet?

Kutatásunkban az elmúlt években bekövetkezett változásokat/változatlanságokat kívánjuk feltárni. Mivel a kérdés „közkedvelt”, rengeteg publikáció jelent meg a témakörben. Célunk az, hogy ezekben a tanulmányokban megjelent adatok egy részének szekunder feldolgozásával áttekintsünk néhány, a paraszolenciával kapcsolatos kérdést a magyar egészségügyben, és a környezetünkben felvett, saját készítésű kérdőívek adataival összevessük azokat. Az összehasonlítástól annak feltárását várjuk, hogy az országos adatok mennyire helytállóak egy szűkebb környezetre nézve. Abban bízunk, hogy adataink feldolgozása kedvezőbb képet tár elénk.

A fenti célkitűzést a következő kérdések megválaszolásával kívánjuk elérni:

- (1) Megfelelő-e az egészségügy állapota?
- (2) Milyen színvonalúnak ítélik meg az emberek az egészségügyi dolgozók fizetését?
- (3) Miért adnak hálapénzt a betegek?
- (4) Elfogadhatónak tartja-e a magyar társadalom a hálapénz adását?
- (5) A lakosság mekkora hányada fizet hálapénzt?
- (6) Lehet-e Magyarországon térítésmentesen kiváló egészségügyi ellátásban részesülni?

Primer kutatásaink során – megerősítve a szekunder kutatásból nyert adatokkal – az alábbi következtetésekre jutottunk:

- (1) A magyar egészségügy állapota nem megfelelő.
 - (2) Az emberek megítélése szerint az egészségügyi dolgozók fizetése alacsony.
 - (3) A betegek a jobb ellátás reményében adnak hálapénzt.
 - (4) A hálapénz Magyarországon a szürke korrupció csoportjába tartozik.
 - (5) A lakosság többsége fizet hálapénzt orvosának.
 - (6) Magyarországon nem lehet kiváló egészségügyi ellátásban térítésmentesen részesülni.
- Véleményünk szerint a hálapénz visszaszorításához nem elég csupán az állami beavatkozás. Egy komplex egészségügyi reformra lenne szükség a probléma megoldásához, amelynek természetesen része az egészségügyben dolgozók legális jövedelmének növelése.

ANDZSANSZ-BALOGH KORNÉL

Végzés éve: 2010

Közgazdász-nemzetközi kapcsolatok (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

NAGY GÁBOR

Végzés éve: 2010

Közgazdász-nemzetközi kapcsolatok (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Sz. Bíró Zoltán
tudományos főmunkatárs, Magyar Tudományos Akadémia*

**A FÖLDGÁZ AZ EURÓPAI UNIÓ ÉS MAGYARORSZÁG BIZTONSÁGI
RENDSZERÉBEN**

Natural gas in security system of European Union and Hungary

A dolgozat célkitűzése annak vizsgálata, hogy a földgáz biztonságpolitikai szempontok szerint milyen tulajdonságokkal rendelkezik, illetve, hogy ezek a szempontok érvényesülnek-e az Európai Unió közösségi politikájában. Végül, egy esettanulmány formájában, bemutatásra kerül a Közösség politikai elemeinek gyakorlati alkalmazása tagállami szinten. A dolgozat ezekből a célkitűzésekből adódóan két elkülöníthető részből áll, melyek két különböző módszertani megközelítést indokoltak. Ugyanakkor a kapott eredmények külön-külön nem képesek olyan szignifikáns következtetések levonására, mint amelyet a két, külön közösségpolitikai és gyakorlati – tagállami – alkalmazások együttes kezelése és elemzése lehetővé tesz, ezzel alkotva kerek egészet.

A dolgozat első részében a releváns biztonsági fogalmak keretrendszerét írja le, nemzetközi szervezetek állásfoglalásaira, illetve akadémiai cikkekre támaszkodva, amely megteremti az ide vonatkozó közösségi politika elemzésének alapját. A fejezet rövid történelmi áttekintés keretében megvizsgálja az európai uniós energiapolitika kialakulásának folyamatát és azon belül a földgáz kérdésének szerepét. Ennek kapcsán tekinti át a földgáz jellemzőit az energiaellátásban, illetve annak sajátosságait más energiahordozók tulajdonságaihoz képest. Bemutatja a földgázfelhasználás arányainak és forrásainak alakulását, amely rávilágít a felmerülő biztonságpolitikai problémákra. Ezt követően az Európai Unió által a problémákra adott válaszok részletes elemzésére kerül sor. Az elemzés kapcsán megkerülhetetlenné válik Oroszország szerepének részletesebb vizsgálata is. A fejezet a fogalmak meghatározását, illetve az irányelvek, zöldkönyvek és jogi keretrendszerek elemzését követően, amelyet indokolt esetben statisztikai adatokkal támaszt alá, az elemzés során kapott eredmények összefoglalásával zárul.

A dolgozat első felében kapott eredmények gyakorlati megvalósulását és annak vizsgálatát egy adott tagállam, Magyarország esettanulmányán keresztül vizsgálja meg. Indokolt mértékben bemutatva az Európai Unióhoz való csatlakozást megelőző, ide vonatkozó biztonságpolitikai és földgázipari folyamatokat. A statisztikai elemzés elvégzéséhez sorra bemutatja az infrastrukturális adottságokat, a fogyasztói szerkezetet, illetve a szabályozási környezetet 2009 decemberi állapotok szerint. Az adatok alapján rövid-, illetve középtávú ellátás-biztonsági elemzést készít, majd a kapott eredményeket összeveti a közösségi célkitűzésekkel, illetve az első fejezetben megállapított következtetésekkel. Mindezzel lehetővé téve a közösségi szintű célkitűzések ténylegesen tagállami szinten való vizsgálatát. Ennek köszönhetően a második rész segíti annak megállapítását, hogy az első részben bemutatott európai uniós szintű célkitűzések a gyakorlatban hogyan valósulnak meg. Illetve, hogy az egy-egy tagállam által szükséges biztonságpolitikai intézkedések meghozatalában milyen mértékű katalizátor szereppel bírhat az Európai Unió.

ANGA JÁNOS

Végzés éve: 2010

Vállalkozásfejlesztés (M)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Szakály Dezső
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

20.. A JÖVŐ: MAGYAR (PÉNZ) SZABÓ MESTEREK TESTRE SZABJÁK A KÖLCSÖNÖKET

20.. The future: Hungarian (financial) tailor masters gear the credit to person

A termék önmagában olyan a piacon, mint bármelyik másik, önmagában nem különbözteti meg semmi, ugyanolyan hiteltermék, mint amelyet még harminc bank kínál.

Jelentős versenytársai vannak, ugyanazt a szegmenst szolgálják ki, a vevők kegyiért harcolva. Sem monopol-, sem oligopol piacokról nem beszélhetünk, szinte tökéletes a verseny, ahol jelentős marketingtevékenységgel harcolnak az eladók a vevőkért.

Különböző értékesítési csatornákat használva nap mint nap megküzdnek egymással a versenytársak. Ezen kívül a vevőket a helyi piacon kell elérni, „házhoz kell vinni az árut”, de nem mindegy hogy milyen áron.

A 'vevővezérelt' marketingben, amit a vevő akar társadalomban egyre jobban arra felé haladunk, amely bizonyítja a K&H márkáépítési stratégiáját, azon belül az „énhitel” és egyáltalán az 'én' kifejezés létjogosultságát.

Ez azt jelenti, hogy állítsd össze saját magad a hiteltermékedet – én kártya esetén tedd rá saját fényképedet a bankkártyára és legyen egyedi kártyád – és legyen egyedi.

Ezen alapkérdéseket vizsgáltam munkám során feltérképezve a paradigmaváltás lehetőségét, azaz a termékből a vevő igényei felé történő kilépés lehetőségét.

Alkalmaztam BCG és Porter módszereket, elemeztem a termékgörbéket és az innováció szakaszait, sőt vevőkkel és eladókkal is készítettem interjúkat.

Megállapítottam azt, hogy a jövőben már nem termék elemeket fog jelölni az énhitelen belül, hanem a finanszírozási fogalmak újradefiniálása és újrafelhasználása fog bekövetkezni.

Érdemes ezt szem előtt tartani, hiszen azzal, hogy a vevő saját maga teszi bele a kosarába a hitelemeket, már most gyakorlatilag önálló terméket hoz létre, dönt az árazással, a biztosítékokkal, a futamidővel és a felhasználhatósággal kapcsolatban is.

Jelenleg ezek a döntések még meg vannak nevezve 'TERMÉK' kategóriákba, azonban nagyon valószínű, hogy a jövőben már csak a valódi finanszírozási elemekről fogunk beszélni.

ANTAL ÁRON

Végzés éve: 2010

Pénzügy (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Ligeti Sándor
egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem*

JELZÁLOGHITELEK ÉRTÉKESÍTÉSI CSATORNÁI EURÓPÁBAN ÉS HAZÁNKBAN

Mortgage distribution channels in Europe and our country

A pénzügyi rendszeren belül a globalizációval járó fokozódó verseny az értékesítési csatornák gyors átalakulását hozta magával. Az alkalmazkodás során új szereplők jelentek meg, a pénzügyi közvetítők napjainkra dominálják a legtöbb lakossági hiteltermék értékesítését. A megfigyelhető folyamat átalakítja a hagyományos banküzem kereteit, új stratégiai kihívások előtt állnak az univerzális bankok. A megszokott, közvetlen kapcsolat a hitelt nyújtó és a fogyasztó között egyszerű fogyasztóvédelmi szabályokkal kezelhető volt, de a szolgáltatási, közvetítői szerződések számának növekedése, a díjstruktúra bonyolulttá válása szükségessé teszi egy differenciáltabb szabályozás létrehozását. A jelenlegi dolgozat a szabályok szigorításának lehetséges hatásait vizsgálja az érintettek szempontjából. Bár szűkösek a rendelkezésre álló adatok, a létező szabályok gyakorlati összehasonlítása, az elsődleges kutatások, empirikus vizsgálatok szintézise lehetővé teszi, hogy a Magyarországon is hatályba lépő, pénzügyi közvetítőket korlátozó intézkedések hatásait megvizsgáljuk három lehetséges forgatókönyv esetén.

ANTAL FERENC

V. évfolyam

Vállalati pénzügy (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Stocker Miklós
PhD hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem*

**SPORTINFRASTRUKTÚRA FEJLESZTÉSEK ÚTVESZTŐI MAGYARORSZÁGON,
MŰFÜVES LABDARÚGÓPÁLYA ÉPÍTÉS SIKERTÉNYEZŐINEK VIZSGÁLATA**

Labyrinths of sport infrastructure-development in Hungary, success factors of article turf-football-ground's constructions

Dolgozatomban azokat a sikertényezőket kutattam, amelyek szükségesek a sportinfrastruktúra fejlesztéshez Magyarországon. A fejlesztéseket két tényező mentén vizsgáltam, a hipotézisem szerint ezek a sikertényezők.

Az egyik ilyen tényező, hogy miként lehet az érintettek érdekeit a megfelelő irányba terelni. A másik tényező a pénzügyi konstrukció: hogyan rendeljünk megfelelő tőkét a projektekhez?

A dolgozat első részében a nemzetközi elméletekkel és stratégiákkal foglalkozom. Az érintettek azonosításra kerülnek, és feltárom a közöttük lévő kapcsolatokat. A fő kérdés: hogyan lehet megszerezni a támogatásukat a projektekhez? Áttekintem a forrásbevonás alternatíváit – hitelek, PPP konstrukciók, EU-támogatások – és bemutatom az egyes lehetőségek előnyeit és hátrányait.

A második rész tartalmazza az Országos Labdarúgópálya Létesítési (OLLÉ) Program bemutatását. A program két új eleme, hogy a szereplők projektszervezetként működnek együtt és egy kedvezményes hitelkonstrukció vonható be a fejlesztésbe.

A program érdekében létrehozásra került egy új, kedvező kamatozású árfolyamgarantált hitelkonstrukció az önkormányzatok számára, emellett a program újdonsága, hogy a Fejlesztési Bank és az önkormányzat közé beépül egy új szereplő, a Programiroda független pénzügyi tanácsadója. A kérdés: mennyiben tudja segíteni a Programiroda a hitelezési folyamatot?

A hitelkonstrukció meglétének hatása az OLLÉ Programra egyre nagyobb, hiszen a kialakult gazdasági válságban a fejlesztési források beszűkülése ezt a hitelkonstrukciót nem érinti.

Bemutatásra kerülnek még a Program érintettjei, az érdekcsoportok illetve a program előnyei, hátrányai és specialitásai valamint az érdekcsoportok programra gyakorolt befolyása is.

A dolgozatban javaslatokat fogalmazok meg a program hatékonyságának növelésére és a Program elindulásától felmerülő változások kezelésére. A dolgozat konklúziója szerint a hipotézis igazolásra került, hiszen az OLLÉ Program sikeressége párhuzamba állítható két sikertényező változásával. Újabb érintettek bevonása, illetőleg a jelenlegi stakeholderek további ösztönzésével lehet a Programot folytatni. Újabb finanszírozási források – nagyobb összegű kivitelezéseknél PPP konstrukció, illetőleg vissza nem térítendő uniós források becsatornázásával lehetne újabb projekteket generálni.

ANTAL TAMÁS

Végzés éve: 2009

Emberi erőforrások (A)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Magda Róbert
egyetemi docens, Károly Róbert Főiskola*

**A GAZDASÁGI VÁLSÁG HATÁSA AZ ÉSZAK-MAGYARORSZÁGI RÉGIÓ
FOGLALKOZTATÁSÁRA**

The effect of the economic recession on the employment of the North Hungarian Region

A dolgozat ismerteti a gazdasági világválság hatását az Észak-magyarországi Régióra nézve. Betekintést enged a 20. század első harmadában végbement világválságról, bemutatja az Észak-Magyarországi régiót, annak fokozottan hátrányos helyzetét. Továbbá arról informál, hogy a jelenleg is folyamatban lévő gazdasági, foglalkoztatási helyzet miként alakulhatott ki, és ez milyen hatással van Magyarországra, azon belül a vizsgált régióra.

A kutatás célja az volt, hogy egy hátrányos helyzetű régió foglalkoztatási problémáit tárja fel, és az összegyűjtött adatok alapján feltárja azokat a legfontosabb momentumokat, amelyekre a válságból való kilábalás során összpontosítani kell.

Az alkalmazott módszerek tekintetében szekunder és primer kutatási eszközök egyaránt használatra kerültek. A szekunder részben újságcikkek, internetes hírek és a szakirodalom feldolgozása, míg a primer részben statisztikai adatok gyűjtése zajlott, mélyinterjúk készültek.

ANTONOVA VIKTÓRIA

I. évfolyam

Marketing (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Kozma Tímea
egyetemi adjunktus, Szent István Egyetem*

VÁLLALATI ÉLETPÁLYA VIZSGÁLAT A GYAKORLATBAN

Analysis of enterprise career in practice

A mikro-, kis- és középvállalkozások (kkv) a gazdaságban meghatározó súllyal szerepelnek és a jövőben súlyuk csak növekedni fog. A kis- és középvállalkozások fontos forrásai a munkahelyteremtésnek és az üzleti innovációknak. Dolgozatom témájaként egy mikrovállalkozás életpályájának vizsgálatát választottam, mert működésüket egyre inkább szükségesnek látom, hiszen a kkv-k biztosítják Magyarországon az összes munkalehetőség 70%-át és termelik meg a GDP 53%-át.

A dolgozat célja az, hogy bemutassa egy vállalkozás működését az alapítástól kezdve a változásokon át a mai helyzetéig.

Magyarországon a rendszerváltozás óta nagyarányú változás ment végbe a tulajdonviszony terén. Ennek köszönhetően sokan kezdtek saját vállalkozásba. Kutatásom során külön foglalkoztam azokkal a tényezőkkel, amelyek motiválják az egyéneket a vállalkozóvá válásban, egy saját vállalkozás elindításában, és ennek során hogyan teljesítik a mindennapi vállalatvezetési feladatokat, illetve hogy meg tudják-e valósítani azt a célt, amire végső soron létrehozták magát a vállalkozást.

Feladatomban tekintem, hogy végigvezessem a vállalkozás életpályáját az ötlet feltárásától egészen napjainkig, illetve javaslatokat teszek a következő fejlődési lépésre. A dolgozat készítéséhez végzett elemzések során arra kerestem a választ, hogy a kkv-k milyen módon alkalmazkodtak az elmúlt évek gyorsuló gazdasági változásaihoz, illetve milyen változások várhatók ezeknél a cégeknél az életciklus modellek egyes fázisaiban valamint, hogy ezek a változások milyen hatást gyakorolhatnak a vállalkozás további fejlődésére.

ÁRVAI ATTILA

II. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Krajcsák Zoltán
egyetemi tanársegéd, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

**A PSZICHOTERROR MINT POTENCIÁLIS STRESSZTÉNYEZŐ VIZSGÁLATA A
MUNKAHELYEN ÉS AZ ISKOLÁBAN**

Investigating psychoterror as a potential stress factor in workplace and school

Dolgozatom irodalomelméleti részében először is tisztázom azokat az alapvető félreértéseket, melyek a stressz jelenségének kapcsán élnek a köztudatban, valamint nagy hangsúlyt fektetek a stressz mint társadalmi-szociális jelenség különböző típusainak részletes ismertetésére, illetve azokra a tényezőkre, melyek komoly rizikófaktort képeznek a jelenség kialakulásának tekintetében. Az irodalomelmélet pszichoterrorral kapcsolatos részében megvizsgálom a munkahelyi, illetve az iskolai pszichoterror hátterét, kialakulásának okait, illetve az erre jellemző különböző szerepköröket, valamint a külföldi és a hazai kutatások által összesített eredményeket. Az empirikus kutatásomban pedig a munkahelyi és az iskolai pszichoterror vizsgálatára összpontosítva felmérem azt, hogy az általam elemzett különböző – heterogén illetve homogén – mintákban megközelítőleg milyen arányban fordul elő a pszichoterror jelensége, illetve az eredmények tekintetében mik húzódnak a háttérben.

BACHUSZ NORBERT

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Általános Vállalkozási Főiskola

*Konzulens: Dr. Böcskei Elvira
főiskolai tanár, Általános Vállalkozási Főiskola*

**„KÉP-TELENÜL”
A KULTURÁLIS JAVAK ELSZÁMOLÁSÁNAK SAJÁTOS SÁGAI SZÁMVITELI
SZEMPONTBÓL**

„Image-less”

Special settlement of cultural goods from the wiewpoint of accountancy

Kutatásom az értékhelyesbítés el nem számolásából fakadó problémákra hívja fel a figyelmet. Célom volt bemutatni, hogy miképpen sérülhet a beszámoló valós és hű képe, különös tekintettel azokra a szervezetekre, melyek kulturális jószágállomány birtokában vannak. Alapkérdésként merült fel, hogy a 2000. évi C. törvény minden esetben a számviteli alapelvek érvényesülését szolgálja-e.

Hipotéziseimben a kulturális javak értékelésére vonatkozóan felvetem a számviteli törvény módosításának esetleges szükségességét. Véleményem szerint a piaci értékre történő korrekció elszámolásának sajátosságai miatt a vállalatokról nem minden esetben kaphatunk valós képet. Bizonyos esetekben további torzulásokkal járhat a törvények által nyújtott eltérő nyilvántartási lehetőségek gyakorlata (tárgyi eszközök között, szakmai leltárban, bizományosi viszonyban), amelyek egységesebb szabályozására lehet szükség.

Hipotéziseim bizonyítására az elmúlt tíz évre tekintettem vissza. Külön vizsgáltam a magyar festmények piaci árának alakulását. A rendszerezett adatok alapján szerkesztett trendvonal növekvő tendenciája kellő alapot szolgáltatott arra, hogy kiemelt figyelmet kell fordítani az értékhelyesbítésre. Különösen aktuális ez olyan ágazatok esetében, ahol a mérlegfőösszeg az elmúlt éveket vizsgálva kis mértékben növekedett vagy inkább csökkent. Esetpéldákon keresztül kívánom bizonyítani téziseimet, amelyhez az elmúlt tíz év szálloda iparág adatait használtam fel (eredménykimutatás és cashflow elemzések révén), illetve élek a javaslatétel lehetőségével.

Legfontosabb megállapításom szerint a törvényalkotó helyesen veszi figyelembe a tárgyak speciális tulajdonságait, azonban csupán értékálló javaknak minősíti a műalkotásokat, hiszen a törvény nem teszi kötelezővé az értékhelyesbítés elszámolását, azaz a hozamok kimutatása a vállalat saját döntése. Következtetésem szerint az értékhelyesbítés elszámolás gyakorlatának módosításával valósabb képet kaphatunk a vállalatokról, amennyiben a nemzetközi számviteli standardok ide vonatkozó irányelveit ültetjük át a magyar jogba.

BADICS ZSUZSA

Végzés éve: 2010

Gazdasági agrármérnök (O)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulens: Dr. Nagy Adrián Szilárd
egyetemi adjunktus, Debreceni Egyetem*

AZ „ARANYSZALMA” VÁROSREHABILITÁCIÓS PROGRAM ELEMZÉSE

Analysis of town rehabilitation guideline called 'Aranyszalma'

Magyarország Európai Unióba történő belépését követően, de legfőképp az elmúlt pár év során megfigyelhető volt, ahogyan a vidékfejlesztés egyre nagyobb teret hódít. A vidék felértékelődése, az ott élő emberek körülményeinek javítása, a vidéki térségek fejlődésének elősegítése, valamint a további lemaradás megakadályozása került előtérbe. A vidékfejlesztési politika középpontjában az áll, hogy a vidéki társadalom és gazdaság szereplői számára megfelelő feltételeket és működtetési lehetőségeket lehessen biztosítani.

A kutatás alapját az a felvetés képezte, hogy a rehabilitációt követő években tapasztalt fellendülés a projektnek köszönhető. A dolgozat megírása közben arra kerestem a választ, hogy a program eredményei az eltelt évek folyamán milyen hatással bírtak és bírnak a település jelenlegi életében.

Céljaim közt szerepelt meghatározni a program fő érintettjeit (stakeholderek), továbbá vizsgálatokat folytatni azzal kapcsolatban, hogy a lakosság milyen elégedettségi fokot mutat a mostani településhelyzetet illetően. Végül összekapcsolni a két eredményt egy, a lakosság igényeit is figyelembe vevő lehetséges településfejlesztési koncepció felvázolása érdekében.

Kutatási eredményeim alapján dolgozatom négy fő részre összpontosul. Az első részben a terület- és vidékfejlesztés szakterületével foglalkozom. A második rész a vidékfejlesztés és a strukturális politika összefüggései mellett rövid betekintést nyújt az Európai Unió vidékfejlesztési operatív támogatási rendszer működésébe. A harmadik részben kerül bemutatásra az „Aranyszalma” program: a lebonyolított I. ütem, illetve a már csak tervként megmaradt II. ütem. A negyedik részben meghatároztam az érintett célcsoportok körét egy stakeholder-analízis keretében, ezután pedig egy – a helyi lakosság körében végzett – felmérés eredményeit elemeztem ki, melynek fókuszában a jelenlegi városi körülmények és a jövőben fejlesztendő területek álltak.

Vizsgálataim során arra a megállapításra jutottam, hogy a város életében ez a fejlesztés olyannyira szükségzerű volt, hogy sikerének köszönhetően kivívta a lakosság megalégedettségét. A projekt megvalósulása által kialakult infrastrukturális és kulturális helyzet pozitív megjelenést biztosít Hajdúnánás számára. A település rendelkezik azon erőforrásokkal és lehetőségekkel, amelyek megfelelő kihasználása előrelépést jelenthet mind kistérségi, mind megyei szinten.

BAGI NOÉMI

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Málóvics Éva
egyetemi docens, Szegedi Tudományegyetem*

AZ OKTATÁS LÉGGÖRE ÉS AZ ÉNHATÉKONYSÁGI ELVÁRÁS ÖSSZEFÜGGÉSEINEK EMPIRIKUS VIZSGÁLATA A FELSŐOKTATÁSBAN

The empirical study of the coherence between the atmosphere of education and self-efficacy in higher education

A dolgozat célja az énhatékonysági elvárás eddig zömében angol nyelven publikált szakirodalmának ismertetése és annak empirikus vizsgálata a felsőoktatásban, oktatók és hallgatók között. A téma azért aktuális, mert a ma és a holnap komplex képességekkel rendelkező munkaerőt igényel, aki nemcsak lexikális tudással rendelkezik, de magas szintű kompetenciákkal is. A kompetenciákon belül lehatárolhatjuk a kulcskompetenciák fogalmát, melyeket a sikeres munkaerő piaci szereplés szempontjából fontos kompetenciákként definiálhatunk. Az énhatékonysági elvárás is a kulcskompetenciák közé sorolható.

A szakirodalom áttekintése után primer vizsgálatot végeztem, amely kvalitatív és kvantitatív részből áll. A kvalitatív kutatás során az SZTE Természettudományi és Informatikai Karán, az SZTE Bölcsészettudományi Karán, valamint az SZTE Gazdaságtudományi Karán végeztem kiscsoportos interjúkat, melyekkel az volt a céлом, hogy felmérjem az oktatók és hallgatók kommunikációját, valamint ennek összefüggéseit az énhatékonysági elvárással. Az interjúkat papír alapú kérdőíves megkérdezés követte, a mintában 78 fő szerepel, ebből 31 fő az TTIK és 47 fő a GTK hallgatója. A minta nappali tagozatos, másod- és harmadéves hallgatókból áll.

A kvalitatív kutatás eredményei azt mutatják, hogy az oktatók és hallgatók közötti kommunikáció során a megkérdezett hallgatók azokkal az oktatókkal működnek együtt szívesen, akikre szaktudásuk miatt felnéznek. A GTK és a BTK hallgatói a közvetlen, míg az TTIK hallgatói a távolságtartó kapcsolatot tartják elfogadhatónak az oktatók és hallgatók között, így a kérdőíves felmérést leszűkítettem a GTK és az TTIK hallgatóira. A kérdőíves kutatás alapján a közvetlen oktató-hallgató viszony magasabb énhatékonysági elvárást eredményez, azonban a tanulmányi átlag és az énhatékonyság szintje között nincsen szignifikáns kapcsolat.

Dolgozatom egy nagyobb volumenű kutatás előfutárának tekinthető, így érdemes lenne kiterjeszteni a kutatást az oktatók énhatékonysági elvárásának felmérésére is, és a későbbiekben egy összehasonlító tanulmányt készíteni.

BAKONYI ZOLTÁN

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Chikán Attila
egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem*

KI VAN AZ ALKUSZOK HÁLÓJÁBAN?

Who is in the net of the insurance brokers?

A biztosító társaságok és a szervezeti piac vevői között közvetítő alkusz iparág hálózata kiemelkedően fontos az értékteremtésben, ugyanis a legfontosabb vevői elvárások (a kockázatok felmérése, a megfelelő ár/érték arány biztosítása, a tranzakciók egyszerűsége, valamint a tájékoztatás és gyors ügyintézés) teljesítésében kulcsszerepet játszanak a hálózati kapcsolatok. Ezt a hálózati kapcsolatok három dimenziójának (tranzakciós, információs és reputációs) bemutatásán keresztül elemzem.

Mivel a hálózati értékteremtés központi szereplői az alkusz vállalat értékesítői, ezért a velük kapcsolatos menedzsmentkérdések kulcsfontosságúak az alkusz vállalat szempontjából. A menedzsmentnek ez alapján egy sajátos helyzettel kell szembenéznie.

A hálózati működés sajátosságából következően ugyanis a vállalat értékesítőjének működése során egy kettős megbízó-ügynök probléma merülhet fel. A probléma egyik oldalán a bonyolult biztosítási termékekkel kapcsolatban alulinformált vevő áll (információs aszimmetria), a másik oldalán pedig a relatíve kisebb vevői reputációval bíró vállalat található (reputációs aszimmetria). Az információs aszimmetriánál magas a kockázata annak, hogy az értékesítő nem a legmegfelelőbb biztosítást ajánlja a vevőnek, hanem azt, amelyikhez a legnagyobb jutalékérdekeltsége kötődik. A reputációs aszimmetriánál pedig felmerül annak a kockázata, hogy az értékesítő, a benne jobban bízó ügyfelek egy részét más alkusz vállalatához „csábítja át”. Mivel mindkét oldali opportunizmus hátrányt okozhat az alkusz vállalatnak (információs oldalon az elégedetlen vevő, reputációs oldalon pedig a csökkenő ügyfélkör miatt), ezért az a vállalat feladata, hogy a kettős megbízó-ügynök problémát egyaránt kezelje mindkét aspektusból.

Dolgozatom végén három, e kihívást kezelő menedzsment módszert (a vállalati tudásmenedzsment, a márkacépités és vevőkapcsolati program, valamint az ösztönzői rendszer) mutatok be.

BAKONYI ZOLTÁN

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Dobák Miklós
egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem*

A MOL FENNTARTHATÓSÁGI STRATÉGIÁJA

Sustainable development strategy of MOL

Napjainkban a gazdálkodástudomány irodalmát dominálja a vállalat társadalmi felelősségvállalásának koncepciója. Dolgozatomban a legfontosabb alapelméleteket tekintem át, köztük a triple bottom line-, az érintett-, illetve a stratégiai filantrópia elméletét. Elemzésem gondolatmenetét végigkísérem, hogy a vállalat társadalmi felelősségvállalásának koncepcióját nem csak elméleti, de gyakorlati síkon is tárgyalom.

Feltételezve, hogy a társadalmi felelősségvállalás a vállalatot megszokottnál eltérő tevékenységre, így pótlólagos költségek vállalására kényszeríti, dolgozatomban arra keresem a választ, hogy megéri-e társadalmilag felelősnek lenni a vállalatoknak.

Vizsgálatom fókuszpontjában a MOL áll, mely már három éve tesz közzé Fenntarthatósági Jelentést (Sustainable Development Report). Dolgozatomban a megismertetett elméleti keret segítségével a MOL Fenntarthatósági Stratégiáját először leírom, majd kritikailag elemeztem. A versenytársakkal való összehasonlítás alapján megállapítom, hogy a MOL társadalmi felelősségvállalást tekintve jelentősen megelőzi versenytársait.

Ahhoz, hogy közelebb kerüljek hipotézisem megválaszolásához, felvázolom azokat az érintetteket, melyeket a MOL stratégiája közvetlenül befolyásol és áttekintem, hogy milyen hasznokat realizál ebből a vállalat. Elemzésem ezen részen nagyban támaszkodom a MOL egy felsővezetőjével készített interjúra, valamint három, MOL vezetők által tartott zártkörű előadás anyagára.

Dolgozatom végén megállapítom, hogy a MOL-nak megéri társadalmilag felelősnek lenni.

BAKONYI ZOLTÁN

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Buzder Lantos Gábor
óraadó, Budapesti Corvinus Egyetem*

AZ OKSÁGI HOMÁLYOSSÁG RELATÍV MEGKÖZELÍTÉSE

The relative view of casual ambiguity

Az információs aszimmetriával foglalkozó gazdálkodástudományi irodalom egy ritkán tárgyalt területe az oksági homályosság, melyet jelen dolgozatomban az erőforrás-alapú elmélet keretein belül tárgyalom. Ezek alapján az oksági homályosság fogalmát mint erőforrások és képességek és azok kapcsolataihoz köthető információk hiányaként alkalmazom.

A dolgozat központi gondolata az, hogy az információs probléma a vállalaton belül és azon kívül egyaránt jelentkezik, melyet ugyanazon jelenség, az oksági homályosság eredményez. Elemzésem központi hipotézise, hogy míg a külső oksági homályosság (másolhatósági korlátként) előnyt jelenthet a vállalat számára, addig a belső (információs korlátként) hátrányt okozhat. Ahhoz, hogy ezt a látszólag egymásnak ellentmondó állítást igazoljam, bevezetem az oksági homályosság relatív megközelítését.

Ennek bebizonyításához a dolgozat első részében definiálom az oksági homályossággal kapcsolatos legfontosabb alapfogalmakat (oksági homályosság megnyilvánulása, erőssége, kiterjedése, megszüntetési nehézségek).

Ezek után részletesen elemeztem az oksági homályosságot mind külső, mind belső nézőpontból, nagy hangsúlyt fektetve azok stratégiai hatására, kialakulására, illetve megszüntetési nehézségeire.

Az utolsó fejezetben, olyan menedzsment módszereket (kereszt-funkcionális csoportok, információs rendszerek, megegyezéssel eredménycélokkal történő vezetés) mutatok be röviden, melyekkel lehetséges az oksági homályosság eredményezte kihívások kezelése.

Összességében dolgozatomban definiálom az oksági homályosság új, relatív megközelítését.

BALAJTI ADRIENN Végzés éve: 2010 Gazdálkodás és menedzsment (A) Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar	CZOBORCZY ANETT Végzés éve: 2010 Gazdálkodás és menedzsment (A) Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar	VATAMÁNY BELLA IV. évfolyam Gazdálkodás és menedzsment (A) Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
--	--	---

*Konzulensek: Pelczné dr. Gáll Ildikó
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

*Csiszárík Miklós
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

SZILAJ MÉN LOVARDA, A VENDÉGEK ÉS LOVAK PARADICSOMA – ÜZLETI TERV

Szilaj Mén Riding-Hall, the Paradise of guests and horses – Business plan

Megvizsgálva az Észak-magyarországi Régió lovardáit, azt tapasztaltuk, hogy szinte kivétel nélkül elmaradnak a XXI. században elvárható színvonalról. Dolgozatunkban szeretnénk bemutatni egy induló vállalkozás üzleti tervét, annak felépítését, gyakorlatba való átültetését. Mindezt egy olyan lovarda megalapításán keresztül prezentáljuk, amely napjaink lovardáinak előnyeit, komplex szolgáltatásait és új lehetőségeit ötvözi.

A Szilaj Mén Lovarda működtetésével az első számú célunk, hogy közelebb hozzuk a természetet a társadalomhoz. Ennek a megoldását abban látjuk, hogy a gyerekeket és a sérült embereket lovainkkal inspirálnánk a sportolásra és a gyógyulásukban való hitükre. Ezen túlmenően szeretnénk teljesíteni azon látogatóink igényeit, akik magas színvonalú szolgáltatásra vágyanak, illetve akik nem tudják megoldani kedvencük otthon tartását. Ez a lovarda egy közösségformáló, csapatépítő jelleggel bírna, Miskolc város határában helyezkedne el, festői környezetben a Bükk lábánál.

Tanulmányunkban elsősorban a mikro- és makrokörnyezet vizsgálatára összpontosítottunk, ezen belül különös hangsúlyt fektettünk az iparág, a célpiac és a versenytársak elemzésére. Olyan közgazdaságtani módszereket alkalmaztunk, mint a SWOT és STEP elemzés, BCG-mátrix, Porter versenymodellje, szolgáltatás és iparági életciklus elemzés.

A potenciális piac feltérképezéséhez széles körű kérdőíves kutatást végeztünk a szolgáltatásaink iránti igény, az érdeklődési kör, valamint a megkérdezettek anyagi helyzetére vonatkozóan. Az eredmények ismertetésénél kitérünk a válaszadók attitűdjére és demográfiai adataira. Marketing tevékenységünk keretein belül pedig ismertetjük ár-, szolgáltatás-, értékesítés- és kommunikációs politikánkat, valamint egy szakértő véleményét is az induló vállalkozást illetően. A szokásos média használatán túl, rendezvények támogatásával és szervezésével kívánjuk megismertetni magunkat a nagyközönséggel. Ezek után prezentáljuk szervezeti felépítésünket, költségvetésünket, valamint kockázatelemzésünket.

Reméljük, hogy dolgozatunkba foglalt üzleti tervünk biztos alapot nyújthat egy jövőbeli vállalkozás elindításához, valamint segít tisztább képet adni a kedves Olvasónak a lovardák működéséről, felkeltve ezzel érdeklődésüket sajátunk iránt is.

BALAJTI ADRIENN

Végzés éve: 2010

Gazdálkodás és menedzsment (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Csiszár Csilla Margit
tanársegéd, Miskolci Egyetem*

**„FOGYASZTUNK ÉS VÉDÜNK” A HAZAI FOGYASZTÓVÉDELEM AKTUÁLIS
PROBLÉMÁI FOGYASZTÓI ÉS VÁLLALKOZÓI SZEMPONTBÓL**

“We consume and protect” Topical problems in Hungarian consumer protection from the viewpoints of consumers and entrepreneurs

Dolgozatomban bemutatom a fogyasztóvédelem helyzetét a mai Magyarországon, fogyasztói és főként vállalkozói szemmel. A fogyasztók szempontjából tájékozottságuk és jogaik érvényesíthetősége és érvényesítése, a vállalkozók szempontjából a tájékozottság, a változásokhoz való alkalmazkodás és az előírások betarthatósága vizsgálatom tárgya. A folyamat teljes átláthatósága érdekében a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság munkáját is be kívánom mutatni, melynek értékeléséhez azonban a környező országok, elsősorban az Európai Unió tagállamaiban működő fogyasztóvédelmi rendszerek vizsgálata is fontos. Ahhoz, hogy felmérhessem hazánk hol tart, bemutatom Nagy-Britannia és Németország fogyasztóvédelmi intézményrendszerét. A magyar hatóság mindennapi működésébe való betekintésként egy gyakorlati példát, egy vendéglátó egység ellenőrzését is szemléltetem. A hatóság eredményességének vizsgálatához pedig az ellenőrzések tapasztalatait három évre visszamenőleg vetem össze.

Célom a jelenlegi rendszer hiányosságainak és problémáinak feltárása és az ezekre való megoldási javaslatok tétele.

Kutatásomat kérdőíves felmérés segítségével és interjúk készítésével végzem. Habár elsődlegesen a Borsod-Abaúj-Zemplén megyei vállalkozókat és fogyasztókat fogom elérni felméréssel – melyben fogyasztóvédelmi előírásokkal kapcsolatos általános tájékozottságukat, illetve a 2008-ban bekövetkezett változásokkal kapcsolatos ismereteiket kívánom felmérni – így a kutatásom nem lesz reprezentatív, mégis megpróbálom tárgyyszerű következtetéseket levonni a feldolgozás során.

Dolgozatomban a következő feltevéseket kívánom igazolni:

A magyar fogyasztók ismeretei hiányosak a jogaik, a törvényi szabályozások, a fogyasztóvédelmi szervek és ezen szervek hatáskörét illetően.

A magyar vállalkozások ismeretei hiányosak a kötelezettségeik és a jogszabályváltozások terén.

Magyarország fogyasztóvédelmi rendszere az Európai Unión belül a középmezőnybe tartozik.

Az elkövetett szabálytalanságok száma és jelentősége 2010-ben 2008-hoz viszonyítva jelentős javulást mutat.

BALATONI EMESE

VI. évfolyam

Műszaki informatika (O)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Villamosmérnöki és Informatikai Kar

Konzulens: Kovács István

PhD hallgató, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

**MIÉRT NEM SZERET A GOOGLE? – AVAGY A GOOGLE ADWORDS HIRDETÉSI
RENDSZER ÉS A RENDSZER ÁLTAL IGÉNYELT MUNKAFOLYAMAT BEMUTATÁSA
A GOOGLE ONLINE MARKETING CHALLENGE TAPASZTALATAIBÓL KIINDULVA**

Why does Google ignore me? – Advertising with Google Adwords and the workflow it demands
based on the experiences at the Google Online Marketing Challenge

Napjainkban egyre több vállalkozás ismeri fel a Google Adwords rendszerben rejlő lehetőségeket és kezd el autodidakta módon vagy szakértők bevonásával hirdetni a Google rendszerében, mivel ez a hirdetési forma a költséghatékonyság és a megtérülés mérhetőségének ígéretével kecsegtet. Sőt az utóbbi néhány évben a nagyvállalatok is beszálltak a keresőkben való fizetett megjelenés versenyébe.

A Google Adwords rendszer alapját nagyon leegyszerűsítve a licitverseny képezi. Az kerül magasabb pozícióba a keresők találati oldalain, aki többet ad érte. Ez a rendszer egyik alapja, a másik pedig – a keresőmotor felhasználóinak érdekében – a hirdetésekkel kapcsolatos minőségi irányelvek használata. A rendszer az évek során egyre komplexebbé vált, a hatékony kezeléséhez egyre többféle háttértudással kell rendelkezni, és emiatt egyre komolyabb szakmai felkészültséget követel a hirdetéseket menedzselő szakértőktől is. Sok hirdető épp ezért csalódik a Google rendszerében, gyakori panasz, hogy „Nem szeret a Google, nem jeleníti meg a hirdetésemet!”. A költséghatékonyság és a mérhetőség illúziója ilyenkor szertefoszlik, átadva a helyét a keserű csalódásnak, holott „csak” bizonyos információk hiányoztak a sikeres hirdetéshez.

A dolgozatomban a Google Online Marketing Challenge nevű, a Google Adwords rendszer használatán alapuló, valós ügyfél-ügynökség viszonyt szimuláló csapatversenyen 2009-ben a BME színeiben indult csapat munkásságából indulok ki. A versenyen szerzett tapasztalatok alapján mutatom be egyrészt a Google Adwords rendszer főbb ismérveit és a hatékony Adwords hirdetések kulcsát, másrészt azt a munkafolyamatot, amit a Google hirdetési rendszerrel való munka megkövetel.

BALÁZSIK PÉTER

IV. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

IBS - Nemzetközi Üzleti Főiskola

*Konzulens: Dr. Bárczy Péter
főiskolai docens, IBS - Nemzetközi Üzleti Főiskola*

EXPORTBAN A KIÚT – LEHET-E AZ EXPORT FELLENDÍTÉSE MEGOLDÁS AZ USA JELENLEGI GAZDASÁGI PROBLÉMÁIRA?

Export is the way out – Can boosting exports be the solution for the U.S.'s current economic problems?

Az Amerikai Egyesült Államok gazdaságpolitikája az elmúlt időszakban erősen exportorientálttá vált. Az Obama-kormány és a Szövetségi Tartalékbank egyaránt azzal a célkitűzéssel állt elő, hogy az amerikai exportot megduplázzák az elkövetkezendő öt évben. Az ország vezetése a külkereskedelmi mérleg javításában látja a gazdasági válságból való kilábalás lehetőségét és a munkahelyteremtés elősegítését. Dolgozatom célkitűzése az amerikai adminisztráció által bevetett és bevethető politikai eszközök vizsgálata és annak bizonyítása – illetve cáfolata –, hogy ezek az eszközök valóban alkalmasak a kívánt cél elérésére.

A kutatási módszertan három pilléren nyugszik: a közgazdaságtan ezen területére vonatkozó elméleteinek vizsgálata, történelmi és a közelmúlt időszakaira vonatkozó statisztikák elemzése, és a meghatározó közgazdasági elit véleményének tanulmányozása. A statisztikák elemzésénél a fő célkitűzés annak vizsgálata, hogy a gazdasági mutatók miképpen reagáltak a múltban a mostanihoz hasonló gazdasági intézkedésekre.

A kutatás a megfogalmazott tézis cáfolatával zárult. A közgazdasági elmélet nem mutat egyértelmű összefüggéseket a külkereskedelmi mérleg és az adott gazdaság teljesítménye között, mi több egyes helyzetekben teljesen ellentmond a politikusok által megfogalmazott összefüggéseknek. Mind a történelmi időkben, mind a közelmúltban rögzített statisztikák arra engednek következtetni, hogy a bevezetett - és potenciálisan bevezetendő - intézkedések hatása eltérő lesz az amerikai vezetés által elvártaktól.

A közgazdasági elit véleményét és a fenti kutatási eredményeket figyelembe véve az a következtetés vonható le, hogy az Egyesült Államok vezetése által alkalmazni kívánt gazdaságpolitikai eszközök – a gazdaság jelenlegi szerkezete mellett – nem megfelelőek ahhoz, hogy megoldják az ország gazdasági problémáit.

BÁLINT BRIGITTA

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Jarjabka Ákos
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

KARRIERMENEDZSMENT PÉCSEN, AVAGY HOGYAN CSINÁLJÁK A NAGYOK?!

Career management in Pécs, or how the bigs are doing?!

A vállalati versenyképesség szempontjából értékes munkaerő megtartása manapság az egyik legnagyobb kihívás a szervezetek számára. Ha a kiváló teljesítményt nyújtó munkavállaló egyszer csak úgy dönt, már nem kíván tovább értéket teremteni a vállalat számára, akkor a cég akár komoly veszteségek elé is nézhet. Azért, hogy ezt elkerülje, egyre több vállalat igyekszik karriermenedzsment rendszerét minél hatékonyabban működtetni és fejleszteni, hogy a dolgozók karrierigényeit és fejlődési szükségleteit megfelelően ki tudja elégíteni. Dolgozatomban a Pécsen működő nagyobb vállalatok körében végeztem kutatást, melyben az egyes vállalatok karriergondozás rendszerének minél alaposabb megismerésére és összehasonlítására törekedtem a mélyinterjú megkérdezés módszerével.

Felmérésem során többféle karriermenedzsment rendszerrel találkoztam: némelyik már több éve, rutinosan működik, de frissen kiépített rendszerre is volt példa, valamint a rendszer hiányát is megtapasztaltam. Ennek ellenére megfelelő mintának bizonyultak a kutatás szempontjából, és megbizonyosodtam arról is, hogy egy tapasztalt, hatékony rendszernek is folyamatos alkalmazkodásra, megújulásra van szüksége, hogy továbbra is a szervezet hasznára váljon.

BALKAY DIÁNA

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Debreceni Egyetem

Közgazdaság- és Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Erdey László
egyetemi docens, Debreceni Egyetem*

**A MERCOSUR ORSZÁGOK ÁGAZATON BELÜLI KERESKEDELMÉNEK
VIZSGÁLATA**

Analysis of the intra-industry trade of Mercosur countries

1991-ben négy alapító tagállam – Argentína, Brazília, Paraguay és Uruguay – hívta hivatalosan is életre a Mercosurt (a Déli Közös Piacot), amely napjainkra a dél-amerikai kontinens legnagyobb és legjelentősebb regionális tömörülése lett, és amelyhez ezért más latin-amerikai országok is beadták csatlakozási szándékukat. Az új kereskedelem elméletek szerint – amelyek keretében már magyarázhatóvá válik az ágazaton belüli kereskedelem (IIT) jelensége – az integrációk kedvezően hatnak az ágazaton belüli kereskedelem növekedésére.

Dolgozatomban a Mercosur gyökereinek bemutatása, a kereskedelempolitikai háttér és az IIT elméletének áttekintése után arra kerestem a választ, hogy az integráció elmélyülése során fokozódott-e az ágazaton belüli kereskedelem részesedése a teljes kereskedelmi forgalomból. Vizsgáltam továbbá az integrálódás előrehaladásának hatását az IIT-re mind a Mercosuron belüli kereskedelem, mind a Mercosurnak más integrációkkal és a világgal való kereskedelme esetén.

Kutatásomhoz az Egyesült Nemzetek Szervezetének Comtrade adatbázisából töltöttem le bilaterális kereskedelmi forgalmi adatokat, amelyek 1962 és 2009 között álltak rendelkezésemre. Az adatok az SITC Rev.1 osztályozásának megfelelően értelmezendők, bontásuk három számjegy mélységű. Empirikus elemzésem átlagosan 180 iparágra terjedt ki.

Eredményeim igazolják az IIT elméletének azt a hipotézisét, amely szerint az ágazaton belüli kereskedelem jellemzően a feldolgozóipari ágazatokban zajlik; ezen értékeim átlagosan 10 százalékponttal magasabbak, mint amikor az összes iparágat vizsgáltam. Az IIT tendenciája minden országban növekvő, de igazodik a teljes, bilaterális kereskedelem nagyságához és ennek megfelelően Argentína és Brazília között a legmagasabb, Paraguay és Uruguay között a legalacsonyabb. Elmondható továbbá, hogy bár az IIT értékek általános növekedést mutatnak, a legkiterjedtebb iparágon belüli kereskedelem a Mercosur országok között, gyakran a határ menti régiókban zajlik.

BALOG DÓRA

Végzés éve: 2010

Gazdaságmatematikai elemző közgazdász (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Csóka Péter
egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem*

KOCKÁZAT ALAPÚ TŐKEALLOKÁCIÓ – ALKALMAZÁSOK ÉS MÓDSZEREK

Risk based capital allocation – Applications and methods

A dolgozat témája a pénzügyi vállalkozásokban alkalmazott belső tőkeallokáció. A tőkeallokáció a kockázatok fedezésére szükséges tőkének az egyes üzletágakra, portfólióelemekre vagy más módon meghatározott egységekre való felosztásának folyamata, mely egyre nagyobb szerephez jut napjainkban. A dolgozatban arra próbálunk választ adni, hogy létezik-e olyan tőkeallokációs módszer, amely egyrészt kedvező tulajdonságokkal rendelkező elosztást adja a teljes kockázatnak, másrészt pedig számítása sem túlzottan bonyolult – mindezek alapján tehát javasolható a gyakorlati használatra. Az említett kedvező tulajdonságok a teljes szétosztás, magallokáció (azaz nemblokkolhatóság), a szimmetria és a kockázatmentes allokáció követelményei, valamint a teljesítményértékelésre való alkalmasság. Mivel hazai és külföldi felmérések is azt mutatják, hogy a kockázati alapú belső tőkeallokáció még nem igazán elterjedt gyakorlat a pénzügyi intézményekben, úgy gondoljuk, hogy egy ilyen tulajdonságokkal rendelkező módszer bemutatása valódi haszonnal járhat.

A dolgozatban lehetséges tőkeallokációs módszerek közül hetet mutatunk be, melynek során nagyban támaszkodunk Homburg és Scherpereel (2008) cikkére. A módszereket olyan szempontból vizsgáljuk, hogy azok magallokációt eredményeznek-e, azaz stabil-e a kapott elosztás abban a tekintetben, hogy nincsenek olyan üzletágak, melyeknek összefogva és koalíciót alkotva érdemes lenne kiválniuk, és külön fedezni a kockázataikat, mivel így alacsonyabb költséget kellene viselniük, mint a teljes portfólió részeként. A vizsgálatot szimuláció segítségével végeztük. Az eredményeink a következők lettek: a vizsgált módszerek között találtunk olyat, amely a tőkeallokációs módszerektől elvárható tulajdonságok közül a teljes szétosztás, a magallokáció (így a nemblokkolhatóság), a kockázatmentes allokáció követelményének is eleget tesz, alkalmas a teljesítményértékelésre, ráadásul tetszőleges sok szereplő mellett is igen egyszerűen számítható, tehát a gyakorlati alkalmazása sem ütközik semmilyen korlátba. Ez a módszer pedig az Expected Shortfall kockázatomérték mellett alkalmazott Euler-módszer.

BALOGH KATALIN

Végzés éve: 2010

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Fogarassy Csaba
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

FENNTARTHATÓ STRATÉGIÁK ALKALMAZÁSÁNAK ÜZLETI JELENTŐSÉGE

The business significance of the application of sustainable strategies

Dolgozatom célja, hogy röviden ismertessem a fenntartható fejlődés elméletét és értelmezéseit, a nemzetközi gazdaságban való megjelenését és szerepét. Emellett egy átfogó kép bemutatása is a jelenlegi világgpiaci helyzetről a fenntartható fejlődés tükrében. Áttekintést ad a jelentős felépítésének lépéseiről, az alapvető standard adatok meghatározásáról, emellett a megfelelő terjedelemtől és a helytálló minőségű információkról. A Globális Jelentéstételi Keretrendszer (GRI) fenntarthatósági jelentése alapján egy vizsgálat készítése arra vonatkozóan, hogy a gyakorlatban, az üzleti életben miként valósul meg ezen alapelvek bemutatása.

Tényszerű adatok alapján egy hipotézisvizsgálat, ahol cégértékelést mutató – gazdasági teljesítmény, piaci jelenlét és közvetett gazdasági hatás – indikátorok segítségével bizonyítom, hogy a rendszer alkalmazásának mekkora a szükségessége, illetőleg milyen pozitívumokkal hozhatóak összefüggésbe. Az adatsorok átláthatósága végett, az indikátorok a gazdasági dimenzióban kerültek értelmezésre minden egyes szervezet fenntarthatósági stratégiájához.

A kutatás hasznossága elsősorban e stratégia megvalósításával összefüggő intézkedések és ezeknek az elmélettől való eltérésre hívja fel a figyelmet. Egyfajta rangsor felállítása a nemzetközi tőzsdén jegyzett nagyvállalatok fenntarthatósági jelentéseinek segítségével. Nyomon követhető az a fejlődés, amelyen az adott vállalatok keresztülmennek, illetve detektálható az önmagát csak „fenntarthatónak” és „zöldnek” feltüntető szervezet.

BÁNKUTI PETRA

II. évfolyam
Gazdálkodási és menedzsment (A)

Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

PREVICS MARIANNA

II. évfolyam
Gazdálkodási és menedzsment (A)

Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dániel Zoltán András
egyetemi tanársegéd, Pannon Egyetem*

ESEMÉNY? MARKETING! EGY KEDVEZŐ LEHETŐSÉG A KKV-KNAK

Event? Marketing! A great opportunity for SMEs

A magyarországi kis és közepes vállalkozások a gazdasági válság hatására még nehezebb helyzetbe kerültek a piacon. Bevételeik jelentősen csökkentek, költségeik növekedtek, így egyre kisebb a mozgásterük a marketing költségek területén. Marketing nélkül pedig még nehezebb az értékesítés, a piac figyelmének felhívása a termékre. Célszerű ezért olyan marketingeszközöket igénybe venni, amelyek olcsóbbak és hatékonyak is. A 21. század elején az egyik legnagyobb lehetőség az internetben van. Kutatások támasztják alá, hogy jó stratégiával, kis költséggel, jó hatásfokkal lehet a termékekre és szolgáltatásokra felhívni a figyelmet. Az internetes eszközök közül egyre ígéretesebbek az úgynevezett Közösségi Média oldalak. Magyarországon a két legismertebb ilyen oldal az Iwiw és a Facebook.

Kutatásunkban a vonatkozó szakirodalom megismertetése után arra keressük a választ, hogy az említett oldalak közül a dinamikusan növekvő Facebook-on milyen marketinglehetőségek vannak, hogyan lehet hatékonyan kihasználni az „események” nyújtotta lehetőségeket. Kérdőíves kutatással támasztjuk alá, hogy a látogatók zöme fogékony ezekre az eseményekre és reagál rájuk.

A kutatást a Pannon Egyetemen elindított hálóba segítségével terjesztett kérdőívvel végeztük 2010 őszén. A kérdések az internethasználati szokásokra, valamint a Facebook használatával kapcsolatos szokásokra kérdeznék rá. Felmértük, hogy milyen az „események” által kiváltott érdeklődés, mennyire fogékonyak az emberek az „események” iránt, illetve melyek azok az események, amelyek nagy arányban alkalmasak valamilyen tartalom átadására.

Végezetül javaslatokat fogalmazunk meg a KKV-k számára, hogyan tudnának hatékonyan élni ezen alacsony költségű eszközzel.

BARÁTH ZSUZSANNA BARBARA

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Gyenge Balázs
egyetemi adjunktus, Szent István Egyetem*

MŰVÉSZET MINT ESZKÖZ A MARKETINGBEN

Art as medium in marketing

Pályamunkám két területet érint részletesen, az egyik a művészet, a másik pedig a marketing.

A két terület közötti kapcsolatot, valamint ennek a kapcsolatnak a megnyilvánulási formáit vizsgáltam a reklámokon keresztül. Továbbá szerettem volna feltárni és kimutatni a művészhajlamú és a művészetekhez kevésbé értő emberek közötti esetleges hasonlóságokat és különbségeket.

A téma aktualitását tekintve úgy látom, napjainkban a művészet és az üzlet összefonódása a szemünk előtt történik. A marketing, illetve a művészet kialakulásának, fejlődésének, és a történelem során való átalakulásának definiálása során választ kaphatunk arra, hogyan közelített egymáshoz és végül fonódott össze bizonyos területeken ez a két irányzat.

Alaphipotézisem: A marketing a művészetet és a művészet különböző formáit reklámeszközként használja fel a fogyasztói társadalomban arculatteremtés, illetve profitnövelés elérése céljából. Célkitűzéseim: A művészet és a marketing kapcsolatának, egymásra gyakorolt hatásának vizsgálata, valamint a művészeti formák észlelése és azok felhasználása a reklámokban a művészek, és a nem művészi tevékenységet folytató fogyasztók szemszögéből.

Kvalitatív kutatás keretében két fókuszcsoporthoz interjú, kvantitatív kutatásomban pedig standardizált kérdőív segítségével vizsgáltam meg a problémakört, és válaszoltam meg a célkitűzéseimet.

A kutatásom alaphipotézise bizonyításra került, elmondható, hogy a marketing tömegkommunikációs eszközként használja fel a reklámokban a képzőművészeti alkotásokat, a zene által keltett pozitív asszociációt mint hozzáadott értéket használják fel a modernkor marketingesei. Célzott és megfelelően definiált reklám szükséges a célszegmentek igényeinek maximális kielégítéséhez.

A marketing világának szüksége van a művészet eszközeire, és a művészekre egyaránt, nagyobb teret kellene engedni a művészeknek, mert az eltérő, absztrakt gondolataik, lehetnének a garancia arra, hogy egyedi, meglepő, extrém és nem utolsó sorban minőségi munkák szülessenek a reklámpia területén.

BARDÓCZKY VERONIKA

Végzés éve: 2010

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Forgács Csaba
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

AZ INTERNET SZEREPE A RÉGIÓ- ÉS TELEPÜLÉSMARKETINGBEN

The role of the Internet in the regional and settlement marketing

A dolgozatomban az Internet szerepét a régió- és településmarketingben mutattam be. Az Internet a jövőben minden piacon meg fog jelenni, még ott is, ahol ma még kevesebb szerepet kap. A marketing középpontjában a vevő áll, és az online marketingben a fogyasztó kényelme nagyon fontos. A régió- és településmarketingben legtöbbször nem fizikai értelemben vett vásárlás történik, hanem a régióban vagy településen vesz igénybe szolgáltatásokat a fogyasztó. A helytermék vagy várostermék legtöbbször a hely által nyújtott szolgáltatásokat, lehetőségeket és rendezvényeket jelenti.

Megvizsgáltam a régiók, a megyék, a megyeszékhelyek, valamint néhány kerület és kistérség honlapját a tartalmi és technológiai felépítés szempontjából. Az elmúlt évtizedben hatalmas fejlődésen mentek keresztül ezek a honlapok, azonban további fejlődési lehetőségek állnak előttük. A megyeszékhelyi honlapok látogatottságáról statisztikát készítettem, amelyet összehasonlítottam a település lakosságával. Ebből azt a következtetést lehetett levonni, hogy a lakosságon kívül sok más tényező is meghatározza a honlapok látogatottságát.

Az alapvető cél minden esetben azon fogyasztói igények kielégítése, amelyek a területen élők, dolgozók és a látogatók esetében felmerülnek, ezért a piacot szegmentálni kell a helyi lakosok, a potenciális befektetők és a turisták között. A helyi lakosok számára az élhető, biztonságos környezet szükséges, amiben minden szolgáltatás magas színvonalon elérhető. A vállalkozások és befektetők igénye a kedvező megközelítés, adózási rendszer és a megfelelően képzett munkavállalók. A turisták esetében pedig a rendezett, szép természeti és épített környezet, valamint a kielégítő vendéglátás a fogyasztói igény. Az idegen nyelven való megjelenés minden település, régió esetén fontos, ezért elengedhetetlen legalább az angol nyelv használata.

Az elemzések alapján elmondható, hogy az önkormányzatoknak, településeknek a következő években saját kézbe kell venniük a honlapok folyamatos fejlesztését. Figyelniük kell a honlap látogatottságának alakulását, a piacssegmentálás alapján ki kell alakítaniuk a honlapon található fűleket, címkéket, hogy a fogyasztó a lehető leggyorsabban találja meg a számára érdekes felületet. A településeknek használni kell a közösségi médiát, valamint a fogyasztókat minél jobban lojálissá kell tenni az adott településhez és a honlaphoz, hogy minél többször visszatérő látogatók legyenek.

BÁRDY PÉTER

VI. évfolyam

Politológus-közgazdász (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Bezegh András
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

**MAGYARORSZÁG NEMZETI ENERGIAHATÉKONYSÁGI AKCIÓTERVÉNEK
KÖZPOLITIKAI ELEMZÉSE
– A LAKOSSÁGI SZEKTOR –**

Public policy evaluation of the National Energy Efficiency Action Plan of Hungary
– The case of the residential sector –

Dolgozatomban az energiahatékonyság témájával, azon belül is a lakossági épületek szerepével foglalkozom. Magyarország Nemzeti Energhahatékonysági Akciótervének (2008–2016) lakossági szektorra vonatkozó fejezetének közpolitikai elemzését végzem el az Európai Bizottság által is számos esetben használt Logical Framework Approach módszertana alapján, a hat kritérium alapján való értékelésre építve pedig egyes alprogramok felülvizsgálatára teszek javaslatot. Ezek után azt vizsgálom, hogy a Panel Programot hogyan lehetne megreformálni az önkormányzatok, valamint az általuk tulajdonolt távhőszolgáltató cégek középpontba állításával, azok szerepének erősítésével. Az egyértelmű pozitívumok ellenére jelenleg számos (információs, pénzügyi és bizalomhiányból fakadó) akadály nehezíti az épületek energiahatékonysági felújításának szélesebb körű elterjedését. Ezeket az akadályokat segítheti átlépni az az újfajta konstrukció, melyet dolgozatomban javaslok, s mely a harmadik feles finanszírozás üzleti modelljét adaptálja az önkormányzati távhő vállalatokra.

BAREITH TIBOR

II. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Kaposvári Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Kövér György
egyetemi docens, Kaposvári Egyetem*

*Polereczki Zsolt
egyetemi tanársegéd, Kaposvári Egyetem*

**A MARKOR ÉS MKTOR SKÁLA ALKALMAZHATÓSÁGÁNAK STATISZTIKAI
ELEMZÉSE A MAGYAR ÉLELMISZERIPARI VÁLLALATOK KÖRÉBEN**

Statistical analysis of the adaptability of the MARKOR and MKTOR scales in the Hungarian food industry

Napjainkban Magyarországon a KKV szektor egy igen viharos átalakulási időszakot él meg, amelyben a tét a nyugati országokéhoz hasonló pozíciók elfoglalása, vagy a multinacionális cégek hatalmas erőfőlényével szembeni teljes megadás. Számukra a piacorientált gondolkodás lehet képes eszközt szolgáltatni az egyre intenzívebbé váló piaci versenyben való túléléshez, amelyben kulcskérdéssé válik a fogyasztó véleményének megértése és beépítése a vállalat folyamataiba. Ennek vizsgálatát teszi lehetővé a MARKOR és MKTOR skálák alkalmazása, amelyek a vállalat piacorientációjának vizsgálatát teszik lehetővé eltérő megközelítésből.

A dolgozat célkitűzése az, hogy a fent ismertetett MARKOR és MKTOR skálák tényezőit, illetve a tényezőket alkotó összesen 49 változót a magyar élelmiszeripari kis- és középvállalkozások 168 tételből álló adatbázisán megvizsgáljam. A megválaszolendő kérdések a következők:

- Vajon a két skálában szereplő három-három tényező egydimenziósnek tekinthető-e?
- Az egyes tényezők elegendő diszkrimináló hatással rendelkeznek-e, vagyis joggal különíthetjük el a tényezőket alkotó változókat három-három tényezőre?

A statisztikai adatelemzés eszközeként a strukturális egyenlet modellezés [SEM] módszerét választottam. A SEM egyaránt alkalmas feltáró elemzések végzésére és előzetes feltételezések igazolására.

Az adatbázis elemzése során megállapítottam, hogy lehetséges a változók szűkítése úgy, hogy az egyfaktoros modell elvetése statisztikailag nem indokolható a vizsgált hat tényező közül öt esetében. Megállapítottam azt is, hogy az egydimenziós tényezők egymáshoz képest statisztikailag igazolható diszkriminációs hatással rendelkeznek.

A létrehozott egydimenziós modellekbe bekerült változócsoportok értelmezésével kimutattam, hogy az élelmiszeripari KKV-k inkább a versenytársaikra koncentrálnak, mint a vásárlóikra, alapvetően szekunder információkat gyűjtenek informális csatornákon, a marketingrészlegeik pedig elszigetelt helyzetben vannak a szervezeten belül.

Megállapítottam, hogy az adaptált MARKOR és MKTOR skála alkalmas élelmiszeriparban működő kis- és közepes vállalkozások adatbázisának további vizsgálatára, az eredeti kutatási tervben szereplő további adatbázis változókkal történő együttes analízisre.

BARKÓCZI GYÖRGY BALÁZS

I. évfolyam
Pénzügy (M)

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

SZERÉNYI ÁDÁM

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Szeles Nóra
CEO, Macrogamma*

TŐZSDEI VERSENYKÉPESSÉG AVAGY NEMZETI VERSUS REGIONÁLIS TŐZSDÉK

Competitiveness of stock exchanges: National versus regional stock exchanges

A Budapesti Értéktőzsde környezetében óriási változások mentek végbe a dolgozat írása előtti hónapokban, néhány évben. Válságban a világ, amire reagálniuk kell a tőzsdéknek. Megváltozott a magyar tőzsde tulajdonosi szerkezete, többségbe kerültek a Wiener Börse-hez köthető csoportok, megváltozott a stratégiája, ezzel párhuzamosan a tulajdonosok próbálták életet lehelni a néha kiszáradással küzdő tőzsdébe. Mindezek mellett folyamatosan zajlott mind Európában, mind a világ más térségeiben a már korábban elkezdődött tőzsdei konszolidáció, amelynek következtében számos tőzsde olvadt egybe. Aktuálissá vált ez a kérdés a BÉT-en is, ahol a Wiener Börse mint többségi tulajdonos próbálja meg kihasználni a lehetséges szinergiahatásokat. Felmerült egy regionális tőzsde gondolata is, amely a budapesti, bécsi, prágai és ljubjanai tőzsdéket vonná össze. Annak a már meglévő trendnek lehetünk szemtanúi, miszerint az egyes tőzsdék úgy próbálják meg növelni befolyásukat, erejüket, forgalmukat, bevételüket, egyszóval: versenyképességüket, hogy tőzsdeszövetségeket hoznak létre, vagy esetleg az integráció egy, még magasabb fokára lépve, akár egy közös, nemzetközi, regionális tőzsdét teremtenek. Dolgozatunk ezt a „divatot” igyekszik bemutatni az olvasó számára: egyfajta összehasonlító elemzés keretében, amely a nemzeti, illetve a regionális tőzsdék jellemzőit, előnyeit, hátrányait gyűjti össze.

Kíváncsiak voltunk, hogy ezen trend komoly anyagi befektetése gazdaságilag, pénzügyileg hogyan térül meg, ezért egy már létrejött hasonló nyugati mintát vizsgáltunk közelről. 2000 decemberében egyesültek Franciaország, Belgium és Hollandia tőzsdéi és létrejött az Euronext N.V. 2002-ben felvásárolta a Lisszaboni Tőzsdét, valamint a Liffé tőzsdét, így hozva létre egy kontinentális tőzsdét.

A felvásárlások és fúziók gazdasági hatásait ezen óriástőzsdén keresztül vizsgáltuk. Meghatároztuk a legfontosabb bevételi és kiadás oldali tételeket a tőzsdék esetében és a rendelkezésünkre álló historikus adatok segítségével feltártuk a legjelentősebb trendeket, amelyek már közvetlenül, számszerű hatást gyakoroltak az Euronext működésére, nyersségességére. Mindezt azért vizsgáltuk, mert a tőzsdék is profitorientált intézmények, nagyrésztük már tőzsdén jegyzett vállalat, így életképességüket már nem nemzetgazdasági döntések, érdekek határozzák meg, hanem az intézmény profittermelő képessége is. Kíváncsiak voltunk, hogy ezen fúziók valóban gazdaságilag, pénzügyileg kifizetődőek-e.

Vajon ezen eredmények tükrében kialakulhat egy közép-európai tőzsdeszövetség? Bécs valóban képes lesz összefogni a kis országok parkettjeit és európai szinten is versenyképes összevont platformot létrehozni?

BAROK ISTVÁN

V. évfolyam

Vállalati pénzügyi menedzsment (M)

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar

DORNER BOGLÁRKA TAMARA

III. évfolyam

Menedzsment (A)

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Györfy Lehel-Zoltán
egyetemi adjunktus, Babeş-Bolyai Tudományegyetem*

**ÉLELMISZERIPARI BESZÁLLÍTÓK VÁLSÁGKEZELÉSE
– A ROMCHEMICALS KFT. ESETE**

Crisis management for food industry suppliers – The case of Romchemicals Ltd.

2008 őszétől kezdődően a globális pénzügyi válság hatásait lehet érezni szinte minden iparágban és ez alól nem kivétel az élelmiszeripar sem. Ezen a területen csak a 2009-es év elejétől lehet hatásokról beszélni, és minden elemzés leginkább a vállalat és a fogyasztók szemszögéből közelítette meg a problémát. Dolgozatunkban mi egy más típusú megközelítést, a beszállító általit elemeztük, hogy tulajdonképpen mekkora kitettséggel kell számolnia egy élelmiszeripari tisztításokkal foglalkozó vállalatnak, a Romchemicals Kft.-nek a gazdasági válságra. Különböző stratégiai menedzsment modelleket használtunk a vállalat és a környezet elemzése érdekében, valamint egy általános kritériumrendszert állítottunk fel amellyel mérni lehet egy vállalkozás válság általi érintettségét. Ennek segítségével próbáltuk a Romchemicals rövid- és középtávú stratégiáját vázolni különböző válságszenáriókra úgy, hogy a válság időtartamát tekintettük változó kritériumnak. Eredményként pedig egy általános képet próbáltunk kialakítani az élelmiszeripari beszállító válságkezelési lehetőségeiről és az ehhez szükséges stratégiai lépésekről.

BARTHA ESZTER

I. évfolyam

Marketing (M)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

SIPOS ADRIENN

III. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Dankó László
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

*Péter Zsolt
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

**A VILÁGÖRÖKSÉGI CÍM ÉS TÉRSÉGFEJLESZTÉSI HATÁSAINAK ÖSSZEFÜGGÉSEI
A TOKAJI BORVIDÉK PÉLDÁJÁN KERESZTÜL**

The correlation between World Heritage Title and its effect on regional development with regard to Tokaj Wine Historic Region

Földünk felbecsülhetetlen kincseket hagyott ránk, köztük a Tokaji borvidéket is. Nagyon fontosnak tartjuk, hogy a 2002-ben világörökségi listára felvett terület még több száz éven át megőrizze jelenlegi formáját. Elsősorban ezért választottuk dolgozatunk témájául a Tokaji borvidéket.

A világörökségi listára való felkerülés számos előnnyel és hátránnyal jár. Dolgozatunkban fényt kívánunk deríteni ezen lehetőségekre és problémákra. Megvizsgáljuk a borvidék gazdasági, társadalmi helyzetét és a 2002 óta bekövetkező változásokat a turizmusban. Továbbá keressük a válaszokat azokra a kérdésekre, hogy kihasználják-e minden, a világörökségi cím adta lehetőséget a borvidék népszerűsítése érdekében, és vajon rendelkeznek-e egységes marketing stratégiával a világörökségi területhez tartozó 27 település.

Dolgozatunk első részében ismertetjük a Világörökségi Egyezményt, a világörökséggé válás kritériumait, illetve röviden bemutatjuk a Világörökségi Listán szereplő helyszíneket.

A második részben bővebben kifejtjük dolgozatunk témáját, a Tokaji borvidéket. Elsőnek röviden ismertetjük történetét, majd pedig mint világörökségi kultúrtájat mutatjuk be.

A javaslatételhez elengedhetetlen a térség gazdasági és társadalmi kérdéseinek vizsgálata és a borvidékre jellemző turisztikai adatok elemzése, így a következő részben ezen eredményeket szemléltetjük, továbbá bemutatásra kerülnek a világörökségi térséghez kapcsolódó projektek is.

A negyedik részben elkészítjük a Tokaj-hegyaljai borvidék SWOT-analízisét, így átlátható képet kapunk a térség erőseiről, gyengeségeiről, lehetőségeiről és veszélyeiről.

Az ötödik részben ismertetjük a világörökségi terület marketingstratégiájára vonatkozó primer és szekunder kutatásaink eredményeit, majd végül javaslatokat teszünk.

BATKI LILLA BETTINA

I. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Nemes Andrea
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

**NAGYBERUHÁZÁSOK KIS FALVAKBAN
– EGÉSZSÉGTURISZTIKAI BERUHÁZÁSOK GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI
HATÁSAINAK BEMUTATÁSA A FALU MINT FOGADÓTÉRSÉG ÉLETÉRE,
EGERSZALÓK PÉLDÁJÁN KERESZTÜL**

Large scale investments in small villages

– The analysis of social and economic impacts of health tourism investments through the example of Egerszalok

Ha valaki manapság látogat el először az egerszalóki gyógyfürdőbe, talán el sem hiszi, néhány évvel ezelőtt milyen látvány fogadta volna. A két üllőmedencét, a sódomb aljában felvert sátrakat, az erdőszéli öltözőkabinokat modern fürdő váltotta fel. De vajon hogyan fogadták a beruházás hírére a falubeliek? Milyen véleménnyel vannak falujukról, milyen kedvező és kedvezőtlen hatásokat érzékelnek? Hogyan érzik ők magukat a „Pihenés és gyógyulás völgyében”?

A nagyberuházások megjelenése nagy változást hoz a falvak életében. A turizmus egyrészt lehetőség az ott élők számára, másrészt áldozatot követel, így a beruházás előkészítésekor a pozitív hatások mellett a negatív hatásokat is vizsgálni kell, és nem szabad figyelmen kívül hagyni a helyiek érdekeit sem. Célom, hogy összefoglaljam a turizmus azon gazdasági és társadalmi hatásait, melyek a falu mint fogadótérség szempontjából kiemelt jelentőséggel bírnak.

Meghatározásra kerülnek az elemzés során használt alapfogalmak, az egészségturisztikai trendek, és bemutatom, 2001 óta melyek voltak az egészségturizmus fejlesztésének fő sarokpontjai Magyarországon. Majd szakirodalmak, a témában jártas szakemberek kutatásai és saját tapasztalataim alapján egy általam szerkesztett ábrában összefoglalom, milyen gazdasági és társadalmi hatások jelentkezhetnek egy kis falu életében az egészségturizmus megjelenését követően. A dolgozat második részében, Egerszalók példáján keresztül, kérdőíves megkérdezés alapján vizsgálom a településen zajló folyamatokat. Bár dolgozatom főként az egészségturizmusra koncentrálok az elemzett hatások jelentős többsége a turizmus egészére igaz.

A kérdőíves kutatás eredményei bizonyítják állításaimat. Az egészségturizmus megjelenése innovatív településfejlesztési koncepció alkotását igényli, a helyes turizmuspolitika védi a falubeliek érdekeit, kialakításához pedig a gazdasági és társadalmi hatások tanulmányozása szükséges. A turizmusfejlesztés előfeltétele a tervezés, a terület teherbíró képességének mérlegelése és a folyamatos monitoring. Szükség van tudatos településmarketingre is a célcsoportok elérése érdekében, illetve a lakók informálása céljából.

BÉKÉS MÁRTON

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Marjainé Szerényi Zsuzsanna
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

**RADAR A GÖDÖRBEN – A ZENGŐI ÉS TUBESI LOKÁTORÉPÍTÉS KOMPLEX
ELEMZÉSE**

Radar in the hole – A complex analysis of the radar project at Zengő and Tubes

A dolgozat a nagy vihart kavart zengői és tubesi lokátorépítés körüli konfliktust vizsgálja, kétirányú megközelítéssel: egyrészt konfliktuselméleti, másrészt közpolitikai szempontból. Ennek alapján a két fő kérdés az volt, hogy a Honvédelmi Minisztérium konfliktuskezelési eszközei mennyire voltak alkalmasak a helyzet kezelésére, illetve a lokátorépítés folyamata mennyiben felelt meg egy honvédelmi politika követelményeinek.

A kutatás módszertanának gerincét egyrészt a tartalomelemzés képezte, ami az ügyvel kapcsolatos lényeges dokumentumok, tudósítások, beszámolók elemzésére terjedt ki. Másrészt mélyinterjúkat készítteten az ügyben szereplő fontosabb szervezetek vezetőivel.

A konfliktuselméleti elemzés megállapította, hogy a konfliktusforrások rendkívül összetettek voltak, a telepítési konfliktusra jellemző leggyakoribb tényezők mindegyike megjelent, de alapvetően az érzelmi jellegű konfliktusforrások domináltak. A minisztérium konfliktuskezelését egy háromszintű hierarchikus modellben vizsgálva az volt tapasztalható, hogy a konfliktus első felében a Zengő esetében inkább a modell alsóbb szintjeihez kapcsolódó taktikai jellegű hibák, míg a második szakaszában (a Tubesnél) a felső szinthez tartozó rossz stratégiai döntések okozták a projekt kudarcát.

A közpolitikai értékelés kapcsán kitént, hogy részben a honvédelmi terület jellegéből fakadóan a szereplők között olyan strukturális ellentétek alakultak ki, melyek már a folyamat elindulásakor kódolták a nehézségek egy részét. Emiatt, illetve a minisztérium döntéseinek következtében kialakuló hatalmi és társadalmi válság pedig a döntések folyamatos torzulását, végül pedig a közpolitika eredménytelenségét okozta. Mindazonáltal az elemzés alapján a vizsgált közpolitika társadalmi hatásai nem feltétlenül negatívak, így azt közpolitikai kudarc helyett, csupán közpolitikai fiaskóként definiálhatjuk.

BELOVECZ ZSANETT

III. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Modern Üzleti Tudományok Főiskolája

*Konzulensek: Gulyás Gábor
mestertanár, Modern Üzleti Tudományok Főiskolája*

*Kenéz András
főiskolai adjunktus, Modern Üzleti Tudományok Főiskolája*

A MÉDIAVILÁG RIVÁLISAI, AVAGY A NYOMTATOTT SAJTÓ KONTRA INTERNET

Rivals in the world of the media: printmedia vs. the Internet

Korunk emberének életében központi szerepet tölt be a média. A média, amely a tájékoztatástól az érték- és normaközvetítésen keresztül a szórakoztatásig számos funkciót lát el. Manapság egyre jobban elterjedt az internet mind a munkahelyeken, mind az otthonokban, közintézményekben a nyomtatott sajtó pedig egyre jobban kiszorul a közszférából. Dolgozatomban diagramok segítségével szemléltetem a nyomtatott sajtó hanyatlását. Véleményem szerint a szekunder kutatásaimból kifolyólag, mindezek ellenére kevés elemző foglalkozik ezzel a témával. Egyes szerint a nyomtatott sajtó nem vész el, csak átalakul. Dolgozatom célja felvázolni a magyar média alakulását az internet hálózat megjelenésével, vagyis az internet a nyomtatott sajtóra gyakorolt hatásának megjelenítése, ábrázolása. Továbbá megvizsgálni, hogy nyereségesen működhet-e tovább a piacon a nyomtatott sajtó az internet mellett vagy szükséges lesz drasztikus változtatásokra. Röviden kitérek az RSS lehetőségeire és Robert Murdoch új modelljére. A dolgozatom elkészítésénél a rendelkezésemre álló szakirodalomra, újságcikkekre, a témával kapcsolatos tanulmányokra, kutatásaimra és elemzésekre támaszkodtam. Miután a nyomtatott sajtó és az internet azon kapcsolatát nem nagyon vizsgálták még, amely az egymásra hatásának alakulásáról szólna, így szükségességét éreztem a delphi kutatást (szakmai közvélemény kutatás) elvégezni. Ez azért nehezebb és bonyolultabb kutatás más kutatási módszerektől, mert sokkal több időt igényel, több forduló, így nehezebb a feldolgozása, nehezebb konzekvenciát levonni, de sokkal pontosabb eredményt, megoldást kapunk. Szekunder kutatásaimban idegen nyelvű forrásokat is felhasználtam információim bővítéseként. A hipotézisem: „a nyomtatott sajtó nem vész el, csak átalakul.” E mondat köré építettem fel a dolgozatomat. A delphi módszer elkészítése során arra törekedtem, hogy a kérdőíveimben olyan kérdéseket tegyek fel, melyek megválaszolása esetén e feltevést igazolják, megmagyarázzák, esetleg megcáfolják. Végeredményül olyan válaszokat, magyarázatokat kaptam, melyek igazolták ezt a hipotézist. „Az újságírók feladata a szerkesztés, a tematikus összeválogatás, a tömörítés, lényegkiemelés, kommentálás, tényfeltárás, háttér információk felkutatása és közlése lesz.” „Még rövidebb cikkek leközlésére lesz inkább igény és lehetőség, hogy lesznek olyan hírszavak, amelyek szinte csak címszavakban közlik az új híreket” Tehát az újságírás fent fog maradni, csak drasztikus változásokra lesz szüksége. Szakértők hisznek abban, hogy az újságszerkesztés érték marad, fontos a kényelem az olvasás során, és a nevelés, hozzáértés erejében. Az OTDK dolgozatomhoz a kutatásaimat kiegészítem, új szakemberek véleményének segítségével még pontosabb előrejelzést fogok kapni. Töreksem arra, hogy egy tiszta, átlátható képet kapjak a nyomtatott sajtó jövőjéről, lehetőségeiről.

BENCZIK DÓRA ZSUZSANNA

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Fojtik János
egyetemi adjunktus, Pécsi Tudományegyetem*

VÁROSOK AZ E-KORSZAKBAN, VÁROSMARKETING AZ INTERNETEN

Cities in the e-ages, city marketing on Internet

Dolgozatom a marketing egy eddig elhanyagolt, ám egyre nagyobb népszerűségnek örvendő szegletébe kalauzolja el az olvasót.

Az első részben bemutatásra kerülnek a városmarketing alapfogalmai, azaz hogy mit is nevezünk városmarketingnek, illetve, hogy a marketing fejlődésével párhuzamosan milyen változások figyelhetők meg e szakterületen. Ismertetem, hogy miben különbözik a várostermék a többi terméktől, továbbá, hogy kik a városok fogyasztói, azaz, hogy kiknek kell azt értékesíteni.

A második egység a települések kommunikációjáról szól. Megvizsgálom és értékelem az Internetet mint egy lehetséges kommunikációs eszközt.

A harmadik részben a kutatásom olvasható. Rövid módszertani ismertető után az eredmények értékeléséből kiderül, hogy a megyeszékhelyek mennyire használják ki az Internet adta lehetőségeket, figyelembe vesznek-e minden potenciális célcsoportot, valamint, hogy a turisták mint egy lehetséges célcsoport, kíváncsiak-e egyáltalán a megyeszékhelyek hivatalos honlapjaira.

BENCZIK DÓRA ZSUZSANNA

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

SZÁNTÓ ZSÓFIA

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Lányi Beatrix
egyetemi adjunktus, Pécsi Tudományegyetem*

ILLAT? – OK!

Scents? – YES!

Dolgozatunk egy olyan világba kalauzol, ahol az illatoké a főszerep. Marketing szemszögből szaglásztuk körbe a parfümiparágot.

Az első részben bemutatásra kerül a honnan is ered ez a termék, és szót ejtünk a szekunder információk alapján vizsgált piaci sajátosságokról is, külön kiemelve az európai és magyar piaci helyzetet. Hasonlíttanak-e az egységes Európa nemzeteinek szokásai ebben a témában? Részletesen bemutatásra kerülnek a piac szereplői is, a csatornapolitika. Olvasóink egy kis ízelítőt kaphatnak egy különleges személyről is: a magyar orról. Továbbiakban felmértük az aktuális trendeket, melyben külön hangsúlyt fektettünk az unisex és a férfi parfümök helyzetére és feltettük a nagy kérdést is: vajon a válságnak van szaga?

A második részben pedig szeretnénk bemutatni széles körű kutatásunkat, melyben vizsgáltuk a parfüm vásárlások módjait és szokásait, s több témában kutattunk motivációk után is. Miért is van szükségünk erre a termékre? Miket ébresztenek bennünk a parfümreklámok? Az illatot szeretjük vagy inkább magát a márkanévet?

BENDI NIKOLETT

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Töröcsik Mária
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

A NAGYOBB FOGALMA A MARKETINGGYAKORLATBAN

The notion of the “BIG” in the field of marketing

Ezen tanulmányban azokat a tényezőket igyekeztük megvizsgálni, amik befolyásolhatják a kicsi és a nagy fogalmát a marketingben.

A probléma maga az, hogy mit is nevezhetünk kisebbnek, és mit nevezhetünk nagyobbaknak. Mi alapján fogyasztunk valamiből nagyobbat vagy kisebbet? Esetleg, a marketing ezzel is több fogyasztásra szeretné bírni az embereket? Vagyis, hogy tudatos dolog, hogy az egyik tusfürdő kiömlőnyílása a feleakkora, ugyanakkor flakonja többszöröse és az átlagára is alacsonyabb. Ennek több szempontja is lehet, amelyeket szintén feltárni próbáltunk. Erre megoldást véleményvezető szakértők segítségével kerestünk. Ezek alapján mondhatjuk, hogy fontos szempont a társadalmi hovatartozás, fontos, hogy mit is definiálunk. Magát a terméket, vagy az amögött álló tartalmat, feladatot.

Empirikus kutatások segítségével észrevehettük, hogy valamely termékkategóriákban ez a kizserelésbeli és kiömlőnyílásbeli eltérés összefügg.

Hipotéziseket állítottunk fel, amikről a szakértőinket kérdeztük. A következtetés az lehet, hogy valamely termékkategóriákban tudatosan választanak termékeket, kizsereléseket, esetleg nagyobb, társadalmi csoportoktól függően. Persze ezek mind attitűdök, paradigmák és környezeti tényezők függvényei.

Arról viszont semmi kétség, hogy ez egy olyan marketingeszköz lehet, ami a vásárlókat sok esetben tudtukon kívül befolyásolhatja. De szakértőink véleménye szerint a tudatos vásárló képes különbséget tenni kicsi és nagy között.

A végkövetkeztetésben elmondhatjuk, hogy egy érdekes problémára bukkantunk, de mindenképpen további kutatások szükségesek a pontosabb konzekvenciák levonásához.

BENKE MARIANN

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kaposi Zoltán
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

AZ EURÓPAI UNIÓS TAGSÁG HATÁSA A MAGYAR GAZDASÁG BANK- ÉS PÉNZÜGYI SZÉKTORÁRA

The impact of European Union membership in the Hungarian economy, banking and financial sector

A kutatásom célja az volt, hogy feltárjam azokat az átalakulásokat a magyar pénzügyi szférában, amelyeket az európai uniós csatlakozás okozott. Mindehhez természetesen a közgazdaságtan módszereit alkalmaztam. Meglátásom szerint ez a folyamat az ország ügyei között prioritást élvez, hiszen a bank-, és pénzügyi szféra a gazdaság motorja. Ha ennek a szektornak nem sikeres a működése, akkor az a gazdaság egészére hatással van.

A dolgozatom első része felidéri a bankrendszer fontosabb eseményeit az 1990-es évekből. Nagy jelentőségű ebben az időszakban a magyar bankok feltőkésítése, valamint a privatizációs folyamat, amely lehetővé tette a pénzintézetek hatékonyabb működését.

A második fejezetben arról írtam, hogy mindez hogyan segítette hozzá a hazai bankrendszer csatlakozását az Európai Unióhoz. Ennek köszönhetően ugyanis elmondható, hogy a magyarországi pénzintézetek fel tudták venni a versenyt a külföldi társaikkal szemben. Sőt az is lényeges, hogy ma már nincs nagy különbség a nyugati és a magyar „bankolás” között.

Az iménti állításomat az utolsó részben, a magyar piac legnagyobb kereskedelmi bankja, az OTP Bank segítségével igazoltam. Ennél a cégnél is megvizsgáltam az EU tagság előidézte módosításokat, valamint a gazdasági válság hatásainak elemzésére is kitértem. A társaság adatait azért tekintettem relevánsnak a helyzet értékelése szempontjából, mivel ez Magyarország piacvezető kereskedelmi bankja, amely nem mellékesen egyedülálló, magyar menedzsmenttel működik. A hitelesség növelése céljából a társaság tagjaival interjúkat is készítettem.

Össességében arra jutottam, hogy az európai uniós csatlakozás hazánk szempontjából történelmi fontosságú volt, ám a bankrendszer szempontjából ez nem volt annyira meghatározó. Ez azért is igaz, mivel országunk a többi kelet- és közép-európai bankokhoz képest fejlett bankszektoral rendelkezett, ami a versenyképesség zálogának tekinthető. Tehát az EU-csatlakozás inkább jogszabály-módosításokat, mintsem gyökeres változásokat eredményezett ebben a szektorban.

BERECZ DÓRA

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Kodolányi János Főiskola

*Konzulens: Dr. Csath Magdolna
egyetemi tanár, Kodolányi János Főiskola*

A NEMZETI KULTÚRA BEFOLYÁSOLÓ HATÁSA AZ INNOVÁCIÓRA

The influencing effect of the national culture to the innovation

Mára a technológia és az innováció lett a gazdasági fejlődés húzóereje, ez határozza meg a dolgok menetét. A szervezetek életében az innováció a fejlődés és a fenntartható versenyelőny alapköve. A hazai vállalatok innovációs tevékenysége mégis messze elmarad az Európai Unió átlagától. Ennek okai számtalan tényezőre vezethetők vissza, melyek determináltságuk szerint lehetnek ún. kemény és puha tényezők. Dolgozatom első felében ez utóbbival foglalkozok, azon belül is a nemzeti kultúra innovációban betöltött szerepével.

Számos kutató egyetért azzal, hogy egy ország kulturális jellemzői befolyásolják a szervezetek működését, stratégiaalkotását, innovációmenedzsmentjét. Geert Hofstede holland szociálpszichológus évekig vizsgálta a különböző országok kultúráját és szervezeteinek működését. Úgy találta, hogy egy ország kulturális beállítottsága öt dimenzió mentén leírható. Dolgozatomban ezeket a hofstedei dimenziókat használva elemzem a magyar kulturális viszonyokat. Minden egyes dimenzióval foglalkozó részt egy rövid elméleti bemutatás, majd annak az innovációban betöltött szerepe követi, végül a hazai helyzet elemzése, melyet egy rövid, valós esettanulmány zár. Ezekben a példákban a személyiségjogokra való tekintettel mellőzöm mind a személyek, mind az intézmények nevét, csupán utalások találhatóak a szervezet típusára vagy a helysége.

Az dolgozat második részében a szervezeti kultúra bemutatására vállalkoztam. Úgy vélem érdekes lehet, hogy hazánk általános kulturális vonásaitól mennyire eltérő képet mutathat egy-egy szervezet, méghozzá pozitív irányban, ugyanakkor mennyire megegyezhet azzal. Minden szervezetet egyének alkotnak, és ha az adott szervezetben dolgozó személyek az általánostól teljesen eltérő mentális programozottsággal rendelkeznek, akkor annak a szervezetnek is feltétlenül más képet kell adnia a magyar általános vonásoktól. Ebben a részben két székesfehérvári vállalatot mutatok be, mindkét szervezet magyar tulajdonban van. Mint látni fogjuk, szervezeti kultúrájuk egymástól teljesen eltérő képet mutat, az első egyfajta pozitív és követendő példaként szerepel, míg a második vállalat – mely szervezetre magára is jellemzőek a hazai általános kulturális vonások – inkább sorolható a negatív tartományba.

BERECZ ZSUZSA

IV. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Kodolányi János Főiskola

*Konzulens: Dr. Irimiás Anna
főiskolai docens, Kodolányi János Főiskola*

**„BESZÉLNEK ITT LENGYELÜL?”
– AVAGY A KÉRDÉS GYAKORI ELHANGZÁSÁNAK MAGYARÁZATA
MEZŐKÖVESDEN**

‘Do you speak Polish here?’ – Or why is the question so frequent in Mezőkövesd?

A csaknem 17 ezer lelket számláló kisváros, Mezőkövesd a szülővárosom. Kutatásom célja az ide egyik legnagyobb számban érkező náció, a lengyelek utazási szokásainak megfigyelése volt.

A vizsgálat során két hipotézist állítottam fel. Az elsőben azt fogalmaztam meg, hogy a városunkba látogató lengyel turisták elsősorban a Zsóry Gyógy- és Strandfürdő miatt érkeznek. A második pedig a turisták és a fogadó lakosság közötti kapcsolatra vonatkozott. E szerint azt vettem fel, hogy, a lengyel vendégeink pozitívabban vélekednek rólunk, mint a szolgáltatók róluk.

A kutatás során kérdőíveket töltöttem ki, interjúkat készítettem, különböző szempontok szerint vizsgáltam a Zsóry kemping helyzetét, illetve fókuszcsoportos megkérdezést végeztem.

Két különböző kérdőíves felmérést végeztem. Egyrészt a lengyel turisták véleményét kérdeztem utazási szokásaikról, városunkról, a tapasztalt szolgáltatásokról, illetve a helyiekkel való kapcsolatukról. Második kérdőívem az idegenforgalomban dolgozó mezőkövesdieket érintette, a kérdések a lengyel turistákkal kapcsolatos attitűdökre és az idegen nyelvismeretre irányultak. A két kérdőív összehasonlítása lehetőséget adott a vendégek és a szolgáltatók egymással kapcsolatos véleményének ütköztetésére.

Mélyinterjút a mezőkövesdi Tourinform Iroda vezetőjével, a Zsóry Camping Kft. korábbi igazgatónőjével, egy lengyel utazásszervező cég, a Herkules Express igazgatójával, és a Mezőkövesdi Városi Önkormányzat egy nyugalmazott munkatársával készítettem.

A fókuszcsoportos megkérdezésre Krakkóban került sor, a felmérésben öt fő vett részt, akiket utazási szokásaikról és magyarországi nyaralásukról kérdeztem.

A kutatás eredményeiről az mondható el, hogy első hipotézisem beigazolódt, miszerint valóban a Zsóry Fürdő tekinthető a városunkba érkező lengyel turisták fő motivációjának.

A második hipotézis szintén bizonyítást nyert, a helyi idegenforgalomban dolgozók ugyanis bizonyos fokú negatív attitűddel viseltetnek a lengyel vendégek iránt, szemben azok pozitív hozzáállásával. Ezt elsősorban a nyelvi akadályokkal, a helyiek szerény idegennyelv-tudásával magyarázom. Megoldást egy nyelvi képzés megvalósításában és a negatív attitűdök leküzdésében látom. A kutatás eredménye szerint a lengyel vendégeink egyelőre elégedettek voltak nyaralásukkal, megengedhetetlen azonban az, hogy ez megváltozzon a vendégszeretet hiányában. A lengyel küldő piac megőrzése, fontosságának tudatosítása a szolgáltatókban pedig elengedhetetlen, hisz a térséget egyre nagyobb számban látogatják. Hazánk „fürdőnagy hatalom” lévén azonban számos más lehetőséget is kínál számukra. Egyedülálló versenyelőnyként tehát a lengyelül beszélő szakmabeliek felkészültségét, s ezzel összefüggésben a vendéglégedettséget tartom.

BERKES DÁVID

I. évfolyam
Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Műszaki és
Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és
Társadalomtudományi Kar

POLYÁK DÓRA

V. évfolyam
Építész (O)

Budapesti Műszaki és
Gazdaságtudományi Egyetem
Építészmérnöki Kar

SOÓS GERGELY

V. évfolyam
Építész (O)

Budapesti Műszaki és
Gazdaságtudományi Egyetem
Építészmérnöki Kar

*Konzulens: Dr. Kósi Kálmán
egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

SOPRON „ZÖLD VÁROS” FEJLESZTÉSI KONCEPCIÓJA

„Green City” development concept of Sopron

A fenntartható település értelmezése egyoldalúvá válik, ha pusztán az erőforrások megfelelően takarékos és hatékony felhasználására, illetve a szennyezési lehetőségek minimalizálására gondolunk. Ma az urbanisztika komplex látásmódja, valamint maga a gyakorlata is megköveteli, hogy városi közegben a fenntarthatóságot az ökológia mellett gazdaságilag és társadalmilag is értelmezzük. A városrendezés, a várostervezés, maga a város mint egész fenntarthatósága ma elsődleges célja kell, hogy legyen a tervezésnek, a gazdálkodásnak, a település fejlődését meghatározó stratégiák kialakításának.

Célunk egy általánosan használható „tipikus” magyar város (középváros) fenntartható ökológikus fejlesztésének, átfogó koncepcionális kérdéseinek vizsgálata úgy, hogy ezt egy konkrét, jelen esetben általunk jól ismert városon, Sopronon keresztül mutassuk be.

Ennek megalapozása végett először ismertetjük, hogy mi mit értünk „zöld város”, illetve fenntartható városfejlesztés alatt, mik egy fenntartható várossal szembeni mai elvárások Európában és a világban. Ezen elvek figyelembevételével, SWOT-elemzés segítségével értékeljük Sopron jelenlegi állapotát, elsősorban környezeti, közlekedési, energetikai szempontok alapján. A konklúziók felhasználásával felépítünk egy átfogó fejlesztési rendszert („Platán-rendszer”), mely mind épített, környezeti és társadalmi szempontokat figyelembe véve veszi át a Sopronban elvégzendő és átalakítandó folyamatok összességét. Elképzeléseinket és terveinket grafikus formában is szemléltetjük, mely a dolgozathoz csatolt mellékletben található.

A Platán-rendszer által, ahogy a pénzügyi keretek és források engedik, fokozatosan, hatékonyan és célirányosan – a vázolt fejlesztési akcióterületek rendszerének, a besorolási táblázatoknak, az ajánlott térelemek felhasználásának és alkalmazásának segítségével – tud fejlődni a város. Rendszerünk figyelembevételével egy környezeti, ökológiai szempontból is fontos strukturális átalakítást kell végrehajtani a levegőminőség, talajminőség és energiagazdálkodás területén. Elképzeléseink szerint Sopron egy társadalmilag elfogadható, fenntartható jövőképet tud majd kialakítani, melyben a helyi gazdaság szereplői, a politikai vezetés és a helyi társadalom egyéb szereplői egy ökológikusabb szemléletet, gondolkodásmódot tudhatnak magukénak a jövőben.

Kutatásaink alapján javasoljuk a dolgozat egyes részeinek beemelését Sopron város közép és hosszú távú fejlesztési programjaiba. A Platán-rendszer struktúrája alapot és támpontot adhat a Sopronhoz hasonló városoknak, megyeszékhelyeknek, Budapest egyes kerületeinek, a fenntartható, „zöld”, azaz ökológikus várostervezés kérdéseinek vizsgálatánál.

BERKI VIKTOR

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Révész Balázs
egyetemi adjunktus, Szegedi Tudományegyetem*

**HA KICSI, AKKOR SZEMÉLYES?
A KAPCSOLATI MARKETING ALKALMAZÁSÁNAK VIZSGÁLATA A KIS- ÉS
KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK KÖRÉBEN**

If it is small, is it also personal?

An examination of relationship marketing in the domain of small and medium-sized enterprises

A dolgozat a kapcsolati marketing egy a hazánkban még újnak számító modelljének segítségével igyekezett feltérképezni a kapcsolatok marketingcélú felhasználásának szintjét és tudatosságának fokát a hazai KKV-k marketing gyakorlatában. Az alkalmazott modell a Contemporary Marketing Practice (CMP), vagyis Napjaink Marketing Gyakorlata, melynek a vállalati tevékenységben történő felhasználását többek között azok a tendenciák szorgalmazzák, mint hogy a kapcsolatok felértékelődnek, az információs technológiák (ITs) rohamos ütemben fejlődnek és a vevők pedig egyre tudatosabbá válnak, és melyekhez minden gazdasági szereplőnek alkalmazkodnia kell bizonyos mértékben.

Ezért a hazai és a nemzetközi szakirodalom szerint a kapcsolati marketingnek egyre jelentősebb szerep jut a KKV-k életében, sőt egyesek szerint ezen vállalatok leginkább a személyes kapcsolatokon alapuló marketingeszközök (interakció marketing) felhasználásával lehetnek igazán sikeresek. Az általam végzett primer kutatás eredményei azonban ezen kijelentéseknek némileg ellentmondanak. Empirikus vizsgálatomat a Nicole Coviello és munkatársai által készített és több országban sikeresen alkalmazott kérdőívre alapoztam, melynek segítségével online lekérdezést végeztem a hazai KKV-k körében. Ez a kérdőív részletesen vizsgálja a CMP modell által meghatározott ötféle marketinggyakorlat (tranzakciós marketing, adatbázis marketing, e-marketing, interakció marketing, hálózati marketing) alkalmazásának szintjét.

A kapott eredmények azt mutatják, hogy a bár kapcsolati marketing különböző gyakorlatainak és eszközeinek felhasználása egyre nagyobb mértékű a megkérdezett KKV-k körében, még mindig sok vállalat él a 4P-re épülő tömegmarketing eszközeivel. Megállapítható, hogy tényleg a személyes kapcsolatokra építő marketingorientáció alkalmazása áll a legmagasabb szinten a megkérdezett vállalatok marketingaktivitásában. Azonban a cégek általában a CMP modellben szereplő mind az ötfajta marketingmegközelítést felhasználják marketingtevékenységük során (olykor akár nem is tudatosan), vagyis az említett marketingorientációknak egyfajta kombinációját használják. Véleményem szerint a dolgozat eredményei mind a gyakorlati szakemberek, mind pedig a kutatók számára hasznosak lehetnek.

BERTA MÁTYÁS

II. évfolyam

Vállaltirányítás és menedzsment (M)

Selye János Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

IŠTVÁNIK NORBERT

II. évfolyam

Vállaltirányítás és menedzsment (M)

Selye János Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Vörös József
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

*Kosár Szilvia
egyetemi tanársegéd, Selye János Egyetem*

A SELYE JÁNOS EGYETEM MINT TÁRSADALMI VÁLLALAT, A BSC TÜKRÉBEN

The J. Selye University as a social company in the scope of BSC

Munkánkban a komáromi Selye János Egyetem jelenével és jövőjével foglalkozunk a megszokottól eltérő megközelítésben. Célunk rámutatni a gazdasági értelemben vett profitorientált vállalatok és társadalmi vállalatok közötti párhuzamokra, illetve eltérésekre.

A társadalmi vállalatok, ahova az egyetemek is tartoznak, sok problémával és kihívással szembesülnek a piaci verseny során. A dolgozatunkban rávilágítunk a társadalmi vállalatok problémáira és specifikumaira, illetve megvizsgáljuk, hogy alkalmazható-e esetükben a hagyományos menedzsmenttevékenységek kiegészítésére szolgáló kiegyensúlyozott mutatószámrendszer (balanced scorecard – BSC). Ezt a rendszert a nyereségorientált vállalatok már sikerrel alkalmazzák.

Célunk a BSC három perspektívájának adaptálása az egyetemek esetében. A rendszer szakszerű bevezetése azonban idő- és költségigényes folyamat, illetve nélkülözhetetlen hozzá a felső vezetés kellő fókuszsa.

Összességében kutatásunk során arra a következtetésre jutottunk, hogy a BSC alkalmazható a társadalmi vállalatokra, esetünkben a felsőoktatási intézményekre. Az egyetem felső vezetése által kitűzött célok, illetve a dolgozatban szereplő ajánlások sikeres megvalósítása versenyképessé teheti egyetemünket. Mindazonáltal fontosnak tartjuk, hogy a menedzsment türelmes, odafigyelő, konzisztens lépésekkel haladjon a célok megvalósításának irányába. A menedzsmentnek tisztában kell lennie a BSC bevezetésének folyamatával, ugyanis a módszer csak így működhet teljes mértékben hatékonyan.

BIRNBAUM HELGA

V. évfolyam

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Káposzta József
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

**AZ INNOVÁCIÓMENEDZSMENT GAZDASÁGFEJLESZTŐ HATÁSA A
MAGYARORSZÁGI RÉGIÓKBAN**

The effect of innovations on economic development in the regions of Hungary

Schumpeter óta tudjuk, hogy korunk gazdasági fejlődésének a legfontosabb mozgatója az innováció. A világ számos pontján jelentős szellemi és anyagi erőket fordítanak ennek a témakörnek a kutatására, alaposabb tanulmányozására.

Be kell látnunk azonban, hogy az ország területén elhelyezkedő régiók adottságai különböznek, az erőforrások mennyisége, választéka és egymáshoz való viszonya eltérő. Mindez pedig globális méretekben is megjelenik. Az egyes területek eltérő mértékben és módon fejlődnek. Napjaink fő kérdésévé a regionális különbségek csökkentése, a versenyképesség növelése és a hatékonyság fokozása vált.

Foglalkozni kell azzal is, hogy nemzetközi összehasonlításban a hazai területi különbségek mennyire számottevőek, hiszen a magyar régióknak is a globális versenyszférában kell megmérkőzniük.

A gazdasági válságot követően még szükségesebbé vált a gazdasági fejlődés fellendítésének témaköre.

Úgy gondolom hazánkban is az innovációval foglalkozó szakemberek kezében lehet gazdasági fejlődésünk kulcsa. Éppen ezért dolgozatomban törekszem az innovációmenedzsment gazdasági és regionális sajátosságainak átfogó vizsgálatára és elemzésére.

BLASKÓ ATTILA

Végzés éve: 2009

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Gyenge Balázs
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

**A KAMERAOPTIKÁS FORGALOMSZÁMLÁLÓ RENDSZER HATÁSA A
KERESKEDELMI EGYSÉGEKRE**

The camera-optical traffic counting system's affect on commercial units/companies

Dolgozatom témája alapvetően az elmúlt években végzett forgalomszámláló rendszerek telepítéséhez köthető. Ezért fontosnak tartottam, hogy a forgalomszámláló rendszer hasznosságát ne csak kivitelező szemmel tudjam megítélni, hanem beruházói oldalról is szerettem volna egy átfogó képet kapni arról, hogy a forgalomszámláló rendszer alapján milyen hatások mérhetők, ezen tények összességéként választottam ezt a témát.

Kutatómunkám elsődleges célkitűzése a rendelkezésre álló szakirodalom alapján az, hogy az adatból miként lesz információ, és az információ milyen hasznossággal rendelkezik. Gondolok arra, hogy ha az adat, amiből majd később lesz információ, előzőlegesen nem kellő módon határozzuk meg, akkor az milyen negatívumokat hordoz magában.

Dolgozatom a következő szempontok szerint épül fel:

Információs rendszerek alapján vizsgáltam az integrációs vállalati rendszerek forgalmi, üzleti információit, információgazdálkodását, rendszerek céljait és a kontrolling szerepét az információban.

Kutatómunkám második felében meghatároztam a forgalomszámlálással kapcsolatos strukturális és alkalmazási feltételeket, és azt, hogy a felhasználónak milyen igényei lehetnek egy ilyen rendszerrel kapcsolatban.

Bemutatásra került a forgalomszámlálási módszerek jelenlegi alkalmazása és használata, ami egy pontosabb képet ad a rendszerek működéséről. Céloom a rendszerek bemutatásával az, hogy megismertessem a rendszert felhasználói oldalról is. A rendszereket egybevettem és összegeztem a különböző szempontok alapján.

BOBCSÁK GRÉTA

III. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

GOFFA IVETT BEÁTA

III. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Lipták Katalin
PhD hallgató, Miskolci Egyetem*

BABA VAGY AKTATÁSKA? – KÉT SZEMPÁR NÉZETE A NŐKRŐL ITTHONRÓL ÉS TÁVOLRÓL

Baby or briefcase? – The view of two pairs of eyes about the women from home and far away

Bevezetés:

Ebben a részben bemutatjuk dolgozatunk fő kérdésköreit, melyekre a dolgozat folyamán választ adunk. A hipotézist meghatározzuk, miszerint „Baba vagy aktatáska” – vagyis mi nők mit választunk vagy egyáltalán kell-e választanunk?

Tárgyalás:

Megismertetjük Önökkel, hogy mi inspirált bennünket e téma választására. Szemléltetjük a nők történeti háttérét egészen a kezdetektől mindennapjainkig, hogy hogyan vált egyre fontosabbá számukra a munkavállalás, és mi módon egyeztethető össze egy családanya és egy karrierista asszony élete. Kutatásunkat kiterjesztjük Japán és Magyarország környezetére, ahol bemutatjuk a nők helyzetét, ezen belül pedig kitérünk a családanyságra, gyermekvállalásra, karrierépítésre és a munkában betöltött szerepükre. Továbbá tanulmányozzuk a frissdiplomás nők egyetemről való kikerülésük utáni munkaerőpiaci helyzetét. Összehasonlításra kerül dolgozatunkban a nők esélyegyenlősége a férfiakéval szemben hazánkban és Távol-Keleten egyaránt. Valamint általunk készített kérdőívünk segítségével igyekeztünk kérdéseinkre megfelelő válaszokat kapni és statisztikát felállítani.

Befejezés:

Kutatásunk eredményét összegezzük, illetve a saját tapasztalatainkra és kérdőívünkre támaszkodva levonjuk a konklúziókat.

BODA SZABOLCS

III. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Borgulya Istvánné
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

A VÁLLALATOK TÁRSADALMI FELELŐSSÉGE ÉS AZ ETIKUSSÁG

Corporate social responsibility and the moral behaviour

Dolgozatom kiindulópontja, hogy a társadalmilag felelős vállalatnak először is be kell tartania a jogi kereteket. Az adott országok jogi rendszere szabályozza az élet minden területét, így a gazdasági működést, a természeti környezettel való bánásmódot és a társadalmi együttélésére vonatkozó minimum elvárandó standardokat.

Ez persze számos kikaput jelent, melyet a vállalatok rendszerint meg is találnak, főleg azon multinacionális szervezetek, melyek eltérő kultúrával rendelkező országokban is tevékenykednek, és ezt ki is használják.

Mivel lehetetlen minden egyes szituációra jogi szabályozást találni, a vállalatoknak, ha felelősen akarnak eljárni az etikai normákat is követniük kell.

Miután működésük hiteles, a velük kapcsolatban élők teljes bizalmát élvezik, jó hírnevet alakítottak ki, dönthetnek úgy a cégek, hogy CSR tevékenységükre felhívják a figyelmet, és hozzájárulnak a társadalom globális érdekeihez.

Ekkor a gazdasági, környezeti, társadalmi igényeket prioritások nélkül kell kielégíteniük, ugyanis e három tényező között nincsen hierarchia, stratégiai jelentőségük az élhetőség, fenntartható fejlődés és a méltányos viselkedés dimenzióiban egyenértékű.

TDK dolgozatomban vizsgált kérdések: Milyen dimenziókban jelenhet meg a felelősség? Mekkora szerepe van a vállalatoknak a bennünket ért környezeti változásokban? Mivel magyarázható, hogy a CSR tevékenység ma ekkora hangsúlyt kap?

Bizonyítható, hogy a cégek működése befolyásolja a közösségi kiadások finanszírozásának mértékét, az alkalmazottak életszínvonalát, kiegészít állami szerepköröket, felvállal bizonyos társadalmi problémák megoldását...

BODNÁR DOROTTYA

I. évfolyam
Pénzügy (M)

Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

HORVÁTH ANITA

III. évfolyam
Gazdálkodási és menedzsment (A)

Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Vitai Zsuzsanna
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

KOMMUNIKÁCIÓ ÉS INFORMÁCIÓTECHNOLÓGIA VÁLTOZÁSA A MODERN SZERVEZETNÉL

The change of communication and information technology at the modern organization

TDK dolgozatunk témája egy olyan átfogó kérdéskör, ami jelenleg releváns és a jövőbeli változása is nagy kéréseket vet föl: A kommunikáció és információtechnológia változása a modern szervezetben. Felgyorsult világban élünk, ahol az információk sokasága áll rendelkezésünkre. Nekünk képesnek kell arra lennünk, hogy szelektáljunk közülük és a releváns információk alapján döntsünk. Sokszor ez lehetetlen, például az idő sürgetése miatt vagy az energiánk végeessége miatt, amit arra használnánk, hogy az összes lehetséges információt begyűjtsük a megfelelő döntés érdekében. Tehát a kapacitásaink végesek. Másik oldalról nézve a technológiai változások mindennapi életünk velejárója és rohamos ütemben fejlődnek – gondolunk itt főleg az informatika területére és az interneten előforduló adattömegre. De milyen hatással van ez a gazdaságra? Milyen hatással van a szervezetre vagy a legkisebb egységre, magára az egyénre? Ezekre a kérdésekre és még másokra is keressük a választ ebben a dolgozatban. És bemutatunk egy projektet, ahol egy integrált vállalatirányítási rendszert vezettek be.

BOGDÁNY ESZTER

Végzés éve: 2010

Vezetés és szervezés (M)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

BORSAI LÍVIA MÁRTA

III. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Balogh Ágnes
egyetemi adjunktus, Pannon Egyetem*

A „SZOLGÁLÓ” VEZETŐ

„Leaders on duty”

A mikroállalkozások helyzete Magyarországon a jelenlegi gazdasági helyzetben rendkívül nehéznek bizonyul. Tevékenységük során számos olyan nehézségbe ütköznek – mind a termelő mind pedig a szolgáltató szektorban – melyeket csak talpra esett vezetők kiváló ötleteivel lehet megoldani. A mikroállalkozások vezetőinek főként a gazdasági válság idején olyan helyzetekkel kell megküzdeniük, melyek még a nagyvállalkozások topmenedzsereit is gondolkodásra készítetik. Egy mikroállalkozás a megrendeléseitől tesz mindent függővé, próbál alkalmazkodni minden igényhez, hisz az egyetlen kulcs a túléléshez, ha a vevői igényeket, sőt a látens vevői igényeket előre ismeri, s azokat teljes körűen kielégíti.

Az ilyen mikroállalkozások menedzsereinek szerepe erősen keretek közé szorított, ezért olyan vezetői kompetenciákra van szükségük, melyek nem a dolgozói ellenállást szülik, hanem épp ellenkezőleg az elégedettséget minimum szinten tartják, lehetőség szerint növelik.

A kutatás egy mikroállalkozás esetén keresztül mutat be egy sikeres példát arra, hogy az ilyen jellegű függés és a folyamatos változási/változtatási kényszer ellenére a megfelelő vezetői kompetenciákat alkalmazva is lojálisak maradhatnak a dolgozók.

A dolgozat fő hipotézise szerint egy adott mikroállalkozásban a dolgozói elégedettséget nagyban befolyásolja, hogy a változtató vezető milyen kompetenciákkal rendelkezik.

Kutatásunk során három vizsgálati módszert alkalmaztunk: mélyinterjú és „terepgyakorlat” alapján esettanulmánnyal vizsgáltuk meg az adott mikroállalkozás problémakörét, valamint dolgozói elégedettség vizsgálattal, és úgynevezett Átfogó Vezetői Kompetenciavizsgálattal támasztottuk alá hipotéziseinket.

Az adatok igazolták, hogy ahhoz, hogy az adott szervezet ínséges időkben fenn tudjon maradni, és a dolgozók hozzáállását is pozitívan befolyásolja, olyan vezetőre van szüksége, aki olyan készségekkel rendelkezik, mint a problémamegoldás, a kiemelkedő kommunikáció, és az intuíció. Elnyeri a dolgozók támogatását a teljes körű információellátással és empátiával, és az intuícióval, mindemellett támogatja az újító ötleteket és az önbizalmat pozitívan befolyásolja. A „szolgáló” vezető képes a tulajdonosi érdek és a dolgozói elégedettség labilis vonalán egyensúlyozni, s mindkét réteg számára pozitív befolyással élni.

BOHOLY ATTILÁNÉ
III. évfolyam
Pénzügy és számvitel (A)
Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Várkonyiné dr. Juhász Mária
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

**AZ ÁTALAKULÁSSAL KAPCSOLATOS SZÁMVITELI FELADATOK BEMUTATÁSA
AZ MB-MISKOLC KFT. ÉS AZ EUROVAN MISKOLC KFT. EGYESÜLÉSI PÉLDÁJÁN
KERESZTÜL**

Introduction of accounting tasks related to company transformation through the example of the merger of MB-Miskolc Kft. and Eurovan Miskolc Kft.

A kutatómunka áttekinti a speciális számviteli eljárások formáit, jogi hátterét és az átalakulás folyamatát. A szabályozások elméleti keretein túl a gyakorlati lépések bemutatásával is foglalkozik két gazdasági társaság egyesülésének bemutatásán keresztül. A dolgozat keretében azokra a kérdésekre szeretne a tanulmány választ adni, melyek az átalakulási folyamat során számos problémát, gondot okoznak.

Az átalakulás során több jogszabályt, törvényi előírást kell alkalmazni, ezek ismeretében felmerül annak kérdése, hogy milyen jogszabályok és törvények foglalkoznak az átalakulás témakörével. A tulajdonosok számára gondot jelent, hogy milyen döntéseket kell meghozniuk és ezeket, milyen lépések előznek meg mielőtt az átalakulási folyamat, kezdetét venné. Számos problémát jelent továbbá a folyamat során, hogy milyen dokumentumokat, kimutatásokat kell összeállítani, és ezeket milyen határidőre kell elkészíteni. A határidők pontatlansága következtében az átalakulási folyamat megszakadhat. A vállalkozások könyvelőinek igazán sok, szakmailag indokolt kérdése merül fel az összeállítandó vagyonmérleg-tervezetekkel és vagyonmérlegekkel, továbbá vagyonleltárakkal kapcsolatban. Kiemelt kérdés, mikor és milyen típusú mérleget kell összeállítani, ennek milyen adatokat kell tartalmaznia. Milyen módon kell összeállítani a mérlegeket, és az ezt alátámasztó vagyonleltárakat. Kiemelt területe ennek a speciális számviteli folyamatnak az újonnan létre jött gazdasági társaságok tőkeszerkezetének kialakítása, bemutatása.

A kutatómunka keretében a beolvadás folyamata kerül gyakorlati példán keresztül bemutatásra. A jogszabályi előírások részletes ismertetése azt a célt szolgálja, hogy a vezetők eligazodhassanak a törvényi előírások rendszerében, továbbá megismerjék az Európai Unió előírásokat. A tanulmány további célja az, hogy bemutassa az átalakulásról szóló döntést kiváltó okokat. A két lépcsős döntési folyamat általános ismertetése mellett a közzétételi kötelezettségek és a könyvvizsgálói feladatok bemutatására is sor kerül. A pályamunka részletesen ismerteti a vagyonmérlegek és vagyonleltárak felépítését, gyakorlatban történő alkalmazását. A tanulmányban kiemelt kutatási témaként jelenik meg az új társaság tőkeszerkezetének meghatározása, ennek kapcsán a tőke kivonás és a tőkeemelés kezelése is. A dolgozat a gazdasági társaságok pénzügyi-számviteli elemzésével ér véget, hiszen nagyon fontos, hogy az átalakulás során költségoptimalizálást és hatékony működést tudjon az új társaság megvalósítani.

BOLLA GYÖRGY

Végzés éve: 2010

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (M)

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Losoncz Miklós
egyetemi tanár, Széchenyi István Egyetem*

JÓ-E A MAGÁNNYUGDÍJPÉNZTÁRI RENDSZER MAGYARORSZÁGON?

Is pension system in Hungary good?

A közelmúltban végbemenő pénzügyi és gazdasági válság fokozta és elmélyítette a népesség idősödésében jelentkező tendencia súlyos hatását. A gazdasági növekedés megtorpanása, az állami költségvetésekben, a pénzügyi stabilitásban és a foglalkoztatásban mutatkozó visszaesés még sürgetőbbé tette a nyugdíjba vonulás gyakorlatának, valamint a nyugdíjjogosultságok megszerzési módjainak kiigazítását. A válság rávilágított arra, hogy több erőfeszítésre van szükség a nyugdíjrendszerek hatékonyságának és biztonságának javításához, amelyek nem csupán az időskori megfelelő életszínvonalat garantálják, hanem a ledolgozott élet jutalmát is jelentik.

A Világbank közbenjárásával 1997-ben létrehozott vegyes nyugdíjrendszer hosszú távon csökkentette az állam kifizetéseit, ezzel egyensúly felé terelte a költségvetési rendszert, anélkül hogy veszélyeztette volna az időskori ellátás szintjét. Ezt támasztja alá a nyugdíjrendszer sematikus modellje is. A reguláció következtében 2008-ban beindult portfóliós befektetési rendszer kialakításának következményeiből inkább csak információkat, mint hosszú távú következtetéseket lehet levonni. A tőkefedezeti nyugdíjrendszerek visszaságaira világszerte a válság hívta fel a figyelmet. 2009-ben negatívan feltüntetett rendszer jogi szabályozásának a hiányosságai mellett már felmerült a megszüntetés, mint egy lehetséges megoldás is.

Több közép-kelet európai országban a tőkefedezeti pillérbe kerülő befizetések költségvetési átcsoportosításával próbálják a költségvetési lyukakat befoltozni. Nálunk a teljes rendszer átalakításába kezdtek. A kormány magánnyugdíjpénztári tagoknak tett pénzügyi „ajánlata” után mindenki szabadon „választhat” a 40 és a 105 évnyi munkában töltött idő között.

A jelenlegi rendszer távolról sem tökéletes, annak jelenlegi struktúra melletti javítása és nem megszüntetése szükséges.

BORODAVKO BEÁTA

I. évfolyam

Logisztikai menedzsment (M)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Szakály Dezső
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

BESZERZÉS TÁVOL-KELETRŐL: LEHETŐSÉGEK ÉS KOCKÁZATOK

Purchase from the Far East: Opportunities and risks

A Távol-Keletről történő beszerzést egy folyamatos kettőség veszi körül, hiszen, ha "Made in China" felirattal találkozunk, akkor bizony nem a minőségi, tartós termékek, eszközök jutnak az eszünkbe. De azt kell, hogy mondjuk a távol-keleti áruk a minőség legteljesebb spektrumát fedik le, valamint, hogy a kínai ipar minőségben minden tekintetben felveszi a versenyt a nyugatival.

Kína versenyképessége sok más egyéb európai beszállítóval szemben, ha nem is nevezhetjük töretlennek, de erősnek biztosan. Ezt az is bizonyítja, hogy ha kínai beszállítók számát az összes beszállítók számához viszonyítjuk, akkor 28%-ot tesz ki.

A beszerzési trendek azt igazolják, hogy Távol-Kelet erős gazdasági potenciállal bír, és a beszerzendő alkatrészek földrajzi elhelyezkedése nem ismer határokat. Ma már nincsenek „távolságok” csak költségek és az mozgat mindent. Mit, mennyiért, hogyan lehet megszerezni. Mint tudjuk Távol-Kelet egyik legnagyobb versenyelőnye a kedvező árak. Annak ellenére, hogy más hozzáadott költségek megnövekednek, mégis megéri az adott alkatrészt, számszámot Ázsiából beszerezni. A Távol-Keletről történő beszerzés elemzését négy dimenzió alapján végeztem, melyek a kulturális háttérből adódó különbség, a távolságból adódó időtényező, az árak, költségek, és a minőségi követelményeknek való megfelelés.

Az interjú során megállapítottam, hogy veszélyt jelenthet az ázsiai beszállítóktól való beszerzésekre Közép-Kelet-Európában lévő intenzív termelésnövekedés. Egyre több előnyt lehet megállapítani a Távol-Kelettel szembe, mint például a földrajzi és üzleti kultúrában meglévő közelséget a nyugati vállalatokhoz, valamint a nagyobb biztonságot és kevesebb természeti katasztrófát. Szintén a Közép-Kelet-Európa régiós intenzitását növeli a nyugati országokhoz képest az olcsóbb munkaerő, amely viszonylag jól képzett. A nem megfelelő infrastruktúra viszont hátráltató tényező.

Azt megállapíthatjuk, hogy egy vállalat nem engedheti meg magának, hogy beszállítót csak az árai alapján választja ki. Mindig legyen a célja, hogy a beszerzendő anyag a megfelelő minőségben, a megfelelő időben, a megfelelő mennyiségben, a megfelelő forrásból és végül a megfelelő áron történjen. Ahhoz, hogy ez megvalósuljon helyesen kell megtervezni a beszerzési stratégiát. Ennek segítségére lehet a Kraljic-mátrix, ami számba veszi a beszerzendő javak fontosságát, és a beszállítók elérésének komplexitását. Végezetül minden alkalommal kockázatelemzést kell végezni, hogy a lehető legkevesebb problémával és elégedetlen partnerkapcsolattal szembesüljenek.

BORODAVKO BEÁTA

I. évfolyam

Logisztikai menedzsment (M)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Berényi László
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

ÉLETMINŐSÉG BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐI ÉS MÉRÉSÉNEK LEHETŐSÉGEI

The affecting factors and measurement opportunities of the quality of life

Az életminőséggel kapcsolatos feltevések, tanulmányok és feltett kérdések egyáltalán nem új keletű dolgok. Az emberiség talán egyik legősibb kérdése, hogy mi teszi az embert elégedetté, az életet értelmessé és boldoggá, illetve mi a teljes és jó élet titka. Az emberi létezés alapvető célja az ember funkcióinak lehető legteljesebb gyakorlása. Az emberiség életfeltételei az elmúlt kétszáz évben nagymértékben megváltoztak, de a végső cél ugyanaz maradt. A boldogság, teljesség elérése.

Számos kérdés felmerül e témával kapcsolatban. Mi alapján ítéljük meg saját életünket, szűkebb környezetünk vagy az ország állapotát, fejlődését? Öntudatlanul is valamiféle matematikai képlet alapján számoljuk ki az egyes területeken elért eredmények alapján, hogy összességében hogyan állunk? Vagy egyetlen „mutatót” választunk ki (pl. pénz, barátok száma, szakmai elismerések), és alapvetően az határozza meg helyzetértékelésünket? Esetleg nem is törődünk a mérhető körülményekkel és a pillanatnyi hangulatunk alapján ítéljük meg, hogy milyen az életünk? Nincs „egyetlen legjobb út”, de az értékelést valahogyan mindenki elvégzi, ráadásul nemcsak a saját életére vonatkozóan.

A dolgozat megírása során alkalmazott módszertan legfőbb információs forrásai a témával kapcsolatos szakkönyvek, cikkek, statisztikai kiadványokból nyert adatok, megoszlási táblák, szóbeli közlések (interjúk), sajtóban megjelent riportok, hírek, szekunder vizsgálatok és legfőképpen az elvégzett primer vizsgálatok.

Munkám első részében bemutatásra kerül az életminőség vizsgálatával kapcsolatban felmerülő elméleti magyarázatok, modellek és az életminőséget befolyásoló tényezők. A befolyásoló tényezők vizsgálatakor a KSH, az EUROSTAT és a WHO által publikált adatokkal dolgozom.

A második részben a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karán tanuló hallgatók egy részét vettem mintául és rájuk vonatkoztatva készítettem egy kimutatást, mely a hallgatók jövőképeinek és életcéljainak az elemzésére irányul, illetve egy elégedettségi szint mérés, hogy mit is jelent számukra az életminőség, mely tényezők jelentik számukra az életminőség fogalmát, illetve melyek azok a tényezők, amik leginkább befolyásolják az életüket.

A következtetések levonása során az esetleges hiányosságokra és problémákra vállalati és egyetemi szinten keresek választ. Arra a kérdésre keresem a választ, hogy milyen intézkedések javasoltak a jobb életminőség elérése érdekében, a vállalatok munkahely körülményeinek javítása érdekében, illetve, milyen módszerek elsajátításának a fejlesztéséhez járulhat hozzá az egyetemi szintű oktatás.

BORZÁSI BERNADETT

Végzés éve: 2010

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Dabasi Halász Zsuzsanna
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

**A FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉS TÁRSADALMI ÉS SZOCIÁLIS ASPEKTUSAI
– A TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS EGY TERMELŐ NAGYVÁLLALATNÁL**

Sustainable development's human and social aspects – The social responsibility in a manufacturer large company

Dolgozatom célja, hogy bemutassam a fenntartható fejlődés társadalmi szociális indikátorrendszerét, amelyre hatással van a vállalatok társadalmi felelősségvállalása, amely következtében nő a vállalatok versenyképessége illetve a GDP is.

Az első részben kiemelten foglalkozok az EU által meghatározott indikátorrendszerrel, amelyet a társadalmi és szociális fenntarthatóság mérésére használnak. Az internetes adatbázisban található adatok, illetve saját számításaim alapján elemzem azokat. Illetve bemutatásra kerül a vállalati szerep ezen aspektusok alapján és az általam bővebben tárgyalt termelő nagyvállalat is, primer kutatásom eredményeként.

A második részben a társadalmi felelősségvállalást elemzem a sanofi-aventis/Chinoin Zrt., Csanyikvölgyi telephelyének esettanulmánya alapján, majd pedig szekunder kutatásom eredményeit és a tapasztalt összefüggéseket ismertetem.

Felvetésem, miszerint a társadalmi felelősségvállalás hatással van a vállalat versenyképességére, az ország GDP-jére és nem utolsó sorban a dolgozók terhelhetőségére, munkakedvére, kreativitására és lojalitására is, bizonyítást nyert.

BŐSZE IMRE

II. évfolyam

Közgazdálkodás és közpolitika (M)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Mészáros Katalin
egyetemi adjunktus, Nyugat-magyarországi Egyetem*

**SOPRON VÁROS KISKERESKEDELMÉBEN BEKÖVETKEZETT VÁLTOZÁSOK
BEMUTATÁSA ÖNÁLLÓ PIACKUTATÁSSAL**

Introduction of changes in the retail of town Sopron with substantive market research

Sopron város kereskedelme az elmúlt 1,5-2 év során komoly változásokon ment keresztül. A szokásos fluktuáción túl több nagyobb kereskedelmi vállalat nyitotta meg áruházát a városban, illetve számos bevásárlóközpont létesült. A Győri út mentén jelentős kereskedelmi központ jött létre. Az országosan ismert multinacionális vállalatok közül két nagy barkácsáruház, az OBI és a Baumax is úgy érezte, hogy helye van a Hűség Városában. Rajtuk kívül három új bevásárlóközpont, az Alpha Park 1, az Alpha Park 2 és a Family Center nyitotta meg kapuit a soproni fogyasztók előtt. Az utóbbi hetekben már üzemel az Aldi, és nyitásra kész már a Lidl üzlete is.

Dolgozatomban azt vizsgálom, hogy ezek a változások mennyiben alakították át a város kereskedelmi életét, milyen hatást gyakoroltak a helyi fogyasztók vásárlási szokásaira, egyáltalán hogyan vélekednek a soproniak az új áruházakról.

A témát több oldalról közelítem meg. A dolgozat gerincét egy száz, véletlenszerűen kiválasztott soproni fogyasztóból álló mintasokaságon elvégzett kérdőíves kutatás adja. A lekérdezést 2009. október első napjaiban végeztem el. A kérdőívet úgy állítottam össze, hogy abban mind a fogyasztói szokások, mind az új áruházak, bevásárlóközpontok nyitásának következményei lemérhetőek legyenek. A kapott válaszokat statisztikai módszerek segítségével elemzem és értékelem. A dolgozat másik fő részét egy mélyinterjú kutatás adja, melyet a város kereskedelmi életének szereplőivel folytattam le 2009. október elején. Mind a kérdőíves kutatás eredményeit, mind a mélyinterjú során nyert információkat összehasonlítom az egy évvel ezelőtti, szakdolgozatom során hasonló módon nyert adatokkal, így az időbeli változást is érzékeltetem.

A dolgozattal célom, hogy minél teljesebb képet adjak szülővárosom kereskedelmének arculatáról. Viszonyítási alapként országos adatok is szóba jöhetnek, de úgy gondolom Sopron kereskedelmi szempontból más, mint a többi magyarországi település. Ausztria közelsége, az hogy a lakosság jelentős része a határ túloldalán dolgozik merőben más kereteket szab a helyi kiskereskedőknek, mint például egy hasonló nagyságú alföldi településen.

BOTI CSILLA

V. évfolyam

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Farkas Ferencné
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

*Dr. Titkos Csaba
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

*Milovecz Ágnes
PhD hallgató, Pécsi Tudományegyetem*

FAIR PLAY – AZ EGYÉN VISELKEDÉSE A VÁLLALATI LÉGKÖR FÜGGVÉNYÉBEN

Fair Play – Individual behaviour depending on the corporate climate

A dolgozat az egyén – mint a szervezet egy tagja – által tanúsított viselkedésminták okainak vizsgálatával foglalkozik. Egy részről bemutatja, hogy milyen egyéni, személyiség típusbeli mozgatórugói vannak a magatartásnak, más részről azt is megmutatja, hogy a szervezet tagjainak viselkedését csoporthatások is befolyásolják, valamint a vállalati kultúra, a légkör is módosítja.

Az üzleti életben tanúsított etikus magatartás nem csak egyéni személyiségbeli és erkölcsi meggyőződésen alapul, hanem feltétele az is, hogy az adott alrendszerben (jelen esetben az üzleti életben), és ezt szűkebben értelmezve a közvetlen vállalati környezetben olyan légkör létezzon, mely támogatja magát az etikus viselkedést.

A dolgozat bemutatja azokat az elméleteket, melyek utalnak az erkölcs és üzlet kényes viszonyára. Az erkölcsi és gazdasági rendszer bizonyos szempontból összeegyeztethetetlennek tűnő elvekre épül, de korántsem igaz, hogy egy etikusan működő vállalat nem lehet gazdaságos. Ahhoz, hogy a gazdasági rendszer megfelelően működjön és ki tudja szolgálni a társadalom igényeit mind gazdasági, mind erkölcsi értelemben szükség van arra, hogy menedzsment, mint szakma lefektesse saját erkölcsi elveit. Ebben az üzleti iskolák felelőssége igen nagy.

A dolgozatban alkalmazott módszertan a filmelemzés. A górcső alá vett mozi címe Fair Play. Egy munkahelyi közösségről, a köztük lévő viszonyrendszerről és nem etikus magatartásuk következményeiről szól. Az elemzést az elolvasott szakirodalom, valamint saját gondolataim és észrevételeim alapján viszem végig a film egészén. Ebben a filmben a sport analógiáját használja fel a forgatókönyvíró-rendező arra, hogy egyszerre állítsa párhuzamba és ellentétbe egymással az üzleti életben uralkodó szemléletmódot, mely a siker minden áron való hajszolását jelenti, és a sport nemes, tiszta küzdelemre épülő szellemiségét.

BOTI CSILLA

V. évfolyam
Gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

PETI JÁNOS

Végzés éve: 2010
Gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kaposi Zoltán
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

**CSURGÓ: MÚLT, JELEN, JÖVŐ – EGY HÁTRÁNYOS HELYZETŰ KISTÉRSÉG
KÖZPONTJA**

Csurgó: past, present and future – The centre of a region with disadvantageous status

A dolgozat kronologikusan áttekinti a város és környezetének történeti múltját, majd a bemutatja a város jelen helyzetének legfontosabb sarokpontjait, végül ezek alapján javaslatokat fogalmaz meg a jövőbeli fejlődés-fejlesztési irányokra vonatkozólag. Számos olyan esemény található a város múltjában, ami kiindulási alapot jelent arra nézve, hogy Csurgó a jövőben képes legyen megerősíteni a térségben betöltött központi szerepét.

A 18. században Festetics György itteni iskolaalapítása teremtette meg az alapot ahhoz, hogy a város kulturális központ szerepet is betöltsön az addigi gazdasági szerep mellett. A város mai helyzetét alapvetően meghatározza a rendszerváltás előtti időben a térség határsávba való tartozása és a központi kormányzat döntései, melyek révén szándékosan visszafejlesztette Csurgót.

A város jelenlegi helyzetének pontosabb, mélyebb megértése és a jövőbeli tervek jobb megalapozása érdekében empirikus kutatásokat is végeztünk. A kutatás két része egy kétlépcsős (két korosztályt érintő) fókuszcsoporthoz vizsgálat és több városi, illetve kistérségi vezetővel készült mélyinterjú. A felméréseink azt mutatják, hogy a városban mind az igény, mind a szándék jelen van a vezetés és a lakosság részéről is a fejlődésre, de szervezési-operatív feladatok elmaradása miatt ez egyelőre nem valósult meg.

A város és a térség jövőbeli kilátásaival kapcsolatban összegyűjtöttük a jelenleg folyamatban lévő beruházásokat és kezdeményezéseket, ezen kívül saját ötleteket is megfogalmaztunk. A város fejlődésének kulcsát a kistérség települései közötti szorosabb összefogásban, a horvátokkal közös programok és beruházások kialakításában és a városvezetés stratégia mentén történő működésében látjuk.

BUDA LORINA

I. évfolyam

Európai és nemzetköz igazgatás (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közigazgatástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Csáki Ilona
főiskolai docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

MAGYARORSZÁG EURÓÖVEZETI CSATLAKOZÁSÁNAK KÉRDÉSEI

Hungary's chance to entering the euro zone

Dolgozatomban Magyarország euróövezeti csatlakozásnak kérdésével foglalkoztam. A téma aktualitását a 2008-as gazdasági és pénzügyi világválság közben elszenvedett spekulációs támadások adták. A forint elleni spekulációs támadások rávilágítottak arra, hogy egy erős, a nemzetközi piacon tekintéllyel rendelkező valutával ezen hatásokat tompítani lehetett volna.

Munkám fő kérdése az volt, hogy hazánknak mindenáron a közös európai valuta bevezetésére kell törekednie vagy fontosabb az odáig vezető utat végigjárnia.

A választ Magyarország gazdasági helyzetének elemzésével, illetve a konvergencia kritériumok teljesíthetőségének bemutatásával adtam meg. Megvizsgáltam a kritériumok teljesítésének lehetőségeit az eddig csatlakozott országokon keresztül, melyből azt a következtetést vontam le, hogy azok az országok képesek igazán élni az euró adta lehetőséggel, ahol valós gazdasági teljesítmény volt a bevezetés mögött, még azok az országok ahol erősen kozmetikázva teljesültek a kritériumok, illetve csak a csatlakozás pillanatában tudták betartani őket, azok jelenlegi instabilitásukkal a valutaövezet egységét veszélyeztetik.

Nem lehet pontos számot adni arról, hogy mekkora védelmet jelentett volna az euró, hiszen annak megléte nem csupán a spekulációs támadásokat védte volna ki, hanem a közös pénz bevezetésének következtében eleve egy stabilabb gazdaságot ért volna el a válság. Ami szintén tompította volna a negatív hatásokat. Nem szabad elfeledkeznünk azonban arról, hogy a hangsúly nem a mielőbbi egyszeri konvergencia kritériumok teljesítésén van, hanem azok hosszú távú fenntarthatóságán. Hiszen a feltételek erőltetett teljesítése nem eredményez fenntartható gazdaságpolitikai pályát. A kritériumok teljesítése hazánkban egybeesik a tartós felzárkózáshoz kapcsolódó makrogazdasági követelményekkel. Nem feltétlen a célszámok betartása az elsődleges, hosszú távú, átgondolt gazdaságfejlesztési pálya kialakítása szükséges elsősorban.

Tehát nem az euró bevezetése az elsődleges szempont, hanem a stabil és fenntartható gazdaságpolitika, hiszen ennek eredményeként a maastrichti konvergencia kritériumok is teljesülni fognak.

BUDAY GÁBOR

Végzés éve: 2010

Turizmus-vendéglátás (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Sipos Zoltán
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

**KOCKÁZAT MENEDZSMENT ALKALMAZÁSA A TURIZMUSBAN – MÓDSZERTANI
JAVASLATOK A KOCKÁZAT-ELEMZÉS KITERJEDTEBB ALKALMAZÁSÁRA A
TURISZTIKAI VÁLLALKOZÁSOKNÁL**

Application of risk management in tourism – Methodological recommendations of the extensive application of risk analysis in the tourism industry

A dolgozat célja, hogy rávilágítson a turizmus bonyolultságából fakadó sebezhetőségre, amely indokolttá teszi a kockázati menedzsment metódusainak alkalmazását.

A kockázati menedzsment egy olyan szemlélet, amely a változásokból és bizonytalanságokból adódó helyzeteket, lehetőséggé alakítja, és ezáltal egy biztosabb és tervezhetőbb üzletmenetet biztosít az ezt alkalmazó vállalatoknak.

A turizmus – amely egy luxus jószág – ki van téve minden erőnek, ami a piacot jellemzi, és ez könnyen sebezhetővé teszi. A kockázati menedzsmentet a turizmusra vetítve ezeket az erőket lehetőséggé és bizonyossággá alakíthatjuk. A bizonyítási eljáráshoz értékskála alapú modellt készítettünk.

A modell eredményei interjúk, valamint kérdőíves megkérdezések által készített skála alapján kerültek meghatározásra. Egyértelműen kibontakozik előttünk a cégvezetők által és más szakemberek véleménye alapján, hogy a turizmusnak szüksége van egy, a kockázatokkal foglalkozó menedzsment folyamatra és annak eszközeire. Ezt kérdőíves felméréssel, illetve mélyinterjúkkal alapoztuk meg.

Ezt alátámasztandó alkottuk meg hipotéziseinket, amelyeket a kutatás során a modellünkkel alátámasztva igyekszünk igazolni. Fontos megemlíteni, hogy elméleti lehetőségről beszélünk – amire egy gyakorlati módszert dolgoztunk ki. Ennek alkalmazhatóságáról és szükségességéről szól ez a dolgozat.

BUJDOS ÁGNES

III. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulensek: Dr. Fenyves Veronika
adjunktus, Debreceni Egyetem*

*Orbulov György Krisztián
W/H Controller, NI Hungary Kft.*

AZ NI HUNGARY KFT. KÉSZÁRU RAKTÁR CONTROLLING TEVÉKENYSÉGÉNEK ELEMZÉSE

The analyzing of the controlling system of the Finished Goods Warehouse at NI Hungary Ltd.

A jelenlegi riportálási rendszere 2008 márciusában került bevezetésre. Az azóta eltelt két évben bekövetkezett változások teszik indokolttá a készáru raktári riportok újragondolását. Céloom a raktári főfolyamatok megismerése, összefoglalása és ezeket az ismereteket alapul véve, a riportok tanulmányozása és elemzése, illetve javaslatok tétele riportok módosítására, megszüntetésére, összevonására és újak létrehozására.

Az elemzést 2010 februárja és októbere között folytattam a készáru raktárban. A raktári folyamatok összefoglalásához a primer vizsgálati módszerek közül a terepkutatást és a személyes, strukturált, valamint a kiscsoportos interjút használtam. A controlling tevékenység elemzését, mint szekunder kutatást egyrészt a primer kutatásom eredményeire támaszkodva, másrészt a szakirodalom áttekintését alapul véve végeztem. Dolgozatomban a szűk értelemben vett riportelemzésen túl kiemelt jelentőséget tulajdonítottam a raktár munkájához kapcsolódó vám eljárások, vámokmányok és a nemzetközi kereskedelemben elterjedt INCOTERMS klauzulák bemutatásának.

Kutatásom eredményeként négy főfolyamatot találtam a raktárban: a gyártásról beérkező késztermékek bevételezését, a cég által vásárolt késztermékek bevételezését, a készáru csomagolását és a kiszállítást.

A riportok elemzése során új riport bevezetését nem találtam indokoltnak, azonban több területen javasoltam módosításokat. A legfontosabb javaslataim a kiszállításhoz kapcsolódnak, mivel ez a terület a leglényegesebb a készáru raktári folyamatok közül. A munkám során a legnagyobb jelentősége a raktárból kiszállításra váró termékek arányát kiszállítási főirányonként bemutató riport hibáinak felismerése volt. Az okok feltárása után arra a következtetésre jutottam, hogy a riport összevonható az időben történő kiszállítások eredményeit tartalmazó riporttal. Az utóbbi riport felépítésének módosításával létrehozott riport pontosabb információt nyújt a kiszállításról, ráadásul egyszerűbben és gyorsabban elkészíthető. Végül két kiszállítási riport megszüntetésére tettem javaslatot, mivel termeléstervezési célokat nem támogatnak és létrehozásuk óta ugyanazt a trendet mutatják.

BUZSICS KRISTÓF

I. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Keller Krisztina
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

KEMPINGTURIZMUS ZALAKAROSON – AVAGY VERJÜNK SÁTRAT A FÜRDŐVÁROSBAN

Holiday camp tourism in Zalakaros – So, pitch a tent in the spa

Magyarországon a rendszerváltást követően egyre kisebb szerep jutott a kempingezésnek. Ennek egyik fontos jele, hogy 2007-ig nem is igazán tartották ezt az ágat a turizmus részének, a Magyar Kempingszövetség is csak ebben az évben lett a tagja az Országos Idegenforgalmi Bizottságnak. A kempingturizmusnak jelenleg csupán 8 százalékos részesedése van a magyar idegenforgalomból, míg ez a szám Nyugat-Európában 22 százalék. Így elmondhatjuk, hogy bőven vannak tartalékai hazánkban ennek a turisztikai ágazatnak.

Zalakaros Zala megye délnyugati részén fekvő üdülőváros, amely a településen működő termálfürdőnek köszönheti idegenforgalmát. ITDK dolgozatom témája a Castrum kemping-Wellness panzió és Termálfürdő, valamint a Balatontourist Termál Kemping szolgáltatásainak összehasonlítása, a vendégek elégedettségének felmérése, majd javaslatok tétele a kempingek számára. A Castrum kemping Galambokon (Zalakarostól 2 kilométerre) négy csillagos kempingrésszel és három csillagos panzióval rendelkezik, míg a három csillagos Balatontourist Termál Kemping a fürdőtől 150 méterre fekszik.

Kutatásom során interjút készítettem mindkét szálláshely vezetőjével, ennek során a kempingek működését, értékesítési csatornáikat, a beruházási terveiket, illetve kettőjük kapcsolatát mértem fel, majd vendégeik jelenlegi keresletét, elégedettségét, jövőbeli igényeit kutattam a magyar, német és angol nyelven elkészített kérdőívek segítségével. A vizsgált két zalakarosi kemping adatait 2008 és 2009 vonatkozásában dolgoztam fel, az adatelemzésben a hasonlóságokat és az eltéréseket kerestem.

A dolgozatom eredményeként arra a megállapításra jutottam, hogy a két zalakarosi kemping közötti választás legfontosabb szempontja az ár és a marketingtevékenység. Bizonyítást nyert, hogy a Castrum kemping és a Termál kemping nem versenytársai egymásnak, mivel más az osztályba sorolásuk, és a vendégeik fő motivációja is eltér. Kutatásomból azt is megtudtam, hogy a hotelek, panziók és egyéb zalakarosi szálláshelyek (például vendégházak, apartmanok, nyaralók) csak a Termál kemping számára jelentenek versenytársakat.

Az eredmények feldolgozása után ajánlásokat fogalmaztam meg mindkét szálláshely számára, melyek – véleményem szerint – eredményesebbé tennék a kempingek működését. A marketingtevékenységre, a szolgáltatások és az infrastruktúra fejlesztésére, a pályázatokra vonatkozó tanácsaimat állítottam középpontba, hiszen ezek egy kereskedelmi szálláshely eredményes működésének az alappillérei.

CZAKÓ MIKLÓS

III. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Modern Üzleti Tudományok Főiskolája

*Konzulens: Dr. Kandikó József
főiskolai tanár, Modern Üzleti Tudományok Főiskolája*

FLYBALATON!...FLY?!

FlyBalaton!...Fly?!

Dolgozatomban egy, az utóbbi időben egyre több problémával küzdő légikikötő, a sármelléki repülőtér jelenlegi helyzetét és jövőbeni lehetőségeit vizsgáltam meg széleskörűen. Célom megismertetni a repülőtérrel érintő megvalósult beruházásokat, valamint a várható, még csak a tervezés szintjén álló infrastrukturális és a fejlesztések beindulását biztosító kezdeményezéseket.

Az elméleti és alapozó részben mutatom be a magyarországi légiközlekedés múltját és jelenét, a fontosabb regionális reptereket, valamint a FlyBalaton repülőtérrel. Elemeztem a Benchmarknak tekinthető grazi repülőtérrel (hasonló szempontok szerint, mint a FlyBalaton), valamint elkészítettem a FlyBalaton SWOT elemzését.

Primer kutatásomat a lakosság két korosztályára, a 35 év alattiakra és felettiekre fókuszáltam. Így ismerhettem meg utazási szokásaikat, fontosabb elvárásaikat. A kutatás főleg kvantitatív módszerrel (kb. 300 fős minta alapján) zajlott.

Vizsgálataimat kiterjesztettem a repülőtér és a turizmus (KSH adatok alapján), valamint a reptér és az infrastrukturális környezet (közlekedési kapcsolatokra összpontosítva) kapcsolatára. Megoldást kerestem a repülőtér hatékonyabbá tételére és annak sikerességének biztosítására, amelyet egyrészt lakossági megkérdezésekkel és kutatói interjúkkal kívántam alátámasztani.

Legfontosabb hipotéziseim közé tartozik, hogy „ha a repülőtér nem ismeretlen a fogyasztók, utasok számára, akkor szívesen érdeklődnek az onnan induló járatok felől, szívesen választják kiindulópontnak”, valamint, hogy „egy regionális repülőtérnek is van létjogosultsága Magyarországon”.

Az eredmények, a kérdőívek feldolgozása után igazolták fontosabb hipotéziseimet. A magyar fogyasztók, utasok mozgósíthatóak egy távoli repülőtér igénybevételére, főleg, ha onnan színvonalas nemzeti és fapados (low cost) légitársaságok kínálnak népszerű úti célokat. Fontos szempont az utas közönség számára, hogy megbízható és könnyen megközelíthető legyen a repülőtér a távolabbi régiókból.

Számos stratégiai javaslatot dolgoztam ki a repülőtér számára, hogy az sikeressé váljon, válhasson. Ilyen például az országjáró körutak népszerűsítése és indítása a külföldi turisták számára, járatokhoz igazított – saját vállalkozásban szervezendő – transzfer biztosítása, a nagytérségben található turistamozgató térségek (Badacsony, Balaton, Hévíz stb.) összefogása és népszerűsítése a főbb küldő országokban.

CZEBE KATALIN

IV. évfolyam

Közgazdász tanár (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Harangozó Tamás
tudományos segédmunkatárs, Budapesti Corvinus Egyetem*

HUNGrameen, A SZEGÉNYEK BANKJA MAGYARORSZÁGON

Hungrameen, banking to the poor in Hungary

Dolgozatom során megkísérlem bemutatni azt a konstrukciót, melynek keretein belül megvalósulna Magyarországon a szegények bankja. Kutatásom során kvalitatív módszereket alkalmazva feltérképeztem azokat a tényezőket, amelyek Magyarország esetében hátrányos, gátló, illetve támogató tényezők lehetnek.

Először a szakirodalom és a kutatói anyagainak feldolgozása által az volt a célom, hogy lefedjek, illetve bemutassam a mikrofinanszírozás alappilléreit, és megismertessem azon terminusokat, amelyek nélkül a koncepció pontos megértése elsajátíthatatlan. Ezt követően a Grameen Bank (a modell) szervezetét mutattam be, mely részhez szintén kutatási anyagok, cikkek, a hivatalos honlap, illetve a bankkal történt e-mail-váltások álltak rendelkezésemre. Ezután a megvalósítási szakasz következik, melyek legnagyobb részében Polgár Andrással a Polgár Alapítvány az Esélyekért létrehozójával, Felcsuti Péterrel, a Magyar Bankszövetség elnökével, aki egyben a Raiffeisen Zrt. vezérigazgatója, illetve Csúri Ákosné Kardos Annával az Egészséges Településekért Alapítvány ügyvezető igazgatójával folytatott interjúkban elhangzottakra támaszkodtam. Ezek az interjúk félig strukturált, strukturálatlan módszerrel zajlottak és a célom az volt velük, hogy a Grameen modelltől eltérő jellemzőket felderítsem, illetve a magyarországi specifikumokat, a „ránk” váró legnagyobb problémákat körvonalazzam.

Minden országnak, így Magyarország tekintetében is vannak olyan sajátosságok, amelyek korlátozzák a modell megvalósulását. Meg kell találnia azt az utat, amely által feloldhatjuk a „gazdaságnak ama perverszióját”, hogy nagyobb fejlettségi szint mellett a társadalmi és politikai berendezkedés korlátot szab a modell fejlődésének. A gazdasági és jogi bürokratizáció, a szociális háló túlzott bábáskodása és védelme motiválatlanná tesz a magyarországi szegényeket, hogy önerőből segítsenek magukon, így gátat szab egy olyan módszernek, mely által a társadalmi jólét javítható lenne, a szegények és gazdagok közti különbségek, feszültségek csökkenthetőek lennének. Azonban a világ rengeteg országában (köztük európaiakban is) egyaránt sikeresen kipróbálták. Miért pont nálunk ne működne?

CZÉKUS ÁBEL

II. évfolyam

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (M)

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Udvari Beáta
PhD hallgató, Szegedi Tudományegyetem*

*Dr. Lukovics Miklós
egyetemi adjunktus, Szegedi Tudományegyetem*

**AZ EURÓPAI UNIÓ ÉS FEKETE-AFRIKA: A SEGÉLYEZÉSI ÉS A PIACGAZDASÁGI
ELVEK ÉRVÉNYESÜLÉSE**

The European Union and Sub-Saharan Africa: Emergence of the principles of aid activity and market economy

Az 1960-ban tartott ENSZ Afrika-év utáni ötven év gazdasági „eredményessége” bebizonyította, hogy Fekete-Afrika – önerőből – képtelen integrálódni a világgazdaságba. A főleg strukturális jellegű gazdasági problémák megoldására a nemzetközi szervezetek tettek erőfeszítéseket, de az államok, mint a nemzetközi kapcsolatok legfontosabb szereplői, néhány kivétellel mindaddig ignorálták Fekete-Afrika gazdasági problémáit.

Dolgozatomban az Európai Unió Fekete-Afrikába irányuló fejlesztési segélyezési tevékenységét, valamint a két makrorégió közötti piacgazdasági elvek érvényesülését vizsgálom. A két folyamat párhuzamba állításával a fejlesztési segélyezés alacsony hatékonyságára kívánok rámutatni. Ez egyrészt egy új megközelítése Fekete-Afrika gazdasági felzárkózásának, másrészt pedig a két gazdasági folyamat felveti egy neokolonialista világtrend kialakulását.

Az EU fejlesztési segélyezésében a 15 nyugat-európai tagállam tölt be meghatározó szerepet. A segélyezés kapcsán felmerül az alacsony hatékonyság problematikája, amely már az inadekvát tervezésben megjelenik, és végigkíséri az egész folyamatot, csökkentve ezzel a fejlesztési segély várható hasznosságát. Ezt támasztja alá az a tény, mely szerint Fekete-Afrikába folyósítják relatív a legtöbb fejlesztési segélyt, mégis ez a világ legelmaradottabb makrorégiója.

Az Európai Unió és a Fekete-Afrika közötti gazdasági kapcsolatok vizsgálatát az árukereskedelem alrendszerére szűkítettem, hiszen ez képezi azok gerincét. Fokozott figyelmet szenteltem ezért a Cotonoui Egyezményre, ugyanis ez ad szerződéses formát a reálgazdasági folyamatoknak. Legfőbb megállapításom, hogy aszimmetria jellemzi az euro-afrikai kapcsolatokat gazdasági értelemben. Amíg az Európai Unió exportját főleg a tőke- és munkaigényes termékek kivitele jellemzi, addig az importjában a nyersanyagok dominálnak. Ezek közül kiemelkednek az energiahordozók importja, annak ellenére is, hogy Fekete-Afrika szinte minden terméke kedvezményes vámmal kerül az EU piacára. Mindazonáltal, az Európai Unió külkereskedelmi volumene a térséggel az ezredforduló után folyamatosan növekvő pályán van, ami a kőolaj árának növekedéséből adódó cserearányromlás következtében az európai export(érték) növekedését jelenti.

Kutatásaim eredményei alapján elmondható, hogy az EU és Fekete-Afrika fejlesztési segélyezési és piacgazdasági kapcsolatairól kijelenthető, hogy ezek inkább szolgálják Fekete-Afrikának az EU gazdaságába történő integrálódását, mintsem a világgazdasági vérkeringésbe való bekapcsolódását.

CZELLENG ÁDÁM

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Csapi Vivien
tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem*

A TERRORIZMUS GAZDASÁGI KOCKÁZATA

The economic risk of terrorism

A dolgozat célja, hogy bemutassa a terrorizmus gazdasági kockázatát. Mielőtt azonban a terrorizmusról mint kockázatról beszélne megkísérlek világos képet nyújtani arról, hogy mi is a kockázat, a bizonytalanság, valamint, hogy ezek a definíciók hogyan alakultak, fejlődtek az idők során.

A kockázat fogalmát egy speciális területen az ellátási láncok vonatkozásában is igyekszem bemutatni. Ennek relevanciája a globalizációban keresendő, ugyanis a globális piacon uralkodó verseny hatása készteti a vállalatokat a hatásosság növelésére, ezért többnyire termelési hálózatokban gondolkodnak. A termelési láncok kockázati kitettségét növelő jelenségek: a globalizáció, a kiszervezések, a gyártásmélység csökkenés, a karcsúsított gyártási technikák alkalmazása, a globális terrorizmus megjelenése.

A pénzügyi szakirodalom alaptörvényként kezeli, hogy a vállalat menedzsmentjének feladata a vállalat részvényeseinek tőkéjét egy kockázatokkal teli világban maximalizálni. A vállalatok célja megfelelő esetben nem a kockázatok enyhítése, hanem a kockázat optimalizálás, melyet a kockázatmenedzsment megfelelő alkalmazásával érhetünk el. Ezért kívánom bemutatni a vállalati kockázatmenedzsment jellemzőit. Hálózati szinten a stakeholderek által támasztott elvárásokat a vállalati kockázatmenedzsment keretrendszere nem elégíti ki, ezért hálózati szinten szükséges a kockázatmenedzsment ciklikusságával foglalkozni, ezért kívánom bemutatni az ellátási láncok kockázatmenedzsmentjének jellemzőit.

A dolgozat megpróbál egy átfogó képet nyújtani napjaink kockázatkezelési lehetőségeiről, éppen ezért részletesen bemutatom a 20. század végének kockázatmenedzsment szempontjából releváns találmányát, a reálopciókat. A reálopciók olyan derivatívok, melyek a valós élet helyzetükből származtathatóak. Ezen reálopciók kihasználása a beruházások és döntések nyomán, mint hozzáadott érték jelenik meg. Hipotézisem szerint, ha képesek vagyunk azonosítani a kockázatot, akkor reálopciókkal, illetve a reálopciók valamiféle kombinációjával képesek lehetünk a hatékony kockázatkezelésre, a negatív események következményeinek enyhítésére.

A terrorizmus gazdaságra gyakorolt hatásait először makrogazdasági szinten kívánom bemutatni. Ezen hatásokat minden ilyen irányú kutatást végzett közgazdász relevanciaként kezeli, azonban nem született még egységes konszenzus a hatások mélységéről és milyenségéről („big effect” vs. „small effect”). Az alapvető probléma, hogy rendkívül nehéz a komplex gazdasági rendszereket a klasszikus „ceteris paribus” elv mentén vizsgálni, hiszen nem csak a szektorokban, de napjaink globalizálódott világában a szektorok és határok között is folyamatosan cserélődik a tőke és az információ. Mikrogazdasági szintű hatásokat az ellátási láncok szintjén mutattam be. Ennek eredményeként úgy gondolom, hogy a reálopciók portfóliójával hatékonyan csökkenthetőek a bizonytalan események következményei, ezzel igazolva hipotézisem.

CZETHOFFER ÉVA

I. évfolyam
Közgazdasági elemző (M)

Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

CZAFIT BENCE

I. évfolyam
Közgazdasági elemző (M)

Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr Badics Judit
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

A VERTIKÁLIS KISZORÍTÁSOK MINT A KISZORÍTÁS ESZKÖZEI

Vertical restrictions as tools of foreclosure

Vertikális korlátozásokról akkor beszélünk, amikor az egyes vállalatok szerződéseket kötnek a vertikális láncban felettük vagy alattuk elhelyezkedő vállalatokkal. Ezen szerződések irányulhatnak az árak megállapítására vagy erőteljes befolyásolására, illetve más – nem ár – jellegű együttműködésekre.

A gyártók és a kiskereskedők közötti szerződések számos nem ár jellegű korlátozást tartalmazhatnak. Dolgozatunkban bemutatjuk, hogy egy piaci erővel rendelkező vállalat, a vertikális struktúra különböző szintjein, eltérő feltételek mellett milyen megállapodásokkal képes piaci erejét megőrizni illetve megerősíteni. A korlátozó megállapodások megkötésének célja, a piacon működő, vagy potenciális versenytársak hatékony működésének megakadályozása.

A vertikális korlátozások közül több esetet vizsgálunk. Megvizsgáljuk többek között a piac különböző szinteken történő beszűkülésének hatásait, a vertikális integrációból adódó lehetőségeket, valamint a felvásárlással történő piaclezárás esetét.

CZIBOR ZSÓFIA

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Orosdy Béla
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

**HATÉKONY REKLÁMOK – A MŰVÉSZET SZEREPE A FOGYASZTÓK
BEFOLYÁSOLÁSÁBAN**

Effective advertisements – The influence of art on consumer behavior

Napjainkban a fogyasztókat számos különböző impulzus éri, ezért akaratlanul is megpróbálják kiszűrni azokat, amelyek hasztalanok, semmitmondóak számukra. A reklámoknak éppen ezért kreatívnak, figyelemfelkeltőnek kell lenniük, annak érdekében, hogy kiérdemeljék a célcsoport figyelmét.

Dolgozatom célja a reklámfilmek hatékonyságának, fogyasztók általi megítélésének vizsgálata. Tanulmányozom továbbá a művészi eszközök reklámokban betöltött szerepét és hatását.

Hipotéziseim a következők:

H1: A nők egy reklámblokkból átlagosan több márkanévet jegyeznek meg, mint a férfiak.

H2: A fogyasztók azokra a reklámokra, melyekben hírességek szerepelnek, jobban emlékeznek.

H3: A művészi reklámok nagyobb figyelemfelkeltő hatással bírnak, könnyebben megjegyezhetők, ezért többen emlékeznek rájuk.

H4: A fogyasztóknak tetsző és a különböző szempontok szerinti értékelés során magas pontszámot szerző reklámokat rövidebbnek, a kevésbé kedvelt, elutasított reklámokat pedig hosszabbnak érzékeljük.

Kutatásom alapját egy fókuszcsoportos beszélgetés és reklám-, illetve márkafelidézési teszt képezte. Vizsgálatom résztvevői a Pécsi Tudományegyetem különböző karain tanuló hallgatók voltak, érdeklődésem központjában pedig a hallgatók reklámokkal kapcsolatos véleménye, elvárásai és márkafelidézése állt.

Az eredmények kimutatták, hogy a nők jobban megjegyzik a márkanéveket, több márkát, reklámot tudnak visszaidézni, mint a férfiak. Minél népszerűbb, kedveltebb egy reklám, a befogadók annál rövidebbnek érzékelik és fordítva. A művészi eszközök – például zene, irodalom, festészet, mozgókép – használata pedig segíti a termék-, és márkanév rögzülését a fogyasztók fejében.

CZOLLER DOMINIKA

III. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Kaposi Zoltán
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

*Dr. Pauker Csaba
egyetemi adjunktus, Pécsi Tudományegyetem*

A ROMÁK HELYZETE A HAZAI MUNKAERŐPIACON

The Gypsies' situation in the Hungarian labour market

A tanulmányom célja a romák helyzetének bemutatása a magyar munkaerőpiacon a rendszerváltástól a legfrissebb reprezentatív felmérésekig.

Először a cigányság történetét ismertetem. Ez azért szükséges, mert ezzel látható, hogy a jelenlegi hátrányos munkaerő-piaci pozícióknak mi lehet az oka, milyen múltbeli eseményekre vezethető vissza, hogy az iskolázottság és a területi elhelyezkedés szempontjából kimagaslóan hátrányos helyzetben vannak a nem cigányokhoz képest. A magyarországi cigányok történeti áttekintését követően a hangsúlyt a munkaerőpiacra fektetem, ahol a munkanélküliség és a foglalkoztatottság elemzését követően az ezeket befolyásoló tényezőket veszem vizsgálat alá (iskolázottság, területi elhelyezkedés, diszkrimináció). Végül pedig a saját kutatásom tapasztalatait mutatom be.

Az adatok elemzése során bebizonyosodott, hogy a vizsgált munkaerő-piaci tényezők mindegyikében eltérés mutatkozik a cigányok és nem cigányok között. Ez azt jelenti, hogy a cigányok az iskolázottság terén kevésbé képzettek mint a nem cigányok, a területi elhelyezkedésüket szerint nagy részük falvakban, kisebb városokban él, a szegényebb területeken. Bár nehezen, de kimutatható, hogy negatív diszkrimináció is éri őket. Ezek mind olyan tényezők, amelyek a munkaerőpiacon hátrányt jelentenek. Emellett problémát okoznak a nagy mértékű állami támogatások, amelynek következtében úgy gondolják, hogy nem érdemes dolgozniuk, mivel azzal nagy eséllyel ugyanazt az életszínvonalat tudnák megteremteni, mint a segélyekből. Nélkülözhetetlen a közoktatás rendszerének sürgős megreformálása, mivel ez képezi az alapját az egyenlő esélyek biztosításának és így áttételesen a cigányok jövőbeli integrációjának a többségi társadalomba.

Láthatjuk tehát, hogy a „roma probléma” egy összetett dolog, mely csak abban az esetben oldható meg, ha a romák és a többségi társadalom is egyaránt akarja és tesz is érte.

CSÁKÁNY ZOLTÁN

IV. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

IBS - Nemzetközi Üzleti Főiskola

*Konzulens: Kárász Zsófia Veronika
óraadó, IBS - Nemzetközi Üzleti Főiskola*

**„SUBPRIME-VÁLSÁG” A MAGYARORSZÁGI JÁRMŰFINANSZÍROZÁSI PIACON
(AUTÓFINANSZÍROZÁSI LUFI KELETKEZÉSE, KIPUKKANÁSA ÉS A
KÖVETKEZMÉNYEK)**

”Subprime crisis” on the Hungarian vehicle financing market
(Origin of the vehicle financing bubble, its burst, and its consequences)

A dolgozatom a 2000-es években nagy volumenben elterjedt devizaalapú autófinanszírozást vizsgálja abból a szempontból, hogy a finanszírozott eszközök mennyire nyújtottak fedezetet a finanszírozói követelésekre (LTV), milyen hatása volt az árfolyamváltozásoknak adós és hitelező oldalon, valamint a megnövekedett ügyfél nemfizetések és a válság hatására milyen piacot szabályzó törvényi változások történtek. A felhasznált adatok jelentős része aktív és jelentős piaci szereplőktől (finanszírozók, autókereskedők) származik.

Megállapításaimban rámutattam arra, hogy az utóbbi másfél év erős forint gyengülése nélkül is túlzott finanszírozói kockázatokat rejtő autófinanszírozási portfóliók alakultak ki. Már a szerződéskötések időpontjában is rendelkezésre álltak azok a releváns információk, melyek alapján a túlzott kockázatvállalások ténye nyilvánvaló lehetett.

Bemutattam, hogy a devizahitelt választók döntéseit közgazdaságilag racionális megfontolások támasztották alá, és hasonló volt a helyzet a finanszírozók oldalán is a finanszírozási termékínálatot illetően. Éveken keresztül a devizahitelek kedvezőbb pozícióban voltak a forintos hitelt választók ellenében, helyzetüket a forint tartóssá vált leértékelődése változtatta meg. Ugyanakkor azt állapítottam meg, hogy az árfolyamváltozások hatása árnyaltabb lehet, amint az a közbeszédben érzékelhető, de összességében mindenféleképpen negatív. A piaci verseny a kockázatvállalás szintjén zajlott, a tömeges ügyfél nemfizetéseknel az árfolyamveszteségek teljes nagyságukban a finanszírozók meg nem térült követelését növelték.

Egyértelműen a negatív piaci események hatására a kockázatvállalást korlátozó és az autófinanszírozási piac működését szabályozott keretek közé szorító törvények léptek életbe. Megítélésem szerint az új szabályzók jó pontokon avatkoztak be a piac működésébe, a versenyt nem korlátozzák, viszont az ügyfelek kiszolgáltatottságát mérséklik.

Az utóbbi időszak devizahitelekkel kapcsolatos negatív tapasztalata ellenére is napjaink racionális kérdése maradt a forint vagy devizahitel közötti választás.

CSÁK ILDIKÓ

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Szabó Zoltán
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

NYÍREGYHÁZA TURISZTIKAI POZÍCIONÁLÁSA A CSALÁDOSOK KÖRÉBEN

Turistical positioning of Nyíregyháza in the family segment

A turizmus tagadhatatlanul a világ egyik leggyorsabban fejlődő ágazata, hazánk turizmusában is évről évre egyre több ember dolgozik a turizmus láncolatában. Ma már a városoknak versengeniük kell a turistákért, a gazdasági élet szereplőikért, ill. a lakosságért a fennmaradásért, a növekedési lehetőségek okán. Kutatásomban a turistákért folytatott küzdelmet helyezem a fókuszba, ezt kívánom elemezni, értékelni.

Dolgozatom során Nyíregyháza városának a versenyképességét mérem fel, turisztikai potenciálját, lehetséges piaci szegmensét. Mindezt nem a megszokott statisztikai adatok elemzésével, hanem elsősorban ahogyan a turisták észlelik a belföldi turizmus piacát. A kutatásom elsődleges célja a családostok, vagyis a potenciális utazók desztinációválasztási folyamatának megismerése, a desztinációkról élő kép feltérképezése, illetve a város sikeres pozícionálása.

A kutatásom eredményeként láthatóvá válik, hogy milyen a városról kialakult imázs a célcsoportnál, mely városok, illetve együttműködési törekvések jelenthetik az elsődleges veszélyforrást, valamint meghatározásra kerülnek a város komparatív előnyei.

Témaválasztásom személyes indíttatású, hiszen Nyíregyházán születtem és ezt a várost mondhatom az otthonomnak is. Gyerekkorom emlékei és a mai kép a városról lenyűgözőek, büszke vagyok a város dinamikus fejlődésére. Adottságai mindezek ellenére jelenleg kihasználatlanok, ugyanakkor a városnak meg van a lehetősége, hogyha nem is a főváros ellenpólusa, de keleti országrész turisztikai centrumává fejlődjön.

CSANAKI TÍMEA

I. évfolyam

Marketing (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Jenes Barbara
tudományos segédmunkatárs, Budapesti Corvinus Egyetem*

**PIROS-FEHÉR PÚDER
A MAGYARORSZÁGON MŰKÖDŐ SVÁJCI ÉRDEKELTSÉGŰ VÁLLALATOK
ARCULATÁNAK ÉS SVÁJC ORSZÁGIMÁZSÁNAK KAPCSOLATA**

Red and white powder

The connection between the corporate identity of companies with Swiss interest in Hungary and the country image of Switzerland

Napjaink országhatárok nélküli integrált Európájában mindinkább előtérbe kerül a nemzeti identitásra és egyediségre vonatkozó kérdés a diplomáciai, politikai, gazdasági, kereskedelmi kapcsolatokban is. Marketing tanulmányokat folytatva emiatt is foglalkoztat különösen az országimázs, országeredet imázs, valamint vállalati arculat témaköre.

Kutatásom fókuszának Svájcot találtam legalkalmasabbnak, hiszen politikai rendszere, külpolitikai törekvései, állampolgárai általános jóléte, természeti szépségeinek megőrzése, a négy nyelvet és kultúrát magába foglaló, azonban mégis egységes képet mutató szövetségi köztársaság Magyarország számára is példaértékűnek tekinthető. Dolgozatomban olyan kérdésekre kerestem a választ, hogy milyen kép él a magyarok szemében Svájcra, a svájci vállalatokról, valamint, hogy az itt működő vállalatok tudatosan építenek-e országeredetükre, vagy inkább kevésbé hangsúlyozzák azt az üzleti siker érdekében.

Először Svájc imázsáról készült szekunder adatokat szedtem csokorba és vázoltam fel, milyen az ország megítélése külföld és a saját lakosai szemében.

Ez volt a kiindulópontja a vállalati képviselőkkel folytatott szakmai beszélgetéseknek. A mélyinterjúk során a felkeresett svájci kötődésű vállalatok tevékenységéről, arculatáról kérdeztem, a képi, dizájn megjelenéséről, a vállalati filozófiáról, kultúráról, a kifelé irányuló kommunikációról. A vállalatok magyar képviselőinek tettem fel kérdést Svájc imázsára vonatkozóan is, kvalitatív módszerrel megalapozva későbbi, hallgatók között kvantitatív kutatásomat.

A Budapesti Corvinus Egyetem hallgatói között végzett kérdőíves felmérés eredményei hozzájárultak, hogy képet kaphassak arról, a magyar fiatalok – mit néhány év múlva a gazdaságban tevékeny emberek – hogyan látják ezt az országot, melyek azok az információk, amikkel a magyar hallgatók Svájcra egyáltalán rendelkeznek.

Míndezek alapján dolgozatomban végén összefoglaltam, milyen vállalatforma melyik üzletágban való tevékenysége esetén építettek a pozitív országimázssal rendelkező Svájcra mint anyaországra, illetve mikor palástolták azt. Ezen eredmények szolgáltak kiinduló alapként végleges javaslatomhoz, hogy a Magyarországon működő vállalatok arculatában fellelhető svájciságra utaló elemek hogyan, milyen formában vagy egyáltalán megjelenjenek-e.

Napjainkban törekedni kell nekünk, magyaroknak célszágként arra, hogy idevonzzuk és megtartsuk a külföldi befektetőket, akik segíthetik gazdasági fejlődésünket. Ehhez azonban a másik fél is szükséges, akít ilyen jellegű információk nyújtásával is segíthetünk abban, hogy eredményesen működtessek vállalkozásukat Magyarországon.

CSÁNYI MÁRIA MAGDOLNA

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Saáry Réka
tanszéki mérnök, Károly Róbert Főiskola*

A RENDEZVÉNYEK IMÁZSÉPÍTŐ SZEREPE A CSABA CENTER BEVÁSÁRLÓ- ÉS SZÓRAKOZTATÓKÖZPONT GYAKORLATÁBAN

The impact of event marketing on the image of Csaba Center Shopping and Amusing Centre

TDK dolgozatom elkészítésének fő célja, hogy bemutassam a rendezvények, az eseménymarketing szerepét az imázsépítésben. A téma aktualitását több jelenleg érvényesülő trend is alátámasztja.

Egy magasabb szintű fogyasztói társadalom korát éljük, ahol a termelők és az elosztásban résztvevő vállalatok versenyeznek a fogyasztók megszerzéséért. A közvetlen kapcsolat, az interaktív kommunikáció egyre fontosabbá válik a termelők, az elosztók és a végső fogyasztók között. A jó hírnév felépítése, ápolása, tudatosítása a fogyasztókban létfontosságú minden cég számára. Másrészt manapság a vásárlás együtt jár az élményszerzéssel és önjutalmazással. Napjainkra ez a tevékenység kötelezettségből családi programmá nőtte ki magát. Nem a termék megszerzése a vásárlás fő célja, hanem a tevékenységgel járó boldogság és örömeztetés átélése. Mindez csak egy olyan helyen valósulhat meg, ahol az emberek jól érzik magukat és a kellemes hangulat magával ragadja őket.

A vásárlás élményét adja a Csaba Center Bevásárló- és Szórakoztatóközpont a dél-alföldi régió egyetlen kiemelkedően jól működő és a vásárlók által is elismert plázája. Évente számos szórakoztató rendezvényel, programmal csábít be még több vásárlót és érdeklődőt a házba.

Primer kutatásaim célja, hogy feltárjam a Centerrel kapcsolatos fogyasztói attitűdöket; továbbá, hogy megismerjem az oda látogatók véleményét a társadalmi felelősségvállalással; a kultúra- és hagyományápolással kapcsolatos programok fontosságáról. Végezetül szeretnék néhány programötletet adni a Csaba Center marketinges csapatának, amelyek megvalósításával tovább javítható az üzletközpont ismertsége és elismertsége a látogatók körében.

CSAPÓ LÁSZLÓ ATTILA

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Belovecz Mária
egyetemi adjunktus, Szent István Egyetem*

**A VÁLSÁG HATÁSA A K&H BANK KKV HITELEZÉSÉRE, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL
AZ ÉPÍTŐIPARRA**

The impacts of the global crisis on K&H bank's SME credits, in particular on building industry

Magyarországon a működő vállalkozások legnagyobb számban a kis- és középvállalkozás (KKV) kategóriájába sorolhatóak, és ebben a szektorban dolgozik a foglalkoztatottak több mint háromnegyede, így a társadalom széles rétegeinek megélhetése függ ezen vállalkozások teljesítményétől. A hazai bankok az 1990-es évek legvégén kezdtek hozzá a kis- és középvállalkozások finanszírozásához, amely elsősorban a hitelezési feltételek enyhítésében, valamint a kifejezetten kisvállalkozások számára kifejlesztett hiteltermékek számának növekedésében mutatkozott meg. Ennek eredményeként nőtt a KKV-hitelek aránya a banki hitelfortfólióban, s javult a szektor külső finanszírozási forrásokkal való ellátottsága.

Témaválasztásom aktualitását indokolta, hogy ez a javuló tendencia 2008 utolsó negyedévének kezdetén negatív irányú fordulatot vett az ekkor kibontakozó pénzügyi, majd az ezt követő gazdasági válság hatására. Ezek következtében ugyanis a bankok elkezdtek újra szigorítani, mondhatni ellehetetleníteni a vállalkozók hitelhez jutását.

Az általam szemléltetésre kiválasztott esettanulmány a K&H Bank Zrt. egyik KKV ügyfelének hitelanyaga, mivel a K&H Csoport ma Magyarország egyik vezető pénzügyi, és ezen belül is vezető hitelezési szolgáltatója, hiszen a vállalati hitelezésben az első, és a lakossági hitelezésben is előkelő helyen szerepel a bankok országos rangsorában.

Célom, hogy munkámmal bemutassam egy, a leginkább érintett szektorra, az építőiparra vonatkozó esetpéldán keresztül, hogy a válság hatására hogyan változott, szigorodott a K&H Bank hitel elbírálási rendszere. Dolgozatom további célja, hogy egy SWOT-analízis elkészítésével feltárjam az építőipari vállalkozások jövőbeli kilátásait.

CSELIK PÉTER

Végzés éve: 2010

Gazdaságinformatikus (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Konzulens: Kristóf Péter

PhD hallgató, Pécsi Tudományegyetem

A SZERVEZETI IT MODELLEZÉSE

Modeling of the organizational IT

Az elkövetkező években egyre nagyobb jelentősége lehet egy olyan modellnek, amely elég kifejező erővel hat az informatikai és az üzleti felső vezetők megítélésére. A dolgozat deduktív kutatási módszerekkel él elsődlegesen. Jelentős részt tesz ki a desk kutatás, amelyben feldolgozott hazai és nemzetközi cikkekből és tanulmányokból sorra veszem az informatikai fejlesztések megítélését a kezdeti időktől napjainkig. Végül egy mélyinterjú keretében felmérem egy egyetem Informatikai Igazgatóságának IT rendszerét. Az interjú egy kötetlen beszélgetésből állt az Informatikai Igazgatóság Service Desk osztályával. Ennek a végeredménye a dolgozathoz mellékelt Szolgáltatáskatalógus és a Telekommunikációs összefoglaló dokumentum.

A dolgozat első felében felületesen bemutatom, hogy milyen módon rendezkedtek be a hazai vállalatok IT szempontból. Ezután sorra veszem az informatikai fejlesztések modellezésének lehetséges variációit, mint a kezdeti, pusztán anyagi oldalt vizsgáló, számviteli megközelítést, amelyben a legnagyobb hangsúlyt az eszközparkra helyezi. Mivel ez a megközelítés, ha nem is helyesen, de reálisan mutatta a legnagyobb akadályt, megmutatom, ezt hogyan vetkőzte le az IT különféle kiszervezési megoldásokkal. Folytatva a menedzsment emberközpontú, ám kifejezetten szubjektív modelljeivel, melyek nem minden esetben magyarázzák jól az adott fejlesztést, kitérve egy külön az e-business témakört bemutató Bűvös kockára.

Mivel úgy gondolom a bűvös kocka megfelelő egy jó IT térkép megalapozásának, ennek a modellnek a mintájára megvizsgálom az egyetem Informatikai Igazgatóságának a szolgáltatásait. Bemutatva ez által az egyetem Informatikai Igazgatósága milyen területeket fed le az e-business világában. A kapott kocka jelen állapotban prezentálásra alkalmas ugyan, ám mondanivalója kimerül a területek ismertetésében és összefoglalásában. Ezt szeretném kibővíteni későbbi tanulmányaim során egy saját tervezésű modellel. Ez jelenleg még fejlesztési stádiumban áll. „IT Város” névre kereszteltem. Ennek a lényege, hogy a Bűvös kockában összegyűjtött adatokat egy háromdimenziós struktúrában jeleníti meg. Az egyes szolgáltatásokat ugyanúgy dimenzionálni akarom három irányba, így a költség a munkaerő és a technológia szerint különféle méretű és alakú kockák lesznek az egyes szolgáltatásokból. Ez alapján már az egyes részek alakjából és méretéből következtetni lehet annak állapotára. Ehhez azonban már a megfelelő mértékű empirikus tudás meglétét is szükségesnek érzem.

CSÉPE BEÁTA

III. évfolyam
Gazdasági és vidékfejlesztési
agrármérnök (A)

Szegedi Tudományegyetem
Mérnöki Kar

FARKAS MÁRTA

III. évfolyam
Gazdasági és vidékfejlesztési
agrármérnök (A)

Szegedi Tudományegyetem
Mérnöki Kar

*Konzulens: Dr. Gulyás László
egyetemi docens, Szegedi Tudományegyetem*

**A SZEGEDI TUDOMÁNYEGYETEM HALLGATÓINAK MUNKAVÁLLALÓI
SZOKÁSAI**

Employing habits of the students in the University of Szeged

Jelen dolgozat saját felmérésünkre alapozva mutatja be a Szegedi Tudományegyetem hallgatóinak munkavállalási szokásait, a diákmunka jellemzőit. Azért választottuk dolgozatunk központi témájául a diákmunkát, mert ez egy izgalmas és minden korban aktuális kérdéskör, hiszen a diákoknak mindig lesz szükségük munkára, a munkáltatóknak meg diákmunkásokra.

Rövid bevezetés és a hipotéziseink felállítását követően a dolgozat első részében egy tág képet próbálunk meg adni az olvasónak a munka világáról, elsősorban a diákmunkára kitérve. Történelmi példákon keresztül mutatjuk be a munkavállalási tradíciókat, az adott korok sajátosságait. A történelmi rész zárásaként eljutunk mindennapjainkig, a jelen munkavállalási körülményeiig. Ezek után tisztázzuk a diákmunka fogalmát, mit ért alatta a magyar jogrendszer illetve mit értünk e fogalom alatt, dolgozatunk során.

A folytatásban kutatásunk kerül bemutatásra. Helyet kap a kutatás céljának, módszerének részletes ismertetése. Ezt követi a dolgozat legfontosabb és legterjedelmesebb része, a kutatási eredmények ismertetése. Az eredményeket a kérdőívünk tematikája alapján ismertetjük, külön kérdésenként vagy esetenként több kérdést összekapcsolva. Az egyes kérdések elemzése során ismertetjük az adott kérdéshez, kérdéskörhöz szükséges háttérismereteket az olvasó számára, hogy pontosabb képet kaphasson az adott témaköréről. A kutatás kitér az egyetemi tanulmányokra (finanszírozási és ösztöndíjazás rendszerére), valamint kapcsolatára a munkavállalással. A munkavállalás motiváló tényezőit is feltárjuk az elemzés során. Meghatározzuk a fiatalok életkorát első munkába állásuk alkalmával. Ismertetjük a legfontosabb munkakeresési módokat és azok nehézségét. Összekapcsoljuk a munkavállalási időszakot és az óralátogatást, illetve mulasztást. Bemutatjuk a munkavállalási formákat, kitérve az illegális munkavállalásra is. Napi és heti bontásban ismertetjük a munkával töltött időt. Egyik legfontosabb témaként foglalkozunk a munka ellenértékével és az azzal való elégedettséggel. Felmérjük a vállalt munkákat, munkaköröket, illetve a külföldi munkavállalást és annak motiváló tényezőit. Zárásként a diákmunka hatását határozzuk meg a diákok jövőjére.

Összegzésként feltevéseinket igazoljuk és kitérünk a főbb eredményeinkre, majd egy általános képet vázolunk fel a diákmunkáról, a fiatalok munkavállalási szokásairól. Biztatni szeretnénk a diákokat a munkavállalásra és a tapasztalatszerzésre.

CSERNÁK JÓZSEF

Végzés éve: 2010

Vállalkozásfejlesztés (M)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Töröcsvári Zsolt
főiskolai tanár, Károly Róbert Főiskola*

CIKLUSOK VIZSGÁLATA IDŐSOROKBAN, EXCELES TÁMOGATÁSSAL

The examination of cycles is series, with Excel

Napjainkban egy menedzsment fontos elvárása, hogy az információk, adatok minél gyorsabban, áttekinthetőbben, könnyen feldolgozhatóan álljanak rendelkezésre. A döntés-előkészítés szerepe egyre jobban nő, amit az egyre nagyobb ütemben növekvő technológiai fejlődés is nagymértékben elősegít. A döntések előkészítésének egyik ága az empirikus adatokra támaszkodó – sok esetben statisztikai módszereket alkalmazó – adatfeldolgozás, ami nagymértékben segítheti a menedzsment munkáját. A technológiai fejlődés folyamán a statisztika egyre nagyobb jelentőséget tudhatott magának a tudomány számos területén, így a gazdaság- és társadalomtudományok területén is.

Ma már vannak olyan táblázatkezelő programok, melyek segítségével képesek vagyunk nagyméretű adathalmazokat kezelni. Egy viszonylag egyszerű táblázat-együttes létrehozása után képesek leszünk csupán az új alapadatok beírásával, bemásolásával új elemzést kapni. Természetesen nem mindegy, hogy a felhasznált programok mennyire költséghatékonyak.

Munkám célja az volt, hogy a termelésben, gazdaságban, illetve társadalmi jelenségek esetén gyakran megjelenő idősorok vizsgálatához készítsek olyan Exceles munkatábla-rendszereket, amelyekkel az adatsorokban található szezonális, ciklikus ingadozások vizsgálata gyorsan, könnyen, és költséghatékonyan elvégezhető. Használhatóságukat, előnyüket egy-egy példán keresztül szemléltetem.

CSERNÁK JÓZSEF

Végzés éve: 2010

Vállalkozásfejlesztés (M)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulensek: Ficzeréné dr. Nagymihály Kornélia
főiskolai docens, Károly Róbert Főiskola*

*Zörög Zoltán
mérnöktanár, Károly Róbert Főiskola*

**A MÉRETGAZDASÁGOSSÁG VIZSGÁLATA HEVES MEGYE EGYES
MEZŐGAZDASÁGI KISVÁLLALKOZÁSAINAK PÉLDÁJÁN KERESZTÜL**

The examination of economies of scale through examples of small agricultural enterprises in Heves County

Munkám alapjául egy 1991 óta folyamatban lévő két-három évenként megismételt, követéses (mindig ugyanazon gazdaságokra vonatkozó) ún. longitudinális panel vizsgálat kérdőíves primerkutatása szolgált. Az adatbázis a dolgozat keretében a 2008. évre vonatkozó felméréssel bővült.

Első lépésben bemutatásra kerültek a felmérésben szereplő gazdaságok és a gazdálkodók helyzete. Dolgozatom céljaul tűztem ki, a gazdaságok használatában lévő földterületek alakulásának vizsgálatát. Többek között a földterületek változásainak az elemzését (saját – bérelt területek aránya), a termelési szerkezet mai helyzetét, valamint várható alakulását értékeltem.

Fentiekén túlmenően figyelmet fordítottam az eredményesség vizsgálatára a vállalkozások tevékenységeinek tükrében, az összefüggések keresésére a tevékenységek száma és a vállalkozások sikeressége között.

Az alábbi példák segítségével jelen munkám további célja a statisztikai-matematikai módszerek közül a varianciaanalízis és a longitudinális panelvizsgálat alkalmazhatóságának igazolása a mezőgazdasági kisvállalkozások méretgazdaságosságának megítélésében.

Legvégül, ám nem utolsó sorban méretgazdaságossági vizsgálatokat végeztem, mintegy szintézisbe hozva a vizsgált területek eredményeit az optimális üzemméretet keresve.

CSÍKY ANDRÁS

II. évfolyam

Turizmus-menedzsment (M)

Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

Konzulens: Dr. Lengyel Márton

főiskolai tanár, Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

ÚJ TECHNOLÓGIÁK A LÁTOGATÓMENEDZSMENTBEN

New technologies in visitor and attraction management

A tanulmány célja áttekinteni az elmúlt évek gyors technológiai fejlődése nyomán kialakult új technológiákat és eszközöket a látogatómenedzsmentben. Külön vizsgálati szempont az újdonságok turisztikai desztinációmenedzsment (TDM) szemléletű alkalmazása, amely nemcsak hazánkban, de a fejlett világban is jelenleg van kialakulóban, így igen újszerű téma. A küszöbön álló hazai, országos szintű TDM szoftverpályázat előtt cél továbbá az új technológiákat hasznosító leghatékonyabb fejlesztési lehetőségek bemutatása.

A tanulmány elméleti megalapozásként a vonatkozó szakirodalom segítségével áttekinti az attrakció megismerésében jelen lévő legfontosabb akadályokat. Ezek után részletesen bemutatja a ma elérhető modern technológiákat, elemezve azok várható jövőbeli fejlődését. A bemutatást részletes Internetes keresés alapozta meg, érintve a fontosabb szakmai oldalakat, szakmai sajtót, szakértői blogokat és az ezek alapján látókörbe került legjelentősebb fejlesztéseket, termékeket.

A dolgozat egyik fő megállapítása szerint a jövő az intelligens operációs rendszerű, telepíthető alkalmazások fogadására képes, GPS-szel szerelt mobil „okostelefoné”, így már középtávon ezen készülékek rohamos elterjedésére számíthatunk. Az ezeken futó alkalmazások újradefiniálják a látogatói kommunikációt és menedzsmentet álló- és mozgóképes, írásos és audio tartalmak egyénre szabott (helymeghatározás, personalizálás) szinte korlátlan kínálatával.

A dolgozat kiemelten foglalkozik a TDM és a technológiai fejlődés kapcsolatával, a TDM háttérül szolgáló szoftver és az új technológiák integrálásával. Elemzésre kerülnek a lehetőségek és feladatopciók a TDM eltérő szintjein, valamint külön áttekintésre kerülnek a budapesti alkalmazás lehetőségei. A mellékletben konkrét projektjavaslat formájában tematikus budapesti okostelefon alkalmazások és kiterjesztett valóság fejlesztések is bemutatásra kerülnek.

A tanulmány összegzése szerint a TDM-szervezetnek mint a turizmus koordinátorának katalizátor-szerepet kell betöltenie most abban, hogy ezek az új eszközök mielőbb bekerüljenek a desztináció turizmus-ágazatába és járuljanak hozzá versenyelőny kialakításához. Ezen új technológiák kiemelten hatékonyan tudnak működni a TDM-szoftverrel integráltan, annak teljes adatbázisára épülve.

CSORDÁS VIVIEN

I. évfolyam
Logisztikai menedzsment (M)
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

SZALAI ERIKA

I. évfolyam
Logisztikai menedzsment (M)
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Pató Gáborné dr. Szűcs Beáta
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

*Dr. Kovács Zoltán
egyetemi tanár, Pannon Egyetem*

A JÖVŐ VASÚTI ÁRUSZÁLLÍTÁSÁNAK VÍVMÁNYA

The achievement of the future rail transport

Az árutovábbítás gyakorlata során kikerülhetetlen a szállításoz szükséges okmányok használata. Napjainkban ezen adminisztratív eszközök alkalmazási területén a modern technika, valamint a folyamatok elektronikus úton történő kezelése még eléggé kezdetleges. Az internet fejlődése azonban egyre több és szélesebb lehetőséget nyújt a különböző szállítmányozási folyamatok egyszerűsítésére és gyorsabbá tételére.

A dolgozat az áruszállítás megrendelői és beszállítói oldalról történő leegyszerűsítésének megoldására szeretné felhívni a figyelmet, tehát az EDI-re. Az elektronikus adatcsere megszüntetné az okmányok papír alapú használatát, valamint gyorsítaná a felek közötti folyamatokat és az információáramlást.

Cél: a vasúti szállításban alkalmazott okmányok egységesítése, valamint annak EDI alapon történő használata. Mindezek alapján legelőször az EDI bemutatásra kerül sor, majd röviden ismertetjük a szállítmányozásban alkalmazott okmányokat, létrehozunk az új egységesített okmányt, végül pedig feltárjuk a vasúti okmányokban rejlő lehetőségeket.

DAKÓ LILLA

II. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Külkereskedelmi Kar

*Konzulens: Dr. Majoros Pál
főiskolai tanár, Budapesti Gazdasági Főiskola*

VÁLSÁGOS IDŐK A MAGYAR GÉPJÁRMŰIPARBAN

Time of crisis in the Hungarian automotive industry

A gazdasági és pénzügyi válság hatással van a globális gazdaság minden szereplőjére, ugyanakkor csak azok a vállalatok lesznek képesek túlélni, akik gyorsan alkalmazkodnak a megváltozott körülményekhez. TDK dolgozatomban megvizsgáltam hogyan befolyásolja a jelenleg is tartó válság a legfontosabb magyar autóiipari cégek, a Magyar Suzuki Zrt., az Audi Hungária Kft. és a GM Powertrain Kft. működését és döntéseit, milyen lépéseket tettek, milyen stratégiát követtek a sikeres válságkezelés érdekében.

Négy fő statisztikai mutatót elemeztem ezen három cégnél: a termelési, bevételi, befektetési és alkalmazási mutatókat a válság előtt és után, valamint rámutattam arra, hogy miként kezelték a vállalatok a külföldön és Magyarországon egyaránt radikálisan csökkenő piaci keresletet. Magyar Suzuki, GM Powertrain és Audi Hungária folyamatosan növelték termelési számaikat, amikor a válság elérte őket. Mivel a három cég exportaránya igen magas (92-100%), a Magyarországon kívül zajló folyamatok, mint a kereslet egyidejű esése a célpiacokon, nagyban befolyásolják a vállalatok működését. 2008 második felétől, a pénzpiaci válság gazdaságra való áttérjedését követően egy lefelé irányuló tendencia figyelhető meg a cégek bevételeiben. Ez a nemzetközi eladások csökkenéséből következett aminek következtében a termelési terveket lefelé kellett módosítani, habár az előző évek nagymértékű beruházásai után a három cég termelési kapacitása jelentősen kibővült.

Az Audi, Suzuki és a GM defenzív startégiái lépésekkel – gyártásleállítással és leépítésekkel – reagáltak a zuhanó megrendelésekre és az ebből adódó jövedelemkiesésre. A véghezvitt offenzív lépések – kapacitásbővítés és új termék bevezetése – a vállalatok pozitív jövőképeről árulkodik, amivel a válság utáni fellendülésre készülnek. A defenzív és offenzív elemek kombinálásának, az állami támogatás kihasználásának és a kiadások visszafogásának köszönhetően, ezen cégek statisztikai mutatói javulni fognak a következő években.

A válságkezelés két módjára mutattam rá, melyből az első, hosszú távon megvalósítható, garantáltan sikerhez vezető lépés a Lean termelési rendszer bevezetése lenne. Rövid távon viszont a roncsprémium német mintára való bevezetését javasolnám, ami egy egyszerűbb és gyors megoldás lehetne.

Kutatásomhoz főként szekunder adatgyűjtést használtam, de az adatok kiegészítése céljából belső vállalati forrásokra is támaszkodtam. Telefonon és e-mailen keresztül kapcsolatba léptem a Magyar Suzuki vállalati kommunikációs aszisztensével valamint a General Motors Powertrain főkönyvelőjével, akiknek készséges hozzáállása nagyban segítette amunkámat.

DALANICS SÁRA

V. évfolyam

Gazdálkodási-kommunikáció (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Jenes Barbara
tudományos segédmunkatárs, Budapesti Corvinus Egyetem*

ORSZÁGIMÁZS A HORTOBÁGY TÜKRÉBEN

Country image in the light of Hortobágy

A Hortobágy Magyarország egyik szimbóluma, az ország imázsának a része. De hogyan válik Magyarország imázsa a Hortobágy imázsának részévé?

A dolgozat az országimázs fogalmának azt a megközelítést alkalmazza, mely szerint az országról kialakított belső és külső véleményrendszert az adott ország befolyásolhatja, alakíthatja.

Megjelenésének érdekes formája, amikor egy vállalat életében központi szerepet játszik a régió megítélése, emiatt tevékenységének nagy részét képezi nem csak a vállalat, de földrajzi területének imázs-alakítása is.

A dolgozatban céloim bemutatni a Hortobágyot mint földrajzi területegységet és mint tevékenységében szorosan egymásra támaszkodó vállalatok és társaságok rendszerét.

Kiemelten foglalkozom a Hortobágy Ókorégió szerepével és felelősségvállalásával, melybe a közös arculat, közös értékek kommunikálása is beletartozik. Ismertetem hazai és nemzetközi bemutatkozásait és megjelenéseit mint a Hortobágy imázst, a Hortobágy életérzést reprezentáló eszközöket.

Ezen belül bemutatom a Hortobágyi Természetvédelmi és Génmegőrző Kht. vezető szerepét a térség munkájában. Kitérek a szervezet működésére, felépítésére és tevékenységére. Mindezt az imázst vizsgáló szemüveg lencséjén keresztül jellemezem.

Ezek alapján meghatározom a Hortobágy imázs mibenlétét, a területen használt eszközöket.

Primer és szekunder kutatások alapján értékelem a Hortobágyi Kht. eredményeit.

Dolgozatomban végigkísérem a hazai és nemzetközi fórumokon és rendezvényeken való részvételét, az ott elért eredményeket. Nemzeti és nemzetközi kutatások alapján próbálok megállapítani, hogy mennyire jut el a célközönséghez a közvetített imázs.

A dolgozat, valamint a primer kutatás további célja, hogy olyan pontokat keressen a Hortobágyi Kht. felületén, amelyek még fejlesztésre szorulnak, vagy megállapítsa, ha ezek nem léteznek.

Összességében szeretnék arra a kérdésre választ találni, hogy miként érvényesülhet a hagyományok és a természet tiszteletét közvetítő imázs hazai és nemzetközi környezetben.

DALMAI ADRIÁN

III. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Apáczai Csere János Kar

*Konzulens: Husz Anikó
adjunktus, Nyugat-magyarországi Egyetem*

A MAGYARORSZÁGI BENCÉSEK ÉS A TURIZMUS KAPCSOLATA

The connection between the Order of Saint Benedict and tourism in Hungary

Választott témám a magyarországi bencések és a turizmus kapcsolata. Alapvető kérdésként jelenik meg ebben a témakörben a vallási turizmus egyre növekvő szerepe az egész világon, így Magyarországon is. Célom, hogy ezen írás segítségével jobb rálátást tudjak biztosítani arra, hogy milyen szerepet játszik manapság a magyarországi bencés rend azon területek életében, ahol jelen vannak, és ezáltal jelentős számú turistát vonzanak a desztinációba.

A dolgozat módszertanát tekintve nagyban építettem a személyes tapasztalatokra, hiszen magam is bencés diák voltam. Ezen kívül pályázati anyagokat dolgoztam fel, a Közép-Dunántúli Régió bemutatásánál próbáltam a lehető legaktuálisabb adatokkal szemléltetni a terület fejlettségét, jelentőségét a turizmus területén, és természetesen nem utolsó sorban az érintettekkel történt személyes beszélgetések segítettek elmélyülni a kérdéskörben.

A középpontba elsősorban nem a sokak által ismert Pannonhalmi Bencés Apátságot és az ott lezajló fejlesztéseket tettem, hanem egy kisebb publicitást kapott projektet, mely a Balaton parton, a Tihanyi Bencés Apátságban zajlik.

Dolgozatommal remélem felkeltem az érdeklődést a turizmus ezen ágazata iránt, hiszen a jövőben rendkívül fontos szerepet fog betölteni a szakrális helyek meglátogatása az emberek életében.

DANCSIK BÁLINT

IV. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Farkas Beáta
egyetemi docens, Szegedi Tudományegyetem*

VÁLSÁGMORÁL, MORÁLVÁLSÁG

Crisis-morality, morality-crisis

A dolgozat témája a 2007-ben kezdődő, majd 2008-ban elmélyülő pénzügyi válság. Az írás foglalkozik a válság pénzügyi magyarázatával, de a szigorúan vett közgazdasági magyarázat mellett legalább ekkora hangsúlyt fektet a jelenség társadalmi beágyazottságára is. Ennek megfelelően a kérdéskört egy tágabb keretrendszerben vizsgáljuk, mely a megközelítésből következően etikai, szociológiai, pszichológiai és döntéelméleti eredményeket is igénybe vesz. A dolgozat az előzmények tárgyalásával indul, számba veszi mindazon társadalmi és gazdasági tendenciákat, melyek a XX. század utolsó harmadában köszöntöttek ránk. A távoli előzmények után a közvetlen (pénzügyi) előzményeket vizsgáljuk: mi volt a szerepe az alacsonyan tartott kamatlábaknak, a globális egyensúlytalanságoknak, a likviditásbőségnek, a pénzügyi innovációknak. Az előzmények tárgyalása után a válság kialakulásában résztvevő szereplők (hitelfelvevők, hitelintézetek, államok) döntési szituációját vizsgáljuk meg, különös figyelmet szentelve a középponti szereplőkre. Végül a pozitív, leíró elemzésen túllépve, normatív érveket hozunk fel a szigorúbb szabályozás és az erkölcsös vállalatvezetés szükségessége mellett.

A dolgozat legfőbb eredménye a korábban népszerű állítás megcáfolása, mely szerint a pénzügyi rendszernek nincs szüksége szigorú külső szabályozásra, az intézmények önszabályozása is elegendő, hiszen nekik is érdekük a biztonságos működés. Ez a kijelentés súlyosan leegyszerűsíti a problémát, mivel a pénzügyi rendszer sok intézmény gyűjtőneve, mely intézmények individuális érdekekkel is rendelkeznek a csoportérdek mellett. A dolgozatban bemutatjuk, hogy ezek az individuális érdekek ütköznek a csoportérdekkel, hasonlóan, ahogyan a közlegelő tragédiájában, vagy a fogoly dilemmában is megfigyelhető – az individuálisan önző és racionális cselekvések kollektív katasztrófába torkollanak.

A probléma azonosítása után a lehetséges megoldásokkal foglalkozunk, az állami beavatkozás és az etikai kiút lehetőségével és problémáival. A dolgozat végén a két megoldási javaslatcsokor szintézise mellett érvelünk, a hasonló rendszerkockázatok jövőbeni megakadályozásának feltétele a rendszer és az individuum változása-változtatása is.

DARUKA ESZTER

Végzés éve: 2010

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Gyökér Irén
egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

GLOBÁLIS „HÁBORÚ A TEHETSÉGEKÉRT” A SZÁLLODÁK KÖZÖTT

Global „War for Talents” in the hotel industry

A globalizáció az élet szinte minden területére kiterjedően jelenti az országhatárok „elmosódását”. Ezen folyamat alól az emberi erőforrás menedzsment sem jelent kivételt, amely az emberekkel mint a szervezet alapvető, stratégiai erőforrásával foglalkozik. A nemzetköziesedés során a megfelelő minőségű és mennyiségű munkaerő biztosítása elengedhetetlen a sikeres működés érdekében, a legjobbakért akár éles küzdelemre sarkallva a vállalatokat.

OTDK-dolgozatomban ismertetem a „tehetségekért folytatott háború” megközelítést, illetve annak változását a gazdasági válság kapcsán, továbbá megvizsgálom egy iparágban gyakorlati megvalósulását.

A kreatív „tehetségfejlesztő megoldások”-nak nevezett új paradigma megjelenése kihívást jelent a tehetségekért folytatott háborúról alkotott eddigi, domináns megközelítésekkel szemben, azonban lehetséges, hogy kiküszöböli a korábbi sikertelenségeket.

Az eltérő iparágakban működő vállalatok közötti markáns különbségek miatt leszűkítem a vizsgálat alá vont területet a magas emberi erőforrás igényű szállodaiparra. Három globális szállodaláncban egyes emberi erőforrás menedzsment tevékenységeket – a toborzást, kiválasztást, és fejlesztést – vizsgálva keresem a legjobb gyakorlatot a tehetségekért folytatott globális háborúban.

DEJCSICS ÉVA

Végzés éve: 2010

Turizmus-vendéglátás (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Keller Krisztina
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

**MI REJTŐZIK A PLAKÁTOK MÖGÖTT, AVAGY A MAGYAR PLAKÁT HÁZ ÉS A
KÉPZŐMŰVÉSZTEK HÁZA ISMERTSÉGÉNEK ÉS LÁTOGATÓI
ELÉGEDETTSÉGÉNEK VIZSGÁLATA**

What is hiding behind the posters, the satisfaction survey of the Hungarian Poster House and the House of Fine Art in the aspect of visitors and awareness

A kultúra és a turizmus fogalmát manapság nem lehet különválasztani, hiszen a kultúra turizmust teremt és ez fordítva is igaz.

ITDK dolgozatomban a kulturális turizmus szellemi örökségen alapuló vonzerői közül a múzeumok és gyűjtemények csoporttal foglalkozom. A hazai múzeumokban számos értékes gyűjtemény található, tárolási körülményeik és bemutatásuk módja azonban sok esetben nem felel meg a XXI. század elvárásainak. A kulturális intézmények részben emiatt nehezen tudják növelni a látogatók számát.

A témát azért tartom időszerűnek, mert a kulturális attrakciók piaca egyre bővül, és ebben a kiélezett versenyben csak azok a szereplők tudnak talpon maradni, akik az egyre magasabb szintű minőségi és mennyiségi elvárásoknak képesek megfelelni.

A Nagykanizsán töltött egyetemi évek során figyeltem fel a Magyar Plakát Háza és a Képzőművészek Házára. Rendszeres látogatóként jól érzékelhető volt, hogy az intézményekben létrejövő kiállításokat és rendezvényeket nagy szakmai tudással szervezik, de a róluk szóló információk nem jutnak el megfelelő időben a célcsoportokhoz.

Dolgozatom céljával azt tűztem ki, hogy az önálló kutatásomra építve marketing szemléletű javaslatokat fogalmazzak meg a két nagykanizsai kulturális intézmény számára, melyek alkalmazásával jelentősen növelhetőek lennének a látogatottsági adatok.

Empirikus kutatásom során két módszert alkalmaztam. Próbavásárlás során teszteltem a zalakarosi és a nagykanizsai Tourinform Irodákat, hogy megfelelően tájékoztatják-e a hozzájuk betérő érdeklődőket a két intézmény vonatkozásában. Emellett három különböző kérdőív alkalmazásával készítettem felmérést, melyeket a nagykanizsai lakosok, a két intézmény látogatói és zalakarosi szállóvendégek töltöttek ki. Ezek segítségével felmértem a jelenlegi és a potenciális célcsoport igényeit, elégedettségét és keresletét, majd ezeket összegezve megfogalmaztam a javaslataimat.

A dolgozatom eredményeként arra a megállapításra jutottam, hogy a nagykanizsai lakosok nincsenek megfelelően informálva a kiállításokról, a zalakarosi vendégek pedig nagyon szívesen megtekintenék, de többnyire tőlem hallottak róla először.

Kutatásomban azt is megállapítottam, hogy a nagykanizsai és zalakarosi Tourinform Irodák munkatársai kulturális programként elsősorban nem a két intézményt ajánlották, és a róluk való tájékoztatásban akadtak hiányosságok.

DENCSI ATTILA

Végzés éve: 2010

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Incze Emma
tudományos segédmunkatárs, Budapesti Corvinus Egyetem*

FELVÁSÁRLÁSOK – KÍNA ÉS INDIA BELÉPÉSE A GLOBÁLIS AUTÓPIACRA

Acquisitions – The entry of China and India to the global car market

A 21. századról széles körben azt tartják, hogy Ázsia évszázada lesz, amit mi sem bizonyít jobban, mint India és Kína vállalatainak egyre fokozódó megjelenése a világgazdaságban az ezredfordulót követően. A világ kezd hozzászokni számos vállalatuk hihetetlen sebességű növekedéséhez és fejlődéséhez, ugyanakkor autógyártóik csak az utóbbi években tűntek fel a nemzetközi porondon.

Az autógyártó vállalataik egyedülálló lehetőségekkel rendelkeznek, amit nagyrészt a nemzeti gazdaságok ereje támogat. Növekedésük ennek ellenére az organikus utat választva még mindig lassabb, mint amit szeretnének elérni. Így az indiai és kínai autógyártók a felvásárlásokat és összeolvadásokat választva 2004-től kezdve napjainkig tartó ügyletek sorába kezdtek.

A téma rendkívül aktuális, mivel az ázsiai gyártók felvásárlásai és összeolvadásai a napjainkban zajló gazdasági válságnak köszönhetően kaptak lökést. Olyan, a széles tömegek által kevésbé ismert cégek, mint a SAIC, a Tata vagy a Geely váltak a 2004 óta tartó felvásárlások és összeolvadások segítségével egyetlen lépéssel a globális autópiac szereplőivé, amelyeknek ezek nélkül hosszú éveket kellett volna még várniuk. Bár pillanatnyilag még nem szólnak bele az élmezőny versenyébe, a most végrehajtott felvásárlások és összeolvadások hosszú távon fogják meghatározni a működésüket.

Az egyes ügyletek mögé nézve láthatjuk, hogy számos motivációja van ezeknek a vállalatoknak a technológiaszerzéstől a belépési korlátok csökkentéséig, hogy a felvásárlásokat és összeolvadásokat válasszák. Az időszak felvásárlásainak és összeolvadásainak szereplőit megvizsgálva mutatom be ezeket a hajtóerőket és az ügyletek eredményeit, összefüggésben a hazai piac tulajdonságaival és az állami szerepvállalás jellegével. Látni fogjuk, hogy India és Kína autógyártói közül melyiknek milyenek az esélyei az élbolyba kerülésre és, hogy összességében melyik nemzet áll pillanatnyilag jobban.

Ezen felvásárlások és összeolvadások hatása a globális autópiacra kétségtelen, viszont kérdés az egyes szereplők jövőbeni teljesítménye. A most végrehajtott felvásárlások és összeolvadások nagy lehetőséget jelentenek ezeknek a vállalatoknak, nem tudni viszont, hogy tudnak-e élni vele.

DÉNES ANDREA

IV. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulensek. Dr. Kovács Endre
főiskolai docens, Károly Róbert Főiskola*

*Dr. Taralik Krisztina
főiskolai docens, Károly Róbert Főiskola*

**„ÉRINTS MEG” – AVAGY A TERMÉKPOLITIKA SZEREPE AZ IPHONE
SIKERTÖRTÉNETÉBEN**

„Touch me” – The role of product policy in iPhone’s success story

Minden kornak megvolt a maga iPhone-ja, amit lehetett rajongással vagy éppen előítéletekkel kezelni. Mindig létezett egy eszköz, ami vitára készítette az embereket és határozott állásfoglalásra: mellette vagy ellene; egy újdonság, amelyben sokan a technikai forradalmat, néhányan a bukást vélték felfedezni. Valahogy így, ilyen rapszodikusán és végletek között születnek új piacok, új stílusok és új „valahová tartozás”-érzések.

Kutatásomban napjaink szenzációját, az iPhone sikerének titkát szeretném megfejtetni, az Apple cég okostelefon piacon alkalmazott termékpolitikai eszköztárának bemutatásával.

Elemzési módszereim között egyaránt megtalálhatóak különböző szekunder adatfeldolgozási eljárások és primer kutatási technikák, attól függően, hogy az adott metódus hatékony eszköze-e a vizsgálandó célnak.

Az Apple cég stratégiájából kiindulva határoztam meg az iPhone népszerűsítési koncepciójának lényegét, amelyet természetesen piaci trendek, versenytársak, fogyasztók és számos egyéb tényező is befolyásol. Ezen kívül részletesen elemzem az iPhone bevezetését, forgalmazását, annak előnyeivel és hibáival együtt.

Dolgozatomban kiemelt hangsúlyt kapnak a prognózisok, a jövő potenciális lehetőségei – annak ellenére, hogy az okostelefon piac esetében egy nagyon élesen változó, már-már kiszámíthatatlan területről beszélhetünk. Erre vonatkozó hipotéziseim bizonyítására többek között BCG-mátrixot és másodfokú trendillesztést használtam.

Az iPhone USP-jének meghatározásához okostelefon felhasználók véleményét hívtam segítségül, kvalitatív (egyéni interjúk), ill. kvantitatív (standard kérdőíves megkérdezés) eljárások keretében.

Ily módon alátámasztottam, illetve cáfoltam a márkahűségre, a fogyasztói attitűdökre és a termék funkcióival kapcsolatos preferenciákra vonatkozó feltételezéseimet.

DENICH ERVIN

III. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Csapi Vivien
egyetemi tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem*

**KOCKÁZATANALÍZIS A TŐKEKÖLTSÉGVETÉSBEN, AVAGY SZIMULÁCIÓS
MODELLEK A PROJEKTÉRTÉKELÉSBEN**

Riskanalysis in capital budgeting or simulation models for project evaluation

A vállalatmenedzsment részéről gyakran megfogalmazódik az a kérdés, hogy az egyes stratégiai döntések alátámasztására, a bizonytalanságok modellezésére, tudományos módszereket kell alkalmazni, és így meg lehet teremteni a kapcsolatot a döntések és a döntések várható következményei között. Másképpen tudatosan vállaljuk a döntéseinkből származó kockázatot, hogy profitunkat maximalizálni tudjuk. Ezért a vállalatok életében fontos szerepet kap a kockázatelemzés, a kockázatkezelés, mivel a piacon egyre nagyobb a verseny, és ezért nagyobb hangsúlyt kapnak a tevékenységhez közel álló bizonytalanságok, ezek feltárása, hatásaiknak számszerűsítése, valamint az elemzés eredménye alapján a kockázatcsökkentő akciók végrehajtása. A rendelkezésre álló irodalmak rengeteg szekunder adatot szolgáltatnak, hogy a kockázatelemzéseket elvégezzük. A dolgozat nem csak szekunder adatokat tartalmaz, hanem primereket is, ami az esettanulmányban nyilvánul meg. Azonban az adatok alkalmazása nehézségekbe ütközik, mert nehezen érthető a nyelvezete, nem megfelelő példát demonstrálnak, azaz nem felhasználóbarátak. Dolgozatom célja az, hogy bemutassam, hogyan is tudunk eljutni a beruházási döntésektől a szimulációs kockázatok elemzéséig, valamint a rendelkezésre álló adatokat hogyan tudjuk a legjobban felhasználni az egyes kockázatok kiszámításához. Az így megkapott kockázati eredmények közül kell a számunkra legmegfelelőbbet kiválasztani.

DIÓS ANNA

IV. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Konzulens: Dr. Kinczel Ferenc
főiskolai docens, Budapesti Gazdasági Főiskola*

A MENTŐSZOLGÁLAT SZIMULÁCIÓS MODELLEZÉSÉNEK TIPIKUS PROBLÉMÁI

The typical problems of the rescue service's simulation modeling

A Budapesti Gazdasági Főiskola szervezésében 2009-ben lebonyolított „Válság és megújulás” című tudományos konferenciasorozat egyik előadása a szárazföldi mentőszolgálat szimulációs modellezésével foglalkozott. A bemutatott sorbanállási modell pseudo véletlenszámokat használ és olyan feltevésekre épít, melyek alkalmazhatóságát csak a valóságból nyert adatokkal összevetve lehet megítélni. A munka célkitűzése nem más, mint az Excel alkalmazásba öntött, Visual Basic eljárásokkal működtetett modell finomítása.

A dolgozat első része az Országos Mentőszolgálat bemutatása. Ezt követi a modell lényeges elemeinek az ismertetése, azaz

- folyamat struktúra kialakítás és kritikája,
- a lineáris kongruencia sorozatok elemeinek transzformációi,
- körzethatár definíciók és a körzethez tartozás döntési algoritmusa,
- riasztási időpontok szimulációja,
- útvonal szimuláció,
- a menetidők generálásának problémái.

Ez utóbbi, vagyis a menetidő-elemzés szándékom szerint a dolgozat legnagyobb súlyú fejezete. Itt az a cél, hogy a számításba vehető, tényadatokra támaszkodó valószínűségi eloszlás függvények közül megtaláljuk a legkisebb hibával közelítőt. A függvényillesztés a Gauss-féle négyzetösszeg minimum, illetve a Csebisev féle „Minimax” módszer segítségével történik.

A tanulmány utolsó részében a modell finomítására tett javaslatok találhatók.

DÖMÖTÖR ERIKA

VI. évfolyam
Matematikus (O)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Természettudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kurtán Lajosné dr. Vadászlaki Iлона
egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

MAGÁNNYUGDÍJRENDSZER MAGYARORSZÁGON

Private pension system in Hungary

Egy fenntartható nyugdíjrendszer „feltalálása” már a kutatásom megkezdésekor is központi témája volt a közgazdaságtannak és a gyakorló gazdaságpolitikának egyaránt, az utóbbi időszakban pedig a nyugdíjrendszer átalakítása égetően aktuálissá vált. Ma már nincs olyan, akinek ne lenne álláspontja, véleménye vagy legalábbis kérdése a magyarországi nyugdíjpolitikával kapcsolatban, és ezek a reakciók sokszor nem mentesek az indulatoktól, politizálástól sem. Ahelyett, hogy végül döntsek egyik, másik, esetleg harmadik oldal mellett, célul azt tűztem ki, hogy a nyugdíjrendszer működését megértsem, ezáltal a felmerülő helyzetek és alternatívák hatásait elemezni tudjam.

Eszközül a matematikai modellezést választottam, mivel a rendszert és magukat a kérdéseket is jól jellemzik a számadatok. A matematikai megközelítés egyben a biztosítéka a semleges megközelítésnek is, mivel lehetővé teszi, hogy következtetéseinket kizárólag számításaink eredményéből vonjuk le.

Ebben a dolgozatban a rendkívül széles kérdéskör egy kisebb részével, a magánnyugdíjpénztárakkal foglalkozom. 1998-tól 2010-ig működésük 13 évét vizsgálom a rendelkezésre álló nyilvános adatok felhasználásával. A modellem a pénztárak vagyongyarapodása köré épül. Először egy alapmodellt dolgozok ki, amely a pénztári szektor összvagyonának alakulását mutatja be. A modellem variálásával többféle kérdés szimulálását végzem el: Vizsgáljuk a 2008-as válság hatását a nyugdíj-megtakarításokra. Különböző feltevések mellett előrejelzést készítünk. Elemezzük a portfólió-választás nyújtotta lehetőségeket és kockázatokat. A modell átalakításával megfigyeljük egy pénztártag vagyonának alakulását.

Bár a modell itt is, mint általában, csak közelítése lehet a valóságnak, sok hasznos következtetést és újabb izgalmas kérdést nyerhetünk belőle, a válság idején bekövetkezett vagyonesztés hatásaitól a felkínált nyugdíjpénztári portfóliók összehasonlításáig. A dolgozat zárásaként bemutatjuk azokat a további, makrogazdasági szempontokat, amelyeket a nyugdíjrendszer teljes körű elemzése során figyelembe kell vennünk. Ezzel a jövőbeli kutatásaink irányát is megadjuk.

DUDÁS BRIGITTA ILDIKÓ

III. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Henkey István
cégvezető, Dr. Partner Vezetői Tanácsadó és Oktatásszervező Bt.*

**HOLISZTIKUS SZEMLÉLETMÓD MINT A PROJEKTFOLYAMATOK
TELJESÍTMÉNYNÖVELÉSÉNEK EGYIK ESZKÖZE**

Holistic approach as a means to enhance project processes' performance

A holisztikus szemlélet – úgy tűnik – napjainkban megkerülhetetlen. Komplex módon veszi figyelembe az embereket, úgy szakmai kompetenciák (hard tényezők) dimenziójából, mind a lélek (soft tényezők) szempontjából is.

A jelen dolgozatom és egyben kutatásom célja, hogy megvizsgáljam a projektmenedzsment és a holisztikus szemlélet lehetséges kapcsolatát abból az aspektusból, hogy alkalmazható-e a holisztika a projektmenedzsmentben és vajon növeli-e a projekt teljesítményét és eredményességét. Továbbá megvizsgáljam, hogy a holisztikus szemlélet elősegítheti-e a FLOW-érzés kialakulását a munkavállalókban és nem utolsósorban csökkentheti-e a projektcsoporthoz tartozó tagjai közötti együttműködési interdependenciákat. Végül, a kutatásom eredményeként téziseket tudjak megállapítani a holisztikus szemléletmód és a projektmenedzsment korrelációjáról, a holisztikus szemléletmód függvényében a projektek eredményességéről, a FLOW- élményről, valamint az együttműködésről.

A megfogalmazott céлом eléréséhez szakirodalmakat és esettanulmányokat tanulmányoztam, valamint primer kutatást készítettem. A primer kutatás során személyes interjúkat készítettem vezetőikkel és projektmenedzserekkel.

Magyarországon még kevésbé terjedt el a holisztikus szemlélet – nem úgy, mint a nyugati országokban –, mert még nem alakult ki a szemléletet elősegítő vezetői- és munkamorál, valamint az olyan szervezeti kultúra (csak kevés cég esetében), amely átítatódott a holisztikával.

Emellett – s ez primer kutatásom eredménye –, ha meg tudna valósulni a rendszerszemlélet mellett a holisztikus szemlélet is (fejtették ki interjúalanyaim), akkor az egyértelműen növelné a projekt teljesítményét és eredményességét, elősegítené a FLOW-érzés kialakulását a munkavállalókban, továbbá csökkentené a projektcsoporthoz tartozó tagjai közötti együttműködési interdependenciákat.

DUNAI OLIVÉR

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

PÁLINKÁS VIKTOR

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

TÓBI ISTVÁN

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Orosdy Béla
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

*Dr. Reketye Gábor
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

INNOVÁCIÓ, INVOLVEMENT ÉS OPINION LEADER MODELL

Innovation, involvement and opinion leader model

Dolgozatunkat a marketing egyik legérdekesebb és legdinamikusabban fejlődő területéről írtuk, mely egyre inkább foglalkoztatja a szakma nagyjait. Az innováció és marketing szoros összefüggése nem vitatott, érdekes eredményekre lehet jutni a téma behatóbb vizsgálatával, amit mi meg is tettünk. A téma sokoldalúsága miatt igyekeztünk annak minél több aspektusát bemutatni, és ezt érdekesen és informatívan az olvasók elé tárni.

Az első részben rövid bevezetést adunk a dolgozathoz.

A második részben mutatjuk be a téma elméleti hátterét, melyben kitérünk az innováció fogalmára és annak meghatározásaira, az involvement mibenlétére és az opinion leader fogalmára, mint a modellünk egy fontos elemére.

A dolgozat harmadik részében írjuk le modellünket, az IIOI (Innováció – Involvement Opinion Leader) modellt, mely a teljes dolgozat alapjaként szolgál, és melynek alkalmazhatóságát vizsgáljuk meg a későbbi gyakorlati részekhez.

A negyedik részben részletezzük hipotéziseinket, melyek teljesülését később mutatjuk be.

Az ötödik rész tartalmazza a különböző területeken (IT szektor, sportkocsik, videojátékok) végzett kutatásaink végeredményeit, melyeket gazdagon illusztrálunk képekkel és példákkal szemléltetünk. Itt folyamatosan vizsgáljuk modellünk illeszthetőségét.

A hatodik részben elemezzük, hogy hipotéziseink fedik-e a valóságot vagy nem. Végül a hetedik részben foglaljuk össze a dolgozat konklúzióját.

A mellékletben összegyűjtöttük az összes elemzést, melyek alapján a dolgozat született.

DURKÓ EMÍLIA

Végzés éve: 2010

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök (A)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulensek: Dr. Odor Kinga
egyetemi tanársegéd, Debreceni Egyetem*

*Dr. Szóke Szilvia
egyetemi adjunktus, Debreceni Egyetem*

**KÖRNYEZETTUDATOS MAGATARTÁS VIZSGÁLATA A PRÁGAI ÉS A DEBRECENI
AGRÁREGYETEM HALLGATÓI KÖRÉBEN**

Analysis of environmental conscious behaviour at agricultural University of Prague and Debrecen

A II. világháború óta hihetetlenül felgyorsult a tudományos és a technológiai fejlődés, ennek hatása viszont nem nevezhető egyértelműen pozitív jelenségnek. A XX. század közepéig nem váltak köztudottá a civilizáció és a gazdaság növekedésének káros hatásai, amelyek környezetünket fenyegetik. A mai értelemben vett környezetvédelemről- és tudatról a '60-as évektől beszélhetünk. A környezettudatosság felmérésére már több ízben tettem kísérletet egyéni és vállalati szinten egyaránt, mely vizsgálatok tanulmányozása tett kíváncsivá és ösztönzött, hogy elvégezzek egy kutatást az egyetemisták körében. Dolgozatomban azt vizsgáltam, hogy a környezettudatosság mennyire kap szerepet a prágai és a debreceni agráregyetem hallgatóinak mindennapjaiban, legyen szó közlekedésről, vásárlásról vagy szabadidős programokról. Az első fejezet tárgyalja a környezetvédelem előtérbe kerülésének főbb állomásait és a környezettudatos magatartással kapcsolatos elméleti jellegű, de a hétköznapi életben nélkülözhetetlen ismereteket. A második fejezet mutatja be a prágai, majd a debreceni kutatásom eredményeit. A harmadik fejezetben a Windows SPSS program segítségével elemeztem az empirikus adatokat, és egyúttal kifejezésre kerül, hogy kik azok, akik nagyobb felelősségtudattal tekintenek az egészséges környezet megóvása felé. A 7 oldalas, 4 kérdéskört felölelő, 19 kérdést tartalmazó kérdőívet több, mint 100 hallgató töltötte ki. Többek között arra kerestem a választ, hogy a cseh vagy a magyar diákok, férfiak vagy nők, a városban vagy falvakban élők viselkednek környezettudatosabban. Vizsgálataim során kiderült például, hogy a nők a pesszimistábbak, a férfiak a tájékozottabbak, a csehek szívesebben szelektálják a hulladékokat, a magyarok pedig többet áldoznak a környezettudatosságra.

ECSÉDI ANETT

I. évfolyam
Marketing (M)

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

KLABA MÁRK DÁVID

I. évfolyam
Marketing (M)

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Nyirő Nóra
tudományos segédmunkatárs, Budapesti Corvinus Egyetem*

WEB 2.0 ESETTANULMÁNY: A YOUTUBE ÉS A WARNER HÁBORÚJA

Web 2.0 case study: The YouTube – Warner war

A Warner Music Group, a zeneipar egyik legnagyobb tartalomelőállítója és a YouTube, a web 2.0 egyik éllovasa és tartalomszolgáltatója, 2008 végén háborúba léptek egymással. A háború kezdeményezője a Warner volt, az ok pedig a YouTube által lehetővé tett ingyenes tartalomfogyasztás, mely sértette a kiadó gazdasági és etikai érdekeit. Az esetet bonyolította a hiányos jogi szabályozás, amely nem biztosít megfelelő felügyelet a szerzői jogok védelme érdekében.

A dolgozat fő célkitűzése a médiapiacra érintett két szereplő érdekellentétének médiagazdaságtani alapokon nyugvó vizsgálata. E precedens értékű helyzetet érdemes ilyen szempontokon keresztül értékelni, hiszen olyan kapcsolati, jogi és értelmezési összefüggések és kérdéskörök tárhatók fel, mint például a jelenlegi P2P szolgáltatások említett médiaszabályozási hiányosságai, ennek fogyasztói, gazdasági és etikai előnyei és hátrányai.

A dolgozat legnagyobb hozzáadott értéke, hogy a gyorsan változó digitális médiakörnyezetben zajló, a médiapiaci értéklánckokat érintő, közvetlen gazdasági következményeket jelentő médiapiaci esetről elemző szemmel kívánunk áttekintést adni. A hiányosságok feltárása révén, releváns következtetéseket és iránymutatásokat fogalmazunk meg az új média világában zajló átalakulásokról tartalomelőállítói és terjesztői szereplők számára.

A média és kultúraipar intézményeinek legtipikusabb kutatási módszere az esettanulmány módszer, mely során szakirodalmi kutatás segítségével tárjuk fel az intézmény, vállalat releváns aspektusait és vonjuk le következtetéseinket (Jane Stokes (2008): A média- és kultúra kutatás gyakorlata, Gondolat Kiadó, Budapest). Az esettanulmány elkészítése során nagy volumenű szekunder kutatást végeztünk. A szekunder kutatás megfelelő módszer volt az adatgyűjtésre, hiszen a szakirodalmat és az esetet tekintve minden információ elérhető volt ezzel a kutatási módszerrel. A szakértők véleményeit cikkek és interjúk feldolgozásával építettük be az elemzésbe.

A 2009 elején készült esettanulmány legfőbb megállapítása, hogy a web 2.0 csatorna jellemzői és technológiai lehetőségei miatt az érintettek szűkebb körének tagjai – a két háborúzó fél és a felhasználók – feloldhatatlan gazdasági érdekellentétbe kerültek. A kialakult helyzetre olyan válaszok adhatók csak, amelyek legalább egy érintett érdekeit csorbítják. A háború kezdetekor a szerzői jogok védelme etikailag teljes mértékben a Warner Music Group mellett szólt. Azonban egy web 2.0 specifikus jogi szabályozás megalkotására lenne szükség, mert látható, hogy az önszabályozás nem vezet célra a tartalomelőállítók és -szolgáltatók részéről, hiszen a szűk keresztmetszetet a felhasználók érdekei és a két médiagazdaságtani szereplő alapvető gazdasági kompetenciáinak pénzügyi vetülete jelenti. A speciális szabályozás megalkotása során az eset feldolgozása precedens értékű lehet, és a szakirodalmi alátámasztások elősegítik a szabályozandó területek feltárását és e területek problémáinak azonosítását.

EGRI KRISZTINA

I. évfolyam

Marketing (M)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Dankó László
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

**A KISKERESKEDELEM ÁTALAKULÁSÁNAK ELEMZÉSE, TEKINTETTEL A
MULTINACIONÁLIS LÁNCOK TÉRNYERÉSÉRE AZ ÖNÁLLÓ
KISKERESKEDŐKKEL ÉS A BESZÁLLÍTÓKKAL SZEMBEN**

The analysis of retail sector's transformation, with regard to multinational chains power against independent retailers and suppliers

Dolgozatom megírása során célom az volt, hogy bemutassam az évek során hogyan is alakult át a kiskereskedelem hazánkban, hogyan tört előre a koncentráció, és ennek segítségével, hogyan is kerültek vezető pozícióba az önálló kiskereskedőkkel és a beszállítókkal szemben a multinacionális láncok. Jelenlegi dolgozatomban a téma szekunder kutatása található, melyet a jövőben szeretnék kiegészíteni egy primer kutatással, annak érdekében, hogy egy igényes és érdemleges dolgozatot készíthessek ebben a témában.

Dolgozatomat három fejezetre osztottam. Az első részben bemutatásra kerül a koncentráció, azon belül is, hogy hogyan alakul külföldön és hazánkban. Az országok közül kiemelttem Ausztriát és Németországot, melyet azért is tartottam fontosnak, mert a hazánkban tapasztalható tendenciák nagyban hasonlítanak e két országban már lezajlott eseményekhez, emiatt lényegesnek tartottam bemutatni, mert úgy gondolom, akár még hasznos is lehet látni azt, hogy milyen irányba is halad hazánk kereskedelme. A továbbiakban pedig hazánk kereskedelmét adatokkal alátámasztva igyekeztem részletesebben is bemutatni.

Dolgozatom további két részében bemutatásra került a multinacionális láncok és a beszállítók kapcsolata. Elsősorban törekedtem arra, hogy bemutassam, milyen rendelkezésekkel, kezdeményezésekkel igyekeznek korlátozni a kiskereskedelmi láncok erejét, annak érdekében, hogy nagyobb teret biztosítsanak a beszállítók számára. Végezetül pedig néhány, az elmúlt pár évben lezajlott eljárásom keresztül mutattam be, hogy milyen mértékben is sikerült megvalósítani a jogszabályi rendelkezéseket.

ÉKES SZEVERIN KRISTÓF

II. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

FAZEKAS NIKOLETT

II. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Fábíán Attila
egyetemi docens, Nyugat-magyarországi Egyetem*

TELEPHELYVÁLASZTÁS LOGISZTIKAI ÉS HUMÁN ASPEKTUSAI

Logistical and human aspects of choosing premises

Kutatásunk értelmezi a vállalati sikeresség alaptéziseit egy nemzetközi és több telephellyel rendelkező vállalat példáján. Azonosítja a vállalati telephelyválasztás sikerének kritériumait a hagyományos elméletekre alapozva, de felhasználva az új gyakorlati módszereket és ötvözi a logisztikai alapvetéseket a nemzetközi és regionális sikertényezők sokaságával.

Olyan összehangolt módszertant javasolunk – saját modell felállításával –, amely segítségével a vállalati menedzsment részletesebb információk segítségével és azok felhasználásának kényszerével pontosabban definiálhatja a logisztikailag egyaránt költséghatékony és stratégiaileg megfelelő telephelyek kiválasztásának módszertanát.

Országokat, régiókat elemeztünk intézményi és társadalmi változók segítségével, megkísérelve magyarázatot adni a sikerességbeli különbségekre. Dolgozatunk rávilágít arra, hogy a döntéshozatal számára milyen versenyképességi indikátorok felhasználása lenne kívánatos. Továbbá arra, hogy mennyiben döntést befolyásoló tényező a társadalmi környezet és -tőke minősége. Ajánlásokat fogalmaztunk meg a terjeszkedni kívánó és logisztikai költségérzékeny vállalatok számára.

Természetesen nem vitatjuk, hogy a telephelyválasztás sikerességének közvetlenül gazdasági okai vannak (pl. logisztikai költséghatékony), de ezt a szempontot modellünkben kiegészítettük (finomítottuk) a területi versenyképességet reprezentáló változók sokaságának, részletes korrelációs elemzésével és értékelésével.

A régiók elemzéséből levonható következtetésünk az, hogy a telephelyek kiválasztására jelenleg leginkább használt módszerek eredményei nem tartalmaznak elegendő információt a vállalatok menedzsmentje számára az optimális döntéshozatalhoz. Nem tartjuk elegendőnek a logisztikai mutatók alapján hozott döntéseket, mert a vállalat versenyelőnyét növelheti, ha a választandó területek versenyképességi mutatóit és humán tényezőit is vizsgálja.

A végső siker, állításunk szerint tehát, a gazdálkodás – esetünkben a logisztika –, a történelem, a gazdaságföldrajz és a helyi társadalom komplex elemzésében és együttes értékelésében keresendő.

Munkánkban olyan dinamikus telephely választási modellt ajánlunk, amely ötvözi a logisztikai és területi versenyképességi szemléletet, valamint integrálja mindezt a vállalati döntés előkészítő folyamatba.

Munkánk végén eredményeinket tézisekben foglaltuk össze és új kutatási irányokat jelöltünk ki.

ENDRŐDI ADRIENN

IV. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Raffay Ágnes
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

**AZ ÉRINTETTEK ÉS AZ ÉRDEKELTEK BEVONÁSA A TURISZTIKAI
FEJLESZTÉSEKBE A BARANYAI ÉLMÉNYKÖRÚT TURISZTIKAI PROJEKT
PÉLDÁJÁN KERESZTÜL**

Stakeholder involvement in tourism development based on the Baranya Experience Route tourism project

A Dél-Dunántúli Régió Turizmus Stratégiai Fejlesztési Programjában (2006) termékportfólió fejlesztésnél megfogalmazódott a komplex turisztikai termékcsomagok kialakítása iránti igény. Ezen csomagok a meglévő attrakciók élményláncszerű összefűzésével, illetve termékcsomagok létrehozásával valósíthatók meg. A Baranyai Élménykörút turisztikai projekt is egy ilyen komplex turisztikai termékcsomag, mely 2010-ben valósult meg 3 településen. A községekben különböző turisztikai attrakciók kerültek beruházásra, így Bicalon a Reneszansz Élménybirtok, Mecseknádasdon a Rejtőzködő Borfalu és Orfűn az Aquapark, az Aktív Vízituristicai központ, illetve a Pécs–Orfű–Abaliget kerékpárút. Ezen fejlesztésekkel Magyarországon egyedülálló csomagként nemcsak nemzetközi szinten is versenyképes élménycsomag jöhet létre, hanem növekedhet a turisták területen eltöltött ideje, illetve hangsúlyosabb szerepet kaphat a turisztikai ágazatban is.

A dolgozat kiemelten foglalkozik a projekt által érintett csoportok (stakeholderek) vizsgálatával, hiszen ők rendelkeznek a legnagyobb befolyásoló erővel a beruházások tükrében, illetve a turisztikai desztináció menedzsment (TDM) szervezetekkel, hiszen ezen szervezetek fogják össze a stakeholdereket.

Kutatásomban arra kerestem a választ, hogy mi a véleményük az élménykörútról a helybelieknek és a turistáknak egyaránt. Primer kutatásra került sor kérdőíves felmérés formájában, hiszen ez a legoptimálisabb a sokaság által adott adatok begyűjtéséhez. A kutatás komplexitása miatt 4 hónapon át tartott a megkérdezés, melyet a 3 településen a turisták és a helyiek bevonásával került sor. Összességében elmondható, hogy a három településről 291 fő helybeli lakos és 313 fő a helységre érkező turista töltött ki kérdőívet.

A stakeholderek véleményének megismeréséhez elsődleges kutatásként interjúk készültek mindhárom település polgármesterével, illetve egyéb érintettekkel [Hetényi Emesével (Indivinum Kft. tulajdonosa) és Kovács Anettel (Puchner Kastélyszálló**** marketing vezetője)], hogy ezen keresztül is bemutatásra kerülhessen a stakeholderek kapcsolata a projekttel.

A kutatás eredményei választ adtak arra, hogy mennyire ítélik jónak az élménykörút projektet, milyen kapcsolatban állnak a projektgazdák a stakeholderekkel, illetve a bevonás vagy annak hiánya hogyan befolyásolta a megkérdezettek véleményét.

ERDÉLYI BENCE

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Czako Erzsébet
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

A MAGYAR AKVAKULTÚRÁS HALTERMELÉS VERSENYKÉPESSÉGE RÉGIÓNKBAN

The competitiveness of the Hungarian aquaculture in our region

Nagy álmom, hogy egyszer nekem is legyen egy saját halgazdaságom. Innen jött a motiváció, hogy dolgozatomban ennek a relevanciáját vizsgáljam, vagyis versenyképes-e regionális szinten a magyar akvakultúrás haltermelés?

A válasz megtalálásához két konkrét iparági esetet is tanulmányozva, először egy általános iparágelemzést készítettem a porteri öterő-modell alapján. A megismert jellemzőket megvizsgáltam globális szinten eljutva benne az EU, majd a régióink országaihoz. Az iparágelemzést és a nemzetközi kitekintést követően a porteri gyémánt-modellt alkalmazva elemeztem tovább a szektor versenyképességét. Így jutottam arra a következtetésre, hogy versenyképes a hazai akvakultúrás haltermelés.

Kedvezőek a belső és külső piaci trendek. Hazánkban folyamatosan nő az egy főre jutó halfogyasztás, és a szomszédos országokban exportlehetőségek adódnak a technológiahány, a kedvezőtlenebb környezeti adottságok és a növekvő import következtében.

A hazai termelők a növekvő keresletet kiváló fajtanemesítéssel, tenyésztési, nevelési technológiával fokozva a termelést ki tudják elégíteni. Az ágazat jövedelmezőségét növeli a közös marketingstratégia kialakítása, az együttműködés a piaci szereplők között. A EU-s támogatások nagyban hozzájárulnak a feldolgozottság mértékének bővítéséhez, nagyobb hozzáadott értékkel, drágábban tudják eladni a termelők a halat. Nem csak vertikális integráció figyelhető meg az iparágban, hanem a horizontális integráció is, mely multifunkcionális gazdaságokat kialakítva nem csak a profitabilitást növeli, hanem a különböző iparágak összekapcsolásával annak nemzetgazdasági értékét is.

Az EU hatodik legnagyobb édesvízi haltermelőjeként egyértelműen az élvonalba tartozik a magyar haltermelés! Növelve a termelést, a feldolgozottságot, az export kivitelét a már megkezdett úton, jól felhasználva a támogatásokat a magyar agrárágazat egyik sikertörténetévé válhat a haltermelés! Már a jelenlegi körülmények között is régióink vezető haltermelő országa vagyunk!

Megismerve a Hortobágyi Halgazdaság Zrt. és a Tiszamelléki Mélyépítő Kft. halgazdaságát, feldolgozva az iparág hazai és nemzetközi irányvonalait, jellemzőit, ki merem jelenteni, hogy az álmomat érdemes továbbra is fenntartani, a magyar akvakultúrás haltermelés versenyképes a régióban!

ERŐSS GYÖNGYI

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Természettudományi és Műszaki Kar

*Konzulens: Dr. Rádi Szelman
főiskolai tanár, Nyugat-magyarországi Egyetem*

AZ ÜGYFÉLHÍVÓ RENDSZER ÜZEMELTETÉSÉNEK HATÁSAI

The effects of the client-calling-system's operation

A tanulmány az ügyfélhívó rendszer üzemeltetésének hatásait a Magyar Posta Zrt. (továbbiakban: Magyar Posta vagy posta) postahelyeinél vizsgálja.

A vállalat 1994 óta üzemeltet ügyfélhívót. 2009-ben kezdte meg egységes ügyfélhívó rendszer alkalmazását, azt megelőzően 32 postán, 3 különböző rendszer több verziója működött.

A tanulmány a 2009-ben beszerzett, egységes ügyfélhívó rendszer üzemeltetésének ügyfélszolgálatra, munkaszervezésre, létszámgazdálkodásra és értékesítésre gyakorolt hatását vizsgálja.

A Magyar Postán üzemelő ügyfélhívó rendszer működésének értékelése, a postai tevékenységre kifejtett hatásainak vizsgálata a postán megtalálható és használatban lévő szakmai anyagok, személyes tapasztalatok, valamint primer kutatási eredmények felhasználásával készült.

A primer kutatás az ügyfélhívó telepítésben érintett posták ügyfelei, munkatársai és postavezetői körében végzett kérdőíves felmérés készítésével és annak értékelésével történt.

Az ügyfélhívó rendszer egyik kiemelt funkciója a „79/2004. Kormányrendelet a postai szolgáltatások ellátásáról és minőségi követelményeiről” által előírt órai átlagos várakozási idő biztosításának támogatása.

A rendszer működtetése objektív, számszerű adatok rendelkezésre bocsátásával megteremti a lehetőséget a várakozási idő folyamatos figyelemmel kísérésére. A folyamatok közbeni beavatkozással biztosítja a megelőző intézkedések megtételét.

Az ügyfelek szerint a diszkrét ügyintézés megvalósul, a rendszer bevezetése pozitív változást hozott. A kiszolgálást végző kezelők is érzékelik a változás okozta előnyöket, az ügyfelek nyitottabbak, érdeklődőbbek a diszkrét ügyintézés által.

A posták változatlan létszámmal képesek a panaszmentes ügyfélszolgálat biztosítására. Létszám-megtakarítás a mobil várakozási idő mérés kiváltásával érhető el.

A hívószámrendszer bevezetése biztosítja az értékesítés-orientált szemlélet előtérbe kerülését. A kiszolgálási körülmények, a nyitott pultos környezet, a diszkrét ügyintézés támogatja az értékesítési tevékenységet. Az értékesítési eredmények javulása azonban egyértelműen nem igazolható.

A tanulmány eredményei alapján megállapítható, hogy az ügyfélhívó rendszer ügyfél centrikus, optimális várakozási időt, kulturált kiszolgálást biztosít. Ezáltal javasolt az ügyfélhívó egyre szélesebb postakörben történő elterjesztése, melynek feltétele a vállalat nyereséges működése.

FALLER KATALIN

II. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Pénzügyi és Számviteli Kar

KISS VERONIKA

II. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Konzulens: Doba Szilvia
főiskolai tanársegéd, Budapesti Gazdasági Főiskola*

ÖSZTÖNŐZ AZ ÖSZTÖNDÍJ?

Do scholarships keep you on your toes?

A kérdésre az ember automatikusan azt válaszolja, hogy igen. Azonban ha a tanulmányi ösztöndíjrendszer működési mechanizmusát tüzetesebben megvizsgáljuk, akkor olyan ellentmondásokra bukkanhatunk, amelyek elbizonytalanítanak minket a kérdés megválaszolásában. Saját és diáktársaink tapasztalatai sarkalltak minket arra, hogy dolgozatunk témájának a tanulmányi ösztöndíjrendszert válasszuk. Olyan kérdésekre kerestük a választ, hogy ösztönözhet-e az ösztöndíj egy diákot szorgalmas tanulásra? Át lehet-e alakítani, és ha igen, akkor hogyan a jelenlegi ösztöndíjrendszert? Mire fordítják a diákok a kapott összeget? Problémát okoz-e nekik, hogy nem havonta kapnak ösztöndíjat, és elégedettek-e az összeggel?

Szekunder kutatással elsőként az ösztöndíjrendszer jogi szabályozását vizsgáltuk meg. Ezután saját ismereteinkre és tapasztalatainkra támaszkodva hipotéziseket állítottunk fel az ösztöndíjrendszerünkkel kapcsolatban. Majd a megfogalmazott hipotézisek alátámasztására primer kutatást végeztünk. Kétféle kérdőívet készítettünk, külön az első évfolyamos hallgatóknak és külön a felsőbb éveseknek. A szétválasztás oka, hogy különböző informáltsági szinten áll a két csoport. A kérdőívek adatainak kiértékelését követően levonjuk a következtetéseket és megoldásokat próbálunk kínálni.

FALMANN TÍMEA

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Pavluska Valéria
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

MÁRKAÉPÍTÉS ÉS A KÖZÖSSÉGI MÉDIA

Branding and the social media

A közösségi média napjaink egyik leggyorsabban terjedő online kommunikációs eszköze, mely üzleti és marketing lehetőségeket is rejt. Dolgozatomban a vállalatok közösségi médián belüli márkaépítésének lehetőségeiről és kockázatairól szeretnék objektív képet adni.

Az első bevezető fejezet a márkázás alapjait, a termékeket és szolgáltatásokat, a köztük lévő kapcsolatot mutatja be, valamint a márkázás szempontjából fontos fogyasztói trendeket.

A második fejezet a márkák világába kalauzol, ahol bemutatok egy lehetséges márkaépítési modellt és a márkamenedzsment alapvető feladatait. A fejezet fő gondolata, hogy a márkák komplex jelenségek, és jellemzően nem a vállalatok, hanem a társadalom, és azon belüli közösségek felfogása alakítja. Ennek pedig egyik lehetséges terepe a közösségi média.

A harmadik fejezetben jellemzem a közösségi médiát, és lehetséges eszközeit. Megismerkedünk a marketinglehetőségekkel és két, 4 lépésből álló közösségi médiastratégiával. A lehetőségek elemzésére primer kutatást is végeztem, amelynek eredményei a negyedik fejezetben szerepelnek.

A lehetőségek tárgyalása után bemutatom a közösségi média kockázatait, mind vállalati, mind egyéni szempontból. A kockázatok megismeréséhez két szakértői interjút készítettem, melyben fény derül a közösségi média kétarcúságára.

A dolgozatot a fő megállapítások összefoglalása, és javaslatok zárják.

FARK PÉTER
IV. évfolyam
Műszaki menedzser (A)
Debreceni Egyetem
Műszaki Kar

*Konzulensek: T. Kiss Judit
főiskolai adjunktus, Debreceni Egyetem*

*Dr. Budai István
főiskolai docens, Debreceni Egyetem*

**EGY NYOMDAIPARI VÁLLALAT FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEI
ENERGIAHATÉKONYSÁG SZEMPONTJÁBÓL ÉS A FEJLESZTÉS
MEGTÉRÜLÉSÉNEK VIZSGÁLATA**

A printing company in terms of development opportunities for energy efficiency and examination of return on development

Dolgozatom megírásában az a kérdés vezérelt, hogy miért nem építenek ki brikettáló-rendszert a nyomdaipari vállalatok és használják az előállított brikettet fűtésre, annak ismeretében, hogy jelentős mennyiségű papírhulladék keletkezik náluk?

Tekintettel arra, hogy a fabrikett és az agrobrikett előállítása több évtizedes múltra tekint vissza – és egyre nagyobb teret hódít –, addig a papír brikettálása szinte teljesen ismeretlen, miközben a papír fűtőértéke nem marad el az előző két brikett típustól, sőt a kettő közé tehető.

Dolgozotomban ismertetem a hulladékpapír jelenlegi felhasználási módjait, bemutatom a brikettálási eljárást és egy konkrét beruházás megvalósítási lehetőségét, azaz, hogyan állíthatunk elő papírbriketteket, és hogyan hasznosíthatóak az előállított papírbrikettek fűtési célra egy konkrét vállalat, a Kartonpack Doboziipari Nyrt. adatai alapján.

Végül arra keresem a választ, hogy a papírbrikettálás és annak az előbb említett fűtési célra történő hasznosításának mekkora a hozama, azaz mekkora a beruházás belső megtérülési rátája és nem utolsósorban hány éven belül térül meg egy ilyen beruházás. Ezen kérdés megválaszolásához két mutatóra végeztem számításokat: a diszkontált megtérülési időre és belső megtérülési rátára (IRR). A megtérülési mutatókat két lehetőségre, egy kedvezőbb és egy kedvezőtlenebb esetre is megvizsgáltam.

Véleményem szerint az értékek a kedvezőbb, azaz az átlagos értékek körül alakulnak, tekintettel arra, hogy a számoláson belül végig igyekeztem alulbecsülni a beruházásból származó jövőbeli bevételeket.

A várható belső megtérülési ráta (IRR) alapján azt mondhatjuk, hogy egy ilyen kisebb nyomdánál, mint a Kartonpack (amelynek éves nyeresége átlagban 100 millió forint körül alakul), jelentős bevétellel járó beruházás egy papír brikettáló-rendszer üzembe helyezése és a papírbrikett fűtési célra való felhasználása és a beruházás igen rövid idő alatt térül meg.

FARKAS EDINA

I. évfolyam

Marketing (M)

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Jenes Barbara
tudományos segédmunkatárs, Budapesti Corvinus Egyetem*

KÖLTEKEZŐ KISKIRÁLYOK, AVAGY A KISKAMASZOK MÁRKÁK ÉS REKLÁMOK IRÁNTI ATTITÚDJÉNEK VIZSGÁLATA

Consuming Kids: The exploration of the preadolescents' attitude toward brands and advertisements

A gyerekek ma már nem csak a saját költésükkel járulnak hozzá a piaci bevételekhez, hanem a család fogyasztására is hatást gyakorolnak, sőt ők a jövő potenciális „nagyfogyasztói” is (Sulyokné [2000]). Ezt egyre több vállalat is felismeri. Ennek köszönhető, hogy a gyerekek manapság sokkal hamarabb ismerkednek meg a reklámokkal és a márkák iránti kötődés is hamarabb alakul ki.

Dolgozatomban egy igen speciális korcsoport, a kiskamaszok márkákkal és reklámokkal szembeni attitűdjét vizsgáltam meg. A kiskamaszok közé azok a 10–12 éves gyerekek tartoznak, akik a gyermekkor és a tinédzserkor határán mozognak és ez a kettőség a fogyasztásukra is rányomja a bélyegét. A kutatási célom az volt, hogy közelebről megismerjem a kiskamaszokat, feltérképezzem a reklámokkal szembeni attitűdjüket és, hogy mit gondolnak az egyes márkákról. Ehhez szekunder és primer kutatást végeztem.

A szekunder kutatás során a releváns külföldi és magyar szakirodalmat tekintetem át. A primer kutatás során fókuszcsoporthoz interjúkat készítettem kiskamasz fogyasztókkal. Fontosnak tartottam a vállalati oldal véleményének megismerését is, így szakértői mélyinterjúkat készítettem a McDonald's kidsmarketing vezetőjével, valamint a Pacific baby- és junioritalok marketing- és minőségbiztosítási vezetőjével.

Az általam végzett kutatás alapján elmondható, hogy a kiskamaszok már érdeklődnek a divat iránt, de alapvetően még gyerekek, így a rajzfilmek világa is foglalkoztatja őket. Kedvenc márkáik a McDonald's, H&M, Coca-Cola, Fanta, Playstation és a különböző édességmárkák (pl. Milka). Igen jelentős az aspiratív márkák szerepe is az életükben. Ide tartozik pl. a Ferrari. A reklámokkal kapcsolatos attitűdjük igen sokoldalú. A jó reklámot szívesen megnézik, nagyon jó reklámismerettel rendelkeznek, de a műsorok közötti reklámok idegesítik őket.

Amiben a kutatásom teljesen újat nyújtott a korábbi kutatásokhoz képest, az a kiskamaszok és a márkák között lévő self-brand vagy más néven child-brand kapcsolat feltérképezése volt. A self-brand kapcsolat azt mutatja meg, hogy a saját önképünk, valamint a kedvenc márkánkról alkotott kép mennyire van összhangban egymással, azaz mennyire használjuk az egyes márkákat a saját önképünk kifejezésére, valamint a személyes imázs javítására (Escalas - Bettman, 2005). A self-brand kapcsolatot projektív technikával mértem fel. Elmondható, hogy a child-brand kapcsolat igen erősnek mondható a kiskamaszok körében, mert a kedvenc márkáik nemcsak a tagsági csoporthoz való tartozást, de az aspiratív csoportokhoz való közeledésüket is elősegítik.

FARKAS KATALIN

Végzés éve: 2011

Műszaki menedzser (A)

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Konzulens: Szikora Péter
tanársegéd, Óbudai Egyetem*

GOOGLE MINT PROFESSZIONÁLIS BARÁT

Google, as a professional friend

Ahogy az elmúlt fél évszázad alatt a számítógépek óriási monstrumokból aprócska, emberközeli, akár a tenyerünkön elférő eszközökké váltak, az emberi kapcsolatok is jócskán átalakultak. A világháló rengeteg nagyszerű lehetőséget nyújt számunkra, amik a 21. században szintén a mindennapjaink részét képezik. Informálódunk, csevegünk, videót nézünk, a világ másik táján lévő ismerőseinkkel webkamerán keresztül videótelefonálunk, rengeteg média anyaghoz hozzáférünk, a munkában és az iskolában egyaránt szükségünk van internetre. Azt hiszem, nyugodtan kijelenthetjük, annyira hozzánk nőtt, hogy nem tudnánk nélküle élni.

Az általam végzett kutatás szintén alátámasztja ezt a tényt. Arra voltam kíváncsi, hogyan befolyásolja a társas kapcsolatainkat az internet széles körű elterjedése. Tényleg elhanyagoljuk a személyes kapcsolatainkat és háttérbe szorul az életünk, ha teret engedünk a média ilyen mértékű használatának? Mennyit ér meg nekünk, hogy beszélhessünk újra és újra virtuális ismerőseinkkel, akikkel talán soha nem találkoztunk még, de úgy érezzük ő az, aki igazán megért bennünket. És esetleg szerelem is szövődik belőle, hiszen a fantáziának semmi sem szabhat határt az online világban. Én is egy számítógép előtt ülök, lehetek akár szóke, kékszemű egyetemista, de akár középkorú kopaszodó túlsúlyos férfi is. Akivel arc és név nélkül csetelek, valószínűleg sosem fogja megtudni az igazat, ha jól játszom a szerepem. Nagy buktatói lehetnek, ha az ember az interneten keresztül él és nem a való világban.

Pár évvel ezelőtt a televízióval kapcsolatban is sokféle tanulmány készült, miszerint függőséget okoz. Ha visszagondolunk, már csak mosolygunk egy jót rajta, hogy ez azért ilyen formában nem volt igaz. De a tévé egyirányú kommunikációt tesz csak lehetővé. Kapjuk az információt, de mi csak külső megfigyelők vagyunk, nem veszünk részt a folyamatban, mondhatni passzívan szemléljük az eseményeket. Ellentétben az internettel, ahol az információk sosem fogynak el. Nem lesz „ismétlés” az esti órákban. És ha mégis megunnánk a szemlélődést, egy kattintással új embereket ismerhetünk meg vagy barátainkkal folytathatunk valós idejű beszélgetéseket. A felmérésemből kiderül, hogy a válaszadók több, mint fele érezte már úgy, hogy az internet hátráltatta tevékenységei elvégzésében. Mégis inkább kényelmesen betelepszene az emberek a fotelbe, elindítják a kis virtuális világukat, amikben léteznek és ott érzik magukat felszabadultnak. Idővel a baráti társasági események helyett is a kényelmet választják, majd egyszer csak rádöbbennek, személyesen képtelenek olyan mélységekben kommunikálni, mint online.

Vajon tényleg ilyen drasztikus a helyzet és van miért aggódnunk? Vagy ez is csak egyfajta „médiahisztéria”, ami pár év múlva teljes homályba vész? Reálisak ezek a félelmek, vagy pusztán a jó dolgokban is a rosszat keressük? Ezekre a kérdésekre próbálok választ adni a Tudományos Diákköri Konferenciára készült előadásomban.

FARKAS MAGDOLNA

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Földi Katalin
főiskolai tanársegéd, Szolnoki Főiskola*

**A HUNENT ÉRTÉKESÍTÉSI TEVÉKENYSÉGÉNEK ELEMZÉSE, SZEREPE A
MAGYARORSZÁGI BAROMFIÁGAZATBAN**

Analysis of the sales activity of HunEnt and its role in the Hungarian poultry industry

Napjainkban egyre aktuálisabbá válik a magyar baromfiágazat átalakulásának kérdése, ugyanis az elmúlt években a korábbiakhoz képest lassú visszaesés tapasztalható Magyarországon, az egykor húzóágazatnak számító húsfeldolgozás, különösen a baromfifeldolgozás területén.

Kutatásaimmal és elemzéseimmel azt a fő célt tűztem ki magam elé, hogy rámutassak mennyire fontos a gazdasági összefüggések, a piaci pozíció, valamint a várható eredmények ismerete egy sikeresen működő baromfifeldolgozó tevékenységében.

A vállalat általános bemutatása után vizsgálataim a HunEnt értékesítési tevékenységének elemzésére, az összefüggések feltárására irányultak. Saját kutatásaim és elemzéseim során törekedtem arra, hogy a szekunder adatok segítségével és gazdasági ismereteimmel egy olyan képet adhassak a vállalatról, amely adott esetben nem csak gazdaságilag állja meg a helyét, de a vállalat szempontjából is hasznos, (fel)használható tartalommal bír. Elemzéseimet koncentrikusan építettem fel, a magyarországi baromfiágazat helyzetéből indultam ki, majd elhelyeztem a HunEnt-et a magyarországi baromfiágazatban, végül a vállalat értékesítésére koncentráltam.

Kutatásaim másik területe a vevők és a vállalat dolgozóinak szubjektív véleményére irányult, mélyinterjúkat és vevői elégedettségi felmérést készítettem. A kapott információk feldolgozása után megállapítottam, hogy a HunEnt nagyon jó pozícióban van a hazai piacon, kacsatermékek esetén a piac több mint felét birtokolja hazánkban.

Több hiányosságra is fény derült munkám során. A vállalat nem fordít kellő figyelmet a vevők felé történő kommunikálásra, hiányosságok fedezhetők fel a mennyiségi teljesítések terén belföldön, valamint a tervezett értékesítési adatok messze elmaradnak a realitástól, véleményem szerint ennek oka többek között a tervezési hiányosság.

Összességében elmondható, hogy a vállalat export tevékenysége kielégítő, a sült kacsatermékek a külföldi piacokon nagy sikerre számíthatnak, ugyanakkor a belföldi piac sokkal nagyobb figyelmet igényelne.

FARKAS PÉTER

I. évfolyam

Logisztikai menedzsment (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Pozsgai Péter
egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem*

**TRADÍCIÓ ÉS INNOVÁCIÓ AZ ALFÖLDI BIOGAZDÁLKODÁSBAN A VIRÁGOSKÚT
KFT. PÉLDÁJÁN**

Tradition and innovation in the organic farming of the Great Plains with Virágoskút Ltd. as an example

A dolgozat első fejezetében bemutatom az ökológiai gazdálkodás és a biogazdálkodás elméleti hátterét, alapvetéseit, és azt, hogy ez milyen módon vetül át a gyakorlatba, milyen gondolkodásmód az, amely egy biogazdát jellemez. Majd röviden írok arról, hogy milyen objektív kritériumoknak kell megfelelnie annak, aki egy, az Európai Unió előírásainak megfelelő, tanúsított biogazdaságot akar üzemeltetni.

A második fejezetben egy keretbe helyezem a vállalkozás helyzetelemzését azzal, hogy összegzem a magyarországi biogazdálkodás makroszintű, általános jellemzőit, tekintettel a mezőgazdaság mint ágazat uralkodó tendenciáira, trendjeire; továbbá szűkebben a hazai biogazdaságok áttekintő történetét mutatom be.

A harmadik fejezetben közelebbről, mikroökonómiai szinten elemzek egy sikeresnek tekinthető, Magyarországon a piacvezetők közé tartozó, ökológiai gazdálkodással foglalkozó vállalkozást, a Virágoskút Kft.-t. Röviden leírom a történetét, ahogy tulajdonosa, Rózsa Péter, egyéni, illetve családi vállalkozásból eredményes és fejlődőképes vidéki vállalkozássá alakította a céget, s hogy milyen változások zajlottak le addig az időpontig, mire a Virágoskút Magyarország egyik vezető biogazdasága lett. Ehhez elsősorban a vállalkozás ezredforduló utáni mérlegeinek, eredménykimutatásainak adatait használom fel. Ugyanakkor a pénzügyi adatokon túlmenően a szűkebb értelemben vett gazdálkodást is megvizsgálva próbálok megkeresni azokat az egyedi, versenyelőnyt jelentő tényezőket, melyek a folyamatos növekedést lehetővé tették. Ezek között a tényezők között sorra veszek többet, a telephely megfelelő kiválasztásától, a vállalkozás egyedi termékpolitikáján át az elosztásra fordított nagy hangsúlyig és más úttörő megoldásokat. Továbbá bemutatom azt, hogy milyen folyamatok segítették, vagy gátolták a vállalkozás növekedését, valamint a Kft. piaci és nem piaci kapcsolatait, helyenként betekintve a Virágoskút Kft. jövőbeli terveibe is.

FARKAS RICHÁRD II. évfolyam Alkalmazott közgazdaságtan (A) Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar	HALMAI BOGLÁRKA II. évfolyam Alkalmazott közgazdaságtan (A) Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar	RÁDÓCZY KLAUDIA II. évfolyam Alkalmazott közgazdaságtan (A) Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar
---	--	--

*Konzulensek: Dr. Barancsuk János
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

*Márkusné Zsibók Zsuzsanna
PhD hallgató, Pécsi Tudományegyetem*

*Galambosné Tiszberger Mónika
tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem*

A MEZŐGAZDASÁGI FELVÁSÁRLÁSI ÁRAK ALAKULÁSA AZ IMPORTTÉNYEZŐK FIGYELEMBEVÉTELÉVEL

The changes of the agriculture's wholesale market prices, consider the import factor

Dolgozatunk vizsgálati alanyként a mezőgazdasági nagybani típusú piacokat választottuk, hiszen e piacok struktúrája és árképzése nagyfokú hasonlóságot mutatott az általunk ismert elméleti modellekkel. Mindezekben a hasonlóságokon kívül egyértelműen azonban semelyikhez sem tudtuk besorolni, ezért úgy döntöttünk mélyebb kutatást végzünk a témában. Felmerült tehát a kérdés bennünk: van-e olyan elméleti alapmodell, mely – talán egyedülálló módon – teljesen lefedi a gyakorlati mechanizmusokat. Vizsgálatunk az induktív és deduktív módszereket felváltva alkalmazta, hiszen egyes helyeken gyakorlati példákából próbáltunk általános igazságokra következtetni, máshol az elméleti modelleket hívtuk segítségül, hogy magyarázatot adjanak a tapasztalt jelenségekre. Kérdésünkre részben választ is kaptunk: a nagybani típusú piacok, jóllehet talán a világon a legjobban hasonlítanak egyes modellekre, mégsem illeszkednek azokra pontosan. Mindazonáltal sikerült részletes leírást és magyarázatokat adnunk a tekintetben, hogy hogyan és miért úgy alakulnak az árak, ahogy.

FARKAS ZOLTÁN

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Konzulens: Dr. Kósi Kálmán

egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

EGY VÁLLALAT KÖRNYEZETI ÉRTÉKELÉSE

A company environmental assesment

A tanulmány a környezetmenedzsment egyik gyakorlati elemzési módszerét, a vállalati környezeti értékelés módszertanát használja fel. A Tiszai Vegyi Kombinát Rt. – egy Magyarországon és Európában is egyaránt erős pozícióban lévő – vegyipari nagyvállalat környezetre gyakorolt hatását kutatja. A szektor tevékenységét figyelembe véve elmondható, hogy környezeti kibocsátás szempontjából nem csak Magyarországon, de az egész világon kiemelt fontosságú az ilyen vegyipari vállalatok megfelelő környezettudatossága. A tanulmány többek közt azt vizsgálja a példán keresztül, hogy mely környezeti elemek a legveszélyeztetettebbek, milyen tevékenységek jelentik a legnagyobb veszélyt környezetünkre. Elemzi a vállalat telephelyéhez tartozó sajátosságokat és egyedi befolyásoló tényezőket. A 2009-es üzleti év eredményeit felhasználva az iparágra is jó közelítéssel alkalmazható átfogó ábrázolást ad a végzett munkafolyamatok és a használt technológiák hatékonyságát tekintve.

A tanulmány követve a módszertan felépítését, először bemutatja a vállalat piaci, természeti környezetét, a működtetett telephelyek számát és pontos adatait (terület, foglalkoztatottak száma), a felépítési struktúrát valamint a környezetvédelem szerepét a vállalat stratégiájában. Az elemző rész egy SWOT analízis és egy Leopold-mátrix felhasználásával elemzi a vizsgált telephelyen jelenleg is működő hat üzemegységet. A SWOT-analízis, a vállalatnál készült interjúk, illetve az iparági sajátosságokat figyelembe véve világít rá a legfontosabb problémákra. Úgy, mint például a magas arányban keletkező veszélyes hulladékok kezelése, a levegőbe jutó szennyező anyagok mennyisége vagy éppen az alkalmazott technológiák hatékonysági szintje.

A Leopold-mátrixot felhasználva a tanulmány számszerűsítve mutatja meg, melyek azok az üzemek ahol azonnali beavatkozásra, javulásra van szükség a környezeti terhelés csökkentésében. A mátrix értékei egy saját módszertan alapján kerültek kiszámításra, melyek figyelembe veszik a gyártás volumenét, a veszélyesség mértékét, minden környezeti elemre nézve (talaj, víz és levegőszennyezés). Az elemzés ezen kívül megvizsgálja az egészségre gyakorolt hatásokat is. A pontos statisztikai adatokon alapuló számítások segítségével összehasonlításra kerültek azok az üzemegységek, amelyek azonos tevékenységet végeznek. Ennek köszönhetően megmutatkozik, hogy a jellemzően időben 10-20 év különbséggel épült egységek közül a korszerűbb technológiával felszereltek kiemelkedően jobban teljesítenek környezeti szempontokból.

A tanulmány befejező része tartalmazza összegyűjtve a legfontosabb problémákat, illetve az azokra hozott vagy készülőben lévő válaszokat, valamint a javaslatot a problémák hatékony megoldására.

FARSANG RITA

IV. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Szívós László
főiskolai adjunktus, Szolnoki Főiskola*

A LÁTHATATLAN VAGYON MÉRÉSÉNEK MÓDSZEREI ÉS ELEMZÉSE

The methods of measurements and anyalises of intengible assets

Az utóbbi időkben, de főleg amióta a magyar társadalom elég nagy hányada egyre kisebbnek érzi a pénzük, fizetésük értékét, sokat gondolkoztam azon, hogy egyesek, olykor még én is, miért vagyunk hajlandók többet fizetni egy áruért, mint az valójában ér. Nézzük meg egy példán keresztül is!

Vegyünk például egy melegítő vagy fitnessnadrágot és ebből 2 fajta márkát Domyos-t és a Nike-ot. Mindkét termék hasonlóan kiváló minőséggel rendelkezik, és mégis van a kettő között egy lényeges különbség! És ez nem más, mint az áruk. A Domyos márkájú termék feleannyiba kerül, mint Nike, mégis az emberek 61%-a Nike terméket választaná. Mivel van egy láthatatlan előnye és ez nem más, mint a márka, a hírnév.

Egy vállalat alapvető célja a profit és a piaci részesedésének növelése, tehát a vállalt értéknövekedésének folyamatos biztosítása. A vállalt eredményességének megítéléséhez viszont nélkülözhetetlen tudni a társaság értékét. A vállalat értékelésének egyik lehetősége, hogy a vállalt tulajdonosi értékét a részvények adott időpontbeli piaci összértékével azonosítsuk, viszont ez az értékelés csak a tőzsdére bevezetett cégek esetén lehetséges. Ha összehasonlítjuk a vállalatok piaci értékét a könyv szerinti értékével, akkor észrevehetjük, hogy a két érték nem azonos tehát a vevők értékesebbnek ítélnék egyes vállalatokat a tényleges értékénél, többet hajlandóak fizetni egy részvényért, mint az valójában ér. Ezeknek a vállalatoknak is van egy láthatatlan előnye és ez nem más, mint a hírnév, az információ, a közhit.

Egy vállalat adott időbeni helyzete megállapítható a vállalat mérlegéből és eredménykimutatásából, vajon akkor a hírnév, a márka és az információ miért nem szerepel a mérlegben? Hiszen, ha jól megfigyeljük, ezek mind hozzájárulnak egy vállalat eredményességéhez. Tehát sok olyan tényező befolyásolja a vállalatok eredményességét, melyeket nem tüntetünk fel a mérleg soraiban, ezek alkotják a vállalat láthatatlan vagyont.

Dolgozatommal céloom bemutatni ezen láthatatlan vagyon elemeit, mérésének és számszerűsítésnek módszereit és problémáit. A láthatatlan vagyon menedzselésének lehetőségeit, és végül létrehozni és bemutatni a Gazdaképző Kft. Balanced Scorecard-ját.

FAZEKAS ANITA

III. évfolyam

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök (A)

Szegedi Tudományegyetem

Mérnöki Kar

*Konzulens: Dr. Gulyás László
egyetemi docens, Szegedi Tudományegyetem*

A CSALÁDBARÁT MUNKAHELY

Family-friendly workplace

A dolgozat egyik fő célkitűzése a családbarát politika elhelyezése. Ennek érdekében egy új modell létrehozása után a családbarát politikát hozza összefüggésbe a motivációval az egyén szintjén. Nemzetközi és hazai szakirodalom feldolgozása után meghatározott családbarát intézkedéseket vizsgál, majd a családbarát eszközök előnyeit és bevezetési korlátait gyűjti össze.

A másik célkitűzés a sikeres családbarát politikák vizsgálata, melyet idősoros honlapelemzéssel valamint kérdőíves megkérdezéssel valósít meg.

Eredményeképp bebizonyosodott az, hogy nemzetközi viszonylatban a magyarországinál sokkal kiterjedtebben és régebben használnak családbarát eszközöket, valamint a makrogazdasági feltételek is teljesültek.

FEHÉR ANDRÁS

I. évfolyam

Vidékfejlesztési agrármérnök (M)

Kaposvári Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Szakály Zoltán
egyetemi docens, Kaposvári Egyetem*

AZ ONLINE MARKETING LEHETŐSÉGEI A TEJSZEKTORBAN

Online marketing possibilities in the milk-sector

A hazai tejfeldolgozók legnagyobb része, főleg a kis- és közepes vállalkozások keveset költenek a marketingre. Az online marketing az egyik legújabb és leginnovatívabb marketingszegmens, amely a legolcsóbb, legjobb mérhető, így jól pozicionálható marketing eszközzé nőtte ki magát. Legfőbb célkitűzésem az volt, hogy az online marketing eszközrendszerének bemutatásán túl, feltérképezzem a hazai tejszektor online stratégiáját.

Szekunder forrásokból először az online marketing általánosságainak áttekintését, majd egyes részeinek tanulmányozását hajtottam végre. Primer kutatásom során a Fino-Food Kft. ügyvezető igazgatójával, illetve a Tej Terméktanács szakmai koordinátorával készült mélyinterjúk eredményét egy-egy SWOT-analízisben foglaltam össze. Az online marketing eszközeinek gyakorlati alkalmazhatóságát – egy tejfeldolgozó vállalkozás szemszögéből – egy szakértői mélyinterjú alapján elemeztem. Online kérdőíves megkérdezéssel vizsgáltam a fogyasztói szegmens internetes szokásait illetve, tejjel kapcsolatos honlapok és a „Tejbár” honlapjának látogatási tényezőit. Végül elemeztem a szakértői online fókuszcsoporthoz vizsgálatom eredményeit.

A Tej Terméktanács nagyon kielégítő online stratégiát folytat. Legfőbb jövőbeli céljuk az iskolatej program online felületre integrálása. A Fino-Food Kft. még kevésbé használja az online marketing nyújtotta lehetőségeket. Egy mindenre kiterjedő tanulmánnyal vagy tájékoztatással, viszont meg lehetne győzni a Kft.-t az online marketing kipróbálásáról. Véleményem szerint érdemes lenne az online marketing lehetőségeit egy fórum keretében bemutatni a tejfeldolgozóknak. Ez segítséget jelentene, hogy az általában, marketingtevékenységre keveset költő vállalkozások megismerhessék az egyik legtakarékosabb, ugyanakkor hatékonyan bizonyult marketing szegmens eszközeit. Fogyasztói szempontból egy olyan blogot lehetne kialakítani, ami a tej pozitív egészségre ható tényezőinek hangsúlyozásával nyújtana releváns információkat a látogatóknak. A tejszektor résztvevőinek támogatásával hitelesíteni lehet ezt a blogot és a vírusmarketing segítségével a közösségi portálokon terjeszteni a megfelelő célcsoport kijelölése után.

FEHÉR EURIDIKÉ

II. évfolyam

Marketing (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Gyenge Balázs
egyetemi adjunktus, Szent István Egyetem*

A MAGYAR ÁLLAMI OPERAHÁZ MARKETINGTEVÉKENYSÉGÉNEK VIZSGÁLATA

Examination of marketing activity of the Hungarian State Opera House

Kutatásom célja az Operaház elmúlt években bekövetkezett arculatváltásának bemutatása. Dolgozatomban a szolgáltatásmarketing 7P koncepcióját követve szeretném elemezni az Operaház jelenlegi marketingtevékenységét részletesen kitérve: a termék (Product), az ár (Price), a csatorna (Place), a kommunikáció (Promotion), az emberi tényező (People), a tárgyi elemek (Physical evidence) és a folyamat (Process) értelmezésére. Szeretném bemutatni jelenlegi marketingeszközeit (műsorfüzetek, új logó, operaismertető előadások, webes megjelenések, plakátok). Primer kutatásom során kvalitatív és kvantitatív adatelemzést is alkalmazok. A kvalitatív fázisban a témában szakavatott személyekkel kutatási interjú vizsgálatát végzem tartalomelemzéssel, a kvantitatív kutatásom során pedig standardizált kérdőív segítségével felvett adatok elemzését tervezem statisztikai módszerrel. Elvárásaim szerint az interjú segít a probléma feltárásban a kérdőívvel támogatott megkérdezés, rávilágít a fogyasztói-nézői elégedettségre, elvárásokra. Munkám során szeretném megvizsgálni az Operaház marketingkoncepciójának szervezeten belüli helyét és szerepét, és a jelenlegi arculatváltásának eredményeit.

FEHÉR MÓNIKA

II. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulensek: Herneczky Andrea
adjunktus, Károly Róbert Főiskola*

*Gyurkó Béla
vezető, Dél-Mátra Helyi Közösség*

**PÉLDAÉRTÉKŰ HUMÁNERŐFORRÁS FEJLESZTÉS A DÉL-MÁTRA 11
AKCIÓCSOPORTNÁL**

An exemplary human resources improvement at the „Dél-Máttra 11” Action Group

Dolgozatomban a Dél-Máttra 11 ACS példaértékű humán erőforrás fejlesztési projektjét, annak eredményeit, valamint további képzési lehetőségeket vizsgálom.

A téma aktualitását az adja, hogy szembe tünő a vidék elmaradottsága a városhoz képest. A vidék lakossága folyamatosan öregszik, kevés a munkalehetőség, így a fiatalok is a városokban keresik a megélhetést. Úgy gondolom, mindenképpen meg kellene őrizni a vidék értékeit és a települések megtartó képességét.

Személyesen kötődöm a témához, hisz én is faluban lakom, látom, hogy a fiatalok többségének nem vonzó a vidéki élet, pontosan ezért van szükség innovációra, élhetőbb környezetre. Fontosnak tartom, hogy olyan környezetben éljek, ahol fejlesztések révén a népesség jóléte, életminőség javítása a cél, ehhez nyújt segítséget az Európai Unió LEADER programja.

A falusi vendéglátók képzése egy példaértékű projekt eredménye, hisz eddig a LEADER-ben elsősorban rendezvényekre pályáztak, melyek hatása nem mérhető közvetlenül. Ez a program viszont javít az esélyegyenlőségen, versenyképesebbé teszi a szállásadókat. A témával kapcsolatban primer kutatást végeztem mélyinterjú és kérdőív segítségével, melyből kiderült, hogy tényleg érdemes volt elvégezni a tanfolyamot és szükséges lenne minél több, a hagyományőrzésre alapozott képzést elindítani, mert ez által javulhatna a helyiek munkaerő-piaci helyzete.

FEHÉR NATÁLIA

I. évfolyam

Regionális és környezeti gazdaságtan (M)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Györfly Ildikó
egyetemi tanársegéd, Miskolci Egyetem*

**UKRAJNA KÖZLEKEDÉSI INFRASTRUKTÚRÁJÁNAK VIZSGÁLATA A
TERÜLETFEJLESZTÉS SZEMPONTJÁBÓL**

Analysing of Ukraine's transport infrastructure

Dolgozatom készítése során Ukrajna közlekedési hálózatának fejlettségét, az országra jellemző szállítási módokat kívánom elemezni, különös tekintettel a vasúti és a közúti közlekedési tendenciák alakulására. A választott vizsgálati területem Kárpátalja régiója, amelyre vonatkozóan a gazdasági helyzet és a közlekedési infrastruktúra fejlettsége közötti kapcsolatot értékelem.

A közlekedési hálózat fejlesztése kiemelt jelentőségű, mert számos tovaryűző hatása mellett hozzájárul a határon átnyúló kapcsolatok fejlődéséhez, az elérhetőség javításával a befektetők számára is jobban elérhetővé, így vonzóbbá válhat az adott terület. A határátkelők szűk keresztmetszete, a hosszú várakozási idő és a szolgáltatások alacsony színvonala komoly problémát jelent, melynek korszerűsítése jobb gazdasági és társadalmi kapcsolatokat biztosítana, ahogyan a tömegközlekedés fejlesztése is.

FEJŐS BRIGITTA

III. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Mikáczó Andrea
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

A MINŐSÉGTUDATOSSÁG SZEREPE ÉS JELENTŐSÉGE HAZAI MULTINACIONÁLIS VÁLLALATOK STRATÉGIAI TERVEZÉSÉBEN

The role and importance of quality awareness in the strategy planning of multinational companies
in Hungary

A minőségbiztosítás témaköre, az ezen a területen folytatott kutatások egyre inkább a figyelem középpontjába kerülnek. Tudományos kutatómunkámban annak vizsgálatát tűztem célul, hogy a minőségbiztosítás milyen szereppel bír, és milyen jelentőséget képvisel a hazai multinacionális vállalatok irányítási mechanizmusaiban, hogyan épül be a vállalati stratégiai tervezési folyamatokba és miként tudatosul a menedzsmenten belül.

Hipotéziseimet az alábbiakban fogalmaztam meg:

- A stratégiatervezés egyik alappillére a humán erőforrás tervezés, amelynek értelmében a menedzsment funkciók betöltésére különös figyelem hárul. A hazánkban működő – komoly stratégiai tervezést folytató – nemzetközi tulajdonú multinacionális vállalatok nehézségekbe ütköznek a minőségügyi pozíciók betöltése során, mert a magyar felsőoktatás képzési szerkezete a vezető képzésre irányuló alap- és mesterszakok körében hiányosságokat mutat a minőségbiztosítás témakörét tekintve.
- A vállalati stratégiában alkalmazott külső és belső kommunikációs eszközök, módszerek szoros összefüggést mutatnak a vállalatvezetés minőségtudatosságával.
- A Magyarországon működő különböző nemzetiségű tulajdonban lévő multinacionális vállalatok közül a japán tulajdonú cégek esetében a legmagasabb szintű a minőségtudatosság, és kizárólag az anyaország minőség filozófiája érvényesül a vállalat minőségfejlesztési stratégiájában.

Kutatómunkám során első lépésként feldolgozom a kapcsolódó hazai és nemzetközi szakirodalmi forrásokat kiemelten vizsgálva a vállaltirányítás, a stratégia és a minőségbiztosítás összefüggéseit. Elméleti kutatásaimat primer adatokon alapuló empirikus kutatásokkal is alátámasztom, amelyhez saját szerkesztésű kérdőívet alkalmazok, továbbá személyes interjúkat készítek.

FEKETE EDINA

III. évfolyam
Pénzügy és számvitel (A)

Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

KÓNYA ANETT

III. évfolyam
Pénzügy és számvitel (A)

Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Dabasi Halász Zsuzsanna
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

*Lipták Katalin
PhD hallgató, Miskolci Egyetem*

NŐK A MUNKAERŐ-PIACON: MAGYARORSZÁG VS. CSEHORSZÁG

Women in the labour market: Hungary versus Czech Republic

Dolgozatunkban összehasonlító elemzést végeztünk a nők helyzetére vonatkozóan Magyarország és Csehország példáján keresztül. Több érv is szólt amellett, hogy Csehországot válasszuk az összehasonlításhoz. Egyrészt ugyanúgy Közép-Európában helyezkedik el, mint Magyarország, másrészt hasonló népességszámmal rendelkezik. Ezen kívül mindkét ország 2004 májusában vált Európai Unió tagállammá, így könnyen vizsgálni tudtuk a csatlakozás előtti és utáni foglalkoztatás alakulását is.

Nagyon sok kérdés felmerült bennünk a témával kapcsolatban, amelyekre hipotéziseket fogalmaztunk meg, de az alapfeltevésünk az volt, hogy hazánkban nehezebb nőként elhelyezkedni és érvényesülni a munka világában, mint a velünk szomszédos országban.

A hipotéziseink bizonyítására szekunder kutatást alkalmaztunk. A Központi Statisztikai Hivatal honlapján elérhető magyarországi adatokból, illetve a Csehországi Statisztikai Hivatal (Czech Statistical Office – CSO) honlapján található adatbázisból nyertünk információkat, melyeket több szempont szerint elemeztünk és értékeltünk.

Magyarország és Csehország összehasonlítása során a dolgozatban felállított hipotézisek közül a legtöbb bizonyítást nyert. Csehországban a nők elhelyezkedése könnyebb és gyorsabb, mint hazánkban, ahol jelentős hátrányokat kell még leküzdeni a nők foglalkoztatásának javítása érdekében.

FEKETE ERIKA

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Általános Vállalkozási Főiskola

*Konzulens: Dr. Réger Béla
egyetemi docens, Általános Vállalkozási Főiskola*

**A CSŐVEZETÉKES SZÁLLÍTÁSI ÁG ALKALMAZÁSÁNAK VIZSGÁLATA AZ
EURÓPAI UNIÓS KÖVETELMÉNYEKNEK MEGFELELŐEN A ZÖLD LOGISZTIKA
ASPEKTUSÁBÓL**

Examining the use of pipeline transportation business complying with the requirements of the
European Union from the point of view of green logistics

Szakmai gyakorlatomat Közép-Kelet Európa egyik legnagyobb olajipari vállalatánál végezhettem el, témaválasztásomat ez a lehetőség motiválta.

Kutatásomban azt a hipotézist kívántam alátámasztani, miszerint a távvezetékes termékszállítás a leghatékonyabb és leggazdaságosabb szállítványozási mód az olajiparban. Állításom helyességét a távvezetékes termékszállítás előnyeinek a felkutatásával, gazdaságossági számítás alapján illetve összehasonlító elemzés révén igazoltam. Továbbá bizonyítottam, hogy napjainkban is rendkívüli jelentőséggel bír, foglalkozni kell vele, hiszen a fenntartható fejlődést a legtöbb vállalat ma már stratégiai szempontként emlegeti, és a csővezetékes szállítási ág zöldlogisztikai szemléletben is hatékonyabbnak bizonyult a többi szállítványozási ághoz képest.

Állításomat, miszerint a csővezeték a jövő, alátámasztják a folyamatosan megépülő új távvezetékek is. A legutóbbit éppen 2010.10.14-én adták át: ez az Arad–Szeged földgázvezeték, amely Romániával teremti meg a kapcsolatot a földgázszállításra.

A dolgozatomban bemutatott biztonsági eljárások, melyeket a csővezetékes szállításnál alkalmaznak egyedülállóak és nagyban hozzájárulnak ahhoz a fogalomhoz, amit fenntartható fejlődésnek nevezünk. Kutatásom során arra a következtetésre jutottam, hogy az olajipari vállalatok számára a távvezetéken történő kőolajszállítás a legmegfelelőbb szállítási mód, mind hatékonysági, mind gazdaságossági, mind pedig környezetvédelmi szempontokból.

FEKETE NIKOLETT ANNA
III. évfolyam
Gazdálkodási és menedzsment (A)
Általános Vállalkozási Főiskola

FEKETE REGINA ÉVA
III. évfolyam
Gazdálkodási és menedzsment (A)
Általános Vállalkozási Főiskola

*Konzulensek: Rétaillé dr. Görbe Éva
főiskolai docens, Általános Vállalkozási Főiskola*

*Gébler József
mestertanár, Általános Vállalkozási Főiskola*

HA NAGY LESZEK, KÖZGAZDÁSZ LESZEK

When I grow up, I will be an economist

A pályaeorientáció, pályaválasztás, pályatudatosság egyre nagyobb szerepet kap napjainkban, egyre nagyobb szüksége van a főiskoláról kikertülő hallgatóknak arra, hogy biztosnak érezzék döntésüket választott pályájukkal kapcsolatban.

Dolgozatunkban arra kerestük a választ, hogy a főiskolánkon közgazdászok tanuló hallgatók biztosak-e a pályaválasztásukban, ismerik-e a pálya főbb jellemzőit, illetve, hogy milyen tényezők befolyásolták választásukat. Kutatásunkban abból a feltevésekből indultunk ki, hogy a hallgatók többségénél a közgazdász pálya választásában nem a pálya alapos ismerete (érdeklődésüknek, képességüknek leginkább megfelelő pálya) volt az elsődleges tényező, hanem más „külső” tényezők játszottak ebben nagyobb szerepet (például a szakma társadalmi presztízse, anyagi ösztönzők).

A felsőoktatásban elsajátított közgazdász elméleti ismeretek ugyan bővítik a hallgató ismereteit a közgazdász pályáról, de közel sem olyan mértékben, mint a gyakorlatban megszerezhető, alkalmazott ismereteket feltételező, tapasztalati tanulás útján elsajátítható élő, alkalmazható ismeretek. A leendő közgazdászok elméleti ismereteinek gyakorlatban történő megvalósulásához nyújt segítséget a Főiskolánkon alapított bázisintézményi rendszer, mely módszer nemzetközileg is alkalmazott. Úgy gondoljuk, hogy a bázisintézményi rendszerben eltöltött gyakorlat magában hordozza a közgazdász pálya szerepgyakorlásának lehetőségét. Kutatásunkban arra is választ kerestünk, hogy megállapítható-e, hogy a bázisintézményi rendszer elősegíti az előzetesen kialakított pályaelvárások és a valóság összevetését, a hallgatók közgazdász pályára való adaptációját.

Kutatásunk célja az volt, hogy rámutassunk a pályaeorientáció fontosságára és a bázisintézményi rendszer kulcsszerepére a hallgatók közgazdásszá válásában.

Feltevésünk igazolására empirikus vizsgálatot végeztünk, melybe az ÁVF alapképzésben résztvevő első- és másodéves, Gazdálkodási és menedzsment szakos, nappali tagozatos hallgatókat vontuk be. Önkitöltős, zárt kérdéseket tartalmazó kérdőívvel, mindkét célcsoportból 100 főt kérdeztünk meg. Vizsgálatunk adatait az SPSS program segítségével elemeztük, az összehasonlítások elvégzéséhez Khi-négyzet próbát végeztünk, és a további vizsgálat során általunk kialakított mérési skálákat, mutatószámokat alkalmaztunk.

A kutatási eredmények alapján megfogalmazott javaslatainkkal segítséget szeretnénk nyújtani a leendő közgazdászhallgatóknak, hogy helyesen tudjanak dönteni a pályaválasztás során. Reményeink szerint tanárainknak is hasznos információkkal szolgálhatunk, hogy a hallgatók pályaválasztásával kapcsolatosan helyesen tudjanak orientálni.

FEKSI KINGA

II. évfolyam

Gazdálkodás és menedzsment (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Dabasi-Halász Zsuzsanna
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

KIÚT, MERRE FUT AZ UTAD?

AZ „ÚT A MUNKÁHOZ” PROGRAM EREDMÉNYEI, HATÁSA A MUNKAERŐPIACON

The way out, where do you lead?

Results and experiences of the „Út a munkához” program in the labour market

Szociológus végzettségű közgazdász hallgatóként a társadalmi és gazdasági problémák közös halmaza érint. A jóléti államok szoros kapcsolatot feltételeznek a szociálpolitika és a foglalkoztatáspolitikai között. Neves közgazdászok érveltek és érvelnek a segélyezés és a munkaerőpiac közötti közvetlen kapcsolat meghatározásában. Dolgozatomban napjaink egyik heves érzelmeit kiváltó munkaerőpiaci kérdésével foglalkozom a segély és a közmunka közötti kapcsolattal.

A dolgozat célja, hogy felmérje az „Út a munkához” program eredményeit, hatásait a munkaerőpiacon. Említésre kerülnek a program előzményei, célcsoportjai is. Többek közt a közcélú, közmunka és közhasznú munkáról is szó lesz, az egész kutatás végét pedig egy esettanulmány zárja le, melyet lakhelyemről, Mezőnyárádról írtam.

Mint tudjuk, Magyarországon sok halmozottan hátrányos helyzetű ember él. Az ő esélyeik igencsak csekélyek arra, hogy aktív tagjai legyenek a társadalomnak, hogy a munkaerőpiacon eredményeket érjenek el, tartós munkahelyhez juthassanak. A szociális problémák, rossz életkörülmények különösen Borsod-Abaúj-Zemplén megyében jelentenek gondot, az ország területén itt a legsúlyosabb a helyzet. Természetesen ez hatással van a munkaerőpiacon való részvételre is (csökkenti az esélyeket).

Dolgozatomban az „Út a munkához” c. program munkaerőpiaci hatásával foglalkozok. A program kiemelt célja, hogy hozzájáruljon ahhoz, hogy a munkára képes, tartósan munkanélküli személyek a korábbiaknál fokozottabb mértékben vegyenek részt valamely közfoglalkoztatási formában, hogy rendszeres munkajövedelemhez jussanak, és közelebb kerüljenek a munka világához.

Kétféle módszert lesz segítségemre a kutatásom során. Az egyik az ún. másodelemzés lesz: a másodelemzés lényege: A "desk research" (másodelemzés, dokumentumelemzés) az adott kutatás témájához kapcsolódó, korábbi időpontban, más célból gyűjtött adatoknak az aktuális kutatási célokhoz megfelelő rendszerezését, újraelemzését jelenti. A másik módszer pedig az interjúzás. Az interjúzás folyamán a saját lakóhelyemen, Mezőnyárádon kérdezem meg olyan személyek véleményét, akik részt vettek ebben a programban, és elemzem a válaszokat, esettanulmányban foglalom össze az észrevételeimet. Az interjú nem alkalmas nagyobb populációk statisztikai leírására, ezért a mintám is mindössze 10 főből áll. Ez ideális, hiszen elegendő információt tartalmaznak, és még elemezhető mennyiségű adat van benne.

FENT GYÖNGYVÉR

Végzés éve: 2010

Turizmus-vendéglátás (A)

Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

Konzulens: Grotte Judit

füiskolai adjunktus, Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

**A FOUR SEASONS HOTEL GRESHAM PALACE BUDAPEST ÜZLETPOLITIKÁJÁNAK
BEMUTATÁSA**

Introduction of the Four Seasons Hotel Gresham Palace Budapest

Dolgozatom témájaként a Four Seasons Hotel Gresham Palace Budapest üzletpolitikájának értékelését választottam. 2006 nyarán szerencsém volt itt eltölteni szakmai gyakorlatom egyik részét. A gyakorlat során saját magam is azt tapasztaltam, hogy a nívós épületben működő ötszillagos szálloda minőségi szolgáltatásai szigorú standardekre épülnek. A Four Seasons Hotels and Resorts név a valóságban is fémjelzi a minőséget. A szállodalánc alapvetően olyan személyre szabott szolgáltatásra épít, amelyet csapatmunkával kíván minél magasabb színvonalon megvalósítani. A vendégigények kiszolgálása mellett kiemelt figyelmet fordítanak a dolgozókkal való bánásmódra is.

Mégis mivel tartja piacvezető pozícióját a Gresham Palota? Milyen szempontból jobb budapesti versenytársainál? A szálloda milyen marketingtevékenységet végez és hogyan vészeli át a krízishelyzeteket?

Munkámban a Four Seasons Hotels and Resorts szállodalánc rövid jellemzését követően átfogó képet adok a Four Seasons Hotel Gresham Palace Budapest működéséről és marketingsajátosságairól.

Célom a szálloda működésének, valamint azon tényezőinek bemutatása, amelyek a Four Seasons Hotel Gresham Palace-t sikeressé teszik. A kutatásom során készített interjú is azt a célt szolgálja, hogy feltérképezzem a szálloda sikertényezőit. A jelenlegi marketingtényezőkből kiindulva és saját kutatásaim alapján pedig javaslatot próbálok tenni a szálloda eredményességének növelésére.

FERENCI TAMÁS

I. évfolyam

Alkalmazott matematikus (M)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Természettudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kotosz Balázs
egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem*

KISMINTÁS BIOSTATISZTIKAI VIZSGÁLATOK NÉHÁNY MÓDSZERTANI KÉRDÉSE

A few methodological issues of small sample biostatistical investigations

A következő statisztika a modern statisztika alkalmazásainak gerincét jelenti. A különféle statisztikai próbákat széleskörűen alkalmazzák az élő és élettelen természettudományok, műszaki tudományok és a társadalomtudományok számos ága.

A statisztikai próbák különféle előfeltevésekkel élnek azon sokaságokra vonatkozóan, melyből a mintái származnak. Ezen előfeltevések teljesülése szükséges ahhoz, hogy a próbák valid módon viselkedjenek. Tipikus példa erre a – hatalmas gyakorlati jelentőségű, nagyon sokszor alkalmazott – Student-féle t-próba, mely normalitási feltevessel él a sokaságokra vonatkozóan. Nagy mintanagyságnál ettől – a centrális határeloszlás tétel következtében – ugyan eltekinthetünk, ám kis mintánál tekintettel kell lenni erre. Ilyen mintanagyság számos gyakorlati helyzetben, pl. sok biostatistikai, nem professzionálisan elvégzett társadalomtudományi vizsgálatban tipikus.

A dolgozat azt a kérdést vizsgálja, hogy ilyen, kismintás helyzetekben milyen módszertani megfontolásokra kell tekintettel lenni.

A kérdést elsősorban számítógépes (Monte Carlo-) szimulációval vizsgálja, mellyel – számtalan, véletlenszerűen generált minta alapján – a különféle tesztek viselkedése vizsgálhatóvá válik anélkül, hogy ehhez analitikusan kéne kézben tartani a helyzetet. Például a normalitást irányítottan megsértő sokaságból származó minták használatával lehetővé válik a t-próba nemnormalitásra vett robusztusságának vizsgálata különböző mintanagyságok, nemnormalitások mellett. Nemnormális minták generálásának kérdései szintén részletes tárgyalásra kerülnek.

A dolgozat elsősorban a – kiemelt gyakorlati jelentőséggel bíró – sokasági várhatóérték egyezőségre és szóráshomogenitásra vonatkozó egyváltozós próbákat vizsgálja. Ennek kapcsán kitér a többszörös összehasonlítások helyzetére és kezelésére (mint ilyen kontextusban szintén gyakori módszertani kérdésre) is.

Az eredményeket egy valós – biostatistikai – adatbázison is szemlélteti, rámutatva a statisztikai módszerek gyakorlati alkalmazhatóságára is.

FERINCZ ADRIENN

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

TARÓDY DÁVID

Végzés éve: 2010

Vezetés és szervezés (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Szabó Zsolt Roland
tanársegéd, Budapesti Corvinus Egyetem*

A FOGORVOSOM AJÁNLÁSÁVAL – A VÁLLALKOZÓI SIKER KULCSELEMEI

On the recommendation of my dentist – Key ingredients of the entrepreneurial success

A dolgozat legfőbb célja, hogy feltárja a két kompetenciaterület (know-how és know-who) az innovatív marketingtechnikákra, a vállalkozói szemléletű marketingtevékenységre és az ezek eredményezte üzleti sikerekre gyakorolt hatását, mely a gazdasági és technológiai környezet dinamizálódása következtében a teljes KKV-szektor számára aktuális kihívássá válhat. A vállalkozói készség az innovativitással, változási és változtatási képességgel, rugalmassággal és gyors válaszképességgel azonosítható. Következésképpen, a vállalkozó vezetők folyamatosan keresik az új, üzleti lehetőségeket, amelyeket a marketingeszközök a korábbiaktól eltérő, innovatív kombinációival, az erőforrások új allokációival kívánnak kiaknázni, melyek létrehozásához a konvencionálistól eltérő értékteremtési szemlélet nyújt inspirációt. Míg az adminisztratív menedzserek a hagyományos piackutatási eszköztárat alkalmazzák a környezethez történő alkalmazkodás során, addig a vállalkozó vezetők döntéseik meghozatalakor tapasztalataikra és megérzéseikre is támaszkodnak. A legfontosabb kérdés, hogy a különböző tudáselemek, a menedzsment- és marketingismeretek miként befolyásolják a vállalkozói sikerességet, hogyan támogatják a nem formalizált döntéshozatalt. A kutatás ezen kérdések feltárásával kíván rávilágítani a különböző kompetenciaterületek szerepére, mely gazdagíthatja az irodalmat a vállalkozói személyiség mélyebb feltárásával, továbbá iránymutatásokat adhat a gyakorlati élet számára a kulcsfontosságú tudásterületek azonosításával. A vállalkozói kompetenciák e két dimenziójának vizsgálata és a know-who, know-how tudáselemekre alapozott modell tesztelése végett a szerzők az esettanulmányos módszertan mellett döntöttek.

FERKOV DÓRA

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Töröcsik Mária
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

KARÁCSONYI VÁSÁRLÁSOK A TRENDEK TÜKRÉBEN

Christmas shopping in the light of the trends

A karácsony különleges időszak az emberek életében, általában mindenki nagy várakozással fordul feléje. Az ünnep története során mindig is jellemző volt a bőséges fogyasztás és az ajándékozás. Ez ma sincs másképp. Mindez rengeteg lehetőséget hordoz magában a kereskedelem számára, ugyanis az emberek a karácsonyi időszakban többnyire örömmel vásárolnak ajándékot hozzátartozóiknak, szívesen elevenítik meg az ünnep lelkületét különböző, csak ilyenkor használatos „kellékekkel”.

Megfigyelhető, hogy a karácsonyi vásárlásokat is nagymértékben befolyásolják az éppen aktuális trendek, amelyeknek komoly, kimutatott hatásuk van a vásárlói magatartásra.

Dolgozatom célja megvizsgálni, hogyan alakul a karácsony a trendek tükrében, illetve hogyan valósítja meg a fiatal generáció a karácsonyi kitértetett vásárlásokat napjainkban.

Ennek érdekében szakirodalmi áttekintés alapján vizsgáltam a trendek természetét, a vásárlási döntések folyamatát, az ünnep kereskedelmi oldalának jellemzőit, új tendenciáit a legkeresettebb termékekre vonatkozóan. Empirikus kutatást folytattam kereskedői mélyinterjúk segítségével a karácsonyi hangulat megteremtéséhez szükséges elengedhetetlen kellékek trendjeiről, valamint a fiatal generáció vásárlási szokásait mélyinterjúk, majd kérdőíves kutatás segítségével vizsgáltam.

A dolgozathoz kiderül, hogy a mai modern karácsony talán legfőbb jellemzője a kereskedelmi jelleg. Ehhez nagyban hozzájárultak a 20. században a kereskedői aktivitások, a globalizáció következtében átalakuló fogyasztói szokások és a trendek, amelyek leggyakrabban vásárlásra ösztönzi a karácsonykor az embereket.

FIKÓ ISTVÁN NACSÓ

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Általános Vállalkozási Főiskola

*Konzulens: Dr. Tóth Margita
főiskolai tanár, Általános Vállalkozási Főiskola*

**FÚZIÓK, FELVÁSÁRLÁSOK SIKERESSÉGÉNEK ELEMZÉSE ESEMÉNYELEMZÉS
MÓDSZERÉVEL – AZ OTP ÉS A MOL AKVIZÍCIÓS TEVÉKENYSÉGÉNEK
ELEMZÉSE A MAGYAR PIACON**

Event study analysis the success of mergers and acquisitions – Analysis of OTP Bank and MOL Plc mergers and acquisitions activities in the Hungarian market

Munkámban arra keresem a választ, hogy hogyan hatnak a fúziós vagy felvásárlási bejelentésének a felvásárló cég árfolyamára. A hatékony piacok elmélete kimondja, hogy a részvények árfolyama minden lényeges információt tükröz, minden a vállalat számára fontos esemény beárazásra kerül a részvények árába. Erre a rövid távú hatásokat figyelembe vevő elméletre épít a kutatásom során alkalmazott eseményelemzés módszere is, melyben az OTP Bank Nyrt. és a MOL Nyrt. akvizíciós bejelentéseit vizsgálva kumulált abnormális-hozam becslést végzek a 2000–2010 közötti fúziós időszakra fókuszálva. Az akvizíciós hírek részleteit esettanulmányként feldolgozva annak elemzésével kísérletet teszek a kapott eredményekből levonható következtetések magyarázatára is. Kutatásom eredményei megegyeznek a szakirodalomban ismertett eredményekkel. Ezek az elemzések azt mutatják, hogy a felvásárlást kezdeményező vállalat részvényesei rövid távon veszítettek, ezzel szemben a célvállalat részvényesei nyertek a tranzakció lezárásának bejelentésére. A fúziók értékteremtő szerepét részvényesi szemmel nézve az OTP és a MOL részvényeinek kumulált abnormális hozama az akvizíciós bejelentések hatására többször csökkent, mint ahányszor növekedett, és ez a szakirodalomban ismertettekhez képest jó teljesítményt jelent. A bank 12 eseményből 5 pozitív és 7 negatív eredményt mutat. Az olajvállalat esetében is hasonló eredményeket kaptam. Ezek szerint 18 eseményből 8 pozitív és 10 negatív kimenetelű. Elemzésemben ugyanezeket a számításokat a bejelentéseket követő, illetve az azokat megelőző időszakra is elvégeztem. A számítások mindkét cégnél tovább javították a kapott eredményeket. Mindez arra enged következtetni, hogy a bank és az olajvállalat befektetői az egyes bejelentések közvetlen hatására több esetben értékelték negatívan az akvizíciót, mint pozitívan, azonban hosszabb távon többségében sikeresnek minősítették azokat. Ezeket az eredményeket a felvásárló, illetve a célvállalat számain kívül olyan tényezők is befolyásolták, mint a piacokon uralkodó befektetői hangulat, az akvizíciós vagy egyéb piaci várakozások, a kereskedelmi trend vagy éppen a megjelenő pletykák, illetve a vállalatok kommunikációja.

Fontos kiemelni, hogy az eseményelemzés a hogyan kérdésre ad választ. Azt, hogy pontosan miért reagáltak úgy a befektetők, ahogy tették, már egy következő tanulmány értékes témája lehet. Meggyőződésem, hogy a hasonló kutatások segítségével a vezetők értékes információkra tehetnek szert az empirikus számítások és azok eredményeinek tanulmányozása során, mely a jövőben minden bizonnyal hozzásegíthet a bejelentések várható hatásainak pontosabb számbavételéhez is.

FODOR ÁKOS

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Szent István Egyetem

Gazdasági Kar

*Konzulens: Dr. Simon Imre
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

**AZ EMBERI FEJLETTSÉG (HDI) ÉS AZ ÉLETMINŐSÉG INDEXE (WBI), VALAMINT
NÉHÁNY ÖSSZEFÜGGÉSÜK A „VISEGRÁDI NÉGYEK” NUTS 2 SZINTŰ RÉGIÓINAK
PÉLDÁJÁN**

The relation between the the Human Development Index (HDI) and the Well-being Index (WBI)
and their applicability on the Visegrád Group's NUTS 2 regions

A globalizáció miatt egyre inkább fontossá válik azon gazdasági folyamatok feltárása, melyek alapján értelmezhető az életminőség differenciálódása a térben. Feltételezésem az, hogy viszonylag kisméretű, összefüggő és világviszonylatban homogén területen is fennállnak jelentős életszínvonalbeli különbségek, ezek számszerűsített mérésére tesztek kísérletet. A nehézség mindenekelőtt az, hogy az életminőség kifejezésére használt HDI (Human Development Index) nem túl hatékonyan alkalmazható az általam vizsgált területen, mivel annak egyik tényezője (az összekombinált írástudási hányados és beiskolázási arány) nyilvánvalóan nem az eltérések forrása. Ezért a HDI módszertanát követve egy ahhoz szorosan közelálló mutató, a Well-being Index (WBI) segítségével végzem el az összehasonlítást. Ennek tényezői az egy főre jutó GDP (PPP), születéskor várható élettartam, melyek megegyeznek a HDI-ben használtakkal. A tudásbázis mérőszáma (HRST) és a foglalkoztatási ráta a HDI harmadik dimenziójának európai megfelelője, a háztartások internet hozzáférése aránya pedig részletes szakirodalmi áttekintés alapján került a mutató meghatározói közé. Az elemzést az ismert klaszteranalízis módszerével is elvégeztem, ezért ezen eljárás lényegét is röviden ismertetem dolgozatomban.

Az mutató gyakorlati alkalmazását a Visegrádi Négyek NUTS 2-es szintű régióinak életszínvonalbeli összehasonlításán keresztül végzem el. Az eredmények nagyon világosan alátámasztják a feltevést, miszerint a regionális gazdasági folyamatok sokszínűsége az emberi élet eltérő színvonalát hozza létre szükségszerű velejárójaként. Kiemelkedő a négy központi, valamint egyes cseh régiók életszínvonala, míg az átlagostól elmarad több lengyel és magyar terület egység. Az eltérések okait is igyekszem feltárni, nemzeti sajátosságok éppúgy megfigyelhetők, mint a régiók jellegéből (városias-vidékiek) fakadó jellegzetességek. A felmérés régiói életszínvonaluk alapján WBI divíziókba rendelem. Demográfiai elemzést is végzek, mely során ismertetem az egyes divíziókban élő lakosok számát összesen és országok szerinti bontásban is. Ez az egyes V4 országok társadalmi rétegzettségének fokának reális, térségi szemléletű értékelését teszi lehetővé. A WBI segítségével történő csoportosítást a klaszteranalízis tipizálásával vetem össze, az eltérések nem jelentősek és abból adódnak, hogy WBI alapján az életszínvonalban egymáshoz közel álló, míg a klaszteranalízisben az egyes jellemzőkben egymáshoz közel álló régiók kerülnek egy-egy csoportba, így az utóbbi inkább a jellegükben hasonló vizsgálati egységeket sorolja egy klaszterbe. Megállapítható a V4-ek életszínvonalának területi differenciáltsága, a magasabb életszínvonal koncentrációja a gazdasági értelemben vett központok körül és az, hogy a hasonló életszínvonalú területek földrajzilag összefüggő területeket alkotnak. A WBI divíziók belső homogenitása nem egységes, a magasabb életminőség felé lényegesen nagyobb, valamint a közepesnek tekinthető, legtöbb régiót tartalmazó négyes divízióban a legkisebb.

FODOR ÁKOS DÁNIEL

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Zoltayné Paprika Zita
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

KREATIVITÁS ÉS KOMPLEXITÁS

Creativity and complexity

A dolgozat témája a kreativitás és a komplexitás. Napjaink gyorsan változó világában egyre nagyobb szerepet kap a kreativitás és a szervezet rugalmassága. A kreativitásra szükség van, mert enélkül a hosszú távú versenyképessége ma már egyik cégnek sem tartható fenn, egyrészt a piaci környezet rapid változásai, másrészt a versenytársak állandó támadásai miatt.

A mai intenzív versenyzői környezet kihívásaira való választ a kreativitás jelentheti. A dolgozat kifejti, hogy a kreativitás tudatos beépítése a szervezetbe és az üzleti döntéshozatalba miként fokozhatja egy szervezet hatékonyságát, produktivitását. Végül ajánlást tesz arra, hogy a kreativitás e szervezeti beágyazását hogyan lehet elérni a komplexitás biztosításával, valamint módszertani támogatással.

FODOR FLÓRA

III. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Külkereskedelmi Kar

*Konzulens: Dr. Hubai József
főiskolai tanár, Budapesti Gazdasági Főiskola*

A MÁSODIK GENERÁCIÓS BIOGÁZ ÜZEMEK GAZDASÁGI JELENTŐSÉGE

The economic importance of the second generation of biogas plants

Magyarország energiafüggősége miatt nemzetgazdasági érdek, hogy minél hatékonyabban használjuk fel a természet adta lehetőségeinket. Hazánk jelentős kiaknázatlan forrással rendelkezik az alternatív energiák terén. A dolgozat alapkérdése annak vizsgálata, milyen gazdasági jelentőséggel bír, hogyan járulhat hozzá egy második generációs biogázüzem az energiatermelés, energiahatékonyság és energiafelhasználás összetételének javításához.

Azt látjuk, hogy az utóbbi időben megnőtt a biogáz iránti kereslet az Európai Unióban, de Magyarországon még kevésbé elterjedt a biogázból történő energiatermelés, pedig az ország adottságai megfelelőek hozzá. Míg Németországban majdnem ötezer, addig Magyarországon jelenleg 10 mezőgazdasági biogáz üzem termel, 5 áll indulás előtt, további 20 pedig épül. A biogáz előállítás – a többi megújuló energia felhasználásától eltérően – nem csak azért kap fontos szerepet, mert Földünk fosszilis energiaforrásait helyettesíteni tudja, hanem azért is, mert emellett megoldja az egyébként környezetre káros anyagok ártalmatlanítását.

Magyarországon évente 75 millió tonna hulladék képződik. Ennek közel fele a mezőgazdaságban keletkezik, amelynek a biológiailag gázosítható biomassza része 8-10 millió tonnát tesz ki, amit teljes egészében hasznosítani lehetne, és ez a hazai összes energiaellátás mintegy 50%-át fedezni tudná.

Dolgozatom célja, hogy általánosan bemutassam a biogáz gazdasági jelentőségét, valamint a második generációs biogáz üzemek gazdasági jelentőségének vizsgálatát. A megújuló energiaforrások hazai arányának legnagyobb részét ma a fatüzelésű erőművek jelentik, a szél- és biogáz üzemek ennek alig 1/6-át képezik, tehát ebben a rendszerben még rengeteg biogáz üzem számára van hely.

A tanulmányban alkalmazott módszertan alapja első lépésben annak megismerése volt, milyen szabályozói elvárások és stratégiai elgondolások érvényesülnek, mind az Európai Unió, mind a magyar kormány részéről a megújuló energia vonatkozásában. A törvényi keretek figyelembe vételét követően feltártam a biogáz hasznosítását, illetve jelentőségét. Annak alátámasztására törekedtem, hogy milyen gazdasági és környezetvédelmi előnyei vannak egy második generációs üzem megépítésének és működtetésének.

A dolgozatban kifejtett elméleti és gyakorlati példa alapján megállapítható, hogy érdemes nagyobb figyelmet fordítani erre a megújuló energiaforrásra, mert multifunkcionális: áramot és hőt is termel, lehet vele szárítani, fűteni, hűteni. Emellett a biogáz feldolgozása után járművek esetében üzemanyagként is felhasználható, valamint betáplálható a földgáz-hálózatba is.

FORGÁCS GERGELY

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Szakály Dezső
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

**A KITERJESZTETT VALÓSÁG TECHNOLÓGIÁK PROGNOZTIZÁLT PIACI
POZÍCIÓJÁNAK ELŐREVETÍTÉSE S-GÖRBÉK SEGÍTSÉGÉVEL AZ
OKOSTELEFONOK SZEGMENSÉRE**

Determining the prospective market strength of augmented reality technologies in the smartphone segment with the use of S-curves

Sosem volt még annyira aktuális a Homo technologicus elnevezés, mint napjainkban. Az ember lankadatlan vágya, hogy önmaga számára biztos és szabályozott környezetet teremtsen, mely cél megvalósításáért rendszeresen megújuló erőfeszítéseket hajt végre. Az ezredforduló utáni első és második évtized fordulóján végre nem számít anakronisztikusnak kijelentünk: a technológia korában élünk. Az innováció szerepe felértékelődött, és immár olyan iparágak is kénytelenek rá állandó költségként tekinteni, ahol korábban merev, évtizedeken át mozdulatlan struktúrák voltak a jellemzők.

Az utóbbi évek leglátványosabb, és PR szempontból legszembetűnőbb ugrását a mobiltelefon-piac hajtotta végre. Olyannyira korszakalkotó innovációs mérföldkőről van szó, mely átrendezte az eszköz funkcióinak fontossági sorrendjét, ezáltal gyökeresen átfőrdve az aktuális fogyasztói trendeket. Új termékvonalt született: a smartphone (okostelefon).

Eme új eszköz, kiforrott termékjellemzői folytán immár megfelelő bázisa lehet egy új technológiának: az augmented reality (kiterjesztett valóság - AR) termékcsaládnak.

Valóban forradalmi újdonságról van szó, mely valóra válthatja a homo technologicus régóta dédelgetett álmát, a valóság és a fikció összekapcsolását. Kis túlzással a tudományos fikció valósággá válik, képzeletünk többé nem korlátozódik egy papírlapra, vagy klaviatúrára – ismereteink és elképzeléseink transzfere valós időben és térben történik. Lebomlik a határ azelőtt amit látunk és amit látni szeretnénk; a kiterjesztett valóságban rejlő lehetőségek valóban végtelennek tetszenek.

Dolgozatom az ún. S-görbék segítségével arra kíván rámutatni, hogy a piac és a különböző infrastruktúrák felkészültek-e eme újítás fogadására.

Mikor és milyen mélységben várható a technológia eszkalálódása?

Termékjellemzőiket tekintve az okostelefonok felkészültek-e a fogadására?

Mely, már jelenlévő technológiákat szorít majd ki, ill. melyekkel lép majd szimbiózisra?

Milyen mértékű útfüggőséget és fogyasztói hűséget fog generálni?

A gazdaság mekkora szeletét lesz képes kihalászni meghatározott idő-intervallumon belül?

Kutatásom során e kérdésekre fogok választ adni.

FRANG GÉZA ATTILA

I. évfolyam

Pénzügy (M)

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

KOVÁCS DÁVID

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Duma László
adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem*

ÜZLETI MODELLEK A MAGYAR ONLINE BRÓKERPIACON

Business models on the Hungarian online brokerage market

Az évszázados múlttal rendelkező pénzügyi brókeri tevékenység jelentős változásokon ment keresztül a '90-es évek közepe óta. Az információs technológia és az Internet fejlődésével megnyílt az út az online brókeri tevékenység előtt, mely a korábbiaktól eltérő értéket kínál az ügyfeleknek: a szabadság, a kényelem lehetőségét, a hagyományosnál alacsonyabb jutalékért.

A befektetések online kezelése közel húsz éve jelent valós alternatívát a lakosság számára az Egyesült Államokban. A 2000-es évek eleje óta már Magyarországon is lehet online tőzsdézni, deviza és határidős ügyleteket kötni, az elmúlt években pedig egyre többen kapcsolódtak be ebbe a tevékenységbe. Ezen dolgozat célja a magyarországi online brókeri tevékenység vizsgálata az e-Business-elmélet alapján. Két vizsgálati pillért határoztunk meg: a kérdést az „üzleti modell” jellemzői és a „stratégiai kihívások” mentén elemeztük.

Dolgozatunk két fő fejezetre épül. Előbb az elmélet felhasználásával bemutatjuk az online brókeri tevékenység kialakulását, jellemzőit és viszonyát a hagyományos telefonos értékesítéshez képest. A szolgáltatást az e-Business elmélete alapján tipizáljuk, majd a stratégiai kihívások szempontjából értékeljük. A második fejezetben térünk rá a magyar piac tanulmányozására. A magyar piaci tapasztalatok alapján a stratégiai kihívások és válaszok azonosítása mellett tovább specifikáljuk a brókercégek üzleti modelltipológiáját. Három almodellt azonosítunk: a diszkontbróker, a független hagyományos bróker, valamint a banki háttérű brókermodellt.

FRANKÓ ORSOLYA

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Kommunikációs Főiskola

Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Kar

LACZI ANETT NÓRA

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Kommunikációs Főiskola

Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Kar

*Konzulens: Dr. Kósi Kálmán
főiskolai tanár, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

AMIKOR NEM A SZMOG AZ ÚR – HIBRID AUTÓ

When the smog is not boss – Hybrid car

Ezt a témát azért választottuk, mert valamilyen aktuális, mindannyiunkat érintő környezeti problémával szeretnénk volna foglalkozni, és ebben a témakörben általában a megújuló erőforrások témaköre, ami a legtöbbeket foglalkoztatja, így mi valami új megoldást szeretnénk volna feltárni. Így jött az ötlet: a szmog és az erre megoldás jelenthető hibrid autó.

Úgy gondoltuk, hogy ezzel kapcsolatban a tájékoztatás és a figyelemfelkeltés nem elegendő manapság egy olyan globális problémára, mint a szmog, fel kell hívni az emberek figyelmét, mert hamarosan a Föld légköre nem fogja bírni az ilyen mértékű környezet szennyezést. Természetesen nem feltétlen a hibrid autó a legtokéletesebb megoldás, de úgy gondoljuk, hogy valamilyen szinten megoldást jelenthet. Ezt szeretnénk bemutatni ezzel a dolgozattal.

GAÁL MÓNIKA

Végzés éve: 2010

Emberi erőforrások (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

HASPRAI VIKTÓRIA

III. évfolyam

Emberi erőforrások (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dániel Zoltán András
egyetemi tanársegéd, Pannon Egyetem*

**A PANNON E-OKTATÁSI KLASZTER AGENTÚRÁJÁNAK ÜGYNÖKI
TEVÉKENYSÉGE**

Brokerage of Pannon e-Education Cluster's Agency

A Pannon e- Oktatási Klaszter 2008. július 1-jén alakult meg 19 alapító taggal, köztük a Pannon Egyetemmel, amely intézmény, mint Gesztor szervezet vesz részt a klaszter tevékenységében. E között a 19 alapító tag között közép- és felsőoktatási intézmények, médiavállalkozások, valamint informatikai és elektronikai vállalkozások is megtalálhatók.

A Pannon e- Oktatási Klaszter fő küldetése a Közép-dunántúli Régióban élő emberek számára elérhetővé tenni a gyakorlatorientált tudás megszerzését az e-alapú oktatás bevezetésével.

A klaszter működését több szervezet is segíti. Ezen támogató szervezetek egyike egy klasztermenedzsment Kft., melynek feladata a klaszterrel kapcsolatos bármilyen nemű feladat irányítása és végrehajtása. Szintén támogató szervezetként jelenik meg egy reklám- és médiaügynökség, vagy más néven Agentúra, amely a klaszter tagjai számára nyújt különböző szolgáltatásokat.

Az Agentúra (reklám- és médiaügynökség) feladata a tartalomszolgáltatók által készített tudásanyag népszerű formában történő eljuttatása a régióban élő emberekhez, annak érdekében, hogy a vállalkozásaik fejlesztéséhez szükséges ismeretanyagot megszerezzék. Ezen kívül a klaszter tagjai számára a reklámidők figyelésével a keletkezett reklámidő-többlet hatékonyabb kihasználását teszi lehetővé, oly módon, hogy a reklámspotokat minél hatékonyabban próbálja megszerkeszteni.

A reklám- és médiaügynökség tevékenységét ügynöki rendszerben hajtja végre. Dolgozatunkban részletesen bemutatásra kerülnek a különböző ügynöki rendszerek, ezek jellemzői, valamint részletes történeti áttekintést vezetünk végig a kialakulásuktól egészen napjainkig. A dolgozat kutatási részében elkészített mélyinterjú során szerzett tapasztalataink és a modellek tanulmányozása után javaslatot teszünk az Agentúra számára legmegfelelőbb rendszer kiválasztására és ennek alkalmazására.

GABNAI ZOLTÁN

Végzés éve: 2010

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök (A)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulens: Dr. Bai Attila
egyetemi docens, Debreceni Egyetem*

**RÖVID VÁGÁSFORDULÓJÚ NEMESNYÁR ENERGETIKAI ÜLTETVÉNYEK
LÉTESÍTÉSÉNEK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE HAGYOMÁNYOS SZÁNTÓFÖLDI
KULTÚRÁKKAL HAJDÚ-BIHAR MEGYÉBEN**

Comparative analysis of short rotation energy poplar plantation and traditional field crops in Hajdú-Bihar county

Napjainkban a növénytermesztéssel foglalkozó kis- és közepes méretű gazdaságok jelentős nehézségekkel küzdenek, ami szükségessé teszi, hogy a területi adottságokat kihasználva a termelők megpróbálják a legésszerűbb módon hasznosítani a kezelésük alatt álló területet. Mivel a hagyományos szántóföldi növénytermesztés esetében az időjárási és piaci kockázatok miatt a gazdálkodóknak gyakran csak a kapott támogatások miatt válik jövedelmezővé tevékenységük, így véleményem szerint célszerű lenne alternatív területhasznosítási módok alkalmazását ösztönözni. Ennek egyik lehetősége az energianövények, ezen belül is a fás szárú energetikai ültetvények termesztése, ami alkalmas ezen kockázatok csökkentésére, bár ültetvényjellege miatt szűkíti a gazdaságok vetésszerkezetét, a betakarítás speciális gépigénye miatt pedig szükségessé teszi a szövetkezést, illetve bérelt betakarítógépek alkalmazását.

A vizsgálatom helyszínül szolgáló térség Derecske és környéke, ahol ténylegesen is folynak nemesnyárfajokkal kísérletek, így a beruházással és működéssel kapcsolatos adatok rendelkezésemre álltak. Az energianyár termőterületének minősége az adott gazdaságban a térségi átlagnál rosszabbnak mondható, ami aláhúzza azt a hipotézist, hogy ezen kultúrák elsősorban a gyengébb termelési körülmények között lehetnek versenyképesek.

Dolgozatomban modellvizsgálatok segítségével arra kerestem a választ, hogy milyen gazdasági feltételek mellett lehet versenyképes egy kétéves vágásfordulóú nemesnyár fafajú energiaültetvény egy, a térségben jellemző és gyakran alkalmazott vetésszerkezettel szemben. Elvégeztem az energetikai ágazat egyszerűsített beruházáselemzését a nemesnyár-ültetvény teljes élettartamára (a költségekre, a hozamokra és az árakra vonatkozó érzékenység-vizsgálattal), illetve összehasonlítottam az ágazat várható átlagos éves fedezeti összegét 3 növénytermesztési ágazat (őszi búza, kukorica, napraforgó) egy évre számított fedezeti összegével.

A vizsgált körülmények között az ültetvény jövedelmező alternatíva lehet, mind a fedezeti összege, mind a beruházás-elemzési mutatók alapján. Lehetőségek rejlenek a termelői szövetkezés, illetve a kedvezőtlen adottságú területek hasznosítása terén. Az energetikai ültetvények – amelyekben előállított alapanyagra várhatóan korlátlan kereslet lesz –, véleményem szerint a hasonló minőségű területeken optimumot képviselhetnek a jelenleg nehézségekkel küzdő szántóföldi növénytermesztés, valamint a hosszú megtérülésű erdészeti fajokkal szemben.

GADNAI JÓZSEF

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Bárány Mónika
tudományos segédmunkatárs, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

**MENNYIT ÉR AZ EMBER?
A HUMÁN VAGYON ÉRTÉKELÉSE VÁLLALATI NÉZŐPONTBÓL**

What is the value of people?
The valuation of business concerns' human assets

Az utóbbi harminc évben olyan változások történtek a gazdasági, üzleti életben, amelyek során az ember a vállalat egyszerű dolgozójából a legmeghatározóbb vagyoni elemmé lépett elő. A piac egyre inkább értékeli ezen összetevő minőségét a szervezetben. A vállalatok jövőjére nézve kulcsfontosságú, hogy képesek legyenek megtartani legjobb embereiket és népszerűek legyenek a munkaerőpiacon. A humán vagyon értékének meghatározása elengedhetetlen a vállalati vagyon reális nagyságának megállapításához és e hatalmas értéket képviselő vagyontömeg megfelelő menedzseléséhez.

A tanulmány egy érdekes megközelítés alapján gondolja át az ember értékének, pontosabban a szervezet számára nyújtott értékének meghatározását. Míg máshol csak elvétve találkozunk az ember vállalati értékelésével, a versenysport területén a csapatsportágakra jellemző a játékosok értékének meghatározása, hiszen az a játékosok adásvételekor alku során meghatározásra kerül. Elsősorban a labdarúgásban szembetűnő ez a jelenség, ezért a Sports Interactive Limited által fejlesztett Football Manager játékprogram-sorozatban alkalmazott modell segítségével bemutatom milyen tényezők hatnak egy játékos értékére. Kétségtelen, hogy vannak eltérések az üzleti világhoz képest, de ezeket minden esetben elkülönítettem.

Az alkalmazottak vállalaton belüli értékelésének alapja a munkavállalók jövedelme. A kompetencia értékének meghatározásához a jövedelmen kívül egy fejlődési mutatót is hozzárendelek, mert az alkalmazottak annál értékesebbek, minél nagyobb a bennük rejlő potenciál és gyorsabb annak kiteljesedése. A struktúrák alapja csakúgy, mint a kompetenciáé, az ember, a munkavállalók összessége. A struktúrák értékének meghatározásánál a kompetenciák értékén túl figyelembe kell venni a vállalat által elért eredményt és lekötött vagyonát. A struktúrák és a kompetenciák hatással vannak egymásra, értékeik hosszútávon azonos irányban változnak.

GÁNICS GERGELY ÁKOS

Végzés éve: 2010

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kotosz Balázs
egyetemi docens, Szegedi Tudományegyetem*

A MAGYAR BEER ÖKONOMETRIAI ELEMZÉSE

Econometric analysis of the Hungarian BEER

Dolgozatomban a magyar forint reáeffektív árfolyamát vizsgálom az 1995:Q1 és 2009:Q3 közötti időszakban, a Behavioural Equilibrium Exchange Rate (BEER) modellkeretben, amit több, közelmúltbeli empirikus tanulmány is alkalmazott (Alberola, 2008, Babetskii - Égert, 2005).

A felhasznált ökonometriai módszer a Johansen-kointegráció, amely segítségével megbecsültem a forint reáeffektív egyensúlyi árfolyamát Magyarország főbb külkereskedelmi partnereinek valutáival szemben.

A felhasznált fundamentumok a relatív termelékenység-különbséget, valamint a külföldi működőtőke befektetések GDP-hez viszonyított értékének kumuláltját. Az eredményül kapott idősort Hodrick-Prescott szűrővel felbontottuk permanens és átmeneti részre, és a megfigyelt értékeknek az előbbtől vett eltérését reálértélemben vett árfolyam-eltérésként értelmeztük. Ezáltal az utóbbi 15 évben tapasztalt három jelentős forint-reáleértékelődésről megállapítottuk, hogy modellünk szerint nem voltak indokoltak.

A fundamentumok előrejelzését alapul véve modellünk segítségével a forint jövőbeli reáeffektív egyensúlyi árfolyamát előrejeleztük, amit visszatranszformáltunk az euróval szembeni nominális egyensúlyi árfolyammá egy 2013. január 1-jei, hipotetikus ERM-II csatlakozás időpontjára.

GARDALITS DIÁNA Végzés éve: 2010 Kereskedelem és marketing (A) Károly Róbert Főiskola Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar	KOVÁCS ZSÓFIA Végzés éve: 2010 Kereskedelem és marketing (A) Károly Róbert Főiskola Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar	KÓSZÓ ÁGNES ALEXANDRA IV. évfolyam Kereskedelem és marketing (A) Károly Róbert Főiskola Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
---	---	---

*Konzulensek: Dr. Tamus Antalné
főiskolai tanár, Károly Róbert Főiskola*

*Dr. Fodor Mónika
adjunktus, Károly Róbert Főiskola*

FIATALOK ENERGIAITAL-FOGYASZTÁSI PREFERENCIÁI AZ ÉLETSÍTLUS KARATKEREK ÖSSZEFÜGGÉSÉBEN

Energy drink consumption preferences of young people based upon life-style categories

Dolgozatunkban arra helyeztük a hangsúlyt, hogy felmérjük a fiatalok fogyasztási preferenciáit, márkamegítélését, márkahűségét, fogyasztói magatartását az energiaiitalokkal szemben. Célcsoportunk az energiaiitalok legnagyobb fogyasztóközönségére irányult, a 15-25 éves fiatalokra, különös hangsúlyt fektetve a 15-19 éves korosztályra. Az elsődleges célunk az energiaiitalokhoz kapcsolódó imázs felmérése, fiatalok márkához való viszonyulása volt. További célunk a márkahűség kialakításához, illetve erősítéséhez szükséges motivációk, szokások, termékhasználat megismerése volt. A kutatásaink során figyelembe vettük a szabadidős tevékenységeket és a médiafogyasztást, ezek függvényében elemeztük és értékeltük a fiatalság elérhetőségét.

Kutatásunk során alkalmaztunk kvalitatív és kvantitatív eljárásokat egyaránt: fókuszcsoportos mélyinterjúk, standard interjúk és vaktesztek elkészítésével kívántunk választ kapni a célcsoport vásárlási magatartására. Többek között kutattuk azt is, hogy mikor és miért fogyasztanak energiaiitalt, továbbá fel szeretnénk volna tárnai, hogy a célközönség számára jelenthet-e egy energiaiital státuszszimbólumot, ezzel is erősítve a márkaértéket.

A témánk időszerűségét az adta, hogy az utóbbi években közkedvelt itallá vált az energiaiital a fiatalok körében, felkeltette érdeklődésünket, hogy a válaszadók vajon magához a termékhez, vagy az energiaiitalokhoz, mint márkához ragaszkodnak inkább. A szekunder információk és saját tapasztalataink felhasználásával kutatási célokat, hipotéziseket állítottunk fel, melyek a kvalitatív illetve kvantitatív kutatásaink eredményei alapján alátámasztottunk vagy éppen megcáfoltunk. Kutatásunk nem tekinthető reprezentatívnak, de a kapott eredmények mindenképp jelzésértékűek a témára vonatkozóan.

A dolgozatunkban feltárt eredmények, összefüggések – megítélésünk szerint – irányadók lehetnek egy esetleges, további kutatás előkészítése, lebonyolítása során a feldolgozott témában. Szeretnénk tovább vizsgálni azokat a tényezőket, amelyek befolyásolják a fogyasztók márkaválasztását az energiaiitalok terén, illetve, hogy milyen mértékben határozza meg az adott fogyasztási hely vagy szituáció az energiaiitalok fogyasztását, annak gyakoriságát, a márkaválasztást.

GAZDA ZSUZSA

IV. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

LÓDÁR PÉTER

IV. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Lukács Edit
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

GYORSÉTTERMEK PIACA MISKOLCON

Market of fast-food restaurants in Miskolc

Felgyorsult világunk egyik eredménye a gyorséttermek kialakulása, melyek már az 1990-es években megjelentek hazánkban is. Dolgozatunkban felmérjük a franchise alapú láncolatok eddigi eredményeit Miskolcon, valamint megvizsgáljuk a jövőbeli adottságokat, azaz egy gyorsétterem – mint új piaci belépő – lehetőségeit a régióban.

Egyrészt elemezzük a kínálatot, azaz a jelenlegi gyorséttermeket, azok kínálatát, szolgáltatásait. Felmérjük a város telítettségét, a jelenlévő éttermek területi elhelyezkedését, valamint azokat a szempontokat vizsgáljuk meg, melyek mindezeket a tényezőket befolyásolják. Itt vállalkozási szemszögből szeretnénk következtetéseket levonni annak érdekében, hogy kiderüljön, melyek azok a kritériumok, amelyek lehetővé teszik egy gyorsétterem sikeres működését.

Másrészt, a keresleti oldalt tekintve kérdőíves felmérés segítségével mérjük fel az igényeket a miskolci régióban. Rávilágítunk arra, hogy az emberek mennyit és milyen árszínvonalú termékekből fogyasztanak, mik azok a szempontok melyek a fogyasztók döntéseiben meghatározóak, valamint mekkora érdeklődés fogadna egy újonnan megnyitott gyorséttermet Miskolcon. Meghatározzuk a lehetséges célcsoport, és annak megfelelően állítjuk össze kérdéseinket, illetve választjuk ki kérdőíves felmérésünk alanyait.

Dolgozatunkat a következő hipotézisre alapozzuk: „Egy új gyorsétterem megjelenése a miskolci piacon nyereséges beruházás.” Célunk mindennapi tapasztalataink, véleményünk tudományos alátámasztása. Új piaci belépőként a Kentucky Fried Chicken láncolat miskolci piacra való lépésének lehetőségeit vizsgáljuk meg, így meghatározzuk jövőbeli kutatási irányunkat is.

GELENCSÉR ANNA

III. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Harsányi János Főiskola

*Konzulens: Dr. Salamon András
tiszteltetbeli főiskolai docens, Harsányi János Főiskola*

FELKÉSZÜLÉS AZ ELŐRELÁTHATATLANRA, AVAGY AZ UTASJOGOK ÉS A VIS MAIOR

Preparing for unforeseen circumstances, the passenger rights and the Act of God

A téma alapötletét egy személyes, az izlandi vulkánkitöréssel kapcsolatos élmény adta. Ennek kapcsán merült fel bennem a kérdés, hogy vajon az ilyen és ehhez hasonló vis maior események milyen hatással lehetnek a turisztikai szektor részvevőire. A kutatás során két fő csoport vizsgálatára kerítettem sort.

A szolgáltató szektor vizsgálata kapcsán – egy az izlandi vulkánkitörésről készített esettanulmányban – arra kerestem a választ, hogy a vis maior eseményeknek milyen gazdasági hatásai vannak, illetőleg az egyes országokban érvényben lévő különböző fogyasztóvédelmi és egyéb jogszabályok mennyiben befolyásolják a szektor, valamint adott esetben a különböző nemzeteket tömörítő Európai Övezet helyreállítását. Az utasoknál (fogyasztóknál) azokat a lehetőségeket (jogokat) vizsgáltam részletesen, melyek az említett esemény kapcsán – a hatályos magyar és európai uniós jogszabályok alapján – rendelkezésükre állnak. Az Európai Unió egyes tagállamainak nemzeti, illetőleg a magyar jogszabályok összehasonlító jogértelmezése során arra lettem figyelmes, hogy azonos közösségi irányelvekre feltűnően más értelemben hivatkoznak hazánkban és például a skandináv országokban. Ennek kapcsán úgy döntöttem, hogy a magyar fordítás helyett a nemzeti normák mellett az irányelveket is angolul olvasom tovább. Így amellet, hogy figyelmes lettem több releváns fordítási hibára, az is szemet szűrt, hogy míg az Európai Unió vis maior esetén az azonnali segítségnyújtást írja elő az utasoknak, addig hazánkba az átültetés során (többek között) pont ez a rövid, ám ilyen helyzetben rendkívül fontos követelmény maradt le, az irányelveket, tehát nem céljának megfelelően ültettük át.

Összességében arra a következtetésre jutottam, hogy bár az esettanulmányban világosan rámutattam arra, hogy az Európai Unió fogyasztóvédelmi jogszabályai az európai turisztikai szektor teljes helyreállítását 3-5 hónappal is késleltetik az ázsiai országokéhoz képest, mégsem nevezhetjük őket kategorikusan rossznak vagy gazdaságrombolónak. Az uniós fogyasztóvédelmi törekvések ugyanis valóban kiemelkedő védelmet biztosítanak az utasoknak, de csak egy olyan kivételes helyzetben, amikor már nem pusztán az általuk befizetett összeg, hanem az esetek többségében életük és testi épségük is veszélybe kerül, de legalábbis felbecsülhetetlen károkat szenvednek. Álláspontom szerint az, hogy az európai térségben is egy bizonyos tekintetben gazdaságilag nem túl előnyös szabályozással találjuk szembe magunkat, az nem ok arra, hogy hazánkban, mint uniós tagországban az utazásnak – azaz egy biztonságos szolgáltatásnak – ne legyen eleme, hogy az utas hazajutása szökőárnál, vulkánkitörésnél illetőleg egyéb természeti katasztrófák kapcsán biztosítva van.

Fő célkitűzésem a dolgozattal az volt, hogy egy szűk metszet kapcsán rávilágítsak arra, hogy hazánkban nem fordítanak elég figyelmet a turizmus jogi szabályozására, ami azért nagy probléma, mert a tudományterületek határán elhelyezkedő turizmus jog működési keretet ad a szektornak – összefoglalva tehát egy rossz jogi szabályozásnak komoly gazdasági következményei vannak.

GELETŐCZKI RITA

VI. évfolyam

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Markó Olga
egyetemi adjunktus, Szent István Egyetem*

ÚJ TECHNOLÓGIA ALKALMAZÁSA A KÁVÉZÁS VILÁGÁBAN, STRATÉGIÁK KIALAKÍTÁSA A FEJLŐDÉSHEZ

New technology in the world of coffee-drinking, developing strategies for progression

A világ gyorsan formálódik, fejlődik. Új trendek, technológiai irányvonalak jelennek meg. Széles körben hódít mindaz, ami modern, ami új. Ez a fejlődés látható íven igazodik a fogyasztói szokások alakulásához, hiszen a szükségletek nap, mint nap változnak és az igények magasabbra emelkednek. A felgyorsult világ, a mozgó életvitel, a vásárlói kör igényei generálják ezt a fejlődést.

Tanulmányaim alatt, a szakmai gyakorlatom kapcsán ismertem meg a kávék piacán megjelenő új technológiai megoldásokat. A kávézás területén az eddigieknél eredetibb, formatervezett, igényes kivitelezésekkel találkozhatunk.

Dolgozatomban szeretném bemutatni a fent említett területen történt innovatív változásokat, párhuzamot vonni a fogyasztói szükségletekkel, szokásokkal. Feltérképezni és kialakítani új stratégiákat, amelyek a vállalatok eszközei lehetnek, arra vonatkozóan, hogy megteremtsék a kapcsolatot a fogyasztó és a termék között.

Fontos tudni, miként viszonyul egy vállalat a változásokhoz. Látni, hogyan tud reagálni, fejlődni, mert ez a versenyképesség alapeleme. Ennek alátámasztására, dolgozatomban, a SWOT-analízis módszerét használom. Egy vállalat, aki modern termékekkel van jelen a piacon, miként tudja kihasználni előnyeit, hogyan tudja ezt prezentálni vevőinek és ebből ő mennyire tud fejlődni, profitálni, úgy, hogy elégedett legyen mind a fogyasztó, mind a vállalat maga.

GÉMESI KATALIN

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Gelei Andrea
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

**BESZÁLLÍTÓI KAPCSOLATOK A SZOLGÁLTATÁS ELLÁTÁS LÁNC KÖZPONTI
VÁLLALATÁNAK SZEMSZÖGÉBŐL**

Supplier relationship analysis – From the point of view of a service supply chain's central company

Az elmúlt évtizedekben az iparági prioritások radikális átrendeződésének lehetünk szemtanúi. A szakirodalom elsősorban a termelés ellátási láncát kutatja. Ehhez képest a szolgáltatások ellátási láncá aránytalanul sok megválaszolatlan kérdést tartalmaz. Dolgozatom kutatási területeként ezt a még feltáratlan, eddig háttérbe szorult, kevesebb irodalommal rendelkező szolgáltatások ellátási láncának kutatását választottam. Korábbi dolgozatomban (Gémesi, 2009) rávilágítottam, hogy a szolgáltatás és a termék ellátási lánc struktúrájában, folyamataiban és szereplőinek funkcióiban jelentős különbségek mutathatók ki, melyeket elsősorban a szolgáltatások specifikumai indukálnak. Jelen dolgozatomban a központi vállalat, illetve beszállítói (termék és szolgáltatásbeszállítók) közti kapcsolatok vizsgálatára fókuszálom. A beszerzési folyamat mintegy alfaját és omegáját vizsgálva, a beszállító kiválasztást meghatározó kritériumhierarchiát, majd a beszállítók értékelését befolyásoló tényezőket kutattam a termék és a szolgáltatásbeszállítók esetén.

- Az elvárt feltételeket tekintve a szakirodalom alapján a termékbeszállítók által teljesítendő szempontok között jellemzően objektív kritériumok szerepelnek, míg a szolgáltatásbeszállítóknál az objektív kritériumokat kissé háttérbe szorítják az úgynevezett „soft” elvárások.
- A beszállítói kapcsolatot befolyásoló tényezőket tekintve a szolgáltató termékbeszállítóival kialakított kapcsolatait jellemzően a versenyztető modell, szolgáltatásbeszállítóival kialakított kapcsolatait pedig az együttműködési modell írja le.

Kutatásomban vizsgáltam, vajon lehetséges-e, mi több, a központi szolgáltató vállalatok részéről indokolt-e a termék és szolgáltatásbeszállítók eltérő menedzsmentje. Kutatási területként az egészségügyi szolgáltatásokat választottam, ahol az ellátási lánc központi vállalatoként a magyar kórházak összességét definiáltam. Az intézmények illetékes személyeit egy elektronikus kérdőív kitöltésére kértem fel. A kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy az egészségügyi szolgáltatásokban lehetséges és indokolt a központi szolgáltató vállalatok és termék, illetve szolgáltatásbeszállítók megkülönböztetése:

- A központi szolgáltatók termékbeszállítóikkal rövidebb időtartamra kötelezik el magukat, szolgáltatásbeszállítóikkal jellemzően hosszabb távú partnerkapcsolat alakul ki.
- A termékbeszállítóknál az objektív szempontok hangsúlyosak, a szolgáltatásbeszállítóknál a nem számszerűsíthető „soft” tényezők dominálnak.
- A termékbeszállítóival jellemzően versenyztetető, míg szolgáltatásbeszállítóival együttműködő partnerkapcsolatot alakít ki.

A menedzsment részéről ez kiemelkedő fontosságú, hiszen lehetőség nyílik a megfelelő kapcsolattípus (versenyztetés vagy partnerkapcsolat) létrehozására, és a kölcsönös előnyökből adódóan az ellátási lánc teljesítményének optimalizálására.

GENCZLER ÉVA

I. évfolyam

Marketing (M)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Külkereskedelmi Kar

Konzulens: Dr. Fodor Mónika

füiskolai adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola

**BONYHÁD, AZ IDEÁLIS VÁROS?
BONYHÁD VÁROS LAKOSSÁGI IMÁZS-VIZSGÁLATA**

Bonyhád, the ideal town?

The social image-analysis of the town of Bonyhád

A piaci szemléletű világ – melyben élünk – megköveteli a város működésétől a marketing tevékenységet. A városmarketing a településfejlesztés egyik hangsúlyos eszköze, amelynek segítségével bővíthetők a gazdaság fejlesztéséhez szükséges források, a fejlesztések segítségével növelni lehet a város versenyképességét, vonzóvá lehet tenni a potenciális befektetők előtt. A település pozitív arculatának (ki)alakítása jelentős turisztikai vonzerőt jelenthet és „kelendővé” teszi a várost a látogatók számára.

A témaválasztás aktualitása, véleményem szerint, megkérdőjelezhetetlen ebben a piacorientált világban, melyben a felhasználó diktál, és a cél az ő igényeinek feltárása és kielégítése.

Dolgozatom célja, hogy átfogó képet adjon a városmarketingről, illetve, hogy egy lakossági kutatással szerezzek információt Bonyhád lakóinak elvárásairól, jelenlegi tapasztalatairól, ismereteiről és érzelmeiről a településsel kapcsolatban, hiszen az ország belpolitikája egyben külpolitikája is, tehát minden pozitív imázst belső célcsoporton kell, lehet megalapozni.

Munkám első fejezetében bemutatom Bonyhád városát, és rövid történetét annak tükrében, hogy a primer kutatásom során kapott válaszok megértését, város életébe való elhelyezését lehetővé tegye az olvasó számára. Ezután áttekintést adok a városmarketing értelmezéséről, alapelveiről, megvalósulásáról Bonyhádon. Fontos rész a dolgozomban a városnak, mint speciális helyterméknek, illetve a településimázs fontosságának, sajátosságainak, célcsoportjainak a vizsgálata.

Az elméleti háttér bemutatását követően a primer kvantitatív kutatásom eredményeit mutatom be, mely során 137 bonyhádi lakossal sikerült eredményesen kitöltetnem papír alapú kérdőívemet. Ezt követi a kvalitatív kutatásomnak, 4 mélyinterjúnak az értékelése, melynek szükségességét a kvantitatív kutatás eredményeinek fényében tartottam szükségesnek. A megszerzett információk alapján elkészítettem Bonyhád SWOT-analízisét és a lehetséges fejlődési irányvonalát, mely tartalmazza a jelenleg is ideális tényezőket, a fejlesztési prioritásokat és a város potenciális kitörési pontjait. Természetesen megvizsgáltam a lehetséges veszélyeket is, és összevettem a kitörési pontok koncepcióit a régió jelenlegi kínálatával.

GÍBER ORSOLYA

Végzés éve: 2010

Turizmus-vendéglátás (A)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Apáczai Csere János Kar

*Konzulens: Dr. Darabos Ferenc
főiskolai docens, Nyugat-magyarországi Egyetem*

AZ ÜZLETI TURIZMUS LEHETŐSÉGEINEK FELTÁRÁSA A TATABÁNYAI IPARI PARK PÉLDÁJÁN

Exploration of the opportunities of business tourism based on the example of
Tatabánya Industrial Park

Kutatásom alapkérdései a következők: Van-e az ipari parkoknak idegenforgalma? A tatabányai iparterület működése miként hat a település vendégforgalmára, valamint milyen fejlődési lehetőségeket biztosít a város számára?

Felvetésem bizonyításához számos szakirodalmat és újságcikket átolvastam, de ilyen megközelítésben még nem foglalkoztak a témával. A dolgozatban bemutatott elméletek és eredmények személyes kutatáson alapulnak, hiszen csak így érhető el reális kép a vizsgált témakörben. Személyes interjúk és kérdőíves terepmunka segítségével gyűjtöttem össze a szükséges és elérhető információkat.

Az országban számos ipari park működik, melyek állandó vendégforgalmára ugyan néhány helyen már felfigyeltek, de országos jelentőségre még nem tett szert. Ebbe a sorba tartozik az általam vizsgált település is, így a téma részletesebb megismerésének érdekében célként tűztem ki az ipari park Tatabányával való kapcsolatának vizsgálatát. Arra kerestem a választ, hogy a létesítmény milyen hatással van a város mindennapi életére, miként befolyásolja azt az üzleti turizmus megjelenése. Érdekelt továbbá, hogy milyen idegenforgalmi lehetőségeket rejt az ipari park, és mit tehet ezek kiaknázásának érdekében a város vezetése.

A kutatás során bebizonyosodott, hogy a felvetésnek van létjogosultsága, hiszen az ipari parkok nemzetközi kapcsolatrendszereik révén folyamatos vendégforgalmat generálnak partnereik és munkatársaik látogatásai kapcsán, akik számára turisztikai szolgáltatásokat vesznek igénybe. Ahhoz azonban, hogy ennek előnyeit a város ki tudja használni, jelentős és igen összetett városfejlesztési tevékenységre van szükség.

A város tökevonzó erejétől és fejlesztési hajlandóságától függően növelhető a városban eltöltött külföldi vendégéjszakák száma, ami a vizsgált város, Tatabánya esetén 100%-os növekedést eredményezhetne, amennyiben a szükséges feltételek biztosításával fel tudná venni a versenyt a szomszédos, idegenforgalmilag erős pozíciójú város, Tata vonzerejével.

GÖBLYÖS GERGŐ

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Földi Katalin
főiskolai tanársegéd, Szolnoki Főiskola*

**AZ ÁRUFORGALMI FOLYAMAT ELEMZŐ VIZSGÁLATA A
COOP SZOLNOK ZRT.-NÉL**

Analysing the process of the goods turnover at Coop Szolnok Plc.

A multinacionális vállalatok terjeszkedése következtében, egyre nagyobb lett a verseny a kereskedelmi egységek között. Magyarország – a környező országokhoz képest – rendkívül nyitott, az új vállalkozások irányában, így korlátlan számban települtek az újabb és újabb kiskereskedelmi egységek hazánkban. A korábban kiépült szervezetek számára, ezért elengedhetetlenül fontos lett, hogy versenyképesek maradhassanak, és megtartsák a vásárlóikat, és újabb potenciális fogyasztók felé nyissanak.

Témaválasztásom oka elsősorban az, hogy elemezzem, és számadatok elemzésével alátámaszom, hogy ebben a helyzetben, amikor egyre nagyobb a verseny, hogyan tudnak a szupermarketek fennmaradni, és piaci részesedés tekintetében a vezető helyen maradni. Dolgozatom célja, igazolni azt, hogy van jövője – a hipermarketek és multinacionális vállalatok mellett – a szupermarketeknek is, képesek felvenni a versenyt és alkalmazkodni az új körülményekhez, vásárlói szokásokhoz. Célom: egy átfogó és széles képet adni az áruforgalmi folyamatokról, a kapott adatok felhasználásával a Coop Szolnok, Tiszavidék áruház kereskedelem és gazdaságtani elemző vizsgálata által bemutatni, hogyan tudnak ebben az erős piaci versenyben előkelő pozíciót elérni, hogyan tudnak versenyben maradni, az erős konkurencia mellett.

Dolgozatomban azért választottam a Tiszavidék áruház elemzését, mivel a forgalmi adatok tekintetében a Coop Szolnok Zrt. boltjai közül az első 3 hely valamelyikén áll, a városközpontban a buszpályaudvar közelsége további vonzerőt jelent a vásárlók számára. Pozitív tapasztalat, hogy a mai nehéz gazdasági helyzetben, sorra zárnak be az üzemek és egyre több munkavállaló veszíti el munkahelyét, a Coop Szolnok Zrt.-nél eddig nem került sor létszámleépítésre. A boltvezetői értekezleten, termékbemutatón, különféle rendezvényeken és a különböző boltokban szerzett tapasztalatok alapján megállapíthatjuk, hogy előkelő pozícióban van a vállalat, van jövője a szupermarketeknek, mert a fogyasztók nagytöbbsége a napi fogyasztási cikkek vásárlását még mindig a kisebb üzletekben bonyolítják le.

GODÓ GABRIELLA

IV. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

SÁRA ERIKA KATALIN

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Tamus Antalné
főiskolai tanár, Károly Róbert Főiskola*

A ZÖLDTEA HAZAI TÉRHÓDÍTÁSA

The conquest of green tea in Hungary

A témaválasztásunk oka, hogy mindketten rendszeres zöldteafogyasztók vagyunk, ezen felül pedig családi, illetve baráti körünkben is nagyon sok olyan személy található, akik naponta hódolnak a különböző teafélék által nyújtott élvezeteknek. Nagyon kíváncsiak voltunk arra, hogy az általunk megkérdezett emberek mi alapján választják ki a számukra megfelelő teaféléket, hol vásárolják azt, mennyi teát fogyasztanak és milyen teafogyasztási jellemzőkkel rendelkeznek.

Mivel nagyon kevés szekunder információ állt a rendelkezésünkre a zöldteáról, ezért arra a következtetésre jutottunk, hogy többféle primer kutatási módszer alkalmazásával vizsgáljuk a piac jellemzőit.

A dolgozat első fejezete a szekunder információkat tartalmazza, ahol bemutatjuk a tea történelmét, kereskedelmét, a zöldtea jellemzőit és jótékony hatásait. A második részében pedig a primer kutatásaink szerepelnek, ahol a célkitűzéseinkre kerestük a válaszokat egy-egy kutatás lebonyolítása során. Az alkalmazott módszerek: a fókuszcsoportos mélyinterjú, vakteszt és kérdőíves megkérdezés, standard interjú. Célkitűzéseink között szerepelt többek között, a férfiak és nők zöldteafogyasztással kapcsolatos motivációi, szokásai és attitűdjei, a rendszeres zöldteafogyasztókat elsődlegesen befolyásoló tényezők feltárása egy vásárlás alkalmával valamint különböző zöldtea márkákhoz kapcsolódó attitűdök megismerése.

A kérdőíves megkérdezés, illetve a fókuszcsoportos mélyinterjú során kíváncsiak voltunk melyik a legismertebb, illetve a legtöbbet fogyasztott teafajta Magyarországon. Célul tűztük ki, a nemek közti tea fogyasztási különbségek feltérképezését, a zöldteáról való vélekedések megismerését és a rendszeres zöldtea fogyasztók vásárlási magatartásának feltárását is.

A vakteszt során is választ kaptunk a célkitűzéseinkre: a férfiak és nők zöldteafogyasztással kapcsolatos szokásai, a rendszeres zöldteafogyasztók zöldtea ízesítési szokásai, illetve a különböző zöldtea márkákhoz kapcsolódó attitűdök megismerése.

A kutatások lebonyolítása után számos következtetésre jutottunk, melyek a dolgozatunk lezárásaként kifejtésre kerültek.

GOMBOS ERZSÉBET

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Dunaújvárosi Főiskola

VARGA BABETT

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Dunaújvárosi Főiskola

*Konzulens: Csányi Tamás
gazdasági tanár, Dunaújvárosi Főiskola*

**AZ EURÓ BEVEZETÉSE – AZ EURÓPAI UNIÓ ÉS MAGYARORSZÁG
JELENTÉSEI**

The introduction of the Euro – Reports of the European Union and Hungary

Magyarország 2004-es Európai Unióhoz való csatlakozásakor kötelezettséget vállalt arra, hogy hasonlóan a többi tagállamhoz bevezeti a közös valutát, amint teljesíti a csatlakozás feltételeit. Az euró átvétele jelentősen befolyásolja a gazdaság működését, hatással lesz a társadalomra és teljesen új lehetőségeket teremt. Hazánk nemzetközi megítélése is jelentős lépéssel javulna. Az euró zónához való csatlakozáshoz azonban szigorú kritériumoknak kell megfelelnünk.

Dolgozatunkban Magyarország jelenlegi helyzetét kívánjuk bemutatni az euró bevezetésének szempontjából, az Európai Unió elvárások és kritériumok lépcsőin. Valamint kitérnénk olyan intézkedésekre, amelyeket a kormány annak érdekében hoz, hogy hamarabb csatlakozhassunk a közös fizetőeszközt használókhoz.

GÖMÖRI NÓRA

II. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Nyíregyházi Főiskola

Gazdasági és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Filep Gyula
főiskolai tanár, Nyíregyházi Főiskola*

A MINŐSÉGIRÁNYÍTÁS FONTOSSÁGA A VEVŐIGÉNYEK KIELÉGÍTÉSÉBEN

Importance of quality management in the satisfaction of customers' demands

A téma, amit választottam egy valós vállalkozáson, az INNOTEM Kft. teljesítményén keresztül bemutatni a minőségirányítás fontosságát a vevőigények kielégítésében. A téma aktuális, hiszen a piacon egyre nagyobb a verseny, egyre nehezebb működésképes, esetleg nyereséges vállalatot vezetni. Egyre nehezebb a folyamatosan növekvő és bővülő fogyasztói igényeket kielégíteni, a minőségügyi szabványoknak és a környezetvédelmi előírásoknak megfelelően gazdaságosan termelni, profitot realizálni. minőségirányítás fontosságát a vevőigények Az Innoteam Kft., 2010-ben ünnepli 20 éves születésnapját. Ez azt jelenti, hogy a rendszerváltás óta működik sikeresen az ország egyik leghátrányosabb helyzetű kistérségében. A vállalat teljesítménye éppen ezért kiemelkedő.

A dolgozatomban bemutatom a vállalkozást, megvizsgálom, hogyan valósul meg a minőségirányítási rendszer, a minőségpolitika, elemzem a cég ügyfeleit, versenytársait, és felmérem a vállalat elért teljesítményét a különböző szempontokban a vevők elégedettsége alapján.

A dolgozatomban vizsgálati módszerként statisztikai számításokat, lánc- és bázisviszonyszámokat, majd analitikus trendszámítást alkalmazok. A vevőelégedettséget kérdőív és telefonos interjú segítségével mérem fel.

Statisztikai számításokkal értékeltem a vállalat teljesítményét. A kérdőíves vizsgálatból kiderül, hogy milyen azonnali intézkedésekre van szükség. A fontossági-teljesítmény mátrix alapján megállapítható, hogy a vállalkozásnak arra kell törekednie, hogy a stratégiai hátrányokat legalább kielégítő kell tennie, a kielégítő feltételeket mielőbb stratégiai előnyökké változtatni. Az előnyöket, pedig ha lehet, akkor túl jó paraméterekké változtatni. A telefonos interjú alapján további megfontolásra érdemes javaslatokat tettem.

GÖRÖG GEORGINA

Végzés éve: 2010

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök (A)

Szegedi Tudományegyetem

Mérnöki Kar

*Konzulens: Dr. Marosi Tibor
főiskolai docens, Szegedi Tudományegyetem*

A CSR ÉS A MAGYAR VALÓSÁG

CSR and the Hungarian reality

A vállalatok társadalmi felelősségvállalása napjainkban mind globálisan, mind pedig az Európai Unió szintjén egyre fontosabb fogalommá válik. A vállalati felelősség ma már egyre több nagyvállalat üzleti stratégiájának szerves részét képezi.

A vállalatok társadalmi felelőssége azt jelenti, hogy a cégek nagyobb felelősséget vállalnak a társadalomra és a környezetre gyakorolt hatásuk következményeiért.

Munkám során a magyarországi vállalatok társadalmi felelősségvállaláshoz (CSR) való viszonyát vizsgáltam. Célom az volt, hogy ismertessem a felelősen gondolkodó, CSR tevékenységet alkalmazó vállalatok eredményeit, majd ezt összevettem az olyan vállalatokéval, akiknél nem jelenik meg a CSR politika. Az ország két különböző területét (Dél-Dunántúli régió, Közép-Magyarországi régió) kiemelve szeretném a CSR-rel kapcsolatos eltéréseket bemutatni.

A hazai helyzetet egy kérdőíves felméréssel mértem fel és elemeztem.

Két típusú kérdőívet állítottam össze, az egyik azon vállalatok számára, akik foglalkoznak CSR tevékenységgel („A” kérdőív), a másik pedig azon vállalatoknak, akik nem foglalkoznak CSR-rel („B” kérdőív).

Összességében megállapítottam, hogy hazánkban is növekszik azon vállalatok száma, akik tudatosan és módszeresen foglalkoznak a témával, azonban több minden tisztázatlan e fogalom körül. Úgy gondolom, ha nem is reprezentatív minta alapján, de sikerült érzékeltetnem, hogy összességében hazánk különböző régiói között különbségeket tudunk kimutatni a CSR ismertségét, alkalmazását illetően.

Ezzel a munkával szerettem volna gondolatébresztőként fellépni, mert szerintem hazánkban ez kialakulóban lévő terület, érdemes vele tovább foglalkozni, még abban az esetben is, ha számos kritika éri.

GRÉCZI PIROSKA

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Gyenge Balázs
egyetemi adjunktus, Szent István Egyetem*

*Lévay Zoltán
kommunikációs osztályvezető helyettes, Szépművészeti Múzeum*

*Szabó Dávid
marketing tanácsadó, Szépművészeti Múzeum*

**MARKETINGESZKÖZÖK ALKALMAZÁSA A KULTÚRA TERÜLETÉN
(SZÉPMŰVÉSZETI MÚZEUM)**

Application of marketing elements in field of cultur (Museum of Fine Arts)

Dolgozatomban a Szépművészeti Múzeum marketingeszközeit vizsgáltam és mindemellett az ifjúság kulturális szokásait. A múzeumok versenytársának a szabadidős tevékenységeket tekintjük, ezért megvizsgáltam az ifjúság kulturális szokásait is, összehasonlítva a kutatásom során az idősebb korosztály szokásaival. Az utóbbi évtizedekben jelentős változások következtek be az ifjúság szabadidős, azon belül is a kulturális szokásaikban, ezért is tartom még fontosnak a fiatalok vizsgálatát.

Alaphipotézisem, hogy az ifjúság nagyon keveset látogat el egy-egy kulturális helyszínre.

A kutatásom célkitűzései a következők:

Szakirodalmi áttekintéshez kapcsolódó célkitűzéseim:

- C1: A Szépművészeti Múzeumról való információszerzés.
- C2: Az ifjúság szabadidős, illetve kulturális tevékenységeinek megismerése.

Kvalitatív kutatáshoz kapcsolódó célkitűzéseim:

- C3: Az ifjúság szabadidős, illetve kulturális szokásainak megismerése összehasonlítva az idősebb korosztály szokásaival.

Kvantitatív kutatáshoz kapcsolódó célkitűzéseim:

- C4: Megvizsgálni az ifjúság múzeumlátogatási szokásait, mely tényezők befolyásolják őket a látogatások alkalmával és milyen tényezőket tartanak fontos a választás során.

Saját kutatásom két részből állt, egy fókuszcsoportos vizsgálatból és egy standardizált, önkitöltős kérdőívből. A kutatás során bebizonyosult, hogy az ifjúság a kevés szabadidő és a drága jegyárak miatt látogatja kevesebbet a múzeumokat.

GRÓF GÁBOR

Végzés éve: 2010

Pénzügy (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Zéman Zoltán
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

**A PÉNZÜGYI STABILITÁS VIZSGÁLATA NÉHÁNY ISMERT CSŐDMODELL
TÜKRÉBEN, MINTAVÁLLALKOZÁS A GALGA-COOP ZRT.**

Analysis of financial stability in scope of widely accredited bankruptcy prediction models based on the investigation of Galgacoop Close Corporation

A pénzügyi stabilitás a vállalatok számára elengedhetetlen fontosságú. Dolgozatom témájául egy kereskedelemmel foglalkozó cég, a Galga-Coop Zrt. pénzügyi stabilitásának vizsgálatát választottam. A kutatási témám kiválasztásakor úgy gondoltam, hogy olyan témát és ez esetben olyan céget választok dolgozatomnak, mely működését behatóbban ismerem.

Dolgozatomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy a társaság pénzügyi helyzete biztosítja-e a további stabil működést és szeretném felhívni a figyelmet arra, hogy az esetlegesen negatív irányú tendenciák megváltoztatása mely esetekben létfontosságú a további sikeres működéshez.

A tanulmány elkészítésének első lépése a szakirodalmi háttér feltárása, mind hazai, mind külföldi viszonylatban. Dolgozatomban 12 különböző csődelőrejelző modell mellett számos ismert pénzügyi mutatószámot vizsgálok. Számszaki példán keresztül értékelem eredményeiket, továbbá összevetem az egyes modellek előnyeit és hátrányait.

Elképzelésem, hogy a társaság érdekeit szem előtt tartva, valósághűen elemezzem a társaság pénzügyi stabilitását 2005 és 2009 között. A vizsgálat során az éves beszámolók adatait, az azokból képzett mutatószámokat és modelleket használom fel, melyek vizsgálatát különböző szakirodalmi művekre támaszkodva hajtom végre. A vizsgálat eredményeit ábrák és táblázatok segítségével mutatom be.

GROSZNÉ SZENTIRMAI MÁRTA

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Bárczi Judit
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

VÁLLALATÉRTÉKELÉS ÉS GOODWILL EGY INGATLANBERUHÁZÓ VÁLLALAT SZEMSZÖGÉBŐL

Company appraisal and goodwill from the viewpoint of a property-investor enterprise

Vizsgálati munkám alapvető célja az, hogy az ingatlanpiac sajátos körülményeihez legjobban igazodó vállalatértékelési módszert megtaláljam, amellyel a piac karakterisztikája legmegfelelőbben összeegyeztethető, és amely segítségével a legpontosabb eredmények elérhetőek.

Pályázati munkám a vállalatértékelés témakörének elméleti és gyakorlati megközelítését mutatja be. Elsőként a vállalatértékelést szakirodalmi szempontból közelítem meg, ismertetem annak célját, eszközeit, legfontosabb módszereit, alapjait.

Ezután a Plaza Centers N.V. ingatlanfejlesztő és -beruházó vállalat adatain keresztül a cég felépítését és tevékenységét mutatom be, majd Porter 5-erő modellel, BCG-mátrixszal, és SWOT-analízissel értékelem a vállalatot.

A dolgozat harmadik részében elsőként tőzsdei kapitalizációt alkalmazok a jelenlegi vállalatérték kalkulálásához; majd második módszerként a vállalat aktív projektjeinek maradványértékelés-módszerrel meghatározott értékéből, végül harmadik eljárásként piaci összehasonlító módszerrel becsülöm meg a vállalatértéket, melyhez a Global Trade Centre adatait használtam fel.

A vizsgálatok eredményei azt mutatják, hogy az ingatlanpiac sajátosságai miatt érdemes a vállalatértékelést több eljárással is elvégezni; továbbá az ingatlanvállalatok esetében a múltbéli adatok nagyobb biztonsággal használhatók fel vállalatértékelés céljára, mint jövőbeli előbecsült jövedelmek, mivel az ingatlanpiac lassú és sok esetben bizonytalan mozgása kiszámíthatatlan.

GUBA RENÁTA III. évfolyam Gazdálkodási és menedzsment (A) Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar	KOVÁCS ÉVA IV. évfolyam Nemzetközi gazdálkodás (A) Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar	MOLNÁR ESZTER III. évfolyam Gazdálkodási és menedzsment (A) Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
--	---	--

*Konzulens: Lukács Edit
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

A NŐK GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI SZEREPÉNEK VÁLTOZÁSA AZ EURÓPAI UNIÓBAN ÉS MAGYARORSZÁGON

Changing of the women's role in the social and economical life according to the European Union
and the Hungarian aspects

Meglehetősen érdekesítőnek találjuk a mai nő irányában élő elvárásokat, és azt, ahogyan ezek a történelem folyamán kialakultak.

Továbbá a jövő leendő üzletasszonyaiként, nekünk is szembe kell majd néznünk a karrier és a család együttesének kihívásaival. Meg kell találnunk azt a középutat, amely lehetővé teszi, hogy közgazdászként, nőként és anyaként egyaránt érvényesülni tudjunk, sőt mi több, sikeresek legyünk. Az alapvető hipotézisünk az, hogy „bármilyen lehetsz, ami lenni akarsz”. De vajon, fel kell adnunk ezért az ősi ösztönös szerepünket? Érvényesülhet egymás mellett a biológiai nem és a társadalmi nem? Milyen változás várható az emancipált nők esetében a jövőre nézve?

Bízunk benne, hogy a dolgozatunk végére választ kapunk ezekre a kérdésre, illetve bizonyítást nyer felvetésünk.

Dolgozatunkat alapvetően négy nagy kutatási területre osztható.

Az első részben az elméleti megközelítést szeretnénk bemutatni. Ebben a Gender-tudományok és a feminizmus közötti különbségeire szeretnénk rávilágítani.

A következő nagy fejezetben pedig a világviszonylat aspektusaiban vizsgálódunk. A GGI (Global Gender Gap Index) segítségével mutatjuk be a nők helyzetének differenciálódását a fejlődő és fejlett országok között.

Harmadik területként a hazai viszonyokat valamint magyarországi sikeres nők életpályáját boncolgatjuk javaslatokat téve a jövőre nézve.

Továbbiakban az Európai Unió és Magyarország szabályozásának és jogi hátterének tükrében vizsgálódunk a való életből merített esetek elemzésével.

Végezetül alapvető koncepciónk, cáfoljuk vagy bizonyítjuk konkrét válaszokat kapva a kezdetekben feltett hipotézisekre. Majd ez alapján jövőbe való kitekintés, a nők helyzetének várható előrejelzése Magyarországon.

GYENGE ORSOLYA

I. évfolyam

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (M)

Debreceni Egyetem

Közgazdaság- és Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Gáll József Mihály
egyetemi docens, Debreceni Egyetem*

**A HATÉKONY PIACOK ELMÉLETÉNEK BEMUTATÁSA ÉS EMPIRIKUS
TESZTELÉSE A 2008-AS VÁLSÁG KAPCSÁN**

Presentation of the efficient market hypothesis, and its empirical tests related with
the global crisis in 2008

Eugene F. Fama-nak a közel 40 éves elméletét érdemes újból megvizsgálni. A hatékony piacok elmélete azt mondja ki, hogy a piacon minden elérhető információ azonnal beépül az árfolyamokba, és így ezek birtokában nem lehet rendkívüli hozamokat elérni. A 2008-as válság folyamán újból előtérbe került az elmélet és annak kritikái. Sok közgazdász úgy vélte, hogy a globális válságnak nem lett volna szabad bekövetkeznie, ha tényleg működik az elmélet. Sokan tették fel a kérdést, hogy amikor már tudták, hogy recesszió van, ki lehetett-e volna használni ezt az információt, és így extra hozamokra szert tenni. Ezért is van értelme újra megvizsgálni a kritikákat, hogy mik is az elmélet gyengeségei.

A tanulmányomban bemutatom a legjelentősebb lépéseket, hogyan is alakult ki az elmélet, milyen módszertani és matematikai alapok voltak szükségesek ehhez. Továbbá készítettem egy összefoglalót a szakirodalomról, más szóval, milyen kritikákat fogalmaztak meg az elmélettel szemben, és ezek hogyan alakultak idő folyamán. Ezután azt tanulmányoztam, hogyan is lehet összekapcsolni az elméletet és a 2008-as válságot. Az empirikus vizsgálatom során az volt a cél, hogy igazoljam, hogy az elmélet fenntartható-e a válság ideje alatt is. Magát az elméletet, ahogy azt a szakirodalomban szokás, közvetetten teszteltem az egyik tulajdonságára. Az árfolyamnak elméletileg bolyongó mozgást kell követnie, így a hozamoknak időben függetleneknek kell lenniük egymástól. Ez az elmélet gyenge formájának az igazolása. Így tehát a részvények, indexek, és az €/ \$ árfolyam hozamaira végeztem egy el autokorrelációs vizsgálatot GRETL 1.9.1. verziójú programmal. Ez annyit tesz, hogy van-e korrelációs kapcsolat az időben egymást követő hozamok között.

2000-től 2007. év végéig lefuttatott teszt során némi autokorreláció mutatkozott, ám ezt összevetve Fama egyik tanulmányával nem bizonyult jelentősnek. Ugyanez a megállapítás a válság utáni időszakra is (2009 tavaszától 2010 őszéig) érvényes. Viszont a válság ideje alatt tényleg adódott korreláció a hozamok között. Ám felmerült a kérdés, hogy vajon az eredményül adódó autokorreláció mennyire is volt jelentős. Ezért elvégeztem egy regresszió analízist a legkisebb négyzetek módszerével két időszakra. 2000 és 2007 között igaz, hogy szignifikánsnak mutatkoztak a regressziós főegyütthatók ott, ahol az előbbi teszt során korreláció mutatkozott, de a modellnek nem volt nagy magyarázó ereje. Így elmondhatjuk, hogy hatékonynak bizonyult a piac erre az időszakra. A válság időszakára viszont ismét az adódott, hogy van kapcsolat a hozamok között. Így az a következő megválaszolendő probléma, hogy ezeket az információkat hogyan lehet hatékonyan kihasználni, és milyen stratégiával.

GYÖNGYÖSI ANETT

Végzés éve: 2009

Emberi erőforrások (A)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Király Zsolt
adjunktus, Károly Róbert Főiskola*

**MUNKANÉLKÜLISÉG ÉS EGYÉB GAZDASÁGI, TÁRSADALMI JELLEMZŐK AZ
ÉSZAK-MAGYARORSZÁGI RÉGIÓBAN**

Unemployment and other economic, social characteristics in the North Hungarian region

A munkanélküliség nem egyéni probléma, hanem nagyfokú gazdasági és társadalmi feszültségekkel is jár. A megoldásra való törekvés állandó feladatot jelent az országnak, a kormánynak, a szociális és munkaügyi szervezeteknek. Nagyon érzékeny témának és társadalmilag súlyos problémának tartom ezt a jelenséget, ezért választottam dolgozatom témájának. Ezen belül külön hangsúlyt fektetek az Észak-magyarországi Régió kistérségeinek munkanélküli különbségeire és ezek okaira. Azért Észak-magyarországot választottam, mert ebben a régióban élek és a munkanélküliek száma országos viszonylatban itt az egyik legmagasabb. Dolgozatomban statisztikai adatokat, vizsgálatokat elemezve azt szeretném bemutatni, hogy a három megye (Heves-, Nógrád- és Borsod-Abaúj-Zemplén megye) kistérségeinek munkanélkülisége mennyiben tér el egymástól és mik az okai ennek a különbözőségnek.

Dolgozatom első szakaszában, a téma elméleti hátterének vizsgálatakor a munkanélküliséget igyekeztem változatos irodalmi forrásokat használva röviden tárgyalni, nem elveszve a részletekben. Fontosnak tartottam a munkanélküliség mérési problémáiról néhány szót ejteni, hiszen dolgozatom nagy részét képezik statisztikai adatok és az ezekből történő következtetések. Dolgozatom második szakaszában az Észak-magyarországi Régiót mutatom be, a kistérségek munkanélküliségének eltérését és ennek okait vizsgálom, majd szót ejtek ezek lehetséges megoldásairól, terápiairól.

GYÓRFI KATALIN

II. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

SZABÓ-HEVÉR JUDIT

II. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Tamus Antalné
főiskolai tanár, Károly Róbert Főiskola*

*Dr. Király Zsolt
adjunktus, Károly Róbert Főiskola*

**MAGYARORSZÁGI KÖZÉPVÁROSOK VIZSGÁLATA TELJESÍTMÉNYÜK
TÜKRÉBEN**

Examination of Hungarian middle-sized town in Hungary in light of their performance

Napjainkban egy település akkor válhat sikeressé és léphet a fejlődés útjára, ha rendelkezésre álló erőforrásait maximálisan ki tudja használni, vagyis teljesítménye alapján is érdemes arra. A területi – jelen esetben városi – teljesítménynek gazdasági és társadalmi értelmezése egyaránt jogos, így annak tényezői alatt nem csak a jövedelem, az infrastrukturális ellátottság, egyéb gazdasági és társadalmi statisztikai mutatók értendők, de a települések (városok) egyes funkciói, szolgáltatásai, adottságai, rész- és rés piacai is. A települések életében fontos, hogy magas színvonalú szolgáltatásokat nyújtsanak, megfelelő legyen a közbiztonság, a természeti környezet és a helyi lakosok vendégszeretete, a fejlődésben pedig fontos szerepet játszik a vállalkozási hajlandóság és a potenciális külső befektetőkben kialakult település-imázs.

Dolgozatunkban ezen összefüggéseket elemezzük általunk kiválasztott harmincnégy magyarországi középvárosra irányuló szekunder (statisztikai elemzések), illetve három város, Gyöngyös, Kazincbarcika, Kiskunfélegyháza esetén primer kutatás (kérdőíves imázs-vizsgálat) segítségével.

Célunk, hogy feltárjuk az egyes városok teljesítményei közötti különbségeket, azok okait, s rávilágítsunk arra, hogy szimplán statisztikai mérőszámok figyelembevétele önmagában kevés, a településről kialakult kép és az azt befolyásoló elemek is fontosak.

GYÖRGY ÁDÁM IV. évfolyam Gazdálkodási és menedzsment (A) Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar	CSÁK MÁTÉ IV. évfolyam Gazdálkodási és menedzsment (A) Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar	BALASSA TAMÁS IV. évfolyam Gazdálkodási és menedzsment (A) Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
--	--	--

*Konzulens: Hortoványi Lilla
tanársegéd, Budapesti Corvinus Egyetem*

STARBOARD: AZ INNOVÁCIÓ SZEREPE EGY SIKERES ÜZLETI STRATÉGIÁBAN

Starboard: The role of innovation in a successful business strategy

Egy üzleti stratégiát sok apró kidolgozott részlete teszi sikeressé. Dolgozatunkban mi ebből a komplex rendszerből az innovációs képességet emeljük ki és vesszük nagytól alá. Kérdésünk, hogy megéri-e az innovációnak kiemelt szerepet biztosítani a vállalat stratégiájában? Ha igen, mitől sikeres egy ilyen stratégia? Melyek azok az esetek, amikor nem működik jól, és milyen környezetben alkalmazható sikeresen? Mivel jellemezhető egy sikeres innováció?

Ezekre a kérdésekre keresünk választ munkánk során. A kapcsolódó szakirodalmat több szempontból is megvizsgáljuk, mind a stratégiaalkotás, mind az innováció gondolköréből kiindulva. Az elméletek összevetése után megvizsgáljuk a Starboard nevű, szörfdeszkák fejlesztésével és gyártásával foglalkozó vállalatot, amely annak ellenére, hogy nem tipikusan high-tech iparágban tevékenykedik, mégis, innováció alapú stratégiájával évek óta a piac kiemelkedően sikeres szereplője.

Kutatásunk végeztével arra a következtetésre jutunk, hogy erősen versenyző környezetben a siker kulcsa a folyamatos, fogyasztóorientált innováció. A fogyasztóorientált innováció pedig nem azonos a technológiai fejlesztéssel – a fogyasztói igény nem feltétlenül technológiai jellegű, így középpontba helyezése akár technológiai visszalépés árán is szükséges. Az innováció megtörése kudarchoz vezethet, így ennél még a könnyen másolható újítás, vagy akár az „ál-innováció” is sikeresebb – ez esetben a vállalat kommunikációja jut kiemelkedő szerephez. Nem a technológiai előrelépés az elsődleges, hanem a fogyasztó tetszésének elnyerése. Éppen ezért különösen fontos, hogy ne csak a versenytársakra, de az iparágon kívüli helyettesítőkre is figyelmet fordítsunk.

GYÖRGY LÁSZLÓ

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Gaál Zoltán
egyetemi tanár, Pannon Egyetem*

SZERVEZETI KULTÚRA LEÍRÁSA CAMERON QUINN MODELLJÉVEL

Oganizational culture analysis with Cameron Quinn-model

Turbulens piaci környezetünkben és globalizált világunkban egy szervezet sem érezheti biztonságban magát. A környezeti változások időbeni felismeréséhez, elengedhetetlen a megfelelő szervezeti kultúra. Az instabil környezet olyan mederbe sodor egyes szervezeteket, hogy a stratégiaalkotáson túl, a vállalati kultúrát is változtatni kell. Ahhoz, hogy időben szembesüljünk ezzel a ténnyel, elengedhetetlen a vállalati kultúra ismerete és a szervezet tagjainak akarata. A felismerést követően, ellengethetetlen, hogy ne tájékozódjunk a jelenlegi és kívánt vállalati kultúráról. Dolgozatomban megállapítottam, egy vállalat jelenlegi kultúráját, mely nem egyezik meg a kívánt kultúrával. Véghezvittem a mélyebb rétegek kultúra tipologizálását. Összehasonlításokat végeztem, amelyekből az alábbi feltevések következtethetők.

- a) A rétegek mélyebb vizsgálatának eredményeként kimutattam a cég egyes részeinek gyenge pontjait, amelyek felszínre kerülhetnek a kultúra váltás során. De ettől eltekintve is koordinálást igényel.
- b) A telephelyek felső vezetőinek jelenlegi kultúráját vizsgálva, eltéréseket tapasztaltunk. Továbbá a kívánt kultúra a jelenlegi kultúrát módosítja, ezzel a jelenlegi „bevált” kultúra változni fog, ha a kultúra nagyobb mértékű mozgásba kezd
- c) Teljesebb képet kaptunk arról, hogy nincs egységes kultúra a középvezetők között. A középvezetők telephelyenkénti kívánt kultúrájának vizsgálatokor nagymértékű változás volt kimutatható a jelenlegihez viszonyítva. A klán kultúra felé történő nyitás közös pontként értékelhető. Figyelemre méltó lesz a cég kultúraváltásánál, a középvezetői réteg változása. Ez a réteg, komoly kontrollt fog igényelni.

A vizsgálataim kimutatták, hogy indokolt egy kultúra váltást biztosító program kidolgozása a cégnél. A program kultúraváltás módszerének megválasztásakor, és a további folyamatok kezelésekor, figyelembe kell venni azokat a vizsgálatokat, amelyeket a Cameron Quinn-moddellel sikerült elvégeznem.

GYÖRKÖS RITA

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Konzulens: Dr. Koltai Tamás
egyetemi tanár, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

**A TANULÁSI HATÁS FIGYELEMBEVÉTELE KÖLTSÉGELEMZÉSNEEL ÉS
TERMÉKSZERKEZET VIZSGÁLATNÁL**

The application of learning curve at cost calculation and at product mix analysis

Mindennapi életünkben is tapasztaljuk, hogy minél többször végzünk el egy feladatot, annál rövidebb idő alatt tudjuk azt végrehajtani. Az alapfolyamat megtanulásával és begyakorlásával csökken a feladat elvégzéséhez szükséges fajlagos idő. Ezt a tanulási folyamatot egy degresszív függvény írja le, melynek gyakorlati jelentőségét az 1950-es évek óta kutatják.

Ha nagy az élő munka aránya a gépi munka arányával szemben, akkor figyelembe kell venni a tanulási hatást a költségszámításoknál és kapacitástervezésnél. Különösen igaz ez a gyártás kezdeti szakaszában, amikor a tanulási hatás fokozottan érvényesül. Dolgozatomban a tanulási hatás figyelembevételének lehetőségét vizsgáltam költségelemzésnél és termékszerkezet optimalizálásnál. Az Árbevétel-Költség-Fedezet-Nyereség- (ÁKFN) modell egy jól ismert menedzseri eszköz, mely a vállalat költség- és árbevétel függvényeit, és a közöttük lévő kapcsolatot határozza meg. E modell segítségével vizsgálható a költségek, termelt és eladott mennyiségek, valamint az eladási árak változásának hatása az eredményre. A hagyományos ÁKFN-elemzésnél lineáris költség- és árbevétel-függvényeket használnak.

A tanulási hatást figyelembe vevő költségfüggvény a fajlagos gyártási idő csökkenése és ezáltal a fajlagos gyártási költség csökkenése miatt degresszív. A változó költségek csökkenése révén csökken az összköltség, emiatt csökken a kritikus mennyiség és nő a nyereség. Ennek vizsgálatára elkészítettem egy nemlineáris ÁKFN modellt.

Termékszerkezet meghatározásnál a tanulási hatást figyelembe vevő erőforráskorlátok és célfüggvények nemlineáris optimalizálási problémához vezetnek, amely gyakorlati méretű feladatoknál csak nehezen oldható meg. Dolgozatomban készítettem egy eljárást, mely a tanulási hatást figyelembe vevő függvényeket linearizálja. A linearizált modell eredménye jól közelíti a nemlineáris feladat megoldását, és lehetővé teszi az érzékenységvizsgálati eredmények számítását és felhasználását.

GYÖRPÁL TÜNDE

V. évfolyam

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Illés B. Csaba
egyetemi tanár, Szent István Egyetem*

A MULTIKULTURÁLIS KÖZEG KIHÍVÁSAI A VÁLLALAT VEZETÉSÉRE

The leadership challenge of a multicultural environment in a company

A globalizációs folyamat során a multinacionális vállalatok egyre nagyobb teret hódítanak meg, melynek hatására ezen vállalatok irányításának vizsgálata számos érdekes kérdést vet fel. Az ilyen vállalatoknak nemcsak különböző jogi, gazdasági, társadalmi rendszerekben kell működniük, hanem eltérő kulturális közegben is. A multikulturális vállalatoknál sokszor áthidalhatatlanná válnak a kulturális különbségekből fakadó összetűzések, feszültségek, melyek csökkenthetik a hatékony együttműködést és ezáltal a vállalat eredményességét is. Gyakran az anyaországban sikeres vállalkozási elvek „idegen országba” való átültetése is nehézségeket okoz. A vállalatvezetésnek nem elegendő megismernie az idegen kultúrát, sajátjával is tisztában kell lennie annak érdekében, hogy felismerhesse a kultúrák közötti különbségeket. A multikulturális vállalatok vezetőinek a hatékony munka érdekében egyik oldalról csökkenteniük kell az esetleges feszültségeket, a másik oldalról viszont meg kell próbálniuk az eltérésekben rejlő előnyöket kihasználni.

A tudományos pályamunkám során megvizsgálom azokat a módszereket, eljárásokat, vállalatirányítási stratégiákat, menedzsment feladatokat, melyek segítségével a leghatékonyabbá válik egy multikulturális vállalat irányítása, illetve választ keresek arra, hogyan lehet egy országban sikeresen működő elképzelést egy idegen ország vállalati kultúrájába beilleszteni.

HABLY DÓRA

III. évfolyam

Turizmus és vendéglátás (A)

Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Dr. Huff Endre Béla
főiskolai docens, Szolnoki Főiskola*

**ÉLET A DIPLOMA UTÁN – A BOLOGNAI FOLYAMAT HATÁSA A TÁRSADALMI ÉS
GAZDASÁGI ÉLETRE**

Life after graduation – The social and economic effects of Bologna process

A dolgozat az 1989-ben létrehozott Bolognai Nyilatkozat következményeit vizsgálja. Európa, mint „öreg kontinens”, hogyan tudja felvenni a versenyt a mai gazdaságban, rohamos léptekben fejlődő technika, tudomány vívmányai mellett. Az Európai Felsőoktatási Térség kialakításával, a tudásalapú társadalom létrehozásával milyen eredményeket tud elérni a kontinens legnagyobb versenytársaival, Japánnal és az Amerikai Egyesült Államokkal szemben.

Kutatásom alapjául a közgazdasági alpművek mellett legfőképp az Európai Unió, OECD, Világbank, Egyesült Nemzetek közösen kidolgozott, nyilvánosságra bocsátott anyagait használtam fel, tematikusan csoportosítva azokat.

A dolgozat keretét az alapvető feltevés adja, mely szerint Európának 2010-re a világ legdinamikusabb gazdaságává kell válnia, és ennek alapját a felsőoktatás létszámi bővítésével lehet elérni, tudásalapú társadalmat hozva létre. A kutatási adatokból, eredményekből kiderül, hogy a folyamat nem érte el célját, ezen felül pedig milyen negatív gazdasági és társadalmi hatásai várhatóak az elkövetkezendő években. Ezek alapján olyan kérdéseket tehetünk fel, melyek egészen a társadalmi alapokhoz nyúlnak vissza.

Mit tegyen Európa? Válasszon már jól bevált módszerek közül, vagy legyen forradalmár? Ha újba kezd, hogyan tegye? Mekkora teret engedjen a fiataloknak illetve az idősebbeknek? És talán, ami a legfontosabb: foglalkozunk-e egyáltalán a világ vezetőjévé válással vagy álljon be a sorba, és hagyja az eseményeket leperegni. Ezek azok a kérdések, amelyek körülvonalazzák, milyen mélyre érdemes nézni ezen kutatásban felvázolt folyamatok eseményei és következményei kapcsán.

HAFFNER TAMÁS

III. évfolyam

Alkalmazott közgazdaságtan (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kaposi Zoltán
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

GAZDASÁGI RENDSZERVÁLTÁS PÉCSETT (1990–2000)

Economic regime in Pécs (1990–2000)

Dolgozatom célja bemutatni a rendszerváltást követő évtizedben, Pécssett lezajló gazdasági változásokat, illetve azok hatásait. A téma terjedelme nem teszi lehetővé minden gazdasági szektor részletes bemutatását, ezért a mezőgazdaság, illetve az iparon belül az élelmiszeripar az építőipar, valamint a kisipar bemutatása nem képezi dolgozatom témáját. Három, a város életét meghatározó szektorra koncentrálok, a bányászatra, az iparra, és a közszolgáltatásokra. Dolgozatomban 14 állami vállalat átalakulását mutatom be, röviden ismertetve a gyár/üzem/vállalat 80-as évek előtti; valamint az ezredfordulót történő továbbműködését (amennyiben volt ilyen).

Kutatásom során a témában megjelent tanulmányokat, az érintett cégek által megjelentetett kiadványokat, a társaságok internetes honlapjain található adatokat, a témában megjelent tanulmányköteteket, nyilvános cégadatokat, a Központi Statisztikai Hivatal által publikált leíró statisztikákat, valamint egy megyei napilap, az Új Dunántúli Napló cikkeit vizsgáltam, s dolgoztam fel.

Dolgozatomban arra a megállapításra jutottam, hogy a bemutatott vállalatok átalakulása nagymértékben befolyásolta Pécs és a térség munkanélküliségének növekedését, valamint a foglalkoztatottak gazdasági ágak szerinti vett arányának változását. Megállapításom szerint a bányák bezárása annak ellenére, hogy komoly gazdasági és szociális problémát jelentett Pécs és a környező települések számára jó döntés volt, a folyamatosan veszteséges termelés és a termelés költségeihez hozzá nem is számolt rekultivációs költségek, s az értékesítési kísérletek kudarcának tükrében a két bánya mielőbbi bezárása jelentette a legjobb megoldást. Az ipari vállalatok esetében, a vállalatok nagy részének privatizációja jó döntésnek tekinthető, hiszen csak igen komoly ráfordítások után lehetett volna nyereségesen üzemeltetni a vállalatokat, mely megállapítás alól kivételt képez a sörgyár, a dohánygyár, valamint az erőmű. A közszolgáltató társaságok eladása, az ipari vállalatok döntő többségében indokolt eladásával ellentétben nem tekinthető egyértelműen jó döntésnek, mert a szolgáltatók monopol, illetve oligopol jellegükből adódóan – s részben az állami árszabályozás miatt – biztosítani tudták volna a nyereséges működést. Nem jelenthető ki azonban, hogy rossz döntés lett volna a külföldi szakmai befektetők bevonása, hiszen a rendszerváltás idején megszokott működési problémák a szakmai befektetők bevonását követően fokozatosan megszűntek.

HAJAS ÉVA

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

Konzulens: Dr. Papp-Váry Árpád

főiskolai docens, Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

FOGYASZTÓI ÉLMÉNY AZ ONLINE MARKETINGKÖMUNIKÁCIÓBAN

Consumer experience in online marketing communication

A dolgozat a marketing XXI. századi korszakában végbemenő változásokat hivatott feltárni. Célom, hogy elemezzem mindazokat az élményteremtő folyamatokat, melyek hozzájárulnak egy cég sikeresebb jelenlétéhez a piacon, elősegítve ezzel a fogyasztóközpontú vállalati struktúra kialakítását. A dolgozatban először a hagyományos marketingről, a múlt század trendjeiről írok, bemutatva a régi marketing eszköztárát, a reklámköltés alakulását. Ezt követik az új marketing elvei, jelen korunk jellegzetes vevőszerzési és eladási stratégiái, továbbá a régi és új elvek szembeállításai. Ezután a reklámkerülésről, a megváltozott fogyasztói magatartásról írok kutatási eredményekkel alátámasztva. Végezetül pedig az online világ marketingre gyakorolt hatását, az élményteremtést, a közösségi oldalak szerepét és a szervezeti átalakulást veszem nagytó alá. Dolgozatomban arra kerestem a választ, mit tehetnek a vállalatok üzleti tevékenységük fellendítése érdekében, s ehhez mérten hogyan építhetik be sikeresen az online világba önmagukat, a vevők lojalitását elnyerve.

Dolgozatomban primer kutatási eredményeimet kommunikációs szakemberek véleménye alkotja, szekunder kutatási eredményeimet pedig piacutató cégek által közölt adatok egészítik ki. Kutatásaim során arra az eredményre jutottam, hogy bár a cégek online marketing tevékenysége valóban erősödik hazánkban, mellette a tradicionális reklámozási formák is igen közkedveltek. A megkérdezett kommunikációs szakemberek egységesen azon a véleményen voltak, hogy egy vállalat közösségi oldalon való jelenléte valós sikertényezőnek számít napjainkban.

HAJAS TAMÁS

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Reicher Regina
egyetemi tanársegéd, Szent István Egyetem*

KERESŐOPTIMALIZÁLÁS ÉS WEBANALITIKA LEHETŐSÉGEI A GYAKORLATBAN

Search engine optimization and webanalytics opportunities in practice

Napjainkban óriási mennyiségű információt találhatunk meg a világháló segítségével. Ahhoz, hogy ebből az óriási adathalmazból kiválasszuk azokat, amelyekre szükségünk van, elengedhetetlen hogy internetes keresőket használjunk. Ennek köszönhetően folyamatosan fejlődik és egyre népszerűbbé válik a keresőoptimalizálás, amely az online marketing egyik hatékony eszköze. Ezen eszköz segítségével, bizonyos technikák alkalmazásával elérhetjük azt, hogy honlapunk, előre meghatározott kulcsszavak beírásakor előkelő helyezést érjen el a keresők találati listáiban. Kutatásom során a horizontális keresőoptimalizálást és az alkalmazásával elérhető eredményeket fogom kutatni, egy olyan cikk segítségével, amelyet saját magam fogok keresőoptimalizálni. A kutatás célja, hogy előre meghatározott keresőszavak beírásakor, az adott honlap a lehető legjobb eredményt érje el a keresők találati listáiban, az optimalizált cikkeknek köszönhetően. A kutatás eredményeinek mérésére a webanalitikát, az online marketing egyik eszközét használom, amely a keresőoptimalizálás fontos kiegészítője, hiszen enélkül nem tudnánk számszerűsíteni az adatokat és az eredményeket.

HAJDÚ JÓZSEF

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Szent István Egyetem

Gazdasági Kar

*Konzulens: Dr. Simon Sándor
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

**SOX-AUDIT RENDSZER ALKALMAZÁSA EGY NAGYVÁLLALAT PÉLDÁJÁN
KERESZTÜL**

SOX auditing in the practice of an enterprise

A sox-audit rendszer alkalmazása egy nagyvállalat példáján keresztül. Azért választottam ezt a témát, mert úgy gondolom, hogy Magyarországon a sox-audit rendszer nem oly mértékben elterjedt és ismert a vállalatoknál, mint amennyire szükség lenne rá. Úgy gondolom azért is érdekes ez a téma választás, mert ez a rendszer egy stabilitást és rendszerességet követel meg a vállalattól, ami által a vállalat könnyebben elkerülheti azokat a hibákat amelyek a későbbiekben csődhöz vezetnek.

Vizsgálatot folytattam egy vállalatnál. E cél érdekében kiválasztottam a Legrand Magyarország Zrt.-t, mert régóta alkalmazzák a sox-audit rendszert és igen sikeresen. A Sarbanes-Oxley elnevezés egy törvényre utal. Az Enron, Tyco International, az Adelphia, Peregrine Systems és a Worldcom vállalatoknál a botrányok megrendítették az amerikai pénzügyi beszámolók helyességébe vetett bizalmat, mivel több példa is akadt arra, hogy a beszámolók eltakarták a vállalat valós problémáit. A törvény célja a megtépzott bizalom helyreállítása volt, vagyis a befektetők védelmére született 2002. július 30-án. A törvény rendelkezései a vállalatirányítás átláthatóságának növelését célozták meg.

Összegezve tapasztalataimat arra a következtetésre jutottam, hogy ez a rendszer nem csak egy sima vizsgálatot jelent, hanem egy teljes belső átvilágítást, amely a legapróbb hibákat is jelzi, és ez által a vállalat azonnal értesül a hibákról amelyeket bizonyos időn belül próbál korrigálni, illetve kijavítani. Véleményem szerint egy nagyon komoly és stabil rendszerről beszélünk, amely kicsit megnövelte a vállalatok terheit elsősorban a kontrollokkal kapcsolatos dokumentációkat és azok ellenőrzését.

HALASI ATTILA

Végzés éve: 2009

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Gyenge Balázs
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

*Dr. Tomcsik József
igazgatóhelyettes, Bábolna Környezetbiológiai Központ Kft.*

**INNOVÁCIÓMENEDZSMENT SZEREPE A
BÁBOLNA KÖRNYEZETBIOLÓGIAI KÖZPONT KFT. TERMÉKFEJLESZTÉSÉBEN**

Role of innovation management in the product development of
Bábolna Bioenvironmental Centre Ltd.

Tanulmányomban az innováció, az innovációmenedzsment és a termékfejlesztés témaköröket, valamint az ezekhez szorosan kapcsolódó szakirodalmi hátteret vizsgálom meg. Az elméletek alapján a jelenlegi munkahelyem innovációs és termékfejlesztési törekvéseit elemzem, a vállalat piaci pozícióját és sajátosságait figyelembe véve. Felvázolom a vállalat innovációmenedzsmentjének kiemelkedő fontosságát és összetett feladatkörét. Dolgozatomban igyekszem párhuzamot vonni mind az eltérő elméletek között, mind pedig az elméletek és a valóság között a Bábolna Bio Kft. vonatkozásában. Dolgozatomban röviden bemutatom a Bábolna Bio Kft.-t, amely a jó hírnevének köszönhetően a világ több mint 30 országába exportálja termékeit és jelenleg is bővülőben vannak piacai. Az egyre tudatosabbá váló fogyasztói társadalom kihívásaira és az iparági versenytársak meglehetősen erős konkurenciaharcára való tekintettel, elengedhetetlenül fontos a folyamatos innováció és termékfejlesztés. A Bábolna Bio Kft. innovációmenedzsmentjének a jelenlegi vállalati és innovációs stratégiáját oly módon lenne szükséges összehangolni, amely a vállalat profiljához a leginkább illeszkedik – a fő kompetenciáira támaszkodik –, és megfelelően gazdaságos termékgyártást eredményez. A gazdálkodó szervezetek fejlődését természetesen többféleképpen el lehet érni, de mindenképpen érdemes a szakirodalomban szereplő elismert elméleteket is tanulmányozni, valamint adaptálni. Dolgozatomban éppen ezért több olyan javaslatot is kidolgoztam, amelyek szakirodalmi elméleteken alapulnak, de figyelembe veszik a vállalat sajátosságait is.

HALOMHEGYI ÁDÁM

IV. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Külkereskedelmi Főiskolai Kar

*Konzulens: Vallyon Andrea
főiskolai adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola*

**TÖBB TŐZSDÉN JEGYZETT KÖZÉP-KELET EURÓPAI RÉSZVÉNYEK ARBITRÁZS-
LEHETŐSÉGEI, AVAGY TÉNYLEG ANNYIRA HATÉKONYAK A PIACOK?**

Arbitrage opportunities of multiple-listed central–eastern european stocks
– Are the markets so efficient?

Dolgozatom elsődleges célja a közép-kelet európai vállalatok részvényei és másodpiaci jegyzéseik közötti esetleges árfolyam-eltérések felderítése, illetve magyarázata. Vizsgálatom tárgyául a régiós vezető indexek, a BUX, a PX és a WIG20 komponensei és ezek másodpiaci jegyzései szolgálnak. Az eltérések meghatározása ökonometriai módszerekkel történik, ennek köszönhetően a nagy valószínűséggel nyereségesen kereskedhető jegyzések is kiszűrhetőek. Ezen felül egyszerű statisztikai eszközökkel vizsgálom a felmerülő arbitrázs-profitok, a likviditás, a másodpiaci listázás formája, az eltérő kereskedési órák, illetve a vállalatok piaci kapitalizációjának kapcsolatát, a piacok közötti árfolyam-eltérések magyarázata végett.

HAMBALKÓ ZSUZSA

II. évfolyam

Alkalmazott közgazdaságtan (A)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kurtán Lajosné dr. Vadászlaki Ilona
egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

CSÖKKENTHETŐEK-E A TÁVHŐÁRAK?

Can suppliers reduce district heating's prices?

A médiában is közkedvelt téma a távhőszolgáltatás, elsősorban magas árainak köszönhetően. Célom, hogy feltett kérdésemre – Csökkenthetőek-e a távhő árak? – válaszoljak.

A távhőszolgáltatás természetes monopólium, mégis az a helyzet állt elő, hogy bizonyos szinten piaci verseny résztvevője. Ez máris felvet pár kérdést. Hogyan és mi alapján állapítsák meg az árakat? Mekkora nyereséget realizáljanak?

A piaci pozíció megerősítése érdekében szükség van változtatásokra. De milyen változtatásokra?

Ezekre a kérdésekre is megpróbálok választ adni, miközben bemutatom a szolgáltatás előnyeit, hátrányait, külföldi és magyarországi helyzetét, műszaki technológiáját, majd a magyar szolgáltatókat vizsgálom meg. Input oldalról közelítek az árak felé. Az egyes szolgáltatók áraival és lehetőségeikhez mérten az árképzéseikkel foglalkozom. Szó lesz az állami beavatkozásokról és szabályozásokról. Végül figyelembe veszem a műszaki fejlesztések adta lehetőségeket a piac szerkezetéből és az esetleges versenytársakból kiindulva.

HÁMORI TIBOR

Végzés éve: 2010

Turizmus-vendéglátás (A)

Kodolányi János Főiskola

*Konzulens: Füreder Balázs
főiskolai adjunktus, Kodolányi János Főiskola*

REGGELI SZEREPÉNEK VÁLTOZÁSA

The changing role of breakfast

Dolgozatom és kutatásom célja az volt, hogy felmérjem a reggeli szerepének változását a ma főiskoláskorú – elsősorban az 1988-ban született – fiatalok körében. A témaválasztásomat az indokolta, hogy mint a vendéglátást hivatásaként választó ember, tisztában vagyok azzal, hogy a szervezetemnek milyen tápanyagokra van szüksége ahhoz, hogy hosszú távon és jól működjön. Azoknak, akik nem tanultak táplálkozástant, illetve nem foglalkoztak behatóbban biológiával, az étkezések teljesen mást jelentenek, mint nekem. Az étkezés véleményem szerint egyrészt egy olyan tevékenység, ami szükséges az élet fenntartásához, másrészt azonban, ahhoz, hogy az élet hosszútávon és jó egészségben is fenntartható legyen, nem mindegy, hogy mit eszünk és mikor. Ezért a kutatásom középpontjában a fiatalok reggelizési szokásainak felmérése volt, részben a rendszeresség, részben pedig az étkezések minősége szempontjából. A dolgozathoz felhasználtam több szervezet, hasonló témakörben végzett kutatását, valamint ezek segítségével készítettem egy kérdőíves felmérést, illetve interjúkat folytattam a témával foglalkozó szakemberekkel is, hogy megtudjam ők mit tapasztaltak az elmúlt 20 év során ennél a generációnál. A felhasznált szakirodalom és a végzett kutatásom eredményei azt mutatták, hogy az általam vizsgált korcsoport felmérésben részt vevő tagjai többségükben rendszeresen reggeliznek, és egyre inkább jellemző, a szükséges tápanyagokat tartalmazó minőségi étkezés. Ennek ellenére nem elhanyagolható azok száma sem akik nem fogyasztanak szilárd ételt reggelire, vagy nem reggeliznek rendszeresen, esetleg egyoldalú táplálkozást folytatnak. A szerzett tapasztalatom alapján változatlanul fontosnak tartom az egészséges étkezési szokásokkal foglalkozó felvilágosító munkát, mind a gyermekek és a fiatalok, mind az őket nevelő idősebb korosztály körében.

HÁRY ANDRÁS MÁRK

I. évfolyam

Turizmus-menedzsment (M)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

*Konzulens: Dr. Petykó Csilla
főiskolai adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola*

**A JÖVŐ SÍNEN VAN?
AVAGY A KÖZFORGALMÚ REGIONÁLIS VASÚTI KÖZLEKEDÉS GAZDASÁGI
RACIONALIZÁLÁSA**

Economic rationalization of the regional railway lines

Napjaink társadalmi-gazdasági életében igen nagy szerepet játszik a mobilitás, hisz nap mint nap változtatjuk a helyünket, vagyis közlekedünk.

Bár még a válság ellenére is folyamatosan nőtt a saját gépkocsival rendelkező háztartások száma (a felnőtt lakosság csaknem felének van saját tulajdonú gépjárműve), akadnak szép számban olyanok, akiknek mind a napi hivatásforgalom, mind pedig a szabadidős célú elmozdulás közösségi közlekedés használatát kívánja meg. Arról már ne is beszéljünk, hogy az ilyesfajta mobilitás pénzben és időben versenyképes, környezetbarát alternatívája is lehetne az egyéni közlekedésnek.

Hazánkban úgy tűnik, hogy e cél megvalósításáig még hosszú utat kell megtenni. Bár gyakran elhangzik, hogy például a vasúti közlekedés Magyarországon reneszánszát éli, a viszonylag rugalmas elővárosi hálózat és néhány minőségi távolsági vonat kivételével ez igencsak torz kifejezés. Elővárosi közlekedésről ugyanis nem csak Budapest esetében beszélhetünk, hisz az országnak nem kevés vidéki centruma van, amelyek megfelelő elérését a perifériára szorult térségek erősen igénylik.

A térségi jelentőségű vasútvonalak hatékonyan is üzemeltethetők. Dolgozatomban rávilágítok minden olyan aspektusra, amely e vasútvonalak gazdasági racionalizálását segítené. Olyan kulcstényezőket veszek górcső alá, mint az integrált ütemes menetrend, a közös, egységes tarifarendszer, az intermodalitás vagy az egyszerűsített üzemvitel. Idegenforgalmilag frekventált vasútvonalak példáján keresztül rámutatok e közlekedési mód szabadidős forgalomban betöltött szerepére is.

Célom, hogy átfogó képet nyújtsak az egyelőre még alacsony népszerűségnek örvendő, ám nagy potenciállal rendelkező regionális vasúti közlekedés szabadidős és hivatásforgalmának eredményes, és remélhetőleg a jövőben esedékes, újfajta szemléletű gazdasági mechanizmusairól.

HAVASI ZOLTÁN

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Vörösmarty Gyöngyi
egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem*

A MAGYARORSZÁGI KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK BESZERZÉSI GYAKORLATA

Purchasing practices of Hungarian small and medium sized enterprises

A dolgozat a magyarországi kis és közepes vállalatok (továbbiakban: KKV) beszerzési tevékenységét vizsgálja négy olyan kutatási kérdésre koncentrálva, melyek más országok hasonló kutatásainak legtöbb vitáit szükték, s melyekre adott válaszok hitelesen be tudják mutatni a hazai KKV szféra beszerzési tevékenységének fejlettségét. Ezek: 1. Operatív tevékenység-e a beszerzés a hazai KKV-nál? 2. Milyen fontossága van az egyes tényezőknek a beszállítói teljesítmény értékelésében? 3. Milyen a valós szervezeti kerete a beszerzésnek? 4. A fenti kérdésekre adott válaszok hogyan változnak a vállalatok élete folyamán?

Az ismertetett munka először a szakértők korábbi megállapításait elemzi, majd egy 2009-ben lefolytatott nagymintás kérdőíves vizsgálatot dolgoz fel, végül 2010-es interjúkon keresztül vonja le végső következtetéseit. A dolgozat eddig Magyarországon ismeretlen terület feltáró jellegű kutatása, és ez tükröződik a felépítésében is, melyben a kérdésekre adott válaszok az újabb és újabb rész kutatások eredményein keresztül válnak tisztábbá és bővebbé.

A kutatási sorozat végső eredményei: 1. A KKV-nál a beszerzésnek csak bizonyos része operatív feladat. A stratégiai szemlélet is felbukkan, ugyanakkor a legtöbb esetben nem rendszeresen, csak a legfőbb alapanyagokra korlátozottan és nem is mindig konzekvensen. 2. Beszállítókkal szemben elvárt három legfontosabb szempont sorrendben a minőség, a kapcsolattartás minősége és az ár. A minőség az esetek többségében kvalifikáló, az ár versenyszerő tényező. A kapcsolattartás minősége elsősorban kvalifikáló szempont. 3. A dolgozat alátámasztja, azt a szervezési rendszert a KKV-k esetén is, melyet a nagyvállalatok esetén már elfogadott az irodalom. Megkülönböztethetünk stratégiai, taktikai és operatív szintű beszerzést. 4. A vállalatok beszerzési tevékenysége leírható növekedési modell segítségével. A cégek életében vannak töréspontok, melyek alapvetően változtatják meg a beszerzési tevékenység működését.

Az utolsó kérdéshez kapcsolódóan dolgozat végén bemutatásra kerül még egy növekedési modell is, melyhez az adatok egyaránt kvalitatív és kvantitatív forrásokból is származnak. A modell a KKV-k beszerzési tevékenységének fejlődésében öt szakaszt határoz meg (Induló szakasz; Első versenytárgyalások, Klasszikus KKV szakasz, A beszerzési szervezet születése, Nagyvállalati szakasz), melyekhez az egyes szakaszokba tartozó vállalatoknak a beszerzési tevékenységük hatékonyabb szervezéséhez tanácsokat is nyújt.

HÉCZ ROLAND MIKLÓS

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási (O)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Paár Dávid
intézeti munkatárs, Nyugat-magyarországi Egyetem*

**A REKREÁCIÓS SPORTTEVÉKENYSÉG HIÁNYÁBÓL EREDŐ FIZIKAI
INAKTIVITÁS GAZDASÁGI TERHEI**

The economic burden of phisycal inactivity

Kutatásunkkal arra a kérdésre kerestük a választ, hogy mekkora terhet ró a társadalomra egyes tagjainak fizikailag inaktív életmódja, és milyen megtakarítások érhetők el az életmód megváltoztatásával.

Nemzetközi kutatások hosszú sora foglalkozik a fizikailag inaktív életmódnak tulajdonítható közvetlen és közvetett költségek meghatározásával, és ezek csökkentésének lehetőségeivel. Az inaktív életmód gazdasági terhei, az ülő életmód hatására kialakuló betegségekre fordított pénzüsszegek azon részei, melyek megelőzhetőek lettek volna, amennyiben a társadalom tagjai kellő mennyiségű rekreációs sporttevékenységet végeznek.

Számos munka ezek közül egymáshoz nagyon hasonló metodikát a PAR (population attributable risk) mutatóval való számítást alkalmazza a közvetlen költségek meghatározására. E módszert használtuk mi is számításainknál, illetve egy ehhez szorosan kapcsolódó metaanalízisen alapuló kutatást, amely az adott betegségtípusokhoz kapcsolódó relatív kockázati ráta értékeinek meghatározásánál volt segítségünkre. Mindezen adatok és a magyar lakosság inaktivitási hányadának felhasználásával már kalkulálhatóvá váltak az életmódnak tulajdonítható költségek.

Kutatásunk eredményeként egy a lakosság körében végbemenő 10%-os inaktivitás csökkenést feltételezve nem elhanyagolható mértékű megtakarítások volnának elérhetőek. A megtakarított pénzüsszeg pedig más területen válna felhasználhatóvá.

A közegészségügyi kiadások csökkentése hazánkban és a hozzánk hasonló, nagymértékben állami finanszírozású egészségügyi rendszerrel működő államokban hatásos eszköz lehet a költségvetés kiadási oldalának csökkentésére, a munkában töltött idő növekedése pedig a bevételi oldalon eredményezne pozitív változást. Így egyre fontosabbá válna az egészség megőrzése, a betegségek megelőzése, az aktív és egyúttal produktív életévek szakaszának meghosszabbítása.

HEGEDÜS ÉVA

Végzés éve: 2010

Turizmus-vendéglátás (O)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Péter Erzsébet
egyetemi adjunktus, Pannon Egyetem*

DOLCE VITA – AVAGY A GERŐ CUKRÁSZDÁK TÉRNYERÉSE ZALA MEGYÉBEN

Dolce Vita – Else the expansion of Gerő confectioneries in Zala county

Dolgozatomban a fogyasztói szokások változását vizsgáltam a Gerő cukrászdák látogatóinak körében. A célom az volt, hogy bemutassam a vendéglátóhelyeken belül a cukrászdák társadalmi életben betöltött szerepét. A kutatásom során szerettem volna feltárni, hogy az évek alatt hogyan változtak a fogyasztói magatartások.

A kutatás kiterjedt a vendéglátás kialakulására, a cukrászdák történetére, valamint arra kereste a választ, hogy a fogyasztók milyen céllal keresik fel az adott cukrászdákat, elégedettek-e a szolgáltatásokkal és a termékekkel. Milyen gyakran, illetve kikkel térnek be? Mennyire fogadják el az újdonságokat, nyitottak-e a változásokra? Miért az általam vizsgált cukrászdákat választják más cukrászdák helyett?

A munkám során alkalmaztam szekunder és primer kutatást egyaránt. Interjúkat készítettem az alkalmazottakkal, és kérdőíves lekérdezés történt a cukrászdákban. Az általam vizsgált szolgáltató helyek Zala megye különböző városaiban (Letenye, Nagykanizsa és Zalaegerszeg) találhatóak. Mindhárom város eltérő kulturális, gazdasági és társadalmi adottságokkal rendelkezik, mely nagyban befolyásolja a vendégek fogyasztói szokásait.

A kiértékelés során azt az eredményt kaptam, hogy a vásárlók számára fontos az ár-érték arány. A fogyasztók cukrászdába betérésének a célja elsősorban a helyben történő fogyasztás, illetve a barátokkal való beszélgetés egy hangulatos helyen. A vendégek 99%-a elégedett a termékekkel, és 96%-a elégedett a kiszolgálással. A vásárlóknak 29%-a hetente többször, 13%-a mindennap betér a cukrászdába, ahová legtöbbször a barátokkal vagy a családdal ülnek be. A vendégek elsősorban azért választják a Gerő cukrászdákat, mert figyelmes a kiszolgálás, széles a választék, frissek a termékek, hangulatos a hely és központi fekvésűek. Kiderült, hogy van kereslet ezen vendéglátóegységek iránt, de a konkurencia miatt mindig szükség van az újításra.

HEGEDŰS SZILÁRD

Végzés éve: 2010

Gazdasági agrármérnök (O)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Borszéki Éva
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

*Urbánné Malomsoki Mónika
tanszéki mérnök, Szent István Egyetem*

BALASSAGYARMAT VÁROS GAZDÁLKODÁSA ÉS FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEI

Economic situation and development opportunities of Balassagyarmat

Az önkormányzati alrendszer az államháztartás rendszerében fontos szerepet tölt be, hiszen az általa nyújtott közszolgáltatások mind az adott térség, mind az ország versenyképességének meghatározó tényezői. A korszerű feladatellátáshoz nélkülözhetetlen a szolgáltatások minél magasabb színvonalon történő ellátása, természetesen az ökonómiai racionalitás és a helyi igények és adottságok maximális figyelembevételével. Ennek eszköze a rendelkezésre álló erőforrások és eszközök fejlesztése, illetve a fejlődéshez kedvező gazdasági környezet kialakítása. A hazai fejlesztési források mellett az Európai Unió csatlakozás a kohéziós politika által lehetővé teszi az önkormányzataink számára is olyan beruházások megvalósítását, melyek évtizedes problémákat orvosolhatnak, illetve amely településeink versenyképességét javíthatják, lemaradásukat csökkentheti és hosszú távú fejlődési pálya letéteményesei lehetnek, azok racionális felhasználása esetén.

Témaválasztásomat személyes motívumok határozzák meg, hiszen Balassagyarmat a szülővárosom és lakhelyem is, így büszke vagyok a település rangos múltjára, ugyanakkor figyelemmel kísérem a város jelenét, és szívemen viselem a város jövőjét, jövőbeli fejlődését is.

Dolgozatom során megvizsgálom a város adottságait, a városi gazdaságot és infrastrukturális hátteret. Elemezem önkormányzati költségvetési adatok alapján a város önkormányzatának gazdálkodását, kiemelve főbb sajátosságait, specifikumait. A költségvetési pozíciókból adódóan bemutatom a településfejlesztés lehetőségeit Balassagyarmaton, a város önkormányzata által az elmúlt évtizedben végrehajtott fejlesztési beruházások tükrében, különös tekintettel ezen akciók finanszírozási aspektusaira, emellett át kívánom tekinteni a település fejlesztési stratégiájában foglalt célkitűzések irányait is.

Kutatásaim eredményeképp képet szeretnék adni a város gazdasági helyzetéről, annak lehetőségeiről és a település kitorési pontjairól.

HEIBL ALEXANDRA

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Töröcsik Mária
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

A KÁVÉHÁZI ATMOSZFÉRA MARKETINGDÖNTÉSEKKEL TÖRTÉNŐ TÁMOGATÁSA

Atmosphere in the coffeeshop – How to support your coffeebusiness with marketing

Az elmúlt évtizedekben, az általános fogyasztói szokásoknak megfelelően a kávéházi fogyasztásban és az üzletválasztásban is új tendenciák jelentek meg. Dolgozatomban egy olyan irányvonalon szeretnék elindulni, amelyben megvilágítom, hogy az in-store marketing, ezen belül is a boltbelső (esetemben a kávézók, kávéházak) kialakítása, a pozitív atmoszféra megteremtése egy tudatos tevékenység. Mindez nem ad hoc kereskedői döntés, hanem az üzletpolitika stratégiai eleme. Keresem a választ arra, hogy egy kávéház fogyasztói megítélését milyen szinten határozzák meg a színek, formák, illatok, fények, anyagok, hangok, különböző mértékű arányai.

A téma azért aktuális, mert mára a hangulatteremtés és az élménynyújtás nélkülözhetetlen in-store eszközzé vált. A bolti környezet tudatos megtervezésével speciális érzelmi hatásokat lehet kiváltani a vevőknél, amelyekkel elősegíthető a kávézókba történő betérés, az impulzusvásárlás, illetve a jövőbeni újravásárlási szándék. Ezért a belső tér kialakítása és az üzlet atmoszférája összhangban kell, hogy álljon az adott üzlet márkájával, a kommunikált üzenettel, és természetesen a vásárlóközönséggel (Töröcsik [2007]). Az emberek által legkedveltebb kávézók azok, ahol a design, az esztétika és a funkció összhangban van, és a belső térelemek harmonikus elhelyezése meg tud valósulni. Az Év Kávéháza versenyeken az előbb felsorolt elemeket vizsgálja a zsűri, majd teszi közzé a legjobb kávéházak listáját.

Kutatásom alapja, hogy szakirodalmi és a szekunder adatok feldolgozásával megvizsgáljam az in-store marketing, és azon belül is a kávéházi belső atmoszféra területét, majd mindezt empirikus kutatással (személyes megfigyelés, mélyinterjú, kérdőív) támasszam alá. Elsősorban a vásárlói magatartás, a vevőpszichológia, és a belsőépítészet tudománya felől fogom megközelíteni a témát. Az alapfogalmak ismertetése után, a témakifejtésben felvázolom az in-store marketing elméleti hátterét, majd ehhez kapcsolódóan a kávéházak történeti szakaszaiban az atmoszférabeli változásokat.

Lezárásként az elméleti adatok eredményeit összehasonlítom az empirikus kutatások aktualitásával, és levonom a legfontosabb konzekvenciákat, illetve arra keresem a választ, hogy a kávéházi belsőt milyen in-store marketingdöntésekkel lehet támogatni a siker érdekében.

HEINDL ZSOMBOR

II. évfolyam

Közgazdasági elemző (M)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Barancsik János
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

TÁRSADALOM A HASZNOSSÁGI FÜGGVÉNYBEN

Society in utility function

A dolgozat alapvető célja, hogy feltárja, hogy a társadalom egyénre gyakorolt hatása hogyan jelenik meg a közgazdaságtanban. Mindenekelőtt rámutatok arra a tényre, hogy az egyéni viselkedések nem függetleníthetők egymástól, Muzafer Sherif és Solomon Asch egy-egy kísérletének bemutatásával. Majd megvizsgálom, hogy az üzleti tudományok hogyan hasznosítják ezeket a hatásokat, és mikroökonómia hogyan építi be a homo oeconomicus viselkedésének magyarázatába. A bandwagon és sznob hatások bemutatása után, Gary S. Becker neve és munkássága is előkerül, bár csupán említés szintjén.

A vizsgálat végül a divat teória felé fordul: elvégezem négy eltérő divatmodell elemzését, majd Christopher M. Miller és szerzőtársai 1993-as munkája nyomán egy olyan dinamikus az egyéni hasznossági függvények véletlenül alakuló paramétereire épülő szimulációs modellt készítek, ahol nem csak a társadalom hat a gazdaságra, hanem a vevői magatartás is hatással van a társadalmi csoportok képződésére. Ezzel a modellben minden egyes futtatással egy-egy kis gazdaságot szimulálok, amely egy kezdeti – személyközi kapcsolatokat figyelembe nem vevő – egyensúlyból, egy kapcsolatokkal kiegészített egyensúlyba alakul. A modell arra mutat rá, hogy az összefonódó egyéni hasznossági függvények hatására a keresleti függvény exisztenciája megkérdőjeleződik, és a rendszer a koncentráció irányába mozdul. Azaz magyarázza egyes vállalatok méretének növekedését, mások eltűnését.

A legnagyobb eredménye azonban az, hogy a személyközi kapcsolatok nem negligálhatóak, mert nélkülük, az egyes hasznossági függvényekből nem érthető meg a rendszer egésze. Ez a gondolat pedig átvezeti a munkát a hálózatelmélet felületes vizsgálatára. Feltárom, hogy a modellem eredményeként kialakuló helyzetben a vállalatok között a fogyasztók hatványfüggvényszerűen oszlanak meg, amely a hálózatelmélet eredményeinek tükrében nem meglepő.

Ezzel a dolgozat legfőbb javaslata a közgazdaságtani gondolkodás számára, hogy tekintsen a hálózatelmélet, mint egy új, dinamikus fejlődő tudományág irányába, mert segítségül szolgálhat gazdasági hálózatok vizsgálatában. Azt hiszem elég jó referencia a hálózatelmélet számára, hogy Vilfredo Pareto híres 80-20-as szabályát képes néhány egyszerű feltevéssel megmagyarázni.

HÉRINCS FANNI FRANCISKA

IV. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Priszinger Krisztina
egyetemi adjunktus, Pannon Egyetem*

AZ ÜDÜLÉSI CSEKK MEGADÓZTATÁSÁNAK VÁRHATÓ HATÁSA A FOGYASZTÓI MAGATARTÁSRA

The prospective impact of the tax on the holiday voucher to consumer behaviour

Az üdülési csekkrendszer 1998-ban vezették be Magyarországon. Az üdülési csekk, mely a munkáltatók által nyújtható természetbeni juttatás, korábban a mindenkori minimálbér összegéig adómentes volt. Azonban a 2009. június 29-én elfogadott adótörvény-módosítás értelmében a munkáltatóknak az üdülési csekk után 25% adót kell majd fizetnie a törvény 2010-es éltbe lépését követően. Az értékesített üdülési csekkek értéke a Magyar Nemzeti Üdülési Alapítvány honlapján megtalálható statisztikák alapján 2002 óta folyamatosan jelentős mértékben növekedett. Ezt a tendenciát még a gazdasági válság sem törte meg ezen adatok alapján.

Pályamunkámban azt vizsgálom, hogy ha a megadóztatás hatására csökkenne a kibocsátott csekkek száma, akkor ez előidézne-e változást a csekk felhasználók utazási szokásaiban, és ha igen, akkor várhatóan milyen mértékű lenne. Az üdülési csekkel történő vásárlási döntéshozatali folyamatokat a Hofmeister-Tóth, Kotler-Keller, illetve Swarbrooke által leírt modellekkel mutatom be.

A kutatásom elsődleges adatgyűjtéssel végeztem, ugyanis ebben a témában nem álltak rendelkezésre meglévő adatok. A vizsgálat során kvantitatív módszertant, azon belül pedig kérdőíves felmérést alkalmaztam, mivel a vizsgált tulajdonság számszerűsíthetően jól leírható. A kvantitatív mintavételi eljárások közül a következőket használtam: hólabda módszer (nem valószínűségi), takarékos mintavételi eljárás (nem valószínűségi), egyszerű véletlen (valószínűségi). Az elsődleges kutatás eredményeinek alapján az üdülési csekk megadóztatásának várhatóan negatív hatásai lesznek a belföldi turizmusra. Az utazás ma már olyan mértékben a szokások részévé vált, hogy az emberek nehezen mondanak le róla. Az elvégzett vizsgálat tapasztalatai alapján csökkenni fog az utazások időtartama, gyakorisága, kevesebb pénzt fognak az emberek nyaralásra költeni. Ennek következtében a különböző szolgáltatók forgalmában is csökkenés várható. Az eredmények elemzése rámutatott arra, hogy ez a tendencia elsősorban a vendéglátóegységek és a szálláshelyek forgalmát fogja érinteni, mivel ezek azok a szolgáltatások, melyek a legnagyobb mértékben használták fel az üdülési csekket.

HOFFER ANITA

II. évfolyam

Kommunikáció és médiatudomány (A)

Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

Kommunikációs és Művészeti Kar

*Konzulens: Dr. Papp-Váry Árpád
főiskolai docens, Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola*

SZŐKÉK ELŐNYBEN – AVAGY MIÉRT SIKERESEK A SZŐKE NŐS REKLÁMOK?

Is advantage at blondes – Or why are advertisements with blonde girls succesful?

Szőkék – a negatív sztereotípiák célpontjai. Ám ezen túlmutatva a marketing világában vajon milyen szerepet töltenek be? Kinek, mit és miért képesek „eladni”? Az emberiség történetében különös vonzerővel bírtak, ennek vajon mi az oka? A siker kulcsa a hajsza – avagy mit mutatnak Madonna lemezadási adatai?

Ehhez hasonló kérdések megválaszolására törekszem a pályaműben, végigkövetve a nők történetét, nyilvánosságát és ezen belül a szőke nők helyzetét. A szőkék kétségtelenül megosztják a véleményeket (angyali imáztól a buta szőkéig), ezért a velük kapcsolatos reklámfilmek is differenciáltak. A reklámtörténetnek megfelelően először a nyomtatott, majd az audiovizuális reklámokkal foglalkozom – hogyan is ábrázolják ezekben a szőke nőket, milyen fogyasztói reakciót váltanak ki a készítőik? Érdekes adatok és érdekes összefüggések kísérik végig a szőke nők és a marketing kapcsolatát, igyekszem ezekre rávilágítani a pályaműben.

HOKSTOK CSABA

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Konzulens: Dr. Karai Éva

egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

**A VASÚTI INFRASTRUKTÚRAMENEDZSMENT TÁMOGATÁSA TEVÉKENYSÉG
ALAPÚ KÖLTSÉGGYŰJTÉS MÓDSZEREKKEL**

Improvement of rail infrastructure management by using activity based cost calculation methods

A vasúti közlekedés szervezeti, működési rendszere jelentős változásokon megy keresztül. A liberalizált vasúti piacon több újdonság – vállalatok, egységes vonatirányítás, költségelszámolás stb. – jelent meg, amelyek tudományos megalapozottságán még bőven lehet munkálkodni. A kontrolling rendszer általános és a mainál finomabb, alaposabb alkalmazása biztonságosabbá fogja tenni a költségek megállapítását.

A dolgozat célja egy olyan átfogó költségkalkulációs módszertan elméleti sémájának bevezetése és ehhez kapcsolódóan egy, a pályavasúti szolgáltatások költségét meghatározó modell kidolgozása, amely a költségek megjelenésétől és gyűjtésétől kezdve, a vasúti infrastruktúra tevékenységeinek azonosításán át, egészen a pályavasúti szolgáltatások költségének meghatározásáig magába foglalja.

A cél megvalósításához először meg kell ismerni a hazai legnagyobb vasútvállalati holding infrastruktúraüzemeltető cégének (Pályavasút) költséggyűjtési rendszerét. Ehhez szükség van a jogi háttér, elsősorban a számviteli elkülönítés áttanulmányozására. Majd a vasútvállalatnál alkalmazott ún. tevékenységi kódrendszer vizsgálata következik, amely rendszer a Pályavasút egyes tevékenységeihez költségeket rendel hozzá, a hagyományos költségnevek szerinti gyűjtésen túlmenően. Ezután a pályavasúti tevékenységek azonosítása és rendszerezése valamint az önköltségelszámítás ismerete révén kapható teljes kép a vasút költségkalkulációs rendszeréről.

A megfelelő költségelszámítási módszer vasútvállalati adaptációjához, pedig elengedhetetlen a főbb ismert kalkulációs eljárások áttekintése. Egyrészt a hagyományos, másrészt az újabb költségkalkulációs módszertanok értékelése hozzásegít a legjobb kiválasztásához. A dolgozat kiemelt figyelemmel kezeli a tevékenység alapú költségelszámítást, hiszen az elemzésekből is látható lesz, hogy egy kiváló módszer egy vasútvállalat számára.

A modell kialakításához fontos egy célrendszer megfogalmazása is. Ezek után a módszertani lépések és azok feladatainak meghatározásával lehetővé válik az egyes pályavasúti szolgáltatások költségéhez kapcsolódó matematikai modell sémájának felállítása.

HOMONNAI ZSÓFIA

II. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Nagy Zoltán
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

**KÍNAI TŐKEBEFEKTETÉSEK AFRIKÁBAN: „KÍNA KOPOGTAT, AFRIKA PEDIG
KITÁRJA AZ AJTÓKAT”**

Chinese trade investment in Africa: ‘China is knocking and Africa opens doors’

Globális világunkban Kína egyre jobb versenypozíciót próbál elérni, amelyhez komoly „energiaéhség” párosul, ez ihlette dolgozatom témáját, amely az Afrikában történő kínai tőkebefektetések. A témát széleskörűen mutatom be, számos tanulmány és újságcikk feldolgozásával. A publikációk többsége főként Kína szemszögéből ismerteti ezt a kapcsolatot. Célom az, hogy kiderítsem, hogyan hat és fog hatni az afrikai emberek életére az „Ázsiai Óriással” folytatott kontaktus, és ki tudja-e zökkenteni az eddigi „reménytelennek” tűnő gazdasági helyzetéből.

Munkám során megvizsgáltam Kína gazdasági fejlődését, Afrikához való közeledését, a két fél közötti kereskedelmet, Kína politikáját és programjait, amellyel szeretne „közelebb kerülni” az afrikai országokhoz. Emellett választ szeretnék adni arra, hogy az afrikai vezetők miért kötnek szívesebben „üzletet” a kínaiakkal, mint más országokkal.

A dolgozat elején számos kérdést felteszek, amelyekre a konklúzió során választ adok: Milyen fejlődést hozhat Kína Afrika életében? A kapcsolatok segítenek-e az éhezésen, a rossz egészségügyi állapotokon vagy az egészségtelen körülményeken? Az afrikai átlagpolgárok is „nyernek” a kínai kapcsolatokkal vagy csak a korrupciós politikai elit?

HORNYÁK JÓZSEF

IV. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Külkereskedelmi Kar

*Konzulens: Czákó Dezső
óraadó tanár, Budapesti Gazdasági Főiskola*

MAGYARORSZÁG AZ EURÓZÓNA KÜSZÖBÉN, A KÖZÖS VALUTÁRA NEHEZEDŐ NYOMÁS TÜKRÉBEN

Hungary on the euro area threshold in the light of the pressure on the single European currency

Dolgozatomban azt vizsgálom, hogy Magyarországnak milyen nehézségekkel kellene szembesülnie, ha belépne az eurózónába, illetve a jelenlegi euróvezeti tagok közül a gyengébb tagállamok milyen áldozatokat hoznak azért, hogy megfeleljenek a maastrichti kritériumoknak, miközben fundamentumaik kevésbé határozzák meg az euró árfolyamát. A „PIIGS országok” (Portugália, Írország, Olaszország, Görögország és Spanyolország) 2010-ben függetlenül attól, hogy a fellendülés vagy a recesszió szakaszában vannak, megszorításokra kényszerülnek, hogy a költségvetési hiányt a GDP 3 százaléka alá szorítsák.

Dolgozatomban statisztikai és közgazdasági eszközökkel rámutatok: az újraelosztás mértéke eltérő az euróvezeti államokban, mely aszimmetrikus sokkokat eredményez, még szimmetrikus sokkhatás esetén is.

A gazdasági ciklusok sem mozognak együtt minden esetben ezen államokban. Németországhoz viszonyítva a legjelentősebben az utóbbi 10 évben Görögország gazdasági növekedése tér el, de hazánk korrelációja sem kifejezetten magas: 0,72.

Az euró túlértékelt – vélekednek egységesen vezető nemzetközi közgazdászok 2010 őszén –, melynek hatására az exportvezérelt kilábalás nehézségekbe ütközik az eurózónában. Magyarországot segítette a gyenge forint: ceteris paribus tizedszázalékokban mérhető GDP-növelő hatása mutatkozott a fizetőeszközünk gyengülésének.

A PIIGS-államok CDS-felára (államcsőd ellen köthető biztosítás felára) jelentősen emelkedett, miközben az euró erősödött. Optimális esetben a fundamentumok gyengülésével, a CDS-felár növekedésével a fizetőeszköz gyengül: az európai szuverén adósságválságban ellentétes mozgás volt megfigyelhető 2010 nyarán és őszén.

Kiegyensúlyozott gazdasági körülmények között az eurónak nem jelentkeznek betegségei, de amint depresszióba esik a világgazdaság, vagy az övezet, akkor felszínre kerülnek a hibák, s ezt nem biztos, hogy néhány szabály, intézményi felügyelet képes megoldani. Az egyes országok gazdasági teljesítményének volatilis jellege (kiváltképp a gyengébb gazdasági teljesítményű országoké), és a növekedést övező kockázatok különbözősége rámutatott arra, hogy nem minden országnak vált be tökéletesen az euró.

Módszertani szempontból arra törekedtem, hogy a felhasznált források mind dokumentumtípusukat, mind pedig a szerzők álláspontját illetően különbözőek legyenek, továbbá nagy hangsúlyt fektettem arra is, hogy dolgozatomban a téma szempontjából releváns angol nyelvű publikációk is megjelenjenek.

HORVÁTH ADRIENN

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Debreceni Egyetem

Közgazdaság- és Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Károlyi Géza
egyetemi docens, Debreceni Egyetem*

**AZ ÁLTALÁNOS FORGALMI ADÓ SZABÁLYOZÁSA AZ EURÓPAI KÖZÖSSÉGEN
BELÜLI TERMÉKBESZERZÉS VONATKOZÁSÁBAN**

The regulation of value added tax in terms of acquisitions within the European Community

Dolgozatom témája az általános forgalmi adó szabályozásának elemzése az Európai Közösségen belüli termékbeszerzések vonatkozásában. Véleményem szerint az általános forgalmi adó rendszere ezen a területen a Közösség összetettségéből adódóan igen komplex, ezért elemzését komoly szakmai kihívásnak tekintem.

Munkám során elsődleges célom annak vizsgálata volt, hogy a jelenlegi szabályozás működése mennyire hatékony, van-e lehetőség visszaélésekre, és ha igen, milyen módon lehetne visszaszorítani azokat.

Vizsgálataimat egy rövid történeti áttekintéssel kezdtem, hiszen a mai, modern adórendszerek kialakulását befolyásoló tényezők megismerésével könnyebben érthetünk meg olyan sajátosságokat és összefüggéseket, amelyek a későbbi fejezetek szempontjából jelentősek. Ezt követően az általános forgalmi adó jelentőségét támasztottam alá a Pénzügyminisztérium, valamint az APEH adatainak elemzésével. A jelenleg hatályos szabályozás bemutatásakor elsődlegesen a magyar áfa-törvényre koncentráltam, emellett folyamatosan kiemeltem azokat a területeket, amelyekre vonatkozóan jogharmonizációs kötelezettségeinknek megfelelően az Európai Unió irányelveinek rendelkezései épülnek be a szabályozásba. Ez után a Közösségen belüli ügyletek esetén előforduló legtipikusabb visszaéléseket mutatom be: a beszerzési, és a körhinta típusú csalást. Ezek gyakorlati megvalósulását konkrét jogeseteken keresztül vizsgálom, hiszen ezek révén tárhatók fel a szabályozás leginkább hiányos területei.

A fentiek alapján összességében arra a következtetésre jutottam, hogy egyes területeken szükség van a jelenlegi szabályozás pontosítására. Véleményem szerint a legkritikusabb kérdés a külföldön nyilvántartásba vett adóalanyok számára juttatott adóvisszatérítés szabályozása. Ezen a területen lényeges szigorításokra lenne szükség: kötelezővé kellene tenni a jogosultság ellenőrzését még a visszatérítés teljesítése előtt, így számos csalás megelőzhetővé válna. Emellett a tagállamok adóhatóságai közötti együttműködés szorosabbra fűzésével, és közösen folytatott ellenőrzésekkel a csalások felderítése gyorsabbá és pontosabbá válna. Ennek érdekében szükség lenne az elektronikus számlázás és ügyintézés általánossá válására, valamint az adóhatóságok közötti adatszere rugalmasabb szabályozására. Véleményem szerint a fenti javaslatok megvalósításával a csalások száma és nagyságrendje is lényegesen csökkenne, ez pedig elősegítené a közös belső piac hatékony működését.

HORVÁTH DETRE

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Mohl Gergely
egyetemi tanársegéd, Budapesti Corvinus Egyetem*

**AZ INGATLANADÓ MEGVALÓSÍTÁSA, AVAGY ADALÉKOK EGY 26 NAPOS ADÓ
TÖRTÉNETÉHEZ**

Levyng property tax on real estate in 2010 – The history of the 26-day tax on real estate in
Hungary

Dolgozatom központi témája az egyes nagy értékű vagyontárgyakat terhelő adóról szóló 2009. évi LXXVIII. törvény ingatlanadóztatásra vonatkozó részének bemutatása és elemzése. Amellett tehát, hogy átfogó képet kívánok nyújtani a legutóbbi magyar ingatlanadóztatási kísérletről, fontosnak tartottam, hogy mindezt egy koherens közgazdaságtani és adóelméleti keretbe helyezzem, valamint a magyar törvényt összevessem számos ország már működő ingatlanadóztatási gyakorlatával is.

A dolgozat első fejezetének célja az értékalapú ingatlanadóztatás közgazdaságtani és adóelméleti bemutatása. Az ingatlanadót, összhangban a közgazdaságtan elméletével, helyi adónemként értelmezem, és bizonyítom, hogy az ingatlanadó, összevetve a többi helyi adónemmel számos kiemelkedően jó tulajdonságokkal bír. Ezután megkülönböztetem a terület és az értékalapú ingatlanadót, melyek közül az elmélet az utóbbit részesíti előnyben.

Bemutatom továbbá az értékalapú ingatlanadóztatás lehetséges módjait is. Szemléltetem a fő ingatlanadóztatási módszereket, majd vizsgálom az ingatlanértékelés lehetséges módszereit is, továbbá az adózók körét a különféle széleskörűen alkalmazott kedvezményezési, mentességi formákkal egyetemben.

A második fejezet célja az ingatlanadóztatás nemzetközi gyakorlatának bemutatása, nyugat-európai, amerikai és kelet-európai példák segítségével.

A harmadik fejezetben részletesen elemzésre kerül a 2010-es magyarországi ingatlanadó. Megvizsgálom továbbá az ingatlanadóztatás hazai korlátait, a hatályos hazai gyakorlatot, majd elemzem a 2010-es gyakorlatot az elmélet, a nemzetközi tapasztalatok és adószakértők véleménye alapján. Az ingatlanadó erényeinek elismerése mellett 7 pontban kritikát fogalmazok meg, végül pedig bemutatom az ingatlanadó eltörlésének alkotmányosságai okait is.

HORVÁTH KATALIN

II. évfolyam
Számvitel (M)

Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Szemán Judit
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

A VÁLSÁG HATÁSA A MAGYAR BANKRENDSZERRE

The effects of the depression on the system of Hungarian banks

Dolgozatom megírásának célja az volt, hogy tényekkel, adatokkal támasszam alá nézetemet, miszerint a gazdaság stabilitásának, működőképességének megőrzéséhez szükség van az állam beavatkozására, mégpedig szigorú és aktív résztvevőként. A 2008-as válság bebizonyította, hogy a gazdasági szereplők kockázatviselési hajlandósága túl nagy, és ennek világszerte érezhetjük hatását a gazdasági recesszió, munkanélküliség, a megbízhatatlan árfolyamokon keresztül. Az államnak szabályozni kell a gazdaságot, elsősorban a bankrendszert, melynek változásai az egész reálgazdaságra hatással vannak.

Az összehasonlíthatóság és a megelőzési lehetőségek felvázolása érdekében a szakirodalmi részben röviden áttekintem a történelem jelentősebb válsághelyzeteit, majd bemutatom a 2008-as válság okait, előjeleit, kialakulását és magyarországi következményeit. A következő nagy fejezetben ismertetem a válság hatását a magyarországi bankrendszerre különös tekintettel a fellépő problémákra, és az állami beavatkozásra. A pénzügyi rendszer kockázatait a mágikus háromszög segítségével tárom fel, ennek keretén belül bemutatom a likviditás, a fizetőképesség és a jövedelmezőség területén bekövetkező változásokat. A válság hatásainak szemléltetése céljából elemzést végzek a konszolidált banki mérleg, eredménykimutatás és cash-flow változásairól. Kutatásom során érdekes eredményekre jutottam, például a válság kedvező következménye a bankok likviditási helyzetének javulása, és a lakosság megtakarítási hajlandóságának a növekedése. Dolgozatomban részletesen kifejtem ezen hatásokat is.

Végül megfogalmazom észrevételeimet, javaslataimat, véleményemet a válsággal, annak kialakulásával, megelőzhetőségével és hatásainak enyhítésével kapcsolatban. Megpróbálok választ találni a közgazdaságtan egyik legfontosabb kérdésére: Mikor kell beavatkozni az államnak a gazdaság működésébe, és milyen mértékben kell korlátozni a piac működését annak érdekében, hogy megelőzhetőek legyenek a 2008-as válsághoz hasonló krízishelyzetek, valamint a társadalom és a gazdaság szereplői számára azonos lehetőségek és feltételek legyenek biztosítva, és nem utolsósorban az egyik ember sikere ne a másik rovására valósuljon meg.

HORVÁTH KATALIN

II. évfolyam
Számvitel (M)

Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Varga Beatrix
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

A VÁLSÁG HATÁSA AZ ÉLETSZÍNVONALRA

The effects of the depression on the standard of living

Kézenfekvőnek tűnt számomra, hogy dolgozatom középpontjába aktualitása, kiterjedtsége és következményeinek volumene miatt a válságot állítsam. A 2008-as események emberek millióinak életét változtatták meg. A gazdasági recesszió, a hitelek piacának beszűkülése, az árfolyamok instabilitása, a munkanélküliség növekedése, a tömeges elszegényedés előbb utóbb mindenkivel érzékeltették, hogy ezen túl valaminek másként kell lennie a problémák megelőzése végett. Ennek a „máskéntnek” a megértését és elfogadását szeretném elősegíteni, dolgozatom megírásával. A helyes út megtalálásához fontos, hogy megismerjük a válság előzményeit, okait és hatásait különös tekintettel Magyarországra. A szakirodalmi rész feladata tehát a vizsgálatok, elemzések és következtetések megalapozása, a folyamatok megértésének elősegítése lesz. Megfelelő háttérismeret után jöhet a vizsgálódás! Az életszínvonal elemzését a vizsgálat területeinek a bemutatásával kezdem, majd ismertetem a válság hatásait az átlag magyar emberre. Ezen belül kitérek a jövedelmek, a fogyasztói árindex, a fogyasztási szokások, a fogyasztói infrastruktúra, a munkanélküliség és a szegénység változásainak elemzésére, valamint a trendek okainak feltárására. Érdekességként vizsgálatot végeztem az egyetem Gazdaságtudományi Karának hallgatói körében. Az elemzés keretén belül azon területeket emeltem ki, melyek közvetlen kapcsolatban vannak a 2008-ban kezdődött krízissel. Feltételeztem, hogy az országos átlagtól eltérő eredményeket fogok kapni a felsőfokú végzettséggel rendelkezők magas aránya miatt. Hipotézisem igaznak bizonyult az egyetem hallgatói átlagon felüli emberek, hogy miért is – dolgozatom során erre is fény derül! Végezetül összefoglalom vizsgálatom tapasztalatait, kialakult nézeteimet és megfogalmazom az általam helyesnek tartott változtatásokat, a hasonló krízishelyzetek megelőzése végett. Munkám során sok kérdés merült fel bennem. Hogyan lehetne ösztönözni a gazdasági szereplőket az ember és a környezet értékének az elismerésére? Milyen szerepet kell az államnak vállalnia? Kit kövessünk? Az egyszer már bevált Keynes-t, a túlzottan liberális Smith-t vagy esetleg a monetarista Friedmant? És ha egészen más irányba haladnánk... még az is lehet, hogy bejön!

HORVÁTH LÍVIA

III. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

SZÁSZ ZSUZSANNA

III. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Nagy Szabolcs
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

*Hajdú Noémi
egyetemi tanársegéd, Miskolci Egyetem*

**AZ EGÉSZSÉGTUDATOSSÁG HATÁSA A VÁSÁRLÓI DÖNTÉSEKRE
– ÓSI BÖLCSESSÉG EGY ÚJ VILÁGBAN –**

The 'healthy lifestyle effect' in the consumer's behavior
– Ancient wisdom in a new world –

Dolgozatunknak szerettünk volna olyan témát választani, mely aktuális, amely mindkettőnk érdeklődését felkelti, amelynek kidolgozása folyamán rengeteg új ismeretre tehetünk szert, és amelyről egy információgazdag, izgalmas értekezést állíthatunk össze.

'Az egészségtudatosság hatása a vásárlói döntésekre' témakört tartottuk leginkább hozzánk közelállóknak, hiszen fontos számunkra egészségünk megőrzése, a természetes alapanyagból előállított készítmények preferálása. Dolgozatunk során azt vizsgáljuk, hogy ha a vásárló egészségtudatosan gondolkodik, vagyis a természetes alapanyagú, tartósítószer nélküli étrend kiegészítőket, gyógyszítményeket preferálja, akkor az milyen hatással van a vásárlói döntésekre, illetve hogyan változtatja a vásárlói folyamatokat.

Miskolc lakosságát reprezentatív módon szeretnénk megkérdezni a vásárlási szokásaikról, mely kutatás eredményei alapján képet kaphatunk arról, hogy az egészségtudatosságot mely tényezők befolyásolják, illetve az egészségtudatos fogyasztókat döntéseik, és vásárlásaik folyamán milyen impulzusok érik.

Továbbá a miskolci Herbáriák tulajdonosait is meg szeretnénk kérdezni, hogy képet kapjunk a fogyasztók vásárlói szokásairól, az elmúlt évek fő tendenciáiról, és hogy a hipotéziseinket ez alapján megalapozzuk.

A folyamat elemzésére a legmegfelelőbbnek az Engel-Blackwell-Miniard-modellt tartjuk. A kutatásban kapott eredmények alapján fogjuk feltüntetni, hogy hogyan is változik a modell, ha egészségtudatos vásárlóról van szó, a folyamat mely szakaszában, milyen eltérés észlelhető.

HORVÁTH SAROLTA NOÉMI

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Málovics Éva
egyetemi docens, Szegedi Tudományegyetem*

AZ ORVOS-BETEG KOMMUNIKÁCIÓ TÉNYEZŐINEK EMPIRIKUS VIZSGÁLATA

Empirical analysis on factors of communication between physician and patient

Az egészségügyi szolgáltatások jellegéből fakadóan elkerülhetetlenül információs aszimmetria lép fel. E terület jelentőségének növekedésében – az erősödő betegjogok mellett – nagy szerepe volt annak is, hogy az egyre drágább egészségügyi ellátás miatt előtérbe került a költséghatékonyság elve. Vizsgálataim során arra kerestem a választ, hogy az orvos-beteg kommunikáció tényezői hogyan befolyásolják a gyógyítás-gyógyulás hatékonyságát.

Saját kutatás során primer adatgyűjtést és elemzést végeztem Békés és Csongrád megyében. Az adatgyűjtés során mind kvalitatív, mind kvantitatív módszereket alkalmaztam. Először interjúkat készítettem 21 orvossal, amely kvalitatív primer kutatásnak tekinthető. Ezzel párhuzamosan kérdőíves felmérést készítettem 60 fős mintával. Mindkét adatgyűjtés célja az volt, hogy megvizsgáljam az orvos-beteg kapcsolat eredményességét befolyásoló tényezőket, és azoknak a gyógyításra-gyógyulásra kifejtett hatását értékeljem.

A szakirodalmi adatokat részben alátámasztva vizsgálataimmal megállapítottam, hogy a paternalisztikus modell az orvos-beteg kommunikációban igen nagy jelentőséggel bír. A hatvan megkérdezett fő több mint kétharmada szerint a jó orvos legfontosabb jellemzője a szakmai tudás, egytizedük szerint pedig a szakmai tapasztalat. Figyelemre méltó, hogy nagy a szórás a különböző orvosok kommunikációs hatékonysága között. Felmérésem alapján a potenciális betegek közel egyharmada szerint az orvos-beteg kapcsolat nem a legfontosabb, de meghatározó a szerepe a gyógyulásban.

A betegközpontú modellben fontos támogatást jelent a beteg számára, ha az orvos elmagyarázza, mit kell tennie, ha a dolgok nem a terv szerint történnek, hogyan találhatja meg orvosát, és bizonyos tünetek mit jelenthetnek. Az orvosok műhibák kiküszöbölése érdekében standardokat és protokollokat követnek, a kutatási eredményeket helyezik előtérbe, így a technikai, statisztikai adatok nagyobb hangsúlyt kapnak, mint az emberi tényezők. Mind a beteg, mind pedig az orvosi szakma számára a két szemléletmód integrálása lenne az optimális forgatókönyv – vagyis a tudományosan megalapozott, bizonyítékokon nyugvó orvoslásnak a betegközpontúság felé kellene haladnia, illetve a betegközpontú gyógyításnak szilárd tudományos alapokon kellene állnia.

HRABOVSZKI JÁNOS NORBERT

IV. évfolyam

Műszaki menedzser (A)

Debreceni Egyetem

Műszaki Kar

*Konzulens: Dr. Budai István
főiskolai docens, Debreceni Egyetem*

**KERÁMIA TETŐCSERÉPGYÁRTÁS BEMUTATÁSA, ILLETVE A TECHNOLÓGIÁK
ENERGIAFELHASZNÁLÁSÁNAK ÖSSZEHAJONLÍTÁSA AZ LCA ELEMZÉS
IRÁNYELVEI ALAPJÁN**

An introduction of the clay tile production, comparison of energy utilization of technologies based on guidelines of Life Cycle Assessment

Dolgozatomban kettős célt fogalmaztam meg. Első célom a kerámia tetőcserepgyártás bemutatása a Tondach Magyarország Zrt. legmodernebb gyárán keresztül. Azért, hogy az építő- és építészmérnökhallgatók oktatási segédanyagként felhasználhassák a tanulmányaikhoz, továbbá a leendő vevők részére azért, hogy a kerámia tetőcserepekkel kapcsolatban valós információkat nyújtsak. Második célom az volt, hogy a Tondach Magyarország Zrt. gyáregységeit az energiafelhasználás szempontjából összehasonlítsam. Ezt azért tettem, hogy kiderítsem, melyik egységnek a leggazdaságosabb a termelése, egységnyi legyártott termékre viszonyítva. Továbbá ezekből az adatokból meg tudom határozni, hogy a termelés mennyiségének változtatása esetén melyik gyáregységnek kellene csökkenteni, illetve növelni a termelését. A dolgozatomban az LCA elemzés irányelveit követve hasonlítottam össze a gyáregységek energiafelhasználását.

Az elemzésem alapján azt állapítottam meg, hogy a gázfogyasztás ugyan fajlagosan nagyobb az új gyáregységben, de ez azért van így, mert a magasabb égetési hőmérséklettel jobb minőségű kerámia tetőcserep gyárható. Meg kell jegyezni azt is, hogy ez a magasabb gázfogyasztás a technológia beállításának a következménye is, de amikor az új technológia állandósult, akkor már a gázfogyasztás csökkenő tendenciát mutatott.

Az elektromos áram felhasználásánál azt figyeltem meg, hogy az új technológia beállításánál sem volt magas az egységnyi termékre vonatkozó fogyasztás. Amikor az új technológia paraméterei állandósultak, további csökkenést figyeltem meg.

Az egyszerűsített LCA elemzés használatakor annak korlátait tapasztaltam. Ez abban nyilvánult meg, hogy a rendszerhatárok leszűkítése miatt, csak összevont eredményt kaptunk az egész évre illetően, és nem volt megfigyelhető a javuló tendencia, ami a részletesebb elemzés során, a havi bontás esetén már láthatóvá vált. Továbbá az sem tűnik ki az egyszerűsített elemzésből, hogy a magasabb gázfelhasználás esetén, és ezt kiváltó magasabb égési hőmérséklettel akár a duplájára is növelhető a kerámia tetőcserep élettartama.

További céljaim az egyszerűsített LCA elemzésből következő hátrányok, illetve nem részletes információk kiküszöbölése, a kiterjesztett LCA elemzés alkalmazásával, úgy, hogy a rendszerhatárokat kibővítem.

Jövőbeli célom az, hogy összehasonlítsam a kerámia tetőcserep- és a beton cserépgyártást részletes LCA elemzéssel. Így képet tudok adni arról, hogy melyik a környezetbarátabb és a gazdaságosabban előállítható termék.

HUNGLER ADRIENN

II. évfolyam

Műszaki menedzser (A)

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Konzulens: Dr. Varga Valéria
főiskolai docens, Óbudai Egyetem*

A 2007-ES GAZDASÁGI VÁLSÁG FOLYAMATAINAK ELEMZÉSE

Dissection of the processes of the economic crisis of 2007

A dolgozatban a 2007-es gazdasági válság háttérében lévő folyamatok elemzése kerül bemutatásra. A jelenlegi gazdasági rendszer kialakulásának bemutatása a főbb gazdasági irányokkal. A válságok okainak és típusainak bemutatása, a korábbi globális válságok rövid leírása. A gazdasági ciklusok elemzése, hatásai a gazdasági rendszerre. A 2007-ben kialakult gazdasági válság globálissá fejlődésének kronológiája. A válságot előidéző hitelprobléma elemzése.

A krízis háttérében lévő folyamatok elemzése az országok közötti függőségek bemutatásával, kitérés a nemzetközi gazdasági „fejlődési szakadék” kialakulására, mélyülésére és hatásaira a jelenlegi gazdasági rendszerre.

IHÁSZ PÉTER

Végzés éve: 2009

Közgazdász (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Takácsné dr. György Katalin
egyetemi docens, Károly Róbert Főiskola*

**A VÁLTOZTATÁSMENEDZSMENT GYAKORLATA, AVAGY MIÉRT ÉS HOGYAN
KELL MEGVÁLTOZNIUK A VÁLLALATOKNAK?**

Practice of alteration management, that is how and why have to change of the enterprises?

A válságok kialakulásának lehetősége mindig erőteljesen jelen volt a vállalatok életében, de napjainkban a gazdasági világválság hatására még nagyobb aktualitással bír a válság leküzdésének módszertana, a változtatásmenedzsment, illetve a válságmenedzsment. A változtatás- és válságmenedzsment szükségességének felismerése minden vállalkozás esetében kiemelten fontos ahhoz, hogy az erősödő piaci helyzetben is profitot tudjon termelni, versenyképes maradjon.

Annak, hogy a különböző vállalatok miért kerülnek válságba, valamint miért nem a megfelelő lépéseket teszik az őket ért ingerekre, számos kiváltó oka lehet, de ezek között megfigyelhetőek párhuzamok is. Míg a változtatásmenedzsment a megelőzésre, a válságot előidéző események felismerésére, addig a válságmenedzsment a már kialakult válságok kezelésére helyezi a hangsúlyt.

Munkámban egy összeomlás szélén álló magyarországi tűzhely és konvektor gyártó közép vállalat konkrét példáján mutatom be a válságok kialakulásának okait, valamint kezelési lehetőségeit. A vizsgált vállalatnál ezen okok a nem megfelelő piaci pozícionáláson túl az alacsony tőkeellátottságban, a forrásbevonási lehetőségek szűkösségében, az elavult szervezeti struktúra felépítésben, valamint a marketing és elemzési-tervezési szemlélet hiányában keresendő. Kutatómunkám során fontosnak tartottam áttekinteni a magyarországi globális gazdasági helyzetet, megvizsgálni a KKV szektor szerepét, valamint elvégezni a konkrét vállalat elemzését is, azért, hogy az előzményeket és a helyzetképet megismerve elemezni tudjam a válság okait és meghatározhassam a kezelési stratégiákat.

Véleményem szerint, megfelelő odafigyeléssel elkerülhető lett volna a válság kialakulása. Ezért ezzel a dolgozattal a célom, hogy felhívjam a figyelmet a megelőzés fontosságára és a vezetői passzív hozzáállás veszélyeire.

ILLÓ ISTVÁN GÁBOR

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Debreceni Egyetem

Közgazdaság- és Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Trón Zsuzsanna
egyetemi tanársegéd, Debreceni Egyetem*

**FÖLDSZERZÉSI MORATÓRIUM: AZ ÁTMENETI IDŐSZAK SIKERESSÉGÉNEK,
INDOKOLTSÁGÁNAK VIZSGÁLATA**

Land purchase moratorium: the examination of success and justification of the transitional period

A dolgozatban a Magyarországon 2004-től – az Európai Unióba való belépés óta – érvényben lévő földvásárlási moratóriummal kapcsolatban fő kérdésként azt vizsgálom, hogy az átmeneti időszak mennyire tekinthető sikeresnek, az eredeti elvárásoknak megfelelően alakultak-e az eredmények. Ezek alapján arra is választ keresek, hogy a moratórium bevezetése indokolt volt-e egyáltalán?

A vizsgált problémakör jelenleg is a magyar földpiac egyik ellentmondásos jelensége. Az átmeneti időszakkal kapcsolatban többen megkérdőjelezik a további szükségességét, hiszen mostani formájában elzárja a magyar gazdaságtól a külföldi tőkét, míg a magyar földtulajdonosok nem rendelkeznek elég tőkével a gazdaságaik fejlesztéséhez. A téma kutatásának fontosabb célkitűzései, hogy bemutassa a moratórium bevezetésének hatásait illetve az ahhoz vezető okokat, annak érdekében, hogy árnyalja azt a véleményt, miszerint a moratóriumot ebben a formában továbbra is szükséges fenntartani.

A moratórium sikerességét három szempont alapján elemzem.

1. A bevezetése óta a vártak megfelelő ütemben növekedtek-e a földárak?
2. Sikeresen megakadályozta-e a külföldiek földszerzését Magyarországon?
3. Történt-e számottevő előrelépés a birtokszerkezet átalakulásában?

A moratóriumot abban az esetben tekintem sikeresnek, ha a vizsgált szempontok alapján levonható az a következtetés, hogy azok jelentős mértékben megvalósultak. A források tekintetében mind hazai, mind külföldi forrásokra igyekszem támaszkodni. A vizsgálatokat mind a derogáció előtti, mind a bevezetése utáni időszakból származó adatokkal támasztom alá, ahol lehetséges, kitérve az aktuális forrásokra is. A dolgozat kérdésének időintervalluma főként az Európai Unió csatlakozás előtti évektől napjainkig terjedő időszakra koncentrál, kitékintésekkel a '90-es évek elejének földpiaci helyzetére és változásaira.

A kutatásom végén az általam vizsgált tényezők alapján arra a megállapításra jutok, hogy az átmeneti időszak – bár a külföldiek földvásárlását illetően sikeresnek mondható – ebben a formájában megnehezíti a magyar földpiac megélénkülését, így életben tartása csak módosításokkal lenne megoldás a fennálló problémákra.

ILYÉS TAMÁS

I. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Külkereskedelmi Kar

*Konzulensek: Dr. Ferkelt Balázs
főiskolai docens, Budapesti Gazdasági Főiskola*

*Dr. Ilyésné dr. Molnár Emese
főiskolai docens, Budapesti Gazdasági Főiskola*

A BALASSA-SAMUELSON HATÁS VIZSGÁLATA A VISEGRÁDI ORSZÁGOKBAN

The Balassa-Samuelson effect in the Visegrad Group

Dolgozatomban a Balassa-Samuelson-hatás érvényesülésének a mechanizmusát vizsgálom a visegrádi országokban.

Az utóbbi két évtizedben a visegrádi országsoport minden tagjának kiemelt fontosságú célja és szerződéses kötelezettsége volt a maastrichti konvergencia kritériumok teljesítése, illetve az arra való törekvés. Ezek alapján kritikus kérdés a vizsgált országok esetében, hogy a gazdasági növekedés, a technológiai felzárkózás milyen strukturális változást okoz. A Balassa Béla és Paul A. Samuelson által kidolgozott elmélet szerint a reálfolyamatokban megvalósuló konvergencia inflációs és árfolyam-leértékelő hatással járhat. Ennek következtében a maastrichti kritériumok megalkotása óta többen is felvetették, hogy a felzárkózó közép-európai országok számára ezen feltételek nem alkalmasak arra, hogy elősegítsék a stabil gazdasági fejlődést és a közeledést az uniós átlaghoz. Az évek során készült tanulmányok eltérő eredményeket hoztak és különböző következtetéseket vontak le. Ezen elemzések célja azonban elsősorban az inflációs hatás abszolút becslése és az árfolyam szisztematikus leértékelődésének a vizsgálata volt.

Dolgozatomban a Balassa-Samuelson hatásmechanizmusát vizsgálom egy neoklasszikus elméleti modell keretein belül ökonometriai valamint statisztikai módszerekkel. Ezen vizsgált országok több szállal kötődnek egymáshoz, közös történeti múlttal, hasonló gazdasági feltételekkel és a később csatlakozott kelet-európai országokhoz képest jelentős előnyökkel rendelkeznek, ezek alapján érdekes kérdés, hogy az elmúlt két évtizedben miért nem sikerült mindegyik országnak belépni a monetáris unióba, illetve teljesíteni az ehhez szükséges feltételeket. Azokra a kérdésekre kerestem a választ, hogy a Balassa-Samuelson hatás jelentős tényező-e a vizsgált négy visegrádi országban valamint, hogy az országsoport homogénnek tekinthető-e a mechanizmus érvényesülése szempontjából. Továbbá megvizsgáltam ezen országok közötti eltérések különböző okait is.

A dolgozatomban egyrészt arra a megállapításra jutottam, a Balassa-Samuelson hatás mindegyik vizsgált országban érvényesül, de országonként specifikus jellemzőkkel. Továbbá megállapítottam, hogy ez a négy ország abból a szempontból is homogénnek tekinthető, hogy a mechanizmuson valamint a becült inflációs többleten felül az országok között még a Balassa-Samuelson hatástól való eltérésben is hasonlóságok fedezhetők fel.

INHOFF ANITA

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Lóránd Balázs
adjunktus, Pécsi Tudományegyetem*

A TÁRSADALMI KAPCSOLATOK SZEREPE AZ ÁLLÁSKERESÉSBEN

Social networks and finding a job

Dolgozatom az álláskeresés egy speciális esetével foglalkozik, az ismerősökön keresztüli álláskereséssel. A magyar álláspiac egyik jellemzője, hogy mindössze a megüresedett pozíciók 20%-a kerül nyilvánosan meghirdetésre, a többi informális úton, ismerősök közreműködésével talál gazdára. A választott témakör napjainkban azért is aktuális, mert a gazdasági világválságnak köszönhetően Magyarországon 2008 és 2009 között 104 000 álláshely szűnt meg, növelve az álláskeresők számát, és csökkentve a sikeres elhelyezkedés esélyeit. Céлом tehát, hogy feltárjam a társadalmi kapcsolatok szerepét az álláskeresésben.

A szakirodalom feldolgozása mellett empirikus kutatást végeztem a Pécsi Tudományegyetem hallgatói között. A mintát koncentrált kiválasztással nyertem. Kérdőívvel mértem fel a kiválasztott hallgatók témával kapcsolatos attitűdjeit, a válaszokat pedig az SPSS statisztikai és adatbányászati szoftver segítségével elemeztem. Az empirikus kutatásom vizsgálta a hallgatók véleményét az ismerősökön keresztüli álláskeresésről, a hallgatók kapcsolatépítésének tudatosságát, valamint a tudatos kapcsolatépítést befolyásoló tényezőket.

Mind a szakirodalom feldolgozása során, mind pedig az empirikus kutatás eredményei alapján egyértelműen kiderült, hogy az álláskeresés folyamatában igen fontos szerep tulajdonítható a társadalmi kapcsolatoknak. A megkérdezett hallgatók is tisztában vannak ezzel a fontos szereppel, többségük mégsem építi kapcsolatait tudatosan. A tudatosságot többek között a lakhely, a nem, valamint a választott tudományterület befolyásolhatja. Ezek a faktorok eltérő környezetet teremtenek az egyén számára, mely eltérő módon ösztönöz tudatos kapcsolatépítésre. Ugyanakkor az álláskeresőnek nem elég csupán arra törekednie, hogy minél több ismerőssel rendelkezzen, hanem fontos az is, hogy eltérő körökben mozgó ismerősöket szerezzon (gyenge kapcsolatok), illetve hogy megfelelő bizalmi szintet építsen ki a kapcsolatháló tagjaival. Tehát annál értékesebb a kiépített kapcsolatháló az álláskereső számára, minél több gyenge kapcsolatot tartalmaz, illetve minél magasabb a bizalmi szint a felek között.

Mіндеzen eredmények rávilágítanak arra, hogy érdemes megfelelő időt és energiát szánni a társadalmi kapcsolataink ápolására, valamint fejlesztésére.

JAKUBEK EMESE

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

CSORBA TIBOR

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Konzulens: Nagy Viktor
adjunktus, Óbudai Egyetem*

**POKOLI PARADICSOM
(ADÓCSALÁS VAGY ADÓOPTIMALIZÁLÁS?)**

Devill's Heaven
(Tax optimization or evasion?)

A dolgozat első részében az Offshore cégek kialakulását és történetét mutatjuk be, majd kitérünk Offshore helyszínekre, adóparadicsomokra. Választ szeretnénk kapni az alábbi hipotézisünkre: vajon legálisan működnek-e az offshore cégek; avagy csak egy kiskapu maradt nyitva, és ez a tevékenység adóoptimalizálás, nem pedig adócsalás?

A téma második részében egy kis időre elhagyjuk a „nemzetközi vizeket” és a magyarországi vonatkozásokat tárjuk fel (érintve pár offshore-botrányt).

A harmadik részben foglalkozunk konkrétan egy offshore cég alapításának feltételeivel, szabályozásával (speciális adózások, adóbevallás és számvitel) és az ezekhez kapcsolódó költségeivel valamint a megszüntetésével.

A negyedik fejezetben tárgyaljuk többek között a megítélést az offshore-nak (legalitás, etikusság). Adóoptimalizálás vagy adócsalás?

Az utolsó fejezetben összegezzük az offshore-ral kapcsolatos tudnivalókat, valamint egy esettanulmányt is bemutatunk. Kitérünk a gazdasági hatásokra, valamint összegzünk.

JAKUBEK EMESE

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Konzulens: Nagy Viktor
adjunktus, Óbudai Egyetem*

EMBERI GA(RÁ)ZDÁLKODÁS

The value of the human resource

A dolgozat első részében a vállalati vagyon egyik legfontosabb részével, a tudással, a szellemi tőkével és annak megtestesítőjével, ez emberrel foglalkozom. Humán erőforrás, számvitel valamint menedzsment szempontból vizsgálom a tényezőket, és ismertetem hipotézisemet, melynek igazolására vagy elvetésére a dolgozatom további részében kerül sor. Hipotézisem: A vállalat vezetői a munkaerő hatékonyságának növelése érdekében előszeretettel alkalmazzák a tréningeket, mert annak hozamai könnyen mérhetőek.

A téma második részében az emberi erőforrás fejlesztésének lehetőségeit vizsgálom vállalati aspektusból. Kitérek a tréningek szerepére, ezek hozamaira mind a vállalati profit és az egyéni fejlődés szempontjából.

A harmadik részben a kérdőíves vizsgálatomat, és empirikus kutatásom módszertanát ismertetem.

A negyedik fejezetben bemutatom a kapott eredményeket és ezeket felhasználva (valamint további makroökonómiai és gazdasági mutatószámokat alkalmazva), meghatározom „egy képzett ember értékét”, vállalati szempontból. Itt kerül sor a hipotézis kutatásaim alapján történő alátámasztására illetve elvetésére is.

JUHÁSZ MATTIAS

IV. évfolyam

Műszaki menedzser (A)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Orosz Csaba
egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

**KÖRNYEZETI EXTERNÁLIS KÖLTSÉGEK SZÁMSZERŰSÍTÉSE A KÖZÚTI ÉS
VASÚTI KÖZLEKEDÉSBEN**

Calculation method of the environmental external costs in road and rail traffic

Dolgozatom témája a közúti és vasúti közlekedés által okozott környezetszennyezés révén megjelenő környezeti externális költségek számszerűsítése, továbbá az ezáltal kapott értékek megjelenítése újonnan megvalósuló (közúti és vasúti) beruházásokhoz készített költség-haszon elemzésekben.

Vázolni kívánom a közlekedés szerepét a környezetszennyezésben. Be kívánom mutatni az újonnan megvalósuló beruházások legelterjedtebb döntés-előkészítő módszerét, azaz a költség-haszon elemzést, valamint az abban számszerűsített közlekedési externáliákat és ezek közül a környezeti externáliák számszerűsítésének lehetséges módszereit. A környezeti költségek reális, a valósághoz minél közelebb álló számszerűsítése esetén az új beruházások megvalósíthatósági vizsgálatában megfelelő súllyal történhet a környezeti szempontok – közgazdasági – figyelembe vétele, ezáltal helytálló döntés születik egy adott projekt megvalósíthatóságáról és hasznosságáról.

A különböző környezetvédelmi akcióterületeken kívül véleményem szerint a legnagyobb hangsúlyt a környezetszennyezés okainak fokozatos megszüntetése vagy legalábbis mérséklése, azaz a megelőzés kell kapja. A szennyezések által okozott környezeti költségek ismerete, számszerűsítése segíti a környezettudatos döntéshozatalt és ezáltal a megelőzésre való törekvést a környezetszennyezés egyik legnagyobb okozója, a közlekedés szervezésében és újonnan megvalósuló projektjeinek megvalósításában.

KACZVINSZKI ANITA

I. évfolyam

Regionális és környezeti gazdaságtan (M)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Csiszár Csilla Margit
egyetemi tanársegéd, Miskolci Egyetem*

A HOTEL PANNÓNIA HELYZETELEMZÉSE A GAZDASÁGI VÁLSÁG KAPCSÁN

Analysis of the Hotel Pannonia in connection with the economic crisis

Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy vajon tényleg válság van-e a magyar szállodaiparban? Mi miatt alakulhatnak ki válságok a szektorban? A Hotel Pannónia milyen stratégiai célokat tűzött ki a válságot megelőzően és azok megvalósulását mennyiben befolyásolta a recesszió?

Először is feltárom a magyar szállodaipar helyzetképét statisztikai mutatószámok segítségével. Ezeket elemzem, majd megkeresem, hogy a tapasztalt tendenciáknak vajon mi lehet a kiváltó oka, milyen intézkedések születtek a válság megoldására vonatkozóan egyes szállodákban és az ágazatban. Ez a fejezete a dolgozatomnak egyfajta előzetes áttekintést és bevezetést ad a konkrét szálloda (Hotel Pannónia) elemzéséhez.

A Hotel Pannónia bemutatása és a mélyebb elemzés ezen „felvezető” után következik. Több mutatószámot is értelmező elemzés alá vetek, kérdőívet készítek, melynek eredményét kiértékelem és megvizsgálom, majd javaslatokat teszek a Pannónia válságának megoldására vonatkozóan. Annak érdekében, hogy dolgozatomat egyéni módon tegyem szemléletessé, így a Pannónia Hotelről látott képeket javarészt saját magam készítem el.

A téma kidolgozásához és ezáltal a kutatáshoz a tanulmányaim során megismert módszereket alkalmazom, mint amilyen a versenytárselemzés, BCG-analízis, a Porter-modell alkalmazása, stb. Egy fejezetet szánok arra, hogy a Hotel Pannónia vendégeinek véleménye alapján is (kérdőív keretében) analizáljam a szállodát és azt, hogy az elhangzottak alapján a vendégek mégis miként látják a szálloda helyzetét és a javulás, a kilábalás útját, milyen szerintük egy ideális szálloda.

A dolgozatomból ki fog derülni, hogy a válság megoldását a Pannónia szállóban javarészt a marketing fejlesztésében látom, ezért a hotel bemutatásakor a marketing résznek nagy jelentőséget tulajdonítok.

KÁLMÁN ORSOLYA ANNA

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kocsis Tamás
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

**CSILLAGFÉNY AZ ALAGÚT VÉGÉN –
AVAGY A FÉNYSZENNYEZÉS JELENE A ZSELICI CSILLAGOSÉGBOLT-PARK,
VALAMINT A HOTEL KARDOSFA PÉLDÁJÁN KERESZTÜL**

Starlight at the end of the tunnel –

The present of light pollution through the example of Dark Sky Park in Zselic and Hotel Kardosfa

A dolgozat a fényszennyezés témakörét kívánja körüljárni környezetgazdaságtani szempontok szerint. A fényszennyezés kapcsán felmerülő fontosabb fogalmak definiálása után kifejti, hogy milyen mérési módszerek léteznek a témakörben. Ezt követően a fényszennyezéssel kapcsolatban felmerülő leggyakoribb problémákat gyűjti egy csokorba.

Mindezek után a Zselici Tájvédelmi Körzet adottságai, illetve a nagy elismerést jelentő Csillagoségbolt-park kerül bemutatásra, összefoglalva a kezdeményezés gondolatától a pályázat tényleges benyújtásáig és a minősítés megszerzéséig zajló eseményeket, mint például a törvénymódosítás. A dolgozat megírását motiváló együttműködés másik szereplője a Hotel Kardosfa Ökoturisztikai és Konferenciaközpont. A hotellé alakítás története után kitér arra, hogy az együttműködésre azért volt szükség, mert a leendő csillagoségbolt-park területén kezdték meg az átépítési munkálatokat, és a kompromisszum létrejötte nélkül a minősítés megszerzése ellehetetlenült volna. A megállapodást segítette, hogy a hotel profiljába is illeszkedtek a pályázók által javasolt módosítások. Ráadásul a felvázolt lehetőségek alapján különböző alternatívák merülnek fel a fényszennyezés mértékének alacsony szinten tartására, és ezzel egy időben a környék lakosságának életkörülményeinek javítására, mind a Hotel, mind a Csillagoségbolt-park részéről. Azonban a legérdekesebb eredmények a két szervezet együttműködéséből származhatnak, így a vizsgálat fókuszra erre helyeződik. Az ehhez tartozó elméleti állítások, szabályozási javaslatok, etikai megfontolások felvázolása után a helyszínről is begyűjtött információk alapján kifejtésre kerül, hogy mely tervek miként járulnak hozzá a terület, a térség fejlődéséhez, milyen közgazdasági és társadalmi hasznok realizálására lehet képes így a környék. A dolgozat a környezetszennyezési és szabályozási mátrix alapján felvázolt négy esetet vizsgálja. A végkövetkeztetés szerint az ismertett esetben az együttműködést egy a Coase-tételből kiinduló szabályozás támogatná legjobban, vagyis a piaci mechanizmusok működése révén optimális állapot érhető el.

Viszont az együttműködés kompromisszumairól és lemondásairól sem szabad megfeledkezni. Végezetül összefoglalásra kerül, hogy a fényszennyezés kapcsán milyen fejlesztési fejlődési lehetőségek merülnek fel egy térséggel kapcsolatban.

KALMÁR GÁBOR

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Debreceni Egyetem

Közgazdaság- és Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Orosz Ágnes
PhD hallgató, Debreceni Egyetem*

AZ EGYOLDALÚ VALUTA BEVEZETÉSEK SPECIÁLIS ESETE: AZ EUROIZÁCIÓ

A special case of dollarization: euroization

Minden ország gazdaságában fontos szerepet játszik a monetáris rezsim megválasztása, működtetése. Dolgozatom témája, a monetáris rezsim megválasztásának kérdésére az egyik lehetséges válasz, az euroizáció. Az euroizáció az egyoldalú valuta bevezetések azon speciális fajtája, mely során az eurót egy, a Gazdasági és Monetáris Unión kívüli ország, saját fizetőeszközünek megszüntetését követően, hivatalos fizetőeszközüvé teszi. A dolgozat során a témakörrel kapcsolatos kérdések megvizsgálását követően választ kapunk arra a kérdésre, hogy valóban jobb út lenne-e az euroizáció az EMU tagsághoz, mint a hagyományos ösvény.

Az euroizáció a dollarizáció speciális esete, a dollarizációval kapcsolatos általános megállapítások mind érvényesek az euroizációval kapcsolatban is. Kiemelve, hogy az EU határozottan ellenzi az euroizációs törekvéseket, melyek szerinte aláássák az EMU gazdasági alapját, számos olyan tanulmány született, mely a keleti bővítés során csatlakozott országok szemszögéből vizsgálják meg egy esetleges euroizáció gazdasági következményeit. A hagyományos út és az euroizáción keresztül vezető ösvény összehasonlítása során a Maastrichti kritériumokkal kapcsolatos kritika is megfogalmazásra kerül. A kritériumok 1992-es felállítása során az akkori gazdasági jellemzőknek megfelelően felállított kritériumok nem kompatibilisek a keleti bővítés során csatlakozott országok gazdasági érdekeivel, hiszen egy alacsonyabb növekedési pályára kényszeríti azokat. A leginkább bírált inflációs kritériumot a Balassa–Samuelson-hatás miatt támadják, annak eltörlését vagy módosítását szorgalmazva, melyre eddig és feltehetően ezután sem lesz semmilyen hajlandóság az EU részéről.

Az eddigiek fényében a dolgozat végére érve kaphatunk választ a feltett kérdésre: némely országok esetében lehet, hogy az előnyök meghaladnák a hátrányokat, de ez nem minden országra igaz egyformán. A kritériumok teljesítése és betartása hosszú távon minden tagállam érdeke. Ennek tükrében, véleményem szerint, az EU megfelelően áll hozzá a kérdéshez, amikor az euroizációt tiltva egyenlő elbánásban részesíti az országokat.

KAMARÁS ÁDÁM

Végzés éve: 2009

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Lakatos Mária
egyetemi adjunktus, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

ÖKOADÓK AZ EURÓPAI UNIÓBAN

Environmental taxes in the European Union

Az EU közös környezetpolitikájának egyik alapvető prioritása a „szennyező fizet” elv alkalmazása. A sokszínű pénzügyi eszközrendszeren belül ennek egyik megnyilvánulási formája a környezeti adózás. A környezetvédelemmel kapcsolatos EU joganyag hatalmas, kifejezetten adózással foglalkozó azonban kevés van, mert az EU-ban az adópolitika alakítása döntően tagállami hatáskörben van. Jelentős előrelépést jelentett a környezeti adózás területén a Tanács 2003/96/EK irányelve, amely a korábban is harmonizált alapokon adóztatott ásványolajtermékeken túl kiterjesztette az adóztatást a többi energiatermékre, így a szénre, a földgázra és a villamos-energiára is. Valamennyi energiatermékre meghatározta a kötelezően alkalmazandó legkisebb adókulcsokat, amelyeket a nemzeti szabályozásban figyelembe kell venni.

Az EUROSTAT adatai alapján megállapítható, hogy az ökoadó súlya az EU tagországainak adórendszerében még mindig viszonylag szerény mértékű, általában a GDP 2-3 %-a közötti, kivétel Dánia és Hollandia, ez utóbbi két ország régóta és kiterjedten alkalmaz ökoadókat.

Bár a környezeti adózás területén az Unióban igen sokszínű a kép, összességében a konvergencia jelei tapasztalhatóak. Véleményem szerint ennek ellenére egy sajátos paradox helyzet alakult ki. A gazdaságilag fejlettebb országoknak nagyobb mozgásterük van az energia drágítására, adóztatására, miközben az energiaigényességük számottevően alacsonyabb. Az újonnan csatlakozó országok esetében a környezeti adóztatás termelést drágító hatása és a versenyképesség javítása közötti konfliktus hosszabb távon is fennmaradhat.

Az EU tagországaiban az ún. „zöld” adóreform jelei csak ellentmondásosan jelentkeznek. Vannak ugyan elkötelezettek környezetbarát törekvések, azonban az ökoadó súlya nem növekedett összességében sem a GDP arányában, sem az adóbevételeken belül az elmúlt közel másfél évtizedben.

A jelenlegi válság kapcsán feltehetően kiéleződnek a versenyképességi szempontok, ez rövidtávon nem kedvez az ökoadó növelésének. A válság, illetve a kilábalás lehetőségeinek a keresése azonban kikényszerítheti a hosszabbtávú gondolkodás igényét. Így a jelenlegi válság egyben lehetőséget is nyújt a környezetvédelmi szempontok és a versenyképesség szempontjainak újraértékelésére. Véleményem szerint erre csak az EU környezetpolitika szintjén kerülhetne sor, különben az elsőként lépő ország versenyhátrányba kerül.

KAPUVÁRI KRISZTINA

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dániel Zoltán András
egyetemi tanársegéd, Pannon Egyetem*

RÉTEGMARKETING – A HIP-HOP VILÁGA

Nichemarketing – The world of hip-hop

A hip-hop stílust hazánkban is sokan képviselik, ezért elengedhetetlenül fontos, hogy feltárjuk azokat a jellemzőket, szokásokat, ismérveket, amely által homogén csoportot alkotnak, egy nagyobb, magasabb számú vásárlóbázison, közösségen belül. Legfőképpen különbségeket kellene keresni a többi réteggel, és fogyasztói csoporttal szemben, hogy ezen ismeretek felhasználása által, könnyebben megcélozható szegmenst alkossunk, még jobban igazodva a (fogyasztói) szokásaikhoz. Dolgozatomban kitékintek a generációs marketingre is, hiszen a mai világ hip-hop vásárlóközönsége, az Y- illetve az újabban használatos Z-generációhoz szorosan kapcsolható. Ezen generációk jellemzőinek ismerete, – illetve itt szeretném megemlíteni az IT-generáció fogalmát is –, előrébb mozdíthat minket a hip-hop réteg kutatásában folytatott utunkon. A réteg megismerése, és jellemzőinek, vásárlási szokásainak feltárása után szeretném megtalálni azokat az eszközöket, melyek által a lehető leghatásosabban érhetőek el a réteg fogyasztói.

Jelen dolgozat fő irányvonalát a rétegről szerzett ismeretek bemutatása határozta meg, de terveim között szerepel olyan kutatás is, mely a különböző zenei stílusokkal összehasonlítva tár fel lényegi különbségeket a hip-hop réteggel kapcsolatosan. Két időpontban történt internetes kérdőívzés eredményeit, valamint kvalitatív eszközöket használva sikerült felderítenem a hip-hop fogyasztói táborának jellegzetességeit, s saját és környezetem tapasztalatait felhasználva pedig csoportokat képeztem a fogyasztói szokásaik alapján.

KARÁCSONY ORSOLYA

II. évfolyam

Gazdaságinformatikus (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Wimmer Ágnes
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

A MŰFORDÍTÁSOK PIACELEMZÉSE

Literacy translations' market

Magyarországon sajnos nem megfelelő az idegen nyelvek ismeretének szintje, ezért különösen fontos szerepet töltenek be a kultúra közvetítésében a műfordítók. Véleményem szerint túl keveset tudunk a munkájukról, emiatt vállalkoztam arra, hogy betekintést nyújtok ebbe az átlagember számára rejtélyes világba.

A műfordítások piacának érintettjei maguk a fordítók, a közvetítő szervezetek (könyvek esetében a kiadók, filmeknél és sorozatoknál a filmstúdiók), az eredeti nyelvű termékek létrehozói, valamint fordítások „haszonélvezői”, vagyis az olvasók és a nézők. Az internet elterjedésével megjelent egy újabb érintettcsoport, az amatőr fordítók, akik lelkesen dolgoznak és teszik közzé munkájukat (illegálisan). A piacra gyakorolt hatásuk egyre nő, a többi szereplőnek is számolnia kell velük.

Dolgozatom témája ezen érintettek álláspontjának feltárása, majd ezek alapján következtetések levonása a műfordítás helyzetéről. Kiemelten kezelem az elismertséget és a motivációt a fordítók körében: miért fordítanak, miért vállalják a nehézségeket, mit várnának ezért cserébe, illetve mit kapnak valójában, mind anyagilag, mind eszmeileg. Foglalkozom az olvasók és a nézők elvárásaival, igényeivel, valamint a kiadók és stúdiók érdekeivel is.

A témáról írt cikkek feldolgozása mellett saját kutatást is végeztem interjúk és kérdőívek formájában.

Kutatásom során azt állapítottam meg, hogy a fogyasztók többsége megtalálja a számára legmegfelelőbb fordítást (kinek a minőség, kinek a gyorsaság a fontosabb). Probléma, hogy az amatőrök által közzétett fordítások nem legálisak, a hivatásos fordítók fizetése alacsony és a két csoport sokat bírálja egymás munkáját. További kérdéseket vet fel, hogy a jelenlegi rendszer még meddig működhet, és milyen megoldások szülehetnek a problémára (néhányat felsorolok).

KARDOS ANITA KITTI

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Debreceni Egyetem

Közgazdaság- és Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Sigér Fruzsina
egyetemi tanársegéd, Debreceni Egyetem*

**A MAGYAR ÉS A SZLOVÁK NYUGDÍJRENDSZER ÖSSZEHASONLÍTÁSA,
AVAGY KÖVETENDŐ-E A „BEZZEG” ORSZÁG PÉLDÁJA?**

Comparison of the hungarian and the slovak pension system
Should the „exemplary” country be followed or not?

Európát egyre inkább jellemzi az előregedés tendenciája, ami már önmagában magával vonja a nyugdíjrendszerek megreformálásának mind sürgetőbb problematikáját. Magyarországon ezt a helyzetet még kritikusabbá teszi a Ratkó-gyerekek és Ratkó-unokák egyre közelebbi nyugdíjazása. Dolgozatom egyik megválaszolandó kérdése, hogy az a magyar nyugdíjrendszer, mely Európában elsőként vezette be a Világbank 3 pilléres sémáját, és melynek példáját oly sokan követték, vajon az első és második pillér máig meglévő rendellenességei ellenére jó úton halad-e?

Vajon az elmúlt évek teljesítményei alapján „bezzeg” országnak nevezett Szlovákia mutathat-e bárminemű példát Magyarországnak a nyugdíjrendszer terén?

Mindezen kérdések megválaszolásához kiindulásként napjaink nyugdíjrendszereinek szerepét szemléltetem világviszonylatban, ahonnan a rendszerváltáskori Közép- és Kelet-Európára szűkül a kép. Ezután a magyar, majd a szlovák nyugdíjreform kerül górcső alá. Majd az európai uniós koordinációs rendeletek kifejtése után, a mai magyar és szlovák nyugdíjrendszerek összehasonlítására kerül sor, kiemelt tekintettel az öregségi nyugdíjra.

A kutatás az alábbi következtetésekre jutott. Az út, amire Magyarország '98-ban lépett, egy helyes alternatíva. Az alapvető gond abban keresendő, hogy sem a reform során, sem azóta nem került sor az első pillér szakszerű átalakítására, továbbá a második pillér szabályozása is fontos pontokban hibádzik. Ezen felül nem lenne szabad elfelejtenni arról sem, hogy egy ilyen hosszú távú döntés állandóságot igényel.

A magyar és a szlovák nyugdíjrendszerek összevetése során megállapítható, hogy a két rendszer között szignifikáns eltérés nem található. Számottevő eltérésként a magyarnál valamivel kisebb első, és nagyobb második pillér, az eltérő finanszírozási struktúra, illetve a tartalékalap értékelhető. A csekély különbség okát pedig elsősorban nem is a nyugdíjrendszeri szabályozás differenciálódásában, hanem leginkább a növekedési ütemben is megmutatkozó gazdasági, és demográfiai eltérésekben látom. Ezek lemásolása pedig már közel sem olyan egyszerű feladat, mint a nyugdíjrendszeri szabályozások átvétele.

Végezetül megemlíteném, hogy bár a témában folytatott érdekes és tanulságos kutatómunkának köszönhetően számos kérdésre választ kaptam, ezzel együtt legalább ugyanannyi új kérdés is felmerült bennem. Többek között az is, hogy milyen is lenne egy élhetőbb nyugdíjrendszer, ami egy további kutatás izgalmas témája lehet.

KARDOS BÁLINT

II. évfolyam

Közgazdasági elemző (M)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Petró Katalin
egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

A TÁVOLSÁGI SZEMÉLYSZÁLLÍTÁSI PIAC MODELLEZÉSE

An economic model of the coach service market

A monopolisztikusan versenyző piacok modellezésének egyik típusát az úgynevezett elhelyezkedési modellek alkotják. Steven C. Salop nevezetes körmodelljében a differenciált terméktulajdonságot leíró terméktér egy körvonalat alkot, és a fogyasztók egy külső, adott árú termék elfogyasztása mellett is dönthetnek. Dolgozatomban Salop modelljének egy módosított változatát alkalmaztam a közúti távolsági személyszállítási piacra.

A személyszállítási piac sajátosságai miatt a modell életszerűbbé tétele céljából feltettem, hogy az utasok egy részének csak egyik irányban van módja eltérni az általa preferált indulási időponttól. Ezen feltételek mellett megvizsgáltam a szabad belépés és a vonali koncesszió mellett kialakuló egyensúlyi helyzeteket, valamint a társadalmilag optimális ár-kínálat kombinációt. Az utolsó fejezetben megpróbáltam megbecsülni a modell magyar viszonyokra jellemző paramétereit, így a modell segítségével választ kaphatunk arra a kérdésre is, hogy a jelenleg megrendelt menetrend és tarifa milyen irányban tér el az optimálistól az egyes vonalakon, valamint milyen hatásai lennének egy esetleges piacnyitásnak.

KARSAI TAMÁS

III. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Szolnoki Főiskola

OLÁH TAMÁS

III. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Dr. Túróczi Imre
főiskolai tanár, Szolnoki Főiskola*

A MEGÚJULÓ ENERGIAFORRÁSOK BEMUTATÁSA ÉS GAZDASÁGI SZEREPE. A SZOLNOKI FŐISKOLA NORVÉG PÁLYÁZATÁNAK GAZDASÁGI ELEMZÉSE

Introduction of renewable energy resources and its economic role. Economic analysis of the Norwegian competition of College of Szolnok

Dolgozatunk két részből épül föl. Az első részben olyan globális problémákra hívjuk fel a figyelmet, melyek aktualitása ma már vitathatatlan. A hőmérsékletnövekedés, az erőforrások teljes kimerítése, a környezetszennyezés és a szélsőséges időjárás mind azt jelzik, hogy változtatnunk kell életmódunkon. Ezeket a problémákat nagyrészt a jelenlegi energetikai rendszer gerjeszti. A fosszilis energiahordozók elégetésének melléktermékeként keletkező káros anyagok, mint a szén-dioxid, a kén-dioxid és a metán, légkörbe kerülése olyan következményeket vonhat maga után, melyeknek pontos prognosztizálására ma még nincs lehetőség. A kutatók, szakemberek véleménye is megoszlik a témával kapcsolatban. Egyesek egyértelműen a káros anyagok kibocsátásának következményeként jelölik meg a fent említett problémákat, míg mások természetes folyamatként a természet változékonyságával magyarázzák azokat. Mindenesetre a kilátásaink nem túl jók a jövőt tekintve. Fontos lépés azonban, hogy a világ országai felismerték ezeket a problémákat, és többé-kevésbé hajlandók is lépéseket tenni a megoldásuk érdekében. A Kyotoi egyezményben kitűzött vállalások, amelyeket valószínűleg nem tudnak teljesíteni, és a Koppenhágai csúcstalálkozó alapján azonban azt mondhatjuk, hogy az eddig elért eredmények igen szerények.

A lehetséges megoldások közül a megújuló energiaforrások felhasználását emeltük ki. Nemzetközi szinten is ezek elterjedését sürgetik. A megújulóakra való átállás azonban nem lesz könnyű feladat, hiszen a gazdaság túlnyomó többségében a jelenlegi energetikai rendszerre épül.

Bemutattuk a megújuló energiaforrások fajtáit és azok felhasználásának lehetőségeit, különös tekintettel a magyarországi viszonyokra. A szakirodalom alapján elmondható, hogy országunkban a biomassza-termelésnek vannak a legjobb feltételei. A biomasszából nyert biogáz energiájának hasznosításához komoly technikai háttér és berendezések szükségesek.

Dolgozatunk második részében a Szolnoki Főiskola biogáz üzem létesítéséről szóló nyertes pályázatának gazdasági elemzésével foglalkoztunk. Az üzem létesítésével a Szolnoki Főiskola energetikai szempontból önfenntartóvá válhat. A beruházás ráfordításainak nagy részét támogatásból finanszírozzák, az önerő 15%. A beruházás jellemzése során arra törekedtünk, hogy minél több szempont alapján elemezzük a gazdaságosságot. Kiszámítottuk a befektetés megtérülésének várható idejét. Meghatároztuk a fedezeti pontot. A belső kamatláb és a jövedelmezőségi mutatók kiszámított értékei az érzékenységi vizsgálat eredményével együtt arra mutatnak rá, hogy a beruházás nagy kockázatokkal jár. Környezetvédelmi szempontból azonban mégis szükségszerű a beruházás kivitelezése, hiszen a biogáz-termelés során a város szennyvizét és veszélyes hulladékait is felhasználják, ezzel csökkentve a környezet károsodásának kockázatát. A beruházás megvalósítását célzó munkálatok remélhetőleg már idén megkezdődnek, és bízunk benne, hogy a közeljövőben gombamód fognak elszaporodni az energiatermeléshez az alternatív energiaforrásokat felhasználó beruházások megyénkben, országunkban és világunkban is, hiszen ez mindannyiunk érdeke.

KASZANYI DÓRA

II. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Herneczky Andrea
adjunktus, Károly Róbert Főiskola*

**A MEGVÁLTOZOTT MUNKAKÉPESSÉGŰ SZEMÉLYEK ALKALMAZÁSA –
KIHÍVÁSOK A FOGLALKOZTATÁSBAN**

Applying disabled persons – Challenges in the employment

*„... egy nemzet leghatékonyabb tőkéje a rendelkezésre álló
munkaerő, és mindent meg kell tenni azért, hogy az értékesüljön.”
(Laki László, 2006)*

A fogyatékkal élő és megváltozott munkaképességű személyeknek manapság nem csupán a társadalom – velük azonos – tagjaival „kell” elfogadtatniuk magukat, de lehetőségeik is erősen korlátozottak. A jelen helyzetet figyelembe véve ezért tartom kiemelten fontosnak az általam választott témát, és célom, hogy olyan információkat tárjak fel, melyekre támaszkodva képet kapok a fogyatékkal élő és megváltozott munkaképességű személyek foglalkoztatási helyzetéről és esetleges nehézségeikről a munka világában. Ezért dolgozatom elsődleges célja az, hogy vizsgáljam ezen személyek élethelyzetét, érvényesülési lehetőségeit és mindennapjait, hogy megérthessük a különbség mértékét és mibenlétét. Mindemellett fontosnak tartom vizsgálni a rehabilitációs foglalkoztatás gazdaságosságának kérdéseit, ezen belül is a megváltozott munkaképességű munkavállalók hatékony foglalkoztatásának szerepét, különösen az emberi erőforrás gazdálkodás szemszögéből.

Kérdőíves felmérésem középpontjában a foglalkoztatási nehézségek munkáltatói oldalát vizsgálom. A témában szorosan érintett Gyöngyös és környékén tevékenykedő kis- és középvállalkozásokat, közintézményeket, valamint multinacionális vállalatokat kérdeztem meg. Többek között arról, hogy milyen, a foglalkoztatást nehezítő, illetve elősegítő tényezőkkel szembesülnek a megváltozott munkaképességű és fogyatékossgal élő személyek alkalmazása során. Dolgozatomban vizsgálom továbbá, hogy az egyes vállalatok, illetve intézmények milyen alternatív foglalkoztatási formában alkalmazzák az érintett munkavállalói csoportot.

KASZÁS NIKOLETTA

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Fehérvölgyi Beáta
egyetemi adjunktus, Pannon Egyetem*

**KÉT KERÉKEN A BALATONNÁL – A KERÉKPÁROS TURISZTIKAI KÍNÁLAT A
BALATON KIEMELT ÜDÜLŐKÖRZETBEN**

On two wheels at the Lake Balaton – The demand of the cycling tourism in the Balaton Resort

A sport állandó útitársam volt életem során, ezen belül pedig a kerékpározás már gyermekkorom óta szerves részét képezi mindennapjaimnak.

Be kell azonban ismernünk, hogy a Balaton körüli kerékpárút jelenleg egy improduktív termékelem, hiszen kihasználtsága alacsony és az egyéb szükséges termékelemek (szolgáltatások, infrastruktúra, marketing, információ stb.) nem kapcsolódnak rendszerszerűen a kínálatához. Kutatásom témája azért időszerű, mert a Balaton mint turisztikai desztináció már nem elégíti ki maradéktalanul a kereslet igényeit, a kínálata – elsősorban az aktív turizmus területén – nem elég komplex, és ez gátolja a versenyben való helytállását. A kerékpáros turizmus azonban számtalan még kihasználatlan lehetőséget rejt magában.

Kiindulási feltételezésem szerint a Balatoni Bringakörút menti települések szálláshelyei felkészültek a kerékpáros turisták fogadására, ellátására.

Kutatásom módszertani szempontból több lépésből épült fel. Szekunder részében feltártam a kerékpáros turizmus hazai és európai piacát. Primer kutatásom során a Balatoni Bringakörút településein található szálláshelyeket, valamint azok szolgáltatásait vizsgáltam. Az egyszerű statisztikai elemzéseken túl klaszteranalízis segítségével próbáltam kategóriákba sorolni a szálláshelyeket válaszaik alapján.

A téma tanulmányozását követően beláttam, hogy nem minden elképzelésem igazolódott, így a hipotézisemet is el kellett vetnem; a vizsgált szálláshelyek nem elég felkészültek a kerékpáros turisták fogadására, ellátására. A klaszterképzés két megközelítésben is sikeres volt, így a minőségbiztosítási rendszer elemeire építve, illetve az alkalmazott marketing eszközök körében is három-három szálláshely kategóriát sikerült kialakítanom.

Tanulmányom kitért a kínálati oldal szolgáltatásbeli hiányosságaira, továbbá a szemléletváltás szükségességére is. Úgy látom, e tényezőknél kell elsőként teljesülni ahhoz, hogy az egyes szolgáltatók kerékpáros baráttá váljanak, s idővel csatlakozzanak egy kerékpáros minőségbiztosítási rendszerhez.

KATONA ÉVA

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Sasné Grósz Annamária
egyetemi tanársegéd, Pannon Egyetem*

A NÉMET KISEBBSÉG FOGYASZTÓI PREFERENCIÁI A MÓRI BORVIDÉKEN

The customer preferences of the German minority in famous Hungarian wine district Mór

A világ egyre változik, manapság számtalan külső tényező befolyásolja személyiségünket, azaz folyamatosan változunk, de minden ember egy közös csoport tagja, mindenki maga választja meg hovatartozását. Mindenki felteszi élete során az a kérdést, vajon honnan jöttem? Mi az a haza? Mit jelent számomra az otthon? Milyen értéket képvisel a szülőföldem? Mit jelentenek saját gyökereim? Mit jelent az, hogy tartozni egy közösséghez? Milyen hagyományok fontosak? Mint ismeretes, Magyarországon számos kisebbség lelt hazára, minden nemzet más, más értékekkel, szokásokkal, kultúrával rendelkezik, amelyek néha konfliktusokat szülnek. Ennek kezelésére jött létre az ún. interkulturális kommunikáció tudománya.

Kutatásom során a német nemzetiség borfogyasztási preferenciáit vizsgálom, összehasonlításban a magyar igényekkel. Dolgozatomban e területet kívánom bemutatni, röviden ismertetem a Móri borvidék sajátosságait, valamint a németiség történetét. A kvalitatív adatgyűjtés egyik módszerét választottam, a mélyinterjút. Döntésem azért erre a módszerre esett, mivel ez egy meghatározott problémakör mélyebb feltárására alkalmas, egyéni véleményformálásra van lehetőség, így hasznosnak tartottam e módszer alkalmazását. A felmérés során az alábbi kérdésekre kerestem választ: Milyen vásárlási szokásaik vannak? Milyen fogyasztási szokásaik vannak? Hol jelenik meg nemzetiségi hovatartozásuk?

KAZÁR KLÁRA

I. évfolyam

Marketing (M)

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kovács Péter
egyetemi adjunktus, Szegedi Tudományegyetem*

**FOGYASZTÓI TUDATOSSÁG KÖZSZOLGÁLTATÁSI KÖRNYEZETBEN – A SZEGEDI
VÍZFOGYASZTÁSI SZOKÁSOK KVANTITATÍV VIZSGÁLATA**

Consumer awareness in the public services environment – The quantitative examination of water consumption habits in the city of Szeged

Manapság a víz szűkös erőforrás, mivel a Föld népessége egyre nő, a rendelkezésre álló édesvíz mennyisége azonban csökken. Kiemelten fontosá válik az a kérdés, hogy vajon ezen szűkös erőforrás fogyasztása tudatosan történik-e? A téma jelentőségét támasztja alá az is, hogy az ISI (International Statistical Institute) 58. Statisztikai Világkongresszusának (2011) a víz lesz az egyik kiemelt témája. Dolgozatom során tehát arra kerestem a választ, hogy miként jelenik meg a tudatosság a lakossági szegmensben. Ehhez egy, a szegedi háztartások körében felvett mintát vettem alapul.

Az elméleti áttekintés után, céloom eléréséhez primer kutatás keretében megvizsgáltam az egy főre jutó vízfogyasztást befolyásoló tényezőket, megnéztem, hogy a szegediek körében felfedezhetők-e a tudatosság elemei, feltártam a tudatosságot leíró dimenziókat majd fogyasztói csoportokat különítettem el a tudatos magatartás alapján. Az alkalmazott eljárások között szerepel varianciaanalízis, faktoranalízis, klaszterelemzés és keresztábra vizsgálat.

Kutatási eredményeim szerint a vízfogyasztást befolyásolják szocio-demográfiai tényezők, illetve felfedezhetők tudatos magatartásra utaló jegyek. A tudatosságot a faktoranalízis eredményeképp az általam elnevezett mosogatási takarékoság, fürdési takarékoság, takarékosági attitűd és árváltozásra való reakció faktorokkal lehet jellemezni. A faktorok és a vízfogyasztást befolyásoló tényezők páronkénti kapcsolatát vizsgálva felfedezhetők összefüggések, azonban az egyes tudatossági dimenziók mentén a fogyasztók eltérő magatartást tanúsítanak. A tudatosságot leíró faktorok szerint elkülöníthetők tudatos (tudatosan cselekvők, tudatosan gondolkodók) és kevésbé tudatos (érzékeny tudatlanok, árra érzéketlen pazarlók) fogyasztói csoportok, azonban a tudatos vízfogyasztáshoz kapcsolódó magatartás nem minden esetben tükröződik a valós vízfogyasztási adatokban.

A vízfogyasztás terén a kívánt magatartási forma az emberek körében a tudatos fogyasztás elterjedése lenne, azonban következtéseim szerint ez teljességében még nem valósult meg a szegedi fogyasztók esetében. A tudatosság fogalmának és dimenzióinak pontos meghatározásához ezért további vizsgálatok szükségesek. A jövőbeli kutatásokhoz az eredményeim egy kiindulási alapot szolgáltathatnak.

KÉKESI ZSUZSA

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Juhász Péter
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

A MÁRKÁK PÉNZÜGYI ÉRTÉKELÉSE

Financial valuation of brands

Az általam bemutatott téma, a márkanév, valamint a szellemi termékek értékelése napjainkban egyre inkább a figyelem középpontjába kerül. Az immateriális javak, így a márkanév értékelése igen összetett feladat: objektívan kell megítélni szubjektív vagyonelemeket.

Az elemzésem célja elsősorban az volt, hogy igazolást nyerjek a márkanév tulajdonságairól, jobban megismerjem a márkanév természetét, és ebből következtetéseket vonjak le.

A dolgozat első részében, a második fejezetben a márkanév különböző definícióit tekintettem át, majd kitértem arra, hogy miért is szükséges a márkaértékeléssel foglalkoznunk, és milyen alkalmazási területei ismertek. Elsőként az 1980-as évek felvásárlási hulláma hívta fel a figyelmet a márkaértékre, felmerült ugyanis az igény, hogy a vevő a megvásárolt márkanéveket szerepeltesse a mérlegében. A márkaértékelés ma már igen elterjedt, számos területen használják, a fő felhasználási területek a következők: számvitel, adózás; jogviták; stratégia menedzsment; pénzügyi tranzakciók.

A harmadik fejezetben napjaink igen sokszínű márkaértékelési módszereit mutattam be. Három fő csoportba sorolhatjuk ezeket: (1) vannak tisztán objektív, pénzügyi szempontokat figyelembe vevő; (2) szubjektív, marketing szemléletű, valamint (3) vegyes, objektív és szubjektív elemeket is tartalmazó modellek. Az, hogy melyik módszer a megfelelő, azt az adott szituáció dönti el. A dolgozatomban elsősorban az első kategóriába sorolható értékelési eljárásokkal foglalkoztam. A közvetlen módszereknél kitértem továbbá arra is, hogy a márkanév milyen hatással lehet a vállalat értékét meghatározó fontos változókra (tőkeköltség, FCFF, növekedési ütem). A közvetett módszereknél pedig a kifejezetten márkaértékelésre kitalált értékelési eljárásokat ismertettem. Majd rátértem az értékelési eljárások harmadik csoportjához tartozó, az Interbrand által alkalmazott módszerre. Végül bemutattam, hogy hogyan lehet a márka értékét piaci mutatószámok segítségével számszerűsíteni.

Véleményem szerint a márkaértékelés a jövőben még inkább előtérbe fog kerülni. Az eljárások tökéletesítése valamint új módszerek megjelenése várható. A jövőbeli esetleges számviteli szabályozásváltozás miatt ugyancsak szükség lehet a márkák pénzügyi értékelésére: a későbbiekben meghatározó szerep juthat a márkának, mint immateriális vagyonelemnek is.

A dolgozatom újszerűsége, hogy magyar nyelven még nem született a márkák pénzügyi értékelését részletesen bemutató tanulmány. Bízom benne, hogy dolgozatommal sikerült átfogó képet felvázolnom a márkaértékelésről, valamint munkám jó útmutatásul szolgál a téma iránt érdeklődőknek.

KEMÉNY CSABA

II. évfolyam

Informatikatanár-matematika (M)

Szegedi Tudományegyetem

Természettudományi és Informatikai Kar

PONGRÁCZ GÁBOR

II. évfolyam

Programtervező informatikus (A)

Szegedi Tudományegyetem

Természettudományi és Informatikai Kar

*Konzulensek: Dr. Krész Miklós
főiskolai tanár, Szegedi Tudományegyetem*

*Dr. Tóth Attila
tanársegéd, Szegedi Tudományegyetem*

MOHÓ HEURISZTIKA HUMÁNERŐFORRÁS ÜTEMEZÉSÉRE

Greedy heuristic onto the timing of human resources

A humán erőforrás ütemezés nagyvállalatoknál előforduló feladat. Célja, hogy a munkavállalók beosztása költséghatékony legyen az adott tervezési időszakra vonatkozóan. Ez számos területen előforduló probléma, például a call centerek, a kórházak vagy akár közlekedési társaságok dolgozóinak ütemezésére. A humán erőforrás ütemezésnek két fázisa van. Az elsőben az adott szakterületre vonatkozó speciális szabályok betartásával műszakokat hoznak létre a tervezési idő minden egyes napjára. A második fázisban ezekhez a műszakokhoz alkalmazottakat rendelünk a foglalkoztatási szabályoknak megfelelően. Ilyen szabályok például a havi munkaidőkeret, szabadnapok kiadása vagy az egy hétre meghatározott maximális munkaidőkeret. Mi a második fázist oldottuk meg, ahol az optimalizálás célja a munkavállalók számának minimalizálása mellett az alul- és túlfoglalkoztatás minimalizálása volt.

Az így előálló probléma egy egészértékű programozási feladat, ami NP teljes, azaz csak kis méretű problémák esetén lehetséges belátható időn belül megoldáshoz jutni. Azonban a gyakorlati életben előforduló problémák mérete nagy, ahogy a mi esetünkben is: egy átlagos problémánk 4 millió változót tartalmaz. Több, különböző heurisztikával is próbáltuk megoldani a feladatot. A szakirodalom olyan heurisztikákat ajánl, mint például a kerekítéses LP heurisztika vagy az evolúciós algoritmusok, de ezek futási ideje is jelentősen elmarad az elvárttól. Ugyanis a gyakorlati alkalmazás esetén elvárt, hogy az algoritmus néhány perces futási idővel rendelkezzen. Ezért választottuk kiindulási alapul a diszkrét algoritmusok témakörének reprezentánsát, a mohó heurisztikát, amely futási idejét tekintve hatékony módszer.

Az algoritmus bemenetként megkapja az aktuális tervezési időszakhoz elkészített műszakokat, valamint a jelenleg elérhető erőforrások számát. A fenti két bemenetből határozza meg az algoritmus a szükséges dolgozók számát. Ezután a mohó heurisztika elkészíti a munkabeosztást a tervezési időszakra úgy, hogy minden megadott szabálynak eleget tegyen a kimenet. A kimenet az összes műszakot és a hozzájuk rendelt munkavállalókat tartalmazó lista.

Az algoritmus tesztelését a Tisza Volán Zrt.-től kapott tesztadatbázison végeztük, mely Szeged város helyi busz közlekedéséről tartalmaz adatokat. Több tesztfutást és összehasonlítást is végeztünk a fejlesztés folyamán. A tesztadatbázisban szereplő kb. 15.000 műszakból álló feladatot 230 dolgozóval, költséghatékonyan ütemeztük. A busztársaság ugyanezen problémához 264 munkavállalót foglalkoztat.

KENESEY ZSÓFIA

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Pataki László
egyetemi docens, Nyugat-magyarországi Egyetem*

AZ ÖNKORMÁNYZATOK FINANSZÍROZÁSI RENDSZERÉNEK VIZSGÁLATA ÉS TOVÁBBFEJLESZTÉSÉNEK LEHETSÉGES IRÁNYAI

The analysis and possible improvement ways of the local governments' financing system

Dolgozatom témája az önkormányzatok finanszírozásának elemzése, továbbfejlesztésének lehetséges irányai. A témát három Vas megyei település, Oszkó, Vasvár és Szombathely példáján mutatom be. A konkrét adatok és elemzések a 2005 és 2009 közötti időszakra vonatkoznak. Meg kívánom vizsgálni, milyen módon tükrözik a különböző számviteli, statisztikai adatok az önkormányzatok finanszírozását.

Dolgozatom célja, hogy megpróbáljon minél világosabb képet adni arról, hogyan alakult a szektor és a vizsgált önkormányzatok helyzete az elmúlt öt évben. Fel kívánom tární azokat a problémákat, amelyekkel nap, mint nap szembe kell nézniük az önkormányzatoknak.

A dolgozatom elején az önkormányzatok államháztartásban elfoglalt helyét, kialakulásuk körülményeit, feladatait mutattam be részletesebben. Ezt követően rátértem a kiadások, főként a bevételek vizsgálatára. Foglalkoztam az adóbevételek, támogatások, állami hozzájárulások mértékének alakulásával. A következő nagyobb részben az általam választott három település bemutatása, finanszírozási helyzetük elemzése következett. Ezután a kiválasztott önkormányzatok összehasonlítására került sor. Az elemzéshez különböző mutatókat használtam.

Összefoglalva elmondható, hogy a vizsgált önkormányzatok a nehézségek ellenére, azokat áthidalva, jól gazdálkodnak.

Megállapítható, hogy az önkormányzatok finanszírozásának rendszere jelentős átalakításokra szorul. A vizsgált időszak alatt az önkormányzatok felé irányuló állami támogatások összege egyre csökkent. Az Európai Unióhoz való csatlakozás egyrészt új lehetőséget nyújtott az önkormányzati szervezetek fejlesztésekre, másrészt a fejlesztésekhez szükséges saját erő biztosítása okozta 2005-től a szektor hitelállományának növekedését. Ez a tendencia az általam vizsgált helyi önkormányzatoknál is megfigyelhető. A legfőbb probléma, hogy mára mintegy 200 önkormányzat eladósodott vagy súlyos forráshiánnyal küzd, és sajnos nem úgy tűnik, hogy a közeljövőben képes egyedül megoldani ezt a problémát.

Megoldásként sor kerülhetne az önkormányzati feladatok újragondolására, az állam és az önkormányzati kötelezettségek újrafelosztására. A finanszírozás tekintetében a normatívák hatékonyabb elosztása, a feladatokhoz kapcsolódva reális kiszámításuk jelentené a fejlesztés egyik állomását. Az Európai Unió támogatások biztosítására pedig megoldás lehetne egy állami pénzalap létrehozása kedvező kamattal.

Úgy gondolom, hogy egy hatékonyabb közigazgatási politika, és ezen belül, egy új finanszírozási rendszer lehetővé tenné, ha nem is az összes probléma megoldását, de legalább azok mérséklését.

KERNYA JÁNOS

II. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Eötvös József Főiskola

Műszaki és Közgazdaságtudományi Kar

WEIJ ANTON

II. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Eötvös József Főiskola

Műszaki és Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Berki Sándor
főiskolai docens, Eötvös József Főiskola*

*László Ilona
főiskolai tanársegéd, Eötvös József Főiskola*

„...FECSEG A FELSZÍN. HALLGAT A MÉLY...”

„...surface chat the silent depth...”

A két szerző dolgozata a legújabb tudományos kutatási (hálózatelmélet) eredményekre támaszkodó, önálló kutatás eredményeinek ismertetése, melyből egy nagyon erős hipotézist vezetnek le: A hálózatelmélet alapú kutatások révén érvelhetünk amellett, hogy a szociális, ökológiai és gazdasági hálózat működésében jelentős párhuzamosságok találhatók. Ebből levezetett pontos és nagyon lényeges következtetésük: A hálózatszerűen működő rendszereket érő hatások eredménye nem számítható ki.

A dolgozat címe azt sejteti, hogy ezek a működési szabályok a mélyben húzódnak meg, első ránézésre nem láthatóak, továbbá érvényességi területük jóval nagyobb, mint azt akár az ökológusok, akár a közgazdászok sejtjenék. Legalábbis a bemutatott három fajta hálózatra biztosan érvényesek.

KERTMEGI NORBERT

I. évfolyam

Marketing (M)

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Hetesi Erzsébet
egyetemi docens, Szegedi Tudományegyetem*

**A COLLABORATIVE FILTERING MINT POSZTMODERN GYERMEK
– AVAGY EGY AJÁNLÓRENDSZER SZEREPE A JÖVŐ MARKETINGJÉBEN**

The collaborative filtering as a postmodern child
– Or the role of a recommendation system in the future of marketing

Napjaink posztmodern fogyasztói, valamint válságokat átélt piaci környezetében a marketingnek egyre nehezebb feladatot jelent a fogyasztói igények kielégítése. A konvencionális szegmentálási politika átalakulásával olyan módszereket kell találnunk, melyekkel a mai, dinamikusan változó preferenciákat hatékonyan követni tudjuk. A dolgozat célja ennek megfelelően a collaborative filtering ajánlórendszer jelenbeli és jövőbeli hatékonyságának alátámasztása fogyasztói attitűdök, valós e-business példák, valamint a marketing jövőjét befolyásoló válságtrendek vizsgálatával.

A szerző az ajánlórendszerek elméleti megalapozásaként a marketing fejlődéstörténeti korszakelméletének kiegészítésére tett javaslatból indul ki. Ezt követően, a javasolt egyén- és közösségorientált korunk főbb posztmodern jegyein keresztül mutatja be a személyre szabott ajánlórendszerek online marketingen belül betöltött szerepét. Végül a szakirodalom által előre jelzett jövőbeli globális trendek által felvetülő kérdésekre keresi a választ, mindezt primer és szekunder fogyasztói attitűdvizsgálatok, azok statisztikai elemzése, valamint a rendszert alkalmazó és azt fejlesztő piaci szereplők kvalitatív megkérdezésére támaszkodva.

A dolgozat rámutat a marketing fogyasztó-és közösségcentrikus jellegére, valamint a posztmodern fogyasztói szokások változásának dinamikus követésére alkalmas közösségi szűrőes ajánlórendszerekben rejlő jövőbeli marketing lehetőségekre.

KESZLER SZANDRA

IV. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Modern Üzleti Tudományok Főiskolája

KUCSERA MÓNIKA

IV. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Modern Üzleti Tudományok Főiskolája

*Konzulens: Dr. Kovács András
főiskolai adjunktus, Modern Üzleti Tudományok Főiskolája*

MAGYAR KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK A PROJEKTEK ÉS PÁLYÁZATOK VILÁGÁBAN

Hungarian small and medium sized enterprises in the world of tenders and projects

Kutatásunk alapkérdése a magyar kis- és középvállalkozások uniós pályázati lehetőségeivel foglalkozik. Dolgozatunkban átfogó képet nyújtunk a rendszer felépítéséről – mind uniós, mind magyar szempontból –, valamint kitérünk a pályázás menetére, és külön hangsúlyt fektetünk a folyamat alatt felmerülő problémákra. Célkitűzésünknek tekintjük e tényezők részletes feltárását, elemezni azon problémákat, amikkel egy pályázni vágyó cégnek meg kell küzdenie.

Dolgozatunk alapkonceptiója a primer kutatáson alapuló feldolgozás. Felhasználtunk ugyan szakirodalmat, hogy nagyobb rálátást szerezzünk a témára, alapkérdésünk kidolgozása azonban szinte száz százalékban saját kutatásainkon alapszik. Ennek indoka egyfelől a téma újszerűsége és kényes mivolta, másfelől, hogy az „elsőkézből” szerzett információkat értékesebbnek tartjuk a szakirodalomból szerezhetőeknél. Számunkra meglepő volt, hogy interjúalanyaink milyen készségesen válaszoltak kérdéseinkre és biztosítottak számunkra olyan információkat, amiket hivatalos források felhasználásával egészen biztosan nem lehettünk volna fel.

Sajnos szomorúan tapasztaltuk, hogy Magyarország bizony igen elmaradottnak mondható e téren. A magyar KKV-k versenyhelyzete a nyugati vagy akár a visegrádi országokéhoz képest nagyon rossz. Több szempontból igyekeztünk megközelíteni a témát, kérdéseinket eljuttattuk mindkét félhez, így állami oldalról, valamint a vállalati szektorból is sikerült interjúalanyokat megszólaltatnunk. Kutatásaink során egyrészt a gazdaságpolitikai hozzáállás, az európainál jóval magasabb banki hitelkamatszintek, az unióhoz képest kétszeres bürokrácia mind olyan tényezőknek bizonyultak, amelyek jelentősen megnehezítik egy KKV pályázását. Másrészt a szkeptikus vállalkozói hozzáállás, az „úgyis minden előre el van döntve” szemlélet eredményezik az elkeserítő pályázati mutatókat. Összességében reméljük, hogy a problémák felismerésével közelebb juthatunk a megoldásukhoz is. Hiszen, ahogy Robert Kiyosaki amerikai üzletember és író írja „CASHFLOW-négyszög” című könyvében: „A probléma felismerése megteremtí a lehetőséget a megoldás kidolgozására”. Szeretnénk a problémák, mélyreható, tényszerű feltárásával egyúttal hozzájárulni ezek megoldásához és segíteni Magyarországot pályázati lehetőségeinek javulását.

KIRÁLY ANDRÁS

Végzés éve: 2009

Marketing (O)

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Buzder Lantos Gábor
tanácsadó, Central European Media & Publishing Kft.*

**HÍREK KÁVÉ MELLŐL – A BLOGOSZFÉRA MINT ÚJ MÉDIA ÉS A BLOGOKRA
ALKALMAZHATÓ ÜZLETI MODELLEK**

News from coffetables – The blogosphere as new media, and the business models for blogs

A blogok és a blogoszféra részesei lettek mindennapjainknak, s mint új médiumok nagy hatással vannak a média folyamatosan alakuló ökoszisztémájára. Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy miért kezelhetjük a blogokat médiumként. Ezek után pedig megvizsgálom, milyen blogtípusok léteznek és ezeket hogyan csoportosíthatjuk az alapján, hogy milyen üzleti modellek megfelelőek az egyes típusok számára. Ennek bemutatására a dolgozatban egy új saját modellt alkalmazok.

KIRÁLY JUDIT

Végzés éve: 2010

EU és Magyarország regionális politikája (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Lóránd Balázs
egyetemi tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem*

**AZ EMBERI FEJLŐDÉS INDEXE ÉS A BRUTTÓ HAZAI TERMÉK MINT A
FEJLETTSÉG MÉRÉSÉRE HASZNÁLT KÉT MUTATÓSZÁM ÖSSZEHASONLÍTÓ
ELEMZÉSE**

A comparative analysis of the Human Development Index and the Gross Domestic Product as the indicators of development

Elsősorban az EU regionális politikájának előtérbe kerülése miatt a fejlettség mérése kiemelkedően fontosá vált az utóbbi néhány évtizedben. Ez azonban rendkívül nehéz feladat, ugyanis a fejlettség rendkívül tág, többdimenziós fogalom, amit nem csak a gazdaság teljesítőképessége határoz meg. Ennek ellenére mégis leggyakrabban az egy főre jutó GDP-t használják a fejlettségi különbségek kimutatására, ahogyan azt az EU is teszi. De vajon egy komplexebb mutató használatával nem lehetne pontosabb képet kapni a színvonalkülönbségekről? Ebben a tanulmányban a szerző erre keresi a választ. A GDP mutatóját egy komplexebb fejlettségi mutatóval, nevezetesen az emberi fejlődés indexével hasonlítja össze, hogy megtudja, a két indikátor közül melyik az, amelyik pontosabban tükrözi a valós fejlettségi különbségeket. Ennek megállapítására elsősorban a korreláció számítás eszközét hívja segítségül. Három különböző sokaság (165 ország, EU-27, Magyarország megyéi) esetén vizsgálja a mutatók közti kapcsolatot, hogy átfogóbb következtetéseket tudjon levonni.

A vizsgálat eredményeként a szerző arra a következtetésre jutott, hogy nem lehet egyértelműen választani a két mutató között. Heterogénebb sokaság esetén a HDI pontosabban adja vissza a fejlettségi különbségeket, homogénebb sokaság esetén viszont az egy főre jutó GDP is megfelelő mutatója lehet a fejlettségnek.

KIRÁLY NÓRA

II. évfolyam

Turizmus és vendéglátás (A)

Szolnoki Főiskola

VINCZE ÉVA

II. évfolyam

Turizmus és vendéglátás (A)

Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Dr. Stefan Mommerts
főiskolai docens, Szolnoki Főiskola*

„AUTÓKBAN ÉLÜNK”? – AZ IDEGEN NYELVŰ SZLOGENEK SZEREPE A MAGYAR MARKETINGBEN

„Autókban élünk”? – The role of foreign language slogans in Hungarian marketing

Azért döntöttünk úgy, hogy az idegen nyelvű szlogenek magyarországi szerepéről írunk, mert az angol nyelv elterjedésének köszönhetően ez egy fontos téma.

Megjelent hazánkban is és egyre népszerűbb a reklám nyelvben. Az idegen nyelvű szlogeneket használják a médiában, mint például a tv-ben, rádióban, sajtóban és hirdetőtáblákon. Felmerül a kérdés, vajon a magyar közönség érti-e őket.

Az idegen nyelvű szlogenek kérdése számos tanulmány tárgya volt Németországban. Meglepő módon kiderült, hogy a legtöbb német nem érti a valódi jelentésüket és azok többsége, akik megpróbálták lefordítani, csak találgattak.

Hogy felmérjük a helyzetet Magyarországon, készítettünk egy kérdőívet a hazánkban leggyakrabban használt szlogenekkel. 9 közülük idegen nyelvű (angol és német), 3 pedig magyar. Arra kértük a megkérdezetteket, jelöljék, hogy ismerik-e őket és hogy nevezzék meg, mely márkához/céghez tartoznak. Az is érdekelt minket, hogyan értelmezik ezeket a szlogeneket és kértük, hogy fordítsák le őket, ha tudják.

Kutatásunk során kiderült, hogy a magyarok többsége nem ismerte és nem is tudta összekapcsolni a szlogeneket a hozzájuk tartozó márkákkal. Ez nem csak az idegen nyelvű, hanem a magyar nyelvű szlogenekre is érvényes.

A fordítási eredmények aggasztóak, mert sokan egyáltalán nem tudták értelmesen lefordítani őket. Mindazonáltal a fiatalabb generációnak sikerült megragadni a szlogenek valódi üzenetét.

Tehát kijelenthetjük, hogy az idegen nyelvű szlogenek nem olyan sikeresek, ahogyan azt a vállalatok gondolják. Feltevésünk szerint a magyar fogyasztók vásárlási döntését nem befolyásolják a szlogenek.

Figyelembe véve, hogy kutatásunkat csak négy városban végeztük (Budapest, Szolnok, Kecskemét és Debrecen), kapott eredményeink nem vonatkoztathatók az egész országra és további kutatások szükségeltetnének, hogy még tisztább képet kapjunk a helyzetről.

KIRÁLYFAI ZSUZSANNA

Végzés éve: 2009

Pénzügy és számvitel (A)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulensek: Szabó Ferenc
mestertanár, Károly Róbert Főiskola*

*Takács László
APEH – Közép-magyarországi Regionális Igazgatóság*

A BECSLÉS MINT AZ ADÓHATÓSÁGI ELLENŐRZÉS KÜLÖNÖS SZABÁLYA

Estimation as a strange rule of the tax authority control

Az adóigazgatási eljárásban nincs mindig lehetőség a tényállás tisztázására.

Ilyen esetben nem lehet más tenni, mint valószínűsíteni. A valószínűsítés eszköze: a becslés, amely egy igen bonyolult ellenőrzési eljárás. Csak olyan esetekben lehet alkalmazni, amikor az adóhatóság bizonyítja, hogy a becslés törvényi feltételei fennállnak és az alkalmazott módszer valószínűsíti az adó alapját, illetve az adó alapjának megállapítására ez az egyetlen mód – talán ennek az igazolása a legnehezebb.

Az utóbbi években e módszer alkalmazására egyre inkább szükség lenne, hisz az adózók „nagyon élelmesek”, hogy megtalálják azokat a „kiskapukat”, melyeken kibújhatnak az adózás alól. Ilyenkor nagyon sok esetben nem áll rendelkezésre olyan adat, dokumentum, körülmény, amely segítségével az adóhatóság az adó alapját megállapítsa, így sor kerül a becslésre. Ugyanakkor a revizorok e módszert – pont a sok bizonytalanság miatt - nem szívesen alkalmazzák.

Pályamunkám elkészítésének aktualitását éppen ez adja. Egyre jobban szükség lenne rá, mégsem alkalmazzák szívesen, hisz nagyon könnyen támadható és „mindenre” oda kell figyelni, hogy szabályszerűen járjunk el.

Dolgozatomban az adózás története, illetve az adók költségvetésben játszott szerepének áttekintése és az adóhatóság 2008. évi eredményének elemzése után felvázolom az Art. törvény becslésre vonatkozó jogszabályait. Ezután ismertetem a becslés alkalmazásának eseteit, jogalapját és lehetséges módszereit. Végül két esettanulmányon keresztül bemutatom a becslési eljárás gyakorlatát, illetve javaslatokat teszek a kutatásaim során levont következtetésekre. Céлом volt egy olyan munka elkészítése, amellyel ez a bonyolult folyamat sokkal áttekinthetőbbé válik.

KISIDA ISTVÁN

III. évfolyam

Gazdálkodás és menedzsment (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Horváth Gyula
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

ARGENTÍNA GAZDASÁGI FEJLŐDÉSÉNEK LEHETŐSÉGEI

Possibilities of Argentina's economic development

A dolgozat célja, hogy átfogó képet alkosson Dél-Amerika, de azon belül is főleg Argentína gazdasági, politikai és szociális helyzetéről. A tanulmány fő témája a 2001-es argentin gazdasági krízis előtti és utáni állapotok és problémák. A válságon belül elemzem, az összeomlás enyhítésére kialakult érdekes megoldásokat állami és szociális részről is. Górcső alá veszem a 2008 óta tartó világgazdasági válság következtében kialakuló recesszió hatásait a latin-amerikai térségre és az ennek következtében a régióban kialakult külpolitikai eredményeket, nem utolsónak kiemelendően az Amerikai Egyesült Államoktól való függésre és az így kialakult gazdasági és politikai helyzetre. Megemlítem érintőlegesen az Egyesült Királyság és Argentína közti külpolitikai feszültség okát, ami aláássa a bizalmat a fejlett országok és Argentína között. Külpolitika szempontjából analízálom a legnagyobb konkurens óriás állam, Brazília lehetőségeit, előnyeit, hátrányait a gazdasági szférában. Szeretnék rámutatni, a térség országainak fontosságára a XXI. század második felében. Miután az olvasó teljes körű képet kapott az országról, boncolgatom a lehetséges jövőképet, továbbá a már elkezdett helyi és határon kívüli kezdeményezéseket, így rámutatva a legesélyesebb jövőbeni alternatívákra. A TDK-munka végén felvázolom a számomra legjobb és legígéretesebb megoldási javaslatokat, amivel az ország elkerülheti az esetleges lemaradást a konkurenciával szemben, sőt vezető szerepet vállalhat a közép- és dél-amerikai országok fejlődésében és összekötő kapocsként, irányíthatja a párbeszédet az Európai Unió, Észak-Amerika és a fenn említett régió államai közt.

KISS ÁGOTA

Végzés éve: 2010

Pénzügy és számvitel (A)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulens: Dr. Kondorosi Ferencné
egyetemi docens, Debreceni Egyetem*

KÖRNYEZETI INFORMÁCIÓK AZ ÉVES BESZÁMOLÓBAN

Environmental information in annual accounts

A környezetvédelem a XXI. század legjelentősebb kihívását jelenti az emberiség számára. Köztudott, hogy mára a természeti értékek megőrzése, a környezet szennyezésének mérséklése az emberek mindennapjainak része lett. Környezetünk védelmét azonban nem elég az egyes ember szintjén tudatosítani, hanem vállalati szinten is foglalkozni kell a természeti környezet megóvásával. Úgy gondolom, napjainkban elengedhetetlen a vállalatok számára, hogy tisztában legyenek környezeti teljesítményükkel és erről külső érintettjeiket is informálják. A 2000. évi C. számviteli törvény meghatározza azon környezeti információk körét, melyeket a gazdálkodó szervezeteknek részletesen be kell mutatniuk éves beszámolójukban.

Dolgozatom szakirodalmi fejezeteiben a környezeti számvitel fogalomrendszerét, alrendszeit, illetve feladatait ismertetem. Ugyan hazánkban a környezeti számvitel még a legtöbb szakember számára is ismeretlen fogalom, példákmal igazolom, hogy alkalmazása mindenképp előnyt jelent a vállalati működés során. Bemutatom továbbá a számviteli törvény környezetvédelmi előírásainak fejlődését, a kiegészítő melléklet és az üzleti jelentés környezeti információkra vonatkozó tartalmát, az Európai Unió adatközlésre vonatkozó ajánlását, valamint említést teszek a manapság egyre elterjedtebb környezeti és fenntarthatósági jelentések készítéséről.

A dolgozat második felében az általam elvégzett felmérés eredményeit ismertetem. Kutatómunkám során az ISO 14001-es szabvány által tanúsított Hajdú-Bihar megyei cégek 2009. évi éves beszámolóinak kiegészítő mellékleteiben nyilvánosságra hozott környezeti információk körét vizsgáltam. A vizsgálati szempontok kialakításánál a számvitelről szóló 2000. évi C. törvény 94.§-ának előírásai voltak az irányadók, miszerint a környezetvédelmi kötelezettségek fedezetére képzett céltartalék összegét, illetve a veszélyes hulladékok, környezetre káros anyagok készleteinek mennyiségi- és értékadatait a kiegészítő mellékletben részletesen be kell mutatni.

A fokozódó környezeti katasztrófák és a szigorodó jogszabályi előírások miatt a jövőben a hatékony működés elengedhetetlen feltétele lesz a környezeti teljesítmény mérése és közzététele. Csak a vezetőség gondolkodásán múlik, hogy kényszernek vagy lehetőségnek tekinti a környezetvédelmet. Az azonban nem hagyható figyelmen kívül, hogy a gazdasági és környezetvédelmi szempontok egyre szorosabban összefonódnak, és ezáltal szükségessé válik, hogy a környezetvédelmi érdekeket is figyelembe vegyék a gazdasági döntések meghozatalakor. A környezeti számvitel kitűnő eszköz a vállalatvezetés számára ahhoz, hogyan valósítsák meg nyereségorientált céljaikat a természeti erőforrások és a környezet megóvása mellett.

KISS DÁVID

VI. évfolyam

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Kaposvári Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Stettner Eleonóra
egyetemi docens, Kaposvári Egyetem*

**A KAPOSVÁRI EGYETEM VERSENYKÉPESSÉGÉNEK JAVÍTÁSA AZ UTÓBBI ÉVEK
BEISKOLÁZÁSI ADATAINAK MATEMATIKAI ELEMZÉSE ALAPJÁN**

A mathematical analysis of the data of enrolment of the recent years for providing proposals for improving the competitiveness of Kaposvár University

Az egész országban egyre elterjedtebbek a beiskolázással kapcsolatos tanulmányok. Fontosságuk megkérdőjelezhetetlen a felsőoktatási verseny kialakulása miatt. Minden egyetem egyre több erőforrást vet be azért, hogy a hallgatók minél nagyobb hányadát magához csábítsa. Dolgozatom célja az, hogy a Kaposvári Egyetem átfogó és mindent magában foglaló elemzést kaphasson. Elemzéseimet négy alapsoportba osztottam. A mennyiségi elemzés a hallgatók számának változását mutatja be több szinten, a konkrét középiskolák szintjétől az egész egyetemet átfogó kutatásokig. A minőségi elemzések ihletője az új kormányrendelet volt, mely megemelte azt a minimum pontszámot mellyel be lehet jutni egy felsőoktatási intézménybe, ezért tartottam fontosnak a felvételiző diákok minőségi összetételének elemzését is. A térre és időre vonatkozó elemzéseket a Kaposvári Egyetem négy teljesen különböző kari struktúrájának és vonzáskörzetének modellezése céljából használtam. A hagyományos Excel-diagramok, statisztikák mellett egy alapvetően új, hálózatelemzésen és gráfelméleten alapuló kutatást végeztem. A dolgozat elkészítése során több számítógépes programot is kipróbáltunk, melyekből a VisuaLyzér és a Microsoft MapPoint nevű szoftverekkel tudtuk elképzeléseinket leginkább megvalósítani. A dolgozat magában foglalja a szükséges matematikai, gráfelméleti definíciókat, a hálózatelemzéssel kapcsolatos alapfogalmakat is.

KISS JUDIT

II. évfolyam
Számvitel (M)

Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Böcskei Elvira
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

**MÉRLEGEN A GYÓGYSZERIPAR – MÚLT, JELEN, JÖVŐ
AZ ÁGAZAT VAGYONI, PÉNZÜGYI, JÖVEDELMI HELYZETÉNEK ELEMZÉSE**

Medicine industry on the scale – Past, present, future
Analysis of the wealth, financial and income situation of the branch

Kutatásom a hazai gyógyszeripar vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetének vizsgálatára irányult. Céljaim között szerepelt a hazai gyógyszeripar versenyképességének vizsgálata, az, hogy a mikro- és makrogazdasági környezet változásai hogyan hatottak az ágazat fejlődésére. Kiemelt figyelmet fordítottam a pénzügyi válságra, amely ezen ágazatot sem hagyta érintetlenül. A költségvetési deficit csökkentésére irányuló gazdaságpolitika és a gyógyszer gazdaságossági törvény hatályba lépése különös módon hatott a hazai gyógyszeripar piaci teljesítményének alakulására, miközben az ágazat a világ egyik legjövödelmezőbb szektorának tekinthető.

Az elemzést a hazai gyógyszergyárak teljes körére vonatkozóan végeztem el, három év (2005–2007) mérleg és eredménykimutatás adataira támaszkodva. Az ágazat szempontjából a tulajdonosi részesedés vizsgálata mellett meghatározó a homogenitás is, így az elemzést a piacvezetők és a nem piacvezetők csoportjára vonatkozóan végeztem el.

A hazai és a nemzetközi tendenciák – gyógyszer árképzés, támogatások – ismeretében állítottam fel hipotéziseimet. Feltételezésem szerint az ágazat mérlegszerkezetének sajátosságaiból adódóan magas a kutatás és fejlesztés értéke, azonban a támogatások csökkenése negatív irányba befolyásolhatja az innovatív termékek előállításának lehetőségeit. Ezen túlmenően a jövödelmezőség vizsgálatára is kitértem, és véleményem szerint a piacvezetők és nem piacvezetők közötti rés növekedése feltételezhető, amelynek lehetséges okai között a gyógyszer gazdaságossági törvény hatályba lépése állhat. A tulajdonosi részesedés elemzésekor megállapítást nyert, hogy magas a külföldi részesedés aránya, és feltételezésem szerint ez az arány várhatóan növekedni fog – figyelembe véve a kedvezőtlen gazdasági környezetet –, amely a generikus termékek innovatív térhódítására vezethetőek vissza.

Kutatásom során hipotéziseim ellenőrzésére a vállalkozások beszámolóinak elemzése mellett, a varianciaanalízis segítségével kerestem választ arra, hogy milyen szoros a kapcsolat a homogenitás és a jövödelmezőség között.

KISS SZILVIA

II. évfolyam

Pénzügy (M)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdasági- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Petruska Ildikó
egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

A MÁRKÁK JÖVŐJE A ZWACK UNICUM NYRT. PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

The future of the brands, through the example of Zwack Unicum Ltd.

„A márkákat azért fejlesztették ki, hogy tudatosítsanak bizonyos különbségeket azokkal a termékekkel kapcsolatban, amelyeket az a veszély fenyegetett, hogy csak annyira különböznek egymástól, mint egy kavics a másiktól.” (K. Roberts, 2004)

Elméletben egy termék minőségének garanciáját a fogyasztó számára a márka biztosítja. Gyakorlatban a márkákhoz már a minőség garanciáján túl érzelmeket is társítunk. Léteznek kivételes márkák, melyek „szeretetmárkává” váltak. Vajon a Zwack márka jelenleg milyen márkaerővel rendelkezik és válhat-e a jövőben „szeretetmárkává”?

II. József Habsburg császár legendás mondatával, a „Dr. Zwack, das ist ein Unicum!”-mal kezdődött a sötétbarna színű, keserűes ital és egy tradicionális magyar vállalat sikertörténete. II. József híressé vált mondata volt a legjobb reklám a vállalatnak. Azóta eltelt több mint 200 év és a vállalat mai napig egyike a legsikeresebb tradicionális magyar vállalatoknak. A Zwack Unicum Nyrt. iparági piaci helyzete erős, hisz a magyarországi legális szeszesitalpiacon a mennyiség 35 százalékát, az érték 40 százalékát produkálja. A Zwack Unicum Nyrt. fő profilja a prémium szeszesitalok gyártása és forgalmazása. A vállalat portfóliójában rengeteg potenciális „szeretetmárka” található.

A tanulmány első részében a vállalatot és az elmúlt évek környezeti változásainak hatásait mutatom be a Zwack Unicum Nyrt. és termékei példáján keresztül. A termékek közül a Vilmos szeszes italra vonatkozó marketing tevékenységet vizsgálom. A dolgozat második része a márkázás, a márkaerő és a márkastratégiák témáját járja körül, a Zwack Unicum Nyrt. márkáinak példáján keresztül. A jelen tanulmány befejező része a Zwack márkanévre vonatkozó stratégiai döntéseket illetve a márka „szeretetmárkává” válásának lehetőségeit vizsgálja.

A kutatás módszertana: egyrészt szekunder forrásokra támaszkodik, azaz releváns szakirodalmakra, ágazati statisztikákra és a vállalat korábbi primer kutatási eredményeire; másrészt pedig primer kvantitatív és kvalitatív kutatásokra.

A tanulmány legfőbb célja, hogy választ keressen arra, hogy a Vilmos márka újrabevetése mennyiben volt sikeres, és hogy a Zwack márkanév milyen márkaerővel rendelkezik, illetve a versenytársakhoz képeset a fogyasztók hogyan látják, és melyek a további teendők a „szeretetmárkává” válás érdekében.

KISTAMÁS TÜNDE

III. évfolyam

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Nagyné dr. Molnár Melinda
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

**TRADÍCIÓ ÉS INNOVÁCIÓ EGY BORVIDÉKEN SOLTVADKERT ÉS KISKÖRÖS
PÉLDÁJÁN KERESZTÜL**

Tradition and innovation in a wine-district demonstrated with the examples of Kiskörös and
Soltvadkert

Soltvadkert és Kiskörös a Kiskunsági borvidék területén elhelyezkedő két település. Életüket mindenkor meghatározta és ma is meghatározza a hagyomány és az innováció. Dolgozatom célja bemutatni, hogy a gazdasági életben a hagyomány és innováció hogyan van jelen e két település esetében.

Kiindulópontom, hogy Kiskörös és Soltvadkert korábban is rendelkezett innovációs potenciállal, hiszen egy korai innovációra, a filoxéra-járvány utáni szőlőtelepítésre, gyümölcsstermesztési specializációra építette fel a XIX. században a fejlődését.

Dolgozatom első részében ennek a korszaknak összegeztem a legfőbb tanulságait; kiemelve, hogy ezen a tájon a mai borászati tradíció ebből a korabeli mezőgazdasági innovációból született meg. Ebből kiindulva vizsgálom meg, hogy a két település életében ma miben nyilvánulnak meg a borászati tradíciók. Dolgozatom harmadik részében pedig arra keresem a választ, hogy mi kell ma ahhoz, hogy fenntartható, versenyképes fejlődési pályán maradjon egy a két település példáján keresztül megismert mezőgazdasági innovációra fölépült gazdaság.

A dolgozatom során statisztikai adatok, elektronikus és nyomtatott tudományos szakcikkek, tanulmányok, valamint interjúk, és helyszíni terepszemle segítségével rajzolom meg a két település között megmutatkozó hasonlóságokat és különbségeket azzal a céllal, hogy láthatóvá váljon, melyik milyen módon felel meg, avagy miért nem felel meg a fenntarthatóság, versenyképesség szempontjainak.

KÓCZÁN MILÁN

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

MUSZKA ALIZ BEATRICE

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dániel Zoltán András
egyetemi tanársegéd, Pannon Egyetem*

**NFC TECHNOLOGIA ALAPÚ EGYETEMI KÁRTYA BEVEZETÉSÉNEK
LEHETŐSÉGEI A PANNON EGYETEMEN**

Opportunities of the introduction and installation of the NFC student card at the University of Pannonia

A technológia innovációja az élet minden területére hatással van. Ez a megállapítás a felsőoktatásra kiemelkedően igaz. Dolgozatunkban egy innovatív technológiai megoldás bevezetésének lehetőségeit és létjogosultságát vizsgáltuk a Pannon Egyetemen. Az Near Field Communication technológia kis hatótávolságú kommunikációt tesz lehetővé két eszköz között, amit számos más alkalmazás mellett, főként a kis összegű fizetéseknél hasznosítanak. Az egyetemi környezet egy ilyen megoldás tesztelésére kitűnő helyszín, mivel rengeteg olyan szolgáltatás van jelen ilyen környezetben, melyhez kis összegű tranzakció párosul.

Dolgozatunkban bevezetesként bemutattuk az NFC technológiát, amely az egyetemi kártya alapját szolgálja. Ezután feltáró kvalitatív kutatással, a külföldi tapasztalatokat, valamint felhasználási területeket elemeztük. Megvizsgáltuk azokat az egyetemeket, amelyeken már elindult vagy lezárult egyetemi kártya pilot program. A tapasztalatokból kiderült a hallgatók rendkívül nyitottak ezekre a megoldásokra. Feltevéseink szerint a Pannon Egyetem hallgatói is nyitottak, és szívesen alkalmaznák az egyetemi kártyát. A szekunder adatok elemzése után kvantitatív kutatással felmérést végeztünk az egyetemisták körében, melynek célja a nyitottság felmérése, valamint a lehetséges felhasználási területek feltérképezése volt. Az adatok értékelése után, melyekből kiderült, hogy az egyetemisták körében van igény a kártya bevezetésére, a tapasztalatokat és ötleteket felhasználva, az egyetemi kártya lehetséges felhasználási területeit vizsgáltuk meg. A technikai kivitelezés formáinak részletezése és a pénzügyi megvalósítás elemzése után egy javaslatot tettünk a pilot program elindítására. A kutatás eredményeként a projekt előkészületei és az üzleti tervezés megkezdődhet.

KOLLÁR PÉTER

II. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Noszkay Erzsébet
egyetemi magántanár, Szent István Egyetem*

**A „MOVE EUROPE” PROGRAMBAN RÉSZT VEVŐ SZERVEZETEK MUNKAHELYI
STRESSZKEZELŐ GYAKORLATAINAK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE**

Comparative analysis of European organizations' occupational stress management

Dolgozatomban a Munkahelyi Egészségfejlesztés Európai Hálózatának 2006 és 2009 között megrendezett 7. kezdeményezésében, a „Move Europe” programban részt vevő szervezetek munkahelyi stresszkezelési gyakorlatainak összehasonlító elemzésével foglalkoztam. Arra kerestem a választ, hogy fellelhető-e valamilyen kulturális sajátosság az egyes módszereket illetően, illetve bemutassam azokat a gyakorlati megközelítéseket, melyek képesek hatékony és eredményes választ adni az egyre nagyobb kihívást jelentő munkahelyi pszichoszociális kockázatokra.

Vizsgálatomat 16 ország, 65 szervezetének angol nyelvű gyakorlati összefoglalói alapján végeztem, melyek elérhetőek a program magyarországi koordinátora, az Országos Egészségfejlesztési Intézet honlapján keresztül. A szervezetek módszereinek elemzése során a következő szempontokat vettem figyelembe: program felépítése; módszerek, résztevékenységek; programcélok; célcsoport; szervezetben elfoglalt hely; eredmények; programértékelés. A kvalitatív jelzők számbavétele után a szervezeteket csoportokra bontottam a fenti szempontok jellemzői szerint és azt vizsgáltam, hogy az egyes csoportokba, mely országok szervezeti kerültek.

A feltételezésem, mely szerint valamilyen nemzeti, területi kulturális sajátosság állapítható meg az alkalmazott stresszkezelési gyakorlatokat illetően nem igazolódott, ugyanis a szervezetekből kialakított csoportok meglehetősen vegyesek a vizsgált intézmények országait tekintve. Eredményemet arra vezetem vissza, hogy a stresszel való megküzdés és a pszichoszociális kockázatok csökkentésének módszerei nem tekinthető egy-egy nemzet sajátosságának.

KOLOZSVÁRI KRISZTIÁN

II. évfolyam

Villamosmérnök (A)

Óbudai Egyetem

Kandó Kálmán Villamosmérnöki Kar

FÜZI PÉTER

II. évfolyam

Villamosmérnök (A)

Óbudai Egyetem

Kandó Kálmán Villamosmérnöki Kar

*Konzulens: Handa Lászlóné
főiskolai docens, Óbudai Egyetem*

AZ EURÓPAI UNIÓ REGIONÁLIS POLITIKÁJA

The regional policy of the European Union

A dolgozat ismerteti az Európai Unió regionális politikáját és a pályázati lehetőségeket. Továbbá szót ejt az Európai Unió kialakulásáról és Magyarország csatlakozásáról, és értelmezi a regionális politikát és ismerteti kialakulását.

Megvitatja a regionális politika kapcsolatát a költségvetési tervekkel. Értelmezi a kohéziós és szociális alapot. Bemutatja a Magyarországon kialakított régiókat és a Nemzeti Fejlesztési Ügynökséget.

Feltárja a támogatási rendszer felépítését és működését, de leginkább a Közép-dunántúli regionális fejlesztési ügynökség (KDRFU) munkájára és a Közép-dunántúli Régió bemutatására összpontosít. Melynek keretében bemutat egy kiemelt székesfehérvári projektet, a Hiemer-Ház felújításának megvalósulását EU-s segítséggel.

KOLTA EMÁNUEL ÁDÁM

III. évfolyam

Alkalmazott közgazdaságtan (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Berde Éva
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

HOGY MIÉRT OLCSÓ A TESCO GAZDASÁGOS TEJ? AVAGY VERTIKÁLIS TERMÉKDISKRIMINÁCIÓ A SAJÁT MÁRKÁS TERMÉKEKNÉL

Vertical price discrimination in the private label products, or TESCO value working paper

Dolgozatom célja, hogy bemutassam a kereskedelmi vállalatok sajátmárkás termékeinek milyen szerepe van a profitmaximalizálásban. Elméleti megközelítésből, modell segítségével fogom bemutatni azt, hogy igenis megérheti direkt visszataszító külsejű terméket gyártatni, forgalmazni. Ez egy eszköz lehet, hogy a rezervációs árhoz közelebbi összeg kifizetésére. Dolgozatomban bemutatom, hogy igenis több profitot érhet el egy vállalat, ha létrehoz egy gyengébb minőségűnek látszó saját termékcsaládot. Megvizsgálom ennek a fogyasztói többletre és a társadalmi jólétre gyakorolt hatását is. A vizsgált termékekről szinte mindenki hallott, de kevesen tudják ennek a mechanizmusnak a mikroökonómiai okát. A 19. században Franciaországban, a harmadosztályú vasúti kocsiknak nem volt tetejük, és az ülések fából voltak. Annak, hogy a vasúttársaság nem fedte be a kocsikat és nem használt kényelmesebb üléseket, nem csak a költségcsökkentés volt az oka. A lépés nem a szegények ellen irányult, hanem a gazdagabbakat próbálta elriasztani a harmadosztályú utazástól.

KONCZ BOGLÁRKA

II. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Dr. Kacsirek László
főiskolai docens, Szolnoki Főiskola*

**A DAIMLER AG ZÖLDMEZŐS BERUHÁZÁSÁNAK GAZDASÁGI INTEGRÁLÁSA
KECSKEMÉT VÁROS GAZDASÁGÁBA**

The economic integration of the green field investment of Daimler AG into the economy of
Kecskemét

Dolgozatomban a Daimler AG 2008 júniusában bejelentett zöldmezős beruházásának Kecskemétre és vonzáskörzetére levetített várható gazdasági hatásainak ismertetését, valamint a pozitív hatások minél eredményesebb kihasználhatóságához vezető út bemutatását választottam.

Dolgozatom során az általam készített mélyinterjúkra, más autóiipari beruházások eredményeire és szakirodalmi kutatásaimra alapozva igyekszek átfogó következtetéseket tenni a Daimler AG beruházásának Kecskemétre levetített várható hatásaira.

Önmagában egy ilyen hatalmas volumenű beruházás nem eredményezné a kívánt elvárásokat. Ezek akkor teljesülhetnek, ha a város az adottságaiban rejlő lehetőségekhez mérten a leghatékonyabban tudja integrálni a gyárat saját gazdaságába, a Mercedes-gyár ipari beágyazottságát minél magasabb szintre tudja emelni. Ennek megfelelően kutatásom során igyekeztem feltárni azokat a tényezőket, amelyekben számottevő átstrukturálásra és fejlesztésekre került sor a Daimler AG bejelentése óta eltelt két és fél évben.

Ezzel várhatóan olyan feltételek fognak megvalósulni a közeljövőben, amelyekkel a város nagyon kedvező versenyhelyzetbe kerülhet, tőkevonzó képessége várhatóan jelentősen emelkedni fog. Ezáltal további jelentős beruházások befogadására lesz képes, húzóerőt biztosítva a környező települések számára is, és hosszú távon az Alföld ágazati struktúrájának módosulásával a régióban megerősödhet a gépipar.

Véleményem szerint az autóiipari óriás megtelepedésével a város számára az elvárható gazdasági hatások közvetlenül csekély mértékben fognak érvényesülni. Pozitív eredményre a foglalkoztatás és oktatásban létrejövő kooperáció terén számítok. A többi tényező terén csak közvetetten valósul meg fejlődés. A hazai beszállítói hálózat kialakulását illetően a Mercedes-gyárhoz közvetlen kapcsolódásra csekély a valószínűség. Ezáltal a technológiatranszfer viszonylatában sem várható számottevő előrelépés, K+F tevékenységek kihelyezésére is csak a Kecskeméti Főiskola számíthat. A külpiazi kapcsolatépítés is szerényebb mértékben, talán csak az alsóbbrendű beszállítók hálózatába való beilleszkedéssel jöhet létre. A közlekedési infrastruktúra fejlesztésének szempontjából is hasonló a kép, Kecskemétet a Daimler AG közvetlen támogatásokban eddig nem részesítette, a gyár létrehozása csupán abban nyújt lehetőséget, hogy a város pályázati úton történő forrásigényléseihez referenciaként szolgáljon.

KONCZ GÁBOR

I. évfolyam

Közgazdasági elemző (M)

Közép-európai Egyetem

*Konzulens: Havran Dániel
egyetemi tanársegéd, Budapesti Corvinus Egyetem*

HITELKOCKÁZATI STRESSZ-TESZTELÉS ALKALMAZÁSA A MAGYAR BANKRENDSZERRE

Stress testing credit risk: Application to the Hungarian banking system

A pénzügyi közvetítő rendszer működése – amely a gazdasági teljesítményre is befolyással van – nagymértékben függ a rendszert alkotó intézmények, piaci szereplők hitelkockázati kitettségétől. Dolgozatomban egy, a nemteljesítési arány stressz tesztelésére alkalmas modellt mutatok be, és a magyar bankrendszer vállalati és háztartási hiteleinek bedőlését vizsgálom különböző feltételek mellett. A magyar bankrendszer hitelkockázati stressz-tesztelése, modellbeli elemzése különösen aktuális, hiszen ezáltal lehetővé válik a romló gazdasági körülmények beépítése a becslésbe, valamint a bedőlések közötti nagy eséllyel megnövekvő együttmozgás, korreláció modellezése is.

Az eredményeim rámutatnak, hogy bár a nemteljesítési arány várható értéke nem minden esetben lesz nagyobb a makromutatók romlásakor, az eloszlás jobb szélé egyre vastagabbá válik, ezáltal nagymértékben megnőnek az eloszlás különböző percentiliseihez tartozó nem várható bedőlési arányok.

KONECSNY JENŐ ZOLTÁN

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Borszéki Éva
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

*Bátoriné Kövér Judit
igazgató, MFB Magyar Fejlesztési Bank*

**A KOCKÁZATITŐKE-BEFEKTETÉSEK HATÁSA A FINANSZÍROZOTT
VÁLLALKOZÁSOK MŰKÖDÉSÉRE ÉS ÉRTÉKALKULÁSÁRA**

The impact of the venture capital investments on the venture-backed companies' operation and valuation

A kockázati tőke, mint speciális pénzügyi konstrukció, meghatározó szerepet tölt be a vállalat-finanszírozás rendszerében. Alapvető funkciója, hogy az átmeneti tőkehiánnyal rendelkező vállalkozások számára pótlólagos forrást biztosítson meghatározott időre, legtöbbször tőkeemelés formájában. A kockázati tőkét speciálisan erre a tevékenységre szakosodott pénzügyi intézmények nyújtják, melyek vagy befektetési alap, vagy pedig társaság formájában működnek. Magyarországon a kockázati tőke-ágazat viszonylag rövid idejű múltat tekint vissza, ám ettől függetlenül a szóban forgó szektor a közép-kelet-európai régió vonatkozásában meglehetősen fejlettnak mondható.

A dolgozatom központi törekvése, hogy a finanszírozásban részesült vállalkozások oldaláról mutassam be a kockázati tőke jelentőségét, két esettanulmány elkészítésén keresztül. Dolgozatom három fő kérdést elemez. Az első a kockázati tőke-befektetések vállalati működésre, a második pedig a vállalati értékre gyakorolt hatásaival foglalkozik. Harmadik szempontként azt vizsgálom, hogy a finanszírozott vállalkozások teljesítményét befolyásolta-e az, hogy a kockázati tőke, mint forrás a két esetben egymástól eltérő alapítói háttérű befektetőtől származott. A vállalati értékalakulás figyelemmel kíséréséhez módszertanul a diszkontált cash flow alapú modellt használtam fel. Mindemellett, jelen dolgozatomba a korábbi pályamunkám számos kutatási eredményét is beillesztettem, mely a különböző alapítói háttérű intézményi kockázati tőke-befektetők magatartási sajátosságaival foglalkozott.

KOPLÁNYI ENIKŐ

I. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Farkas Ferencné dr. Kurucz Zsuzsanna
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

Dr. Kornai Gábor

tiszteletbeli egyetemi docens, AAM Vezetői Informatikai Tanácsadó Zrt.

**HOGYAN LEGYEN EGY NŐ EGYSZERRE SZUPERNŐ, CSALÁDANYA ÉS KIVÁLÓ
MUNKAERŐ? – NŐI ÉLETPÁLYA EGY TANÁCSADÓ CÉG PÉLDÁJÁN BEMUTATVA**

How can be a woman a super woman, a mother and an excellent human resource at the same time?
– Woman's career along a consulting company's example

Dolgozatomban azt kutattam, hogy a nők karrierje miben és mennyiben különbözik a férfiakétól, milyen tulajdonságokkal jellemezhetőek a női vezetők, és hogyan befolyásolja pályafutásukat a gyerekvállalás. Egy konkrét tanácsadó cégnél készítettem interjúkat, továbbá a belső adatokból összeállított diagramok segítségével határoztam meg a különbségeket és vontam le a következtetéseket.

A női karrierpálya különbözik a férfiakétól, mivel a húszas éveik végén, amikor a férfiak elérik a vezetői pozíciót, a nők rövidebb-hosszabb időre elmennek szülni. A gyerekvállalás ugyan hátráltatja a munkában való előrejutást, de ezt nem így kell felfogni. Maga a gyereknevelés is jelenhet egyfajta karriert. Ezért az életben a nőknek dönteniük kell, mikor mire helyezik a hangsúlyt. Nem lehet mindent egyszerre csinálni, sokszor fel kell adni az egyik hivatást a másikért. Persze ezzel kapcsolatosan mélyen élnek a társadalomban kialakult sztereotípiák is, egy újabb akadályt állítva ezzel a nők előtt. Általában megrekednek egy bizonyos szinten, mely az útvesztő hasonlaltal jellemezhető, ugyanis nem egy akadály áll a nők előtt, hanem akadályok sorozata. Nem sokan jutnak el a vezetői pozícióba, de ha mégis sikerül valakinek, akkor elvárják tőle a megfelelő (sokszor férfiakkal azonosított) viselkedést. Úgy gondolom, hogy a vezetés személyfüggő, ugyanakkor a megkérdezettek mégis tudtak tipikusan nőies és férfias tulajdonságokat említeni. Így pl. a nők empatikusabbak, kitekintőbbek, jobban kezelik a konfliktusokat, inkább dolgoznak csapatban. Ezzel szemben a férfiak feladatorientáltak, agresszívebbek, határozottabbak. A cégeknek azonban hosszú távon jobban megéri a női tulajdonságok bevonása a sikeres vezetéshez és működéshez.

A nők nem tartják könnyűnek a munka és a család összeegyeztetését, de megfelelő támogató háttérrel és jó szervező készséggel ez is megoldható. A siker titka az életszakaszok tudatos megszervezésében és a bizonyításra való hajlamban van. Mivel minden ember egyenlő, ezért a nőknek is esélyt kell adni arra, hogy megmutassák, ugyanolyan munkaerőnek számítanak, mint férfi társaik, és a képességek nem a nemek, hanem a személyiség függvénye.

KORITSÁNSZKY ANDRÁS

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Tóthné dr. Lőkös Klára
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

**A KÖZÚTI SZEMÉLYI SÉRÜLÉSES BALESTEK STATISZTIKAI ELEMZÉSE
1990-TŐL NAPJAINKIG**

Statistical analysis of accidents on public roads involving personal injuries in the period between
1990 up to now

A TDK-munkám elkészítésekor egy olyan témakört dolgoztam fel, amely probléma a napjaink társadalmában mindennaposá vált. A gépjárművek tömeges megjelenésével, valamint a „gépjármű volánja” mögött tanúsított felelőtlen magatartás következményeként, a közúti balesetek száma – a rendszerváltást követően – nagymértékben növekedett.

Dolgozatom fókuszpontjában a Központi Statisztikai Hivatal honlapján közzétett magyarországi baleseti statisztikák, valamint a nemzetközi összehasonlításokat lehetővé tevő adatbázisok állnak.

Ezen adatbázisokon kívül, a lakhelyemen működő XVII. kerületi Rendőrkapitányság is biztosított különböző szakkiadványokat, melyeket forrásként kívánok felhasználni.

A rendelkezésre álló adathalmazokat, – az egyedi igényeknek megfelelően alakítva – részletesen elemezve kívánom bemutatni a közúti személyi sérüléssel járó közlekedési balesetek számának változását, az 1990-es évektől napjainkig bezárólag.

A munkám második felében kiemelt hangsúlyt kívánok fektetni az ittas vezetők által okozott balesetek alakulására, valamint a KRESZ-módosítások, illetve a megsértésük révén – törvényileg szabályozott – alkalmazandó szankciók mértékének hatékonyságára.

Munkámban elkészítése során felhasználok a különböző statisztikai módszertanokat, mint pld.: az általános és leíró statisztika, valamint a következtetési statisztika módszerét. A következtetéseket az összefüggés vizsgálatok alkalmazásával hozom meg.

KORNYIK KÁLMÁN

II. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Szűts István
egyetemi docens, Nyugat-magyarországi Egyetem*

DÖNTÉSTÁMOGATÓ RENDSZER FEJLESZTÉSE ÉS ALKALMAZÁSA A NYÍLÁSZÁRÓ-ÉRTÉKESÍTÉSBEN

Development and usage of decision support system for selling doors and windows

Az információ behálózza életünk minden területét. Az emberi társadalom a számítógépek megalkotásával egy új fejezetet nyitott a történelemben. Ezzel egy olyan eszközt alkotott meg az ember, amellyel az információk és az adatok kezelése igen hatékonyan oldható meg. A változó világgal változó elvárások járnak mindennel és mindenkiel szemben. Manapság már nem csak adatokra, hanem olyan előremutató információkra van szükség, amelyek bepillantást engednek a ködös jövőbe. Az adatok és információk közötti kapcsolatok felderítésével előre jelezhetünk problémákat, lehetőségeket vagy a gazdasági trendeket prezentálva következtetéseket vonhatunk le. A manapság gazdaságilag hanyatló világunkban fontos döntéseket kell meghoznunk. Feltehetjük magunknak azt a kérdést, hogy mi alapján hozzuk meg azokat? Milyen módon? Milyen gyorsan? Ezekre a kérdésekre kerestem választ a dolgozatomban, és megoldásként a döntéstámogató rendszerek témakörében találtam meg a megoldást. A döntéstámogató rendszerek a felhalmozott adatok, információk és döntési modellek alapján alternatívákat ajánlanak fel a döntéshozónak, aki a lehetőségek közül kiválasztja a számára legkedvezőbb vagy legoptimálisabb megoldást. Vállalkozásomban nyílászárók értékesítésével és az idevonatkozó szolgáltatások nyújtásával foglalkozom. Az értékesítési volumen növelése érdekében készítettem egy szoftvert, amelyet továbbfejlesztve vágásoptimalizáló modullal egészítettem ki a vásárlói döntések megkönnyítése érdekében. A nyílászáró értékesítők megsegítésével és a döntési alternatívák egyszerű és gyors megjelenítésével segítettem elő a megkötött üzletek számának növelését. A vágásoptimalizáló modulban a lehető legkevesebb hulladékkal járó leszállási változatok kiválasztását igyekeztem elősegíteni. Az épületasztalos szektorban már készültek hasonló programok a döntések elősegítése érdekében, de tapasztalataim alapján mindeztidáig még nem sikerült olyan egybefüggő megoldást találni a döntési szituáció pozitív befolyásolására, amelyben a lehető leggazdaságosabb megoldásokra törekedtek volna. A dolgozatomban elkészített program még ugyan kezdeti stádiumban van, de már bizonyított is az élet színpadán, hiszen a tavalyi és a tavalyelőtti hasonló negyedévi bevételeinket felülmúltuk a szoftver segítségével.

KOSKAI BEÁTA

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Dunaújvárosi Főiskola

*Konzulens: Varga Anita
főiskolai adjunktus, Dunaújvárosi Főiskola*

**VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK VÁLTOZÁSA DUNAÚJVÁROS ÉS KÖRNYÉKÉN,
AZAZ A „SZABAD VASÁRNAP” HATÁSAI**

Custom-customs in transition in Dunaújváros – The possible effects of the Trade-free Sunday

Hazánkban és az Európai Unió tagországaiban is megosztja az embereket a vasárnapi munkavégzés korlátozásáról szóló kezdeményezés. A törvényjavaslatot betérjesztő Kereszténydemokrata Néppárt (KDNP) indoklása szerint a kereskedelem és a gazdaság számos területén dolgozónak is szüksége van arra, hogy a héten legfeljebb egy napot a családra és a pihenésre szentelhessen.

Ha sikerül egymillió uniós állampolgár aláírását összegyűjteni, a vasárnapi szünnap kérdése napirendre kerül az Európai Parlamentben.

Kutatásom során magyarországi, illetve európai „szabad vasárnap” kezdeményezéseket egyaránt bemutatok. Interjúk, kérdőívek feldolgozásával tanulmányozom a Dunaújváros és környékén élő, általam megkérdezett munkavállalók és vásárlók véleményét, feltérképezem vásárlási szokásaikat. Ismertetem a főbb kereskedelmi egységek álláspontját.

A dolgozatomban felállított hipotéziseket ezen állásfoglalások alapján bizonyítom.

KOVÁCS ADRIENN

Végzés éve: 2010

Turizmus-vendéglátás (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Nemes Andrea
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

**TRENDEK A GYÓGY- ÉS WELLNESS-TURIZMUSBAN
CEGLÉD, MINT EGÉSZSÉGTURISZTIKAI CÉLPONT**

Trends in health and wellness tourism
Cegléd as a health touristic destination

Az OTDK-dolgozat a Szerző primer kutatásának eredményeit felhasználva Cegléd egészségturizmusba történő bekapcsolódását vizsgálja. A szekunder kutatás során az egészségturizmus fogalmának és általános jellemzőinek ismertetését követően a Szerző felvázolja a turizmus ezen ágazatának piacára leginkább jellemző keresleti és kínálati trendeket, majd a magyarországi gyógy-és wellness-turizmus helyzetének bemutatásán keresztül eljut a dolgozat központi témájához.

A tanulmány célja, hogy felhívja a figyelmet az egészségturizmus, mint a magyar turizmus egyik, ha nem a legfontosabb ágazatára, valamint a benne rejlő lehetőségekre, melyet a Szerző egy kevésbé ismert desztináció, Cegléd példáján keresztül mutat be.

A Szerző arra a következtetésre jutott, hogy Cegléd pozitív adottságainak köszönhetően kedvező kilátásokkal néz szembe az egészségturizmus piacán, ugyanakkor nélkülözhetetlen az egyedi arculat kialakítása, melyet úgy érhet el leginkább, ha a város vezetése Ceglédet nem gyógy-és wellness-központként értékesíti a piacon, hanem egy turisztikailag vonzó fürdővárosként, ahova a vendégek szívesen visszatérnek és vesznek igénybe magas színvonalú, ugyanakkor kedvező árú egészségturisztikai szolgáltatásokat.

KOVÁCS ADRIENN

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dániel Zoltán András
egyetemi tanársegéd, Pannon Egyetem*

A HELYI PÉNZ GAZDASÁGI HATÁSAI

Economic effects of complementary currency

Az Egyesült Államokból 2008-ban kiinduló gazdasági válság megrázta az egész világot. Azóta számtalan válságkezelő program indult világszerte, mellyel a pénzügyi stabilitást igyekeznek visszaállítani vagy legalábbis megfékezni azt a dekonjunkturát, mely azóta is sújtja még a legfejlettebb országokat is.

Válságkezelő stratégiát azonban nem csak globálisan vagy nemzeti szinten lehet indítani. Akár egy-egy közösség is képes arra, hogy helyi szinten fellendítse a gazdaságot. Az egyik ilyen, talán leghatékonyabb lehetőség a közgazdászok által komplementer pénznek nevezett készpénz-helyettesítő fizetőeszköz bevezetése.

A nemzetközi tapasztalatok e téren már évtizedekre nyúlnak vissza. A világon több mint 2500 féle helyi pénz létezik. Magyarországon egy európai uniós irányelv hazai jogrendszerbe való integrálásának köszönhetően már lehetőség van a közösségi pénz bevezetésére és ennek segítségével az adott régió gazdaságának fellendítésére.

Érdemes ezzel a lehetőséggel élni, hisz Magyarország – nyitott gazdasága lévén –, erősen ki van téve a világpiacra történő eseményeknek, amit azonban nem tud befolyásolni. De ha kicsiben gondolkodunk és a helyi közösségek az alternatív fizetőeszköz segítségével képesek lesznek felrázni az adott régió gazdaságát, akkor igenis lehetőség nyílik arra, hogy beleszóljunk a gazdaság folyamataiba, működésébe.

A TDK-dolgozatomban a nemzetközi és hazai tapasztalatokból kiindulva ismertetni fogom a helyi pénz számos előnyét, a társadalmi, a pénzügyi és gazdasági hatásait. Majd egy adott települést alapul véve fogom bemutatni a helyi pénzrendszer bevezetésének és terjedésének egyes szakaszait, azok nehézségeit.

KOVÁCS ADRIENN

Végzés éve: 2010

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök (A)

Szegedi Tudományegyetem

Mérnöki Kar

*Konzulens: Dr. Gulyás László
egyetemi docens, Szegedi Tudományegyetem*

A PEKINGI OLIMPIA, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A GAZDASÁGI ASPEKTUSOKRA

Beijing, the city of Olympics

A TDK-dolgozatom a pekingi olimpiáról szól gazdasági megközelítésben. Nagy siker volt Kínának, hogy ők rendezhették meg a 2008-as olimpiát. Arra készültek, hogy a legek olimpiáját készítik el és ez sikerült is nekik. A világ ámult a sok fejlesztésen. A legnagyobb sikert a szmog eltüntetésével érték el. Nagy infrastrukturális változtatásokat eszközöltek, hogy megkönnyítsék a közlekedést Pekingben. A gigarepterét pedig a világ legnagyobb repterévé kiáltották ki. És néhány stadionja világhírűvé vált. A zöld olimpia jegyében építettek meg számos létesítményt. Az olimpia költségei körülbelül 60 milliárd dollárba kerültek. De ez Kína gazdaságát cseppet sem rendítette meg. Soha nem látott növekedésnek indult és jelenleg a világ második legnagyobb gazdaságával rendelkezik. Ami nagy hátránya az országnak, és nem sikerült változást hoznia még az olimpiának sem, az az emberi jogok tiszteletben tartásához való hozzáállása az államnak. De még van remény, hogy a jövőben ez változni fog.

KOVÁCS ÁGNES

III. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Szűcs Krisztián
adjunktus, Pécsi Tudományegyetem*

NEUROMARKETING, A MARKETING ÚJ OLDALA

Neuromarketing, the new side of the marketing

A neuromarketing a marketingkutatás új oldala. Ezzel a módszerrel felismerhetjük, és a képkalkotó eljárásokkal mérhetjük a fogyasztók érzelmeit és tudatalatti válaszait. A neurobiológiai képkalkotó eljárásokkal a kutatók közvetlenül tanulmányozhatják az agyi aktivitás helyét, intenzitását és időtartamát.

A dolgozatom egy Pécsen tervezett fMRI kísérlet előkészítő fázisa. Célja, hogy eddigi nemzetközi elméleti alapokra támaszkodva bemutassa a neuromarketing módszert, a rövid történetét és a jövőjét.

Dolgozatom leíró részét a módszer meghatározásával kezdem úgy, hogy rávilágítok különlegességeire: interdiszciplinaritására és egyedi szemléletmódjára. Bemutatom a módszer rövid történetét, az első fMRI-s kutatásokat a marketingben. Leírom azokat a leginkább alkalmazott technikákat, amelyekkel a neuromarketing mérni tudja a külső ösztönzésekre adott agykéregi válaszokat. Majd összesítem az egyes technikák előnyeit és hátrányait. Végül ismertetek néhány eddigi kutatást és a módszer etikai megítéléséről írok.

Dolgozatom kutatási részében a módszer hazai alkalmazhatóságát kívánom vizsgálni, illetve azt, hogy milyen esélyei vannak a neuromarketing meghonosodásának. A munkám és a tervezett kísérlet alapvető kérdése az, hogy valóban mérhetőek-e az érzelmek. A válasz keresésében a strukturálatlan kvalitatív módszert alkalmaztam (szakértői mélyinterjút), és a projekciós technikák közül a szóasszociációt használtam. A mélyinterjúban hazai és külföldi szakértőket kérdeztem meg a módszer lehetőségeiről és korlátairól. A mélyinterjúk alátámasztották azt a megállapítást, amely szerint az érzelmek objektíven kimutathatóak. A szóasszociáció segítségével pedig felmértem, hogy a potenciális fogyasztói körnek milyen a megítélése a módszerről.

KOVÁCS ANETT

I. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Liebmann Lajos
egyetemi docens, Károly Róbert Főiskola*

AZ EUROGLASS PA. KFT. EMBERI ERŐFORRÁS GAZDÁLKODÁSA

The human resources management of EUROGLASS PA LTD.

TDK-dolgozatomban a Gyöngyösön működő Euroglass PA. Kft. emberi erőforrás gazdálkodását mutatom be, illetve egy elégedettségi vizsgálat eredményét írom le a cég dolgozóinak véleménye alapján.

A cég nagy hangsúlyt fektet a környezetbarát technológiák alkalmazására, így a magas minőség számára a fejlődés legfontosabb tényezője. Szilárd kapcsolatokat, képzett munkaerő alkalmazását és az árat tartják a sikeres alkalmazkodás legfontosabb feltételeinek. Azonosulni tudnak a felmerülő problémákkal, fontos a szakképzett, hozzáértő munkaerő alkalmazása, hiszen így hatékonyabb gazdálkodást folytathatnak, ezáltal elérhető a vállalati eredmény folyamatos javulása. Törekednek az emberközpontú vezetésre. A munka, mint sikertényező jelenik meg a vállalatnál. A csapatmunka és a növekvő termelékenység nem valósulna meg a pontosság nélkül. A megbízható munkatársak jelenléte is fontos, elkötelezett, siker- és eredményorientált alkalmazottak szükségesek a sikeres vállalat vezetéséhez.

Más kérdés, hogy az alkalmazottak hogyan látják ezeket a dolgokat. Vajon Ők más nézeteket vallanak majd? Máshogy látják a helyzetet, mint a menedzsment? Kiderül az elégedettségi vizsgálat során. Konklúzióimat kérdőíves megkérdezéssel támasztom alá. A kapott eredményekkel elemzéseket végeztem, mely dolgozó mivel elégedett és mivel nem. A kérdőívek eredményét kiértékeltem, diagramok, ábrák segítségével elemeztem.

Ezekből a kutatásokból egyértelműen kiderülnek a cég erősségei, illetve hiányosságai is, amiket a jövőben könnyen lehet majd orvosolni.

A fizikai dolgozók elégedettségének vizsgálata volt a céloom a cég humán erőforrás gazdálkodását illetően, illetve az alkalmazottak véleményére, javaslataira voltam kíváncsi a változtatásokat figyelembe véve. A dolgozói elégedettség vizsgálata fontos információkat szolgáltat a vezetés számára az alkalmazottak vállalathoz való viszonyáról, a teljesítményüket befolyásoló tényezőkről, esetleges működési zavarokról a vállalaton belül.

Különösen fontos a dolgozói elégedettség differenciált ismerete a humán erőforrás menedzsment számára, mivel ehhez a területhez tartozik az elégedettség alakulását jelentősen befolyásoló erőforrásokkal való gazdálkodás. Ha elégedetlenek a dolgozók, nem tudnak úgy teljesíteni, ahogyan kellene. Az elégedetlenség rányomja bélyegét a munka minőségére is. Dekoncentráltan dolgoznak, ilyen formán pedig visszaesik a termelés. Mindemellett minőségi romlás is megjelenik.

A dolgozói elégedettség felmérése hasznos, hiszen ha egy alkalmazott elégedett, akkor az nagyban megnöveli a vállalat versenypozícióját is.

KOVÁCS BARBARA EDIT

II. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Tóthné dr. Lőkös Klára
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

AZ EGRI BORVIDÉK BORFOGYASZTÁSI SZOKÁSAINAK ELEMZÉSE

An analysis of wine consuming habits of the Eger region

Témaválasztásom célja, hogy megismerjem egy fantasztikus borvidék borfogyasztási szokásait. Kíváncsissággal tölt el, hogy kik és milyen gyakran, milyen bort fogyasztanak és milyen célból.

A bor jótékony hatását már nagyon régóta ismerik és fel is használják a gyógyítás és a kozmetika területén is. Sokan úgy tartják, hogy minden nap egy kis kupica bort megiszunk, akkor semmi betegség sem érhet bennünket.

Dolgozatomban a borfogyasztók szokásait szeretném vizsgálni és bemutatni.

Többek között a nem és a kor szerinti borfogyasztás szokásait vizsgálom és mutatom be. Feltételezésem szerint megkülönböztethetők férfi és női borok, általában a fehérborok a nők által kedveltek még a vörösborokat a férfiak szeretik.

A fiatalabb és az idősebb korosztály borfogyasztási célja is különbözik. A fiataloknak a bulikon a bor csak egy alkoholtartalmú ital a sok közül, míg az idősebb korosztály számára az egészséges életmód tartozéka.

Mindezeket az állításokat objektív statisztikai módszerekkel szeretném igazolni.

KOVÁCS BEÁTA

II. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Piros Márta Anna
főiskolai tanár, Károly Róbert Főiskola*

**A TELJESÍTMÉNYÉRTÉKELÉS ÉS A HATÉKONY MUNKAVÉGZÉS ELMÉLETE ÉS
GYAKORLATI MEGVALÓSULÁSA A ROBERT BOSCH ELEKTRONIKA KFT.
RENDSZERÉBEN**

The theory and practice of performance assessment and effective working in the system of Robert Bosch Elektronika Kft.

A folyton változó gazdasági környezetben a szervezeteknek is változniuk kell. Ehhez szükséges tudniuk hol tartanak adott pillanatban, és hova szeretnének eljutni egy másik időpontra. A teljesítményértékelés folyamata ebben segíti a vállalatokat a munkaerővel kapcsolatos változtatások tekintetében.

Hazánkban még nem elterjedt ez a Humán Resources (HR) tevékenység, ezért dolgozatomban a hatvani Robert Bosch Elektronika Kft. teljesítményértékelő rendszerének szellemi dolgozókra vonatkozó részét mutatom be. Ez a cég azon multinacionális vállalatok közé tartozik, melyeknél több évtizedes múltja van a teljesítményértékelésnek.

Dolgozatom elkészítésével célokom, hogy a Robert Bosch Elektronika Kft. Humán Erőforrás gazdálkodási egységének működését, azon belül a teljesítményértékelési rendszerét bemutassam. Ezzel példát mutatva – egy évek óta sikeresen működő rendszerről – más vállalatoknak is, akik még nem alkalmazzák a teljesítményértékelés tevékenységét, amennyiben az tényleg példaértékű. Erre a kérdésre is választ adok egyéni kutatásom keretében, melyet kérdőíves módszerrel végeztem és melynek eredményét a dolgozatomban olvashatja.

A gazdasági élet fontos kérdései közé tartozik, hogy több munkával, túlóra végzésével vagy hatékonyabb munkavégzéssel érhet el nagyobb elismerést, magasabb bért egy dolgozó. Mivel erre a dilemmára a válasz, a munkavállalók többségénél nem egyértelmű, és mivel a kérdés az én érdeklődésem is felkeltette, ezért egy rövid irodalmi áttekintés mentén megvizsgáltam az elméletek gyakorlati megvalósulását is, a kérdőívemben szereplő kérdések segítségével.

KOVÁCS BORBÁLA

I. évfolyam

Pénzügy (M)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Hollóné dr. Kacsó Erzsébet
főiskolai tanár, Eszterházy Károly Főiskola*

**TŐZSDEI CÉGEK ÉRTÉKELÉSE, ÉRTÉKELŐDÉSE MAGYAR PÉLDÁKON
KERESZTÜL (ELMÉLET VS. GYAKORLAT)**

The evaluation and appreciation of stock companies through Hungarian examples
(Theory vs. Practice)

Kutatásom célja a hazai vállalatértékelés gyakorlatának bemutatása. A vizsgálat során támaszkodhatunk saját számításokra a tanult módszerekkel – mint a relatív értékelés, diszkontált cashflow – más elemző cégek értékeléseire, illetve a kettő kombinációjára. Alapvető kérdés, hogy mi alapján értékelődnek és mi alapján értékelik az egyes elemző cégek a tőzsdei vállalatokat. A kérdés úgy is föltehető, hogy miért fektetnek az egyes részvényekbe, mi alapján hozzák a befektetők az értéktételeiket.

A vizsgálat során a Graphisoft Park ingatlanfejlesztő és irodahasznosító társaság kiemelt szerepet kapott. Kihívást jelentett, hogy az „A” kategóriás irodahasznosítási szegmensben nincs másik kibocsátó a Budapesti Értéktőzsdén, ezért különböző csoportképző ismervek alapján 5 másik tőzsdei céget is megvizsgáltam.

Az értékelés során az alábbi kiemelt kérdésekre kerestem a választ:

Hogyan alakultak a vizsgált vállalatok P/E mutatói az elmúlt megközelítőleg 2-3 évben, gyakorlatilag a globális pénzügyi-gazdasági válság magyarországi megjelenésétől?

A vállalat teljesítményei mennyire tükröződnek az árfolyam alakulásban?

A Graphisoft Park példáján keresztül hányféle módszerrel értékelték?

A Graphisoft Park piaci és teljesítménymutatók alakulásainak 2006 és 2009 között elvégzett vizsgálatából kiderült, hogy ha nem a végső nettó eredmény (P/E, RO mutatók) alapján történik az értékelés, hanem a működési eredmény alapján (P/BV, EV/EBITDA), akkor pozitív a cég nyereségessége. Ugyanakkor a P/E mutatók összehasonlításánál problémát okozhatnak a nevezőben lévő egy részvényre jutó nyereség (EPS) időbeli eltérései. Az EPS meghatározható a legutolsó lezárt évre, a legfrissebb négy negyedévre, az aktuális pénzügyi évre és a jövő évre is.

Míndezek alapján többféle módszer is létezik a vállalati érték meghatározására, de kutatásom során kiderült, hogy az objektív pénzügyi adatok, a piaci mutatószámok mellett számít a piac aktuális, szubjektív véleménye. Ugyanakkor a cégek szélesebb körének megismertetését szolgálná, ha hivatalos elemzések nemcsak az egyébként már ismert cégekre készülének.

KOVÁCS DÁVID

I. évfolyam
Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

SZIGEL FERENC

I. évfolyam
Közgazdálkodás és külpolitika (M)

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Buzder Lantos Gábor
tanácsadó, CEMP Zrt.*

**A TÁRSADALMILAG FELELŐS BEFEKTETÉSI ALAPOK JELENE ÉS LEHETŐSÉGEI
MAGYARORSZÁGON**

Socially responsible investment funds in Hungary – Present and future prospects

A társadalmilag felelős befektetési alapok (SRI alapok) a fejlett pénzpiacok innovatív termékeként a finanszírozás oldaláról közelítik meg a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának (CSR) kérdését, és a környezettudatos, fenntartható működést folytató, illetve a különféle etikai szempontoknak megfelelő vállalatok feltőkésítésében vállalt közvetítő szereppel segítik a társadalmi problémák megoldását is fontos befektetési szempontnak tartó megtakarítókat. 2007 júliusában hazánkban is megjelent az első piacképes társadalmilag felelős alap az AEGON Befektetési Alapkezelő Zrt. kezelésében, az ezt követően eltelt másfél évben 11 másik, hasonló szemléletű alap is elindult a piacon, ezek együttes eszközértéke pedig 2009 februárjára elérte a teljes hazai befektetési alappiac 1%-át. Dolgozatunkban ezen befektetési forma hazai elterjedésének kérdéskörét járjuk körül. Elsődleges kérdésünk: milyen piaci lehetőségek állnak a jövőben az SRI alapok előtt, – életképesek lehetnek-e ezen befektetési irányzatok Magyarországon?

A kérdés megválaszolásához megvizsgáljuk a magyarországi SRI befektetések keresleti és kínálati oldalát, és – mintegy mellékszálként – bemutatjuk a lakosság pénzügyi kultúrájának jellemzőit, hazai SRI alapok befektetési gyakorlatát, jellemző megjelenési formáit.

Elemzésünk során azonosítottunk egy befektetői kört, melynek pénzügyi kultúrája és SRI iránti érdeklődése növekvő tendenciát mutat. A kínálati oldalon azt találtuk, hogy az SRI befektetések hozamai nem rosszabbak a nem-SRI benchmark alapok hozamainál. Ezen eredmények alapján azt gondoljuk, hogy az SRI alapokkal kapcsolatos pozitív tendenciák folytatódni fognak.

KOVÁCS DÓRA

I. évfolyam

Közgazdász tanár (M)

Budapesti Gazdasági Főiskola
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és
Idegenforgalmi Kar

NYICS ANDREA

IV. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és
Idegenforgalmi Kar

*Konzulens: Dr. Jusztin Márta
főiskolai tanár, Budapesti Gazdasági Főiskola*

**POSZTMODERN NOSZTALGIA,
AVAGY AZ ÉLETÉRZÉS MINT ÖRÖKSÉG A TURSZTIKAI KÍNÁLATBAN**

Postmodern nostalgia, or the touristic attraction of a cultural heritage

Témaválasztásunkat az a tapasztalatunk ihlette, miszerint a „retro” stílus, vagyis a „posztmodern nosztalgia kultúra” ma vitathatatlan reneszánszát éli az élet számos területén. S mivel Európa-szerte elsöprő népszerűségnek örvend az élet minden területén, tanulmányunk során megvizsgáljuk a látszólag időtlen jelenség szerepét és lehetőségeit a gazdasági életben, legfőképp az idegenforgalmi iparban.

Ami számunkra gyakran egy megszokott látvány vagy íz, egy megörökölt szokás, egy megunt, kopott, értéktelen használati tárgy, az északi, déli és nyugati szomszédjainknak az újdonság erejével ható különlegesség. Így lesz a „hétköznapiból” „kuriózum”, s a múlt maradványaiból sikeres jövőbeli exportcikk. Az tehát már kutatásunk elején világossá vált, hogy mind a kereslet, mind a kínálat hatalmasnak ígérkezik. Vajon sikerül-e összehangolni a kettőt, s meglóvagalni a nosztalgiahullámot?

Dolgozatunk során pszichológiai-gazdasági magyarázatot keresünk a már említett élénk keresletre, valamint európai és magyar példák segítségével bemutatjuk a már létező valamint fejlesztendő kínálati potenciát. Bemutatunk olyan európai városokat, melyek idejében felismerték és kidolgozták népszerű idegenforgalmi retro kínálatukat, valamint azokat a magyar térségeket és településeket, melyek biztató perspektívával rendelkeznek (esetenként szinte csak) ezen a téren. Vajon hazánk képes lenne-e hasonlóra, látszólag minimális beruházás és innovatív hozzáállás segítségével? Milyen lenne a helybeliek viszonyulása egy ilyen jellegű projekt iránt?

A témakör által felkínált jelenségeket és tapasztalatokat elfogultság nélkül vizsgáljuk, s elméleti és gyakorlati példákkal közelítjük meg a benne rejlő lehetséges potenciált. Fontos, hogy az ország múltját, jelenét, jövőjét, s kínálati erősségeit reálisan ítéljük meg, ezzel is elősegítve hazánk turisztikai helyének javítását, a minél szélesebb körű kínálat elterjedését. A versenyképesség fenntartása érdekében hagyományos erősségeink mellett folyamatosan új piacokat kell teremtenünk. Meggyőződésünk, hogy jövőbeli turisztikai szakemberként minden olyan terület vizsgálatra méltó, mely az ország térségi különbségeit mérsékelheti, és gazdasági prosperitást hordoz magában.

KOVÁCS EDINA

II. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Jancsik András
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

EGYETLENEK (H)ARCA – AVAGY A CEGLÉDI KISTÉRSÉG TURIZMUSÁNAK PROBLÉMÁI

Only Lonelies – Or the critical issues of tourism in the small region of Cegléd

A dolgozat, melynek témája a Ceglédi kistérség turizmusból származó jövedelmeinek áramlása a területen működő és a turisztikai kínálatot alkotó szereplők között, a folyamat jövedelmi hatásainak bemutatása mellett a szolgáltatók és vállalkozók közötti turisztikai és gazdasági együttműködések feltérképezésére, az ezek hiányából adódó problémák elemzésére tesz kísérletet, megpróbálva eljutni azok valódi kiváltó okaihoz.

A dolgozatban elemzett terület a Ceglédi kistérség, melynek szolgáltatóiból, intézményeiből és kistermelőiből kiválasztott 25 elemű mintán mélyinterjúk formájában elvégzett kutatás eredményei kerülnek bemutatásra. A kapott összefüggések jól tükrözik a fennálló, időszerű problémákat a térségi turizmus rendszerének működésében és fejlődésében.

A kutatás során vizsgált fő probléma, hogy Cegléd, a harmincezer fős regionális központ és a környezetében található tízennégy település – melyek együtt alkotják a Ceglédi kistérséget – központi elhelyezkedésük, kiváló természeti és kulturális adottságaik ellenére máig nem szerepelnek az ismert és kedvelt desztinációk között sem a belföldi, sem pedig a nemzetközi turisztikai piacon.

A kiinduló feltételezés szerint, a probléma oka a térségi együttműködések és a desztináció-marketing hiánya mellett, a turizmusból származó jövedelmeik nem megfelelő mértékű szétterítése, illetve felhasználása. Ennél fogva a kistérség szinte semmilyen formában nem képes kihasználni a benne rejlő turisztikai potenciált, ezzel elesve az ilyen irányú fejlődéssel járó gazdasági előnyöktől. Az elemzés kitér többek között a terület szervezetközi kapcsolataira, a vállalkozások jövedelmeinek felhasználására, reklámtevékenységeikre, valamint számba veszi a turizmus kínálataként a piacon megjelenő szolgáltatók szubjektív véleményét saját, turisztikai és gazdasági szempontból vizsgált környezetükről. Emellett fontos még a közszféra által nyújtott anyagi és erkölcsi támogatások valamint lehetőségek, kedvezmények, ösztönzők számbavétele, hiszen ezek elengedhetlen feltételei egy versenyképes desztináció működésének.

Jelen dolgozat a kutatás eredményeinek értékelése után, néhány következtetést levonva, javaslatokat is tesz a fennálló problémák megoldására.

KOVÁCS KINGA

I. évfolyam

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (M)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Hajdu Emese Erzsébet
tanársegéd, Nyugat-magyarországi Egyetem*

KKV-K FINANSZÍROZÁSA MAGYARORSZÁGON ÉS AZ EU-BAN

Financing of SMEs in Hungary and in the EU

Tanulmányom a magyar kis- és középvállalkozások finanszírozási lehetőségeit vizsgálja, illetve az Európai Unióra vonatkozó általános finanszírozási jellemzőket tárja fel, valamint bemutatja az Ausztriában megmutatkozó alternatív megoldásokat is. A primer adatbázison alapuló kutatásom során igyekeztem a felmerülő kérdésekre megtalálni a választ: Milyen jelentőséggel bírnak a kis- és középvállalkozások a gazdaságban? Milyen finanszírozási formák mutatkoznak meg az Európai Unióban? Milyen finanszírozási forrásokat alkalmaz Ausztria és Magyarország? Milyen reform tevékenységeket hajtott végre a válságot követően a két ország és milyen eredményeket hoztak azok?

A kutatásomból arra a megállapításra jutottam, hogy a vállalkozások tevékenységüket nem tudják teljesen önerőből finanszírozni, ezért kénytelenek külső forrásokat bevonni. Ma a vállalkozók számára viszonylag nagyszámú és sokrétű forrás áll rendelkezésre. Ugyanakkor, ha a vállalkozói kört leszűkítjük a kis- és középvállalkozásokra, akkor számukra korlátozottabb lehetőségek adódnak.

Vizsgálatom során arra a következtésre jutottam, hogy Magyarországon nincs átgondolt és megfelelő finanszírozási stratégia kialakítva. A vállalkozásokra pedig az jellemző, hogy kiemelkedő szakértelemmel felvértezettek, de mindezek mellett hiányosak a pénzügyi ismereteik, illetve jellemzően csekély mértékű kapacitással rendelkezve nem képesek a váratlan helyzetek megoldására. Továbbá a piacképes és innovatív vállalkozások könnyen tönkremehetnek a pénzügyi hozzáértés hiánya miatt. Ezért szükségesnek tartom, hogy az állam ösztönözze az informális és kockázati tőke-befektetőköt a vállalkozásokba való investícióra, illetve a bankok, hitelintézetek egyszerűsítsék a hitelezési eljárásokat, hogy a hitelek olcsóbbé és elérhetőbbé váljanak. Azonban sok esetben a kkv-k is korlátozzák a források igénybevételét azzal, hogy nem szolgáltatnak megfelelő információt a vállalatuk működéséről. Ennek egyik megoldása lehetne, hogy az állam szankciókat vezet be az ilyen a helyzetek javítására.

Mindezek ellenére azt mondhatjuk, hogy a vállalkozások többsége Magyarországon és az EU területén is előszeretettel alkalmazza a banki hiteleket. Az adatok alapján ugyanakkor tükröződik, hogy a Bazel II és a gazdasági válság hatására bizonyos források nehezebben váltak elérhetővé, és szigorodtak az igénybevétel feltételei is, valamint előtérbe kerültek más alternatív források, mint a pályázatok, a lízing és a factoring.

Kutatásom során nyilvánvalóvá vált, hogy Ausztria jelentős mértékű reformokat hajtott végre a kkv-k finanszírozás területén, hogy a válság okozta nehézségeket át tudják vészelni. Igyekeznek elérni, hogy a vállalkozások nagyobb saját tőkével rendelkezzenek, ezáltal függetlenebbé váljanak a külső finanszírozási eszközöktől. E tevékenységet pedig a szövetségi állam a lehetőségeihez mérten igyekszik támogatni.

KOVÁCS LÁSZLÓ

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Pitlik László
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

HASONLÓSÁGELEMZÉssel TÁMOGATOTT ÉRTÉKBECSLÉS INGATLANFEJLESZTŐK SZÁMÁRA

E-evaluation – supported with similarity analysis – for real estate developers

Az ingatlan értékbecsléssel kapcsolatos szakirodalmakat áttanulmányozva, azzal találkoztam, hogy az értékbecslés lépései, ha nem is egyeznek meg teljesen, viszonylag egybecsengenek. Az azonban mindenhol fontos elemként szerepel, hogy az értékbecslés tárgyának és céljának meghatározásán, valamint a szükséges adatok összegyűjtésén túl jelentősen befolyásolja az értékbecslést a helyszíni szemle. Ennek ellenére egyetlen olyan szakirodalommal sem találkoztam vizsgálataim során, ahol a helyszíni szemlén elvégzendő feladatok lettek volna pontosan meghatározva. A helyszíni szemlén az értékbecslő a megbízói adatszolgáltatásra kénytelen hagyatkozni olyan kérdésekben, mint például az ingatlan fenntartási költségei vagy a megtörtént felújítások ideje és részletes tartalma.

Az ingatlan értékbecslési módszertanok közül a leggyakrabban alkalmazott a piaci összehasonlító adatokon alapuló forgalmi értékbecslés, amely során körülbelül 5-10 adat alapján határozzák meg, néhány tetszőlegesen kiválasztott ingatlannal összehasonlítva, az éppen felbecsülendő ingatlan értékét. Ha nincs elegendő egységes leíró adat az ingatlanokról, akkor az értékbecslő tapasztalatára támaszkodva a különböző szempontok alapján súlyozással határozza meg az ingatlan alapárát. Ez a folyamat rövid idő alatt elvégezhető, de bonyolultabb esetekben matematikai statisztikai eljárásokat illetve komplex összemérési technikákat alkalmaznak.

Dolgozatommal a több elemében is szubjektívnek mondható értékbecslési eljárásokat kívánom egy objektívebb módszertan kialakításának irányába elmozdítani, melyet a COCO hasonlóságelemző (2009-es fejlesztéseinek) moduljával támogatok, az objektumonkénti egyensúlyi ár meghatározásakor. A létrejövő szolgáltatás egyaránt hasznára válhat az ingatlanközvetítőknek, akik egységes módszer alapján tudják árajánlataikat kialakítani, illetve az akár lakó, akár befektetési célú ingatlant vásárlóknak, akik döntéseiket egy objektívebb módszer segítségével tudják meghozni.

KOVÁCS MÁTÉ

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Farkas Ferencné
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

**MOTIVÁCIÓ A MAGYARORSZÁGI CIVIL ÉS NONPROFIT SZERVEZETEK
ESETÉBEN**

Motivation at civil and nonprofit organizations in Hungary

A motiváció, a motiválás és motiváltság problémaköre a szervezet működtetésének egyik legbonyolultabb és legkényesebb eleme. A probléma hatványozódik a nonprofit és a civil szervezetek esetében, hiszen e szervezeteken belül csak kis mértékben vagy egyáltalán nem használhatók a pénzalapú ösztönzési módszerek a motivációs zavarok orvoslására.

E dolgozat keretei között – a nonprofit szektor meghatározására és a motivációkutatásra fókuszáló elméleti megalapozás után – bemutatom a magyarországi civil és nonprofit szervezetekben ténykedő egyének motivációs forrásait, a külső és belső hatások által gerjesztett motivációs zavarokat, továbbá – ahol ez lehetséges – a korrekciós lehetőségeket.

Az elemzés során primer és szekunder kutatási eredményeket is felmutatok. Az 1. és 2. fejezet egészében, a citálható elméletirodalom sarokköveit mutatom be. A 3. és 4. fejezet során vonom be a primer kutatási eredményeket, melyek az elmúlt egy éves intervallumban, egyes szervezetekben (Rákóczi Szövetség, Pro Kultúra Sopron Nonprofit Kft., stb.) elvégzett megfigyelésre és mélyinterjú jellegű, nem dokumentált konzultációkra épülnek.

A dolgozattal a célom a figyelem ráirányítása a magyarországi nonprofit és civil szervezetek jelentőségére, hasznosságára, továbbá arra a tényre, hogy kiterjedtebb tudományos kutatásokkal és eredményekkel könnyebben kezelhetővé válnának ezek gyakorlati motivációs problémái.

KOVÁCS RÉKA

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Rudnák Ildikó
egyetemi adjunktus, Szent István Egyetem*

A KÉSZSÉGFEJLESZTŐ TRÉNING SZEREPE A FELSŐOKTATÁSBAN

The role of the skill-building training in the higher education

Dolgozatomban a felsőoktatásban alkalmazott kompetenciafejlesztő tréningek szerepének fontosságát mutatom meg. Elsődleges célom, hogy felhívjam a figyelmet a tréning-típusú oktatás számos előnyére, továbbá, hogy bebizonyítsam ezen tréningek hasznosságát és kiterjesztésének szükségességét. Véleményem szerint, a tréningmódszer a leghatékonyabb oktatási forma az interperszonális készségek fejlesztésére mely készségek mind a munkahelyen, mind az életben való helytállást nagymértékben elősegítik.

A dolgozatom felépítése: a személyiségelméletekből kiindulva a szocializáción keresztül eljutunk a csoportos tanuláshoz, amin a tréning-módszer is alapul. Részletesen kitérek a serdülőkorban meghatározó, személyiségfejlődést befolyásoló tényezőkre, amelyekben kiemelkedő szerephez jut az egyén és a csoport viszonya. A készségfejlesztő tréning tulajdonképpen ezekre alapozva segíti elő az érett személyiség kialakulását. Bemutatom továbbá a tréning kialakulásának történetét és a módszer sajátosságait, valamint kitérek a hatékonyságmérés módszereire és azok problémáira.

Kutatásom célja: felmérni mind a hallgatók, mind az oktatók szemszögéből, mennyire tartják hasznosnak a tréningmódszer alkalmazását a felsőoktatásban.

Kutatásom helyszíne: a SZIE, ahol 2010. szeptember 7. és 17. között négy kétnapos személyiségfejlesztő kommunikációs tréning zajlott audiovizuális szakasszisztens, valamint pénzügy-számvitel szakos hallgatók részvételével a tanterv alapján.

Kutatásom módszere: csoportattitűdőt vizsgáló, valamint hangulatértékelő kérdőíves kutatást végeztem elsőéves hallgatókkal, akik nagyrészt első alkalommal vettek részt a fent említett tréningeken, valamint olyan végzős hallgatókkal, akik az egyetemi képzés keretében több tréningen részt vettek már. Ezen kívül narratív elemzést készítettem az elsőéves hallgatók által készített írásbeli tréningreflexiókból, majd interjút készítettem egy, az egyetem alkalmazásában álló tapasztalt trénerrel.

KOVÁCS SZILÁRD

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Horváth Gyula
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

BAJORORSZÁG INNOVÁCIÓS POTENCIÁLJA ÉS HIGH-TECH IPARA

Innovation potential and high-tech industry of Bavaria

Dolgozatom kiindulópontja az innováció, mint gazdasági fogalom. A gazdaságtörténelem során számtalan elmélet és modell született az innovációval kapcsolatban.

Elsőként a legjelentősebbeket ismertetem ezek közül, majd a high-tech ipart helyezem el az innováció részletes rendszerében.

Ezek után az innováció egyik európai fellegránaként, Bajorországnak a gazdasági bemutatásával foglalkozom, majd egy rövid gazdaságtörténeli áttekintéssel megvizsgálom, hogy miként lett mindössze 50 év alatt a rurális berendezkedésű Bajor Szabad Államból Európa egyik vezető régiója. A dolgozatomban kitérek még a bajor high-tech ipar és a kapcsolódó gazdasági, politikai döntések bemutatására is, valamint néhány aktuális példára a bajor csúcs-technológia ipar termékeiből.

Az innováció és high-tech ipar együttesen oly hatalmas erővel bír, mely képes, véleményem szerint, egy világgazdasági válságból is kiutat teremteni.

KOVÁCS VIKTOR

II. évfolyam

Villamosmérnök (M)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Villamosmérnöki és Informatikai Kar

*Konzulens: Dr. Kovács Zoltán
egyetemi tanár, Pannon Egyetem*

FOLYAMATOK ELEMZÉSE JELEK INTEGRÁLT RENDSZERÉBEN

Process analysis using integrated system of signals

A megbízható és előre kalkulálható gyártás elengedhetetlen feltétele a gyártáshoz kapcsolódó ciklusidők ismerete.

A dolgozat egy korábbi videotechnikán alapuló elemzés területén végzett TDK-munka folytatását mutatja be. A fejlesztés eredményeképpen korábban is alkalmazott videofelvételek kiegészíthetők egyéb pl. hang, gyorsulás adatokkal.

Az általam fejlesztett szoftver lehetőséget biztosít a munkahelyeken felvett videó utólagos kiértékelésére. A program a videó mellett további adatcsatornákat is kezel, pl. hang és egyéb – rögzített vagy menet közben pl. videóból szűrőkkel előállított – adatfolyamok. A szoftver kezelőfelülete egyszerű.

Az adatfolyamokon szűrők segítségével automatikusan generálható jellemző időpontok listája, ez segíti az egyes folyamatszakaszok kezdet-, illetve végpontjainak megjelölését. A vizsgált munkafolyamat tetszőleges számú alapidőre-, illetve járulékos időkre bontható, valamint utóbbiak is további tetszőleges számú folyamatszakaszokra bonthatók. A program kezeli az átlapolódó, párhuzamosan végbemenő, nem tisztán ciklikus folyamatszakaszokat is. Minden folyamatszakaszhoz paraméterek rendelhetők (pl. a feldolgozott mennyiség, érték előállító folyamat-e). A fenti lehetőségek felhasználásával az időadatok levétele a videóról automatizálható.

A bejelölt folyamatszakaszok vizuális szerkesztéssel ciklusokba rendezhetők, majd az így előkészített adatokból táblázatok, illetve kimutatások generálhatók. A kimutatások segítik a gyártás ütemezését, a folyamatos tökéletesítést: felderíthetővé válnak a szűk keresztmetszetek és nem optimális vagy felesleges megoldások, gyakorlatok.

A szoftver moduláris felépítésű, a későbbiekben felmerülő igényekhez igazodva rugalmasan bővíthető. Így például egyszerűen felvehető további adatfolyamot szolgáltató, illetve adatfeldolgozó szűrő.

További fejlesztési lehetőség az adatfolyamok kiterjedtebb használata. Fejlesztés alatt állnak gyorsulásérzékelő szenzorok, melyek gyorsulásadatokat gyűjtenek felvétel közben. Segítségével bizonyos folyamatszakaszokra jellemző idők – például végállások elérése, várakozások – azonnal elérhetővé és láthatóvá válnak.

KOVÁCSNÉ SZUNYOGH SZANDRA

II. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

HAJDU NOÉMI

II. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Raffay Ágnes
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

VESZPRÉM VELÜNK VAN! VESZPRÉM VÁROS MARKETINGSTRATÉGIÁJA

Veszprém is with us! The marketing strategy of Veszprém

Veszprém Megyei Jogú Város Önkormányzata 2007. szeptember 13-án fogadta el az Integrált Városfejlesztési Stratégia alapjait. A stratégiában meghatározták a város fejlődését leginkább elősegítő célok és irányvonalak rendszerét. Ahhoz viszont, hogy ezen célok, valamint a már futó projektek megvalósításra kerülhessenek, úgy gondoljuk szükséges egy egységes marketingstratégia létrehozása.

A marketingstratégia megalkotása során – a városvezetőség által meghatározott fejlesztési irányokat, célokat szem előtt tartva – legfőbb célunk az volt, hogy támogassa és horizontálisan fogja át valamennyi fejlesztési tevékenységet.

A koncepció megalapozottsága érdekében részletes helyzetelemzést végeztünk. Feltérképeztük a napjainkban érvényesülő trendeket, PEST-analízist készítettünk a környezet jobb megismerése érdekében. A környezetelemzésen túl a jelenlegi kereslet és kínálat, valamint a versenytársak ismerete is szükségszerűnek bizonyult.

Munkánk során primer és szekunder forrásokat egyaránt felhasználtunk.

A stratégia elkészítésénél a különböző marketing- és településmarketing témában íródott szakirodalmakat vettük alapul. Továbbá felhasználtuk az elérhető városi dokumentumokat (stratégiákat, akcióterveket). A városi Tourinform iroda elérhetővé tette számunkra a veszprémi turizmus főbb statisztikai adatait, az általuk végzett imázskutatás eredményeit, valamint a város TDM pályázatának anyagait.

Primer kutatásunk során a helyi lakosságot kérdeztük meg a várossal kapcsolatos elégedettségükről.

Szekunder adatként felhasználtuk a Pannon Egyetem Turizmus Tanszékének hallgatói által, a Veszprémbe látogató potenciális turisták körében évente elvégzett imázskutatás eredményeit is.

Míndemellett több város (Győr, Sopron, Miskolc, Debrecen, Nagykanizsa, Dunaújváros, Orosháza) fejlesztési stratégiáját dokumentumelemzésnek vetettük alá.

Míndezek alapján meghatároztuk Veszprém jövőképét, prioritásait és főbb célcsoportjait. A marketing mix elemeit alapul véve ötleteket, intézkedéseket határoztunk meg a város marketingtevékenységére nézve, valamint javaslatokat tettünk a megvalósítás lehetőségeire is.

KOZMA BERNADETT

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Henkey István
cégvezető, Vezetői Tanácsadó, Oktatásszervező és Szolgáltató Bt. – Tata*

A TÁRSAS INTELLIGENCIA TELJESÍTMÉNYRE GYAKOROLT HATÁSÁNAK NÉHÁNY KÉRDÉSE

A few questions about social intelligence having an effect on performance

A társas intelligencia fogalmának felfedezése egy új tudomány kialakulásához vezetett, mely komoly érdeklődéssel tölt el. Leendő közgazdászként keresni kezdtem egy olyan pontot, ahol mindez rávetíthető egy szervezet működésére. Úgy gondolom, hogy a vállalati teljesítmény egy olyan tényező, mely minden gazdasági szakember foglalkoztat, ezért érdekes lehet a két téma közös vizsgálata. Ebből kiindulva tanulmányom legfőbb célja megvizsgálni, hogy társas, avagy a szociális intelligencia, hogyan hat a vállalat teljesítményének növekedésére. Munkám során leginkább Daniel Golmen, Andrew S. Grove és dr. Henkey István írásaira támaszkodtam, kiegészítve más elismert szerzők elméleteivel, és saját gondolataimmal. A részletes elméleti megalapozást követően három hipotézist állítottam fel, melyek a társas intelligencia, a vállalati teljesítmény és az együttműködés közötti összefüggésekre épülnek. Úgy gondolom, hogy az általam vizsgált két tényező leginkább az együttműködésen keresztül hozható kapcsolatba, ezért az együttműködés szempontjából indultam ki.

A kutatásom során azt vizsgáltam, hogy ezek a feltételezések hogyan valósulnak meg valódi vállalati keretek között. Végeztem egy saját primér kutatást, melynek módszereként a mélyinterjút választottam. Mind vezető, illetve magas beosztásban lévő személyeket kerestem meg, és kértem fel a beszélgetésre. A témából kifolyólag úgy gondolom, az interjú a legelőnyösebb, mivel egy személyes beszélgetés alapján jobban belelátok a vállalatok életébe, és az egyszerű kérdés-válaszok mellett tapasztalatokat, személyes észrevételeket, véleményeket is megosztottak velem. Interjúkérdéseimet az előzőleg felállított hipotéziseim köré építettem fel, és a válaszokat is ezen csoportosítás alapján dolgoztam fel.

Az első kérdéscsoportom az érzelmi és társas intelligenciával kapcsolatos kérdéseket tartalmazza. A második a teljesítménnyel és a teljesítményértékeléssel kapcsolatos kérdéseket veti fel, a harmadik pedig magát az együttműködést vizsgálja, kitérve a kommunikáció, az információáramlás és a tudásmenedzsment alkalmazására. A kapott válaszok alapján elmondható, hogy az általam vizsgált vállalatok esetében hipotéziseim igazolást nyertek. Arra a megállapításra jutottam, hogy a szociális intelligencia mértéke befolyásolja az együttműködést, az együttműködés pedig hatással van a vállalati teljesítményre. Tehát elmondhatjuk, hogy a szociális intelligencia hatással van a teljesítményre. Azt vettem észre, hogy az érzelmeknek nagyon nagy hatása van a munkára, a kapcsolatokra és a teljesítményre, ezért nagyon fontos, hogy fejlesszék mind a vezetők, mind pedig a beosztottak érzelmi és társas készségeit.

KÖLCSEI GERGELY

II. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Külkereskedelmi Kar

*Konzulens: Dr. Eszes István
főiskolai tanár, Budapesti Gazdasági Főiskola*

**FESTÉSZET: TEHETSÉG VAGY MARKETING
LEONARDO DA VINCI, A RENESZÁNSZ ÜZLETEMBER**

Paintings: Talent or marketing?
Leonardo da Vinci, entrepreneur in the renaissance

Leonardo da Vinci, az ismert polihisztor munkásságát már sok oldalról vizsgálták. Az én célom egy új nézőpontból bemutatni alkotói tevékenységét. Kutatásaim során bizonyosságot nyertem arról, hogy Leonardo nemcsak kiváló művész, de tudatos üzletember is volt. Dolgozatomban áttekintetem a reneszánsz által kínált új piaci és gazdasági helyzetet, kiemelve a műalkotások piacát. Bemutatom a kor sajátosságait, valamint azt, hogy ezeket hogyan használt pályája során maga Leonardo is. Munkásságát, vezetői képességeit, alkalmazott marketing eszközeit, kapcsolati rendszerét valamint hibáit bemutatva átfogó képet kaphatunk a művész üzleti életművéről, és sikerének titkáról. Felvetésem szerint tudatosan szervezte munkáját, alakította hírnevét, és ápolta üzleti kapcsolatait. Ezen megállapításaimat alátámasztja az életéből és munkásságából íródott részletes irodalom, valamint a reneszánsz piacról alkotott feljegyzésekből levonható következtetések. A felkészülés alatt alaposan felkutattam életművét, feljegyzéseit, művészi pályáját, és az így kapott képet igyekeztem közgazdasági nézőpontból végiggondolni, és papírra vetni. Ezek majd megvizsgáltam legfontosabb alkotásainak életútját, és megkerestem azokat az elemeket, amelyek elősegítették, hogy mára a világ legismertebb alkotásaivá válhassanak. Külön részben írok a Mona Lisa elbűvölő történetéről, azokról a szerencsés véletlenekről és elismerő segítőkről, akik, és amik mára a legismertebb alkotássá tették a képet. Az egyes témák között logikai, a témákon belül pedig időrendre törekedtem. A dolgozatban előre haladva egyre mélyebbre igyekeztem hatolni mind művészi munkásságában, mind üzleti életének felkutatásában. Legfőbb célom pedig, hogy Leonardo da Vinci nevéhez egy újabb nézőpont társulhasson és kiváló közgazdászként, sikeres üzletvezetőként is gondoljunk rá, hiszen ezen címeket is méltán kiérdemli lenyűgöző munkásságával.

KÖLES BERTALAN

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Általános Vállalkozási Főiskola

*Konzulens: Gébler József
mestertanár, Általános Vállalkozási Főiskola*

ELMETÉRKÉP A VÁLLALAT FEJÉBEN – EGY TANULÁS-MÓDSZERTANI ESZKÖZ BEMUTATÁSA

Mind map inside the head of a company – Presenting a tool of learning method

Az ún. elmetérképes módszert (mind mapping) kívánom bemutatni vállalati szemszögből a gyakorlati alkalmazhatóságra koncentrálni. A módszer használata számos lehetőséget rejt magában, közülük a legfontosabb, hogy agyunk teljesítőképességét kívánja maximalizálni a tanulás során. Az egyén képes lesz az ún. „teljes agyas” tanulásra – jobb és bal agyfélteke funkcióinak tudatos felhasználására –, képzelőerejét koncentráltan és tudatosan felhasználni, így tud majd hatékony és eredményes lenni a tanulásban, a tudás elsajátításában. Mivel a vállalatot, mint szervezetet, szintén egyének működtetik, tőlük függ sikeressége, ezért felvetődik a kérdés, hogy vajon a módszer hogyan képes a vállalati célok elérését szolgálni. A módszer használatának célja, hogy az egyén képes legyen szellemi erőforrásait hatékonyan és eredményesen felhasználni, de vajon képes-e erre vállalati szinten? Képes-e a módszer a vállalat erőforrásaival való gazdálkodás során is fokozni a hatékonyságot és eredményességet?

Munkám során arra kerestem a választ, hogy a vállalati/üzleti folyamatokban milyen területeken és hogyan lehetne az elmetérképes módszert felhasználni, és ez pontosan milyen haszonnal járna a vállalat szemszögből.

KÖNNYŰ ETA RÓZA

I. évfolyam

Számvitel (M)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulens: Dr. Kozma András
professor emeritus, Debreceni Egyetem*

**AZ AGRÁRGAZDASÁG KFT. VAGYONI, PÉNZÜGYI, JÖVEDELMEZŐSÉGI
HELYZETÉNEK ÉRTÉKELÉSE**

The analysis of a financial, monetary, profitability situation at Agrárgazdaság Ltd.

A világban kibontakozó gazdasági és pénzügyi válság érzékenyen érinti a mezőgazdasági ágazatot. Jelenleg a mezőgazdaság tőkehiánnyal küzd. A földtulajdonosok kétharmada nem a mezőgazdaságban dolgozik, ezért bérleti díj formájában a mezőgazdasági tevékenységből származó jövedelem jelentős része átvándorol a nemzetgazdaság más ágaiba, és ez a folyamat további tőkehiányt eredményez.

Az elmúlt évtizedekben az agrárgazdaságban számottevő változások zajlottak le és további változások várhatóak, melyek döntő módon meghatározzák egy mezőgazdasággal foglalkozó vállalkozás vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetét.

Mindezek következtében elengedhetetlenül fontos, hogy a mezőgazdasági tevékenységet folytató vállalkozások minősítéséről, vagyoni, pénzügyi és jövedelmezőségi helyzetéről megfelelő információkkal rendelkezünk.

A dolgozatomban egy mezőgazdasági vállalkozás tevékenységének elemzését és értékelését tűztem ki célul. A gazdasági elemzés a gazdálkodás eredményeinek vizsgálatára és értékelésére irányuló tevékenység, amely eszköze a gazdasági döntések megalapozásának.

A vagyoni helyzet vizsgálata során értékelem a vállalkozás eladósodottságát, tőkeellátottságának alakulását, az eszközeinek saját tőkével, illetve hosszú lejáratú kötelezettséggel való fedezettségének arányát.

A pénzügyi helyzet elemzésekor a vállalkozás likviditását, tőkeszerkezetét, jövedelmezőségét vizsgálom. A pénzügyi helyzet akkor elfogadható, ha fenntartható a pénzügyi egyensúly, azaz a rendelkezésre álló pénzügyi eszközöknek elegendőnek kell lenniük a mindenkori tőkeigény fedezésére. A jövedelmezőségi mutatók a vállalkozás működésének eredményességét fejezik ki.

Célom, hogy az Agrárgazdaság Kft. éves beszámolóinak adataiból kiindulva vagyoni, pénzügyi és jövedelmezőségi helyzetének vizsgálata, elemzése, értékelése különböző mutatószámok segítségével. Az elemzéssel szeretném bemutatni a vizsgált időszakban az ágazatot ért hatásokat, s azok következményeit.

KÖNNYŰ SZILVIA MÁRIA

I. évfolyam
Számvitel (M)

Debreceni Egyetem
Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulens: Dr. Kozma András
professor emeritus, Debreceni Egyetem*

**A TÁRGYI ESZKÖZÖK ÉRTÉKSÖKKENÉSI LEÍRÁSÁNAK LEHETŐSÉGEI ÉS A
KÜLÖNBÖZŐ LEÍRÁSI MÓDOK HATÁSÁNAK MODELLEZÉSE AZ
AGRÁRGAZDASÁG KFT.-NÉL**

Variation of depreciation of tangible assets; modelling of effects of different depreciation methods
in the case of the Agrárgazdaság Ltd.

A dolgozatomban bemutatom az értékcsökkenéssel kapcsolatos fontosabb szakirodalmakat, valamint a különböző jogszabályok tanulmányozása mellett különös figyelmet fordítok a témával kapcsolatban megjelent könyvekre, folyóiratokra. Ennek keretében bemutatom az értékcsökkenéssel kapcsolatos elméleti ismereteket.

A dolgozatom első részében a tárgyi eszközök esetében elszámolandó terv szerinti és terven felüli értékcsökkenések törvényi és szakirodalmi hátterét ismertetem.

A terv szerinti értékcsökkenéssel kapcsolatban kitérek az értékcsökkenés megtervezésének a menetére, az ahhoz kapcsolódó fogalmakra, az értékcsökkenés elszámolásának megváltoztatására, továbbá a gazdálkodók által választható módszerekre.

A kutatásom során tanulmányoztam a gazdálkodók által választható értékcsökkenési leírási módszereket. Ezután bemutatom a modellként választott gazdasági társaság, az Agrárgazdaság Kft. eszközeinél alkalmazott értékcsökkenési leírási módszerét. Dolgozatom elkészítése során arra a kérdésre kerestem a választ, melyik leírási mód lenne a legkedvezőbb az Agrárgazdaság Kft. számára.

Ezt követően ismertetem a különböző értékcsökkenési leírási módszerek hatását a vizsgált eszközök értékcsökkenésére és nettó értékére. Végezetül megvizsgálom, hogy a különböző leírási módszerek alkalmazása milyen hatást gyakorol az Agrárgazdaság Kft. eredményére.

A dolgozatom befejezéseként összegzem az Agrárgazdaság Kft.-nél alkalmazott értékcsökkenési leírásról gyűjtött tapasztalataimat, valamint a modellszámítások alapján levont következtetéseimet. Illetve javaslatokat teszek az Agrárgazdaság Kft. tárgyi eszközeinél alkalmazható legkedvezőbb értékcsökkenési leírás módszerére.

KÖTELES KITTI MÁRIA

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

VINCZE NIKOLETT NOÉMI

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Konzulens: Farkas Gergely

PhD hallgató, Szegedi Tudományegyetem

MOTIVÁLÓ ERŐK A CSALÁDI VÁLLALKOZÁSOK ESETÉBEN

Motivating powers in the case of family businesses

Dolgozatunk kiindulásakor célunk elsősorban egy még Magyarországon feltáratlan terület, a családi vállalkozások vizsgálata volt, a tanulmányaink során érintett motivációs elméletek vetületében. Kiindulási alapként David McClelland motiváció elméletét választottuk, mely szerint az egyéneknek a hatalomszerzés, a kapcsolatok, valamint a teljesítmény elérése motiválhatja.

Primer feltáró kutatást végeztünk, kérdőíves módszerrel vizsgáltuk hipotéziseinket, amelyek az alapítók fő motivációira, a vállalkozás jövőképeinek tervezettségére, valamint az alapítók pályafutására irányultak. A válaszadók a dél-alföldi régióból kerültek ki, összesen 63 családi vállalkozást vezető személytől kaptunk értelmezhető válaszokat.

A kutatás alapján elmondható, hogy a családi vállalkozókat leginkább a McClellandi értelemben vett hatalomszerzés, azaz az önállósodás és az anyagi függetlenség motiválta a vállalkozás létrehozásakor. Ezt az önállóságot meg is kívánják őrizni, az irányításban ritkán van a családon kívülről érkező menedzser. A tulajdonosok és az üzletmenet irányítóinak személye legtöbbször azonos. A családi vállalkozás vezetői az alapításkor ritkán rendelkeznek írásban foglalt üzleti tervvel. Továbbá az alapítók pályafutásában nem található általános érvényű azonosság, tehát nincs egy egységes réteg, foglalkozási kör, amelyből a családi vállalkozást alapítók kikerülnek. A családi élet és az üzletmenet egymásra hatásáról vizsgálatunk alapján azt mondhatjuk, hogy ha a vállalkozás problémákkal küzd, akkor az érezteti hatását a családi életben is. Az utódlással kapcsolatban a vállalkozók ritkán készülnek arra az esetre, ha egyik napról a másikra valakinek át kell adniuk az irányítást.

Kutatásunk rávilágít arra, hogy a családi vállalkozások a vállalkozások egy külön típusát képviselik méretüktől függetlenül, amiknek a család és a vállalkozás komplex interakciós rendszere miatt számos csak rájuk jellemző problémára kell megoldást találniuk.

KRAJCSI BEÁTA

II. évfolyam

Emberi erőforrás tanácsadó (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Csehné dr. Papp Imola
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

FOGLALKOZTATÁSPOLITIKAI TÁJÉKOZOTTSÁG

Employment policy knowledge

A rendszerváltást követően más, volt szocialista országokhoz hasonlóan Magyarország is egy nehéz, átmeneti időszakot élt meg. A gazdaság mély válságba került, és nyilvánvalóvá vált, hogy a megnövekedett munkanélküliséget csakis a foglalkoztatáspolitikai rendszer átalakításával lehet megoldani. Témaválasztásomat előző tanulmányaim, szakmai tapasztalataim, a mindennapokban jelen lévő munkanélküliség és a 2008 óta tartó válság motiválta. Felkeltette az érdeklődésemet, hogy a környezetemben élők mennyire ismerik a munkaerőpiacot, tisztában vannak-e azokkal a lehetőségekkel, amiket munkanélkülüként igénybe vehetnek.

Az ehhez kapcsolódó szakirodalom áttekintése után (Előzmények, A rendszerváltást követő időszak, Az ezredfordulót követő foglalkoztatáspolitikai, A 2008-as válság és hatása a magyar gazdaságra) feltételeztem, hogy a magyar lakosság ismeri a munkaerőpiac jellemzőit, valamint a munkanélküliséghez kapcsolódó intézményeket és intézkedéseket, de a munkanélküliség szerkezetét már hiányosan ismerik.

Tudományos diákköri pályamunkám célja, hogy átfogó képet adjon Magyarország foglalkoztatáspolitikai rendszeréről a rendszerváltástól kezdve egészen napjaink válságos időszakáig, továbbá feltérképezze a lakosság tájékozottságát a munkaerőpiaci jellemzőkről.

A vizsgálatomat a környezetemben élő, gazdaságilag aktív korú felnőttekkel végeztem – összesen 300 fő –, kérdőíves felméréssel. Az elemzésből kiderült, hogy a megkérdezettek ismerik a munkaerőpiac jellemzőit és a munkanélküliség szerkezetét, de csak részben ismerik a munkanélküliséghez kapcsolódó intézményeket és intézkedéseket.

KRAJKÓ ATTILA

I. évfolyam
Marketing (M)

Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

GÓRÉ DÁNIEL

IV. évfolyam
Gazdálkodási és menedzsment (A)

Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Révész Balázs
adjunktus, Szegedi Tudományegyetem*

A KÖZÖSSÉGI MÉDIA MARKETING CÉLÚ FELHASZNÁLÁSA

The usage of social media in marketing

TDK-dolgozatunk a közösségi média marketing célú felhasználásával foglalkozik.

Azért választottuk ezt a témát, mert a közösségi média napjaink egyik leggyorsabban növekvő és változó online területe, amely rövid alatt gyökeresen megváltoztatta az internetes szokásokat. A dolgozat a közösségi médiával kapcsolatos részeredményeket publikálja. A témát két oldalról vizsgáltuk. Egyrészt a felhasználók közösségi médiával kapcsolatos használati szokásait, ismereteit kutattuk, másrészt az ügynökségek véleményét és felhasználási szokásait vizsgáltuk. Összesen három darab online kérdőíves megkérdezés volt, 2008 decemberében az ügynökségek részéről 23 darab, a felhasználók részéről 288 darab válasz érkezett, majd 2009 decemberében a felhasználói kérdőívet újból kiküldtük, melyre 355 darab válasz érkezett.

Kutatásunk alapján megállapítható, hogy a számítógéppel rendelkezők egyre több időt töltenek internetezéssel és a többségük rendszeresen használ közösségi eszközöket, elsősorban szórakozás céljából. A kutatásból kiderült, hogy érdemes közösségi eszközöket használni a vásárlók ösztönzése céljából, mert a közösségi és hagyományos reklámhordozók összehasonlításából kiderült, hogy a felhasználók jobban befolyásolhatók internetes eszközök révén. Fontosnak tartottuk, hogy a választott témánkat ne csak a felhasználói oldalról, hanem a hazai online és BTL ügynökségek szempontjából is megvizsgáljuk. Összesen 88 online és BTL ügynökséget kérdeztünk meg online kérdőív segítségével, ahonnan 23 kitöltött kérdőív érkezett vissza. A kutatási eredményből megállapíthatjuk, hogy a hazai ügynökségek egyre gyakrabban használják a közösségi média eszközeit és állításuk szerint mindezt hatékonyan és eredményesen teszik. Kiderült továbbá, hogy az ügynökségek elsősorban PR célokra és csak másodsorban marketing célokra használják a közösségi médiát. A legnagyobb problémát viszont egyértelműen a megfelelő mérés hiánya jelentette, az ügynökségek nagy része szerint ezeknek a kampányoknak az eredményeit csak nagyon nehezen lehet pontosan mérni.

Összességében elmondhatjuk, hogy a hazai felhasználók egyre nagyobb mértékben használják a közösségi média eszközeit és ezeken a csatornákon keresztül a megfelelő eszközzel az ügynökségek hatékony tudják elérni őket.

KRÁNITZ LILI

IV. évfolyam

Regionális és környezeti gazdaságtan (M)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Konzulens: Dr. Kósi Kálmán

egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

MOTIVÁCIÓK, ETIKUSSÁG ÉS KÖRNYEZETVÉDELEM A FOGYASZTÓI TÁRSADALOM TÜKRÉBEN

Motivations, ethics and environment protection within the framework of consumer society

A 20. század a jólét, a technika és a megállíthatatlan emberi szárnyalás időszakaként vonult be az emberiség történetébe. A viszályok ellenére a korszak a mind magasabb életszínvonal, a szabadság, és annak megtestesüléseként a fogyasztás himnuszát zengi. Felépítettük eddigi legkényelmesebb világunkat, amelyben határok és felelősség nélkül élhetjük gyermekien naiv életünket. Olyanok vagyunk, mint a fiatal kamaszok, akik nagyok és szabadnak érzik magukat, miközben nem veszik észre: még mindig az otthonuktól függenek. A mi kezünkbe azonban olyan veszélyes játékok kerültek, amelyekkel súlyos kárt tehetünk magunkban, és a környezetünkben is. Nem hiába mondják: a meggondolatlan játszadozásoknak mindig sirás lesz a vége.

Ennek a gyermeki szemléletnek az eredményeként kerültünk mi és a természet oda, ahonnan már nincs visszaút. Az földi ökoszisztéma mára már olyan elváltozásokat szenvedett, amelyek minden jel nélküli eltüntetése nem lehetséges. A rombolásokat látva azonban mindannyian értetlenül tárjuk szét a kezünket: nem értjük hogyan történhetett. Pedig mi igazán nem akartunk senkinek rosszat.

A környezetet meggondolt szándékkal senki nem akarja lerombolni, valahogyan mégis megtörténik. A gazdasági externáliákra való görcsös mutogatás helyett azonban ideje lenne figyelmünket önmagunkra fordítani. Fel kell ismernünk: a személytelen gazdaság mozgatórugói mi magunk vagyunk. A fogyasztók, az egyének jelölik ki a gazdasági tendenciák ösvényét azzal, hogy a pénzüikkel szavaznak egy adott termékre, egy adott szellemiségre.

A „helyes”, vagy már szinte demagóg kifejezéssel élve „fenntartható” gazdasági és emberi működés útjának kijelölésére már rengetegen tettek kísérletet. Véleményem szerint ahhoz azonban, hogy igazi magatartásbeli változást sikerüljön elérni, előbb az egyént kell tüzetesen megvizsgálni, motivációit, az etikus viselkedésre való hajlamát. Az egyéni motivációk pedig nagyban függenek a társadalmi normáktól, a makro közegtől. A TDK-dolgozatomban arra keresem a választ, miként viselkedik egy, a mai társadalomban oly magányos szereplő, milyen motiváló erőktől vezérelt mindennapjaiban, s hogyan alkotja a nagy egész, a fogyasztói társadalom építőkövét.

Az egyén vizsgálatának feladata – interdiszciplináris jellegéből adódóan – sokrétű megközelítést igényel. A dolgozatomban mindezek fényében Michel Foucault munkájának bemutatásával kezdem, majd egyéb szociológiai megközelítések után áttérek az egyéni cselekvés morálfilozófiai hátterére, amelyet főleg Kant munkásságának szemszögéből vizsgálok meg. A mikroszint után a társadalmi, azaz a makroszint bemutatását kísérelm meg.

A fogyasztói társadalom, mint egy egységes világszintű közeg elsöprő hatása látszik körvonalazódni, amelynek kereteit a politikai korrektség jelöli ki, és finoman kiépített mechanizmusa minden társadalmi szinten hatékonyan működik. Ebben a már szinte húsig hatoló közegben vélem fölfedezni az egyéni felelősség felébredésének elengedhetetlen fontosságát, amely fokozatosan, lépésről lépésre képes lehet a globális normák átforgalmazására egy felelősségteljesebb emberkép víziójával, egy környezetével harmóniában élő emberiség megalkotásával.

KRISTÁLY HAJNALKA

II. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

*Konzulens: Papp Judit
főiskolai adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola*

A TÚRÓ RUDI FOGYASZTÁS MAGYARORSZÁGON, AVAGY TÉNYLEG A PÖTTYÖS-E AZ IGAZI?

The túró rudi consumption in Hungary. Is the Pöttyös the real one, isn't it?

Magyarország legnépszerűbb desszertkülönlegessége az 1960-as évek óta a túró rudi. Az esszém fő célja, hogy bemutassam a túró rudi piacot és fogyasztást Magyarországon és szeretném kideríteni, hogy valóban igaz-e a mondás, miszerint a Pöttyös az igazi.

Véleményem szerint fontos, hogy először is megismerkedjünk a téma hátterével, ezért a tejtermék fogyasztás vizsgálatával kezdtem dolgozatomat, amelyet bemutatok a világban, az Európai Unióban és Magyarországon. Bemutatom a Magyarországra jellemző trendeket a tejtermék fogyasztásban, majd az alacsony fogyasztási arányok megállapítása után, arra keresem a választ, hogy vajon mik lehetnek a főbb problémák és hogyan lehet ezeket megoldani.

A Magyar Élelmiszerkönyv segítségével meghatározom pontosan a túró rudi definícióját, annak alapanyagait, formai, külső, színbeli, szagbeli és ízbeli követelményeit. Leírom a túró rudi történetét és fejlődését annak bizonyítékaként, hogy láthassuk milyen kacifántos út vezetett addig, hogy manapság már szinte mindenhol: kis- és nagyruházakban, benzinkutakon, iskolai és irodai étkezdékben és büfékben, a Mc Donald'sban és automatákban is hozzájuthatunk bármikor egy túró rudinhoz. Kifejtem, hogy véleményem szerint mi oka van annak, hogy ez a csodás magyar találmány eredeti formájában megrekedt itthon és külföldön nemigen találkozhatunk vele. Vagy mégis? Felkutatom az eddig létező exportokat és külföldi hasonmásokat és rokonokat. Részletesebben kifejtem a Pöttyös márka történetét és a Friesland cég sajátosságait, amely ezzel a termékével elnyerte a The Brand Community Survey 2010 felmérése szerint az első helyet a magyar márkák között, maga mögött hagyva sok más neves céget. A Pöttyös márka termékeinek vizsgálata és ár összevetése után felvázolom a magyar piacon létező egyéb túró rudi márkákat. A Pöttyös márkára levetítve ábrázolom a marketing legfontosabb törvényeit.

Egy felmérés keretében próbálok bizonyítani, hogy vajon a magyar fogyasztók véleménye szerint is a Pöttyös-e az igazi, sok más kérdés mellett, amelyek a tejtermék és túró rudi fogyasztással kapcsolatos fogyasztói szokásokat vizsgálják.

Remélem, esszémmel nemcsak felkeltettem érdeklődésüket, hanem teljes képet tudok adni vele a mai magyar tejtermék és túró rudi piacról és talán a későbbiekben folytatni tudom kutatásaimat a témával kapcsolatban.

KRISTON PETRA

I. évfolyam

Marketing (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Langer Katalin
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

**NŐBUTÍTÁS MESTERFOKON,
AVAGY A SZÉPSÉGIPARI REKLÁMOK HATÁSA A MAGYAR NŐK ÉLETÉRE**

Impacts of beauty industry on hungarian women

Napjaink egyik jelentős és egyben komplex problémája a szépségipar nők életére gyakorolt hatása. Pályamunkámban bemutatásra kerül az a körforgás, mely már évtizedek, ha nem évszázadok óta jellemzi ennek a csillogó iparágak és felhasználóinak kapcsolatát. Korábbi tapasztalataim és kutatásom során rá kellett döbennem arra, hogy ez az ipar jórészt csak szemfényvesztés, mely saját jóléte érdekében elkápráztat, hamis ígéreteket tesz, s olyan igényeket generál a társadalomban, melyek önmaguktól nem jelenhettek volna meg.

Dolgozatommal szeretnék rávilágítani arra, hogy manapság a szépségipari reklámok és a média által kreált falsch ideál, milyen befolyással bír a mai nők mindennapi gondolkodására. Vizsgálódásom során fény derül arra, hogy ezek a gondolatok milyen irányba befolyásolják egy átlag nő vásárlási szokásait újabb lovat adva ezáltal a marketinges szakemberek fantáziája alá.

Köszönhetően ennek, az ipar rendkívül jól megél azokból a lányokból és asszonyokból, akiket ötletes és minden szezonban megújuló stratégiájukkal a követőikké tettek. Akik hisznek abban, hogy a szépségért szenvedni és áldozni kell, megvéve olyan termékeket is, melyekre valójában semmi szükségük nem lenne. Tízezreket költenek arra, hogy elérjék a kreált ideált, reménykedve és bízva abban, hogy ez a tökéletes és felhőtlen élet záloga. Kevesen akarják tudomásul venni, hogy a szépségipar nem csak a szépségről, mindinkább a befolyásolásról és a minél nagyobb bevétel generálásáról szól. Kevés az olyan cég, aki valóban széppé szeretné tenni felhasználóit.

Kutatásomat arra szeretném összpontosítani, hogy a média és a reklámok által közvetített kép hogyan befolyásolja a későbbiekben bemutatott célcsoportot, milyen pszichikai terheket ró rájuk és hogyan változtatja meg énképüket, önértékelésüket.

Dolgozatomban bemutatásra kerülnek az egyes korok szépségideáljai, napjaink elvárásai a nőkkel szemben, a nők, mint a reklámok céltáblája, a szépségipar egészségügyi vonzatai, valamint a reklámok pszichológiája és hatásmechanizmusa is. Szeretném az olvasót végigkalauzolni az elmúlt évszázadokon egészen napjainkig bemutatva, hogyan jutott el társadalmunk szépségideálja a willendorfi Vénusztól Kate Mossig.

KUBUS ISTVÁN

VII. évfolyam

Gazdálkodási (O)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Nagy Szabolcs
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

A TELEVÍZIÓS ERŐSZAK HATÁSA A FOGYASZTÓI MAGATARTÁSRA

Effects of televised violence on consumer behaviour

A média befogadókra gyakorolt hatása megkérdőjelezhetetlen. Ez a hatás egyes elméletek szerint direkt, mások szerint korlátozott, illetve meghatározott feltételek mellett érvényesül. Befolyása kiterjed az egyéneken és a társas kapcsolatokban lezajló folyamatokra egyaránt, azaz a fogyasztói magatartásra is. A televízió az információs technológia rohamos fejlődése ellenére is még mindig az egyik legjelentősebb médium. Az erőszak társadalmi megítélése jelentősen változott az utóbbi évtizedekben. Jelenleg szinte természetes az, hogy percenként több erőszakos impulzus éri a befogadót.

A dolgozat célja az erőszakos médiatartalom fogyasztási szokásokra gyakorolt közvetlen és közvetett hatásainak a vizsgálata. A média kettős piaci jellege miatt az erőszakos tartalom fogyasztása, valamint az erőszakot tartalmazó műsorok reklám hatékonyságra és vásárlási hajlandóságra kifejtett hatása egyaránt górcső alá kerül.

A téma rendkívül fontos a médiatudományban és marketingben egyaránt. Az erőszakos médiatartalmak körüli vita több évtizedes múltra tekint vissza. Szinte minden tudományos eredmény falakba ütközik, hiszen a kereskedelmi televíziók profitorientált módon működnek, ezért a mélyebb társadalmi hatások helyett a kereslet áll a fókuszban.

A kutatásból kiderül, hogy a műsorszolgáltatók és a hirdetőik számára is hatékonyabb a kevésbé erőszakos tartalmak preferálása. A kérdőíves kutatás és a legnézettebb műsorok tartalomelemzése is azt mutatja, hogy az erőszakmentes, illetve a mérsékelt erőszakos műsorelemek a legkedveltebbek. Az erőszakos kontextus a reklámok hatékonyságát is csökkenti, ugyanis az erőszakos tartalom frusztrációt kelt az emberekben, amelynek hatására a memória és a vásárlási szándék is gyengül. Ennek ellenére az erőszak ösztöneink része, jelen van a mindennapjainkban. Éppen ezért nem az erőszakmentes műsor, hanem az erőszakmennyiség mérséklése a megfelelő irány, mely a társadalom, a médiumok és a reklámozók érdekeit egyaránt szolgálja.

KUCSMA DANIELLA

Végzés éve: 2010

Gazdálkodás és menedzsment (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

VITELKI ANITA

IV. évfolyam

Gazdálkodás és menedzsment (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Veresné dr. Somosi Mariann
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

SZERVEZETI STRUKTÚRA FEJLŐDÉSE MAGYARORSZÁGON VÁLSÁG IDEJÉN

Development of organizational structure in Hungary during crisis

Az első nagy témakörünk középpontjában maga a válság áll, illetve annak kialakulásának története. Néhány általános tudnivaló bemutatásával támasztjuk alá a későbbiekben elemzett gyakorlati példákat, mindezt általános értelemben, majd leszűkítve kizárólag Magyarországra, valamint Borsod-Abaúj-Zemplén megyére. Ez a fejezet első sorban a választott téma elméleti hátterét mutatja be, számos érdekes információt felsorakoztatva.

Munkánk második témakörében a szervezetfejlesztéssel, a tervezett szervezeti változásokkal foglalkozunk, illetve a szervezet eredményességének növelésével, a szervezeti kultúra kialakításával. A cégek problémamegoldási, alkalmazkodási és megújulási képességével és a hatékonyság és életképesség kialakításával, magatartástudományi képességek alkalmazásával. Ebben a fejezetben kitérünk a válságmenedzsment részre is, mit jelent a válság, hogyan hatott a szervezetfejlesztésre, milyen új intézkedéseket hoztak be a vállalatok, a válság okozta problémákat hogyan oldották meg a cégek és hogyan tudtak élni az új lehetőségekkel.

A utolsó részben értékeljük a második témakörben leírtakat. Milyen fejlesztési módszereket választott a vállalat a hatékonyabb munka érdekében. Milyen akadályokba ütközött a vállalat a fejlesztési folyamat során, ezeket milyen módon tudta kiküszöbölni. Illetve vizsgáljuk, hogy a megváltozott körülmények, milyen hatással voltak a dolgozói elégedettségre, hogyan hatott a változás a termelés hatékonyságára és hogyan változtak a munkakörülmények. Javaslatokat teszünk arra, hogy miben tudnának a cégek még változni, milyen módszereket alkalmazhatnának, illetve hogyan működhetnének a cégek még hatékonyabban.

KUDOR EMESE

II. évfolyam

Vállalati pénzügyi menedzsment (M)

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Nagy Bálint Zsolt
egyetemi adjunktus, Babeş-Bolyai Tudományegyetem*

BEFEKTETŐI MAGATARTÁS ÉS A PÉNZÜGYI VISELKEDÉSTAN KAPCSOLATA

Connection between investor's behavior and behavioural finance

A tanulmány a pénzügyi viselkedéstan elméletén keresztül vizsgálja a pénzügyi piacok szereplőinek és potenciális játékosainak magatartását, ezzel magyarázatot adva a racionalitás feltételezése mellett indokolatlannak tűnő pénzpiaci anomáliákra. Kutatásomban a hatékony piacok elméletét állítom szembe a pszichológiai hatásokat magába foglaló viselkedéstan modellel, mindezt elméleti levezetéssel helyezem egységes keretbe, választ adva a mainstream vonal mellett megmagyarázhatatlan jelenségekre, mint a túl- és alulreagálás, a diszpozíciós hatás és a részvények prémiumának talánya.

A jelenségekre elméletileg magyarázatként szolgálnak a befektetők racionálistól elhajló magatartásmintái, mint a kilátáselméletből eredő torzítások, a reprezentativitás, a rövidlátó veszteségkerülés, a felidézés, a beakaszkodás, a megbánás-kerülés és a kognitív disszonancia. Közgazdaságtant hallgatók és tőzsdei befektetők között végzett kérdőíves felmérésem eredményeiből azonban kitűnik, hogy nem minden heurisztika jellemző a minta szereplőire: csupán a reprezentativitás, a kilátáselmélet veszteséges tartományában fellépő kockázatkeresés és a veszteség leírásától való tartózkodás volt szignifikáns mintkét mintán. A kilátáselmélet nyereséges tartományában jelentkező bizonyosság-preferálás, illetve a nyereséges értékpapírok korai eladása az egyetemisták és befektetők között eltérő eredményeket mutatott. Ez adódhat az eltérő pénzügyi felkészültségből, továbbá a gyakorlati és elméleti tapasztalatok hatásainak különbségéből. Az eredmények eltérő jellege rámutat a pénzügyi viselkedéstan jelenlegi hiányosságaira, a túl merev megközelítésekkel adódó hibákra. Kutatásom azonban a pszichológiai folyamatok nehézkes feltérképezhetőségére mellett is teret enged a teljes racionalitás elméletének finomítására.

KUPAI BOGLÁRKA

Végzés éve: 2010

Informatikus és szakigazgatási agrármérnök (A)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi- és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulensek: Dr. Kovács György
tanszéki mérnök, Debreceni Egyetem*

*Dr. Kuti István
egyetemi docens, Debreceni Egyetem*

**SZOLGÁLTATÁSNYÚJTÁS AZ ITIL MÓDSZERTAN AJÁNLÁSAINAK
MEGFELELŐEN**

Providing services according to the recommendations of ITIL framework

Napjainkban az információtechnológia kiemelt és egyre növekvő szerepe megkérdőjelezhetetlen. Az IT és az üzlet összehangolt működése kulcsfontosságú, számos piacvezető vállalat a jól szervezett IT infrastruktúra segítségével tett szert versenyelőnyre. Dolgozatomban napjaink egyik legelterjedtebb keretrendszerének, az IT Infrastruktúra Könyvtárnak (ITIL, IT Infrastructure Library) gyakorlati alkalmazását mutatom be. Ez a módszertan jól bevált gyakorlatokat tartalmaz, egymással kapcsolatban álló, a vállalati tevékenységet leíró folyamatokból épül fel.

Az incidenskezelés, mely minőségi szolgáltatás kialakításához vezet, egyike a kulcsfontosságú folyamatoknak, megvalósítását vizsgáltam deduktív és induktív módszerekkel. Kutatásom során azt vizsgáltam, hogyan valósul meg az incidenskezelés folyamata egy termelő és egy szolgáltató vállalatnál. Mélyinterjút folytattam a vállalati szakemberekkel, ajánlásokat teszek a különféle fejlődési lehetőségek megvalósítására.

Továbbá kvantitatív módszerekkel, több fórumról összegyűjtött számítási módszerek felhasználásával keresem a választ a humánerőforrás-gazdálkodási kérdésekre. Adott környezetű, folyamatosan változó kapacitásigényű ügyfélszolgálat esetében teszek javaslatot az optimális alkalmazotti létszámra. Összehasonlítom az alkalmazottak tényleges létszámát az általam javasolttal, ismertetem, hogy milyen további kérdéseket vethet fel a létszámváltoztatás.

Végezetül szeretném kiemelni, hogy az ITIL ajánlásgyűjtemény, és önmagában nem garancia a sikerre. Az átalakulás minden vállalati környezetben egyedi módon zajlik le, azonban a jól bevált gyakorlatok tanulmányozása, segítségként, útmutatóként szolgálhat megfelelő alkalmazásához. A teljes munkaidőben foglalkoztatottak optimális létszámának meghatározásakor pontosan kell meghatároznunk a paramétereket, mivel tapasztalatom alapján egy kis változtatás miatt alul- vagy túlbecsülhetjük a szükséges alkalmazotti létszámot. Összegezve, az ajánlások és a számítási módok segítségével kiváló eredményeket érhetünk el, amennyiben szakértelemmel alkalmazzák és megfelelően kiértékelik azokat, ezt számos neves vállalat sikere bizonyítja.

KURUCZ TÜNDE DALMA

IV. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Nádasi Katalin
adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem*

**PÖFÖGÉS ÉS DÜBÖRGÉS – MÁRKAKÖZÖSSÉGEK
MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓJA**

Puffs and roars – Marketing communication of brand communities

Napjainkban a márka és márka között különbség van. Roberts (2005) Lovemarks című munkáját továbbfejlesztve úgy gondoltam, nemcsak termékekről, védjegyekről, márkákról és szeretetmárkákról beszélhetünk, hanem léteznek ún. kultuszmárkák is. A kultuszmárka a márkapiramis csúcsán áll: nem csupán szeretet, titokzatosság és meghittség, hanem egy komplett márka körüli eszmerendszer, amit a fogyasztók alakítanak ki és építenek bele a mindennapjaikba.

Az egyik előfeltevésem az volt, hogy a kultuszmárkákat vallásként mutattam be, amelynek a középpontjában az isten, vagyis a márka áll. Az e köré szerveződött közösséget gyülekezetnek neveztem el, amelynek a tagjai: a hívők és a papok. A papok vezetik a szertartásokat, koordinálják a közösséget. A márka gyártója, földi helytartója a vállalat. (Nem mindig létezik.) Az ezen kívüli fogyasztók a laikusok, akik nincsenek kapcsolatban a kultuszmárkával.

A másik előfeltevésem a fent említett csoportok közötti kommunikációra vonatkozott. A közösségen belüli kommunikáció a belső; a gyülekezet és a laikusok közötti a külső; gyülekezet és a földi helytartó közötti pedig a köztes marketingkommunikációnak tekintetem.

A kutatásom során arra voltam kíváncsi, hogy a feltevéseim igazak-e, és ha igen, akkor ebből a szemszögből milyen az általam vizsgált márkaközösségek (Harley Owners Group West Hungary Chapter, Trabant-Wartburg Klub) marketingkommunikációja. A kérdések megválaszolásához kvalitatív módszereket (fókuszcsoporthozos interjú, mélyinterjú) alkalmaztam.

Az eredményekből kiderült: a márkaközösségek értelmezhetőek vallási csoportosulásként. A közösségek marketingkommunikációról pedig a következőket állapítottam meg: a belső marketingkommunikáció nagyon fontos jellemzője a csoportos teremtéstörténet (Belk és Thumbar, 2005), amely tágabb értelemben jelentheti a vállalat, szűkebb értelemben pedig a közösség alapítását. Az egyéni teremtéstörténet azt mutatja be, hogyan találkoztak a hívők először a márkával. A hittételek a tagok a márkával való kapcsolatát írják le. A belső szertartásokon csak a hívők vehetnek részt. A gyülekezetekbe nem mindig lehet egyszerűen bekerülni (beavatási szertartás) pl. a HOG-nál több évig kell együtt motorozni a chaptertagokkal, majd utána egy a gyűlés dönt arról, hogy bekerülhet-e a közösségbe vagy sem.

A külső marketingkommunikáció lényeges elemét képezik a külső szertartások, amelyeken bárki részt vehet. Ezen kívül még meg kell említeni médiakapcsolatokat és érdekképviselőket, amelyek nagy mértékben befolyásolják, hogy a laikusok mit gondolnak a közösségről.

Köztes marketingkommunikációt egyik esetben sem találtam lényegesnek.

KUTASSY CSILLA

Végzés éve: 2010

Marketing (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Gyulavári Tamás
egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem*

A LOJALITÁSPROGRAMOK MENEDZSELÉSE

Management of loyalty programs

A lojalitásprogram ismert és sok vállalat által alkalmazott értékesítés-ösztönző eszköz, ennek ellenére alkalmazásának céljai eltérőek lehetnek. A hozzá kapcsolódó fogyasztói lojalitás is egy olyan témakör, amelynek ismerete, aktualitása és értéke egyre nagyobb szerepet kap, ezért bemutatását fontosnak tartom. Dolgozatomban a lojalitásprogramok ismertetése mellett, megfelelő menedzselésének felvázolása és megtérülésének kérdése az, amelyet egy elméleti modell segítségével, gyakorlati példákon keresztül is alaposabban vizsgállok. Később, az információk tekintetében létrehozható egy elméletileg is megalapozott, de gyakorlati szempontból is helytálló modell. Mindez megerősítheti azt, hogy a lojalitásprogram több egy hétköznapi értékesítés-ösztönző eszköznél vagy üzleti trendnél, vagyis valóban a hosszú távú vállalati stratégia része lehet.

KUTLU BATUHAN

II. évfolyam

Nemzetközi üzleti kapcsolatok (A)

IBS - Nemzetközi Üzleti Főiskola

*Konzulens: Dr. Bárczy Péter
főiskolai docens, IBS - Nemzetközi Üzleti Főiskola*

AZ ÚJ GAZDASÁGI RENDSZER – EGY ERŐFORRÁS ALAPÚ GAZDASÁG

The New Economy – A resource based economy

Ez a dolgozat bemutat egy, a jelenleg világszerte kibontakozó gazdasági és társadalmi problémák kezelésére alkalmas új közelítésmódot. Számos kiváló tudós gondolat és szakkönyv áttekintésének segítségével felvázolok egy új közgazdasági elméletet az „erőforrás alapú gazdaság” modelljét. Az erőforrás alapú gazdaságban az ország erőforrásait és technológiai lehetőségeit tudományos módszerekkel irányítják annak érdekében, hogy megújuló, tiszta energiaforrások felhasználásával minden polgár életét megkönnyítő energiabőséget teremtsenek. A dolgozat foglalkozik a jelenleg működő piacgazdaságok akkut problémáival (mi romlott el?) és lehetséges megoldási módokkal. Bemutatjuk, hogy a technológiai fejlődés és tudományos megismerés segítségével hogyan teremthetünk élhető környezetet minden embernek. Az új közelítésmód – amely sem nem kommunista, szocialista sem nem fasiszta vagy demokratikus – minőségileg különbözik a régi problémakezelési módszerektől és túllép a politika, az üzleti élet és a kormányok szűklátókörűségén. Az új rendszer tudományos alapú, amelyben minden társadalmi, környezeti hatásokkal járó döntést hozzáértő szakemberek hoznak meg a politikusok, jogászok vagy az üzletemberek helyett.

A kutatás során megvizsgáltuk a jelenlegi gazdasági rendszert, bemutatjuk égető problémáit, majd részletezzük a megújuló, alternatív energia lehetséges felhasználásait. Meglévő tudományos ismereteink szerint jelenleg is van elég energia ahhoz, hogy kivédjük a klímaváltozás fenyegetését, és függetlenné váljunk a fosszilis tüzelőanyagoktól – utóbbi változás jó eséllyel csökkentené az országok közötti konfliktusokat is.

Valós példákkal bemutatom, hogy a fejlett országokban a technológia már nagyrészt átvette az ember szerepét a mezőgazdasági és ipari tevékenységek többségében és erőforrások bőségét hozza létre. Az emberek hozzáférése ezekhez az erőforrásokhoz azonban vásárlóerejük által korlátozott. A munkakörök automatizálása munkanélküliséget, szegénységet, éhséget és bűnözést teremt. Ezért kell meghaladni a pénzhasználatot és egy pénz nélküli társadalomban gondolkodni.

Ha a technológia képes dolgokat előállítani olcsón és bőségesen, akkor miért nincs az embereknek vásárlóerejük? Miért van szükségük pénzre? Két lehetőség kínálkozik: lerombolhatjuk a technológiai fejlettségünket annak érdekében, hogy munkahelyeket és ezáltal vásárlóerőt teremtsünk, avagy felszabadítjuk az emberiséget a munka terhei alól és hagyjuk, hogy a technológia elfoglalja saját vezető szerepét.

KÜRTÖSI MÓNIKA

Végzés éve: 2010

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök (A)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulens: Dr. Tikász Ildikó Edit
egyetemi adjunktus, Debreceni Egyetem*

A TANYAVILÁG HELYZETE NAPJAINKBAN

The boondocks position in our days

A tanya hagyományok tiszteletére, generációk felhalmozott tapasztalataira épülő élettér és családokat fenntartó munkahely. Több millió magyar ember, generációk sokasága nőtt fel tanyákon és napjainkban is több mint negyed millió magyar ember él külterületen. A tanya, a tanyás településrendszer és gazdálkodási forma a magyar nemzeti örökség része, amelynek fennmaradása, új életre keltése és fejlesztése nemzeti érdek.

A kutatásom elsődleges célja az volt, hogy a tanyavilág mai helyzetét felmérjem személyes kutatás révén, és az ebből fakadó eredmények alapján a megfelelő következtetéseket vonjam le, illetve a tanyák jövőbeli sorsának alakulására alternatívákat keressek.

A vizsgálatom során a személyes megkérdezés egyik módját, a mélyinterjúk készítését választottam. A primer adatok ilyen jellegű beszerzése tette lehetővé, hogy ne csak a tényeket ismerjem meg, hanem a tanyán élők személyes véleményét, gondolatait is felfedjem, valamint személyes tapasztalatok szerzése révén még körvonalazottabb képet kapjak a tanyasi életmódról. Az általam levont legfontosabb konklúzió, mely szerint nem szabad hagyni a tanyavilágot elveszni, hiszen nemzeti sajátosságink közé tartozik. Nem szabad elvetni a tanyák átalakulásának lehetőségét, az életképes tanyákat támogatni kell. Annak érdekében pedig, hogy a segítség eljusson a kívánt területre a tanyán élőket tájékoztatni kell.

LACZKÓ DÉNES

I. évfolyam

Vállalati pénzügyi menedzsment (M)

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar

VINCZE TAMÁS

I. évfolyam

Vállalati pénzügyi menedzsment (M)

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Györfy Lehel-Zoltán
egyetemi adjunktus, Babeş-Bolyai Tudományegyetem*

**BÚZÁTÓL A KENYÉRIG – STRATÉGIAI DÖNTÉSI PONTOK A HAZAI GABONA
TERMÉKPÁLYÁKON**

From wheat to bread – Strategic decision points on the domestic grain product lines

Románia hatalmas agrárpotenciáljának kihasználatlansága tényként kezelhető, az ország erős importfüggősége az élelmiszerpiacok terén nem tartható fenn hosszútávon. Az élelmiszer értékláncának alap eleme a gabona. A dolgozatban Románia lesz górcső alá vetve, a gabonatermékpiacát illetően, kezdve a szántóföldi növénytermesztéssel. Földrajzi viszonylatban a világ és Európa gabonaiparát megvizsgálva jutunk el Románia helyzetéhez, ill. stratégiai irányvonalakat határozunk meg, melyek előrejelzéseink szerint az ágazat fellendítését eredményezik.

A gabona útvonalait vizsgálva a takarmányágazat mellett a malomipar játszik kulcsszerepet a termékpiac vonalának elemzésében. Innen indul ki több olyan ágazat is, mely termékei alapanyagának túlnyomó részét a liszt képezi: sütőipar, tésztaipar, édes és sós termékek piaca. Románia jelen helyzetének feltérképezését követően a Boromir Csoport esetét külön tárgyaljuk, ezáltal konkrét vállalati vonatkozásban is megvizsgálva a stratégiai döntési pontokat.

LAJKÓ ERIKA

II. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Chikán Attila
egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem*

**AZ INNOVÁCIÓ JELENSÉGE VÁLLALATGAZDASÁGTANI ÉS
VÁLLALATELMÉLETI DIMENZIÓKBAN**

Innovation in the context of business economics and theories of the firm

Dolgozatomban gazdálkodáselméleti kontextusba helyezem az innováció jelenségét, amely napjaink divatos vállalatirányítási és kutatási területe. Ez által célom, hogy a mindennapi vállalatvezetői megközelítést leképező vállalatgazdaságtant ötvözzem a közgazdasági eszköztárat alkalmazó vállalatelméletekkel. Ehhez hívom segítségül az innováció jelenségét, amelyet a vállalatot a környezetével szervesen összekötő, a vállalati működést dinamikussá tevő, stratégiai jelentőségű folyamatként definiálok. Dolgozatomban az alkalmas vállalatelméletek keretében értelmezem e jellemzőket, így közös pontokat keresek az innováció vállalatgazdasági és elméleti értelmezésében. Ez által hozzájárulok az innovációs folyamatok közgazdasági ösztönzőinek mélyebb megértéséhez, illetve egy gazdálkodástudományban kevésbé kutatott, érdekes elméleti kérdésre világítok rá: hogyan lehet ötvözni a vállalatelméletek és a vállalatgazdaságtan logikáját.

LAJKÓ ERIKA

II. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Chikán Attila
egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem*

**AZ ÚJ ÉRA KAPUJÁBAN?
AZ ÜZLETI HÁLÓZATOK ELMÉLETE VÁLLALATELMÉLETI KONTEXTUSBAN**

Moving towards a new era?

Business network theory in context of theories of the firm

Dolgozatom az üzleti hálózatok elméletét vizsgálja a vállalatelméletek fogalmi keretei között. Az üzleti hálózatok elmélete az IMP Group nevű kutatói csoport által fémjelzett elméleti koncepciót jelenti, mely a vállalatot egy komplex rendszer egységként értelmezi. Értelmezésében a vállalat kiszolgáltatott az öt körülvevő szereplőknek és a közöttük lévő kapcsolatoknak, így van, de nincs egyértelmű befolyása a rendszer egészére.

Célom, hogy megmutassam: az üzleti hálózatelmélet magasabb absztrakciós szintje miatt kiegészíti a vállalatelméletek alapján ez idáig a vállalatról alkotott képet. Egyfelől a tranzakciós költségek elmélete, az erőforrásalapú elmélet, valamint a tudásalapú szemlélet szemüvegén keresztül vizsgálom a hálózatot: ezzel megmutatom, hogy a vállalatelméletek továbbra is releváns és pontos képet adnak az általuk vizsgált kérdéskörrel. Másfelől rávilágítok arra, hogy a hálózatok elmélete milyen releváns fogalmakkal egészíti ki az adott elméletek kereteit.

Dolgozatom hozzájárul a vállalatról alkotott elméleti koncepciók mélyebb megértéséhez, és egy új jelenséget, az üzleti hálózatot helyezi eddigi fogalmi kereteinkbe. Emellett rávilágít arra, hogy az üzleti hálózatelmélet teljesebbé teszi a vállalatról alkotott képünket.

LAJOS TÍMEA

I. évfolyam

Nemzetközi tanulmányok (M)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Külkereskedelmi Kar

*Konzulens: Garay Zsolt
adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola*

**VÁLSÁGBAN AZ MNB,
A JEGYBANK ESZKÖZRENDSZERÉBEN BEKÖVETKEZŐ VÁLTOZÁSOK**

The Hungarian National Bank in recession
Changes in the system of the National Bank's instruments

Dolgozatomban elsősorban azt vizsgálom, hogy miben változott meg az MNB eszköztára, illetve mennyire tekinthetjük hatékonyak az MNB válságkezelését. Áttolódott-e monetáris céljaiban a hangsúly esetleg más, már meglevő cél irányába?

Normális gazdasági körülmények között az MNB fő célja az árstabilitás elérése, az infláció alacsonyan tartása. A válság hatására likviditáshiány és bizalomhiány lépett fel, ami a finanszírozási lehetőségek szűküléséhez vezetett. A lakossági hitelek mérséklődtek, a vállalati hitelezés gyengült, ami miatt a gazdasági teljesítmény csökkent. A pénzügyi rendszer stabilitása megingott, amelynek negatív hatásai jelentkeztek a jövedelmezőségben és reálgazdaságban. A világgazdasági kereslet minimalizálódott, a nyersanyagárak csökkentek, ami az inflációs nyomás enyhüléséhez vezetett. Ezen folyamatok következtében a pénzügyi stabilitás helyreállítása felértékelődött az MNB-nél, mivel középtávon az infláció nem jelentett veszélyt. MNB célja a megszokott piaci helyzet helyreállítása, a gazdaság megfelelő finanszírozása, likviditás bővítése a bankrendszerben és a bizalom erősítése, visszaszerzése. Az MNB intézkedései segítettek, hogy a válság ne mélyüljön el a magyar pénzügyi szférában és a gazdaságban.

A Magyar Nemzeti Bank nyomon követte a nemzetközi piac változásait, különös tekintettel az Európai Unióban alkalmazott pénzügyi válságkezelést és a szabályzással foglalkozó kezdeményezéseket. Az MNB az új eszközök bevezetésével, ahogy a többi jegybank is a válságot próbálta kezelni: likviditást próbálta élnékiteni, a vállalati hitelezés területén kialakult feszültséget tompítani és így a pénzügyi stabilitást erősíteni. Dolgozatomban kitértem az EKB és a Fed válságkezelésére azzal a céllal, hogy bemutassam, hogy ugyanazon elv alapján működnek, csak más eszközöket használnak a válság kezelésére, ami részben a környezeti adottságoknak köszönhető. Az MNB képes volt effektíven beleavatkozni a folyamatokba, hogy a bankok helyzetén javítson. Tudta orvosolni a likviditáshiányt és a bizalomhiány miatt kialakult helyzetet. Ha a jegybank nem avatkozott volna bele, és nem hozott volna új intézkedéseket, „unalmas” politikát folytatott volna, a magyar gazdaság állapota mélyebb pontra jutott volna. Az új intézkedések segítségével javult a magyar bankrendszer likviditása, a feszültségek mérséklődtek.

LAKATOS GERGELY IV. évfolyam Kereskedelem és marketing (A) Modern Üzleti Tudományok Főiskolája	SAJBÁN ÁDÁM IV. évfolyam Kereskedelem és marketing (A) Modern Üzleti Tudományok Főiskolája	VARGA RENÁTA IV. évfolyam Kereskedelem és marketing (A) Modern Üzleti Tudományok Főiskolája
---	---	--

*Konzulens: Dr. Gaál Béla
főiskolai tanár, Modern Üzleti Tudományok Főiskolája*

ÚJ TERMÉK BEVEZETÉSE MAGYARORSZÁGRA: GUARANÁ ANTARCTICA

Guaraná Antarctica, the launching of a new product into the Hungarian market

Tanulmányaink során számos kihívással kell szembenéznünk, mindig új feladatokat kapunk, amiket igyekszünk a legjobb tudásunk szerint megoldani. Ez esetben sem volt másképp, mikor tanárunk azt a feladatot bízta ránk, hogy dolgozzunk ki egy marketingtervet. Egyikünk néhány évet Brazíliában töltött, ahol nagy népszerűségnek örvend a guaraná, így kaptunk az alkalmon és nekiveselkedtünk a témának. Információkat találtunk, hogy mi is az a guarana, ki J. Felipe Betendorf, vagy hogy milyen szerepet játszanak a Maue, Andire és Guarani törzsek a történelemben.

A szekunder információk után nem nyugodtunk, és újabb, általunk készített kutatásokkal kerestük a választ többek között arra, hogy a fiatalok milyen életérzéseket párosítanak egy üdítőitalhoz, mi az, amire felfigyelnek a fiatalok mikor üdítőitalt választanak. Megnéztük hazánkban egy befutott kampány során milyen eszközöket alkalmaztak, hogy megismertessék a fogyasztókkal a terméket. Megnéztük milyen a magyar, illetve a külföldi piaci helyzet, majd ezeket összevetve kialakítottunk egy olyan bevezető kampányt, mely során nemcsak, hogy a legújabb eszközöket vettük számba, de arra is nagy hangsúlyt fektettünk, hogy a termék mögött álló céget is megismertessük a fogyasztókkal és a legjobb hely elfoglalását érjük el az emberek fejében. Mindezt úgy, hogy közben odafigyeljünk a környezetünkre is, és ne károsítsuk azt!

Mi úgy gondoljuk, hogy tudásunk, kreativitásunk, egyéniségünk és nem utolsó sorban szívünket tettük bele ebbe a projektbe. Ezért kérjük, hogy dolgozatunk olvasása közben merüljön el a guaraná világába és érezze azt az erőt, amit adhat Önnek!

LAKATOS ZSÓFIA

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Dankó László
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

A LOGISZTIKAI SZOLGÁLTATÁS OPTIMALIZÁLÁSA AZ IDŐTÉNYEZŐN KERESZTÜL

Optimalising the logistics service in the point of time

2009 októbere óta vagyok gyakornok a Robert Bosch Energy and Body Systems Kft. logisztika osztályán. Csoportom munkája során, mint fizikai logisztikával foglalkozó csoportnak, komoly gondot okoznak a nem megfelelő beérkezések, illetve az, hogy nem tudnak a megrendelt, illetve beérkező anyagokkal megfelelően kalkulálni. Ennek a problémának a megoldására idén 2010 őszén egy projektet indítottak el, melyben én is részt vehettem. Ezáltal mélyebben vizsgáltam a logisztikai szolgáltatást, annak összetevő elemeit, valamint az optimális kialakítást, mely javítja a termelést és a hatékonyságot.

Alapvető felvetésem az, hogy a szolgáltatás optimalizálására szükség van. A továbbiak során pedig azt vizsgálom, a szolgáltatás milyen elemekből áll össze, milyen sajátosságai vannak a Bosch szállítási jellemzőin belül. Ezen felül a meglévő időablakokat, valamint az új projektet, az új modell kialakítását vizsgálom alaposan: a projekt során melyik változás miatt következett be, illetve ezt hogyan valósították meg.

Dolgozatomat alapvetően négy nagy részre osztottam:

Az első részben elméleti áttekintést nyújtok a területet érintő két tudományterületről: a logisztikáról és a marketinglogisztikáról. Továbbá áttekintem a kiszervezést és annak jellemzőit, mivel a vállalatok életében már elég nagy jelentőséggel bír.

A második részben bemutatom a vizsgálat tárgyát jelentő céget, majd pedig rátérek a cég szállítmányozási jellemzőire és sajátosságaira.

A harmadik részben bemutatom a Bosch által kidolgozott időablak modellt: hogy nézett ki, hogyan zajlott a folyamata és milyen okok vezették rá a céget arra, hogy megújítsa azt. A továbbiakban az új modellt mutatom be, valamint az eddigi tapasztalatokat azzal kapcsolatban.

Zárásként javaslatokat tennék, melyekkel a modell továbbfejleszhető, javítható lenne. A javaslatokat három nagy csoportra osztottam: a szolgáltatás folyamatát érintő javaslatok, a projekt utáni kommunikáció illetve a bevezetés során alkalmazandó PR.

Munkám során számos módszertant alkalmaztam: SWOT-analízis, ABC-analízis, mélyinterjú.

A dolgozatom során az eddigi folyamattal és rendszerrel kapcsolatos hipotézisekkel éltem: mennyire működik megfelelően illetve mennyire világos és érthető a résztvevő partnerek számára. Azt tapasztaltam, hogy a meglévő időablakok nem megfelelően felállítottak illetve gyakran nem reálisak, valamint hogy a partnerek számára sem egyértelmű a rendszer működése. Dolgozatomat ezért a meglévő vagy későbbiekben célszerű javaslatokkal zárom.

A későbbiek során pedig érdemes azt vizsgálni, milyen hatással volt ez a termelékenységre.

LÁNG KRISZTINA

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Szóka Károly
egyetemi adjunktus, Nyugat-magyarországi Egyetem*

**A BALANCED SCORECARD RENDSZER SZÜKSÉGESSÉGE, BEVEZETÉSE ÉS
OPTIMALIZÁLÁSA, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A GAZDASÁGI-PÉNZÜGYI
VÁLSÁGRA (EGY KONKRÉT CÉG PÉLDÁJÁN KERESZTÜL BEMUTATVA)**

The necessity, installation and optimization of the Balanced Scorecard, in special view of the economic-financial crisis (Introduced by an example of a concrete establishment)

A dolgozatomban célkitűzésem bemutatni és egy konkrét vállalatnál kialakítani egy olyan rendkívül hatékony és elterjedt stratégiai mutatószámrendszert – a Balanced Scorecardot, mint kiegyensúlyozott mutatószámrendszert –, amely rendkívül nagy figyelmet kapott az elmúlt két évtizedben.

A Balanced Scorecard sikeressé válása annak köszönhető, hogy az addigi mutatószámrendszerek jellemzőivel szakítva, a pénzügyi célok mellett a vevői, a belső folyamatok és a tanulás és fejlődés céljaira is figyelmet fordít. Ezen szempontok segítik a vállalati stratégia megvalósítását, és ezen célok alapján osztja fel a Balanced Scorecard a stratégiát négy nézőpontra.

A munkámban kitérek a Balanced Scorecard mutatószámrendszer legfőbb előnyeire – a többi mutatószámrendszerrel szemben –, és kifejtem a legújabb külföldi kutatások eredményeit. Ezen tényezők alapján bebizonyítottam a koncepció szükségességét.

A pénzügyi és gazdasági válság hatására bekövetkező változások tovább erősítik a stratégia megfelelő kialakításának és megvalósításának szükségességét. Ezt az is bizonyítja, hogy a válság eredményeként lezajló folyamatok hatására azok a vállalatok lettek erősebbek a válság alatt, akik a legjobban valósították meg a stratégiájukat.

Míndezen tényezők figyelembevételével, kutatómunkám eredményeként az általam bemutatott szervezet Balanced Scorecardjában több lényeges változást hajtottam végre. A vállalat stratégiáját illetve a stratégiai célok rendszerét újra kellett fogalmaznom. Ezután a mutatók számát, illetve tartalmát is optimalizálnom kellett a stratégiának és a válság hatásainak megfelelően. A stratégiai térképen több dolgot javítottam, mert a nézőpontok között nem állt fenn a kiegyensúlyozottság, és több mutatónak nem volt meghatározva célértéke, illetve a célokhoz tartozó intézkedések is hiányoztak.

A változtatások által hatékony Balanced Scorecard stratégiai mutatószámrendszert sikerült kialakítanom, amely alkalmazásra került a vállalatnál.

LANKÓ ANITA

Végzés éve: 2010

Gazdaság és vidékfejlesztési agrármérnök (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Urbánné Malomsoki Mónika
tanszéki mérnök, Szent István Egyetem*

A BAJAI KISTÉRSÉG MUNKAERŐ-PIACI HELYZETÉNEK VIZSGÁLATA

The analysis of the labour market situation in the Bajamicro-region

Magyarország rendkívül magas munkanélküliségi mutatókkal rendelkezik, melyeket a 2008 végén kezdődő gazdasági válság nyomán kialakult elbocsátások csak tovább mélyítettek. A helyzetet tovább rontotta a kis és középvállalkozások súlyos tőkehiánya. Az országban a gazdasági válság nyomán megemelkedett az álláskeresők száma. A regisztrált álláskeresők több mint fele országosan tartós (180 napon túli) munkanélküli.

Hazánkban az elmúlt két évben 5,5%-kal nőtt a munkanélküliek száma. A Bajai Kistérség hazai viszonylatban is rendkívül rossz mutatókkal rendelkezik, hiszen az aktív korú népesség 13,3%-a álláskereső.

Dolgozatomban az álláskeresők különböző tulajdonságait, mobilitási hajlandóságát vizsgálom a Bajai kistérségben, megkérdezve a témáról szakembereket, a térség jelenleg munkanélküli lakosságát. Kutatásom célkitűzései között szerepel a Bajai kistérségről, munkaerő-piaci helyzetéről való információszerzés.

LEIMEISZTER JÓZSEF

IV. évfolyam

Emberi erőforrások (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

TÓTH BALÁZS

III. évfolyam

Emberi erőforrások (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Bittner Péter
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

CSOPORTOS LEÉPÍTÉSEK HUMÁNUS VÉGREHAJTÁSA

Humane implementation of collective rationalization

Intézményi Tudományos Diákköri dolgozatunkban egy, a világgazdasági helyzet miatt az elmúlt években gyakran előforduló, nagy tömegeket érintő jelenséggel foglalkozunk, a csoportos leépítésekkel.

A 2008-as évben Magyarországon 384 darab csoportos leépítésről érkezett bejelentés a Regionális Munkaügyi Központokba, ami 24.330 főt érintett. 2009. augusztus végéig 488 darab, összesen 30.649 munkavállalót érintő csoportos leépítés történt. Az OECD prognózisa szerint 2010 második felében lesz a legmagasabb a munkanélküliség a világ 30 vezető országában a második világháború óta, becslült számuk 57 millió, arányuk ezzel közel 10 százalékra lesz tehető. A fenti számok is jól mutatják, hogy a közelmúltban, a jelenben és a jövőben is rendkívül fontos a csoportos leépítésekre és a munkanélküliségre is kiemelt figyelmet fordítani.

Megvizsgálva a jogi háttérét, elemezve és alapul véve a mai általános folyamatát a csoportos leépítéseknek, kidolgoztuk az ÉLET nevű programot.

Az Élhető LEépítésT program, mozaikszóval az ÉLET, komplex megoldást tartalmaz a kis-, közép- illetve nagyvállalatok számára a csoportos leépítések lebonyolításában. A program több elemre tagolódik, melyek a vállalat nagyságától, a leépített dolgozók számától függően lépnek működésbe. Az anyagi terheket a csoportos leépítést bejelentő vállalat méretétől és más mutatószámaitól függően, állami forrásból – átcsoportosításokkal –, valamint a vállalatok hozzájárulásaiból kerülhetnek finanszírozásra. Célunk a programmal a leépítésben érintett dolgozók és a munkaadó támogatása és az esetleges jogszerűtlen, etikátlan helyzetek elkerülése, mely legtöbb esetben a résztvevők információhiányára vezethető vissza. A Szakértők alkotják a program gerincét, az általuk nyújtott tanácsadás és segítségnyújtás jelenti a program emberközpontúságának az alapját. Ők alkotják annak a Bizottságnak a magját, amelyben a munkaadó és a munkavállalók képvisellete biztosított a transzparencia érdekében. Az ÉLET programnak a két sarokpontját a Szakértők szakmai tudása és támogatása, valamint a Bizottság egyeztető munkája adja.

Személyes tapasztalatainkból kiindulva úgy találtuk, hogy az ÉLET program valós alternatívát jelent a jelenlegi megoldások mellett a csoportos leépítések végrehajtásában. Nagy segítséget nyújt a leépített munkavállalóknak, ugyanakkor vállalatok számára is hasznos, mivel azon nyilvánvaló előnyén túl, hogy támogatja a csoportosan leépített dolgozóknak, megőrzi és növeli a munkaadó pozitív társadalmi megítélését.

LEKICS JÓZSEF

I. évfolyam

Logisztikai menedzsment (M)

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Honvári János
egyetemi docens, Széchenyi István Egyetem*

**BEFOLYÁSOLJA-E AZ OROSZFÓBIA A MAGYAR-SZOVJET GAZDASÁGI
KAPCSOLATOK ELSŐ ÉVTIZEDÉNEK MEGÍTÉLÉSÉT?**

Does the Russian phobia influence the reputation of the Hungarian-Soviet economic relationship?

Dolgozatom témájául a magyar-szovjet gazdasági kapcsolatok alakulását választottam a II. világháború utáni első évtizedben. Kutatásaim során arra a megállapításra jutottam, hogy a feldolgozások egy része nem mutatja be a maga teljességében és ellentmondásosságában a valóságot, ezért úgy gondoltam, hogy eredeti levéltári dokumentumok segítségével világítom meg, mi is történt az 1945 és 1955 közötti időszakban a magyar-szovjet gazdasági kapcsolatok terén.

A dolgozat elején felvillantom a II. világháború utáni hazai és európai helyzetet, amely az általános feltételrendszerét képezte azoknak a két ország között megkötött gazdasági szerződéseknek, amelyek dolgozatom fő mondanivalóját képezik. Bemutatom a világháborút követő béketárgyalásokat és azok eredményeit. Fokozott figyelmet fordítok a Szovjetunió részére átadott német vagyon ügyére, illetve a jóvátételre. A német vagyon átadása kapcsán külön kitérek arra, hogy miként adott át a magyar kormány eredetileg osztrák tulajdonban lévő cégeket is és hogy ennek milyen következményei lettek a magyar-osztrák gazdasági kapcsolatok alakulására nézve. Munkám törzsét azok a főbb gazdasági együttműködési szerződések alkotják, melyek segítségével számos gazdaságtörténész szerint a Szovjetunió kizsákmányolta Magyarországot, elvette jogos tulajdonát, majd később csak súlyos összegek kifizetése árán adta vissza ezeket a javakat. Én ennél a témánál más megközelítést alkalmaztam, egyszerre szerettem volna tárgyilagosan bemutatni, hogy a hátrányok mellett milyen előnyök származtak a Szovjetunióval való gazdasági együttműködésből. Eredeti szerződésekre és az MDP vezető testületeinek az interneten is olvasható jegyzőkönyveire hivatkozva próbálom a témának egy olyan aspektusát ismertetni, mely szerint igaz ugyan, hogy a szovjetek megszálló hatalomként voltak jelen az országban, de a vegyes vállalatok beindításával szerepet játszottak a háború miatt lerombolt magyar gazdaság beindításában is. A témával foglalkozó történészek túlnyomó többsége erősen kifogásolja, hogy a Szovjetunió tulajdonába átadott német-osztrák tőkét a magyar kormány 1952-1954-ben jelentős transzfer kiszállításával vásárolta vissza. Ugyanezek a kutatók ugyanakkor élesen bírálják a kommunista hatalmat, hogy 1948/49-ben kártalanítás nélkül államosította a többi magyarországi külföldi vállalatot. Érdekes módon a szovjet-magyar gazdasági kapcsolatok problémás elemeinek a rendezéséről 1957 elején Moszkvában folyó tárgyalásokon a Kádár-rendszer reprezentánsai szinte szó szerint megismételték ezeket az érveket (hogy ti. a német vagyonért fizetnünk kellett, ráadásul a Szovjetunióknak, a többi külföldi befektetést megkártalanítás nélkül sajátítottuk ki). Az érvrendszer hatásosnak bizonyult, a Szovjetunió 1957-ben a visszavásárlási összegből több mint 1 Mrd Ft-ot elengedett. Végző soron a Magyarországon kisajátított többi nyugati befektetésekért is fizetnünk kellett, a későbbi zajló pénzügyi-vagyonjogi tárgyalások sikeres lezárásának és a kereskedelmi kapcsolatok normalizálásának ez volt az elsőszámú feltétele.

LENKEY GYÖNGYVÉR

III. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Pál Tibor
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

KÖNYVELŐ – AVAGY SZÜKSÉGTELEN JÓ?

Accountancy – Or a needless profession?

Az információs technológia megjelenésével és térhódításával számos szakma emberi erőforrásigénye jelentős mértékben lecsökkent illetve megszűnt, másrésről viszont új szakterületek születtek. Mindez a munkaerőpiac strukturális átrendeződéséhez vezetett, illetve vezet még napjainkban is. Az informatika fejlődésével egyre nehezebb procedúrák válnak egyre könnyebbé, illetve egyre több időt igénylő feladatok megoldása válik egyre gyorsabbá, egyszerűbbé. Dolgozatomban azt tárom fel, hogy az információs technológia megjelenése és nagymértékű fejlődése miként hatott a számviteli elszámolásra, illetve, hogy milyen mértékben könnyíti meg a könyvelő mindennapi teendőit, a könyvelési feladatokat. A számviteli elszámolásról és az informatikáról ma meglévő információk alapján célul tűztem ki rávilágítani, hogy vajon a könyvelő teljes mértékben helyettesíthető-e a mai legmodernebb informatikai technológiával, avagy sem. És ha nem is teljes egészében, akkor milyen feladatokat képes átvenni a könyvelőtől, mennyire könnyíti, illetve esetleg nehezíti meg munkáját. Tehát megmarad-e a sokak által vallott sztereotip vélemény, miszerint a könyvelői szakma szükséges rossz, vagy rá kell esetleg jönnünk, hogy a számítástechnika nagyfokú modernizációjával mára már szükségtelen jó szakmává vált? Helyettesítheti az emberi gondolkodást, tervezést a mesterséges intelligencia? Ezekre a kérdésekre szeretnék dolgozatom végére érve választ kapni.

Munkám során a számviteli informatika szakirodalmát használtam fel az alapkérdések megválaszolására. Megvizsgáltam, hogy a mai IT technológiák segítségével mely könyvelői feladatok végezhetőek el, és melyek azok, amelyekhez mindenképpen szükséges egy tapasztalt szakember jelenléte. Ezek alapján arra a következtetésre jutottam, hogy az automatizálható feladatokon túl az információs technológia nem tud segítséget nyújtani a döntéshozatalban, ehhez mindenképpen szükséges egy tapasztalt, a körülményeket jól ismerő számviteli szakember. Az, hogy a jövőben ez fog-e változni, esetleg kifejlesztenek-e egy olyan technológiát, amellyel már a komplex gondolkodásmód is helyettesíthető lesz, még nem tudhatjuk pontosan, azonban ez nem csak a számviteli szakember szerepére, hanem a társadalmi szerepvállalások valamennyi formájára hatással lesz.

LOSONCZI GYÖRGY
III. évfolyam
Gazdálkodási és menedzsment (A)
Gábor Dénes Főiskola

Konzulens: Dr. Domján Erika
főiskolai docens, Gábor Dénes Főiskola

A FELSŐOKTATÁSI INTÉZMÉNY VERSENYKÉPES HONLAPJÁNAK KRITÉRIUMRENDSZERE

Criteria for evaluating competitive website of higher education institute

„Minden üzlet információs üzlet” mondta P. Evans és T. Wurster a Boston Consulting Group vezető munkatársa. Bögel György szerint a modern üzleti világban az információ fontos versenytényezőnek számít kezdetektől fogva, sőt meg merem kockáztatni, hogy a legfontosabb tényező. Nem véletlen, hogy információs forradalomról beszél az egész világ. A weboldal információt hordoz, amely információ meghatározott célcsoportok számára üzenetként „csapódik” le. Tanulmányom a versenyképes intézményi honlapok témájával foglalkozik. Miért is fontos, hogy az intézmény weboldala versenyképes legyen? Azért, mert a weblap a felsőoktatási intézmény legfontosabb online megjelenése; tükrözi az intézmény stílusának, aktivitásának és reputációjának. Tanulmányomban nem egy nézőpontból közelítem meg a problémát. A versenyképesség fogalmának figyelembevételével több más tudományág (pl. a marketing) módszereivel is kiegészítettem vizsgálataimat. A versenyképes intézményi honlap „titkának” megfejtését, illetve a magyar felsőoktatási intézményi honlapok versenyképességének nemzetközi környezetben lefolytatott vizsgálatát több lépésben tervezem megvalósítani:

1. A versenyképesség tényezőinek meghatározása: kritériumrendszer felállítása, versenyképességi index kidolgozása.
2. A hazai és nemzetközi felsőoktatási intézmények kiválasztása (referencia csoportok létrehozása) a versenyképesség méréséhez.
3. A kritériumrendszer tesztelése, „finomítása”.
4. A rendszer alkalmazása: a magyar felsőoktatási intézmények honlapjainak összehasonlítása a nemzetközi intézményekével.

A dolgozat az eddigi kutatásom eredményét mutatja be, amely az első lépésben meghatározott kritériumrendszer felállítására teszi a hangsúlyt. A releváns szakirodalom felhasználásával közel 200 szempont (kritérium) alkotja a keretrendszert. A kritériumokat csoportokba rendeztem, amely elősegíti a rendszer bővítését, rugalmasságát és későbbi súlyozását. A kialakított kritériumrendszer mint egy „mérőeszköz” méri a honlapok versenyképességét, a mérés eredménye a honlap versenyképességi indexe. A tanulmány érinti a második lépést is, amely a referencia csoportokat és tagjait határozza meg, elősegítve a kritériumrendszer tesztelését.

Tanulmányom célja az intézményi weboldalak tesztelési kritériumrendszerének újszerű és több nézőpontú kialakítása, amelynek eredményeként egy olyan „versenyképességi index” jön létre, amely használatával összehasonlíthatók lesznek a magyar és a nemzetközi felsőoktatási intézmények honlapjai.

LÓRINCZ ALEXANDRA

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Kodolányi János Főiskola

*Konzulens: Dr. Csath Magdolna
egyetemi tanár, Kodolányi János Főiskola*

INNOVÁCIÓ ÉS TUDÁSALAPÚ FEJLŐDÉS

Innovation and knowledge-based development

A gazdaságunk megújításának képessége szoros összefüggésben van a társadalmi viszonyaink alakulásával, változásaival. A dolgozat az innovációt egy újszerű megközelítésben vizsgálja, melyben a tudásalapú fejlődés mozgatórugójaként a fenntarthatóság fogalomkörével kapcsolatos fejlesztéseket jelöli meg. Ebben az új stratégiai megközelítésben foglalkozik a társadalmilag is hasznos fenntarthatósági elvek gazdasági összefüggéseivel a vállalatok tevékenységében, bemutatva a működési eltéréseket a korábbi gyakorlathoz képest. Hazánk innovációs tevékenységének bemutatását követően elemzi a sikeres városfejlesztési stratégia gazdaságfejlesztéshez kötődő elemeit. A dolgozat az innovációs fejlesztések kibontakozása számára egy belvároshoz közeli természeti környezet helyszínén megvalósítandó „kreatív hely” megalkotására tesz javaslatot, melyben – a fenntarthatóság elveivel összhangban - megtervezi a megvalósítás stratégiai célkitűzéseinek konkrét lépéseit, meghatározza az innovációs centrum működésének fő célkitűzéseit, bemutatja ezek gazdaságfejlesztő vonatkozásait.

LŐRINCZ EMIL DÁVID
IV. évfolyam
Gazdálkodási és menedzsment (A)
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

SZ. KIS JÚLIA
Végzés éve: 2010
Pénzügy és számvitel (A)
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Buzder Lantos Gábor
tudományos segédmunkatárs, Budapesti Corvinus Egyetem*

A CO-CREATION MINT AZ ÉRTÉKTEREMTÉS EGY ÚJ FORMÁJA

Co-creation – The new of creating value

Napjaink tendenciaszerű tapasztalata, hogy a piac klasszikus szerepéből kilépve már nem csupán javak cseréjének színtereként szolgál. A szereplők – vállalat és fogyasztó – interakciójukon alapulva közösen teremtenek értéket. A co-creation (közös alkotás) felismerését C. K. Prahalad nevéhez kötjük, akinek gondolatai sok további izgalmas kérdést vetettek fel.

Dolgozatunkkal elsősorban azt kutatjuk, hogy milyen társadalmi és gazdasági változások ágyazták meg a co-creation kontextusát, illetve milyen forrásból ered a közös alkotás nyújtotta, addicionális fogyasztói értéknövekedés. Hipotézisünk szerint a co-creation lehetőséget teremt a fogyasztó tacit tudásának kiaknázására, amely végső soron hasznosabb termék előállítását biztosíthatja. Célunk, hogy az előbbi állításunkat igazoljuk, és felderítsük, milyen folyamat során hasznosíthatja a vállalat e tacit tudást.

A dolgot szerkezetileg két jól elkülöníthető részre bonthatjuk. Először a közös alkotásról való gondolkodásunk szükséges és valós feltevéseit tisztázzuk, ahol elsőként egy feltételezett, új fogyasztói típust mutatunk be, aki a vállalattal aktívan és bátran kooperál saját érdekében. Majd rávilágítunk a hatékony, kétirányú kommunikáció technológiai feltételeire, végül meghatározzuk azon releváns iparágak sajátosságait, amelyek az értéknövelő közös alkotás lehetőségét megteremtik. A dolgozat második része vállalatelméleti logikával helyezi keretbe gondolkodásunkat. A tudásalapú vállalatelmélet szerint az emberek – klasszikusan az alkalmazottak – tudását a vállalat gyakran a piacnál hatékonyabban képes integrálni. A co-creation ötlete, hogy a vállalat a fogyasztó nehezen elérhető, tacit tudását is hasznosítsa. E rejtett tudás jellegénél fogva azonban nem kommunikálható, így csak emberi cselekvés során válik hozzáférhetővé.

A dolgozat következtetése, hogy a fogyasztó aktivizálása a tacit tudás kiaknázását szolgálja. Azt találtuk, hogy a tudás átadása egy többlépcsős tanulási folyamat során valósítható meg, amelyet a dolgozat részletesen bemutat. A vállalat szempontjából külső – fogyasztó birtokában lévő – tudás végső soron a termék hasznosságának, minőségének javulását eredményezheti.

LŐRINCZ MÁRTA

II. évfolyam

Vállalati pénzügyi menedzsment (M)

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Nagy Bálint Zsolt
egyetemi adjunktus, Babeş-Bolyai Tudományegyetem*

ÁRFOLYAMKOCKÁZAT

Hedging currency risk

A gazdasági válság napjainkban minden iparágra kihatással van. A multinacionális vállalatok sem képeznek kivételt ez alól. Az elmúlt időszakban tapasztalható gazdasági változás különösen azokat a vállalatokat érinti, amelyek nagyobb devizahitelt kell törlesszenek, valamint import- vagy exporttevékenységet folytatnak és számlázás esetén külföldi devizát használnak.

Dolgozatomban, összehasonlítom a romániai, valamint a magyarországi vállalatok tevékenységét az árfolyamkockázat fedezése szempontjából. Az elemzést mindkét országban a top 100 vállalat esetében végeztem el. Elsősorban azt elemeztem, hogy rendelkeznek-e a vállalatok árfolyamkitettséggel és fedezik-e azt. Az elemzés második részében pedig azt vizsgáltam, hogy milyen fedezeti ügyletet használnak az árfolyamkockázat fedezetére.

Az elemzés kimutatta, hogy a Romániában és Magyarországon tevékenységet folytató vállalatok egyaránt ki vannak téve az árfolyam-ingadozásnak. A fedezeti ügyletek használata inkább a multinacionális vállalatokra jellemző. A román és a magyar tőzsde számos lehetőséget kínál a külföldi devizából származó kockázat fedezésére. A vállalatok által használt fedezeti ügyletek a dolgozatban részletesen bemutatásra kerültek.

LŐRINCSIK RENÁTA

I. évfolyam
Számvitel (M)

Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Molnár Csilla
főiskolai docens, Károly Róbert Főiskola*

A GYULAI VÁRFÜRDŐ AZ EGÉSZSÉGTURIZMUS PIACÁN

The position of Gyula Castle Spa in health tourism

Gyula városában már 1958-ban megkezdődtek a termálvízre alapozott fejlesztések a Gyulai Várfürdő beruházása kapcsán. A fejlesztések azóta is folyamatosan zajlanak, az elmúlt években különös dinamikát vettek. A Széchenyi Terv Turizmusfejlesztési Programja Egészségturizmus alprogramjának köszönhetően 2000-ben kapacitás- és szolgáltatásbővítő fejlesztés indult.

Dolgozatom témájával kapcsolatosan elengedhetetlen az elméleti háttér ismertetése, mely során kitérek az egészségturizmus jelentőségének és típusainak ismertetésére, az egészségturizmus tendenciáinak bemutatására, valamint az ország egészségturisztikai adottságaitól szűkítem a kört a Dél-alföldi Régió sajátosságainak bemutatására.

A Dél-alföldi Régió egyik turisztikai fellegrára Gyula, széles vonzerő kínálattal rendelkezik, kiemelkedő kulturális és turisztikai központ. A város vonzerejének alapja a regényes környezetben elhelyezkedő Gyulai Várfürdő, a hagyományokban gazdag, történelmi múltja, valamint színes és változatos kulturális értékei, rendezvényei. A település turizmusát bemutató részben ezeket, továbbá a turisztikai kínálat további elemeit és azok alakulását vizsgálom.

Egy rövid történelmi áttekintés után bemutatom a dolgozatom tárgyát képező Gyulai Várfürdőben a Széchenyi-terv keretében megvalósult beruházásokat, változtatásokat. Statisztikai adatok segítségével elemzést készítek a fürdő teljesítményének alakulásáról. Továbbá megvizsgálom a vendégösszetétel és a vendégforgalom alakulását, a bevételek és az eredmények változását az ezredfordulótól napjainkig.

Dolgozatom megírásával az volt a célom, hogy bemutassam, a megvalósult és tervezett beruházások pozitív, fejlesztő hatással vannak a város turizmusára, és érdemessé teszik arra, hogy minél többen ellátogassanak Gyulára. Feltevésemet a városra vonatkozó statisztikai tényadatok is alátámasztják.

LUPSEA ÉVA

II. évfolyam

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (M)

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Udvari Beáta
PhD hallgató, Szegedi Tudományegyetem*

*Dr. Lukovics Miklós
egyetemi adjunktus, Szegedi Tudományegyetem*

A HAZAUTALÁSOK SZEREPE A FEJLŐDŐ RÉGIÓKBAN

The role of remittances in the developing regions

Globalizálódó világunkban egyre nagyobb méreteket öltő jelenség a migráció. Következésképpen gyors növekedést mutatnak a migráló munkások hazautalásai is, melyek mind nagyobb súllyal jelennek meg az országok jövedelmei között, különösen a fejlődő régiókban. Dolgozatunk célja a pénzmennyiség legfontosabb jellemzőinek bemutatása mellett az egyes fejlődő régiók makroökonómiai mutatóinak a hazautalások mennyiségével kapcsolatos (esetleges) összefüggéseinek a vizsgálata, külön hangsúlyt fektetve a régiók heterogenitásának kiemelésére.

A hazautalásoknak lehetnek pozitív és negatív makrogazdasági hatásai, valamint befolyásolhatják egy ország gazdasági fejlődését is. A dolgozat egy harmadik szempontból vizsgálja a jelenséget, a főbb makroökonómiai mutatókkal való összefüggéseit helyezve a fókuszpontba. Az empirikus elemzés folyamán 102 fejlődő ország adatait gyűjtöttük össze – melyeket hat régióba soroltunk – az 1995-től 2008-ig terjedő időszakra. Parciális korrelációt alkalmaztunk annak a nyolc indikátornak a vizsgálatára, amelyek kapcsolatban állhatnak a fejlődő régiókba áramló hazautalások mennyiségével.

Eredményeink szerint minden fejlődő régióban vannak a hazautalásokkal szoros kapcsolatban álló makrogazdasági mutatók. Azonban a fejlődő régiók közötti erős heterogenitást bizonyítékaként nagy eltérések mutatkoztak azon a téren, hogy hol melyik gazdasági mutató jelez erős kapcsolatot a beáramló jövedelmekkel. Elemzésünk során azt is megállapítottuk, hogy napjainkban Fekete-Afrika a hazautalásokra leginkább ráutalt régió. Ezek az eredmények arra engednek következtetni, hogy a gyakorlatban érdemes lenne minden országban behatóbban foglalkozni ezzel a jövedelemforrással és megkeresni azt a politikát, mely a leginkább hozzásegít a hazautalások előnyeinek kihasználásához.

MACZELKA MÁRK LÁSZLÓ

I. évfolyam

Marketing (M)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Töröcsik Mária
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

**A LEGJOBB BARÁT:
A CORPORATE IMAGE ALAKÍTÁSÁRA SZOLGÁLÓ MOZGÓKÉP
A LUFTHANSA AG, AZ AUDI AG, A KUKA AG ÉS A VESTAS A/S PR FILMJEI**

The best friend:

The use of moving image for the purpose of shaping corporate image

The PR films of Lufthansa AG, Audi AG, KUKA AG and Vestas A/S

A dolgozat fókuszában egy olyan elemzés áll, amely a corporate image, a public relations és az audiovizualitás eszközeinek közös halmazát vizsgálja. Ehhez többszörös szűréssel négy multinacionális vállalat, a Deutsche Lufthansa AG, az Audi AG, a KUKA AG és a Vestas A/S corporate imázs-filmjei kerültek kiválasztásra. A vállalatok egy-egy filmje egyrészt a corporate image építése által támasztott követelményekkel, másrészt a filmek filmnyelvi, technikai, technológiai tervezésének és megvalósításának módszereivel, a gyártási folyamat metódusával összefüggésben került vizsgátra.

Ezeket a mozgóképi munkákat keresztül tudhatjuk meg, hogy a vállalatok mennyire jártak el tudatosan a kiválasztott filmes formanyelvi eszközök alkalmazásánál és milyen sikerrel integrálták audiovizuális munkáikba a pr-feladatokat.

A vállalatok eltérő hatékonysággal definiálják önmagukat vásárlóik, fogyasztóik előtt. A corporate image filmek bizonyíthatják azt, hogy a vállalatok pr-tevékenysége előre megtervezett; illetve az audiovizuális eszközök hatékonyak lehetnek a corporate imázsépítésében, de a mozgókép alkalmazásának korlátaira csak az elemzés során derül fény.

MAGONY PETRA

II. évfolyam

Emberi erőforrás tanácsadó (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Csehné dr. Papp Imola
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

A MUNKAÜGYI SZERVEZETBEN DOLGOZÓK EGYÉNI IDŐFELHASZNÁLÁSA

Personal time management of the employees at the labour organization

A kutatásom célja a munkaügyi szervezetben dolgozók egyéni időfelhasználásának megismerése volt. Ehhez mintát az Állami Foglalkoztatási Szolgálat munkatársai nyújtottak, összesen 170 fő. Az időmérleg nyitott rendszerű volt, kitöltése önkéntes alapon történt, így minden régióból érkezett be értékelhető kérdőív. Megfigyelési egységünk egy személy egy napi időfelhasználása volt, azaz egy ember nap. Háttéranyagot a Központi Statisztikai Hivatal „Életmód- Időmérleg” kutatásai és ezek elemzéseit szolgáltattak.

A Központi Statisztikai Hivatal „Életmód – Időmérleg” felvételének célja, hogy információt adjon a népesség életmódjáról, életkörülményeiről, éves időfelhasználásáról. A felvételekre többnyire tízéves gyakorisággal kerül sor.

Az összehasonlítás a korábbi vizsgálatokkal lehetőséget adott arra, hogy vizsgálják a társadalom különböző csoportjai életvitelének alakulását. Jelen kutatás pedig a társadalmi csoportok közül a munkaügyi szervezetben dolgozók időfelhasználásának vizsgálatára adott lehetőséget. A kutatás a következő hipotéziseken alapult: az évek során bekövetkezett gazdasági-társadalmi változások következtében az emberek társadalmilag kötött ideje csökkent, ezáltal a szabadidő mennyisége nőtt. A fiziológiailag kötött időben kismértékű emelkedésre számítottam. Az eredmények részben megcáfolták feltételezéseimet, melynek fő oka a jelenlegi bizonytalan gazdasági helyzetben keresendő.

MAKÓ SZABOLCS

II. évfolyam

Kommunikáció és médiatudomány (A)

Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

Kommunikációs és Művészeti Kar

*Konzulens: Dr. Noszkay Erzsébet
főiskolai tanár, Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola*

HOGYAN VÁLIK KÖZÖSSÉ A TUDÁS – EGY KÖZÖSSÉG TUDÁSKÖZÖSSÉGGÉ

How does the knowledge get common – A community to knowledge community

Tanulmányom célja, hogy bemutassam a tudásközösségek témakörében szerzett ismereteim tükrében a magyarországi médiapiac egyik vezető cégénél indított, tudásmenedzsment projektben való részvételem során szerzett tapasztalataimat. Ennek kapcsán átfogó képet kívánok nyújtani a tudásmenedzsment fogalmáról, a hazai és a nemzetközi tudásmenedzsment tendenciáiról, fejlődéséről, meghatározóan a tudásközösségeket érintő módszertani és elméleti háttérrel.

Ezek után szeretném bemutatni mindazt, amit a gyakorlati terepen tapasztaltam, miután folyamatosan részt veszek a cégen belüli tudásközösségek vezetőinek gyűlésén, félig strukturált interjúkat készítettem velük a tudásközösségen belüli munkájukról és az általuk vezetett közösségről. Mindezt tettem abból a célból, hogy minél egyedibben, ám mégis komplex módon tudjam összefoglalni, mik is azok a tudásközösségek, hogyan építkeznek, milyen céllal szerveződnek, hogy élnek mindennapjaikat, milyen hangulat uralkodik az ilyen formációban, egy tudásigényes szervezeten belül.

S végül, de nem utolsó sorban, tanulságok és hasznosítható következtetések levonására is vállalkozom.

MÁNDÓ MILÁN

IV. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Pénzügyi és Számviteli Főiskolai Kar

*Konzulensek: Lambertné Katona Mónika
egyetemi adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola*

*Dr. Kotosz Balázs
egyetemi adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola*

A DEVIZATÓZSDE NEURONÁLIS ELEMZÉSE

Forex neural analysis

A tőzsdén elérni profitot nagyon nehéz. Mindenki keresi azt a stratégiát, módszert, mellyel profitra tehet szert. Sok tőzsdéző hisz a technikai elemzésben, de sokan vannak, akik a fundamentális elemzésben látják a profitot. Én egyikhez sem tartozok, hisz én a neuronális elemzésben hiszek. Úgy vélem, hogy a tőzsdén fel lehet ismerni mintákat. A dolgozatomban szeretném bemutatni ezt az új elemzési formát, melyet még Magyarországon alig 10-20 ember ismer csak igazán. Ahhoz, hogy megértsük a neuronális elemzést, először bemutatom a technikai és fundamentális elemzést, és kitérek a stratégiaépítésre is.

Végül arra a következtetésre jutok, hogy jó beállításokkal előre jelezhető az árfolyammozgás. Ezt bármely instrumentumnál, bármely idősíkon el tudjuk készíteni, és egy jó stratégiával profitra tehetünk szert. Több, általam is preferált stratégiát be is mutatok.

MARKÓ ORSOLYA

I. évfolyam

Fordító és tolmács (M)

Pannon Egyetem

Modern Filológiai és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Pénzes Erzsébet
tanársegéd, Pannon Egyetem*

A MAGYAR ÉS FINN LAKOSSÁG GYALOGOS TERMÉSZETJÁRÁSI SZOKÁSAINAK ÖSSZEHASONLÍTÁSA

Comparison of the hiking customs of Hungarians and Finns

Az írás egy napjainkban igen népszerű téma, a zöldturizmus szempontjából tárgyalja két ország, Magyarország és Finnország lakosságának turisztikai sajátosságait. Mivel e két ország nagyon sokban különbözik mind természeti adottságait, mind gazdasági helyzetüket tekintve, ezért mindkét helyen egészen más minta alakult ki a természetjárás tekintetében is. Ezeket összevetve – a magyarok gyalogos természetjárási szokásait összehasonlítva a finnekkel, a hazai kínálatot az északiival – az írás rávilágít olyan lehetőségekre, amelyekkel a másik ország példáját követve javítani lehet az adott országban a zöldturisztikai kínálatot, növelni lehet a keresletet vagy új célcsoportokat lehet találni.

Mindkét országban kérdőíves felmérést alkalmazva gyűjtöttem információt, és természetesen az eredményeket a vonatkozó szakirodalmat is figyelembe véve elemeztem. 150-150 fős mintát vizsgáltam mindkét országban olyan kérdések szempontjából, mint például, hogy milyen gyakorisággal járnak a természetbe a válaszadók, milyen szálláshelyeket vesznek igénybe, mennyire motiváló számukra a természetjárás áldásos egészségügyi hatása, vagy hogy a természetjárás inkább relaxálás vagy sport-e a számukra.

A különféle elemzések eredményeként elmondható, hogy a kínálati oldalon felszereltség tekintetében a finn természetjáró területek állnak jobban, szervezett programok (pl. túrák) tekintetében viszont a magyarok vannak jobb helyzetben. A természetjárással kapcsolatos attitűdöket vizsgálva kiderült, hogy a finnek e tevékenységet alapvetően a relaxálás fogalmkörébe sorolják, míg a magyarok a sport egy formájaként tartják számon. Az egészségre gyakorolt jó hatás motiváló erejét tekintve pedig kiderült, hogy az idősebb finn generációt nagyon jól lehet(ne) motiválni ezzel a ténnyel.

Az eredmények további kutatások alapját képezhetik, illetve a zöldturisztikai kínálatot alakítóknak szolgálhatnak irányvonalként a jövőre nézve.

Bízom benne, hogy az itt nem említett eredményeket is érdekesnek és tanulságosnak fogja találni az Olvasó.

MASZLÁK CSABA

II. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Eszterházy Károly Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Tóthné Igó Zsuzsanna
gyakorlatvezető tanár, Eszterházy Károly Főiskola*

A FALUSI TURIZMUS TENDENCIÁI AZ ÉSZAK-MAGYARORSZÁGI RÉGIÓBAN

Relevant contemporary tendencies of rural tourism in the North-Hungarian Region

Észak-Magyarország, egy erősen diverzifikált térség. A rendszerváltás előtt élők még emlékezhetnek a nehézipar vezető szerepére. A fiatalabbak már csak elmondásokból ismerhetik a térség régi fénykorát.

Mára egyre többen a gazdaság élénkítését, az infrastruktúra, az életfeltételek javítását már nem az egykor munkásaikról gondoskodó nehézipari nagyvállalatok, hanem egy dinamikusan fejlődő szolgáltatási ág, a turizmus elterjedésében, pozitív multiplikátor hatásában látják.

A falusi turizmusnak van-e létjogosultsága a régióban? Érdemes-e a fejlesztés? Többek között ezekre a kérdésre keresem a választ. Pontosabban a falusi turizmus tendenciáival foglalkozom. A dolgozatom célja, hogy pozitív példákon keresztül bemutassam a régióban a falusi turizmus létjogosultságát, gazdaságra gyakorolt hatását, és a benne rejlő perspektívákat.

Célom eléréséhez a turizmussal, gazdasággal, fejlesztéssel foglalkozó szakirodalom eredményeit dolgozom fel. Az elméleti munkákon kívül értékelem a régióval foglalkozó gazdasági, turisztikai és foglalkoztatási felmérések adatait. Utazásaim során kapott benyomásaimat is figyelembe véve, a régió három megyéjéből egy-egy példát kiválasztva (Kozárd, Szarvaskő, Gömöraszó), szemléltetem a falusi turizmus pozitív megvalósíthatóságát, létjogosultságát.

A dolgozatomhoz végzett kutatásaim eredményeit figyelembe véve arra a megállapításra jutottam, hogy az Észak-magyarországi Régió rendelkezik azokkal az adottságokkal, amelyek lehetővé teszik, hogy a falusi turizmus szerepet vállaljon a térség fejlődésében. Ezeket az értékeket célszerűen kell felhasználni, és további fejlesztésekre, a települések összefogására van szükség. A siker egyik alapfeltétele a helyi önkormányzatok, a lakosság, a civil szervezetek, és a vállalkozások összefogása. A régió falvainak többsége hagyományaira épülő, a település jellegét, hangulatát tükröző helyi rendezvények megszervezésével gazdagíthatná a turisztikai kínálatot, növelhetné a települések vonzerejét. A rendezvényeket egész éves időszakokra ki lehetne terjeszteni, ezzel is csökkentve a szezonjellegét. A határon átnyúló együttműködésekben is nagy lehetőségek rejlenek. A falusi turizmus képviselheti a régió újbóli felvirágoztatásának fő motívumát.

MEGA NIKOLETT

II. évfolyam

Turizmus menedzsment (M)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Remenyik Bulcsú
főiskolai docens, Károly Róbert Főiskola*

**„KELL EGY HÉT EGYÜTTLÉT” – A SZIGET FESZTIVÁL SZEREPE A HAZAI
RENDEZVÉNYTURIZMUSBAN**

„We need a week together” – The role of the Sziget Festival in event tourism in Hungary

Dolgozatom témájának Magyarország és emellett egész Kelet-Európa legnagyobb szabadtéri fesztiválját választottam, ami nem más, mint a minden évben a budapesti Hajógyári-szigeten megrendezésre kerülő Sziget Fesztivál. Ez a méltán elismert rendezvény a legjobb lehetőség arra, hogy bemutassam és megvizsgáljam egy nemzetgazdaságilag is fontos szerepet betöltő, hazai fesztivál hatásait, valamint szervezésének folyamatát.

Dolgozatom célja, hogy bemutassam a Sziget Fesztivál jelentőségét és több ember megkérdezésével, a primer kutatás eszközével, egy kérdőív segítségével választ találjak arra a kérdésre, hogy mi kell ahhoz, hogy egy fesztivál tartósan sikeres legyen, milyen igényeknek kell megfelelnie a nemzetközi elismertség eléréséhez. Kíváncsi vagyok, hogy a fiatalok, miért látogatják ezt a rendezvényt, milyen élményeket várnak tőle, milyen programokat keresnek. A Sziget Fesztivál programszervezőjével készített interjúm által közelebbről megismertetem az olvasóval a szervezési munkálatokat, illetve feltárom a programszervezés jövőjével kapcsolatos célokat, elképzeléseket. Továbbá javaslatot teszek az aktuális környezetet és a szervezést érintő problémák megoldására.

A téma fontosságát mutatja, hogy az 1993 óta megrendezésre kerülő Sziget Fesztivál már hungarikumnak számít, ezen kívül 2009-ban a hatodik alkalommal átadott „Ernst & Young Entrepreneur Of The Year” („Az év üzletembere”) díjat Gerendai Károly, a Sziget Kft. ügyvezető igazgatója nyerte el.

A Diákszigetnek induló fesztivál az egyre színvonalasabb programokkal, elismertebb előadókkal és a szervezés fejlődésével vált a ma ismert Sziget Fesztivállá.

MELICHER ORSOLYA

Végzés éve: 2009

Vezetés-szervezés (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Gelei András
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

ÜZLETI TANÁCSADÓK ÉS SZERVEZETFEJLESZTŐK LEHETSÉGES EGYÜTTMŰKÖDÉSE

Potential cooperation of management consultants and organization development consultants

A szervezeti tényezők izolált kezelése a tervezett szervezeti változtatások egyik kritikus pontja, amely sokszor a szervezetráfordítási programok kudarcához vezet. Beer és Nohria (2000) E- és O megközelítésében arra a következtetésre jutott, hogy a szervezeti változások irányítása kapcsán a „kemény” és a „puha” tényezők együttkezelésével a vállalatok versenyelőnyre tehetnek szert. A fenti elmélet kapcsán dolgozatomban a „kemény” és „puha” tényezők együttes kezelésének kérdését vizsgálom a szervezeti változásokat segítő tanácsadásban.

Az elméleti részben bemutatom az üzleti tanácsadás és az OD tanácsadás legfontosabb céljait, sajátosságait és fejlődési irányait. Miután megindokoltam az üzleti tanácsadás és a szervezetfejlesztés szavak szétválasztását, megállapítom, hogy mind az üzleti tanácsadásban, mind az OD tanácsadás módszereiben egyaránt nő a „kemény” és a „puha” tényezők együttkezelésének szerepe.

A dolgozat kutatási részében arra a kérdésre keresem a választ, hogy milyen gátjai és előmozdítói lehetnek az üzleti tanácsadók és OD tanácsadók együttműködésének. Kutatásom eredményeit üzleti tanácsadókkal, OD tanácsadókkal és a tanácsadók ügyfeleivel készült, félig strukturált kvalitatív interjúkra alapozom majd az eredményeket összegezem és összevettem a szakirodalommal. Kutatásom eredményeként azt a következtetést vonom le, hogy az üzleti tanácsadók és szervezetfejlesztők közötti együttműködés létrejöhet, és ehhez pozitívan megvalósult példákat is bemutatok. A kutatásból megállapítom, hogy a tanácsadók használják egymás módszereit, ami a „kemény” és a „puha” tényezők integrálásának irányába mutat. Továbbá arra az eredményre jutok, hogy az együttműködés gátjai és nehézségei hangsúlyosabbak, mint annak előmozdítói. Az együttműködés egyik fontos gátló tényezőjeként a szemléletbeli különbséget véltem felfedezni. Az ügyfelek igénye és a tanácsadói vélemények abba az irányba mutatnak, hogy a szakértői és folyamat-tanácsadói kompetenciáknak ideális esetben egy személyben vagy egy cégben kell integrálódnia.

MÉSZÁROS ORSOLYA

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Zoltayné Paprika Zita
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

AZ INTUÍCIÓ HATÁSA A VEZETŐI DÖNTÉSEKBEN

The effect of intuition on managerial decisions

Dolgozatunk célkitűzése, hogy megállapítsa az intuíció szerepét a vezetői döntéshozatalban. Rendre megvizsgáljuk annak természetét vezetői típustól, döntéssalkotási fázistól és döntési szituációtól függően. Mindebből levont következtetéseinkre és interjúalanyaink szaktudására alapozva képet alakítunk ki az intuitív vezetői döntések hatásáról a válság során, majd következtetéseket vonunk le arra nézve, hogyan változhat az intuíció súlya a jövőben. Dolgozatunk alapvető kérdése, hogyan jelenik meg az intuíció a vezetői döntésekben és jelentőségében milyen változás következhet be a válság hatására és az után.

Mindehhez a felhasznált szakirodalom mellett interjúalanyaink tudására támaszkodtunk; név szerint: Antal Erzsébet, a Tesco Global Zrt. pénzügyi vezetője; Bojár Gábor, a Graphisoft társalapítója és az igazgatóság elnöke; Király Júlia, a Magyar Nemzeti Bank alelnöke; Kürti Tamás, a Kürt Zrt. alelnöke és dr. Madarász László, a Korona Zrt. vezérigazgatója.

Az intuíció fogalmának definiálását követően a vezetői típusokat vizsgálva megállapítjuk, hogy a sikeres vezetői döntésekben mindig is szerepe volt az intuíciónak. Ennek mértékét a döntési folyamat fázisa és a környezet határozza meg.

A klasszikus döntéssalkotási folyamatot tekintve látható, hogy az minden döntés alkalmával megtörténik, ugyanakkor az intuíció, főleg a döntés-előkészítést képes jelentősen lerövidíteni, tömöríteni, melyet csak későbbi elemzéssel fejthetünk fel.

A döntési szituációt elemezve arra következtetésre jutunk, hogy az intuíció szerepe jelentősen megnő a kaotikus, komplex, kevésbé kiszámítható környezetben, így a válság idején különösen.

Következtetésünk, hogy a válság hozta során turbulenssé, kaotikussá vált környezetben, mely kevésbé átlátható és bizonytalan az intuíció, a korábbi tapasztalatokra támaszkodva, versenyelőnyt jelentő tényezővé válhat a vezetői döntésekben.

A válság során meghozott, stratégiai szempontból fontos intuitív döntésekből a jövőre vonatkoztatható tanulságként megfogalmazható, hogy ezen döntéseket folyamatos, racionális érveken alapuló visszacsatolásnak kell kísérnie, annak érdekében, hogy minimalizálni tudjuk a megérzéseken alapuló esetleges negatív hatásokat, és az intuitív döntés valóban versenyelőnyé váljon.

MÉSZÁROS THOMAS RICHARD

I. évfolyam

Economics (M)

Közép-európai Egyetem

*Konzulens: Dr. Tasnádi Attila
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

A VESEÁTÜLTETÉS EGY ÚJ MEGKÖZELÍTÉSE

A new perspective of kidney exchange

Dolgozatomban a párosítási problémákon keresztül vizsgálom a donorvesék és a vesére várakozó páciensek hozzárendelését. A dolgozat elején áttekintem a veseátültetés közelmúltbeli helyzetét az USA-ban, majd bemutatom a biológiából szükséges háttérrel, hogy megértsük, milyen inkompatibilitási problémák adódhatnak vesetranszplantáció előtt. A dolgozat fő részében ismertetem a 2005-ben New Englandben bevezetett „Top Trading Cycles and Chains” (TTCC) eljárás alapuló rendszert. Ezen új rendszer képes a biológiai inkompatibilitások hatékony kezelésére, és ennek a rendszernek köszönhetően megnövekszik a szabad átültetésekre váró vesék piaca, így több veseátültetésre kerül sor. Ez csökkenti a várakozási időt a vese várólistán és így nő a társadalom összjóléte a meggyógyult betegeken keresztül. A dolgozat végén áttekintem a magyarországi közelmúltbeli vesetranszplantációs adatokat és kiemelem, hogy fontos lenne az élődonoros átültetések számát növelni. Az összegzés folyamán összekapcsolom a jelenlegi vesetranszplantációs programokat a TTCC eljárással és bemutatom annak előnyeit és hátrányait. Dolgozatom célja, hogy ezen új vesetranszplantációs programot bemutassa és felhívja a figyelmet az élődonoros átültetések fontosságára. Dolgozatomban nem vizsgálom a veseátültetés morális, etikai problémáit és jogi környezetét, helyette az algoritmus matematikájára és a társadalmi közgazdasági előnyeire koncentrálok.

MEZEI BÁLINT

I. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Fiáth Attila
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

**FEJLŐDÉS VAGY VERGŐDÉS?
A HAZAI GYÓGYSZERGYÁRTÓK ÜZLETI ELEMZÉSE (2005–2010) A KRKA
BENCHMARK ADATAINAK SEGÍTSÉGÉVEL**

Development or suffering?

Business analysis of the Hungarian pharmaceutical companies (2005-2010) using Krka as benchmark

„Fejlődés vagy vergődés” című dolgozatomban a magyarországi generikus gyógyszeripar két legjelentősebb, önállóan értékelhető, hazai gyártóbázissal és hosszú távú magyarországi elkötelezettséggel rendelkező vállalatát, az Egis Nyrt.-t és a Richter Gedeon Nyrt.-t vizsgálom az üzleti elemzés módszertana segítségével. Célom az volt, hogy a vállalatok stratégiai csoportjának vezető vállalata, a szlovén Krka benchmark adatainak segítségével átfogó diagnózist adjak a Richter és az Egis versenyképességéről.

A gyógyszeripar hazai és uniós kulcspontját bemutató bevezetés után rátérek a generikus gyógyszeripar üzleti környezetének elemzésére. A magyarországi gyógyszeripar szabályozásának és a generikus iparág általános versenykörnyezetének áttekintésével alapozom meg a pénzügyi elemzést. A részletes pénzügyi elemzés során Virág (2004) pénzügyi mutatószámokra támaszkodó elemzési módszertanát alkalmazom, inputként a nyilvános beszámolókból kinyerhető információkat használva. A dolgozatot a gazdasági hozzáadott érték (EVA) becslésével és a mutatószám részadataiból levonható következtetésekkel zárom.

Az üzleti elemzés során számos fejlődési pontot azonosítok. Az Egis jövőbeli fejlődésének egyik kulcspontja az, hogyan tudja szűk stratégiai mozgásterével leküzdeni elsősorban az örökölt gyengeségeit: a magyarországi értékesítési túlsúlyból és a nem diverzifikált termékportfólióból adódó „egy lábón állást”. A működési hatékonyság javításával, a közvetett költségek szintjének csökkentésével, a perspektivikus régiókba való beruházással és a biotechnológiai portfólió megalapozásával ugyanis komoly növekedést érhet el a vállalat a következő egy-két évtizedben.

A Richter az Egisnél kedvezőbb kiindulópontból várhatja a következő évtizedet. A vállalat előtt adódó legnagyobb lehetőség a meglévő biotechnológiai portfólió továbbfejlesztése és a részpiac gyors növekedése. A Richter pénzügyi eredményessége elsősorban a jövedelmezőség tekintetében közelíti meg a Krka benchmark-szintjét – az EVA-mutatóból olvasható ki, hogy a nagykereskedelmi üzletág alacsony hatékonysága és jövedelmezősége rontja le igazán a konszolidált értékeket. A non-core tevékenységek óvatos leépítése jelentős megtérüléssel járna a Richter esetében.

Dolgozatomat azzal a megállapítással zárom, hogy az iparág és kiemelten e két vállalat üzletmenetének alakulása kulcsfontosságú a nemzetgazdaság szempontjából: a társaságok gyors fejlődésének pozitív tovaryűrűző hatásai lennének Magyarországon.

MEZEI BÁLINT

I. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kutasi Gábor
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

VÁLSÁGOS IDŐK: ARGENTÍNA ÉS MAGYARORSZÁG

Times of crisis: Argentina and Hungary

Argentínának 2001 és 2002 között súlyos gazdasági válsággal kellett szembenéznie, míg Magyarország 2008 októberében került igazán nehéz helyzetbe – a magyar és az argentin helyzet között a földrajzi, kulturális és gazdaságszerkezeti eltérések ellenére számos hasonlóságot fedezett fel a nemzetközi gazdasági sajtó. Kutatási céloom az volt, hogy e párhuzamosságok helyességét igazoljam vagy elvesszem.

A tanulmány kimutatja, hogy a klasszikus válságtünetek (piaci buborékok kidurranása, bankválság, valutaválság) mindkét országban megjelentek, miközben azok kiváltó okai egészen eltérő eredetűek voltak. Argentínában elsősorban a gazdaságpolitika elhibázott stratégiája állt a válság kirobbanása mögött: a peso dollárhoz való kemény rögzítése sem a fiskális politika, sem a külkereskedelem tekintetében nem volt megalapozott, miközben a nemzetgazdaság finanszírozási igényét nem tudták belső megtakarításokból fedezni.

A sérülékenységeket a fiskális politika rugalmatlansága tovább növelte, az adósság törlesztési terheire pedig 2001–2002-re nem volt elegendő nemzetközi tartalék. A gyors lefolyású válság komoly kihívás elé állította a nemzetközi szervezeteket is.

Magyarországot nagyrészt elhibázott gazdaságpolitikája miatt a világgazdasági válság régiós társainál érzékenyebben érintette. Mind az államháztartási, mind a folyó fizetési mérleg a vizsgált évtizedben folyamatos hiányt mutatott, az ikerdeficit pedig definíciószerűen felpörgette a bruttó adósságállományt. A gazdasági növekedés alacsony szintje és a vállalati és lakossági szektor devizakitettsége drasztikus növekedése tovább növelte a finanszírozási feszültséget. A válság következtében hirtelen lecsökkent nemzetközi kockázatvállalási hajlandóság kiszárította a magyar állampapírpiacot, a nemzetközi hitelcsomag azonban elhárította a közvetlen csődveszélyt.

Dolgozatomban a monetáris, fiskális és strukturális politikák, az adósságmenedzsment és a külpiazi sokkok részletes vizsgálata és azok összehasonlítása elősegíti a kiváltó okok különbségének alaposabb megismerését. Eközben rámutat arra, hogy bizonyos scenáriók szerint a két válság végeredményében akár még hasonlíthat is egymásra. Argentína válságkezelési krónikájában található meg azokat a kritikus hibákat, melyek elkerülése kulcsfontosságú lehet a magyar kilábalás szemszögéből. Kutatásom legfőbb tanulsága, hogy soha nem késő felállítani a megfelelő diagnózist; a válságok tudatosítása nélkül ugyanis a válságkezelés is eredménytelen lesz.

MEZEI PÉTER

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Debreceni Egyetem

Közgazdaság- és Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Erdey László
egyetemi docens, Debreceni Egyetem*

**AZ ONLINE VÍRUSMARKETING ALKALMAZHATÓSÁGA
ONLINE VÍRUSMARKETING A GYAKORLATBAN – LEHETSÉGES PROBLÉMÁK ÉS
MEGOLDÁSI JAVASLATOK**

Applicability of the online viral marketing. Online viral marketing in practice – Problems and possible recommendations

Dolgozatomban egy két éve elkezdett kísérletsorozat eredményeit feldolgozva mutatom be a vírusmarketing gyakorlati alkalmazhatóságát a hazai KKV-k számára.

Az elmúlt évek során – mialatt egyre jobban elmélyültem marketing tanulmányaimban és megismerkedtem a gerillamarketinggel – szembesültem azzal a problémával, hogy a hazai KKV-k által potenciálisan felhasználható gerillammarketing és azon belül is a vírusmarketing gyakorlati megvalósíthatósága számos olyan hibalehetőséget rejt magában, amelyről az elérhető magyar nyelvű szakirodalom nem, vagy csak kis mértékben tesz említést. A szakirodalom hiányosságait olyan problémaként észleltem, amely akadály lehet az online gerillammarketing és azon belül is a vírusmarketing KKV-k általi felhasználásának.

A dolgozatban a vállalati attitűd történeti fejlődésének és a modern marketing pszichológia bemutatásán keresztül mutatom be azokat a problémákat, amelyek gátolják a nagyvállalatok által felhasznált marketing eszközök KKV-k általi felhasználását, majd bemutatom a gerillammarketinget, mint potenciális megoldási lehetőséget. Az online gerillammarketing és az online kommunikációs modellek ismertetésén túl bemutatom azt a négy saját kísérletet, amelyek során vírusmarketing kampányokat indítva próbáltam megfigyelni a vírusmarketing gyakorlati működését és összegyűjteni a használat során potenciálisan felmerülő problémákat. A kísérletek során törekedtem a következetességre, valamint a folytonosságra.

A kísérletekben a már korábban feltárt hibalehetőségeket az azokra adott válaszaim segítségével próbáltam minimalizálni és a korábbinál jobb eredményeket elérni.

Dolgozatom zárásaként összegeztem a kutatásaim során összegyűjtött a vírusmarketing során potenciálisan felmerülő huszoneköt hibalehetőséget, valamint az egyes kísérletekkel igazoltam, hogy a hibalehetőségekre adott válaszaim a gyakorlatban megoldási alternatívát jelentenek a hibák elkerülésére.

MEZŐ JÚLIA VERONIKA

I. évfolyam

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (M)

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Udvari Beáta
PhD hallgató, Szegedi Tudományegyetem*

*Dr. Lukovics Miklós
egyetemi adjunktus, Szegedi Tudományegyetem*

KÍNA AFRIKA-POLITIKÁJA: MINDEN MINDEGY?

China's Africa Policy: Does anything matter?

A tanulmány Kína fekete-afrikai megjelenésével foglalkozik, mely téma igen aktuális, hiszen az ezredforduló óta látványosan megélnkültek a sino-afrikai gazdasági és politikai kapcsolatok. A dolgozat célja, hogy statisztikai eszközök segítségével meghatározza: milyen motivációk állnak Kína Fekete-Afrikához való közeledésének háttérében a kereskedelem szempontjából? A lehetséges motivációk közül kiemelt figyelmet kap a kőolaj, mely jelentős vonzóerőt kölcsönöz az afrikai térségnek.

A cél eléréséhez hipotézisvizsgálatokat és korrelációs számítást végeztünk, összesen 11 mutató felhasználásával. A hipotézisvizsgálatokhoz független mintás t-próbákat és páros t-próbákat alkalmaztunk. A vizsgálatok alapmutatói a Kína és a fekete-afrikai országok közötti bilaterális kereskedelmi adatok az 1995–1998, illetve a 2005–2008 közötti időszakokban. Ezek mellett további, az elemzésbe bevont 38 fekete-afrikai országot jellemző olyan kereskedelmi, makrogazdasági, politikai és egyéb indikátorokat alkalmaztunk, melyek befolyásolhatják a két régió közötti kereskedelem alakulását.

A vizsgálatok alátámasztották, hogy a Kína és Fekete-Afrika közötti kereskedelem értéke szignifikánsan növekedett a két időszak között, illetve, hogy Kína részaránya a fekete-afrikai országok külkereskedelmében szintén szignifikánsan megnőtt. Ez alapján elmondható, hogy Fekete-Afrika számára Kína valóban egyre jelentősebb kereskedelmi partner. Továbbá bebizonyosodott, hogy Kína szignifikánsan nagyobb értékben importál azokból a fekete-afrikai államokból, amelyek „olajországnak” tekinthetők, azaz nettó olajexportőrök. Ez igazolja, hogy a kőolaj meglete valóban erős motiváló tényezőt képvisel Kína Afrikához való közeledésében.

A két időszakra külön-külön elvégzett korrelációs számítás hasonlóképpen arra az eredményre vezetett, hogy a gazdagabb és ásványkincsekkel rendelkező fekete-afrikai államok többet tudtak exportálni Kínába, Kína Fekete-Afrikába irányuló kivitele pedig csak a partnerországok népességével és GDP-jével mutatott pozitív kapcsolatot, vagyis a piac nagyságán és az olaj meglétén kívül semmilyen más politikai vagy gazdasági tényező nem befolyásolta a kereskedelem alakulását a két fél között.

MIHÁLY LÁSZLÓ

I. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Miller György
egyetemi docens, Károly Róbert Főiskola*

A KÖZÚTI ÁRUSZÁLLÍTÁS KÁROSANYAG-KIBOCSÁTÁSÁNAK CSÖKKENTÉSI LEHETŐSÉGEI AZ EURÓPAI UNIÓBAN

The reducing opportunities of the road transport exhaust emissions in the European Union

Napjainkban a környezetszennyezés hatalmas kihívások elé állítja a tudósokat, politikusokat, vállalkozókat. Mivel a szállítási ágazat adja a világ károsanyag-kibocsátásának közel 20%-át, e területen sem kerülhető el a fejlesztés és a szabályozás. Amíg igényünk van arra, hogy a termelés ne álljon le, és így boltok polcai megteljenek áruval, a szállításból adódó környezeti terhelést nem lehet megakadályozni. Ha megszüntetni nem tudjuk, meg kell próbálnunk csökkenteni azt. Dolgozatomban azzal foglalkozom, hogy ezt a csökkenést milyen módszerekkel és technológiákkal lehet elősegíteni, és ez a Scania tehergépjármű-gyártó márkánál hogyan működik.

A kutatás során készített mélyinterjúk alapján megállapítható, hogy a vizsgált szakterület több tudományágot is érint, így a kutatási eredmények több szemszögből is értelmezhetők. Ezért összefogom a környezetvédelmi, a műszaki, és a közgazdaságtudományi ismereteket, melynek egy komplex vizsgálat lesz az eredménye.

Vizsgálatom kiterjed a fuvarozási tevékenység érintettjeire, és a szereplők lehetséges olyan kapcsolatait is feltárom, melyek hozzájárulnak a környezeti terhelés csökkentéséhez. Megállapításaimban megtérülés vizsgálatokkal egészítem ki az érintettek kapcsolatrendszerére vonatkozó következtetéseimet. Számításaimmal alátámasztom, hogy a károsanyag-kibocsátás csökkentése az áru fuvarozás területén nem feltétlenül jár jelentős költségnövekedéssel.

Dolgozatom további célja, hogy egy szükséges, elkerülhetetlen környezetterhelő folyamatot más nézőpontból mutassak be, és ezzel egy szemléletformálást idézzek elő. Ennek következtében remélhetőleg nem sűrű füsttel kormozó, balesetek fő okozójaként feltüntetett eszközöknek tekintjük majd a nagy haszongépjárműveket, hanem a legmodernebb technológiákat használó, minimálisan környezetszennyező kiszolgáló egységeknek.

MIKÓ GERGŐ

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Illés B. Csaba
egyetemi tanár, Szent István Egyetem*

*Dr. Gyenge Balázs
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

ÚJ TAKARMÁNYKEVERŐ LÉTESÍTÉSÉNEK BERUHÁZÁS-GAZDASÁGOSSÁGI VIZSGÁLATA A MA-KA KFT.-NÉL

Investment analyse of the new feed plant at MA-KA Ltd.

A TDK dolgozatomban a MA-KA Kft. által megvalósítandó takarmánykeverő üzem beruházás-gazdaságossági vizsgálatát végeztem el. Arra kerestem a választ, hogy érdemes-e adott körülmények között pénzt fektetni az üzem megépítésébe, és ha igen, mekkora a projekt megtérülési ideje.

A gazdasági válság utáni időszakban még fontosabbá vált a befektetőknél a pontosabb adatok közlése. A nagyobb volumenű beruházások esetében nélkülözhetetlen a pénzügyi terv készítése.

Az általam vizsgált takarmánykeverő üzemet Szentesen fogják felépíteni. A MA-KA Kft. mellett az UB Merchants Kft. a beruházásnál társtulajdonosként jelenik meg.

A dolgozat szakirodalmi áttekintésében a beruházás és a befektetés fogalmát, valamint a beruházások csoportosítását ismertetem. Ezt követően a beruházás gazdaságossági vizsgálatok statikus és dinamikus számítási módszereit mutatom be.

Mivel a beruházások megvalósítása időhöz kötött, így Gantt-diagram segítségével elkészítettem a keverőüzem megépítésének az átfutási idejét a tervezéstől egészen a próbatüzem elindításáig.

A vizsgált vállalkozás a rendelkezésemre bocsájtotta tervezett árbevételeit és költségeit, amelyekből létrehoztam a cashflow kimutatásomat. A kalkuláció elkészítésénél a legnagyobb feladatot a kalkulatív kamatláb meghatározása jelentette. Ennek kiszámításához a CAPM modellt alkalmaztam. A további adatokat a MA-KA Kft. által elkészített eredménytervből és mérlegtervből emeltem ki.

A cashflow kimutatás alapján meghatároztam a nettó jelenértéket. Ezután kiszámításra került a megtérülési idő, a diszkontált megtérülési idő, a belső megtérülési ráta és a jövedelmezőségi index.

A beruházások kockázattal járnak, így annak nagysága meghatározására egy érzékenységi vizsgálatot is készítettem. A vizsgálat során a nettó jelenértéket a költségváltozás és a bevételváltozás függvényében számoltam ki.

A számítások eredményeit és az ezekből levont következtetéseket, javaslatokat a dolgozat végén mutatom be.

MIRICZ ANIKÓ

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Eszterházy Károly Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Hollóné dr. Kacsó Erzsébet
főiskolai tanár, Eszterházy Károly Főiskola*

**PIACI ÉRTÉKELŐDÉS ÉS VÁLLALATI TELJESÍTMÉNYEKRE ALAPOZOTT
ÉRTÉKELÉS ÖSSZEFÜGGÉSE KÉT TŐZSDEI CÉG PÉLDÁJÁN**

Coherence between market-based evaluation and corporate performance-based evaluation in respect of two company in stock exchange

A napjainkban egyre fokozódó piaci-gazdasági verseny megköveteli a vállalatoktól (illetve a vállalatokról) a szakzerű, józan gazdasági helyzetértékelést és elemzést. A vállalatértékelés eszköztára igen gazdag, az egyszerű pénzügyi mutatóktól a komplex mutatószámrendszerekig rengeteg lehetőség áll rendelkezésünkre.

Dolgozatomban arra kerestem a választ, hogy a 20 éve működő magyar tőzsdén két – 16 éve a tőzsdén lévő – gyógyszeripari nagyvállalat vonatkozásában kimutatható-e kapcsolat a részvényárfolyam és a vállalati teljesítmény alakulása között. A vizsgálat alanyai a Richter Gedeon Nyrt. és az Egis Gyógyszergyár Nyrt., a vizsgálat időintervalluma a 2001-től 2009-ig terjedő időszak. A kapcsolat feltárásához klasszikus pénzügyi mutatókat, hagyományos teljesítménymutatókat, illetve brókercégek által készített elemzéseket használtam.

A vállalati teljesítménymutatók és a részvényárfolyamok vizsgálata alapján feltételezésem igaznak bizonyult, azaz a 20 éves múltra visszatekintő magyar tőzsdén – két blue chip vonatkozásában – kimutatható az összefüggés a vállalati teljesítmény és a részvényárfolyam között. A kapcsolat rövid távon kevésbé, hosszú távon azonban tisztán látható. A CIB Bank Rt. által készített elemzések vizsgálata során a fair-, cél- és a piaci árfolyam között kerestem összefüggést, s e vizsgálatát során szintén bebizonyosodott a feltételezésem a piaci árfolyam és a vállalati teljesítmény kapcsolatának tekintetében.

Következtetések:

Míg a szakirodalmak manapság a komplex mutatószámrendszereket és a cash flow alapú értékeléseket részesítik előnyben, addig gyakorlatban a brókercégek elemzéseikben még mindig inkább a teljesítménymutatókat használják szívesebben.

A szakirodalmak és az elemzők különböző tartalmú mutatókat használnak azonos elnevezéssel, ezért minden vizsgálat elején nagyon fontos tisztázni, hogy hogyan értelmezzük az adott mutatót, milyen tartalommal használjuk azt.

Az általam készített vizsgálat és a CIB Bank Zrt. által közzétett elemzések alapján feltételezésem igaznak bizonyult, azaz a 20 éves magyar tőzsdén két blue chip tekintetében kimutatható a részvényárfolyam és a vállalati teljesítmény közötti összefüggés.

Minél hosszabb az időtáv, annál inkább látható a kapcsolat, tehát fontos tényező a vizsgált időintervallum hossza.

A témában nagy az adathalmaz, azonban igen kevés a háttér információ (elemzés, fogalommagyarázat), tehát nincs elegendő támpont befektetési döntések meghozatalához.

MÓDOS DÁNIEL

VI. évfolyam

Közgazdasági (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Hámori Balázs
egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem*

ADÓCSALÁS GAZDASÁGPSZICHOLÓGIAI NÉZŐPONTBÓL

Tax evasion in the light of behavioral economics

Amennyiben egy közgazdasági problémához egyéb nem közgazdasági motívumok is társulnak, ebben az esetben a nevezett szakmai jelenség „az egyéb motívumokkal” együtt oldható csak meg. Különös ismertető jege ez az adócsalás jelenségének is. A dolgozat az eddigi szakirodalommal ellentétben nem az adócsalást meghatározó tényezőkre fókuszál. A fókuszpontot az egyén döntésének azon aspektusa jelenti, amely az adócsalási szándékot egy konkrét adócsalási technika kialakulásából vezeti le.

A dolgozat ezt a választást tárgyalja. Bizonyításra kerül, hogy a választási mechanizmus a hordamagatartásnak egy speciális esete. Ebből levezetésre kerül, hogy az egyének összessége nyomán kialakuló döntések aggregátuma egy olyan kockázatközösséget hozhat létre, melyet evolúciós stabilitás jellemez, amit a valóságban az adócsalás perzisztenciájaként definiálhatunk. Ennek nyomán az alkalmazott modell újszerű ötleteket adhat az adócsalás visszaszorításához. Ezeknek az ötleteknek közös jellemzője, hogy a piaci szereplőkre, ez esetben az adócsalókra egyszerre hat és a szereplők döntési halmazát ugyanolyan módon változtatja meg.

Végül pedig megmutatom, hogy mind a valóságos keretek között, mind a modell korlátain belül a társadalmi és gazdasági várakozásoknak és a társadalmi viszonyoknak, normáknak komoly szerepük van, melyeket nem lehet figyelmen kívül hagyni semmilyen gazdaságpolitikai döntés során sem. Ez a tény leginkább az adócsalásra igaz.

MOHOS MELINDA

II. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Piros Márta Anna
főiskolai tanár, Károly Róbert Főiskola*

**MAGYARORSZÁG MUNKAERŐPIACI HELYZETÉNEK ELEMZÉSE A MIGRÁCIÓ
SZEMSZÖGÉBŐL, FIGYELEMBE VÉVE AZ EURÓPAI KÉPESÍTÉSI
KERETRENDSZER ELVÁRÁSAIT**

The analyzation of Hungary's situation within the labour market in the light of migration with respect to the requirements of the European Qualifications Framework

Dolgozatom egyik központi témája a migráció kérdésköre, mivel már régóta jelen van életünkben, folyamatosan változik, így időről időre aktuális, érdekes helyzeteket teremt az országok munkaerőpiacain, a társadalom összetételében. A másik fő témakör a teljesen új rendszer, az Európai Képesítési Keretrendszer (EKKR) bemutatására hivatott. E két témakör megfelelő bemutatása érdekében bekapcsolok egy harmadik témát, a magyar munkaerőpiac kérdéskörét, annak helyzetét, állapotát szemléltetem (2004–2008-ig).

Céljaim közt szerepel, hogy a Magyarországra érkező migránsok elégedettségét, elhelyezkedési esélyeit megvizsgáljam, az EKKR-t alaposabban tanulmányozzam: milyen lehetőségeket jelent, hogyan működhet a gyakorlatban, mennyiben nyújthat Magyarországnak megoldást az adott munkaerő-piaci helyzetben. Három feltevésem beigazolására kérdőíves felmérést készítettem a migránsok körében. Az első hipotézis a bevándorlók végzettségére, a második beilleszkedési esélyeikre vonatkozott. A harmadik feltevés, hogy a hozzánk érkezők nem próbálják meg elfogadtatni képesítésüket, vagy ha meg is próbálják, nem járnak sikerrel.

Dolgozatom első nagy egységében letisztázom a munkaerőpiachoz kapcsolódó fogalmakat, majd az aktuális munkaerőpiaci helyzetet illusztrálom 5 év tekintetében (2004–2008). Ezt követi a migrációhoz kapcsolódó irodalmi feldolgozás: a legfontosabb fogalmak definiálása, különböző szempontok alapján történő csoportosítása, motivációs tényezőinek felsorolása. Az Európai Képesítési Keretrendszer bemutatása következik, fő részeire, működési elvére összpontosítva, majd az Országos Képesítési Keretrendszer jellemzőinek feltárásával zárul az első nagy logikai egység.

A második fő részben kutatási munkám főbb ismérveit írom le. A kérdőíves vizsgálatban a Bevándorlási és Állampolgársági Hivatal ügyintézői, mint kérdezőbiztosok vettek részt.

A harmadik fő egység hipotéziseim eredményéről szól. Összefoglalva elmondható, részben helyes felvételeim voltak, részben azonban nem felelt meg állításom a valóságnak. A negyedik záró egységben javaslataimat gyűjtöttem össze a migrációs helyzethez, az EKKR-ről szóló és a munkaerőpiachoz kapcsolódó téma szempontjából egyaránt.

Dolgozatom összefoglalásaként annyit említenék meg, hogy a magyar munkaerőpiac szempontjából lényeges a migránsok népes tábora, jelenlétüket nem szabad figyelmen kívül hagyni. Megfelelő intézkedésekkel rendkívül pozitív helyzetet teremthetünk mind Magyarországnak, mind a migránsoknak. Nélkülözhetetlennek tartom a törvényi háttér átgondolt, ésszerű és átfogó kialakítását esetenként módosítását. Annak érdekében, hogy a Magyar Állam számára is könnyebb legyen a helyzet, mindenképpen javaslom az Európai Képesítési Keretrendszer kialakításának támogatását, az Országos Képesítési Keretrendszer megteremtését, mellyel egyszerűen „látható” lehet a külföldről érkezők tudása, szakértelme.

MOLNÁR BALÁZS

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Kerékgyártó Gábor
tudományos munkatárs, Budapesti Corvinus Egyetem*

A MEZŐGAZDASÁGBAN MŰKÖDŐ KKV SZEKTOR FEJLESZTÉSE

The development of the SMB sector of the Hungarian agriculture

Dolgozatomban azt a kérdést járom körül, hogy lehet-e a mezőgazdaság Magyarország egyik húzóágazata, és ha igen, akkor hogyan. Az írás első részében általános képet mutatok be a magyarországi KKV szektorról, illetve a hazai mezőgazdaság helyzetéről. Itt röviden kitérek arra, hogy hogyan alakult a rendszerváltás után a KKV-k helyzete, illetve jelenlegi tényadatok felhasználásával végzek egy rövid elemzést. Ezt követően az így kapott eredményeket felhasználva leszűkítem és konkrétan a mezőgazdaságban működő kis- és közép vállalkozásra fókuszálok. Elhelyezem őket a magyar vállalkozói struktúrában, illetve rövid helyzetképet adok. A továbbiakban a mezőgazdaság, mint iparágat vizsgálom, és azt mutatom be, hogy az általános értelmezéssel szemben a szektor nemcsak az élelmiszertermelést jelenti, hanem rengeteg más kiszolgáló vagy kapcsolódó iparágat is, vagyis a teljes Agrobusinessst. A fejezet végén arra mutatok rá, hogy a jelenlegi állapot nem megfelelő és, hogy az itt működő KKV-k igen nehéz helyzetben vannak. Rövid összegzésben azt írom le, hogy olyan fejlesztési célok és irányvonalak meghatározására van szükség, amelyek jobb helyzetbe hozhatják az iparági szereplőket. A dolgozat második nagy egységében az első részben meghatározott problémákra és tényekre építkezve fejlesztési javaslatokat hozok. Ezek saját kutató munka eredményei, illetve nemzetközi pozitív példák bemutatását jelentik. Alapvetően három irányelvet határozok meg, amelyek, úgy gondolom, a leginkább fejlesztésre szorulnak. Az írás végén, utolsó témaként bemutatom a jelenleg működő finanszírozási rendszert, illetve felvázolom, hogy milyen átalakítások révén lehetne azt hatékonyabbá tenni. Bemutatom azt a föld alapú támogatást (SAPS), amely teljesen előnytelen helyzetbe hozza a magyar vállalkozókat külfölddel szemben, továbbá, ezzel szembeállítom azt az új rendszert (SPS), amely sok kérdésre megoldást nyújthatna, ha áttérnénk rá. Utolsó pontként pedig ismertetem azokat a finanszírozási elképzeléseket, amelyekről úgy gondolom, hogy jelentős mértékben javíthatják az iparágban működő KKV-k helyzetét.

MOLNÁR DÁNIEL

II. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Eszterházy Károly Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Novotny Ádám
főiskolai adjunktus, Eszterházy Károly Főiskola*

FOGYASZTÓI ÜZLETVÁLASZTÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK AZ ÉLELMISZEREK PIACÁN

Determining factors of consumer grocery store choice

Napjainkban a fogyasztói magatartás elemzése a marketingtudomány meghatározó területévé vált. A fogyasztókban lejátszódó döntési folyamatok megismerésével és modellezésével lehetőség nyílik a vevők viselkedésének előrejelzésére, amely számos versenyelőny forrása lehet a vállalatok számára. A vásárlási döntési folyamat egyik kulcskérdése – legalábbis a kiskereskedelem szempontjából – az üzletválasztási szokások és preferenciák elemzése.

Kutatásom célja annak vizsgálata, hogy milyen szempontokat mérlegelnek a vásárlók az üzletválasztás során, illetve hogy mely szempontok (pl. választék, kényelem, eladók) a legfontosabbak a mindennapi cikkek forgalmazó üzlet kiválasztásánál. A kérdés megválaszolásához az Olach Zoltán által 1997-ben publikált modellt hívtam segítségül, annak empirikus tesztelését végeztem el.

Kérdőíves vizsgálatot végeztem 100 fős, nem és életkor szerint rétegzett reprezentatív mintán. A kedvenc bolttal való általános elégedettség és a jósló változók kapcsolatának tanulmányozása során korrelációs számítást, keresztábrás vizsgálatot, leíró statisztikai módszereket és regresszió-elemzést alkalmaztam.

Az elemzés alapján megállapítható, hogy az Olach-féle modell működése nem tökéletes, legalábbis a gyűjtött adatok nem igazolták teljes mértékben annak feltevéseit, a boltválasztást meghatározó különböző tényezők modell által javasolt súlyozását. A modellt átalakítva annak megbízhatósága javítható, illetve a lineáris regresszió segítségével felírt új egyenlet nagyobb valószínűséggel jósolja meg a bolttal való általános elégedettség értékét.

A kutatás alapján levont következtetések az üzletvezetők számára a gyakorlatban is hasznosíthatóak, akkor is, ha céljuk a forgalom rövidtávú növelése, vagy ha egy hosszabb távon is megbízható, tartós vásárlókört szeretnének kialakítani.

MOLNÁR ESZTER

VI. évfolyam

Marketing (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Pavluska Valéria
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

**A TÁRSADALMI MARKETING LEHETŐSÉGEI MAGYARORSZÁGON A
MOZGÁSSZEGÉNY ÉLETMÓDOT, MINT TÁRSADALMI PROBLÉMÁT VIZSGÁLVA**

Outlining the chances of social marketing in Hungary by considering the physical inactivity as a social problem

A világ társadalmait számtalan probléma övezi, amiknek a kezelésére több módszert bevetettek már a törvényalkotástól kezdve az oktatásig, változó sikerekkel. A társadalmi marketing egy új, innovatív megközelítése a társadalmi problémák kezelésének, amelynek célja, hogy a profitszférában bevált alapelvek és technikák alkalmazása révén olyan magatartásváltozást érjen el, ami mind az egyének, mind a társadalom javát szolgálja.

A dolgozat célja egyrészt, hogy egy konkrét társadalmi problémát, a mozgásszegény életmódot vizsgálva bemutassa a társadalmi marketing jellegzetességeit és ezzel párhuzamosan felhívja a figyelmet a társadalmi problémák megoldásának sürgősségére is. Másrészt, dolgozatommal szeretnék egy kis lépést tenni afelé, hogy a társadalmi marketing nagyobb figyelmet nyerjen Magyarországon, mivel a koncepció eddig nem nyert túl nagy figyelmet hazánkban.

A dolgozat első fejezetében a társadalmi marketinget elhelyezem a többi marketing koncepció között. A soron következő fejezetekben pedig a mozgásszegény életmódot, mint társadalmi problémát felhasználva, vázolom a társadalmi marketing jellegzetességeit, mindezt saját empirikus kutatásomra támaszkodva.

A kutatás módszertanul a kvantitatív kutatást választottam, amely a felsőfokú végzettséggel rendelkező 24-34 éves fiatalok szabadidősport fogyasztással kapcsolatos preferenciáit vizsgálja. A kutatás elsődleges célja általános tendenciák feltérképezése volt, amely felhasználható a társadalmi marketing eszközeinek szemléltetésére, illetve a társadalmi marketing megkülönböztetésére a profitorientált kereskedelmi marketingtől. Az eredményekből többek között kiderült, hogy az egyén sportfogyasztását döntően befolyásolja, hogy hogyan szocializálódott, illetve, hogy a sportolás szerete és a sportban való részvétel között statisztikailag szignifikáns kapcsolat van. Ugyanakkor arra is fény derült, hogy a sporthoz való pozitív viszonyulás nem vezet minden esetben testmozgáshoz: ők és a nem vagy ritkán sportolók a társadalmi marketing elsődleges célcsoportja.

MOLNÁR GYULA

I. évfolyam

Politikatudomány (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Sárosi Mária
egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem*

AZ AMERIKAI SZEMÉLYAUTÓ-IPAR A II. VILÁGHÁBORÚTÓL AZ EZREDFORDULÓIG

The passenger car industry of the United States from World War II to Millenium

A dolgozat témája az Egyesült Államok személyautó-iparának második világháború utáni története a kilencvenes évek végéig. A kronologikus áttekintés fókusza a marketing szerepe az egyes gépkocsi-típusok piaci sikerében, különös tekintettel a branding és a termék-pozicionálás kérdéseire. E mellett megvizsgálja, hogy az egyes autógyártó vállalatok hogyan reagáltak az amerikai társadalom szociológiai és demográfiai változásaira termékskálájuk kialakítása során.

A negyvenes években gyakorlatilag az amerikai személyautó-gyártás tette ki a világtermelés négyötödét, a kilencvenes évek végére azonban még a hazai piacon is a második helyre szorultak a japánból származó márkák mögött. A dolgozat bemutatja azt a folyamatot, ahogy az ötvenes-hatvanas évek sikerei után a hetvenes évektől az amerikai vállalatok sorozatos rossz döntésekkel elvesztették piacuk jó részét.

A negyvenes éveket jórészt a hiánygazdálkodás jellemezte, a sorozatos sztrájkok és a nehezen hozzáférhető nyersanyagok miatt a kereslet jócskán meghaladta a kínálatot, a fejlesztési verseny pedig meghatározta a cégek anyagi helyzetét. Az ötvenes éveket a sorozatos teljesítmény- és méretnövelés határozta meg, mellyel a kis, független márkák nem tudtak lépést tartani, összeolvadtak vagy eltűntek a piacról, szélsőségesen koncentrált vállalatstruktúrát alakítva ki ezzel. Az 1958-as recesszió nagymértékben átalakította a három detroiti óriás (Chrysler, Ford, General Motors) termékstruktúráját is, valamint a szuburbanizáció és az egyre gazdagabbá váló családok új típusú kocsikra teremtettek szükségletet: megszülettek a kis és gazdaságos kompaktautók, valamint a presztízs fogyasztásnak tekinthető personal luxury carok. A hatvanas években egy új fogyasztói csoport lépett be az új autók piacára: a fiatal, háború után született generációnak szánták a pony car és muscle car jellegű autókat. A hetvenes évektől megindult az iparág hanyatlása. Az importdömpingre javarészt a minőség csökkentésével reagáltak, az olajválság pedig nagyon gyors és radikális fejlesztésekre kényszerítette a cégeket. A szigorodó környezetvédelmi szabályozás miatt a nyolcvanas évektől a vásárlókat inkább a könnyű kisteherautók és minibuszok felé terelték, így a személykocsi fejlesztése egyre inkább háttérbe szorult.

Végeredményben megállapítható, hogy megfelelő marketingtevékenységgel valóban képesek voltak a cégek teljesen új brandeket, típusokat elfogadtatni a vásárlókkal, de ez csak abban az esetben volt lehetséges, ha az adott termék nem bírt kirívó műszaki hiányosságokkal. A nyolcvanas évektől az is bebizonyosodott, hogy azok a brandek, amelyeket nem akartak néhány évente újrapozicionálni, megőrizték népszerűségüket, míg amelyeket állandóan változtattak, elvesztették a vevők bizalmát. Ugyanígy a fogyasztók változó igényeinek kielégítésére jó példát szolgáltatnak a fél évszázad alatt bevezetett jó pár új járműkategória, azonban itt ki kell emelni, hogy ezeket a döntéseket sokszor nem a valóban felmért igény motiválta, hanem a vállalatvezetés összetétele és döntési mechanizmusa. A nem egyszer ötletszerű döntéseknek olykor hatalmas nyereség, míg más esetekben hatalmas bukás lett az eredménye.

MOLNÁR KITTI

II. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Szabó Lajos
professzor emeritus, Szent István Egyetem*

A SZEKSZÁRDI BORVIDÉK TURIZMUSÁNAK HELYZETE ÉS FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEI

The wineregion of Szekszárd's tourism's position and developmental opportunities

Tudományos munkámat a Szekszárdi borvidékről írom, annak turizmusban betöltött szerepéről és borturizmusának fontos magyar és nemzetközi helyzetéről. Többek közt Szekszárd megyei jogú városról lesz szó, az ott található látványosságokról és borpincéiről, taglalni fogom a város elképzeléseit a borúttal kapcsolatban és annak fejlesztésében való részvételéről.

Szó lesz a Szekszárdi Borúti Egyesületről, annak céljairól. Kitérek azokra a problémákra, amiket a legtöbb magyarországi borvidék, köztük a szekszárdi borvidék is igyekszik megoldani, gondolok itt az együttműködés és a marketing hiányára. Különböző pályázatok és programok segíthetik a fejlődést. A borúti állomások sajátosságaira külön kitérek például Ócsény repülőtérre és Sióagárd népművészetére.

Külön részben térek ki a borvidék különleges boraira: a bikavér, mint az egyik legjellegzetesebb bor, de jelentős még a merlot, cabernet franc, cabernet sauvignon és a chardonnay is.

A szekszárdi borvidék nem is létezne, ha nem lennének a családok által alapított borpincészetek. Dolgozatomhoz sikerült 3 borászt megkeresnem. A velük készült interjúk feltárják a pincészetek múltját, sikereiket, nemzetközi szerepléseiket, a borturizmusban való részvételüket és az elkövetkező évek fejlesztését. A turisztikai rendezvények közül a Szekszárdi Szüreti Fesztivál a legjobb példa arra, hogyan lehet egy kis várost igazi gasztronómiai fellelegvővé alakítani.

Dolgozatommal összesíteni szeretném azokat a fejlesztési stratégiákat és programokat, amik segíthetnek Szekszárdnak és a vonzás körzetében tartozó településeknek a turizmus fellendítésében, a szolgáltatások bővítésében és a borút népszerűsítésében. Remélhetőleg így a borvidék nemzetközi hírnév válhat a borászok, az itt lakók és a vendégek nem kis örömére.

MOLNÁR PÉTER

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Nyíregyházi Főiskola

Gazdasági és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Galó Miklós
főiskolai tanár, Nyíregyházi Főiskola*

AZ ÜZLETI TERV SZEREPE A VÁLLALKOZÁSOK ÉLETÉBEN

The role of business plans in the life of companies

A dolgozatom témája az üzleti terv szerepe a vállalkozások életében. Azért választottam ezt a témát, mert fontosnak tartom a tervezés szerepét, és kíváncsi voltam, hogy Magyarországon milyen gyakran készítenek üzleti tervet a vállalkozások, milyen célból, és mit tartanak benne a legfontosabbnak. Két célkitűzésem volt a kutatás elvégzésével. Az első, hogy kiderítsem, hogy mire használják a tervezést, és ez miben tér el a különböző ágazatokban. A másik pedig, hogy ez mennyire segíti elő a munkájukat, illetve, hogy készítenek-e olyan tervet, vagy a létező tervüknek van-e olyan része, ami valamilyen védelmet biztosít egy kialakulható válságra. A válság ma már nem ismeretlen kifejezés a vállalkozások számára, ugyanis az utóbbi 2 évben sokuknak „volt szerencséje” megtapasztalni, hogy milyen is mikor megbetegszik a cég. Összegyűjtöttem a számomra a kutatáshoz fontos szakirodalmat, és elég információt gyűjtöttem ahhoz, hogy megkezdjem a vizsgálatot. Az első felvetésem megválaszolásához négy interjút készítettem a gazdaság különböző szektoraiban tevékenykedő cégekkel, egy termelő, egy vendéglátó, egy ingatlan bérbeadó és üzletlánc üzemeltető, végül egy áruházat üzemeltető céggel. Mélyinterjút készítettem, hogy őszinte és pontos válaszokat kaphassak. A második felvetésemhez szintén négy beszélgetésen voltam, ahol már az üzleti terv eredményességéről érdeklődtem, és arról, hogy miként lehet felkészülni egy vállalat belüli válsághelyzetre. Érdemes-e egy újabb fejezettel kiegészíteni az üzleti tervet, mondhatni egy válság tervvel és hogy azt hogyan is lehetne felépíteni. Ezekre kerestem a választ és érdekes tapasztalatok birtokába jutottam, majd levontam a következtetéseket, és elkészítettem a szerintem ideális válság terv fejezetét az üzleti tervnek.

MONDA ESZTER

II. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Konzulens: Dr. Gyöngyössy Zoltán
főiskolai tanár, Óbudai Egyetem*

A NÉPI HAGYOMÁNYOK MEGJELENÉSE A HARTAI BÚTORFESTÉSZETBEN

The emergence of folk traditions in in the furniture painting of Harta

A dolgozat fő témája a hartai bútorfestészet eredetének, változásainak és a mai modernebb változatának bemutatása. Célja a kézművesség életképességének vizsgálata egy konkrét vállalkozás példájával szemléltetve. Megvizsgálja, hogy milyen egy ilyen vállalkozás piacon belüli elhelyezkedése, szerepe, lehetőségei, marketingkommunikációja.

A dolgozat célja továbbá a lehetséges vállalkozásfejlesztési stratégiák felvázolása.

MONOJLOVITS RITA

IV. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Konzulens: Papp Judit

füiskolai adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola

A LEHET MÁS A POLITIKA 2010-ES ORSZÁGGYŰLÉSI VÁLASZTÁSOK SORÁN ALKALMAZOTT MARKETINGSTRATÉGIÁJA

The marketing strategy of “Politics Can be Different” during the parliamentary elections, 2010

A tanulmány a Lehet Más a Politika marketingstratégiájának sikerét egészen a 2009-es pártalapítástól elemzi. A dolgozat célja, hogy feltárja a párt marketing stratégiáját alakító külső és belső tényezőket, és ezzel együtt bemutassa a marketing stratégia kialakításának menetét és annak megvalósítását. Ennek megfelelően kitér a párt szervezeti működésének és külső kommunikációjának a vizsgálatára is. Az elemzés érdekessége, hogy bemutatja mind a párt mind pedig a marketing stratégia fejlődését, illetve ezek egymásra hatását.

A szerző két hipotézist vizsgál. Az egyik, hogy a párt alacsony támogatottsága az alacsony ismertségével magyarázható. A másik, hogy a párt kampányanyaga, és ezáltal maga a párt is, összehasonlítható más szervezetekkel illetve pártokkal.

A tanulmány fő forrását a szerző általi kvalitatív kutatások adják. A kampányanyag elfogadottságát egy fókuszcsoport segítségével elemzi, míg a párt belső működésének és marketingstratégiájának vizsgálatához a Lehet Más a Politika tagjaival készült mélyinterjúkat veszi alapul. Mind a fókuszcsoportos, mind pedig az egyéni interjúkból kettő készült. Egy a 2010-es országgyűlési választások előtt, egy pedig azután. A szerző ezen kutatások eredményeit statisztikai adatokkal egészíti ki a téma minél átfogóbb feldolgozása érdekében.

A dolgozat a hipotézisek megválaszolásán túl mélyrehatóan elemzi a kampány 2 fázisát, melyeket össze is hasonlít.

A mű szintén bemutatja a párt szavazóinak összetételét és hátterét, legvégül pedig javaslatokat tesz az alkalmazott marketingstratégia javítására.

MONOSTORI ZOLTÁN

V. évfolyam

Gazdaságmatematikai elemző közgazdász (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Csávás Csaba
tudományos főmunkatárs, Magyar Nemzeti Bank*

**AZ ÖTÉVES MAGYAR SZUVERÉN FIX KAMATOZÁSÚ FORINTKÖTVÉNYEK
HOZAMAINAK DEKOMPOZÍCIÓJA**

Decomposition of the five-year Hungarian sovereign fixed income forint yields

Dolgozatomban bemutatom azokat a tényezőket, melyek befolyásolják a magyar államkötvények árfolyamait. Arra a kérdésre keresem a választ, hogy a világgazdasági válság alatt mely felárak mozgatták a hosszú lejáratú állampapírok hozamait. Egy Magyarországhoz hasonló, kis, nyitott, nettó hitelfelvevő gazdaságban a hozamgörbe pontjait egy biztos befektetés hozama, a várható devizaárfolyam-változás, és a befektetők kockázataiért elvárt felár határozzák meg. A felárat alapvetően négy fő kockázattípus befolyásolja: hitelkockázat, likviditási kockázat, devizaárfolyam-kockázat és kamatkockázat. Céлом ezeknek a kockázatoknak a feltérképezése, és a rájuk fizetett felárak becslése. Míg a hitel- és a likviditási kockázati prémium becslésére elfogadható proxykat találunk (CDS-szpredek és kamatswapszredek), a másik két tényező okozta felárát, valamint a várt devizaárfolyam-elmozdulás hatását együttesen vizsgálom. Így a várható devizaárfolyam-változás okozta hozamkülönbségre, valamint a devizaárfolyam-kockázatot és kamatkockázatot kompenzáló prémiumokra egy (a dolgozatban általam „maradék felár”-nak nevezett) együttes hozamot definiálok, melyet maradékelven számítok: a német államkötvény hozama feletti többlethozamból levonom a két (hitelkockázati és likviditási kockázati) becsült prémiumot. A modell azt mutatja, hogy a válság alatt az államkötvényhozamok növekedéséhez elsősorban a hitelkockázati felár és a likviditási felár járult hozzá. A maradék felár csökkenése a forint erősödésére vonatkozó befektetői várakozásoknak tudható be. Az ERM II árfolyamrendszerhez történő csatlakozás következményeként a magyar államkötvények hozama nagyon közel kerülne a megfelelő német papírokéhoz.

MOTYOVSZKI GERGŐ

IV. évfolyam

Alkalmazott közgazdaságtan (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Tóth Máté
közgazdasági elemző, Magyar Nemzeti Bank*

**KELL-E A JEGYBANKOKNAK AZ ESZKÖZÁRAK ALAKULÁSÁRA REAGÁLNI? – A
MONETÁRIS POLITIKA SZEREPE A SUBPRIME VÁLSÁG KIALAKULÁSÁBAN**

Should central banks react to asset price bubbles? – The role of monetary policy in the development of the subprime crisis

Az amerikai másodlagos jelzálogpiacról kiinduló likviditási válság az egész világ pénzügyi rendszerét megrázta, és ma a fejlett világ országainak jelentős része már recesszióba lépett. A krízis gyökerei kapcsán számos más tényező mellett felmerült a monetáris politika felelőssége is: a túlzottan olcsó pénz hozzájárult az ingatlanpiaci buborék felfújódásához. Dolgozatomban a válság okainak monetáris politikához kapcsolódó részét vizsgálom meg, és arra a következtetésre jutok, hogy a laza monetáris kondíciók valóban elősegítették az ingatlanpiac szárnyalását, ám ebben nem a monetáris politikáé a kizárólagos felelősség, hanem rengeteg megváltozott körülmény is közrejátszott a globális megtakarítási egyensúlytalanságoktól (savings glut) a hitelességi paradoxonig. Arról a kérdésről, hogy ezeket a megváltozott körülményeket hogyan kell kezelnie a jegybankoknak – nevezetesen, hogy az inflációs célkövetés rendszerét bővítsék-e ki, és reagáljanak az eszközárak alakulására is –, a közgazdasági szakmában jelenleg heves vita folyik. Az eszközárak megváltozott szerepét és a két álláspont („lean against the wind”, ill. „mop up”) fő érveit sorra véve azt a konklúziót vonom, hogy az eszközárak monetáris transzmissziós mechanizmusban való megnövekedett – ámde bizonytalan – szerepe miatt a jegybankoknak valamilyen módon figyelembe kell őket venniük, és bővíteni az inflációs célkövetés rendszerét, azonban ezen feladat bonyolultsága ezt technikailag még nem teszi lehetővé, tehát további kutatások szükségesek. Addig is megnő a jegybanki „judgement” súlya.

MUCSÁNYI ÁRON

III.évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Harsányi János Főiskola

*Konzulens: Dr. Czeglédi Csilla
főiskolai tanár, Harsányi János Főiskola*

WEB 2.0-ÁS ALKALMAZÁSOK HASZNÁLATA A FELSŐOKTATÁSI MARKETINGBEN

The use of Web 2.0 applications in the higher education marketing

Kutatásomban azt a kérdést tettem fel, hogy a marketingben már használt Web 2.0-ás alkalmazásokat át lehet-e ültetni a felsőoktatás területére, és ha igen, akkor milyen módon.

Dolgozatommal azt a célt tűztem ki, hogy olyan web 2.0-ás alkalmazásokat és alkalmazás struktúrákat mutassak be, melyek megfelelő felhasználása mellett a felsőoktatási kommunikáció és a felsőoktatási marketing is növelhetné hatékonyságát és olyan célcsoportokat lenne képes megszólítani, akiket jelenleg csak nagyon kis mértékben érnek el.

A napjainkban zajló információtechnológiai átalakulás hatására már-már kezelhetlenné válik a ránk zúduló adat dőmping, melynek megfelelő feldolgozására még nem vagyunk kellően felkészültek, és ebben az információs zajban sem a felsőoktatási intézmények sem a hallgatók üzenetei nem jutnak el a célközönséghez a megfelelő mértékben és intenzitással.

Összegzésként elmondható, hogy olyan alkalmazásokat mutatok be dolgozatomban, melyek hatékonyabbá tehetik a felsőoktatási intézmények változásmenedzsment folyamatait.

Másrészt kiemelt figyelemmel kezelem a Web 2.0-ás alkalmazások optimális használatához elkerülhetetlen attitűdváltást és ennek társadalmi környezetét.

Mindezek mellett nagy hangsúlyt fektetek a közösségi oldalak felhasználókezelési struktúrájára mely az általam javasolt „hibrid tér” alapját is képezi. Ennek használatával élővé és naprakésszé tehető a felsőoktatási intézmények és hallgatóik kommunikációja valamint a hallgatók közötti kooperáció.

MUCSI LAURA

III. évfolyam

Gazdaságinformatikus (A)

Pécs Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Dobay Péter
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

**AZ E-BUSINESS, MINT AZ ELEKTRONIKUS ÜZLETI TEVÉKENYSÉGGEL VALÓ
JÖVEDELMSZERZÉS KIALAKÍTÁSÁNAK FELTÉTELEI ÉS HATÁSA A
VÁLLALATOKRA**

Conditions and impacts of E-business solutions as a revenue-generating tool

Az alacsony beruházási költséggel és nagy profittal kecsegtető elektronikus üzlet lehetőségének felbukkanása sok piaci szereplőt átgondolatlan informatikai fejlesztésekre sarkallt. A dot-com „lufi” kipukkadása után azonban egyértelművé vált – az e-üzleti fejlesztések ellenére tönkrement cégek nagy számából adódóan –, hogy a vállalatok nem voltak képesek hatékonyan integrálni az e-business alkalmazásokat a meglévő vállalati folyamatokba, a fejlesztések nem hajtottak mérhető hasznot. Kutatásommal többek között ennek okait szeretném felfedni. Ebből kifolyólag fontos belátni, hogy alapvető különbségek vannak egy vállalat normál piaci és e-piaci működése között, amelyekkel tisztában kell lenni. Meg kell vizsgálni, hogy az adott szervezet készen áll-e az újfajta e-üzleti folyamatok adaptálására, képes-e kezelni az új alkalmazások bevezetéséből fakadó változásokat és azok szerteágazó hatásait. Dolgozatom célja, hogy útmutatást nyújtson egy e-business fejlesztés megvalósításához, valamint rávilágítson a fejlesztés során előforduló potenciális buktatókra. Ennek érdekében megvizsgálom a legfontosabb tényezőket, amelyek megléte, vagy hiánya döntően meghatározza az üzleti informatikai beruházás sikerességét.

Vizsgálatom során – felhasználva informatikai képzettségemet is – arra a következtetésre jutottam, hogy a sikeresség szempontjából a legfontosabb faktorok a vállalati információs infrastruktúra és az e-vállalati architektúra kiépítésének alapossága, valamint a vállalat üzleti felkészültségének helyes megítélése. A fentiek közül bármely tényező hiánya képes az e-üzleti informatikai fejlesztés sikerességének gátat szabni. Dolgozatom alapul szolgálhat az említett tényezők külön-külön történő további vizsgálatához.

MURVAI TAMÁS

V. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Konzulensek: Tasi Péter
pénzügy tanár, Budapesti Gazdasági Főiskola*

*Dr. Vigvári András
egyetemi tanár, Budapesti Gazdasági Főiskola*

**A PPP-PROGRAMOK CÉLJA, EREDMÉNYESSÉGE, EREDMÉNYTELENSÉGE A
KÖZÖSSÉGI BERUHÁZÁSOK FINANSZÍROZÁSÁBAN, KÜLÖNÖSKÉPPEN
MAGYARORSZÁGON**

The goal of ppp programs and its' success rate in financing public investments, focus on Hungary

Dolgozatom témaválasztását az aktuális magyarországi események, a hatékonyan működő állami és magánszféra partnersége révén létrejövő (PPP) beruházások eszméje ihlette. A dolgozat célja megfejteni, hogy miért nem működik Magyarországon egy máshol jól működő beruházási forma, a Value For Money elv, valamint a magyarországi PPP-k feltehetően rövid életciklusának bemutatása és magyarázat találása a jól felépített konstrukció hibás hazai alkalmazására.

E célokat a hazai beruházások között elsőként említett Művészetek Palotája projekt, a PPP konstrukció előnyeinek és hátrányainak bemutatása és összehasonlításaképp az ír "National Convention Centre" PPP-projekt elemzésén keresztül kívánom elérni.

Továbbá részletesen foglalkozom a tisztázatlan okok miatt megszüntetett PPP Tárcaközi Bizottsággal és próbálok választ találni a következő kérdésekre:

Mi az a PPP és mennyibe kerül az adófizetőknek Magyarországon?

A PPP, mint „olcsóbb” beruházási forma, miért nem szolgálja a költségvetési hiánycélok elérését Magyarországon és miért van szükség a megszüntetésére?

Mennyibe fog kerülni a költségvetésnek a jelenleg futó szerződések felfüggesztése/megszüntetése, szükség lesz e újabb különadókra?

Emellett röviden kitérek a nettó jelenérték számításra vonatkozó hazai szabályozás hiányosságaira és tárgyi tévedéseire.

NÁDASY KATALIN BERNADETT

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kerekes Sándor
egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem*

FENNTARTHATÓ FOGYASZTÁSI MÓDOKKAL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI ATTITÚD VIZSGÁLATA

Customer attitudes towards sustainable consumption

Vajon elképzelhető, hogy a jövőben a termékeket teljes mértékben felváltják a szolgáltatások? Tényleg az a jövő útja, hogy a gyártók nem arra törekednek, hogy újabb és újabb modelleket állítsanak elő, amit aztán értékesíthetnek, hanem inkább a termékek élettartamának növelése lesz a céljuk, fő profiljuk pedig nem termékek gyártása, hanem kölcsönzése lesz? Ameddig a szolgáltatás nagyobb versenyelőnyvel és kevesebb költséggel jár, mint a termék-előállítás, a gyártók valószínűleg hajlandók lesznek azt az üzleti modellt alkalmazni, mely a környezet számára is kíméletesebb. Ne felejtjük el azonban, hogy a vállalatok nem altruisták, ha adódik olyan modell, vagy gyártási eljárás, mely nagyobb versenyképességet, vagy kedvezőbb költségmegtakarítást biztosít számukra, a környezet érdekei háttérbe szorulhatnak az üzleti megfontolással szemben. Továbbá, ha a fenti feltételek meg is valósulnak, valóban radikális ökohatékony-ság-növekedést fog okozni a szolgáltatás alapú gazdaság megvalósulása? Elképzelhető, hogy az áttérés bizonyos javulást eredményez a termékek életciklusának növekedésében, a felhasznált erőforrások volumenének csökkenésében. A szolgáltatás alapú gazdaságra való áttérés azonban nem jelenti automatikusan a fogyasztás csökkenését, ennek megvalósulása nélkül pedig nem beszélhetünk valódi, fenntarthatóságot növelő változásról (Kerekes, 2008). Ezzel egyidejűleg felvetődik a kérdés, hogy a fogyasztók mennyire lesznek hajlandók lemondani a termékek birtoklásáról és lesznek hajlandóak azokat nem megvásárolni, hanem a használatukért fizetni? Milyen kompenzáció mellett lesznek hajlandók némi kényelmetlenséget vállalni, kompromisszumot kötni fogyasztásuk környezetbarátabbá tételére érdekében? Vagy hallani sem akarnak majd megszokott fogyasztási mintáik megváltoztatásáról és a szolgáltatás alapú gazdaság bukásra van ítélve a környezeti attitűd nagymértékű javulása nélkül?

Jelen dolgozatban ez utóbbi kérdésre keresem a választ. Megvizsgálom, milyen lehetőségek állnak jelenleg rendelkezésünkre fogyasztásunk fenntarthatóbbá tételére, majd a magyar fogyasztók funkcionális gazdasággal kapcsolatos attitűdjét mérem fel (funkcionális gazdaságon azt a típusú gazdaságot értjük, melyben a fogyasztó nem terméket, hanem a termék által előállított végeredményt vásárolja meg), megpróbálom megragadni, milyen tényezők gátolják, vagy segítik a szolgáltatások és termékek egybeolvasztását célzó újdonságokat. Nemzetközi kitekintés keretében megvizsgálom, hogy Magyarországon kívül, Nyugat-Európában és az Egyesült Államokban milyen attitűdökkel találkozunk. Végül megnézem, milyen módon lehetne a magyar fogyasztók számára vonzóbbá tenni a funkcionális gazdaság termékeit.

NAGY ADRIENN

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Eszterházy Károly Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Tánczos Tamás
adjunktus, Eszterházy Károly Főiskola*

**FÖLDÖN, VÍZEN, LEVEGŐBEN – A KÖZLEKEDÉSI INFRASTRUKTÚRA ÉS A
TERÜLETI VERSENYKÉPESSÉG ÖSSZEFÜGGÉSE AZ EURÓPAI UNIÓBAN**

Land, water and air – Relationship between traffic infrastructure and regional competitiveness in the
European Union

Az Európai Unió célja az elmaradottabb régióinak felzárkóztatása, ennek elérésében kulcsfontosságú elemként jelenik meg a közlekedési infrastruktúra. Egy-egy térség elérhetőségének a javítása számos olyan tényezőt befolyásol, amely a versenyképességet nagymértékben meghatározza, emellett azonban negatív hatásként jelenik meg a közlekedés okozta légszennyezettség. A természet a mobilitási igények növekedésével egyre nagyobb terhelésnek van kitéve, ezért a figyelmet nem elég csupán arra fordítani arra, hogy miként érhető el egy adott terület fejlődése, mindezt a környezetünk megóvásával kell véghezvinni.

A kutatásom során többek között arra kerestem a választ, hogy milyen összefüggés mutatható ki a közlekedési infrastruktúra fejlettsége és a versenyképesség között, valamint arra, hogy a közlekedési infrastruktúra fejlődése mennyiben járul hozzá a légszennyezettséghez. A dolgozatom célja, hogy ezen kérdések megválaszolása során bizonyosságot nyerjen a feltevés, miszerint a közlekedési infrastruktúra fejlődése, elsősorban a minőségének javítása pozitívan hat egy adott terület versenyképességére, ezáltal kiemelkedő lehetősége a területalapú fejlettségi különbségek mérséklésének. Továbbá, hogy a közlekedési infrastruktúra kiépítettségének növekedése a légszennyezettség növekedését is maga után vonja.

A közlekedési infrastruktúra fejlettségét vizsgáló elemzés során előállításra került egy komplex mutató, melyben a mennyiségi ismérvek mellett a minőségi jellemzők is megjelennek. A közlekedési infrastruktúra fejlettsége és a versenyképesség, valamint a légszennyezettség közötti összefüggések feltárása, illetve elemzése ezen mutató segítségével történt, melyhez többváltozós statisztikai módszereket alkalmaztam. A vizsgálat eredményeként megállapítható, hogy az Európai Unió 27 tagországában a versenyképességet a közlekedési infrastruktúra minősége, a légszennyezettséget pedig a kiépítettsége befolyásolja. Ez alapján elmondható, hogy a fenntartható fejlődéssel összhangban, a közlekedési infrastruktúrafejlesztések során a hangsúlyt a színvonal emelésére és a környezetkímélőbb közlekedési alágazatok erősítésére kell helyezni.

NAGY ADRIENN

Végzés éve: 2010

Gazdasági agrármérnök (O)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Káposzta József
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

A GAZDASÁGI VÁLSÁG HATÁSÁNAK VIZSGÁLATA A MAGYARORSZÁGI TURIZMUSRA

The examination of the effects of the economic crisis on the tourism in Hungary

A történelmi tapasztalatok azt mutatják, hogy a válságok alkalmat adnak a fejlődésre, hiszen komoly erőfeszítéseket és összefogást követelnek. A pénzügyi összeomlás és a gazdaság világméretű lejtmenete megnehezítette az idegenforgalom helyzetét is, amely rövid- és középtávon egyaránt visszaveti a fogyasztást. A válság nemcsak a magánszemélyeket érinti hátrányosan, hiszen az üzleti utak és konferenciák száma is jelentősen csökkent a vállalatok nehéz gazdasági helyzete következtében.

A rendkívül bizonytalan világgazdasági helyzet hatására a turizmus növekedése az elmúlt évben jelentős mértékben lelassult. 2004 és 2007 között évente átlagosan 7%-kal nőtt a nemzetközi turistautak száma, 2008 második félévében ez a növekedés azonban megtorpant. 2009-ben ez a folyamat várhatóan további gyengülést fog mutatni. Éves összevetésben 8 százalékkal esett vissza a nemzetközi turizmus az idei első negyedévben, január-márciusban világszerte 269 millió turista utazott külföldre, 22 millióval kevesebb, mint 2008 azonos időszakában.

Hazánk turizmusára is gyors ütemben hatott a válság, visszaesett a belföldi és külföldi vendégek száma is, mégis bizonyos szempontból akár jól is járhatunk a kialakult helyzettel, mivel hazánk a természeti, gasztronómiai és kulturális adottságainak köszönhetően tökéletes hely lehet a szabadidő eltöltésére. Ezek alapján a dolgozatom célja az, hogy:

- megvizsgáljam, hogy a gazdasági válság elindulása óta hogyan alakultak a turizmus ágazat jellemzői elsősorban Magyarországon,
- megvizsgáljam, hogy a válság következtében változtak-e, és ha igen, hogyan a fogyasztói igények a turisztikai szolgáltatások iránt,
- feltérképezem a turizmus ágazat fejlődési lehetőségeit a megváltozott világ-, illetve nemzetgazdasági helyzet tükrében.

NAGY CSILLA

I. évfolyam

Vidékfejlesztési agrármérnök (M)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulens: Dr. Nagy Géza
egyetemi tanár, Debreceni Egyetem*

**AZ AUTÓPÁLYA-ÉPÍTÉS GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI HATÁSÁNAK
VIZSGÁLATA HAJDÚNÁNÁSON**

Analysis the socio-economic effects of the highway construction on the development
of Hajdúnánás

Hajdúnánás és az autópályák kapcsolatát azért választottam a dolgozatom témájának, mivel én magam hajdúnánási vagyok és közvetlenül érintenek a településen zajló események, valamint az M35-ös autópálya Hajdúnánást érintő szakasza 2006-ban, az M3-asé pedig 2007-ben lett átadva.

A település helyzetének elemzésén keresztül, lakossági és vállalkozói réteg véleményének felméréseivel próbáltam meg felvázolni a lehetséges fejlesztési irányokat az autópályák jelenlétének tükrében. A kutatás végzésének célja az, hogy segíteni tudjam a város vezetőinek munkáját abban, hogy kihasználják az autópálya közelségében rejlő lehetőségeket.

A dolgozatom írásához szekunder és primer adatgyűjtést, információszerzést egyaránt alkalmaztam. Szekunder módszerként a szakirodalom tanulmányozását, internetes kereső programokat használtam és áttekintettem a helyi intézmények által rendelkezésemre bocsátott írásos anyagokat is. Primer módszerként használtam fel a térségből származó megfigyeléseimet, tapasztalataimat, internetes kérdőívet szerkesztettem magánszemélyek és vállalkozások számára.

A gazdasági világválság idején nehéz felmérni ilyen rövidtávon az autópálya érezhető hatásait, hiszen nem tud olyan nagy léptékű fejlődést mutatni a település recesszió idején, az utóbbi időkben megszorításokkal is meg kell küzdenie. Azonban vélemények, érzések, ötletek már megjelennek az autópálya lehetőségeinek kihasználásával kapcsolatban. Ezen javaslatokat továbbgondolva vázoltam fel a fejlődés lehetséges irányait.

Az autópályák közelsége, megteremtette a város számára a lehetőséget, hogy bekapcsolódjon az európai vérkeringésbe. Azonban a városnak orvosolnia kell a hiányosságait, a vállalkozói környezetet vonzóbbá kell tennie, így az elérhetőség javulásának generálnia kell a beruházási kedv növekedését, a meglévő kapcsolatok fejlődését, bővítését. A Hajdúböszörményi kistérség szerepe szintén fontos a város jövője szempontjából, hiszen megfelelő összefogással nagyobb volumenű beruházásokat is meg lehetne valósítani a kistérség területén. De sok munkára és legfőképpen összefogásra van szükség ahhoz, hogy ne csak megszülessenek, hanem meg is valósuljanak a jó ötletek.

NAGY DÁNIEL ATTILA

I. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Blahó András
egyetemi tanár, Nyugat-magyarországi Egyetem*

GLOBÁLIS KORMÁNYZÁS

Global governance

Dolgozatomban a globális kormányzás gazdasági dimenzióját vizsgálom. Kutatásomban szekunder adatgyűjtésre hivatkoztam a téma jellegéből kifolyólag. Két hipotézissel foglalkozom, az első, hogy a globális kormányzás megvalósulhat világkormány nélkül, és az utóbbinak a valószínűsége, hogy létrejön sokkal kisebb. A második a jelenlegi nemzetközi szervezetek jelentős megreformálásuk segítségével globális kormányzás rendszerét fenntartó intézményekké válhatnak.

A dolgozatot az alapvető fogalmak meghatározásával kezdtem, amelynek eredményeként megalkottam a globális kormányzás fogalmát saját megközelítésben. Következő részben bemutatom, hogy a jelenlegi globális válság mérföldkő, mert az államok közötti együttműködés és a globális szabályozás igénye jelentősen megnőtt.

A dolgozat következő fő részében a globalizáció három kulcsszereplőjének hatásait vizsgálom, vagyis az államokét, a nemzetközi szervezetekét és a transznacionális társaságokét. Következtetésem az, hogy az államok világgazdasági szerepe átalakulóban van, a globális egyensúlytalanságok fenntarthatatlanok és a kormányok közösen fogják kialakítani a jövőbeli multipoláris világrendet. A nemzetközi szervezetekre vonatkozóan számos javaslatot összegyűjtve arra a következtetésre jutottam, hogy megvalósításukkal a fennálló intézmények hatékonnyá tehetőek a globális kormányzás rendszerének működtetésére.

A világrend-elméletekkel foglalkozó fejezetben bemutatom az egyéb lehetséges alternatívákat, a globális kormányzás illeszkedését egyes elméletek feltételezéseire.

Dolgozatom utolsó részében a (gazdasági) globális kormányzás lehetséges rendszerét vázoltam fel és a bevezetésének menetét is kifejtem. Többszereplős folyamatnak tekintem, amelyben a kormányközi fórumoknak és a nemzetközi szervezeteknek van a legfontosabb szerepük.

A két vizsgált hipotézisem bizonyítása – meggyőződésem szerint – sikeres volt. A globális kormányzás megvalósításához az általam bemutatott rendszerben nem szükséges világkormány, hiszen az államok nem hajlandók az ahhoz elégséges mértékben lemondani szuverenitásukról. A globális szervezetekre vonatkozó számos javaslat igazolja, hogy nem szükséges újakat alkotni; a szervezetek képesek a szükséges mértékben átalakulni. A G20-ak feladata, hogy demokratikusabbá tegyék és bővítsék szerepkörüket.

NAGY ENIKŐ

Végzés éve: 2010

Pénzügy és számvitel (A)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulens: Dr. Tarnóczy Tibor
egyetemi docens, Debreceni Egyetem*

REÁLOPCIÓK ALKALMAZÁSA A PÉNZÜGYEKBEN

Finance applications of realoptions

Napjainkban a vállalkozások fő célja a vállalati vagyon, illetve érték növelése. A vállalkozás értékteremtésének méréséhez, azaz a korábbi értékhez képest elért növekedés meghatározásához, szükséges, hogy megfelelően becslni tudjuk a vállalat aktuális értékét. A befektetők szeretnék tudni, hogyan növekszik a befektetésük értéke, a befektetésük után milyen többelhozamra számíthatnak.

A vállalatok és a beruházások értékelésében hagyományosan az ún. diszkontált cash-flow módszert használják. Ez a módszer az esetek többségében jól használható, azonban vannak olyan esetek, amikor az értékeléshez opcionális jövőbeli lehetőségek kapcsolhatók, esetleg a bizonytalanságot is kezelni kell. Az ilyenek esetek megoldására kezdték el használni a pénzügyi eszközök értékelésére kidolgozott opcióárazási módszereket a reáleszközök területén is.

A dolgozatban bemutatásra kerül egy vállalatértékelési modell, amelyben kiindulási értéként a vállalati vagyon értékelésére a szabad cash flow kerül felhasználásra, majd a becslt vagyonérték felhasználásával a reálopciók értékelés és a két-dimenziós Monte Carlo-szimuláció összekapcsolásával kerül meghatározásra a vállalat piaci értéke. A modell egy tőzsdei vállalat adatainak felhasználásával került tesztelésre, és a modell megoldása az R statisztikai programcsomagban meglévő opcióértékelési és szimulációs lehetőségek felhasználásával történt.

A dolgozatban bemutatott modellszámítások alapján megállapítható, hogy a kialakított vállalatértékelési modell viszonylag megbízható eredménnyel működik. Mint mindenhol, persze itt is vannak hibák. A pontatlanságok nagy része abból adódik, hogy mi csupán külső szemlélők vagyunk, így csak a közzétett beszámoló adataival dolgozhattunk. Amennyiben belső, vállalati információkhoz is hozzá tudnánk jutni, a számításaink pontosabbak lehetnének, és jobb előrejelzéseket tudnánk készíteni. A modell eredményeként 15 533 465 eFt átlagú kapitalizációs értéket kaptunk, ugyanakkor a 2010. március 16-i tőzsdei kapitalizáció értéke: 14 843 000 eFt, ami 4,6 %-os eltérésnek felel meg. Ez az eltérés nem jelentős, de valószínűleg még kisebb eltérést kaphattunk volna, ha pontosabb információk állnak rendelkezésünkre, és részletesebb modellel dolgoztunk volna.

NAGY IMRE

II. évfolyam

Turizmus menedzsment (M)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Takács István
egyetemi docens, Károly Róbert Főiskola*

A VENDÉGLÁTÁS VÁLASZA A GAZDASÁGI VÁLSÁGRA

The response of catering industry to the economic crisis

Már 2006 óta tapasztalható a vendéglátóipar forgalmát érintő stagnálás, amit a 2009-ben jelentkező gazdasági válság csak tovább rontott. A Magyar Vendéglátók Ipartestületének elnöke szerint az ágazat egyharmada teljesen eltűnhet, ami akár 40 ezer munkahely megszűnésével is járhat. Igazán nagy problémával a 100-200 főt befogadni képes rendezvényes éttermek küzdenek, ellenben a 30-40 fős éttermekkel, ahol az üzemi költségek megfogásával, leépítéssel „áramvonalasabbá” tehetik az üzleteiket az ellenszélben. A tapasztalatok szerint az ilyen válságokat leginkább a luxuséttermek szenvedik meg, mert itt a legmagasabbak az állandó költségek. Komoly probléma továbbá, hogy nincs megfelelő számú polgári réteg, amely a kisvendéglők középső szegmensét jelentené. Vagy olcsó kifőzdék vannak, ahol az ár és a mennyiség számít, vagy csúcsgasztronómiai éttermek.

Dolgozatom célja, hogy saját tapasztalataim alapján és vendéglátó egységek vezetőivel készített interjúk segítségével valamint a szakirodalom kiegészítésével bemutassam a költségmegtakarítás és a profitmaximalizálás lehetőségeit ezen nehéz időszak átvészelésére. Ahhoz, hogy mindezt értékelhető formában készíthessem el, a vendéglátóegységeket kategóriájuk és elhelyezkedésük figyelembevételével mérem össze. Mindazon lehetőségek feltárása, amely mellőzi a dolgozói létszám leépítését kiemelt fontosságúak a dolgokat elkészítésekor.

Minden vendéglátóüzlet más. Más a környezet, más a berendezés, más a személyzet, a vezetés, a fogyasztók igénye, ezért nagyon összetett a téma vizsgálata. Mégis bízom benne, hogy sikerül az olvasójának ötleteket adni a pozitívabb eredmény eléréséhez. A dolgozat nemcsak az üzlet gazdálkodásával – beszerzési források, árképzés, fogyasztásösztönzés, bérpolitika –, hanem az arrá ráható küldetéstudat, marketingeszközök, belső marketing összehangolásával keresi a legjobb utat.

NAGY NIKOLETT

II. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Lukács Edit
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

A NYUGDÍJRENDSZER FEJLŐDÉSI TENDENCIÁI MAGYARORSZÁGON

The tendencies of development of the Hungarian pension scheme

Dolgozatom témájának a magyarországi nyugdíjrendszer bemutatását választottam. Véleményem szerint, napjainkban ez az egyik, az embereket leginkább foglalkoztató kérdés. Különösen a 2010-es, a nyugdíjrendszert átfogóan érintő törvények változása óta. Amint az elmúlt évtizedben, úgy a mögöttünk lévő hónapokban is jelentős változás történt a társadalombiztosítás területén, így a nyugdíjrendszerben is. A foglalkoztatottság csökkenése, a munkanélküliség növekedése, a feketegazdaság erősödése a járulékfizetők számának csökkenését eredményezte. A munkájukat elvesztők közül sokan az előrehozott nyugdíjazást, valamint a rokkantsági ellátást választották. Ezáltal egyre kevesebb befizető pénzből kell fedezni a növekvő számú eltartottak kifizetéseit.

Dolgozatom megírásakor fontos szempontnak tartottam a gazdasági válságból adódó, nyugdíjrendszerre is kiható feszültség figyelembe vételét. A válság miatt egyre többet foglalkoztak a szakértők a nyugdíjpénztárak stabilitásával, életképességével, problémamegoldásával. Célom az volt, hogy egy elemzést készítssek a pénztárak válság okozta szemléletváltásáról, a pénztártagok magatartásáról, valamint arról, hogy mennyiben változtatta meg, illetve érintette a tagok pénztárba vetett bizalmát, azokhoz való viszonyulását. Kutatómunkám részeként az akkor működő pénztárak, biztosítók válságkezelési eszközeivel ismerkedtem meg és mutattam be.

Az elmúlt év során azonban, – amint már az elején is említettem- átfogó reform következett be a nyugdíjrendszer magán- és állami szektorában egyaránt. Munkám során egyértelműen kiderült, hogy az állami nyugdíjrendszer nagyon nehéz helyzetben van, amely tehermentesítésére – évekkel ezelőtt – éppen azokat a magánnyugdíj- pénztárakat hozták létre, amelyek most újra a változás középpontjában állnak. A dolgozatból már kitűnhetett az az érzékelhető bizonytalanság, amely kérdésessé tette a rendszer hosszú távú működését. Ennek a fordulatnak köszönhetően, a 2009-ben prognosztizált változások szükségessé teszik, hogy a dolgozatban leírtakat a kialakult helyzet tükrében, szóban kiegészítsem.

NAGY-SZILITSÁN ESZTER

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási-kommunikáció (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Csizé András
ügyvezető, Hétfé Kutatóintézet*

VÁLLALKOZÁSOK ÚJ NÖVEKEDÉSI PÁLYÁN

Enterprises on a new growth line

A vállalkozások támogatása hosszú évek óta fontos kérdés Magyarországon. A hazai vállalkozások fejlesztéseinek támogatását szolgálták a 2004-ben elindult I. Nemzeti Fejlesztési Terv (NFT) operatív programjai, mintegy 60 pályázati kiírással és 670 milliárd forint forrással, amelyet a jelenleg is folyamatban lévő Új Magyarország Fejlesztési Terv (ÚMFT) követett. A fejlesztési forrásokra pályázó cégeket, a források felhasználását, a pályázati támogatás indukálta fejlődést és eredményeket az I. NFT esetében többen is vizsgálták. E kutatásokból az derül ki, hogy a jelentős támogatásnak kevés érezhető, az egész vállalati szektorra kiterjedő pozitív hatása van, s nem javította a foglalkoztatás szintjét. Kutatásomban az NFT és az ÚMFT operatív programjaira többször pályázó vállalkozások munkatársait kerestem meg (11 vállalkozás). A velük, valamint tapasztalt szakértőkkel, pályázatírással foglalkozó cégek referenseivel készített interjúk (további 6 mélyinterjú) alapján bemutatom a fejlesztési források felhasználásának eseti eredményeit.

Hipotézisem szerint a pályázati támogatásoknak van érezhető hatásuk, ám csak a pályázó cégek egy részénél. Amint az a kutatásból kiderül, a fejlesztési forrásoknak részleges pozitív hatásuk van, amely a többször pályázó, zömében közepes vagy nagyméretű vállalkozásoknál előrehozott fejlesztésekben, beruházásokban és az ezeknek köszönhető dinamikus fejlődésben ölt testet. Ezek a cégek több mintázatbeli eltérést is mutatnak az átlagos pályázó vállalkozásoktól, amiket szintén felvázolok a dolgozatban.

NAGY TAMÁS

Végzés éve: 2010

Vállalkozásfejlesztés (M)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Juhász Lajos
egyetemi docens, Nyugat-magyarországi Egyetem*

A TUDATOSÍTÁS JELENTŐSÉGE A FENNTARTHATÓ GAZDÁLKODÁS KIALAKÍTÁSÁBAN

The importance of awakening to the consciousness in developing of sustainable economy

Kutatásom során arra a kérdésre keresem a választ, hogy lehetséges-e egyáltalán fenntartható módon élni, lehet-e alkalmazni a környezettudatos módszereket a mindennapi életben. Mi az oka annak, hogy ezt a mindennapokban mégsem sikerül hatékonyabban véghezvinnünk, veszélyeztetve ezzel bolygónkat és saját létünket. A kérdést három aspektusból közelítettem meg: a szakirodalom tanulmányozásán és felvetéseinek vizsgálatán, az általános közvélemény megismerésén és egy pozitív ipari példa bemutatásán keresztül. A szakirodalom vizsgálata alátámasztja a kérdés halaszthatatlan mivoltát. A közvélemény már érti a problémát, de a megoldásra vonatkozó ismeretek meglehetősen hiányosak, amit egy kérdőíves közvélemény-kutatás eredményei alapján igazoltam. Kimutattam, hogy már van igény a fenntartható életmódra, amiért már vannak, akik áldozatokat is hajlandóak hozni. A telekommunikáció, mint a fenntarthatóságot támogató szakterület példáján keresztül megvizsgáltam, hogy a mindennapi életnek melyek azok a területei, ahol a rossz beidegződéseket kiváltva jelentős környezetterhelést lehet kiváltani. Ezeket egy esettanulmányon keresztül mutattam be. A három megközelítésből azt a tanulságot tudtam levonni, hogy a fenntarthatóság és a gazdasági érdekek nem feltétlenül zárják ki egymást. Sőt, tudatos életmóddal fel lehet tárni azokat a szinergikus pontokat, ahol a két szakterület egymást erősítve a biztonságos földi lét alapjait erősítik. Kulcsfontosságú azonban, hogy a társadalom széles körű megismerhessék a kutatások legújabb eredményeit, azonosuljanak a probléma fontosságával és jelentőségével, valamint aktívan tegyenek is a fenntartható életmódra való átállás bevezetéséért. A kérdőíves közvélemény-kutatás igazolta a tudatformáló oktatás létfontosságát. Igazoltam, hogy az oktatással már eddig is jelentős eredményeket sikerült elérni, de még hatalmas feladat előtt állunk. Ennek érdekében fogalmaztam meg a dolgozat kulcsjavaslatát, hogy alapozzuk meg egy új szakterület kialakítását. Javasoltam, hogy az ökológia és ökonómia szavakra alapozva az új tudományterületet nevezzük „ökolonómiának”, tekintettel arra, hogy a két szakterület egymásrautaltságát és egyenrangú szerepét ezzel is kifejezzem. Javasoltam, hogy kihasználva a Nyugat-magyarországi Egyetem egyedülálló lehetőségeit, építsünk a Közgazdaságtudományi Kar és az Erdőmérnöki Kar erős szellemi tudásbázisára, és alapítsuk meg az első ökolonómus képzést!

NEDELKA ERZSÉBET

I. évfolyam

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (M)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Koloszar László
egyetemi adjunktus, Nyugat-magyarországi Egyetem*

AZ OROSZ MEZŐGAZDASÁG KÉT ÉVTIZEDE

Two decades of the russian agriculture

Dolgozatom témájául az orosz mezőgazdaság elmúlt két évtizedének elemzését választottam. Fő kutatási kérdésem arra irányult, hogy az éppen aktuális mezőgazdaság-politikák hogyan befolyásolták a különböző farmtípusok fejlődését. Sikerült-e létjogosultságot szereznie valamennyi farmtípusnak, megtalálták-e helyüket a „jogelőd nélküli” farmgazdaságok. Csökkent-e az importfüggőség a változások hatására?

A válaszok felkutatásához először megvizsgáltam, milyen szerkezeti átalakulás következett be a mezőgazdaságban a transzformáció hatására. Történt-e szakosodás, kialakult-e valamilyen munkamegosztás az egyes szervezet-típusok között a növénytermesztésben és az állattenyésztésben. Elemeztem a mezőgazdasági szektor elmúlt két évtizedes teljesítményét és megvizsgáltam – külön a növénytermesztést, külön az állattenyésztést –, hogy az eredményekhez mennyiben járultak az egyes farmtípusok. Szintén kutatásaim tárgyát képezte a mezőgazdaság-politika, valamint az ehhez kötött támogatások elemzése.

A vizsgálataimra épülő főbb következtetésem a következők: A rendszerváltás utáni közel egy évtizedben a kisgazdaságok az akkori vezetés egyértelmű támogatását élvezték, ennek következtében képesek voltak megerősödni. A paraszti gazdaságok nem tudták megtalálni helyüket, kibocsátásuk elenyésző volt. Az agrárholdingok a rendszerváltás előtti struktúrákra építkezve nem tudtak megfelelően igazodni a piacgazdasági igényekhez. A Putyin nevéhez köthető politikai fordulat a mezőgazdaságban is érezte hatását. A kisgazdaságok kárára az agrárholdingok kaptak mind anyagi, mind tudásbeli támogatást, melynek köszönhetően képesek voltak fejlődni, növelték hatékonyságukat és kapacitásukat. A kisgazdaságok teljesítménye romlott és ez érzékelhető volt a piacon. Erre felfigyelve a kormány korrigálta a politikáját és az egyes farmtípusok eltérő igényeihez és sajátosságaihoz igazodó támogatási rendszert alakított ki, melynek következtében nemcsak a kisgazdaságok helyzete javult, de a farmgazdaságok is megtalálták a helyüket.

Tanulmányom végére érve megállapítottam, hogy mindhárom farmtípus létjogosultsága egyértelmű. A növénytermesztésben kialakult egy, a termények sajátosságait is tükröző hatékony munkamegosztás, ellenben az állattenyésztés a mai napig gondokkal küzd. Javaslataim rávilágítanak a mezőgazdaság-politika e téren mutatkozó hiányosságaira, segítenek megérteni a meglévő problémák forrásait és alternatív megoldási lehetőségeket kínálnak.

NÉMETH ANIKÓ

II. évfolyam

Logisztikai menedzsment (M)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Kosztyán Zsolt Tibor
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

*Kiss Judit
PhD hallgató, Pannon Egyetem*

EGY ÚJ MÓDSZER AZ INFORMATIKAI PROJEKTEK OPTIMALIZÁLÁSÁRA

A new method for IT projects' optimization

Számos olyan projekttel találkozhatunk, ahol a tevékenységek időtartamán túl a tevékenységek rákövetkezései sem biztosak, determinisztikusak (pl. informatikai, innovációs projektek). Az informatikai projekteknél sokszor alkalmazott az agilis projekttervezési „filozófia”, amely az eredmény helyett az időt, illetve erőforrás-, költség-szükségletet kezeli merev korlátként. Azonban e megközelítéshez nagyon kevés módszertani támogatás található.

A projektek, folyamatok tervezésének és ütemezésének egyszerű és átlátható eszköze a mátrixban való ábrázolás. A függőségi mátrix vagy akár a sztochasztikus hálótervezési módszer (SNPM) a tevékenységek sorrendjének tervezésére szolgál. Az SNPM a tevékenységek közötti kapcsolatok erősségét is figyelembe veszi, valamint paraméterei változtathatóak, tehát szélesebb körben alkalmazható. Ennek a módszernek a továbbfejlesztése a projekt szakértői mátrix (PEM), amely a tevékenységek közötti összes lehetséges kapcsolat mellett tartalmazza a tevékenységek előfordulásának valószínűségeit.

Céлом az volt, hogy olyan módszert fejlesszek ki, amellyel logikai hálóstruktúra átrendezésével a legvalószínűbb, végrehajtható a projektváltozatot képezzük le. Ezek mellett legyen lehetőség korábbi projekttervek felhasználására is. A tervezési fázis során határozzuk meg a projekt átfutási idejét, költség- és erőforrásigényét. A szakértők bevonásával vagy korábbi tapasztalatok alapján a tevékenységek végrehajtásának sorrendje logikailag változtatható és a merev idő- és erőforráskorlát betartható.

Dolgozatomban rávilágítok, hogy milyen módon lehet tevékenységeket (biztos, lehetséges és elhagyható tevékenységeket) rangsorolni, értékelni. Hogyan lehet egy olyan projektstruktúrát/projektváltozatot meghatározni, amely valamennyi fontos elvégzendő tevékenységet tartalmazza, és az adott idő- és költségkorlátba belefér, továbbá a lehetséges projektszenáriók (projektváltozatok) közül a legvalószínűbb.

A módszer segítségével meghatározható a legvalószínűbb projektváltozat, amely tartalmazza az összes elvégzendő tevékenységet, és az idő- és költségkorlátba is belefér. Kisebb terjedelmű projektek esetén manuálisan is végezhetők a számítások. Nagyobb projektek tervezése már szoftveres támogatást igényel. Ezt a szoftveres támogatást egy genetikus algoritmusok segítségével valósítottuk meg, amelyek már több mint ötven tevékenységet is képesek kezelni. Reményeim szerint a javasolt módszert széles körben lehet majd alkalmazni informatikai és innovációs projektek esetén is.

NÉMETH ANIKÓ

II. évfolyam

Logisztikai menedzsment (M)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kosztyán Zsolt Tibor
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

KARBANTARTÁSI TEVÉKEYSÉGEK MEGBÍZHATÓSÁG ALAPÚ MÁTRIXOS PROJEKTTERVEZÉSE

Matrix-based and reliability centered project planning of maintenance projects

„Sohasem tudhatjuk, hogy mit hoz számunkra a jövő. Egyet tehetünk: a rendelkezésre álló információk alapján meghozzuk a legjobb döntést.” – hallható az Ünneprontók Ünnepe című filmben. A vállalatok karbantartás tervezői is pontosan ezt próbálják megvalósítani. A rendelkezésre álló információk, adatok figyelembevételével igyekeznek a legjobb döntést hozni. Az a döntés nem biztos, hogy a vállalat számára megfelelő eredményt fogja elérni, de az is előfordulhat, hogy nem áll majd rendelkezésre elegendő idő, költség vagy munkaerő a tervek kivitelezéséhez. Egyszerűnek tűnhet a megoldás. Olyan projektet kell tervezni, ami minden igényt kielégít. Tesszük fel a kérdést – ez működik?

Célom volt, hogy a karbantartási területen alkalmazható projekttervezési – kiválasztási módszert dolgozzak ki. A projekttervezés során bemeneti adatként a berendezésekre vonatkozó megbízhatósági, illetve kockázati értékekkel dolgozik. Ezen értékek alapján egy beavatkozási prioritási sorrend állapítható meg, mely segítséget nyújt a karbantartási terv összeállításában. Fontos szempont, hogy a tervezés során nemcsak a berendezések megbízhatósági illetve kockázati adatait veszi figyelembe, hanem ezen túl a terv kialakítása során a rendelkezésre álló idő-, költség- és erőforráskorlátot is.

Dolgozatomban rávilágítok, hogy milyen módon lehet rendszerelemek rangsorolt megbízhatóságainak figyelembevételével karbantartási tervet összeállítani, amely valamennyi kritikusnak ítélt, magas meghibásodási valószínűséggel rendelkező rendszerelemet tartalmaz, de az adott idő- és költségkorlátba belefér, ezek mellett pedig még a lehetséges legmagasabb rendszer-megbízhatóságot éri el a karbantartás befejeztével.

A kidolgozott módszer segítségével kisebb terjedelmű karbantartási projektek esetében manuálisan is számolhatunk. Viszont nagyobb, komplexebb projektek esetében szoftveres támogatást igényel. Reményeim szerint a javasolt módszert széles körben lehet majd alkalmazni karbantartási projektek tervezése esetén is.

NÉMETH ANNA

IV. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és
Idegenforgalmi Kar

NYICS ANDREA

IV. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és
Idegenforgalmi Kar

*Konzulens: Papp Judit
főiskolai adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola*

**ÉLET ÉS HALÁL A TURIZMUSBAN, AVAGY A SZÜLÉSI ÉS ABORTUSZ
TURIZMUS TRENDJE**

Life and death in tourism, or the trends of birth and abortion tourism

Törökország, Dél-Korea, Kína, Belgium, Hollandia, Mexikó, Amerikai Egyesült Államok...

Az imént felsorolt országok között igen nehéz közös vonást találni, azonban egyetlen domináns tulajdonság elegendő ahhoz, hogy tökéletes alapot teremtsenek két új turizmus típusnak. Ezen országok felismerték azt a tényt, hogy a turizmus keretét adhat az életnek/születésnek és a halálnak is egyaránt. Ez az összefüggés talán elsősre elgondolkodtató, azonban annál jelentősebb, hiszen napjaink vitathatatlan új trendjei a szülési turizmus, és ennek ellentéte az abortuszturizmus.

Milyen motivációk állnak a szülési és az abortusz turizmus mögött? Miért szerveznek utazási irodák utakat terhes kismamák számára az Egyesült Államokba? Miért népszerűek a kelet-magyarországi kórházak a román, ukrán kismamák körében? Hogyan oldják meg az abortusz tiltó országok női az terhesség-megszakítás igényüket? Milyen perspektívákkal rendelkezik Magyarország ezen két új turizmus trendben?

Dolgozatunkban gazdasági, jogi és pszichológiai tényezőket egybevetve keressük a magyarázatot a már említett élénk keresletre és kínálatra, melyeket külföldi és magyar példák segítségével mutatunk be. Górcső alá vesszük Magyarországot is, ahol azt vizsgáljuk, hogy van-e helye ezen turizmustípusoknak a magyar turizmus mozaik színes palettáján.

A témák érzékenysége miatt tanulmányunk minden szakaszában objektíven tárjuk fel a meglévő adatokat, információkat, és a jelenségeket elméleti és gyakorlati szempontok alapján elemezzük.

Úgy gondoljuk, hogy ezek a trendek mindenképpen komolyabb vizsgálatra érdemesek, mivel annak ellenére, hogy nem beszélünk róluk, léteznek, továbbá jelentős fejlesztési potenciállal bírnak.

Versenyképesek csakis úgy lehetünk, ha a már meglévő erősségeink mellett, vagy éppen arra építve (pl. egészségturizmus), folyamatosan új piacokat keresünk. Ha ezeket sikerül realizálni gazdasági haszonként, akkor az ország elmaradottabb térségeit elindíthatjuk a felzárkózás útján.

NÉMETH BÁLINT

V. évfolyam

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Badics Judit
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

A REFERENCIAÁRAK HATÁSAI AZ ÁTÁLLÁSI KÖLTSÉGEK KÉTIDŐSZAKOS MIKROÖKONÓMIAI MODELLJÉBEN

The effects of reference prices in a two-period microeconomic model of switching costs

Az átállási költségek sokféle fogyasztói döntést befolyásolnak. A bankok közötti váltásnak például költségei lehetnek a fogyasztók számára. Az átállási költségek jelenléte egyes iparágakban bezáródási hatást eredményezhet, ami befolyásolja a piacszerkezetet: a vállalatok kezdetben alacsonyabb árakat szabnak, hogy aztán fogyasztói bázisukat kiépítve a további időszakokban magasabb profitot érjenek el. Ha az átállás költségei nagyon magasak, a vállalatok monopolistaként viselkedhetnek saját bezáródott fogyasztói bázisukkal szemben.

Az átállási költségek számos mikroökonómiai modellje létezik. Dolgozatomban Klemperer (1995) két időszakos modelljét egészítem ki, hogy megvizsgáljam, milyen hatása van a referenciaárak jelenlétének az átállási költségekkel jellemezhető piacon. A referenciaár fogalma a marketingtudományból származik, de mikroökonómiai modellekben is hasznos lehet az alkalmazása.

Dolgozatomban két aspektusból mutatom be a referenciaárak hatását olyan piacokon, ahol átállási költségek vannak. Először megvizsgálom, mi történik akkor, ha az átállási költségekkel jellemezhető piacon a fogyasztói döntéseket a múltbeli árak is befolyásolják (belső referenciaár). Ekkor a fogyasztók egy jelenlegi áremelkedést veszteségként élik meg, ha a múltban a termék ára alacsonyabb volt. Ez a veszteség csökkenti vásárlási kedvüket. Megmutatom, hogy a belső referenciaár magasabb árakhoz vezet az első periódusban és alacsonyabb árakhoz a másodikban ahhoz az esethez képest, amikor csak az átállási költségek befolyásolják a fogyasztókat.

Másfelől azt vizsgálom, milyen következményei vannak, ha a döntésben a kontextusból fakadó referenciaár (külső referenciaár) játszik szerepet. Megmutatom, hogy a kontextusból származó ár nem befolyásolja a vállalatok viselkedését, ha fogyasztói bázisukat már kiépítették. A kontextusból származó ár ugyanakkor befolyásolja a vállalatok viselkedését és optimális árdöntéseit a piac korai időszakaiban.

NÉMETH ESZTER

II. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Külkereskedelmi Kar

*Konzulens: Dr. Ilyénné dr. Molnár Emese
főiskolai docens, Budapesti Gazdasági Főiskola*

**JÖVEDELMEK ELEMZÉSE MAGYARORSZÁGON
(ÖSSZEHASONLÍTÁS A VISEGRÁDI ORSZÁGOKKAL)**

Analysis of income in Hungary
(Comparison of the Visegrád countries)

Dolgozatomban a jövedelmeket elemzem több szempontból is. Egyik szempontnak a területi különbségek megfigyelését választottam. Ez a téma mindig is foglalkoztatta az embereket, hiszen a kapott havi fizetésekben több ezer forintnyi eltérések is megfigyelhetők az egyes megyék között. Vizsgáltam még a jövedelmeket a visegrádi és az EU 15 országában. Ezen államokban azt is megfigyeltem, hogy a nemek között milyen megkülönböztetést alkalmaznak a keresetek terén. A területi összehasonlítások során a bruttó hazai termék adatokat is elemeztem, időbeli és térbeli változásban. Végül mozzanatként a jövedelmeket a GDP fényében vizsgálom. A GDP az egyik legfontosabb tényezője a keresetváltásoknak sok más tényező mellett. Az adatokat módszertani, statisztikai eszközökkel vizsgálom, a leíró statisztikát, valamint a kétváltozós korreláció és regresszió számítását használva. Az eredményeket megkapva átfogó képet kapunk a Magyarországon belüli helyzetről és rálátást nyerünk a velünk együtt indult országokhoz való viszonyukra.

NÉMETH ÉVA

I. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Konzulens: Dr. Bujdosó László
főiskolai docens, Óbudai Egyetem*

A SIKERES PÁLYAVÁLASZTÁS TITKAI

The secrets of successful education-orientation

A dolgozat témája – A sikeres pályaválasztás titkai – minden fiatal számára aktuális téma, mivel napjainkban elég nehéz munkahelyet találni, ha az embernek nincsenek megfelelő kapcsolatai.

A sikeres pályaválasztáshoz számos feltételnek eleget kell tenni, illetve folyamatosan tájékozódni kell az aktuális helyzetről, igényekről, hogy a megfelelő lépéseket minél előbb megtegyük a munkahely megszerzése érdekében. Ez egy nagyon komoly, és sok időt igénylő feladat, mely a fiatalokra vár. Jelenleg a felsőoktatási intézmények egyáltalán nem érdekeltek a munkaerő piaci igények integrálásában, a lényeg, hogy minél több hallgatójuk legyen. Vannak viszont olyan fiatalok, akik már az egyetemi évek alatt gondoskodnak arról, hogy a cégek által olyannyira megkívánt munkatapasztalatot megszerezzék. Emellett az angol nyelvtudás, a megfelelő számítógépes felhasználói ismeret, illetve a kapcsolatok elengedhetetlen tényezők. Az elhelyezkedés problémájára legfőképp meg kell tanulni minden fiatalnak a kapcsolatépítés szabályait. Ez egy egész életen át tartó folyamat, amelynek eredménye általában nem tapasztalható azonnal, így kialakítását minél korábban el kell kezdeni.

A dolgozat befejező része pedig azokat a lehetőségeket mutatja be, melyekkel újabb kapcsolatokra tudunk szert tenni.

NÉMETH PÉTER

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Töröcsik Mária
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

FÉRFI VÁSÁRLÓK SZTEREOTÍPIÁI

Stereotypes of male customers

A férfiak gyors vásárlók, nem szeretnek vásárolni, illetve csak műszaki cikkeket vásárolnak; a férfiak és a vásárlás kapcsolatáról hallva, általában legalább féltucatnyi hasonló sztereotípiát jut eszünkbe. A téma kidolgozásával (ezzel együtt primer- és szekunder kutatásokkal) az volt a célom, hogy utánajárjak, léteznek-e a férfi vásárlókról kialakult sztereotípiák a mai – leginkább egyetemista és diplomás – fiatalok körében.

A vizsgálat egyik fókuszja a vásárlás, így elengedhetetlennek tartom bemutatni annak mibenlétét, a nemek különböző szokásait, továbbá szűkítve a fókuszot: a férfiak vásárlói magatartását.

A vásárlás háttérének tanulmányozása után a sztereotípiák prezentálására kerül sor; többek között a sztereotípiák fogalmi körének, kialakulásuknak, csoportosításuknak és kutatásuk történetének felvázolására. A dolgozat témájához közelítve bemutatásra kerülnek a nemi sztereotípiák, és azok különbözősége is.

Szekunder adatokat és kutatások eredményeit felhasználva térek rá a férfiakról kialakult – leginkább – vásárlással kapcsolatos sztereotípiákra. További kutatások is segítenek a téma tartalmasabb megismerésében.

Az előfeltevések megfogalmazásában segítségemre volt egy 2009 decemberében készült mélyinterjú sorozat, melyben négy különböző nemzetiségű fiatalot kérdeztem meg. A hipotézisek verifikálása céljából egy kérdőíves megkérdezést végeztem: 186 értékelhető kérdőív eredményeinek leíró és többváltozós elemzése után a hét felállított hipotézisből öt került elfogadásra, míg kettő elvetésre.

NESZVEDA GÁBOR

Végzés éve: 2010

Gazdaságmatematikus elemző közgazdász (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Hideg Éva
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

HÍRPIACOK ELŐREJELZŐ KÉPESSÉGE

Predictive power of prediction markets

Számos módon próbálnak előrejelzést készíteni egy-egy esemény bekövetkezésének valószínűségére. Az egyik nagy irányzat alapján úgy készítenek előrejelzéseket, hogy az emberek információit összegzik. Ennek nagy előnye, hogy olyan esetekben is hatékony előrejelzést tud készíteni, amikor nincs rendelkezésre álló idősor vagy adathalmaz. Azokban az esetekben, amikor van, akkor is hatékony lehet, hiszen ezen információkat ugyanúgy beépítheti az előrejelzésbe egy-egy résztvevő, aki ezeket figyelembe veszi. Az ilyen módszerek közül az egyik leghatékonyabb módszernek a piaci mechanizmust tartják (Hayek 1974). Ezen az elven jöttek létre a híripiacok, amelyek célja, hogy a résztvevők tudását hatékonyan aggregálja a piaci mechanizmus segítségével. Ezen híripiacok működési elvét és az elméleti és kísérleti eredményeket tekintem át, amelyek a híripiacok előrejelző képességére vonatkoznak. Végül ezeket alkalmazom egy magyarországi híripiac kapcsán végzett kísérletben, ahol azt vizsgálom, hogy vajon a híripiac hatékonyan ad-e előrejelzéseket a meglévő információk alapján. Azt is vizsgálom, hogy hatékony előrejelzést adnak, viszont önmagában az idő és a létszámnövekedés nem növeli a hatékonyságot. A résztvevők számára megjelenő új releváns hír tudja csak növelni a hatékonyságot. Végül összevetem a híripiac előrejelző képességét egy alap árfolyam modell becsléseivel. Megvizsgálom, hogyan teljesít, és milyen sajátosságokat mutat a híripiac ehhez a matematikai alapokon működő modellhez képest. Ez a kérdés különösen izgalmas kérdéseket vet fel, hiszen általában közvélemény-kutatásokkal vetik össze az eredményeket vagy más olyan rendszerrel, ahol nincs közvetlen adatsor vagy más matematikai-statisztikai előrejelzésre lehetőség. A híripiacok a kísérletben is egyértelműen hatékony előrejelzőknek bizonyultak, de a konkrét gazdasági témakörben nem jobbak, mint a matematikai statisztikai módszerek, de nem is rosszabbak szignifikánsan.

NESZVEDA GÁBOR

Végzés éve: 2010

Gazdaságmatematikus elemző közgazdász (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

FANG XIN

II. évfolyam

Vállalati pénzügy (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Hideg Éva
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

**STRATÉGIAELEMZÉS ÉS -KIALAKÍTÁS SZIMULÁCIÓVAL A HADVEZÉR JÁTÉK
KAPCSÁN**

Strategy analysis and creation by simulation – An experimental case in the general game

Dolgozatunkban egy olyan módszertant keresünk, amely képes jó választ adni egy olyan helyzetben, ahol tiszta elméleti úton nem kaphatunk választ, mivel egy teljesen bizonytalan környezetben kell döntenünk, ahol az egyes játékos eredménye teljes mértékben a többi játékostól függ ráadásul, azt sem tudhatjuk előre, hogy hány résztvevővel kell számolnunk. Ezen kívül nem áll rendelkezésre semmilyen múltbeli adat sem. Tehát megfogalmazzhatjuk, hogy a teljes bizonytalanság mellett próbálunk sikeres és jó döntéseket hozni a szabályok ismeretében. Ilyen esetben jól használható módszer a szimuláció. (Szűcs Gábor [2007]) Ebben a dolgozatban a szimulációs módszert egy konkrét esethez is igazítottuk, ahol azt kipróbáltuk és teszteltük. Mérő László által megtervezett és hadvezérnek elnevezett játékában próbáltuk meghatározni a helyes stratégiákat (Mérő László [2007]).

Ennek a problémának az a kulcskérdése, hogy hogyan tudjuk a többi résztvevő viselkedését megjósolni ahhoz, hogy jó döntést lehessen hozni. Fontos, hogy a sikerességhez nem is egy-egy egyéni viselkedést kell pontosan megjósolnunk, hanem a résztvevők sokaságának viselkedési eloszlását. Ezen sokaság jellemzőinek helyes megértése és pontos modellezése TDK.dolgozatunk legnagyobb kihívása. Ilyen jellegű problémával találkozhatunk, amikor egy politikai párt szeretné felosztani a marketing költségvetését a kerületek között (Merolla, Munger, Tofias [2000]), vagy amikor egy monopólium által birtokolt piacról eltűnik a monopólium és nem marad semmi más csak rengeteg versenyző az új piacon.

A példánkon keresztül láttuk, hogy ilyen összetett esetekben is lehet jó megoldásokat találni, és képesek lehetünk magas megbízhatósággal dönteni.

NEUBAUER ÉVA

Végzés éve: 2010

Regionális és környezeti gazdaságtan (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Fogarassy Csaba
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

VÍZLÁBNYOM MAGYARORSZÁGON

Water footprint in Hungary

Édesvízkészletünk az emberiség egyik legnagyobb kincse. A víz ugyanis a bioszféra és a litoszféra közötti érzékeny kapocs, az élet maga. Ezen tulajdonsága teszi az édesvizet stratégiai fontosságúvá mind ökológiai, mind gazdasági, környezetgazdasági, mind társadalmi, szociológiai, mind pedig politikai, környezetpolitikai értelemben.

Vízfogyasztásunk komplex mérésére, mérhetőségére A. Y. Hoekstra és A. K. Chapagain holland professzorok hosszas kutatómunka eredményeként megalkották a vízlábnym mértékegységet. A vízlábnym egy termék előállítás vagy szolgáltatás során felhasznált édesvíz abszolút mennyisége, ami kiterjed az elszennyezett vizek mérésére is. Ez a mértékegység összetett, horizontális és vertikális ágazati adatokat integráló, soktényezős becslési eljárásokat tesz lehetővé. Alkalmazásával eddig nem ismert, néha még nem is sejtett gazdasági, társadalmi és politikai összefüggésekre derülhet fény, melyek új oldalról közelítik meg vízhez kapcsolódó személyes és közösségi hozzáállásunkat. A vízlábnym tehát a víznek egy mindenkor komplex észrevételezését jelenti. A vízlábnymszámítások rendszeres használata a társadalmi és gazdasági rendszerekben lehetővé teszi az aktuális vízkészlet-gazdálkodás ártértékelését, illetve rámutat sokrétű vízigényünk abszolút mértékére. A vízlábnym megállapítható egy termékre, szolgáltatásra, vállalkozásra, ágazatra, nemzetre, földrajzi egységre vagy az egész emberiségre nézve.

Jelenlegi kutatómunkám a hazai vízlábnymszámítás jelentőségére és akadályaira hívja fel a figyelmet, melyet szemléltetés gyanánt a kenyér és a sertéshús vízlábnymszámításán keresztül mutatok be. Az eredményül kapott adatok újszerű megközelítésben tüntetik fel a hazai vízfogyasztási trendeket. Számomra nem kétséges a vízlábnymszámítás sürgető szükségszerűsége, mert eredményeként újszerű, a fenntarthatóságot támogató ökológiai, társadalmi, gazdasági, és politikai kapcsolatrendszerek jöhetnek létre – nem csupán helyi, regionális vagy nemzeti szinten, hanem interregionális, uniós, sőt globális téren is.

NOVÁK REA

II. évfolyam

Gazdálkodás és menedzsment (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Deák Csaba
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

TELJESÍTMÉNYÉRTÉKELÉS EGY KIVÁLASZTOTT VÁLLALATNÁL

Benchmarking at a company

Dolgozatom célja a teljesítményértékelő rendszer bemutatása elméleti és gyakorlati oldaláról egyaránt. A rendszerváltás után a nyugati vállalatok betörésével hazánkban is kezdett terjedni a mai értelemben vett humán erőforrás menedzsment, melynek egyik jelentős részét a teljesítményértékelés alkotja. Manapság egyre több helyen alkalmazzák a teljesítményértékelést, melyet a vállalatok költségmegtakarítási céllal maguk is elvégezhetnek, ám sok helyen inkább egy külső, szakértő céget kérnek fel.

Dolgozatomban ismertetem a humánerőforrás kialakulását, kitérek az emberi tőke jelentőségére és bemutatom a teljesítményértékelés szerepét a humánerőforrás menedzsmenten belül. Megvizsgálom a teljesítményértékelés legfőbb kérdéseit, módszereit, valamint a helyes visszajelzés lehetséges módjait. Összevetem az elméletet a vállalati gyakorlattal és kitérek rá, hogy a résztvevők mely módszert preferálják és ennek mi az oka. Szeretnék rámutatni a rendszer összetettségére és jelentőségére. Fontosnak tartom, hogy az emberi erőforrást a vállalatok megbecsüljék, és partnerként kezeljék.

Kutatásomban egy nemzetközi vegyesvállalat egyik magyarországi tagvállalatának teljesítményértékelési rendszerét vizsgálom. A vezetőfejlesztés három éve folyik a cégnél, de az évek folyamán az értékelést a kereskedő-értékesítő csoportra is kiterjesztették. A teljesítményértékelés alapja a 360°-os értékelés módszere, amely mindig a vállalat sajátosságaihoz, a vizsgált csoportok kompetenciáihoz igazodó kérdőívekkel valósul meg. Idén a vezetők konfliktus kezelése áll a középpontban. A vizsgálat során bemutatom, hogy hogyan változott és fejlődött a vállalat teljesítményértékelési rendszer iránti igénye, illetve, hogy a már kialakult és bevezetett módszertan mennyiben tükrözi az elmélet megfelelő alkalmazását, az esetleges eltéréseknek milyen okai, következményei és lehetséges megoldásai vannak.

NYILASI ALETTA

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Általános Vállalkozási Főiskola

*Konzulens: Dr. Szalai Ibolya
főiskolai docens, Általános Vállalkozási Főiskola*

HPR MARKETING EGY IPARI VÁLLALATNÁL

HPR marketing at an industrial company

A vállalat sikerességét számos tényező határozza meg. A makrokörnyezeti tényezők közül a külső érdekcsoportok, a gazdasági környezet, a politikai-jogi, technológiai, társadalmi-kulturális, természeti tényezők a legfontosabbak. Mikrokörnyezeti tényezők közé sorolhatóak az iparági szereplők és a belső érdekcsoportok. Mindezen tényezők közösen hatnak a vállalt eredményességére. A vállalat sikerességéhez nagyban hozzájárulnak a vevők, azonban a vevői elégedettség nem csak az áru minőségének, hanem a vállalat alkalmazottainak is köszönhető.

Nélkülözhetetlen, hogy egy cég jó munkaerőt alkalmazzon és azt meg is tartsa, emiatt a hagyományos HR tevékenységeket ki kell egészíteni marketingeszközökkel.

Kutatásomban egy ipari vállalat HR és a pr (HPR)¹ eszközeit, módszereit mutatom be marketingelemekkel, mivel a cég számára fontos, hogy a megfelelő munkatársak kiválasztását követően megfelelő motivációs eszközökkel a munkavállalót elkötelezetté tegye, teljesítményét illetve a dolgozói elégedettséget növelje.

A kutatásom alapját képező hipotéziseim alátámasztására vagy cáfolására konkrét javaslatokat tettem a munkavállalók munkakörön túl végzett pluszfeladatainak jutalmazására, illetve a belső szervezeti kommunikáció hatékonyságának növelésére.

1. Mivel az ipari vállalat ad hoc jellegű motivációs rendszere nincsen megfelelően kialakítva, ezért a munkavállaló munkakörén kívül nyújtott plusz erőfeszítései értékeléséért a Thanks program keretében kialakított 4 csomagtípust ajánlom.
2. A vállalat munkavállalói felé irányuló kommunikáció intenzivitása folyamatosan növelhető. Annak ellenére, hogy a cég az intranetes hálózatát és az elektronikus levelezését használja leggyakrabban az információ áramlására, a vállalat üzenete csak a munkavállalók egy szegmenséhez jut el. Emiatt az elektronikus formában megjelenő aktuális közérdekű információkat nyomtatott formában is megjeleníteném. Erre megoldás az információs pultok kihelyezése a vállalat két fő kapubejárójához, illetve asztali számítógépek elhelyezése a fizikai dolgozók pihenőhelyein.
3. Azzal, hogy az általam vizsgált ipari vállalat felismerte azt a tény, hogy sok tehetséges munkavállalóval rendelkezik, a belső pr-tevékenység részét képező rendezvények köre bővíthető lenne egy úgynevezett Művészeti bemutatóval. A programban résztvevő alkalmazottak és társulataik első három helyezette jutalomban részesülne.

¹ HR+pr (saját fogalom)

NYITRAI BARBARA

I. évfolyam

Közgazdasági elemző (M)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

SCHUMACHER JUDIT

I. évfolyam

Közgazdasági elemző (M)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Ángyán Tamás
egyetemi adjunktus, Pannon Egyetem*

TELJESÍTMÉNYMÉRÉS AZ MKB KC-NÁL

Performance measurement of the MKB HC

Közgazdasági területen folytatott tanulmányaink során számos vezetői eljárással, így például a Balanced Scorecard (továbbiakban BSC) rendszerrel ismerkedtünk meg, azonban ezek a módszerek a hagyományos üzleti szférában terjedtek el, a sport területén még nem hódítottak teret. Az utóbbi években Magyarországon is egyre nagyobb jelentőséget kap a sport üzleti alapú szemlélete. A sport gazdasági jelentőségének a megnövekedése megteremtette az ágazat gazdasági elemzésének igényét. Ennek hatására jelentősen bővült a sport közgazdasági irodalma, azonban ezek tanulmányozása közben hiányosságokat véltünk felfedezni a különböző nézőpontok, – mint például pénzügyi, vagy a sporthoz kapcsolódó teljesítmények elemzései – között. Ez alapján fogalmazódott meg bennünk a kérdés, hogy a több nézőpontra épülő BSC hogyan lenne alkalmazható a sport területén.

A BSC egy olyan stratégiai mutatószámrendszer, amely megtartja középpontjában a pénzügyi mutatókat. Azonban csupán maga a pénzügyi szemlélet nem alkalmas arra, hogy sikeresen tudja értékelni a szervezetek tevékenységét, ezért olyan mutatókkal kell kiegészíteni, amelyek a jövő teljesítményét leginkább befolyásoló tényezőkről nyújtanak információt. A szervezeti teljesítményt a négy nézőpontból (pénzügyi, vevői, működési folyamatok, tanulás és fejlődés) ragadja meg. A BSC alkalmazásával a menedzserek a pénzügyi teljesítményen túl megérthetik, hogy a klub miként teremthet értéket a jövőbeli fogyasztói számára, ehhez milyen területen kell fejleszteni a belső folyamatokat, és milyen beruházásokat kell a jövőbeli teljesítmény növelése érdekében megtenni.

Az elemző munkánk során megvizsgáltuk sikertörténetet befutó MKB Kézilabda Clubnál a különböző szereplők célkitűzéseit, az egymáshoz kapcsolódó tevékenységek rendszerét, valamint a közöttük meglévő teljesítménykapcsolatokat.

A tanulmány történelmi háttér bemutatásával kezdődik. Ebben részben szó esik a kézilabda kialakulásáról, a magyar kézilabda, és az MKB KC történetéről.

Az ezt követő részben a teljesítménymenedzsment és -mérés, valamint a BSC módszer általános bemutatására került sor, illetve ezen területek kapcsolatának feltárására. Ez után az MKB KC részére kidolgozott, az általunk vizsgált rendszer koncepcionális elméleti háttérének kidolgozására helyeződött a hangsúly. Végül a dolgozat utolsó részében rámutatunk a módszer hiányosságaira, javasoljuk a kiegyensúlyozott stratégiai mutatószámrendszer bevezetését, ismertetjük a jelenleg piacon elérhető BSC szoftvereket.

OLÁH ZITA

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Debreceni Egyetem

Közgazdaság- és Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Szilágyi Enikő
egyetemi tanársegéd, Debreceni Egyetem*

A PPP- BERUHÁZÁSOK SIKERESSÉGÉNEK VIZSGÁLATA INTÉZMÉNYI KÖRNYEZET SZEMPONTJÁBÓL

A study of the success of PPP projects with a focus on institutional environment

A Public Private Partnership (továbbiakban: PPP) konstrukció az elmúlt pár évtized során közismert, elterjedt formájává vált a beruházások megvalósításának. A PPP-konstrukció a magántőke bevonását jelenti a hagyományosan állam által biztosított szolgáltatásokba, amelynek során hosszú távú szerződésben rögzítik a feladat-, kockázat- és finanszírozás- megosztást.

A konstrukció sikeressége azonban még vitatott mind elméletben mind gyakorlatban, hiszen egyes országokban eredményesen alkalmazzák, úgymint Angliában, Ausztráliában, máshol pedig hatalmas mértékű túlköltekezések, késések, vagy a projektek bukása mutatja a konstrukció hátrányait.

Dolgozatomban azt vizsgálom, hogy az intézményi környezet hogyan befolyásolja a projektek megvalósulását, és ezek alapján milyen ajánlásokat lehet tenni a szükséges intézményi fejlesztésre.

A dolgozat első része szakirodalmi áttekintés, annak bemutatására, hogy miért volt szükség a PPP-konstrukció bevezetésére, milyen hasznokat vártak az alkalmazásától. Továbbá ismertetem, hogy milyen problémákat tártak fel eddig a szakirodalomban.

A második rész empirikus vizsgálat, amelynek során feltárom, hogy bizonyos intézményi változók, úgymint a demokrácia mértéke, intézményi korlátok erőssége milyen hatással vannak a projekt törlésének valószínűségére. Ennek során az intézményi korlátok erősségének hatásának bemutatására helyezem a hangsúlyt. Az eredmény során elmondható, hogy ha a magánszektor erősebb intézményi korláttal szembesül, akkor 11%-kal nő a projekt megvalósulásának valószínűsége.

Ugyanakkor a megvalósulásnál relevánsabb tényezők lehetnek például a túlköltekezés és a megvalósulás késedelmé. Mivel a szerződések újratárgyalása során határoznak meg nagyobb költségeket, és későbbi határidőt, ezért szakirodalmi elemzéssel vizsgálom, hogy az intézményi környezet mennyire befolyásolja az újratárgyalások előfordulását.

Összegzésül elmondható, hogy mind a projektek eltörlését, mind az újratárgyalások eseteit tekintve fontos feladat, hogy a konstrukció bevezetése előtt megtegyék a szükséges intézményi fejlesztést, mellyel erősebb intézményi korlátokat állítanak a gazdasági szereplők elé. Esettanulmányokkal igyekszem az empirikus és az elméleti rész eredményeinek sikeres gyakorlati megvalósításait bemutatni.

OLETICS ZOLTÁN

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Hanyecz Lajos
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

**KÖZLEKEDÉSI VÁLLALATOK CONTROLLING RENDSZEREINEK
ÖSSZEHASONLÍTÁSA A GYAKORLATBAN ÉS JAVASLATOK E RENDSZEREK
TOVÁBBFEJLESZTÉSÉRE**

A comparison of public transportation companies' control systems in practice and advices to further develop these systems

A kutatási munka célja, hogy bemutassa két eltérő közlekedési vállalat controlling megoldásait, valamint, hogy kiemelje azokat az aspektusokat, melyekben a vállalatok controlling rendszerei tovább tökéletesíthetők. Emellett cél volt bemutatni, a Pécsi Közlekedési Zrt.-nél töltött szakmai gyakorlatom eredményét, és a beszámolórendszer valamint a fedezetszámítást érintő fejlesztéseket, melyeket ez idő alatt végeztem a vállalatnál. Ezáltal bemutattam olyan controlling területeket, melyekbe a közlekedés gazdaságtani szakértőkön és az ágazatban dolgozó szakembereken kívül csak kevesen láthatnak be, valamint sem a szakirodalom, sem az egyetemi oktatási anyag nem tér ki részletesebben. Így a kutatás fő alapkérdéseivé is ezek váltak: Mely megoldások jellemzik e két vállalatot? Melyek azok a területek, melyek a két vállalatnál fejlesztésekre szorulnak?

Ezek megválaszolásához több módszert is alkalmaztam. Szakmai gyakorlati tapasztalataim és az egyetemi oktatási tananyag mellett személyes interjúk és egy SWOT-elemzés is szerepel a technikai repertoárban.

A kutatás végén az alábbi következtetésekre jutottam: Mindkét vállalat rendelkezik egy-egy olyan speciális megoldással, mely hatékonyan képes megfelelni a szervezetek controlling felé támasztott követelményeinek, ám mindkét esetben e megoldások tovább is csiszolhatók. Erre jó példát mutat, hogy a PK Zrt.-nél eltöltött időszak alatt kialakíthattam a fedezetszámítási metodikát és a beszámoló rendszert, ám a dolgozatban szereplő további fejlesztési javaslataim is ennek tükrében készültek. Emellett úgy vélem, hogy e dolgozat segítségével egy mindig aktuális és létfontosságú problémakör egy-egy specifikus controlling megoldásába láthattunk bele. A Pannon Volán példája bemutatja az ideális, célorientált VIR rendszert, míg a PK Zrt. esetében a költséghatékony megoldást, valamint azt a módszert ismertük meg, mellyel egy kisebb társaság, kisebb hardware befektetéssel próbálta megoldani az információellátás problémakörét.

ÓNODI FERENC LÁSZLÓ

III. évfolyam

Alkalmazott közgazdaságtan (A)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kurtánné dr. Vadászlaki Ilona
egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

**A PÉNZÜGYI VÁLSÁG HATÁSAI A MAGYAR MAGÁNNYUGDÍJPÉNZTÁRAKRA,
KITEKINTÉSSEL EURÓPÁRA ÉS AZ USA-RA**

The effects of the financial crisis on the private pension funds in Hungary, with an outlook on
Europe and the USA

Tudományos Diákköri dolgozatomban célom volt a kiobbant pénzügyi válság magyar magánnyugdíjpénztári rendszerre gyakorolt hatásainak és következményeinek vizsgálata és összefoglalása. Kitekintést teszek néhány európai és egyesült államokbeli pénzügyi szolgáltatóra, valamint az általuk adott válaszokra is. A beadandó dolgozat elején néhány szóban említést teszek a magyar pénztári rendszer felépítéséről, kiemelve annak előnyeit és hátrányait. A későbbi külső hatások által kiváltott folyamatok érthetőbb megvilágítása okán röviden áttekintem a törvényi szabályozási környezetet. A körvonalazódó krízis első jeleire adott válaszokat, és a felmerült válaszlehetőségeket is megvilágítom.

Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy a magyar kormány, valamint a pénztárak hogyan reagáltak a válságra, milyen lépéseket tettek a negatív hatások mérséklésére? Milyen volt a pénztári tagok viselkedése, ki- valamint átlépési szándékai és azok következményei? Milyen hatásai voltak a külföldi rendszerekre a válságnak és ezek hogyan befolyásolták a magyar válaszlépéseket?

A várható folyamatok feltérképezése, a szektor várakozásai és lehetséges válaszlépései adják a magyar pénztári rendszer vizsgálatának zárszavát.

A vizsgálatok során láthatóvá vált, hogy az európai és egyesült államokbeli pénztárak más mértékben és más szabályozási környezetben szembesültek a kiobbantó pénzügyi krízissel, így ezek vizsgálata és a hatások mérséklésére tett erőfeszítések is eltértek a magyar rendszertől. Itthon a kialakuló válság ellenére nem történtek meg időben a szükséges lépések, amit tetézt a VPR (választható portfóliós rendszer) kötelező bevezetése. Ezek együttesen a magyar állampapír piac teljes összeomlását okozták, mélyítve a válságot és csődközeli helyzet kialakulását.

A folyamatosan változó, kiszámíthatatlan jogszabályi környezet is súlyosbította a problémákat, amelyre egy széleskörű egyeztetések nélkül kidolgozott, félmegoldásokat tartalmazó nyugdíjpénztárakat érintő törvénytervezet lett a válasz. Ennek sikerét szintén kérdésessé teszi a várható kormányváltás és a háttérben egyre erősödő, a magánpénztári rendszert megszüntető, Társadalombiztosításba történő „visszaolvasztást” követelő hangok és belső tervezetek.

ORAVECZ TITANILLA

I. évfolyam

Turizmus menedzsment (M)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

*Konzulensek: Dr. Gundel János
egyetemi magántanár, Budapesti Gazdasági Főiskola*

*Dr. Szalainé Mátray Enikő
tudományos főmunkatárs, Szent István Egyetem*

A MÉZ MINŐSÉGÉT MEGHATÁROZÓ TÉNYEZŐK

The qualitative guarantee of honey

A méhészeti termékek közül a legjelentősebb a méz, amelyet a mézelő (*Apis mellifera*-mézcseresznye)-méhek állítanak elő a növények szaporító szervében, a virágban termelődött nektárból. A cukortartalmú nedveket enzimek segítségével invertálják mézgyomrukban, az így kapott híg mézet besűrítik, majd viaszból készített lépekbe ürítik, ahol a méz tovább sűrűsödik, érlelődik. A méz minőségi garanciáját számos kaptáron belüli, illetve azon kívüli tényező határozza meg, de legfontosabb a méhcsalád egészségi állapota.

A méhek számára a méz jelenti a természetes tápanyagkészletet. A szezonális időszakban a méhészt a méz jelentős részét kipörgeti, így a hordástalan időszakban folyamatosan biztosítani kell a családok részére a táplálék kiegészítést. A megfelelő méhtakarmány jelentősége nem elhanyagolható, hiszen a pótlólag adagolt táplálék nagymértékben meghatározza, illetve biztosítja a méhcsalád egészségét és termelékenységét. Különösen fontos az etetés biztosítása a kánikulai, hordástalan időben a biztonságos betelelésre felkészítve a családot. Nyár végi és őszi eleji etetésnél állítottunk be összehasonlító kísérletet a méz minőségi ellenőrzésére.

Az általunk alkalmazott Apiinvert[®] folyékony, nagy tisztaságú méhtakarmány, mely kizárólag szacharózból és annak alkotóelemeiből, fruktózból és glükózból áll. Szárazanyag (cukor) tartalma 70% és hosszas tárolás után sem kristályosodik. A folyékony takarmány ideális az őszi etetésre, betelelésre és nyárvégi nektárszegény időszakban történő etetésre, a fiasítás folyamatos fenntartásához. Alkalmas lehet még a tavaszi serkentésre és műraj létrehozására is.

Az KÁTKI (Kisállattenyésztési Kutatóintézet és Génmegőrzési Koordinációs Központ) méhészetén végzett etetést követően mintát vettünk a viasszal lezárt, fedett lépcsőtekből. A méz összetevőinek vizsgálatát az KÁTKI Gödöllői Kutatótelepén a Méhbiológiai és Méhtenyésztési Kutatócsoport segítségével, a mézvizsgálati laborban végeztük HPLC módszerrel.

Vizsgáltuk a cukorösszetevőket, a víztartalmat refraktométerrel állapítottuk meg, majd kiszámoltuk a fruktóz-glükóz (F/G) arányt. A minták HMF tartalmát fordított fázisú kromatográfiás eljárással határoztuk meg. Az eredményeket összehasonlítottuk a kontroll csoporttal, mely családok hagyományos cukorszörpöt illetve természetes hordásból származó mézet kaptak. Az adatokat irodalmi adatokkal hasonlítottuk össze. Vizsgáltuk a méz minőségének változását, valamint javaslatot tettünk a további felhasználhatóságára.

ORBÁN KRISZTINA

I. évfolyam

Economics (M)

Közép-európai Egyetem

*Konzulens: Dr. Vincze János
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

**MEGÉRZÉSEK ÉS VÁRAKOZÁSOK – EGY VISELKEDÉS-KÖZGAZDASÁGTANI
MODELL**

Animal spirits and expectations – A behavioural economic model

Dolgozatomban egy viselkedés-közgazdaságtani makromodellel végzett számítások eredményeit és az abból levont következtetéseket mutatom be. A fő viselkedés-közgazdaságtani elem a racionális várakozások lecserélése optimista és pesszimista várakozási hullámok váltakozására. Egy létező modell rekonstruálására alapozva szimulációs technikával vizsgáltam meg a modellt, valamint új, általam bevezetett modellváltozatokat is elemeztem. Célom az eredeti modell robusztusságának, valamint a levont következtetések általánosíthatóságának vizsgálata volt. Emellett a modell korábban nem tanulmányozott aspektusaival is foglalkoztam. Több változat, paraméterkombináció mellett robusztusnak bizonyult a modell. Új eredmény annak a felismerése, hogy a modellel egy olyan releváns jelenség magyarázható, amelyet a racionális várakozásokat tartalmazó modell nem tud leírni.

OROSZ ERIKA

VI. évfolyam

Közgazdász tanár (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Gyuris Zsolt
elemző, Oriens IM*

A BMW SAUBER ÉS A WILLIAMS TOYOTA TUDÁSALAPÚ MEGKÖZELÍTÉSE

Knowledge-based approach of BMW Sauber and Williams Toyota

Dolgozatom a BMW Sauber és a Williams Toyota eredményessége közötti eltérés okait vizsgálja. Az erőforrás alapú elmélet és azon belül is a tudásalapú megközelítés elméleti keretét használom elemzésemhez.

Dolgozatom első részében általánosan ismertetem a Formula-1 működését, majd a használt elméleti keretet tisztázom, amely során meghatározom, hogy milyen szempontok alapján vizsgálom a két csapatot. Továbbá, a Formula-1 sikertényezőit veszem sorra, és végezetül az elemzésemet mutatom be, amely alapján megválaszolom a dolgozat központi kérdését.

A vizsgálatom eredménye, hogy a két csapat közötti teljesítmény különbség egyik meghatározó oka a tudásintegráció különböző szintje, amely nagyban befolyásolja a szervezeti képességek erősségét és a versenyelőny kialakulását. A BMW Sauber fejlesztéseivel rugalmasabban tud alkalmazkodni a Formula-1 kihívásaihoz, és ebből kifolyóan eredményesebben szerepel, mint a Williams Toyota.

PÁGER BALÁZS

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Horváth Gyula
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

A KÖRNYEZETIPAR SZEREPE SZÁSZ-ANHALT FEJLŐDÉSÉBEN

The role of environmental industry in the development of Saxony-Anhalt

A kutatás alapja az, hogy bemutassa egy új, a tudásra, az innovációkra és a környezetvédelemre épülő iparágnak egy német tartomány fejlődésére való hatását. Szász-Anhalt tartomány egy olyan területe Németországnak, amely nagyon komoly válságba került az újraegyesítést követően, és lényegesnek tartottam annak a vizsgálatát, hogy egy ilyen relatíve gyenge teljesítménnyel rendelkező tartományba hogyan tud fokozatosan beépülni a környezetipar. A környezetipar teljesítménye Németországban már elérte azt a szintet, amely ahhoz szükséges, hogy releváns és értékes kimutatásokat, eredményeket, tapasztalatokat gyűjthessünk róla. Mivel ez az iparág Magyarországon még kevésbé ismert, fontosnak tartom annak részletes bemutatását, a fenntartható fejlődésben játszott szerepét, a gazdaságra és a munkaerőpiacra kifejtett hatását, kiemelve azokat a speciális tényezőket, amelyek megkülönböztetik a többi iparágától. A kutatás során igyekeztem azt megvizsgálni, hogy milyen uniós, állami és tartományi intézkedések és kezdeményezések támogatták a környezetipart Szász-Anhaltban, illetve ezek hogyan hatottak a környezetipar mellett a tartomány gazdasági-társadalmi fejlődésére. Az eredmények önmagukért beszélnek, a tartomány mutatta fel a legnagyobb környezetipari növekedési potenciált az utóbbi két évben, és az ezzel kapcsolatos jövőképe is igen stabilnak tűnik köszönhetően az utóbbi évek során kiépült kutatási, képzési és infrastrukturális háttérnek.

PAKAI KATALIN
III. évfolyam
Kereskedelem és marketing (A)
Szolnoki Főiskola

SZABÓ BETTINA
III. évfolyam
Kereskedelem és marketing (A)
Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Horváth Marianna
főiskolai tanársegéd, Szolnoki Főiskola*

**INVERZ LOGISZTIKA – A ZÖLD MEGOLDÁS. A SZOLNOKI CORA HIPERMARKET
KFT. HULLADÉKKEZELÉSI LOGISZTIKÁJÁNAK MŰKÖDÉSE**

Reverse logistics – The green solution. The function of the waste management logistics of the Szolnok Cora Hypermarket Ltd.

Tudományos Diákköri dolgozatunk témájául az inverz logisztika területét választottuk, melyet az egyre súlyosbodó természeti/környezeti problémák megoldására való törekvés hívott életre. Dolgozatunk elméleti részében főként a környezetvédelem és az inverz logisztika összefonódását vizsgáltuk, továbbá hangsúlyt helyeztünk az európai uniós csatlakozással magunkra vont jogszabályi háttérre is. Kiválasztott kiskereskedelmi egységünk a szolnoki Cora hipermarket lett, az áruház gyakorlatban megvalósuló hulladékkezelési logisztikáját ismertetjük. Célunk az volt, hogy rámutassunk a téma fontosságára, és megvilágítsuk a Coránál betöltött szerepét. A teljesség kedvéért a dolgozat végén két fő versenytársáról, az Intersparról és a Tescoról is említést teszünk. Kutatásunkat primer és szekunder módszerrel végeztük. Primer kutatásunk során mélyinterjút készítettünk a szolnoki Cora egyik inverz logisztikával foglalkozó alkalmazottjával, Falusi Zoltánné Anitával. Szekunder információkat szakkönyvekből és szakfolyóiratokból, valamint internetes forrásokból szereztünk.

Miután minden információ a birtokunkba jutott, és összeállítottuk a dolgozat érdemi részét, levontuk a következtetéseinket. A szolnoki Cora áruház a jogszabályoknak megfelelően alakította ki az inverz logisztikáját, már a kezdetektől fogva, hiszen alig két héttel az Uniós csatlakozás után nyitotta meg kapuit. Nagy hangsúlyt helyeznek a környezet védelmére, és vállalati szinten ezt meg is valósítják. Az interjúalanyunk személyes, a Cora, és a mi véleményünk is egybehangzó a témát illetően: a rendszer jól működik, csupán a fogyasztók hozzáállásával vannak még problémák. Magyarországon még „gyerekcipőben jár” a környezettudatos vásárlói magatartás.

PALÁSTI LUCA

I. évfolyam

Marketing (M)

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Hetesi Erzsébet
egyetemi docens, Szegedi Tudományegyetem*

AZ ÖNMARKETING ÉS A SZEMÉLYES MÁRKA SZEREPE A MUNKAERŐPIACON

The role of self-marketing and personal branding in the labour-market

Napjainkban egyre több cikk, könyv, blogoldal hangsúlyozza, hogy a mai világban bizonyos munkákat már csak megfelelő önmarketinggel és tudatosan felépített személyes márkával szerezhetünk meg. A téma népszerűsége ellenére a marketing tudományágán belül a mai napig igen kevés figyelem övezi ezt a két fogalmat: nem igazán található meg a hazai szakirodalomban, és nincsenek hozzá kapcsolódóan tudományos kutatások. Tanulmányommal ezt az űrt kívánom kicsit betölteni.

Az elméleti részben külföldi folyóiratcikkek felhasználva definiálom az önmarketinget, illetve a személyes márkát, valamint magyarázatot adok arra, hogy miben különböznek egymástól. Elhelyezem az önmarketinget és a személyes márkát a marketing fogalmi körében, vagyis kiterjesztem az általános marketing-mixet személyekre. Bemutatom az egyént mint terméket, illetve a személyes ár-, csatorna- és kommunikációs politikát.

Empirikus kutatásom részeként a Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar hallgatói körében kvalitatív mélyinterjúkat és kvantitatív kérdőíves vizsgálatokat végeztem. A kutatás során két kérdésre kerestem a választ: az SZTE-GTK hallgatói fontosnak tartják-e, valamint alkalmazzák-e az önmarketing és a személyes márkapítés módszereit? Mivel az önmarketing és a személyes márká vizsgálatának hazánkban nincsen alkalmazott módszertana, így a kérdőívet, illetve a mélyinterjú kérdéseit az elméleti részben bemutatott önmarketing terv alapján állítottam össze.

A kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a hallgatók az önmarketing tevékenységek egy részét fontosnak tartják, és amit fontosnak tartanak, azt többé-kevésbé alkalmazzák is a gyakorlatban, de az ide sorolható tevékenységek egy részét az egyetem kötelességként támasztja a hallgatók felé. Az önmarketing tevékenységek nagyobb hányadát azonban kevésbé tartják fontosnak a hallgatók és – nagyobb részt – amit nem tartanak fontosnak, azt nem is alkalmazzák a gyakorlatban. Az ide sorolható tevékenységek már nem az egyetem elvárásai, hanem önként vállalt „pluszok”. A (ön)marketingkommunikációs döntések fontosságával részben tisztában vannak a hallgatók, tudják, hogy egy negatív online kép kedvezőtlen hatással lehet a kiválasztási folyamatra, mégis mindezeknek a pozitív oldalával nincsenek tisztában, nem használják a világhálót személyes márkapítés céljából.

PÁLNOK ANDREA

I. évfolyam

Marketing (M)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Nagy Szabolcs
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

**A FIATALOK ÉRTÉKVÁLTOZÁSÁNAK KÖRNYEZETTUDATOS MAGATARTÁSRA
GYAKOROLT HATÁSA A 21. SZÁZADBAN**

The effects of value-changes of young students on the environmentally conscious behavior in the
21st century

Dolgozatom témája az egyetemisták környezettudatos magatartásának értékorientált szempontból történő vizsgálata. A vizsgálat aktualitását adja az, hogy a hazánkban és a világon nemrégiben történt természeti katasztrófák hatással lehetnek a fiatalok környezethez való viszonyára, az általános értékek megerősítésére vagy módosítására.

Bevezetésként áttekintem az ehhez kapcsolódó szakmai fogalmakat, és ezeknek a fejlődését, változását, kiemelten a környezettudatos marketing témakörét.

A természeti katasztrófák gyakoribbá válása az emberek viselkedését befolyásolja, és feltételeztem, hogy ez megnyilvánul a környezettudatos magatartásukban, az általuk fontosnak tartott értékekben.

Az elméleti összefoglaló mellett összehasonlítom a Miskolci Egyetem bölcsész és közgazdász hallgatóinak környezettudatos magatartását értékorientált megközelítésben a választott téma tükrében.

Feltételeztem, hogy minden hallgató az elsődleges szocializáció keretében részesült környezettudatos nevelésben, és kérdésként merült fel, hogy ezt mennyire erősíti meg, vagy módosítja a környezetében tapasztalt természeti esemény.

A dolgozomban összehasonlítom az általam kapott eredményeket a korábban ebben a témában végzett kutatások adataival. Vizsgálom a fogyasztói értékek változásának a környezettudatos marketingtevékenységekre gyakorolt hatását, abból a szempontból, hogy a fogyasztókhoz hogyan jut el a cégek marketingtevékenysége, és ez hogyan befolyásolja vásárlási szokásaikat.

PALOTAY NOÉMI

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Általános Vállalkozási Főiskola

TÓTH KATHRIN

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Általános Vállalkozási Főiskola

*Konzulens: Dr. Szalai Ibolya
főiskolai docens, Általános Vállalkozási Főiskola*

E-WANTED, AZAZ ÁLLÁSKERESÉS A KÖZÖSSÉGI PORTÁLOKON

e-Wanted, alias job search on community portals

A legtöbb hallgató már a főiskolás éve alatt azon töpreng, hogy az iskolapadból kikerülve sikerül-e elhelyezkednie. A széles körű internetpenetráció megfelelő háttérrel ad az online álláskereséséhez. Vajon a közösségi oldalak fejlettsége, összetartó ereje alkalmas-e arra, hogy a főiskolai hallgatók és „ismerőseik” hatékonyan segítsék egymást az álláskeresésben? Kutatásunk célja, hogy kiderítsük, a közösségi portálokat használók a profiljukat mennyire tudatosan használják, valamint, hogy élnek-e a social networking által nyújtott álláskeresési lehetőségekkel.

A kutatás fő célja, a közösségi portálokon való álláskeresés lehetőségének és továbbfejlesztésének vizsgálata a felsőoktatási hallgatók körében.

Specifikus célunk volt az álláskeresés előnyeinek és veszélyeinek a feltárása. Továbbá az ilyen típusú álláskeresések különböző dimenzióinak elemzése.

A kutatás során a szekunder forrásokon kívül, online lekérdezés, kérdőíves megkérdezés, próbaállás keresésre érkező válaszok elemzését végeztük el. A minta nem reprezentatív, saját kapcsolati hálónkon keresztül készítettük a kutatást. A válaszadók közül kiválasztottunk néhány főt fókuszcsoporthoz interjúra, hogy finomítsuk az eddig feltárt összefüggéseket. A főiskolánkon kérdőíves megkérdezést alkalmaztunk.

A kutatás során a következő hipotéziseket állítjuk:

H1: A 25 év alatti korosztály nagymértékben nyitott a közösségi portálon való álláskeresésre.

H2: A nőknek az aránya nagyobb az ilyen típusú álláskeresésben, mint a férfiaké.

H3: Az iWiW-et hazánkban többen használják, mint a Facebookot.

H4: Aki kipróbálta már a social networking oldalakon való álláskeresést, annak pozitív tapasztalatai voltak ez ügyben.

A közösségi oldalakon való álláskeresés a főiskolai hallgatók számára az egyik leghatékonyabb módszer lehet, hiszen személyre szabottan, egyedi elvárásokat is figyelembe véve tudnak segíteni az ismerősök.

A vállalati kultúra és a HR-tudomány fejlődésével egyre több vállalkozás is párbeszédet kíván folytatni a közösségi portálokon keresztül. Ennek köszönhetően lehetőségek nyílnak a vállalatok iránt elkötelezett főiskolai hallgatók számára, hogy proaktív módon kapcsolatba lépjenek velük. A vállalkozások és a hallgatók között online párbeszéd kibővülésével, ez a módszer akár a leghatékonyabb módja lehet az álláskeresésnek.

PÁNOVICS ADRIENN I. évfolyam Logisztikai menedzsment (M) Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar	HANGYA EDIT Végzés éve: 2010 Gazdálkodási és menedzsment (A) Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar	VAS MÁRIA I. évfolyam Logisztikai menedzsment (M) Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar
---	---	--

*Konzulens: Dániel Zoltán András
egyetemi tanársegéd, Pannon Egyetem*

A KKV-K LEHETŐSÉGEI A PANNON E-OKTATÁSI KLASZTER MODELLJÉBEN

The opportunities of small and medium-sized enterprises at the model of
Pannon e-Education Cluster

Dolgozatunkban bemutatjuk a hazai kis- és középvállalkozások kedvezőtlen gazdasági helyzetét. Rávilágítunk, hogy a mai globális világgazdaságban a multinacionális cégek térnyerésével a hazai kis- és középvállalkozásoknak egyre több nehézséggel kell szembenéznük, képtelenek egyénileg felvenni a versenyt ilyen nagy cégekkel szemben.

Kiemeljük a működésüket leginkább akadályozó tényezőket, mint a magas adó és társadalombiztosítási terhek, az erős versenyhelyzet és a piacok kiszámíthatatlansága.

Megoldásként mutatjuk be a klasztert, mely az együttműködés és a közös fellépés révén képes felvenni a versenyt a multinacionális vállalkozásokkal. És az egymással szoros kapcsolatban álló vállalkozások a lokális előnyeik kihasználásával, egymásra támaszkodva felzárkózhatnak a fejlődésben.

Kutatásunk témája, hogy milyen lehetőségeket nyújt a klaszter a kis- és középvállalkozások számára. Részletesen elemezzük, milyen módon is jelentenek ezek megoldást a felmerült problémákra, valamint hogyan járulnak hozzá a klaszter egészének és a tagok egyéni fejlődéséhez. Bemutatjuk a közös megjelenés, a közös marketingtevékenység nyújtotta előnyöket, valamint az együttműködés nyújtotta költségcsökkentő megoldásokat.

Megvizsgáljuk, a közös marketinggel milyen célokat milyen konkrét eszközökkel érhetnek el a tagvállalatok, vagyis milyen a jó marketing politika.

Részletesen elemezzük a Pannon e-Oktatási Klaszter működését vizsgálva, hogy a klaszter tagok milyen új pályázati lehetőségeket találhatnak, hogyan növelhetik reklámbevételeiket, vagy oszthatják meg egymást közt a tudásbázisukat.

Vizsgált klaszterünk speciális, hiszen bár tagjai egymás versenytársai, a földrajzi adottságok, illetve a frekvenciák alacsony sugara miatt komplementereik egymásnak és így a klaszteresedés révén nagyobb befogadó piacra tehetnek szert.

Javaslatot teszünk továbbá arra, hogy milyen feltételekkel javulhat a vállalkozások beszállítókkal kapcsolatos alkupozíciója, hogyan kerülhetnek jobb pozícióba a piacon.

Végezetül bemutatjuk azt is, hogy milyen fejlesztések szükségesek a klaszter céljainak eléréséhez.

PAPP ADRIENN

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási (O)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Erős Adrienn
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

A SZEMÉLYI JÖVEDELEMADÓ A TÁRSADALMI JÓLÉT SZOLGÁLATÁBAN

Personal income tax contributing to social welfare

A történelemben számos példa található az állami szervezetek és az egyéb jólétre való törekvések egymás mellett élésére. Számos neves tudós és kutató munkájában megfogalmazódik egy, a társadalmi jólét megragadását célzó leíró módszertan (Atkinson, Lorenz, Daly és Cobb), illetve az, hogy hogyan lehetne lehatárolni annak paramétereit. Az állam jogszabályokkal és rendeletekkel folyamatosan beavatkozik a társadalom és a piac kapcsolatába, azért hogy kisimítsa a preferenciák között húzódozó aszimmetriákat. Az állami beavatkozások célja a jóléti hasznosság maximalizálása, figyelembe véve a kisebbség érdekeit is. Az egyik leghatékonyabb eszköz az állam kezében a kormányzati intézkedései fogantatására az adózás (különös tekintettel a személyi jövedelemadó). Az állam kétirányú beavatkozásával (felosztó-kirovó és újraelosztó) képes elérni az elosztásnak és a társadalmi egyenlőségeknek egy úgynevezett Pareto-optimális állapotát.

Az emberek álmaikat és szükségleteiket jövedelmükből finanszírozzák, amely a személyes jövedelmükből és az állam által nyújtott többlet támogatásokból tevődik össze. Az életszínvonal tehát a lakosság rendelkezésre álló jövedelemének, a fogyasztásának és a megtakarításának függvénye. Az elemzéseim, amelyeket SPSS 17 statisztikai programmal végeztem, alátámasztották, hogy a munkát terhelő implicit adórata képes befolyásolni a rendelkezésre álló jövedelmet, amely kihat a fogyasztásra, tehát a társadalmi jólétre, feltételezve azt, hogy a társadalmi jólétet az egy háztartásra jutó fogyasztással kívánom mérni. Ez annyit jelent, hogy az adórata növelése magával hozza a fogyasztás egyidejű csökkenését. Ez a rövid példa bizonyítja, hogy egy jól átgondolt adózási rendszer képes a társadalmi jólétet szolgálni. Az embereknek el kell kötelezni magukat a köz érdekei iránt, és képességeikhez mérten adójukkal támogatni azt. Az állam újraelosztó szerepének köszönhetően, az emberek nem szenvednek el olyan mértékű hasznosságvesztést, mint amekkorát az újraelosztás hiánya okozna.

Végezetül pedig az emberek nem mehetnek el mellett a tény mellett sem, hogy az adózásnak az adókulcsokon kívül más hatásai is érvényesülnek. Ilyen például a feketegazdaság, a foglalkoztatás, illetve olyan nem mérhető hatások is, mint a boldogság.

PAPP NIKOLETT

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Sasné Grósz Annamária
egyetemi tanársegéd, Pannon Egyetem*

MAGYAR SZURKOLÓK A JÉG HÁTÁN

Hungarian supporters of ice

Sport témában számtalan irodalomra bukkanhatunk, melyek klubokról, csapatokról, játékrendszerekről, játékvezetésről vagy sportolókról szólnak. Egy másik főszereplőről, a szurkolótáborról a legtöbb hírt a tévéből, rádióból, hírlapokból, magazinokból kapjuk. A lelátók emberéről hosszabb terjedelmű művet leginkább a labdarúgás témakörében olvashatunk, ez múltját és népszerűségét tekintve nem is meglepő. A XIX. században kialakuló téli sport, a jégkorong is gyorsan továbbterjedt Kanadából, a téli hónapokban a „jég labdarúgói”-nak mérkőzéseit is szívesen felkeresik a futballszurkolók. Ez nem is csoda, hiszen ez egy vérbeli csapatjáték, gyors és változatos. Jelen dolgozatomban a jégkorongsport és szurkolóinak hazai bemutatásával, vizsgálatával foglalkozom.

A jégkorongmérkőzések nézettsége Magyarországon az utóbbi években, véleményem szerint, nem növekszik megfelelő mértékben. Céлом az volt, hogy megtudjam, kik és miért választják a jégkorongot, mint szórakozást, és milyen ötleteik vannak azzal kapcsolatban, hogy a potenciális szurkolók megszólíthatók, érdeklődésük felkelthető legyen, azaz a jégkorongsport népszerűsítése érdekében milyen javaslatok vannak.

A cél elérése érdekében két egymást követő évben (2009, 2010) két különböző jégkorongcsapat (Sapa Fehérvár AV19, Miskolci Jegesmedvék Jégkorong Sport Egyesület) szurkolóival készítettem fókuszcsoporthoz interjút.

A kutatási eredmények elemzése alapján az általam felállított mindkét hipotézis valósnak bizonyult, azaz:

- Demográfiai adatokat figyelembe véve a népesség minden rétegéből találkozhatunk szurkolóval a jégcsarnokokban.
- A jégkorongsport nem kap megfelelő háttértámogatást.

Mint magyar jégkorongszurkoló, remélem, hogy e sportágban rejlő szépségeket a potenciális szurkolótársak is minél többen felismerik, és kutatásommal segítséget nyújthatok a szurkolói és szponzori kérdések megoldásában.

PARTI ALEXANDRA

I. évfolyam

Marketing (M)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

TURGER GABRIELLA

I. évfolyam

Marketing (M)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Töröcsik Mária
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

*Gyarmatiné dr. Bányai Edit
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

SOCIAL INFOTAINMENT – A FACEBOOK-JELENSÉG MAGYARORSZÁGON

Social Infotainment – The Facebook-effect in Hungary

Új évezredünkben az internet átszövi mindennapjainkat. Az utóbbi években az internetezési szokások is gyökeresen megváltoztak: a globális közösségi média trend hazánkban is megvetette lábát. Egyre népszerűbbek a különböző közösségi médiumok és talán nem túl korai kijelenteni, hogy 2010 Magyarországon a Facebook éve (volt). A közösségi oldal népszerűségét tekintve nem meglepő, hogy a marketinges szakemberek érdeklődését is felkeltette. Habár a szakmabeliek is egyelőre az ismerkedés fázisában vannak a Facebookban rejlő marketinglehetőségek szempontjából, mégis egyre többen gondolkoznak erre irányuló megoldásokban, számításba veszik vagy integrálják a marketingkommunikációs mixbe. Folyamatosan jelennek meg különböző termékek, márkák, vállalatok az oldalon, szerveződnek marketingakciók vagy akár teljes marketingkampányok.

A kutatásunk célja egyrészt az volt, hogy a médiafogyasztási szokások tendenciáinak feltérképezésével képet kapjunk arról, hogyan jutottunk el a közösségi oldalak térnyeréséig, másrészt hogy bepillantást nyerjünk a reklámszakma közösségi média alkalmazásába. Így a probléma kétoldalú közelítéséhez a primer kutatást két részre bontottuk. A fogyasztók véleményének megismerésére kvalitatív (mélyinterjú) és kvantitatív (kérdőíves megkérdezés) módszerek kombinációjához folyamodtunk, a szakértői vélekedéseket pedig nagyobb reklámügynökségek munkatársaival készített mélyinterjúkkal tártuk fel.

A szekunder és primer kutatás eredményei alapján arra a következtetésre jutottunk, hogy ha nem is hosszútávon, de a következő egy-két évben még domináns lesz a közösségi oldalak – különösen a Facebook – szerepe. Várhatóan új, ötletes marketingmegoldások születnek majd, jellemző lesz a Facebookban és a közösségi média összességében rejlő marketinglehetőségek mind szélesebb körű megismerése, kihasználása. Ez a folyamat megköveteli a marketinges szakemberek kreativitását, nyitottságát.

PATKA NIKOLETTA

II. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Igaz Rita
egyetemi adjunktus, Pannon Egyetem*

„ÉRTÉKEK MENTÉN”

A VALLÁSTURIZMUS FEJLŐDÉSE ÉS VESZPRÉM VALLÁSTURISZTIKAI ÉRTÉKEI

„Across values”

The development of religious tourism and the religious tourism values of Veszprém

A vallási indíttatású utazásokat, mely során szagrális helyeket látogatnak meg az utazók, hitéleti rendezvényeken vesznek részt vagy csak kulturális ismeretszerzés a céljuk, vallásturizmusnak nevezzük. A vallási utazások ősi formája a gyalogos zarándoklat, ennek turizmussá formálódását, társadalmi, gazdasági és technikai változásokban keressük.

Alapkutatásomban a turizmus és a vallás kapcsolatát és ennek jelenlétét vizsgáltam Veszprémben. A helyi egyházi értékek számbavételére, a vallásturisztikai kínálat megismerésére törekedtem. A desztinációban a szervezetek vallásturisztikai együttműködését próbáltam feltérképezni. Arra kerestem a választ, hogyan lehetne ezeket az értékeket szélesebb körben megismertetni, ezzel a helyi turisztikai kínálatot bővíteni. A kutatás során kvalitatív módszert alkalmaztam, ami tartalomelemzésen, megfigyelésen és interjúkészítésen alapult.

Meglátásom szerint, a vallási hagyományokkal bíró külföldi országok idegenforgalmi bevételének nagy része a vallásturizmusból származik. Ennek az utazási formának üzleti és szervezett keretei Magyarországon még csak kialakulóban vannak. Itthon a keresztény kultúra gyökereire lehetne építkezni, ehhez jelentős művészettörténeti anyaggal rendelkezünk.

Az Egyház szerepvállalása, és együttműködése a turisztikai szervezetekkel a vallásturizmus fejlesztésében elengedhetetlen, és mindkét fél részére kölcsönösen előnyös.

Arra a megállapításra jutottam, hogy Veszprém nagy vallásturisztikai potenciállal bír. Egyháztörténeti múltja az államalapítással esik egybe. Jelentősebb búcsújáró és kegyhelyekről főként a múltban beszélhetünk, de lehetőséget látok ezek modernizált felélesztésére. A Középdunántúli Régióban több olyan vallási tematikájú út megy keresztül, amibe Veszprém bekapcsolódhatna. A város arculati fejlesztése folyamatos és főként Európa Unió forrásból valósul meg. Fontos látni, hogy működnek más vallásturisztikai központok (Pannonhalma, Máriabesnyő).

Lehetőséget látok a helyi vallásturisztikai képzés megteremtésére is.

Dolgozatom jelentőségét a vallásturizmussal kapcsolatos szakirodalom gyűjtésében és Veszprém vallásturisztikai vonatkozásainak kiemelésében látom.

PATKÓS NIKOLETT

III. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Horváth Mariann
főiskolai tanársegéd, Szolnoki Főiskola*

SZEMELVÉNYEK SZOLNOK VÁROS CITY-LOGISZTIKAI PROBLÉMÁIRÓL

Extracts from Szolnok of city logistical problems

Tudományos Diákköri dolgozatomban egy olyan témában írom, mely a mai egyre élesebbé váló gazdasági versenyhelyzetben mind nagyobb szerephez jut. Ma már minden fejlett és fejlődő nagyvárosnak, jelen esetben Szolnoknak is égető problémája.

Kutatásomat primer és szekunder módszerrel végeztük. Primer kutatásom során mélyinterjút készítettem a Szolnoki Logisztikai és Szolgáltató Központ ügyvezető igazgatójával, Simon Istvánnal. Szekunder információkat szakkönyvekből és szakfolyóiratokból, valamint internetes forrásokból szereztem.

A mélyinterjú és a komplex elemzés elkészítése során megszerzett ismereteim alapján dolgozatomban a következő témákkal foglalkozom: A logisztika tudományos áttekintése – a city-logisztika története és működése –; a city-logisztikával kapcsolatban felmerülő problémák, azok megoldásai és fejlesztési koncepciók; Szolnok város közlekedésének áttekintése és city-logisztikai működése.

Dolgozatom célja Szolnok város city-logisztikai problémáinak bemutatása, valamint a lehetséges megoldások feltárása. Megoldásokból nincs hiány, de Szolnok adottságait tekintve a megoldások közül csak kevés lehetőség nyílik a város számára.

PÉLYI ANDRÁS

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

WÉBER SZILVIA IMOLA

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Szakály Tamás
tanársegéd, Nyugat-magyarországi Egyetem*

A BLANCHARD–HERSEY-MODELL ÚJ FELHASZNÁLÁSI TERÜLETEI

The new tendencies of usage of Blanchard-Hersey Model

Kutatásunk célja a magyarországi munkaadók és munkavállalók közötti viszony felvázolása volt, ezen belül kiemelten foglalkoztunk a vezetői stílusok és a munkavállalók szaktudásának, együttműködési készségének vizsgálatával, valamint az ezek közötti kapcsolatok feltárásával a Blanchard–Hersey-modell segítségével. Legfontosabb megállapításaink olyan vezetői hiányosságokra vonatkoznak, amelyek mérettől, tevékenységi körtől és tulajdonosi körtől függetlenül a legtöbb vállalat esetében előfordulnak, ezekre alapozva pedig kísérletet tettünk azoknak a javítási pontoknak a megállapítására, melyekkel a vezetői kultúra, így a beosztottak hatékony vezetésének esélyei javíthatóak.

Kutatásunk során mind kvalitatív, mind kvantitatív módszereket alkalmaztunk: fókuszcsoporthozos megkérdezésekkel, mélyinterjúkkal tártuk fel a téma általunk érintett kérdéseinek mélyebb relációit, majd kérdőíves megkérdezés segítségével megállapításainkat statisztikailag is igazoltuk. Dolgozatunk három fő témakörre bontható.

Az első részben szekunder kutatás keretében részletesen foglalkozunk a téma szakirodalmi megállapításaival.

A második részben a vezetési ismeretekről áttértünk a humánmenedzsment olyan speciális kérdéseire, amelyek primer kutatásaink elvégzéséhez, valamint annak bemutatásához kiváló alapot szolgáltatnak. A szekunder kutatás végén összevetettük a Mayo és a Blanchard–Hersey-modell, egységes szempontok szerint vizsgálva így a munkavállalókat és vezetőket.

Az elméleti kutatást primer vizsgálatokkal egészítettük ki, melyek két fókuszcsoporthozos vizsgálatból, tizenhat vezetői mélyinterjúból állt. A mélyinterjúkkal célunk az volt, hogy feltérképezzük, a vezetők ismerik és használják-e a Blanchard–Hersey-modellben leírtakat.

Végül a fenti vizsgálatokat kérdőíves megkérdezéssel egészítettük ki: a munkavállalókkal és munkaadókkal összesen 279 kérdőívet töltöttünk ki.

A három kutatási módszer eredményeit elemeztünk, és bemutattuk megállapításainkat valamint javaslatainkat.

Összességében megállapítható, hogy a munkáltatók nem ismerik, vagy ha ismerik, nem megfelelően használják a fent említett modellt. E mellett a kutatásból kiderül, hogy a munkáltatókat főképp Irányító és Delegáló csoportokba sorolják, ám kutatásunkból leszűrhető, hogy a munkavállalóknak több Irányító valamint Edző típusú vezetőre lenne szükségük!

PERGE KRISZTINA

Végzés éve: 2010

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Lipták Katalin
PhD hallgató, Miskolci Egyetem*

**AZ OKTATÁS ÉS FOGLALKOZTATÁSPOLITIKA KAPCSOLATA AZ EURÓPAI
UNIÓBAN, A NÉMET–MAGYAR–ROMÁN KAPCSOLATOK ELEMZÉSE**

An analysis of the relationship between EU education and employment policy in Germany,
Hungary and Romania

Napjainkban egyre többet hallani a munkanélküliség problémájáról, mely egyre nagyobb méreteket ölt, valamint a hozzá kapcsolódó oktatási rendszerekről és országok közötti együttműködésekéről. Ebből a problémából kiindulva született meg dolgozatom témája és címe, hiszen egy világszerte jelen lévő, globális problémáról és témáról van szó. Munkámban az Európai Unió főbb oktatási és foglalkoztatási jellemzőit mutatom be, különös tekintettel a magyar-német-román különbségek és azonosságok bemutatásával.

A dolgozat elkészítése során a szakirodalom feldolgozása volt elsődleges forrásom, továbbá saját kutatáson alapuló számítást is végeztem. Az országok fejlettségét Módosított Humán Fejlődési Mutató segítségével szemléltetem.

A dolgozat irányvonalát a három fő kutatási kérdésem adta:

1. Mekkora mértékben változott az Európai Unió foglalkoztatáspolitikai stratégiája a megalakulásától napjainkig, hogyan alakultak át a fő célkitűzések?
2. Milyen gazdasági és társadalmi helyet foglal el a három vizsgált ország az Európai Unión belül? (válaszom alátámasztása HDI-index vizsgálatával)
3. Szükség van-e a meglévő oktatási rendszerek átalakítására, és ha igen, milyen mértékben?

A kutatásom eredményeként sikerült választ kapnom kérdéseimre, melyek a lisszaboni stratégia hatásának kétségében, az országok fejlettségi szintjeinek nagy eltéréseiben és saját javaslatokon alapulnak.

Zárásként az oktatási rendszer átalakítására tettem saját javaslatokat, hogy az minél erősebben támogassa a foglalkoztatást és jövőbeli kutatási lehetőségekre mutatok rá.

PERGER JÚLIA

III. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Jenes Barbara
tudományos segédmunkatárs, Budapesti Corvinus Egyetem*

**A EUROPEAN YOUTH PARLIAMENT MARKETINGSTRATÉGIÁJÁNAK
MEGALAPOZÁSA A NEMZETKÖZI NONPROFIT SZERVEZETEK
SAJÁTÓSÁGAINAK TÜKRÉBEN**

Marketing strategy substantiation for the European Youth Parliament based on idiosyncrasies of nonprofits

Dolgozatom célja az volt, hogy a nonprofit szervezetek sajátosságain keresztül megvizsgáljam marketingszemléletük, márkaértékük kialakulásának alapjait, s ezt az elméleti keretet egy 33 országban jelen levő, 1987-ben alapított, 20.000 tagot számláló nemzetközi diákszervezet, a European Youth Parliament esetében alkalmazom. A téma relevanciáját az adja, hogy a kor és a nonprofitok piaca, a fogyasztók igényei megváltoztak az elmúlt 2 évtizedben, s az új kihívások megválaszolására az EYP nem dolgozott ki explicit stratégiákat, s így – feltevésem szerint – számos erőforrása kihasználatlanul maradt – továbbá, az EYP-ről még nem készült ilyen kutatás.

A céloom tehát az volt, hogy megvizsgáljam, mit jelenthet és miben valósulhat meg a marketingszemlélet az EYP esetében. A dolgozat első felében általánosságban foglalkozom a nemzetközi, nonprofit szervezetekkel, azok marketingorientáltságbeli hiányosságaival, ennek következményeivel, komplex fogyasztói szerkezetükkel és termék-definiálásukkal, továbbá márkaértékre ható fő külső és belső tényezőkkel. A dolgozat második felében erre alapozva, primer kutatás segítségével határozom meg az EYP-et mint terméket, annak fogyasztóit, márkadimenzióit, erősségeit és gyengeségeit, a márkaértéket potenciálisan erősítő, kihasználatlan emberi/hálózati jellegű erőforrásait.

Az első részben vizsgált elméleti keret főbb következtetéseire alapoztam primer kutatásom, mely során elértem a szervezet minden hierarchia-szintjét. Első körben a felsővezetőkkel készítettem mélyinterjúkat, majd az itt felvázolt főbb irányvonalakat is felhasználva értem el a középvezetők 36%-át kvalitatív kérdéseket tartalmazó online kérdőívvel, és a szervezet tagjait egy kvantitatív és nyílt kérdéseket tartalmazó online kérdőívvel. Ennek eredménye egy 225 fős minta lett, melyben a tagországok 96%-a képviseltette magát. A primer kutatás részeként vizsgáltam az EYP online jelenlétét is. E kutatásra és elméleti keretre alapozva SWOT-elemzést végeztem.

A SWOT-elemzés után, a dolgozat összegzésében megállapítottam 4 olyan fő pillért, melyeket mind a nonprofitok, mind az EYP külső és belső tényezőinek márkaértékére ható elemeit figyelembe véve a szervezet marketingstratégiájának megalapozásához elengedhetetlenek: (1) szervezeti struktúra felülvizsgálata, (2) a hálózati jellegben rejlő erőforrások hatékonyabb kihasználása, (3) partnerkapcsolatok felülvizsgálata, (4) motivációs rendszer fejlesztése. Ezek a pillérek jelenthetik az alapját egy új, közösségi hálózatra épülő marketingszemlélet kialakulásához szükséges paradigmaváltásnak.

PERS JÚLIA
III. évfolyam
Turizmus-vendéglátás (A)
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Mayer Péter
egyetemi adjunktus, Pannon Egyetem*

AZ 1960–69 KÖZÖTT SZÜLETETTEK FOGYASZTÓI MAGATARTÁS VÁLTOZÁSA A RENDSZERVÁLTÁS TÜKRÉBEN

Transformation of the 1960's cohort's consumer behaviour during the early 1990's: political change and interpersonal transformations

A kutatásom során arra kerestem a választ, hogy a rendszerváltás milyen hatást gyakorolt az egyes ember utazási szokásaira. Jelen kutatás feltáró jellegű, így e szerteágazó témakört, nem a teljes magyar lakosságra vetítve fogom vizsgálni, hanem a kutatást az 1960–69 köréből vett kvalitatív mintán végzem el. Az ő utazási szokásainak megismeréséhez kutatásom során három külső tényezőt állítottam a középpontba: a gyermekkorban megszerzett tapasztalatokat, az életút során tapasztalt változásokat és magát a rendszerváltást. Kutatásom során azt vizsgálom, hogy ezek a tényezők mennyiben befolyásolták az utazási intenzitást az egyes alanyoknál.

A gyermekkorban, a tanulmányok szerint két eset jelenhet meg lehet. Az egyik, hogy akiket kiskorukban sokat vittek nyaralni, ők gyűjtöttek elég tapasztalatot ahhoz hogy az életük, hátralevő részében is rendszeresen utazzanak. A másik lehetőség, pedig ennek az ellentettje, amikor nem vitték a szülők nyaralni a gyermeküket, ezáltal egyfajta félelem és idegenség alakul ki bennük az utazással kapcsolatban és így nem vagy éppen alig utaznak. A gyermekkor így lehet egyfajta gátló vagy éppen ösztönző hatású.

Az életút során tapasztalt változások alatt azt értem, hogy a rendszerváltás körüli időszakban ez a korosztály lassan kisgyermekes családdá alakul. Ez a tény nagyban befolyásolhatja az utazási intenzitást. Hiszen, véleményem szerint, nagyon sokan kényelmetlennek tartják a kisgyerekekkel való utazást, ezért ebben az időszakban feltehetőleg nagyban visszaesik az utazások száma az ő körükben.

A rendszerváltás nagyon nagy változásokat hozott Magyarországon a kiutazásokkal kapcsolatban. Ekkoriban kaphatták meg a világútlevelet, amellyel szinte minden akadály nélkül (csak valutakorlátozással) utazhattak külföldre. Ez arra enged következtetni, hogy ekkoriban felébred az emberekben az új desztinációk iránti kíváncsiság, ami az utazások számának növekedését eredményezheti. Viszont felmerül a kérdés, hogy ez elegendő volt-e ahhoz, hogy ténylegesen többet utazzanak az emberek vagy az előbb említett tényezők nagyobb hatással voltak rájuk?

Az interjúalanyaimat végighallgatva azt a következtetést vontam le, hogy a gyermek születése után szünet alakul ki az utazási élettörténetben, hiszen alanyaim közül mindenki kényelmetlennek tartja a kisgyerekekkel való utazást, továbbá elsődleges céljukká vált a gyermekek megfelelő körülmények között való felnevelése. Ezen felül azok, akiket keveset vittek gyermekkorukban nyaralni a szüleik, még a mai napig elég ritkán veszik rá magukat az utazásra. A rendszerváltás hatása, ha nem is azonnal jelentkezett az alanyaim között, mindenképpen elmondható, hogy sokaknak a külföldi úticélok váltak az egyetlen opcióvá a rendszerváltás és persze a gyerekek idősebbé válása után.

Összességében, bár a rendszerváltás jelentős hatást gyakorolt, a gyerekkori tapasztalatok és a családi életciklus hatását a válaszadók fontosabbnak találták.

PÉTER DÓRA ESZTER

Végzés éve: 2009

Gazdálkodási (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Lukács János
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

EGY BORÁSZAT ÉLETE A SZÁMVITEL EN KERESZTÜL

Life of a winery through the eye of accounting

A dolgozatomban szőlészetek, borászatok számviteli és könyvvizsgálati sajátosságaival foglalkozom. A vizsgált borászatot keresztül a célom azt bemutatni, hogyan lehet modellezni a számvitel segítségével a borászati tevékenységet, hogyan alakítható ki egy megfelelő, a tevékenységre illeszkedő költségelszámolás és önköltségkalkuláció. Szeretném felhívni a figyelmet mindezek jelentőségére a tevékenységgel járó kockázatok csökkentésében és a jövedelmezőség biztosításának érdekében, azaz a számvitel szerepére a borászati vállalati értékláncban.

A specialitások, a hangsúlyosan jelentkező területek a termelési folyamatból, a végtermékből erednek, ami maga a bor, a készlet. Az ágazatnak számos nehézséggel kell megküzdenie. A gazdálkodás ki van téve külső tényezőknek is (pl. időjárás), ami miatt a termelés nem tervezhető úgy, mint más ipari ágazatokban. A tevékenység szezonálisága miatt a költségek dömpingszerűen jelentkeznek (őszi szüreti időszak), melynek finanszírozása likviditási gondokat okozhat.

A témához kapcsolódóan nincs bőséges szakirodalom, így a szakágban dolgozóktól való információgyűjtésre és a számviteli tanulmányaimra építettem. A vezetői számvitel szemszögéből közelítettem meg a tokaji borok önköltségelszámolását, és a készletértékelést. A borászat számviteli rendszerével, a költségstruktúrával kapcsolatos kérdéseimre a borászat igazgatójától és főkönyvelőtől kaptam választ. Az ismeretszerzést megkönnyítette, hogy a Társaság könyvvizsgálatában is részt vettem.

A készletek értékének pontos meghatározása fontos, mivel a készletállomány változás esetén az kihat a vállalkozás vagyonára és a tárgyévi eredmény nagyságára.

Az ágazathoz kapcsolódóan az értékvesztés elszámolásának problémájára hívnám fel a figyelmet, ami az eltérő termés hozamokhoz kapcsolódik. Ha egy évben az időjárás miatt kevés a szüretelt mennyiség, akkor az előző évekhez viszonyítva indokolatlanul nagy költség tevődik a kisebb mennyiségre, ami így – egyik évről a másikra – jelentős értékvesztés elszámolását vonja maga után az adott évre. A készletértékelés és az önköltség-meghatározás kiemelkedő szerephez jut, a nem megfelelően kialakított kalkulációs eljárás a készletek téves, alul- vagy felülértékeléséhez vezethet, ami a pénzügyi kimutatások megbízhatóságát és valódiságát veszélyezteti.

PÉTERVÁRI ZSÓFIA

Végzés éve: 2010

Vállalkozásfejlesztés (M)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Vágyi Ferenc Róbert
egyetemi docens, Nyugat-magyarországi Egyetem*

A VAGYON ADÓZTATÁSA MAGYARORSZÁGON ÉS AZ EURÓPAI UNIÓBAN

Taxes on property in Hungary and in the European Union

Kutatásaim során az adózás elméleti hátterének áttekintése mellett az adóztatás általános jellemzőit is megvizsgáltam, ennek kapcsán rámutattam a nemzetközi adózási trendekre. Megállapítottam, hogy az Európai Unióhoz való csatlakozás minden ország számára egy évtizedes folyamat lezárását és egyben egy új szakasz nyitását jelentette. A tagállamok adórendszere mind az adóteher megoszlását, mind az adóztatás technikai megoldásait tekintve jelentősen különböznek egymástól. Az adók mértékének és a kedvezmények, mentességek körének megállapítása továbbra is a nemzeti függetlenség része. Az egyes országok adórendszere eltérő abból a szempontból, hogy melyik jövedelmeket adóztatják meg jelentősebben. A tagország részletes elemzése során azt tapasztaltam, hogy a tagállami szabályozás, mentességek, kedvezmények széles köre, véleményem szerint az adott tagállam vagyoni viszonyain alapul. A vizsgált európai uniós tagállamok és a magyar illetékrendszer tekintetében két jelentős azonosságot tapasztaltam: az adóosztályok rokonsági kapcsolatnak megfelelő besorolása minél közelebbi a rokonsági kapcsolat (I. adóosztály) annál kedvezőbbek az adókulcsok. Elemzésem során rámutattam a gyakorlatban fellelhető különbségekre is, melyből a következő konklúziót vontam le: az Európai Unión belül nincs egységes jogi szabályozás a vagyonszerzési, az öröklési, ajándékozási illetékekkel/adóval kapcsolatos fizetési kötelezettség tekintetében. Megállapítottam, hogy az öröklési és ajándékozási adó/illeték az EU tagállamok többségében jelen van, azonban ahány tagállam, annyi szabály érvényesül Magyarország illetékrendszere megfelel az EU-tagállamokban alkalmazott hasonló adónemek gyakorlatának. Európában több országban létezik ingatlanadó és vagyonadó, de annak mértéke országonként különböző. Szlovákiában évek óta van ingatlanadó, melynek mértéke a legkisebb az Európai Unióban. A nemzetközi gyakorlatban az ingatlan típusú vagyonadóztatás a legelterjedtebb, hiszen ez egy könnyen és egyszerűen megragadható vagyonelem. Franciaországban a vagyonok adójának a mértéke magasabb, mint a vagyonoknak a jövedelme, ezáltal vagyonelemekről kellett megválniuk a vagyon tulajdonosainak, hogy az adófizetési kötelezettségüket teljesíteni tudják. Elemzésem során arra a megállapításra jutottam, hogy nem biztos, hogy a vagyonnak van olyan hozadéka, amivel fedezni lehet a vagyon adóját. Az Unióban és számos más uniós országban is megtalálható a vagyonadóztatásnak olyan formája, ahol nemcsak az ingatlant, hanem az értékeesebb ingó vagyontárgyakat, autókat, bankbetéteket, részvényportfóliókat is megadóztatják.

PETHES ZOLTÁN

VI. évfolyam
Marketing (O)

Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Rekettye Gábor
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

GLOBÁLIS MÁRKÁK A FUTBALL VILÁGBAN

Global brands in the world of football

A sportmarketing a szolgáltatásmarketing egyik ága, igen fiatal tudományterület. Ezen belül a futballmarketinget, annak is egy kis szeletét veszi górcső alá a dolgozat. A globális márkává válás folyamatáról értekeznek, kiemelkedő futballisták példáin keresztül. A pályán, illetve pályán kívül történő döntések mögé vázol fel gazdasági magyarázatokat, melyek alapvetően marketing-jellegűek. Olyan összefüggések megvilágítására kerül sor szemléletes példák segítségével, melyek a döntések hátterében játszódtak. Mindezeket túl kísérletet tesz jövőbeli trendek, lehetséges fejlődési irányok előrevetítésére is.

PETŐ RITA

Végzés éve: 2010
Makrogazdasági elemző és előrejelző (O)
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

BÉKÉSI LÁSZLÓ

Végzés éve: 2010
Makrogazdasági elemző és előrejelző (O)
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Szabó Bakos Eszter
egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem*

**AZ EURÓPAI UNIÓ GRAFOLÓGIÁJA: EURÓPAI KÜLKERESKEDELEM ELEMZÉSE
GRÁFELMÉLET SEGÍTSÉGÉVEL**

European foreign trade analysis using graph theory

Minden kornak megvan a maga divatos fogalomtára, azok a szavak, amiket az emberek előszeretettel alkalmaznak az élet minden területén. A mi korunk egyik ilyen fogalma a „háló”. A fogalom azonban nem régi keletű. 1960-as években kezdtek el komolyabban foglalkozni matematikusok a gráfokkal.

Az első jelentős eredményt két magyar matematikus tette le az asztalra, Erdős Pál és Rényi Alfréd a véletlen hálózatok megalkotásával, melyet az irodalom ER-gráf néven emleget. A kutatási eredmények azonban nem torpantak meg ennél az egyszerű modellnél. Sok évnek kellett eltelnie, ahhoz, hogy egy újabb, a gráfelmélet történetében meghatározó eredmény szülessen. 1967-ben S. Milgram bevezette a „kisvilág” fogalmát. Felfedezte, hogy nem minden gráf jellemezhető a fent leírt egyszerű játék eredményeként kapott gráf tulajdonságaival. Például az emberi kapcsolatok, sem hasonlítanak egy véletlen gráfra. Később Watts és Strogatz megmutatták, hogy az emberi kapcsolatok kisvilág hálót alkotnak, azaz tulajdonságai megegyeznek a Milgram által leírt tulajdonságokkal. Sikerült egy olyan elméleti modellt is alkotniuk, mely szintén „kisvilág” tulajdonságokkal rendelkezik. A tanulmány elvi jelentőségét az adja, hogy az emberek közötti kapcsolatok nem véletlen gráffal modellezhetőek, hanem valamilyen szabályszerűségek szerint alakul ki a struktúra.

Dolgozatunk célja az országok közti kereskedelmi kapcsolatok feltérképezése gráfelméleti eszközök segítségével. Szeretnénk bemutatni egy olyan alternatív elemzési eszköztárat, mely jó kiegészítése lehet a gazdaságpolitikai elemzéseknek, s így segíthet a legjobb döntések meghozatalában, a problémák minél jobb átlátásában. Rövid tanulmányunkban bepillantást nyerhet az olvasó a gráfok világába, s elgondolkodhat velünk együtt az eddig ismert közgazdasági problémák gráfelméleti megfogalmazásában. A dolgozatnak nem célja új, eddig nem ismert összefüggéseket feltárni, sokkal inkább az eddig már megszokott gondolatmenetet egy új szemszögből bemutatni.

Legfőbb eredményként sikerült belátnunk, hogy az európai kereskedelmi kapcsolatok kisvilág struktúrát alkotnak. A kereskedelmi csomópontok véletlenszerű megszüntetése után a rendszer továbbra is stabil marad, azonban, ha célzottan iktatjuk ki a főbb csomópontokat, akkor könnyen darabjaira hullhat szét a hálózat. Ezeket a szempontokat figyelembe véve pedig fontos következtetéseket vonhatunk le és gazdaságpolitikai döntéseket megalapozottabban támogathatjuk, akár egy esetleges válságkezelés során is.

PETRÓCZI ATTILA ISTVÁN

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Konzulens: Dr. Jánosa András
főiskolai tanár, Budapesti Gazdasági Főiskola*

ROTATIONAL CHURN-JELENSÉG ALTERNATÍV FELDERÍTÉSI LEHETŐSÉGEI

Alternative methodology of spinners' identification

A nagyvilágban a szolgáltató szektor vált a legmeghatározóbb gazdasági erővé, melynek lételeme az ügyfélmenedzsment. Ennek megfelelően az üzleti szereplők között éles verseny alakult ki a piaci részesedésért mind az új ügyfelek, mind a meglévő ügyfelek tekintetében.

A tercier szektor szereplői régóta hangoztatják, hogy náluk az ügyfél az első, ezt azonban az ügyfelek nem mindig érzik így. Számos olyan eset van, amikor egy szolgáltatótól az ügyfelek másik szolgáltatóhoz vándorolnak, mert úgy érzik, ott jobbak a feltételek, ott jobban megbecsülik majd őket. Ezt a jelenséget nevezzük lemorzsolódásnak vagy churnnek.

Ennek kivédése érdekében a szolgáltatók lemorzsolódás-elemzéseket végeznek, arra keresve a választ, hogy mi az, ami miatt egy ügyfél szolgáltatót vált. A vizsgálatok eredményeit evidensen beépítik üzleti politikájukba, ezzel marasztalva meglévő ügyfeleiket.

A szolgáltató szektor számos területén telítődött a piac, azonban a vállalatok az üzleti részesedésért továbbra is harcban állnak. Ennek következtében az ügyfelek más szolgáltatóktól való elcsábítása a cél, azaz churnölésre szeretnék rávenni más szolgáltatók meglévő ügyfeleit. Ennek érdekében számos kedvezményt és engedményt nyújtanak az új ügyfelek számára, ez azonban ellenérzést vált ki a meglévő ügyfelek körében: ők is szeretnék részesedni a kedvezményekből, így akár lemondva jelenlegi szolgáltatásukat új ügyfélként újra jelentkeznek a szolgáltatónál. Ezt nevezzük rotational churn-nek.

A rotational churn felderítésére legáltalánosabb módszertanok a szociálháló-elemzés különböző válfajai, azonban mi egy más megközelítéssel: hívásadatok alapján készült ügyfélprofilal, valamint tartózkodási helyre utaló információkkal kívánjuk megoldani a problémát. A módszertan erősségeit, valamint a szociálháló-elemzés gyengeségeit egyaránt bemutatjuk értekezésünkben.

PIEROG ANITA

Végzés éve: 2010

Gazdasági agrármérnök (O)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulens: Dr. Szabados György
egyetemi adjunktus, Debreceni Egyetem*

A DÖNTÉS FUNKCIONÁLIS ELVŰ VIZSGÁLATA CIVIL SZERVEZETEK BEN

Functional examination of decision making in civic organisations

A döntés, döntéshozatal mindennapjaink része. A nap választások, döntések sora.

Mit jelent dönteni? Mi a jó döntés? Ezek a kérdések régóta foglalkoztatják az embereket. Ezt mi sem bizonyítja jobban, mint az, hogy az elmúlt kétezer évben számos tanulmány született a döntés témakörét boncolgatva, több területen. Dolgozatom célja a döntési folyamat elemzése, a döntés körülményeinek vizsgálata civil szervezetek esetében.

A döntési mechanizmus vizsgálatát fontosnak tartom. Viszont a legtöbb tanulmány a döntés folyamatát gazdasági társaságok, profitorientált szervezetek esetében készít. De felmerül a kérdés, hogy a gazdasági szervezetek vezetőivel ellentétben egy civil szervezet vezetőjét mi befolyásolja a döntései meghozatalában. Mennyire befolyásolhatja az önös érdek? Hiszen a civil szervezetek, ha van is, profitjukat nem oszthatják szét az alapítók között. És ha nem a saját érdeke vezérli, és nem is a profitmaximalizálás, akkor mégis mi? Kik vagy mik hatnak a döntéseikre?

Dolgozatomban elsősorban erre a kérdésre szeretném megadni választ.

Bemutatom a civil szervezetek kialakulását, működésének sajátosságait. Ezek a sajátosságok irányt mutatnak arra, milyen eltérés van a civil szervezetek és gazdasági társaságok vezetőinek döntési helyzeteiben. Elemeztem milyen tényezőket kell figyelembe venni civil szervezet esetében egy-egy szituációban. Természetesen a civil szervezetek működését is számos külső hatás befolyásolja, mint például a kormányzat, versenytársak, partnerek stb. A kérdés az, mennyire mérvadóak ezek a hatások? Milyen mértékben kell figyelembe venni őket a döntések során?

Kutatásomat Hajdú-Bihar megyében végeztem. Vizsgálataimat, elemzéseimet szakirodalmi feldolgozásra, kérdőíves adatfelvételre és mélyinterjúkra építettem.

A kutatás eredményei többek között azt mutatják, hogy a döntés, mint vezetői tevékenység arányaiban véve alacsony szinten van a többi feladathoz képest. A vezetők leginkább saját értékrendjüknek kívánnak megfelelni a döntéseik során, és az állami elvárások fontosak a legkevésbé számukra.

Összefoglalva elmondható, hogy a civil szervezetek döntései nagyban eltérnek a gazdasági társaságokétól a tekintetben, hogy mik befolyásolják a döntéseiket, és milyen feltételeket vesznek figyelembe a döntések során.

PINTÉR ANDRÁS

Végzés éve: 2009

Közgazdasági (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Köhegyi Gergely
tanársegéd, Budapesti Corvinus Egyetem*

-2,3%

KIK ÉS HOGYAN DÖNTIK EL, HOGY MEKKORA LEGYEN A NÖVEKEDÉS ÜTEME?

-2,3%

Who and how can decide the rythm of economic growth?

A 21. század elejére újabb lendületet vett a termelésen alapuló statisztikák felülvizsgálata, egyidejűleg megnőtt a kialakulásuk történetével foglalkozó kutatások száma. A legtöbb tanulmány kizárólag az ENSZ-módszertant vizsgálja, a közel 40 éven át azzal megegyező jelentőségű KGST-módszertanról legfeljebb csak említés történik. A világpolitika bipolaritásának megfelelően a gazdaságstatisztikában is kettősség uralkodott egészen 1971-ig, amikor Magyarország elsőként és egyedülként mindkét rendszer módszertanával kiszámította saját nemzeti jövedelmét. A változást előkészítő vita, az eredmények érdemi feldolgozása azonban elmaradt, egyrészt azért, mert ezek a munkák zömében magyarul íródtak, másrészt, mert a szocialista örökség diszkreditálása nem segítette elő ezt a folyamatot.

Dolgozatomban ezt az elmaradást kívánom pótolni a tudásszociológiának egy tudományos viták elemzésére szolgáló módszerének felhasználásával. Feltevésem szerint a termelésfogalom szocialista politikai gazdaságtan által adott értelmezésének újragondolása vezetett a más szocialista országokban is megkísérelt, de egyedül Magyarországon elért eredményhez. A döntést megelőző folyamat során elhangzott érveket és a kialakuló érdekcsoportokat az akkori szakmai folyóiratok és visszaemlékezések tanulmányozásán keresztül, a vita lezárását pedig az MSZMP Közgazdasági Elméleti Munkaközösség vitát lezáró ülésének a jegyzőkönyvéből rekonstruáltam.

A KSH alkalmazottai szempontjából az új mutató a konzisztencia és feltételezhetően az összehasonlíthatóság, a szocialista politikai gazdaságtan kutatóknak pedig a bevett marxí fogalmak megőrzése miatt volt releváns a termelés fogalmának a meghatározása. Bár a vitában a két csoport gyakran elbeszélte egymás mellett, azonban a támogató KSH-vezetés és a reformközgazdászok végül utat biztosítottak a változtatásnak.

PINTÉR TIBOR

Végzés éve: 2010

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (M)

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Losoncz Miklós
egyetemi tanár, Széchenyi István Egyetem*

**AZ EURÓPAI UNIÓ ÉS A NYUGAT-BALKÁN – A BŐVÍTÉSI SZAKASZ
SAJÁTOSSÁGAI**

The EU and the Western Balkans – The nature of the enlargement phase

A pályamű az Európai Unió bővítésének legújabb szakaszával foglalkozik. A dolgozat elején az intézményi közgazdaságtan és a politikai gazdaságtan alapvető gondolataiból szemezgetés olvasható. A legfontosabb a következők szempontjából a politikai intézményrendszer és gazdasági teljesítmény közti kapcsolat tárgyalása. A második fejezetben azt vizsgálja a munka, hogy bekövetkezett-e jelentős változás a bővítési keretrendszerben az új aspiránsok feltűnésével. A harmadik fejezet az Európai Unió érdekeit gyűjti össze, amelyek a térség integrálását ösztönzik. A negyedik fejezet a Nyugat-Balkán érdekeit veszi számba a tanulmány különös tekintettel a vissza nem térítendő forrástranszferre. Emellett az intézményi közgazdaságtan azon állítását vizsgálja a szerző az utolsó fejezetben, hogy a demokrácia és a gazdasági növekedés közt pozitív kapcsolat áll fenn. Az alkalmazott módszertan korrelációanalízis. A Nyugat-Balkán államaiban a demokratikus intézményrendszer fejlődése és a gazdasági növekedés között pozitív kapcsolat tételezhető föl az elvégzett számítások alapján.

PLESZKÓ RÉKA

I. évfolyam

Vidékfejlesztési agrármérnök (M)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulens: Dr. Nagy Géza
egyetemi tanár, Debreceni Egyetem*

A TELEPÜLÉSFEJLESZTÉS LAKOSSÁGI IGÉNYEI NAGYCSÉCSÉN

Expectations of population concerning village development in Nagycsécs, Hungary

Egyre kevesebb lehetősége van az önkormányzatnak hatékony fejlesztési program létrehozására, különösképpen akkor, ha jelentős forráshiánnyal küzd, és a működéshez szükséges anyagi eszközök sem állnak maradéktalanul rendelkezésre.

Dolgozatomban megvizsgálom azokat a lehetőségeket, pályázatokat, melyekkel az ilyen hátrányos helyzetű község is megtalálhatja fejlődésének forrásait.

A fejlődés irányát kijelölő fejlesztési program összeállításához nélkülözhetetlen a lakosságot foglalkoztató problémák megismerése, melyet 2010. február 8–21-ig kérdőíves közvélemény-közvélemény-kutatással tártam fel. A feltárt problémák ismeretében már egy átlátható és végrehajtható fejlesztési terv alakítható ki.

A problémák feltárásán túl megjelentek olyan lakossági igények is, melyek megvalósulása élhetőbbé és szerethetőbbé tenné a települést.

A megkérdezettek közül a fiatalok a fejlődést hiányolták, mely perspektívát nyújthatna a fiatal, gazdaságilag aktív családok számára.

A középkorúak a romló közbiztonságra, a mélyrepülésben lévő ingatlanárakra, valamint a működő vállalkozások stagnáló számára hívták fel a figyelmet.

Az idősebb korosztály a hagyományok őrzésének hangsúlyozása mellett felhívta a figyelmet egy rentábilis befektetést jelentő idősök otthonának szükségességére is.

A lakossági elvárások figyelembevételével kialakított fejlesztési program, és annak megvalósítása tapasztalatul szolgálhat más, hasonlóan hátrányos helyzetű települések fejlődéséhez is.

POCZIK ILDIKÓ

III. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Lipták Katalin
PhD hallgató, Miskolci Egyetem*

**EGYÜTT KÖNNYEBB? – FOGLALKOZTATÁSI HELYZETKÉP A VISEGRÁDI
NÉGYEK ESETÉBEN**

Is together easier? – Employment aspects in case of the Visegrad Four Countries

A foglalkoztatáspolitikai napjaink egyik legfontosabb társadalmi területe a nemrégiben kibontakozott pénzügyi és gazdasági válságnak köszönhetően. Dolgozatomban a Visegrádi Négyek (Lengyelország, Csehország, Szlovákia, Magyarország) összehasonlító elemzését végzem el a gazdaság és a foglalkoztatáspolitikai terén.

Kutatásom fő kérdése, hogy a Visegrádi Négyek foglalkoztatáspolitikája hasonló tendenciákat mutat-e az Európai Unió foglalkoztatáspolitikájával, vagy inkább speciálisnak tekinthető. Továbbá arra keresem a választ, hogy a V4-ek esetében lehet-e beszélni regionális különbségekről a munkaerőpiacon és ha igen, ez milyen mértékű.

Kutatási kérdésem igazolására bemutatom az Európai Unió foglalkoztatáspolitikáját és összehasonlítom a négy ország gazdaságát a főbb makrogazdasági mutatók segítségével. A vizsgált országok szempontjából érdekes, hogy azonos fejlettségi szintről indultak, azonban az EU-tagságból különböző módon profitáltak. Az országos szintű elemzés után a kisebb területi egységek (NUTS 2 régiók) szintjén vizsgálom meg a helyzetet a foglalkoztatást érintő legfontosabb indikátorok segítségével.

A területi összehasonlítást követően szeretnék egy jól működő foglalkoztatási paktumot bemutatni, elemezni, mely jó alapul szolgálhat a Visegrádi Négyek esetében.

POCSAI KRISZTINA

Végzés éve: 2010

Gazdasági agrármérnök (O)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulensek: Dr. Balogh Péter
egyetemi docens, Debreceni Egyetem*

*Dr. Szabó Péter
egyetemi docens, Debreceni Egyetem*

**MANGALICATERMELŐK VIZSGÁLATA BOOTSTRAP MINTAVÉTELEZÉS
ALKALMAZÁSÁVAL**

Research on mangalica pig producers with the application of BOOTSTRAP sampling

Hazánkban újra megnőtt az igény a tradicionális termékek iránt, így érthető, hogy a kiváló ízt és magas élvezeti értéket képviselő mangalica készítmények ismét előtérbe kerültek, a fajta a „reneszánszat éli”, és a tenyészetek száma is egyre nő. Munkám során fő szempont volt, hogy a megkérdezett termelőktől ismereteket szerezzek arról, hogy hogyan látják a mangalicaágazat helyzetét és a saját helyzetüket, valamint a jövőre vonatkozóan milyen konkrét elképzeléseik és javaslataik vannak. Kutatásom másik fő célja az volt, hogy a bootstrap módszer alkalmazásával az általam gyűjtött kis minta alapján (13 termelő adatai) megvizsgáljam azt, hogy lehetséges-e az országos adatokra is jellemző eredményeket kapni. Az általam számított paraméterek – az átlagos kocaállományra és az évente előállított vágósertések számára vonatkozóan – az átlag, a medián és a szórás volt. A módszer lényege az, hogy valamely becslés pontosságát javítsuk, a hiba eloszlását becsüljük elsősorban kismintás esetekben. Az eredmények alapján levonható az a következtetés, hogy a rendelkezésre álló mintából az alapsokasági adatokhoz képest egy szélesebb intervallumot tudtam megbecsülni mindkét paraméter esetén.

POGONYI DOROTTYA

IV. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Györfly Ildikó
egyetemi tanársegéd, Miskolci Egyetem*

AZ EURÓPAI UNIÓ KÖZLEKEDÉSI HÁLÓZATÁNAK (TEN-T) ÁTFOGÓ VIZSGÁLATA

Comprehensive examination of the European Union's transport network (TEN-T)

Az infrastruktúra fejlesztése manapság egy olyan dolog, amely meghatározza mindennapi életünket. Számos országnak van jól kiépített közlekedési és energiahálózata, melyek a lakosság jólétét szolgálják, viszont ahhoz, hogy egy egységes Európa jöjjön létre szükség van ezek összekapcsolására.

Dolgozatomban bemutatom az Európai Unió közös közlekedési politikáját, közlekedési hálózatának rövid történetét, annak céljait és irányelveit. Kitérek a program pénzügyi hátterére, azaz a TEN-T finanszírozására és röviden említést teszek a TEN Végrehajtó Ügynökségéről, melyet azért hoztak létre, hogy felügyelje és irányítsa a hálózat építését. A hálózat elemzése során bemutatom külön-külön Európa vasúti és közúti hálózatát, részletesen kitérve egy-egy fontosabb tengelyre, azok fontosságára, és azon hatásokra melyekkel hozzájárulnak a közlekedés javulásához.

Bemutatom a TEN-T magyarországi vonalainak fejlődését, jövőképét és kitérek a területfejlesztési hatásaira. A Magyarország jövőjére vonatkozó kutatásaim egy ígéretesnek látszó képet vetítettek hazánk leendő közlekedési hálózatáról. Kutatásaim alapján megállapítottam, hogy oldani kell a sugaras szerkezetű közúthálózatot, mivel Budapest útjai jelenleg is túl vannak terhelve a fővároson áthaladó tranzitforgalom miatt.

A tengelyeket a gazdaságra, társadalomra és környezetre gyakorolt hatásai alapján elemzem. Megállapítható ezek alapján, hogy az egyes folyosók terület- és településfejlesztési hatásai ellentmondásosak. Nagymértékben javítják az érintett fővárosok és nagyobb városok közötti távolsági közlekedés feltételeit (kapacitásban, minőségben, sebességben), magukhoz vonzva a gazdasági vállalkozásokat, telephelyeket, vagyis a tőkét és a képzett munkaerőt. Ugyanakkor az egyes folyosók nagy távolságban is érvényesülő elszívó hatásukkal gyorsítják a távolabb fekvő, periférikus vidéki települések népességszámának csökkenését, leépülését – ezzel növelve a területi különbségeket.

Az Európai Bizottság egy széles körű modellt fejlesztett ki a nagy európai közlekedési beruházások társadalmi-gazdasági és területi hatásainak előrejelzésére a SASI projekt keretein belül. A modell vizsgálatok arra a következtetésre jutottam, hogy érdemes lenne kiterjeszteni a programot az Európai Unió teljes területére, így a kelet-európai tagországokban is mérhetőek lennének a változások.

POLYÁK BALÁZS

IV. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

*Konzulens: Papp Judit
főiskolai adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola*

A MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ HÍDJAI, WEB 2.0-ÁS ALKALMAZÁSOK

The bridges of marketing-communication, Web 2.0 applications

A web egyre fontosabb szerepet játszik az életünkben, az internet-penetráció pedig folyamatosan növekszik, globálisan és hazánkban is. Az online közösségi hálózatok egyre több tagot számlálnak, bizonyos társadalmi rétegek szubkultúrájának és társas érintkezési formáinak szerves része. A gazdaság szereplői hamar ráébredtek, hogy a hagyományos (és már szinte kötelező) céges weboldal mellett jelenlétük és aktivitásuk a közösségi oldalakon roppant fontos és értékteremtő, bár a jelenlét formája, minősége és a célcsoport kiválasztása még sok esetben kívánni valót hagy maga után.

Az online közösségi hálózatok egyfajta online leképezései a tradicionális közösségi hálózatoknak: ismeretségi körök, véleményvezérek találhatóak rajta, illetve a rendszer szürke eminenciásai, az úgynevezett „Hidak”. A „Hidak” az online közösségek egymástól izolált csoportjait kötik össze, ezzel kulcsszerepet játszanak az információ áramlásában, ugyanolyan módon, mint ahogy a betegségek terjedésénél a sokat utazó emberek, akik megfertőződnek egy adott országban, és továbbutazásuk során vektorokká válnak.

A Híd-alapú marketingkommunikáció kutatásom témája: A web 2.0 rövid történeti és tematikus összefoglalása után hálózatdinamikai kutatások elemzésével emelem ki a hidak szerepét az információ áramlásban, ezt követően egy népszerű online közösségi hálózatot vizsgálok azzal a céllal, hogy bebizonyítsam az először Karinthy Frigyes által jegyzett „6 lépés” elméletet, más néven a „Kicsi Világ”-hatást. Munkám következő részében egy személyes kutatást mutatok be, melynek célja megismerni a közösségi hálózaton előforduló viselkedési mintákat, illetve a Híd-hatást. A kutatások alapján különböző szempontok alapján szűrve profilelemzést hajtottam végre a lehetséges „Híd”-jelöltek között, azzal a céllal, hogy közös meghatározó motívumokat fedezzek fel a viselkedésükben, élethelyzetükben. A TDK-munkát a kommunikációs modell üzleti alkalmazhatóságának lehetőségével zárom.

PÖLÖSKEI PÉTER

I. évfolyam
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (M)
Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

SOLTI GÁBOR

Végzés éve: 2010
Gazdálkodástudományi közgazdász-tanár (O)
Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Matolay Réka
egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem*

**A VERSENYELŐNY ÚJ FORRÁSA: A TÁRSADALMILAG FELELŐS VÁLLALAT
KONCEPCIÓJÁNAK SZEREPE A GLOBÁLIS VÁLSÁG IDEJÉN AZ AUTÓIPARBAN**

The new source of competitive advantage: The role of corporate social responsibility in the
automotive industry during the global crisis

Az utóbbi években egyre gyakrabban hallhatók olyan megközelítésekről, amelyek a társadalmi célok – szegénység, környezetvédelem – üzleti hasznosságát hangsúlyozzák. Azonban még napjainkban is sokan marketingkommunikáció eszközeként tekintik a társadalmilag felelős vállalat koncepciót (CSR). Mindazonáltal, dolgozatunk kifejezett célja rámutatni, hogy a stratégiai CSR gondolkodás fontos forrása lehet a vállalat versenyelőnyének. Vizsgálatunk fókuszja az autóiparra esett, amely nemcsak azért releváns számunkra, mert a válság itt okozta a legtöbb nehézséget, hanem azért is, mert ebben az iparágban több olyan társadalmi kérdés is felmerül (pl. környezetvédelem), amely alapvetően befolyásolhatja a vállalat rövid és hosszú távú működését. Hovatovább, célunk kettős ezzel a dolgozattal: egyrészt alapozva az elméleti háttérre, illetve a Ford vállalati példájára rámutatni a CSR stratégiai jelentőségére, másfelől egy olyan elemzési keret elkészítése, amely kiindulópontot jelenthet további kutatásokhoz, valamint hasznos támogatást jelent a vállalati felhasználók számára is.

Ennek bemutatáshoz dolgozatunkat négy fő részre osztottuk: az első két fejezetben az autóipar, CSR és a válság közötti viszonyokat definiáljuk a korábbi szerzők alapján. Maga CSR koncepció hasznossága és alkalmazási lehetősége sokat fejlődött a koncepcióról folytatott viták során. Míg a kezdeti időszakokban inkább etikai alapú érveket hoztak fel a kutatók, addig az utóbbi évtizedben egy új felfogás jelent meg, amely rávilágított a CSR gazdasági jelentőségére is. A harmadik fejezetben ennek alapján érvelünk a CSR stratégiai jelentőségéről, amely különösen válság helyzetekben nyújthat komoly segítséget a vállalat számára. Az utolsó, negyedik fejezetben a Ford vállalatot elemezve mutatjuk be a stratégiai CSR jelentőségét és hozzájárulását a vállalati sikerhez. Elemzésünk Caroll (1991) felelősség hierarchia piramisán alapul, amely szétválasztja és strukturálja az egyes vállalati célokat így segítve az elemzésünket. Ford esetében CSR egyrészt minimalizálta az átstrukturálás – pl. leépítések – tranzakciós költségeit, valamint alapvetően befolyásolta a hosszú távú stratégiai irányok meghatározást a környezettudatos autófejlesztéseknél, amely révén Ford az elsők között tudott talpra állni a válság után.

RÁCZ RITA

II. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Komlósi Edit
üzleti és gazdasági angol szakoktató, Pannon Egyetem*

KARRIERTERVEZÉS ÉS ÉLETVEZETÉS A BÜKI GYÓGYFÜRDŐ ZRT.-NÉL

Career planning and life management in the Büki Thermal Bath ZRT.

Mikor a témám kiválasztásán gondolkoztam, olyat szerettem volna, ami a leginkább aktuális lehet. Így eset a választásom a karriertervezésre és életvezetésre. Véleményem szerint, ez a két szó a 21. században nagy jelentőséget kell, hogy kapjon. A hírekben szinte mindennapossá váltak a munkahelyek megszűnéséről beszámoló riportok, valamint egyre többet hallhatunk a növekvő munkanélküliségről is. Kutatásomban arra szeretnék rávilágítani, hogy mennyire fontos, hogy az emberek rendelkezzenek karrierjük eléréséhez szükséges tervekkel.

Turizmus-vendéglátás szakos hallgatóként a Büki Gyógyfürdőn végzetem el a kutatásomat. Kíváncsi voltam, hogy a vezetésben érdekelt személyek milyen (karrier) lehetőségeket biztosítanak alkalmazottaik számára, s vajon egy véleményen vannak e téma kapcsán az ott dolgozók, illetve a vezetés. Továbbá az egyes részlegeken dolgozó munkások mennyire rendelkeznek karrierképpel, mennyire elégedettek a szakmai stábbal. Mint ahogy látni fogjuk, minden alkalmazott elégedett a munkakörülményeivel, szeretnek ott dolgozni, ezenkívül bármikor érdeklődhetnek, értesülhetnek karrierlehetőségeikről. Bár vannak olyan helyzetek, amikor hiába van meg a megfelelő tapasztalat, a tudás, nem elegendő a „ranglétrán” való feljebbjutáshoz. Sokszor a szabályok betartása előbbre való, amit én személy szerint hibának tartok, mivel így nem biztos, hogy a legmegfelelőbb személy kerül a vezetői pozícióba.

Céлом e dolgozat megírásával, hogy felhívjam a figyelmét a sikerhez vezető út egyik kulcs elemére, az életpálya megtervezésére.

RAFIEI ARMAN

IV. évfolyam

Alkalmazott közgazdaságtan (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Golesorkhi Kia
tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem*

**A MODERN MONETÁRIS POLITIKA KIALAKULÁSA ÉS ALKALMAZÁSA AZ
ISZLÁM VILÁGBAN**

Development and application of the modern monetary policy in the Islamic world

Dolgozatom célja, hogy bemutassam az iszlám világban létrejövő modern monetáris politikát. E témában még nem jelent meg magyar nyelvű szakirodalom, ezért dolgozatomban elsősorban az angolul megjelent forrásokra támaszkodtam. Nagy segítségemre voltak Umer Chapra szaúd-arábiai közgazdász publikációi, valamint Hennie Van Greuning és Zamir Iqbal által szerkesztett Risk Analysis for Islamic Banks című átfogó ismereteket adó könyve is. Ugyanakkor egyes részekhez találtam pár magyar szakirodalmat is, melyet hasznosítani tudtam.

Dolgozatom első részében röviden bemutatom az iszlám világ főbb jellemzőit. Ezután felvázolom a viszonylag „fiatal” kamatmentes iszlám bankok kialakulását, működését, melyek struktúrájának megértése elengedhetetlen, amennyiben a monetáris politikát szeretnénk elemezni. Ezt követően mutatom be, hogy hogyan is működik az iszlám világban a monetáris politika, mely sok mindenben eltér a hagyományostól. Bemutatom annak eszközeit, összevetve a hagyományos eszközökkel, ezzel alátámasztva, hogy az alapvető különbségek ellenére sok rokon vonást is felfedezhetünk a két rendszer között. Végül egy rövidebb fejezetet szánok a keményvonalas Irán bemutatásának. Ezen ország bankrendszere majdhogy nem egyedülálló (csak Szudánban találkozhatunk ilyennel), mivel itt csak „kamatmentes bankok léteznek”, ellentétben a többi iszlám országgal, ahol hagyományos bankok is megtalálhatóak.

REGULY ÁGOSTON

II. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Meyer Dietmar
egyetemi tanár, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

*Hevér Boglárka
egyetemi tanársegéd, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

VISELKEDÉSI MINTÁK A NYUGDÍJRENDSZEREKBE

Behavioral models in pension systems

A nyugdíjrendszerekkel számos kiváló nemzetközileg elismert magyar és külföldi szaktekintély (Augusztinovics, Banyár, Mészáros, Simonovits, Stiglitz) foglalkozik és ajánl lehetőségeket működő modellek felépítésére. A dolgozat a nyugdíjrendszereket a viselkedés-közgazdaságtan (behavioral economics) szemszögéből vizsgálja meg melyhez, Dan Ariely és Hámori Balázs munkái szolgáltattak alapot.

A tanulmány P. A. Diamond (1965) együtt élő nemzedékek modelljének felhasználásával a nyugdíjrendszerek olyan modelljeit írja le, amelyekben lehetőség nyílik a különböző generációk viselkedésének a modellezésére. Kétfajta nyugdíjrendszert modellez a dolgozat, a tőkésített és a felosztó-kirovó rendszert. A modell kezeli a generációk viselkedésének hatását a következő generáció fogyasztására nézve, figyelembe véve a népesség esetleges változását. A modellezés során az első generáció hasznossági függvényének két fajtáját használom. Első esetben az első generáció hasznossága csak a saját fogyasztásától függ, a másik esetben a következő generáció fogyasztástól is. Viselkedési mintákat vezetek be, amelyekkel modellezem az altruista, az önző és a racionális viselkedést valamint a fenntartható fejlődést. A modellen végzett szimulációs eredmény azt mutatja, hogy a tőkésített rendszer akkor fenntartható, ha az első generáció hasznosságát nem csak a saját fogyasztásától teszi függővé, hanem a következő generációtól is. A felosztó-kirovó rendszer modellje közvetlenül nem függ a generációk hasznosságaitól, a fenntartható fejlődést az államnak kell biztosítania.

Anglia, Németország, Franciaország, Svájc, és Magyarország nyugdíjrendszereinek jellemzőit vettem össze a modell szimulációs eredményeivel. A szimulációk azt sugallják, hogy a modell szerinti helyes viselkedési mintától azok az országok vannak a legtávolabb, ahol a népesség szaporulat a legkisebb.

Amennyiben a modell megbízható, akkor a jövőbe tekintve, feltehetjük a kérdést: Megvan-e a munkaképes generációknak az a jövőről való gondoskodó magatartása, amely a sajátjával legalább azonos hangsúlyt ad-e a következő generáció fogyasztásának?

REIZER BALÁZS

Végzés éve: 2010

Közgazdasági (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Elek Péter
osztályvezető, Pénzügyminisztérium*

*Köllő János
tudományos főmunkatárs, Magyar Tudományos Akadémia*

A 2006-OS „KÉTSZERES-MINIMÁLBÉR” SZABÁLY HATÁSA A SZÜRKEGAZDASÁGRA

The effect of the „twofold- Minimum wage” rule on the labour market in 2006

Az elmúlt két évtized magyar gazdaságpolitikájában és közbeszédében jelentős hangsúlyt kapott a feketegazdaság és különösen a szürke- és feketefoglalkoztatás. A 2000-es évek eleji minimálbéremeléseknek az egyik indoka épp a szürkefoglalkoztatás és zsebbefizetés csökkentése volt. A 2006-ban a foglalkoztatáspolitikai irányt változtatott és bevezetésre került a minimálbér differenciálása. A dolgozat központjában álló járulék módosítás szerint azokat a vállalkozásokat, amelyek nem fizetik ki alkalmazottaiknak a minimálbér kétszeresét, az APEH deklaráltnál fokozottabban ellenőrzi. A szabály bevezetését követően teljesen felborult a kis- és közepes vállalatok béreeloszlása. Míg 2006-ban a foglalkoztatottak majdnem 10%-a keresett minimálbért, addig 2007-ben csak 3-4 %-a, és az összesített béreeloszlásban megjelent egy kiugrás a minimálbér kétszeresénél. Ebből arra következtettem, hogy a korábban zsebbe fizető vállalatok a legálisan fizetett béreket a minimálbér kétszeresére emelték, hogy elkerülhessék az adóhatóság vizsgálatát.

Hipotézisem ellenőrzésére első lépésben Elek és szerzőtársai (2009) által kidolgozott kettős korlát modellt alkalmaztam. A modell egy kibővített tobit-modellként értelmezhető, ahol az első korlát abból fakad, hogy a foglalkoztatott termelékenysége alacsonyabb, mint a minimálbér, de a szabályozás nem engedi, hogy a minimálbérnél kevesebbet keressen. A másik korlát az, hogy minimálbért figyelünk meg azoknál a foglalkoztatottaknál, akik a fizetésük egy részét zsebbe kapják. Második lépésben a fenti modell alapján csalás indikátorokat képeztem, és megvizsgáltam, hogy reagáltak azok bére, akik a modell szerint zsebbe kapják fizetésük egy részét és miben tért el a zsebbe is fizető vállalatok tevékenysége a legális bérpolitikát folytató vállalatokétól.

A becslésekhez az APEH-bértarifa felmérésének 2006-os és 2007-es hullámát használtam. Eredményeim alapján azon minimálbéresek bére, akik 2006-ban zsebbe is kaptak fizetést átlagosan 6-12 ezer forinttal jobban emelkedett, és sokkal magasabb valószínűséggel keresték 2007-ben a minimálbér kétszeresét, mint a nem csaló társaik. Ezzel párhuzamosan a zsebbe fizető vállalatok átlagosan 13 %-kal jobban emelték az átlagbéreket, de 3 %-kal csökkentették alkalmazottaik számát, mint a nem csaló vállalatok. Az új járulékszabály sikeressége mellett érve azonban, hogy a 2000-es évek eleji minimálbéremelésekhez képest ez a járulékszabály módosítás nem érintette relatíve rosszabbul az alacsonyabban képzetetteket.

RESZEGI LÁSZLÓ

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Horváth Mariann
főiskolai tanársegéd, Szolnoki Főiskola*

**”NEM A RUHA TESZI A MÁRKÁT” –
A GOOGLE MÁRKIDENTITÁSÁNAK ÉS MÁRKAIMÁZSÁNAK VIZSGÁLATA**

The most personal brand – Examination of brand identity and brand image of Google

Dolgozatom fő célja megvizsgálni a Google márkaidentitását, illetve márkaépítési eszközeit és a kapott eredményeket összevetni a magyar közép- és felsőoktatásban résztvevőkben kialakult márkaimázssal.

Írásom első részében a márkázás feladatait és alapvető fogalmait mutatom be, az elméleti rész után pedig röviden ismertetem a Google vállalkozás elmúlt másfél évtizedes tevékenységét, majd bemutatok néhányat legnépszerűbb termékei közül.

A dolgozat további részében áttérek primer kutatásaimra. A Google márkaépítésének sajátosságait Kindli Erna, a Google Magyarország marketingmenedzsere segítségével ismertem meg a vele készített interjúim során. Másik primer kutatásom egy online kérdőív volt, amelyet a magyar közép- és felsőoktatásban résztvevő fiatalok töltöttek ki a Google-ról kialakult márkaképükről és felhasználói szokásaikról. A kapott válaszokat az SPSS™ nevű program segítségével feldolgoztam és elemeztem. A Google márkaidentitását és a megvizsgált felhasználói csoport márkaimázsát egy modell segítségével vettem össze. Jean-Noël Kapferer, a neves francia marketing professzor a '90-es években megalkotott modellje a márkát külső és belső kép alapján, illetve a cég és a felhasználó / fogyasztó szemszögéből vizsgálja. A Kapferer-prizma dimenzióit primer kutatásaim alapján töltöttem ki és megállapítottam, hogy a Google önmagáról felállított személyisége (márkaidentitása) egyezik a kitöltők tükörképével (márkaimázsával). Kutatásom egyéb eredményei azonban azt mutatják, hogy a megkérdezettek nem használják a Google szolgáltatásai közül csak a legalapvetőbbeket. Ezen terület további vizsgálata kvalitatív jellegű primer kutatásokat igényel.

Dolgozatom utolsó részében a vállalat jövőjébe teszek pillantást, lehetséges utakat mutatok be, amelyek remélhetőleg további kérdéseket szülnek az olvasóban is.

RESZEGI ORSOLYA

II. évfolyam
Vállalkozásfejlesztés (M)

Károly Róbert Főiskola
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Bezzeg Enikő
főiskolai adjunktus, Károly Róbert Főiskola*

A DEBRECENI ORVOSNŐK HELYZETE NAPJAINKBAN

The present status of Hungarian female physicians in Debrecen

A pályamunka a debreceni orvosnők helyzetét hivatott elemezni összehasonlítva a kapott eredményeket a nemzetközi és a hazai hasonló témájú tudományos közleményekkel.

A tanulmány alapját egy 34 kérdésből álló kérdőív alkotja, melyet 117-en töltöttek ki anonim módon. A fő témakörök: az orvosnők leterheltsége; egészségi állapota; a család és a munka összeegyeztethetősége; pálya és jövőkép; külföldi munkavállalás kérdése.

A válaszokból kiderült, hogy az orvosnők leterheltsége az irodalmi adatokkal egybecsengően igen nagyfokú. A megkérdezettek többségénél ún. burn-out vagy kiégés szindrómára utaló jelek fordultak elő. Ellentét volt tapasztalható az objektív tünetek és azok szubjektív megítélése között. A tudományos közleményekkel egybecsengően megkérdezettjeim is jobbnak ítélték meg egészségi állapotukat a valóságnál.

Az orvosi hivatást a családdal nehezen összeegyeztethetőnek, hivatásuk presztízsét nem megfelelőnek tartották és ennek javulására a többségük nem sok esélyt látott, szakmai előrelépésükkel viszont többnyire elégedettek voltak. A külföldi munkavállalás a válaszadók csaknem felét foglalkoztatja, de többségük még a konkrét lépésekig nem jutott el.

A pályamunkám eredményei nemzetközi és hazai tudományos kutatásokkal egybecsengően egyértelműen igazolják, hogy az orvosnők a nagy leterheltségből, és hivatásuk és családi kötelezettségeik nehéz összeegyeztethetőségéből adódóan nagyfokban veszélyeztetettek, pszichés és szomatikus állapotuk, halálzási statisztikájuk rosszabb az átlagpopulációénál.

RÓZSA REGINA

II. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Konzulens: Dr. Duma László
főiskolai tanár, Óbudai Egyetem*

**VÁLTOZÁSMENEDZSMENT – TANÁCSADÁSI MODELLEK A VÁLLALKOZÁS
TELJES ÉLETCIKLUSÁBAN**

Change management – Models of advices for a life cycle of an enterprise

Dolgozatom célja bemutatni, hogy a változásmenedzsment milyen komoly jelentőségre tett szert a vállalkozások szemléletében a gazdasági verseny felerősödésével, illetve a különböző gazdasági és egyéb válságok bekövetkeztével.

Az első részben egy vállalkozás optimális indítását mutatom be négy témakör szerint bontva, külön kiemelve, hogy az indulásnál milyen területeken érdemes segítséget bevonni. Főként a magyar kis- és középvállalkozásoknál jelentkező feladatok, a problémák lehetséges megelőző lépéseit, illetve utólagos kezelések közötti különbséget kívánom felvázolni.

A második részben feltárom, hogy egy működő vállalat esetében milyen kihívások merülhetnek fel, illetve erre milyen megoldási lehetőségek vannak és maga a változásmenedzsment milyen szerepet tölt/tölthet be, amennyiben megfelelően alkalmazzák. Ebben a szakaszban fejtem ki részletesebben az egyes tanácsadási fajtákat, illetve a szakma speciális jellegét.

A dolgozatom záró részében a feltárt területek mellett néhány új tanácsadási szegmest is szeretnék bemutatni, melyek Magyarországon még nem olyan elterjedtek. Összegzésként pedig a változásmenedzsment átalakulását vizsgálom az induló vállalat és a működő vállalat esetében.

A dolgozatban szereplő adatok, vélemények részben szakirodalomból származnak, részben az adott területen tevékenykedő szakemberekkel készült interjúkon alapulnak.

RÓZSÁS ALEXANDRA

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kovács Kármén
adjunktus, Pécsi Tudományegyetem*

**A SZÉPSÉGÁPOLÁSI TERMÉKEK ÉS A DIVATMARKETING KAPCSOLATA –
PARFÜM REKLÁMELEMZÉSSEL**

The connection between beauty care products and fashion marketing –
Perfume's advertisement analysis

A dolgozatomban be szerettem volna mutatni a divat és a marketing kapcsolatát, azt a kihívást, amellyel ennek kapcsán a reklámkészítők szembesülnek napjainkban. Szeretnék beszélni arról, hogy a márkák által végzett kommunikáció megfelelő, azonban az üzenetük nem mindig illik össze a reklámképek által a fogyasztókban kialakított érzelmi hatásokkal. Ezen feltevésem kilenc különböző parfümreklám példáján keresztül szeretném igazolni.

A kvalitatív kutatásom fő oka az volt, hogy rájőjjenek, milyen érzéseket váltanak ki az egyes reklámok a fogyasztókból, ezért parfümhasználókkal készítettem mélyinterjúkat. Emellett pedig azt is szeretném szemléltetni, hogy a marketing milyen módon manipulálja az embereket különböző képek segítségével.

Mindezzel a célom az, hogy rávilágítsak a marketing ezen részterületének a fontosságára és, hogy megmutassam milyen módon hat a divat egy parfüm kommunikációs kampányának kialakítására.

RÓZSÁS TÍMEA

Végzés éve: 2010

Vezetés-szervezés (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Bakacsi Gyula
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

**KULTURÁLIS MALACPERSELY – BEFOLYÁSOLJA-E A LAKOSSÁG
MEGTAKARÍTÁSAIT A KULTURÁLIS HÁTTÉR?**

Cultural money box – Does cultural background affect private savings?

A dolgozat azt vizsgálja, hogy az egyes országok lakosságának megtakarításait milyen mértékben befolyásolja a kultúra. Lehet-e bármilyen összefüggést találni az egyes országcsoportok kulturális sajátosságai és megtakarítási szokásai között és ha igen, mennyiben járult hozzá a „megtakarítások és befektetések kultúrája” a globális gazdasági világválság kirobbanásához és annak jelenlegi helyzetéhez?

A tanulmány 42 ország makrogazdasági és pénzügyi mutatóit vizsgálja a GLOBE kutatás kilenc kultúráváltójával együtt statisztikai módszerek segítségével. Három kultúráváltó mutat közepesen erős pozitív korrelációt legalább három gazdasági változóval erős szignifikanciaszint mellett: teljesítményorientáció, jövőorientáció és bizonytalanságkerülés. Ennek eredményei szerint e három kultúráváltó a gazdasági fejlettség és a versenyképesség legmegbízhatóbb előrejelzői, illetve az intézményi kollektívizmus is pozitív korrelációt mutat több fejlettségi mutatóval.

Bebizonyosodott, hogy a pénzügyi szektor szoros kapcsolatban áll jópár kultúráváltóval. Világosan szoros és egyértelmű kapcsolatok alapján elmondhatjuk, hogy a fejlett pénzügyi piacokkal és erős tőzsdével rendelkező társadalmak erősen jövőorientáltak, figyelmük középpontjában a teljesítmény fokozása áll, kerülnek a bizonytalan helyzeteket és a nagymértékű társadalmi egyenlőtlenségeket. Megfordítva azt is mondhatjuk, hogy azok az országok, melyek ezzel a kulturális gondolkodásmóddal rendelkeznek, erős tőzsdéi és bankrendszer alakítottak ki, és gazdasági életükben valamint megtakarításaik befektetésében aktív szerepet játszanak. Fontos kiemelni azt az eredményt, hogy azokban az országokban, ahol a nagy hatalmi hierarchiaszintek nem elfogadottak, erősebb és nagyobb tőzsde alakulhatott ki, mivel a társadalmi kultúra támogatja a mindenki számára egyenlő lehetőségeket biztosító pénzügyi piacot.

A kutatás folyamán klaszterelemzést is használtam, mely során kirajzolódtak a gazdasági fejlettségi különbségek az egyes országok között. A legfejlettebb országok esetében igen egységes a kulturális egyezés a gazdasági és pénzügyi világban való gondolkodás irányában. Hasonló egységesség jellemzi a fejlődő és a fejlett országok határán elhelyezkedő ázsiai és kelet-európai országokat is.

RUDAS ANDREA

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Törőcsik Mária
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

MÁRKÁK SZEREPE A VÁSÁRLÓI DÖNTÉSEKBEN

The role of brands in consumers' decisions

A márkák észrevétlenül vagy határozottan, de mindenképpen részei mindennapjainknak. Az emberek tudatában és érzelmeiben élnek, ezért dinamikus, folyamatosan alakuló gondolati és érzelmi síkon létező entitásként kell elképzelnünk őket. Változatos megjelenési formáiknak köszönhetően változásaik folyamatát több, egymástól eltérő szemszögből szükséges megvizsgálni. Kutatásomban a márkatulajdonos vállalatok és a fogyasztók közötti interakciós lehetőségekkel foglalkozok, jóllehet, nem teljes körűen. Szakirodalmi források alapján vizsgálom, a márka oldaláról milyen kezdeményezések indulhatnak el annak érdekében, hogy szorosabb márkafogyasztó kapcsolat alakulhasson ki. A szeretetmárkák fogalma és a márkaeltérítés jelensége, – mint a márkák változását meghatározó különösen fontos tényezők – kiemelt hangsúlyt kapnak munkámban. Központi szerepet játszanak az érzelmekre és az érzékekre ható érintkezési pontok. A márkák etikus (vagy etikátlan) magatartásának nyilvánosságra hozatala további olyan dimenzió, amely befolyásolhatja a vásárlói döntéseket. A márkaértékelő listák összeállítása esetében ugyancsak elképzélhető ilyen célú indíttatás.

A folytatásban kitérek a márkákat érintő új vásárlói magatartásra jellemző jelenségek, illetve a vásárlói magatartásra ható tényezőcsoportok bemutatására.

Kutatásom során egy választott márka terméke, a Tisza cipő esetében vizsgáltam ezen tényezőcsoportok közül a szociális környezet hatását a vásárlók döntéseire, attitűdjére. Hipotéziseimet tíz Tisza cipős fogyasztóval készített interjú során teszteltem:

Kutatásom előtt azt feltételeztem, hogy bár egy cipő vásárlása funkcionális tartalommal bír, a Tisza márka esetében azonban az érzelmi indokok vezérelték a vásárlókat döntéseik meghozatalakor. A Tisza márka alkalmas csoportképzőnek is, bizonyos társaságok preferálják a márkahasználatot, „felismerik” egymást, pozitív előjelnek számít a márka birtoklása. A márka elterjedése csökkenti az elkötelezettséget, gyöngíti a Tisza-szcénát. Feltételeztem továbbá, hogy a Tisza cipő esetében negatívan befolyásolja az egyének értékítéletét, választását a családtagok véleménye.

A megkérdezett interjúalanyok esetében felfedezhető volt az érzelmek vezérelte cipővásárlás. Az is bebizonyosodott, hogy a Tisza értelmezhető csoportképző ismérvként, illetve a márka elterjedése csökkenti az elkötelezettséget. A negyedik hipotézisemet elvettem.

Összegzőképpen megállapítható, hogy a márkák sikerének hátterében komplex folyamatok húzódnak meg. A márkázást soha nem lehet abbahagyni, a márkaépítés maratoni tevékenység.

SÁFIÁN FANNI

II. évfolyam
Geográfus (M)

Eötvös Loránd Tudományegyetem
Természettudományi Kar

MOLNÁR ANDRÁS

IV. évfolyam
Környezetmérnök (A)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Vegyészmérnöki és Biomérnöki Kar

*Konzulens: Dr. Munkácsy Béla
egyetemi adjunktus, Eötvös Loránd Tudományegyetem*

TORDAS TELEPÜLÉS HULLADÉKMEGELŐZÉSI TERVE A FENNTARTHATÓ HULLADÉKGAZDÁLKODÁS TÜKRÉBEN

Waste prevention plan of Tordas village in the light of sustainable waste management

Világszerte komoly problémákat okoz a települési és az ipari hulladékok keletkezésének növekvő mértéke. A túlzott termelés és fogyasztás káros hatásai szerteágazóak, közülük számos probléma – például a nyersanyag- és energiaválság – már ma aktuális. A globálisan jelentkező, mindeddig technológiai jellegűnek tekintett problémák a lokalitás elvének megfelelően helyi szintű, új szemléletű megoldásokat kívánnak a hulladékgazdálkodás terén is.

Dolgozatunkban a hagyományos hulladékgazdálkodási eszközök mellett egy korszerű megközelítést (Nulla Hulladék, Zero Waste) vizsgáltunk meg, melynek fő eszköze a hulladékmegelőzés. Ez a koncepció komplex módon, a fenntarthatóság mindhárom pillérének figyelembevételével közelíti meg a hulladékok problémáját – a külföldi tapasztalatok alapján úgy tűnik, sikeresen. A tanulmány döntő része ennek alkalmazási lehetőségeit tárja fel egy konkrét hazai település vonatkozásában.

Kutatásunk célja egy települési hulladékmegelőzési terv megalapozása és elkészítése volt Tordas számára. Munkánk során megvizsgáltuk és értékeltük a konvencionális hulladékgazdálkodás szabályozási rendszerét, eszközeit és esettanulmányok segítségével kerestünk példákat a hulladékmegelőzés sikeres gyakorlati megvalósulására. Ezek alapján megállapítottuk, hogy a hulladékmegelőzési tervek jelentős eredményeket hozhatnak. Ehhez a szakirodalom és külföldi esettanulmányok vizsgálata mellett az önkormányzattal együttműködve feltártuk a település helyi sajátosságait és hulladékgazdálkodási helyzetét. Kérdőíves felméréssel nyertünk információkat a lakosok tájékozottságáról, igényeiről, valamint az egyes fejlesztési lehetőségek társadalmi elfogadottságáról. A tordasi helyi viszonyok megfelelőek (politikai hajlandóság, megvalósításra nyitott lakosság), ezért a község alkalmas ilyen irányú intézkedések bevezetésére.

Az összegyűjtött adatok alapján megalkottuk Tordas Nulla Hulladék tervét, amely a települési helyzetelemzés alapján célkitűzéseket és intézkedéseket javasol az önkormányzat számára. Dolgozatunk fő eleme ez a javaslatcsomag, amelyet a község vezetése a 2010. decemberi testületi ülésén el is fogadott. Így elmondható, hogy kutatásunk mellett az elméleti ismeretek, tapasztalatok gyakorlati megvalósítására is hangsúlyt fektettünk.

SAFLÁNSZKY SAROLTA

Végzés éve: 2010

Tanító (A)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Apáczai Csere János Kar

*Konzulens: Dr. Lanczendorfer Zsuzsanna
egyetemi docens, Nyugat-magyarországi Egyetem*

A PÁLINKAFŐZÉS HAGYOMÁNYA – EGY CSALÁD SZEMSZÖGÉBŐL

The tradition of pálinka distillation – From a family's point of view

A mai modern világban igen fontos, hogy értékeinket megőrizzük. Mivel Magyarország idén az Európai Unió soros elnökségét tölti be, esélye nyílik nemzeti kincseinek szélesebb körű bemutatására, amelyek közé tartozik a pálinkafőzés is. Munkámban ezen hungarikum előállításának a fortélyait tárom fel.

Dolgozatomban a néprajzi leíró és összehasonlító módszert alkalmazom. Először tisztázom a pálinka és a szesz fogalmát, és azt, hogy miben különböznek egymástól. Ismertetem a pálinka népi gyógyászatban való használatát. Kitérek a pálinka eredetére, és a főzéséhez kapcsolódó művelődéstörténeti adalékokra.

Tájégségenként leírom a fogyasztási szokásokat és a hozzá fűződő hiedelmeket.

Részletezem a Magyarországon szokásos pálinkafőzési folyamatokat és technológiákat.

A hazai különböző gyümölcsfajták ismertetése után, azok érési és főzési sorrendjére is kitérek. Rámutatok a pálinkatárolás fontos alapszabályaira. A pálinkafőzéshez kapcsolódó jogszabályok közlése után rávilágítok a magán- és a bérfőzés különbözőségére.

Ezt követően ismertetem a családom pálinkafőzési hagyományát, amelyet immár közel egy évszázada őriz. Remélem kutatásom segíti a gasztronómia nélkülözhetetlen ágának, a minőségi pálinkafogyasztásnak az elterjedését.

SALLAI BORBÁLA

II. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Síposné Nándori Eszter
egyetemi tanársegéd, Miskolci Egyetem*

OKTATÁS ÉS SZEGÉNYSÉG KAPCSOLATA MISKOLC KÉT KÖZÉPISKOLÁJÁBAN

Relationship between education and poverty in the case of two high schools in Miskolc

A kutatás célja annak feltárása volt, hogy az anyagi helyzetben és az iskolázottságban tapasztalható különbségek hogyan függenek össze Miskolcon.

A város egyik legjobb gimnáziumának számító Földes Ferenc Gimnáziumot, egy közepes erősségűnek tekinthető középiskolával a Szentpáli István Kereskedelmi és Vendéglátó Szakközépiskola és Szakiskolával összehasonlítva a dolgozat azt vizsgálja, hogy a diákok anyagi helyzetében tapasztalható-e eltérés, vagyis állítható-e az, hogy a Földes Ferenc Gimnáziumba jobb anyagi helyzetű diákok járnak, és a jobb anyagi lehetőségek következtében jobb eredményeket érnek el, mint a Szentpáli István Kereskedelmi és Vendéglátó Szakközépiskolába és Szakiskolába járó diákok. A kérdés megválaszolásához a dolgozat egyrészt önkormányzati statisztikákat használ, amelyekből megállapítható, hogy mennyi a támogatásokban részesülő diákok aránya, másrészt primer adatgyűjtést végez a két iskolában a diákok anyagi helyzetéről. Ez utóbbi az igazgatók interjúzásából és a diákok egy részének kérdőíves megkérdezéséből áll. Ezek birtokában bemutatja azokat az okokat és következményeket, amelyek az oktatás befejezését követően az eltérő pályakezdési lehetőségeket eredményezik.

A két középiskolában elvégzett vizsgálat alapján megállapítható, hogy szoros összefüggés van az anyagi helyzet és az iskolázottság között.

A vizsgálat alapján megállapítható, hogy a magasabb létszámú hátrányos és halmozottan hátrányos helyzetű, nehezebb családi körülmények között élő gyermekeket, és egyúttal az alacsonyabb iskolai végzettségű szülők gyermekeit nevelő iskolában több a káros szenvedéllyel rendelkező diák. A jelentősen megnövekvő oktatási költségek is hozzájárulnak az intézmények, a diákok képzettségének és ezáltal esélyeiknek polarizálódásához. A Magyarországon egyre nagyobb teret nyerő szegénység, a térségre jellemző alacsony foglalkoztatottság, vagy azoknak a családoknak magas aránya, amelyekben egyáltalán nincs kereső, mindezt a polarizációt csak fokozza.

SÁNDOR KATA

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Farkas Ferencné
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

**A PÉNZ AZ ÚR?! – AVAGY A PÉNZÜGYI INTELLIGENCIA ÉS A PÉNZRE VALÓ
NEVELÉS FONTOSSÁGA**

The money is the master?! – Or the importance of the financial intelligence and
the education of money

Kutatásommal a magyar családok pénzhez való viszonyának, pénzügyi intelligenciájának feltérképezése volt a célom, vizsgáltam a vásárlási és pénzügyi döntéseiket is. Hipotéziseket állítottam fel, melyeket a megkérdezettek válaszaik alapján igazoltam, illetve cáfoltam. Emellett a pénzügyi intelligencia fontosságát emeltem ki dolgozatomban.

Kutatásom módszerül a fókuszcsoporthoz tartozó interjúkat választottam. Hat csoporttal – gyerekekkel, fiatalokkal, életkezdőkkel, családokkal, életet újrateremtőkkel és szeniorokkal – beszélgettem. Az interjúk 11 kérdésből álltak, átlagosan 40 percet vettek igénybe. Az ötfős csoportokba férfiakat és nőket is beválogattam, ügyeltem a nemek arányára és arra, hogy különböző élethelyzetű személyek legyenek a csoportokban.

Vizsgálódásom eredményeként megállapítottam, hogy a pénzhez való viszonyában az egyének aktuális értékrendje és a családi minták is meghatározóak. Kiderült továbbá, hogy a nők jelentős hányada részt vesz a család pénzügyi döntéseiben, és nincs jelentős különbség a két nem pénzhez való viszonya között. Emellett az igazolódott be, hogy a magyarok pénzügyi intelligenciájukat fejleszteni kell, mert igen alacsony pénzügyi műveltséggel rendelkeznek.

SÁNDOR KRISZTINA

Végzés éve: 2010

Pénzügy és számvitel (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Erős Adrienn
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

HARC AZ ADÓPARADICSOMOK ELLEN

Fighting against tax havens

Adóparadicsom, offshore cégek? Az elmúlt két évtized komoly gazdasági problémái. Belgium, Hollandia, Svájc, Írország, Málta, Virgin-szigetek, Ciprus, Panama, Bahamák és még folytathatnám. Mi a közös ezekben az országokban? Egy „világjáró” azonnal azt felelné, hogy turisztikai vonzerő, a látványosság, tengerpart. Mire gondol egy vállalkozó vagy egy közgazdász? Adókedvezményekre, kimenekített vagyona, offshore cégekre. Szerettem volna egy kicsit jobban belelátni az adóparadicsomok okozta vitákba. Mi is a baj az adóparadicsomokkal? Milyen problémákat okoz a törvényes adókedvezmény? Valóban fel kell-e számolni? Milyen következményekkel járhat az adóparadicsomok megszűnése?

Dolgozatom első részében az adóparadicsomok és az offshore cégek fogalmát tisztázom, különbséget teszek az alacsony adózású területek és az adóparadicsomok fogalma között, összegyűjtöm az offshore cégalapítás előnyeit, összehasonlítom az adóparadicsomok múltbeli helyzetét a jelenlegi képpel (hogyan hatottak a szigetországokra a cégbejegyzések?).

Az adóparadicsomokat és az offshore cégeket nemcsak hazánk, hanem az EU, az OECD és az IMF is támadja. A kérdés, hogy miért? Milyen negatív hatásokat rejt a kedvező adózási státusz? Hogyan lépnek fel az említett szervezetek?

Az elemzés során megvizsgálom, hogy pontosan milyen kedvezményeket rejt egy offshore cég, miért éri meg a vállalatoknak a külföldi cégbejegyzés. A továbbiakban megvizsgálom a magyar cégek offshore kapcsolatait, melyek az offshore-ozás legkedveltebb területei és a magyar cégek hány százalékának van külföldi érdekeltsége, illetve kiderítem, hogy van-e összefüggés az adóparadicsomok és a korrupciós index között. Az elemzéshez az OECD, az Eurostat és a Cégfűrész internetes oldal adatait használom fel.

Kutatásom célja, hogy kiderítsem milyen szerepet játszik az offshore a jelenlegi pénzforgalomban, valóban korrupció-e egy offshore vállalkozás, hová vezetne az adóparadicsomok felszámolása, illetve valóban fel kell-e számolni ezeket a területeket.

SÁNDOR KRISZTINA

Végzés éve: 2010

Pénzügy és számvitel (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Bartha Zoltán
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

MAGYARORSZÁG HELYZETE AZ EURÓPAI UNIÓBAN A LISSZABONI STRATÉGIA (2000–2010) UTÁN

Situation of Hungary in European Union after Lisbon Strategy (2000-2010)

A Lisszaboni Stratégia egy átfogó reformprogram, melyet az Európai Unió államfői hoztak létre 2000. március 23–24-én tartott ülésen. A program legfontosabb célkitűzése az volt, hogy Európa 2010-re egy tudásalapú és versenyképes gazdasággá váljon.

A dolgozat során megvizsgálom a stratégia legfontosabb célkitűzéseit az egyes szakpolitikákon belül és a megfelelő mutatószámok segítségével bemutatom, hogy mely jelzők alakultak pozitívan, illetve melyek negatívan, miben javított Magyarország az EU átlaghoz képest, illetve milyen területen esett vissza az egyes mutatók értéke.

Közösségi, foglalkoztatás- és szociálpolitika. Hogyan alakultak a foglalkoztatási statisztikák Magyarországon? Sikerült-e elérni a tervezett 70%-os foglalkoztatási szintet? A 18-24 év közöttiek hány százaléka folytatja tanulmányait? Egyenlőség van-e a nők és férfiak között az egyes munkahelyeken?

Kutatás és technológiafejlesztési politika. A GDP hány százalékát költi az EU, illetve Magyarország K+F-re? Mit tartalmaz a hatodik kutatási keretprogram?

Oktatási, szakképzési ifjúsági politika. Legfontosabb célok: növelni a felsőoktatásban tanulók számát, az egész életen át tartó tanulás ösztönzése, diákok, oktatók, kutatók mobilitásának ösztönzése és a foglalkoztatás javítása. Az Eurostat adatait vizsgálva készítek összefoglalást arról, hogy mennyit fordít Magyarország az oktatásra éves szinten, mennyivel nőtt a diplomát szerzők aránya és hogyan változott a felsőoktatás az új képzési forma bevezetését követően.

Iparpolitika. Milyen intézkedéseket foglal magában az Európai Vállalkozási Program? A Modern KKV politika 5 célkitűzése: a vállalkozások előmozdítása, piachoz jutási feltételek javítása, adminisztratív terhek csökkentése, a KKV-k növekedési potenciáljának javítása és konzultáció erősítése.

A legtöbb területen Magyarország eléri ugyan az EU átlagot, de a növekedés elmarad a várttól. Az EU-nak sikerült lefaragni az USA-val szembeni hátrányából, de mikor lehet valóban versenyképes vele szemben? A Lisszaboni Stratégiával azonban nem értek véget az EU törekvései. Újabb és újabb programok születtek/születnek a versenyképesség javítása érdekében: Európa 2020, Kohéziós politika Magyarországon.

SÁPI ANDRÁS

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Pitlik László
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

**MEZŐGAZDASÁGI SZAKTANÁCSADÁS ONLINE TÁMOGATÁSSAL: ONLINE
BENCHMARKING TESZTÜZEMI ADATOK ALAPJÁN**

Agricultural consultancy with online support: online benchmarking based on FADN database

„Automata kormányzás, precíziós gazdálkodás, dőlésszög-kompenzáció, automata permetező”, ezen fogalmak csak néhány az azoknak az automatizálást szolgáló tevékenységeknek, amely már napjainkban is elérhetők. De vajon mi a helyzet az immateriális jellegű szolgáltatásokkal ugyanezen a területen? Miként/milyen érdeklődési szinttel állnának a termelők hozzá egy tegyük fel, online működő „robot tanácsadóhoz”?

Ezen szöveg követve, célok egy olyan on-line szaktanácsadó rendszer kialakítása, melyben bizonyos pénzügyi, számviteli és gazdasági mutatók alapján a gazdálkodó tanácsot szeretne kapni üzeme várható alakulásáról és így az esetlegesen felmerülő csődhelyzetek detektálásáról. További célok a szaktanácsadási rendszer részleges reformálása, mely kapcsán az eddigi kizárólagosan személyes konzultációk mellett lehetőség nyílna a tanácsadó helyettesítésére, online „robot” tanácsadók által.

SAS DÓRA

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Hofmeister Tóth Ágnes
egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem*

*Jenes Barbara
tudományos segédmunkatárs, Budapesti Corvinus Egyetem*

**„NEM CSAK A HÚSZÉVESEKÉ A VILÁG” – KOMMUNIKÁCIÓ AZ 50+
GENERÁCIÓVAL**

Communication with the 50+ Generation

A tudományos dolgozat fókuszpontjában az 50+ fogyasztók állnak. A témaválasztást a szenior piac aktualitása és relevanciája indokolja, hiszen a demográfiai trendeknek köszönhetően az idősebb fogyasztók marketing szempontból egyre jelentősebb piaci szegmenst képviselnek. Ennek ellenére Magyarországon kevés tanulmány foglalkozik az 50+ célcsoporttal.

A dolgozat fő kérdései közé tartozik, hogy miért érdemes célcsoportként tekinteni a szenior korosztályra és hogyan kommunikáljunk az ezüstgenerációval. A dolgozat alapkérdéseinek megválaszolásához bemutatásra kerül dolgozatban a témához kapcsolódó releváns elméleti háttér, ill. szekunder kutatások eredményei a nemzetközi és hazai széleskörűen feldolgozott szakirodalmi források alapján.

A primer kutatás elsődleges célkitűzése annak a kérdésnek a megválaszolása, hogy a vállalatoknak valóban van-e okuk tartani attól, hogy a fiatalok elfordulnak márkáiktól és termékeiktől, ha reklámjaikban gyakrabban szerepelnek ötven év feletti. Több tanulmány is rámutatott arra, hogy a reklámköltségek csupán egy töredéke irányul az 50+ korosztály megszólítására és a reklámpiacon még mindig a fiatalságkultusz uralkodik. A nemzetközi kutatások szerint ez azzal is magyarázható, hogy a vállalatok félnek attól, hogy elveszítik fiatal vásárlóikat, ha reklámjaikkal az idősebbeket is megszólítják. A vizsgálat részét képezte a fiatal generáció idősek iránti attitűdjének, ill. az ezüstgenerációs reklámok megítélésének megismerése is. A kutatási kérdéseket először egy feltáró jellegű, fókuszcsoporthoz interjú alapuló megkérdezés során vizsgáltam, amelyet egy kvantitatív, online kérdőíves megkérdezés követett.

A primer kutatás eredményei szerint a megkérdezettek döntő többsége pozitív attitűddel rendelkezik az idősek iránt, és a tapasztalatot, a bölcsességet, és a tudást köti az 50+ generációhoz. Emellett az ezüstgenerációs reklámok és reklámkarakterek a válaszadók nagyobb hányadának legalább részben szimpatikusak. A kutatás arra is rámutatott, hogy a megkérdezettek többségének vásárlói döntéseit és magatartását nem befolyásolja az idősek reklámokban való megjelenése, a válaszadók döntő hányada akkor is szívesen megvásárol egy terméket, ha annak hirdetéseiben 50 év feletti is szerepelnek.

A kutatás újszerű eredményekkel szolgált, amelyek nem általánosíthatóak a vizsgálat korlátaiból adódóan, azonban jelzésértékűnek számítanak. A dolgozat a primer kutatás eredményei és következtetései alapján megfogalmazott javaslatokat tartalmaz és meghatároz néhány további, lehetséges kutatási irányvonalat.

SCHNEIDER MÁRTON

III. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

*Konzulens: Papp Judit
adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola*

A KÖZÖSSÉGI BIRODALMAK MEGHÓDÍTÁSA

The conquest of social empires

Az elmúlt húsz évben jelentős változásokon ment keresztül az internet. Változott a technológia, a tartalom, a felhasználók és a szokások is. Az utóbbi pár évben a legnagyobb meglepetést az online területén a közösségi média áttörő sikere okozta. A felhasználók megnyerése után most a vállalatok is bepillantást akarnak nyerni a tömegeket vonzó világba, ám egy ismeretlen közeggel állnak szemben.

Kutatásom a közösségi média felhasználóit vizsgálta fogyasztói és kommunikációs szempontok alapján, hogy a felhasználók tulajdonságait és szokásait megismerve alapul szolgálhasson vállalati kommunikációs stratégiák tervezése során. Philip Kotler és Kevin Lane Keller szaktekintélyek már évekkel ezelőtt felismerték, hogy a hagyományos marketing pazarlással jár, nehezen mérhetőek a hatásai, mindezek ellenére egyre nagyobb felelősséget kíván a felső vezetőkől. Azonban a korábbi eszközök felváltására és kiegészítésére használható új médiumok lassan jelentek meg és a cégvezetők tartózkodva fogadták alkalmazásukat. Ezen új médiumok előszeretettel aknázzák ki az internet adta lehetőségeket és más technológiai újításokat, melyek a 21. század fogyasztóinak mindennapi életében is jelen vannak. Ennek döntő szerepe akkor mutatkozik meg, ha figyelembe vesszük, hogy az internettel rendelkezők az átlag lakoságnál közel háromszor magasabb szabadon elkölthető jövedelemmel rendelkeznek.

Kutatási eredményeim válságos időszakokban – amikor a fizetőképes kereslettel rendelkező fogyasztók elérése és meggyőzése a korábban ismert médiumok használatával hatalmas költségekbe kerülne – sokat segíthetnek a vállalatok számára, hogy célzott üzeneteikkel jó helyen, jó időben és költséghatékonyan kommunikáljanak.

SCHULZ GÁBOR

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Lengyel Imre
egyetemi tanár, Szegedi Tudományegyetem*

A BIOTECHNOLÓGIAI KLASZTERFEJLESZTÉS LEHETŐSÉGEI SZEGEDEN

Possibilities for developing a biotechnology cluster in Szeged

A biotechnológiai iparág, az ezzel kapcsolatos attitűdök és klaszterek fejlesztésének tapasztalatai napjainkban egyre nagyobb jelentőséggel bírnak. Az iparág jobb megismerése érdekében a biotechnológia fogalmi keretének és elméleti háttérének tisztázása után megvizsgáltam két külföldi kisváros biotechnológiai klasztereit, melyek segítségével bizonyos konklúziókat vontam le arra vonatkozóan, hogy Szegeden hol tart e nagy jövőbeli perspektívákkal rendelkező iparág fejlődése.

Az egyesült államokbeli és németországi esetpélda két eltérő utat mutat be, azonban mindkettő fontos tanulságokkal szolgálhat egy szegedi biotechnológiai kezdeményezés számára. Az Egyesült Államokban a kezdeményezés motorja a civil szféra volt, mely felismerte, hogy a szerkezetátalakítás sikeres végrehajtása érdekében új fejlődési irányra van szükség, míg Németországban egy regionális szintű kezdeményezés állt a fejlődés háttérében, melynek célja a megfelelő feltételek megteremtése volt. A két esetpélda tanulságait szintetizálva megállapítható, hogy Szeged számára egy kombinált megoldás hozhat lendületes fejlődést.

Primer kutatásom során két féle módszerrel – statisztikai adatelemzéssel és kérdőíves megkérdezéssel – próbáltam felmérni egy esetleges szegedi biotechnológiai klaszter meglétét. Ehhez elsőként statisztikai adatokat elemeztem a széles körben elterjedt lokációs hányados (LQ) módszerének alkalmazásával. Az adatelemzés során azonban abba az ellentmondásban ütköztem, hogy a TEÁOR által alkalmazott rendszerezés nem teszi lehetővé a biotechnológiai szektor egyértelmű lehatárolását.

A kérdőíves felmérés során négy kategóriát alkottam, melyek alapján lehetőség nyílt a szegedi biotechnológiai klaszter rombusz-modelljének összeállítására. A kérdőívek elemzése során arra a következtésre jutottam, hogy Szeged esetében egy látens klaszterről beszélhetünk, mely jelentős fejlődési lehetőség előtt áll, azonban számottevő akadályozó tényezőkkel is kénytelen szembe nézni.

Kutatásom során összességében azt tapasztaltam, hogy a biotechnológiai klaszter fontos lenne a megkérdezettek számára, azonban mégis meglehetősen hátrasorolt helyre kerül más tényezőkkel szemben.

SERES BERNADETT

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Illés B. Csaba
egyetemi tanár, Szent István Egyetem*

**A FOREVER LIVING PRODUCTS INTERNATIONAL LTD. STRATÉGIÁJÁNAK
ELEMZÉSE**

Analysis of the Forever Living Products International Ltd.'s strategy

A dolgozat témája a Forever Living Products International Ltd. vállalati stratégiájának elemzése. A téma aktualitását a jelenlegi gazdasági helyzet adja. A stratégia a vállalat célkitűzésének megvalósításához ad útmutatást, így nyújt segítséget a vezetőknek a döntések meghozatalában. A stratégia feladata, hogy azt követve olyan cselekvési sort valósíthasson meg a vállalat, amelynek köszönhetően a kiválasztott célpiacon nagyobb értéket nyújthat a fogyasztóinak, mint amire a versenytársai képesek.

A kutatás egyik célja, hogy a feltárjam azokat az egyedi stratégiai jellegzetességeket, amelyek az általam vizsgált cégre vonatkoznak. A szakma által elfogadott álláspontok alapján kerül elemzésre a vállalat stratégiája. Az elemzés másik nagy területét képezi a Forever Living missziójának a vizsgálata. További célkitűzése a vizsgálatomnak, hogy elemzésre kerüljön a hazai leányvállalat a Forever Living Products Hungary Kft. esetében, hogyan veszi ki azokból a feladatokból a részét, amelyek ennek a nemzetközi cégnek hosszú távú célkitűzéseinek eléréséhez szükségesek.

A vizsgálatom elsődlegesen egy kérdőíves felmérésen alapul, melynek kiértékelése alapján a következő kérdésekre adok választ. Milyen mértékű a jelenlegi ismeretsége a cégnek a férfiak és a nők körében? Milyen arányban használják az emberek a Forever termékeket? Mennyire valósítható meg a megkérdezettek szerint, a cég hosszú távú célkitűzései?

A dolgozat végén összegzésre kerülnek a feltárt stratégiai jellegzetességek. Az elemzésből levont következtetésekben pedig bemutatom azokat a lehetséges javaslatokat, amelyekkel kiegészítve a meglévő stratégiát eredményesebbé válhat vállalat.

SIEGLER BÁLINT

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

STANCSICS NÓRA

Végzés éve: 2010

Turizmus-vendéglátás (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Jenes Barbara
tudományos segédmunkatárs, Budapesti Corvinus Egyetem*

**ÉLETRE SZÓLÓ MÁRKASÁGOK – MÁRKAÉPÍTÉS A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁN
KERESZTÜL**

Lifelong brandships – Building brands through the social media

Dolgozatunk fő célja bizonyítani a közösségi média alkalmasságát a márkaérték növelésére.

A dolgozatban először definiáljuk a szükséges alapfogalmakat, majd ismertetjük a márkaépítés alapvető elméleteit. Az elméletek után felvázolunk egy új szemléletet, melyen keresztül bizonyítjuk a közösségi média márkaépítő képességét. A közösségi média eszközök és interakciók definiálása után egy modell felállításával mutatjuk be a márkaépítés konkrét folyamatát.

Az elméleti alapok után feltérképezzük a téma gyakorlati megvalósítását. Szekunder adatokon és saját kutatásból származó primer adatokon keresztül ismertetjük az Amerikai Egyesült Államok és Magyarország közösségi média fogyasztási trendjeit, ezen belül is a márkakommunikációra fókuszálva. Az összehasonlítás után egy nemzetközi (Adidas Originals) és egy magyar (Sziget) márka közösségi médiabeli kommunikációját elemezzük.

Az elméleti alapokból és a gyakorlati példákban dolgozatunk végén arra a következtetésre jutunk, hogy a közösségi média tökéletes eszköz egy márka építésére és értékének növelésére.

További lehetséges kutatási területnek tartjuk a Social Media Optimisation és a hosszú távon lezajló kommunikációs változások folyamatát, illetve annak a kérdését, hogy létrehozható-e egy márka csak a közösségi marketing használatával.

SIMICZA ANDREA BRIGITTA

II. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

NÉMETH ANIKÓ

II. évfolyam

Logisztika menedzsment (M)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kosztyán Zsolt Tibor
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

MULTIPROJEKTEK TÁMOGATÁSA MÁTRIXOS PROJEKTTERVEZÉSI MÓDSZEREKKEL

Matrix-based multi-project management method

A projektek szinte mindennapi életünk részévé váltak. Ez a tendencia vezetett a párhuzamosan futó projektek számának növekedéséhez.

A vállalatoknál egy időben futó projekteket nem külön-külön, hanem összrendszer szinten kell tervezni, menedzselni, irányítani, hiszen ezek a projektek nem függetlenek egymástól. A multiprojektek menedzselése megköveteli mind a részekben, mind az egészben való gondolkodást, így szükségessé válik a többszintű projekttervezés. Mint láthatjuk a multiprojektek tervezése nem egyszerű feladat így, kutatásunk során a következő kérdésekre kerestük a választ: Milyen technikák segíthetik a multiprojektek tervezését? Hogyan lehet kiválasztani és összehangolni a megvalósításra kerülő részprojekteket? Hogyan oldható meg több egyszerre futó projekt ütemezése minimális idő-, költség- és erőforrás felhasználásával? A felmerült kérdések megválaszolása érdekében számos projekttervezési módszert vizsgáltunk meg így kiderült, hogy a multiprojektek sajátosságai miatt, a hagyományos projekttervezési módszerek csak részben vagy egyáltalán nem alkalmasak ezek tervezésére. Mindezekon kívül megvizsgáltuk a mátrix alapú projekttervezési módszerek alkalmazhatóságát is. Ezek közül a projekt szakértői mátrix bizonyult a legmegfelelőbbnek, hiszen a tevékenységek közötti összes lehetséges kapcsolat mellett tartalmazza a tevékenységek előfordulásának valószínűségeit, illetve költség-, erőforrás- és időigényeit. Vajon szükséges nekünk az összes lehetséges megoldás ismerete?

Célunk a projekt szakértői mátrix továbbfejlesztése volt, melynél fontos, hogy az általunk kifejlesztendő új módszer támogassa többszintű projekttervezés kivitelezését. Így multiprojektek egyes részprojektjein belüli tevékenységek koordinálása mellett segítséget nyújtson az egyes részprojektek összehangolásában és irányításában is. Ezek mellett még támogatja a projekteken belüli alternatív tevékenységek és a projektváltozatok kezelését. Ezen szempontok figyelembevételével megalkottuk új mátrixos projekttervezési módszerüket, melyet a gyakorlatban is kipróbáltuk egy olaj- és gázipari multinacionális vállalat példáján keresztül. A módszer alkalmazásával sikerült a vállalat igényeinek legmegfelelőbb multiprojekt változatot kiválasztani, ezáltal a multiprojekt átfutási idejét is csökkenteni tudtuk. Reményeink szerint a javasolt módszert majd széles körben lehet alkalmazni multiprojektek tervezésére.

SIPICZKI ZOLTÁN

Végzés éve: 2010

Pénzügy és számvitel (A)

Kaposvári Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Balogh László
egyetemi docens, Kaposvári Egyetem*

*Gál Veronika Alexandra
PhD hallgató, Kaposvári Egyetem*

A 2008/2009-ES GAZDASÁGI VÁLSÁG HATÁSA A MAGYARORSZÁGI BEFEKTETÉSI ALAPOKRA

The effect of the 2008/2009 financial recession on Hungarian mutual funds

Elemeztem a 2008 őszén bekövetkezett gazdasági válságot, különös tekintettel annak hatását a magyarországi befektetési alapok hozamára, nettó eszközértékére és befektetési politikájukra, a Befektetési Alapkezelők Magyarországi Szövetsége adatai alapján.

Ezután azonosítottam a gazdasági visszaesést és az abból való kilábalást néhány konkrét alapnál. Összegyűjtöttem azokat az adatokat, amelyeket elemezve kiderült, sokkal nagyobb tőkekivonás történt erről a piacról, mint azt a hozamesés, illetve a válság okozta kockázat indokolná. Hiszen az utóbbi hat évben még a 2008-as válság generálta veszteségekkel együtt is, átlagosan 7,5%–8,5%-os hozamot értek el. Csak napjainkban, 2010-ben kezdenek feléledni a befektetési alapok, a visszaesés okozta sokkból. Mivel gyakorlati időmet a Magyar Külkereskedelmi Bankban töltöttem, így elegendő információt kaptam a pénzintézet 32 alapjáról, hogy bemutathassam velük a célokat, hogy megtudjam, mi lehet a magyar alapok jövője, hogyan tudnák legközelebb kivédeni egy ilyen gazdasági krízist.

Így jutottam el Daróczi Andorhoz az MKB Befektetési Alapkezelő Zrt. vezérigazgatójához, aki engedett betekintést nyernem a jövőbeni tervekbe és lehetőségekbe.

Így szereztem tudomást a referencia index követő, illetve nyersanyagkövető ETF-ekről, amelyek olyan tőzsdén kereskedett alapok, amelyek akár olyan feltörekvő országok tőzsdéit, vagy egyéb pénzügyi piacait követik. Kevésbé hatnak a stagnálások vagy akár visszaesések. Ezen felül nyersanyag árfolyamokat is követhetnek, így lehetővé válik akár a válságok átvészélése hozamnyereség elérése mellett.

Úgy vélem, célokat sikerült elérnem: sikerült bemutatnom a befektetési alapokat, illetve hipotézisem is beigazolódott: a jövőben még kedvezőbb hozamok, és a széles diverzifikációnak köszönhetően kiszámítható kockázat várható, így reményteljes jövő jósolható ennek a pénzügyi piacnak.

SOLTÉSZ ANGÉLA

V. évfolyam

Gazdasági agrármérnök (O)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulens: Dr. Balogh Péter
egyetemi docens, Debreceni Egyetem*

**TENYÉSZÁLLAT-ELŐÁLLÍTÓ SERTÉSTELEPEK ÖSSZEHASONLÍTÓ VIZSGÁLATA
TÚLÉLÉS-ELEMZÉSEL**

Comparative evaluation of nucleus pig herds using survival analysis

A világszerte általánossá váló, egyre intenzívebb tenyészállattartás oda vezetett, hogy egy koca hasznos élettéljesítménye lerövidült, ebből adódóan a selejtezési arány az elfogadható érték felé emelkedett. Dolgozatomban két Hajdú-Bihar megyei tenyészszülő előállító telepen vizsgáltam, hogy az azonos genetikai állománnyal rendelkező és azonos takarmányozási technológiát alkalmazó tenyésztelepek kocáinak teljesítménymutatói, valamint túlélései között talál-e statisztikailag kimutatható különbséget. Elemzésemben 9288 koca élettéljesítmény adatait feldolgozva, arra kerestem a választ, hogy az azonos genetikájú és takarmányozású kocák várható élettéljesítménye eltér-e a két vizsgált telep között. Kutatásom során Kaplan–Meier-elemzést alkalmaztam (túlélési és hazard függvényeket felhasználva), a szignifikáns különbség vizsgálatát pedig log rank teszttel végeztem el.

Az eredmények alapján megállapítható volt, hogy a különböző telepeken tartott állományok termelésében jelentős különbségek vannak, amit az egyes telepi sajátosságok okoznak. Ebből arra lehet következtetni, hogy a telepeken az eltérések oka nem a takarmányozásban és a genetikában kereshető, hanem egyéb tényezőket kell összehasonlítani a különbségek elemzésére. Ezek a befolyásoló okok lehetnek pl. a telepek építési ideje, állapota (felújítások száma), gondozói kvalitások, telepvezetők szakértelme stb. Ezeknek a jellemzőknek az alapos ismerete hozzájárulhat ahhoz, hogy a sertéstartók a termelés során minél nagyobb jövedelmet érhessenek el, ezzel megteremtve a hosszú távú gazdálkodás feltételeit.

SÓS BARBARA CSILLA

II. évfolyam

Közgazdasági elemző (M)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Szollár Zsuzsanna
gyermek- és ifjúságvédelmi koordinátor
Csongrád Megyei Közigazgatási Hivatal Szociális és Gyámhivatala*

EGY EU-S FINANSZÍROZÁSÚ SZOCIÁLIS PÁLYÁZAT BEMUTATÁSA, ÉRTÉKELÉSE

Presentation and evaluation of a social tender financed by the EU

Dolgozatom alapkérdése, hogy egy 94%-ban az Európai Unió által támogatott szociális projekt közgazdaságilag és társadalmilag megtérülő-e vagy sem. Az értékeléshez szükséges volt a pályázati rendszer bemutatása.

Célom a projekt kapcsán felhívni a figyelmet a gyermekvédelem fontosságára, hosszú távú társadalmi hatásaira. A pályázat bemutatása és értékelése után megállapítottam, hogy a regionális projekt, a speciális lakóotthon kialakítása társadalmilag nagyobb hasznot jelent, mint gazdaságilag.

De gazdaságilag is megtérülő hiszen, ha a gyermekek, fiatalok integrációja, visszailleszkedése a társadalomba sikeres, akkor megjelennek a munkaerőpiacon és gazdaságilag értéket, GDP-t fognak termelni. A gyermekekben, fiatalokban rejlő képességek kiaknázásához azonban a korai szakaszban orvosolni kell a problémáikat, a társadalomnak gondoskodni kell a segítségnyújtásról. A későbbi megtérüléshez, értékteremtéshez befektetés szükséges a gyermekkor korai szakaszában, különben óriási társadalmi gondot, költséget fognak jelenteni.

Összességében tehát elmondhatom, hogy a szociális projektek társadalmilag megtérülő befektetések – összhangban az uniós irányelvekkel. Ezért is támogatja az EU a regionális szinten megvalósuló szociális projekteket.

Az elkészített tanulmányban tervdokumentáció elemzést, információ- és adatgyűjtést végeztem, és ezt értékeltem kvalitatív módszerekkel.

SPILÁK VIKTOR

VII. évfolyam

Műszaki menedzser (O)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kosztyán Zsolt Tibor
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

INFORMÁCIÓBIZTONSÁG JELENTŐSÉGE KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK MINDENNAPJAIBAN

Importance of information security for Small and Medium Enterprises (SMES)

Napjainkban a kis- közép vállalkozások egyre inkább szembetalálják magukat az információbiztonság kérdésével, olyan kihívásoknak kell megfelelniük, amelyről méretüknél fogva igen kevés információval rendelkeznek.

A KKV Informatikai Kiválósági Díjjal célunk volt, hogy átfogó képet kapjunk a kis- és közép vállalkozások gondolkodásmódjáról, problémáiról, valamint meghatározzuk informatikai érettségi szintjüket, segítve ezzel fejlődésüket. A díj kialakításának keretén belül a KÜRT Zrt., az iSolutions Kft. együttműködési megállapodást hozott létre. Ezen projekt kapcsán dolgoztuk ki az informatikai érettségi szint felmérésének módszerét.

Feladatunkat képezte, hogy átfogó képet adjunk a KKV-k informatikai érettségéről, alkalmazott biztonsági megoldásairól, valamint korábban felmerült biztonsági incidenseikről. A piaci felméréseink eredményeit elemezve meghatározzuk a KKV piacban rejlő üzleti lehetőségeket, valamint választ adjunk arra a kérdésre, hogy „Érdemes-e a KÜRT Zrt.-nek belépnie a KKV-k piacára?”

Kutatási munkánk részeként széleskörűen áttekintettük az információbiztonság elméletét, amelyet később eredményesen használtunk fel a kérdőíves kiértékelések és a biztonsági rendszerekkel kapcsolatos ismeretek összegyűjtése során.

Kutatásunk során kidolgoztuk a kis- és közép vállalkozások informatikai/információbiztonsági felméréséhez szükséges módszertant, létrehoztuk az értékeléshez szükséges információbiztonsági érettségi modellt, valamint értelmeztük az információbiztonsági piramist.

Munkánk eredményeként ismerté válik a magyarországi kis- és közép vállalatok biztonságról alkotott képe, biztonságtudatossága, illetve ezzel kapcsolatos elvárásai. Korábban hasonlóan átfogó, a kis- és közép vállalkozásokat vizsgáló kvantitatív elemzés még nem készült Magyarországon.

Kutatásunkkal további célunk, hogy több éves vizsgálat segítségével megismerjük a kis- és közép vállalkozások biztonsági érettségét, sajátosságait, mely alapján a biztonsági piac ezen szegmensére éves jelentést, valamint információbiztonsági ajánlást adjunk ki.

STANCSICS NÓRA Végzés éve: 2010 Turizmus és vendéglátás (A) Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar	TÓTH ESZTER LILLA Végzés éve: 2010 Turizmus és vendéglátás (A) Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar	TURÓCZI BÁLINT Végzés éve: 2010 Kereskedelem és marketing (A) Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar
--	---	--

*Konzulens: Dr. Jászberényi Melinda
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

GYŐR VÁROS FEJLESZTÉSI TERVE – EGY VÁROS LEHETŐSÉGEI, AVAGY A LEHETŐSÉGEK VÁROSA

Development plan of Győr city – A city's opportunities or the city of the opportunities

Győr városa Bécs és Budapest között félúton, a Szigetköz kapujában fekvő patinás, rendkívül sokszínű város, ahol építészeti, kulturális és természeti értékek sora ötvöződik egymással. Mint minden településnek, Győrnek is szüksége van arra, hogy marketingtevékenységével hozzájáruljon a város fő célcsoportjainak elégedettségéhez.

A tanulmányban a város fejlesztési tervét határoztuk meg taktikai és stratégiai távon. A marketingstratégiánk célja Győr városának olyan iránymutatást adni a jövőre nézve, mely segíti a döntéshozókat abban, hogy a város fő célcsoportjainak igényeit maximálisan ki tudják elégíteni úgy, hogy közben nem sérül a fenntarthatóság elve. Győr városának három fő célcsoportja van: a lakosság, a befektetők és a turisták. Mindhárom célcsoportnak különböző igényei léteznek, amikkel a marketingstratégia meghatározott elemeivel kívánjuk kielégíteni.

A stratégia alapját a városról készített tanulmányok, statisztikai adatok és egy nagymintás kérdőíves felmérés képezi, melyekből kiindulva vázoljuk fel elképzeléseinket Győr jövőjéről. Munkánk során primer és szekunder kutatások révén tártuk fel az elemzett hiányosságokat, mely alapján meghatároztuk a fő célokat. A szekunder kutatás korábbi stratégiákon, elméleteken és saját számításokon alapul. A primer kutatáshoz kérdőívet készítettünk, amit 173-an kitöltöttek. A kérdőívek mellett szakértői mélyinterjúkat is végeztünk, illetve meglátogattuk Győr városát.

Jelen tanulmányban

- elsőként tisztázzuk a desztinációmarketinggel kapcsolatos definíciókat,
- környezetelemzést végzünk makro- és mikrokörnyezeti szinten,
- megvizsgáljuk a belső környezetet, melynek alapján meghatározzuk Győr fő erősségeit és hiányosságait,
- célcsoportok szerinti marketingstratégiát készítünk,
- nagy hangsúlyt helyezünk a fenntarthatóságra, így a környezettel részletesen is foglalkozó tanulmányt készítünk,
- végül pedig ismertetjük prognózisunkat.

A stratégia által meghatározott fő célok a következők:

1. A turizmus területén: A győri turisztikai kínálat belföldi és külföldi ismertségének növelése.
2. A helyi lakosság érdekében: Élhető környezet kialakítása a lakosság számára minőségi, fenntartható szolgáltatások által.
3. A beruházókkal kapcsolatban fő cél a fenntarthatóság keretein belül növelni a beruházások számát úgy, hogy minél több munkalehetőséget biztosítsanak.

STIPPINGER MARCELL

II. évfolyam

Fizikus (M)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Természettudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kertész János
egyetemi tanár, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

**A CDO TERMÉKEK ÖSSZETETT POISSON-MODELLEN ALAPULÓ
HATÉKONY ÁRAZÁSA**

Efficient pricing of CDO contracts using compound Poisson model

A Collateralized Debt Obligation (CDO) egy származtatott strukturált tőzsdei termék, biztosítás, amely alaptermékek egy portfóliójának kockázatát hivatott csökkenteni. A 2007–2008-as gazdasági válság rávilágított arra, hogy a CDO és más derivatívák növelhetik az alaptermék kockázatát és árának volatilitását ahelyett, hogy diverzifikálva csökkentenék a kockázatot. Kiemelten fontossá vált a CDO-k helyes árazása.

A jelen TDK-dolgozat a CDO szerződéshez kötődő ki- és befizetések elemzésével foglalkozik, az alaptermékekben bekövetkező csődeseményeket összetett Poisson-moddal írja le. A vizsgálat módszere a Monte Carlo szimuláció melynek eredményeit egyszerű, elméletileg megoldható modellek analitikus formuláival veti össze.

A ki- és befizetések várható értéke megkapható úgy is, hogy a valóságtól eltérő paraméterekkel generálunk eseménysorokat, amelyeknek valóságos megvalósulási valószínűségét számítjuk és ezekkel az egyes kimeneteket súlyozzuk (Monte Carlo reweighting). Ilyen módon a várható érték konvergenciájához szükséges idő csökkenthető. A jelen dolgozat javaslatot tesz az egyes valóságos modell-paraméterekhez tartozó optimális szimulációs paraméterek kiválasztására a be- és kifizetések szórásának elemzésén keresztül.

A dolgozat a Morgan Stanley–BME Pénzügyi Innovációs Központ projektje keretében készült.

STOMFAI BIANKA

I. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Külkereskedelmi Kar

NÉMETH LÁSZLÓ

I. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Külkereskedelmi Kar

*Konzulens: Bartáné dr. Muharay Irén
főiskolai docens, Budapesti Gazdasági Főiskola*

ERŐLTETETT A PÁRHUZAM?... A VÁLSÁGOK LÉLEKTANA

Is the parallelism forced?... The psychics of crises

Az elmúlt évek legfontosabb közgazdaságtani problémája kétségtelenül a 2008 októberében, az Amerikai Egyesült Államokból kiinduló pénzügyi válság volt. Dolgozatunk a válságok lélektanának, anatómiájának kérdését helyezi a középpontba. A mélyebb megértés érdekében az 1929–30-as gazdasági világválság kiindulópontjáig és kiváltó okaiig nyúltunk vissza. A kor gazdasági elemzőinek és a téma aktuálissá válása miatt az újraelemzőinek nézeteit összegeztük és az átfedések segítségével az elfogadott gondolatmeneteket vettük alapul a 2008-as válsággal való összehasonlítás során.

Az amerikai jelzáloghitel-piaci válság hatásainak elemzése alatt szintén egy permanens képet igyekeztünk kialakítani az előjelektől a következményekig, eljutva egészen a hazánkat érintő fejleményekig. A magyar krízis tárgyalása során azonban sorra vettük a hazánkra vonatkozó sajátos gyenge pontokat is, a nemzetközi válságra jellemző általános hatások mellett.

Kutatásunk az általunk fellelhető nyomtatott és digitális szakirodalomra épül. A válságok kapcsolatrendszerének és a pénzügyi rendszerek relatív függésének letisztázása után a következtetéseink összegzése található. Reményeink szerint, írásunk a későbbiekben a téma iránt érdeklődőknek talán forrásként szolgálhat majd, vagy legalább segítséget nyújt a könnyebb megértésben, feldolgozásban.

STREIT JUDIT

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Töröcsik Mária
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

A TINÉDZSER DIVATBLOGGEREK MARKETING ÉRTÉKE

Marketing value of the teenager fashion bloggers

Témaválasztásom mellett, hogy roppant izgalmas és cseppet sem elcsépett, napjaink hálózati társadalmának korában módfelett aktuális is egyben. A számítógépezéssel egyre inkább összeforró internetezés a fiatal korosztály legkedveltebb szabadidős tevékenysége. A világháló azonban nemcsak hétköznapi életünkben értékelődött fel; a marketingaktivitás kiterjesztése az idő-, költség- és emberi erőforrás-takarékos online felületekre az üzleti szférában is megfigyelhető.

Bár az Internet jó célzhatóságát, előrejelezhető célközönségét a divatcégek is felismerték, napjainkban a töménytelen mennyiségű médiainger és reklámüzenet végett a divatban involvált fogyasztó-felhasználókra általában jellemző a bizalomvesztés és az érdektelenség ezen cégek hagyományos elektronikus üzeneteivel kapcsolatban. Ehelyett egyre többen fordulnak a gazdaságossági érdekektől mentes, független véleményt képviselő divatbloggerek felé, akik magas érzelmi és értelmi érintettségük miatt hiteles információforrások a divat terén.

Munkám során betekintést nyújtok a divat működési mechanizmusába, majd az információs társadalom sajátosságainak számbavétele után megállapításokat teszek a tinédzser korosztály médiafogyasztási szokásai és divatvilág iránti fokozott érdeklődése közti összefüggésről. Ilyen formán megindokolom a divatblogok létjogosultságát, kifejtem ezek hatását.

A dolgozat gyakorlati részét képező kutatás keretében kilenc tinédzser divatblog weblapjának elemzését végeztem el. Kutatási célom a tinédzser divatblogok jobb megismerése, megértése volt, így megfelelő vizsgálati módszernek bizonyult a szubjektív súlyozású pontrendszer kidolgozása.

A szelekció alapját képező kritériumrendszer kidolgozása során fő törekvésem volt, hogy olyan weblogokat analizáljak, amelyeknek input és output oldalán is fiatalok állnak, vagyis a napló működtetése teljes egészében az ifjúság szegmensén belül történik.

Első lépésben elkészítettem a webnapló tulajdonosának személyes profilját – ezáltal bemutatva az érintett bloggert és annak blogoszférán belül elfoglalt pozícióját. Felülvizsgáltam a blogger online identitását, divatiparbeli tapasztalatát és szakértelmét, valamint a blog tipológiai besorolását, életpályáját és célcsoportját. A profilkészítéshez szükséges információkat elsősorban az adott blogon fellelhető tájékoztató források és anyagok felülvizsgálata útján szereztem.

A felhasználói szemszögből végzett, pontrendszeren nyugvó elemzési fázist formai és tartalmi szakaszokra bontottam. Előbbiben megfigyeltem a blogok designját, a weblapok nyújtotta navigációs lehetőségeket és kezelhetőséget, a blog elnevezése és az ez alapján prognosztizálható tartalma közti koherenciát. A tartalmi pontok hozzárendelésekor a blog információszolgáltató funkciója, a célközönséggel való kommunikáció, valamint a blogoszférán belül fenntartott kapcsolatrendszer jelentették az általam kidolgozott kritériumrendszer alappilléreit.

SUTA ANITA

I. évfolyam

Marketing stratégiák és politikák (M)

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Alt Mónika Anetta
egyetemi adjunktus, Babeş-Bolyai Tudományegyetem*

*Pál Zsuzsa
egyetemi tanársegéd, Babeş-Bolyai Tudományegyetem*

**I WAS BORN TO TAKE CARE OF YOU – SZOCIÁLIS MARKETING – DOHÁNYZÁS
ELLENI KAMPÁNY!**

I was born to take care of you – Social Marketing – Anti-smoking campaign!

A szociális marketing egy társadalmi problémára irányul, és annak megoldását célozza. A szociális marketinget általában nonprofit vagy állami szervezetek végezzék, olyan célok érdekében, mint például a dohányzás visszaszorítása. A dohányt évszázadok óta fogyasztják és szívják, de csak az 1920-as évektől kezdődően tulajdonítottak jelentőséget a dohányfüst okozta káros hatásoknak. Majdnem egy évszázaddal később a dohányzás elleni kampányok mindennapossá váltak, a megcélzott személyek immunissá váltak ezekre.

A kutatás fő célja egy hatásos dohányzás elleni kampány kidolgozása, melyet 19 és 25 év közötti kolozsvári fiatalok dohányzási szokásairól, illetve a dohányzás elleni kampányokkal szembeni attitűdjeikről szóló kérdőívre adott válaszok alapján építettem fel. A kutatás eredménye egy dohányzás elleni kampány, mely marketingintézkedéseket sorakoztat fel a dohányzás visszaszorítására, figyelembe véve a különböző ajánlott szegmentumok jellemzőit.

SÜLE ATTILA

IV. évfolyam

Mérnök informatikus (A)

Pécsi Tudományegyetem

Pollack Mihály Műszaki Kar

KOVÁCS BALÁZS

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Schepp Zoltán
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

**DEVIZAÁRFOLYAM ELŐREJELZÉS MESTERSÉGES NEURÁLIS HÁLÓZAT
SEGÍTSÉGÉVEL**

Foreign exchange rate forecasting using artificial neural networks

Dolgozatunk két tudományág módszereit egyesíti a devizaárfolyam előrejelzése érdekében. Először a közgazdaságtan, azon belül is a pénzügy, a pénzpiacok területéhez tartozó ismereteket mutatja be, és rendszerezi. Ebben a részben a Forex piacon való kereskedés alapjait tisztázzuk. A következőkben már a devizaárfolyamok technicista elemzésének eszköztárát tárgyaljuk. A gyertyaalakzatokkal csak érintőlegesen foglalkozunk, a hangsúlyt a árfolyammintázatok és a technikai indikátorok bemutatására helyezzük e fejezetben belül.

A technikai indikátorok fontos szerepet játszanak a devizapiaci kereskedők ítéletalkotásában. Sok kereskedési rendszer épül ezekre a számszerű idősorokra, bankok és brókerek is használják elemzéseik során őket. Néhány indikátor példáján megmutatjuk, hogyan lehet kereskedési döntést hozni a jelzéseik alapján.

Ezt a mesterséges neurális hálókat bemutatása követi. Végigvesszük a módszertant, a saját hálózat felépítéséhez szükséges elemeket sorra vesszük. A hálózatunk a következő napi frekvenciájú adatokat használja a becsléshez: EURUSD záróárfolyamok, EURUSD mennyiség adatok, MACD EURUSD záróárakra számolva, RSI EURUSD záróárakra számolva, Effective Federal Funds Rate – mint dollár kamatlábak, EONIA – mint euro kamatlábak.

Vizsgáljuk egyrészt, hogy milyen jó becslést képes adni a betanított súlyokkal rendelkező mesterséges neurális hálózat. Ebben keresztvalidációt fogunk végezni a tanítóminta egyötöde hosszúságú tesztmintán. Ha a keresztvalidáción is megállja a helyét a kapott modell, akkor a kereskedési döntésekben való használhatóságát is vizsgáljuk. Ezt egy tesztmintán történő kereskedés végén elért profit nagyságának összehasonlításával tesszük. Végül a mesterséges neurális hálózat becslését a véletlen bolyongással és a fedezetlen kamatparitással hasonlítottuk volna össze, azonban eredményeink ezt nem tették indokolttá.

Árfolyam-előrejelző neurális hálózatok építése csak sok próbálkozás után hoz eredményt, nincs kifejezetten minden helyzetre alkalmazható, jó megoldás.

SZABÓ ADRIENN

II. évfolyam

Közgazdasági elemző (M)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Schepp Zoltán
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

A GAZDASÁGI ÉS MONETÁRIS UNIÓ ÉS NÉMETORSZÁG

The Economic and Monetary Union and Germany

Dolgozatomban a Gazdasági és Monetáris Unió kialakulásával és az azóta elért eredményeivel foglalkozom. A lezajlott eseményeket Németország szemszögéből is megvizsgálom. Kutatásom során arra a kérdésre keresem a választ, hogy hogyan teljesített a monetáris unió a megalakulásától eltelt időszakban, és hogyan felelt meg a válság kihívásainak. Továbbá Németország kapcsán választ keresek arra a kérdésre, hogy mi indokolta a német márka lecserélését, és hogy milyen szerepet tölt be Németország az unióban. Munkám során adatelemzést és irodalomkutatást végeztem.

Kutatásom során arra a következtetésre jutottam, hogy Németországban az újraegyesítés körüli események olyan helyzetet teremtettek, melyek megkívánták a monetáris unió melletti elkötelezettséget, ugyanakkor persze a német gazdaság is profitált az integrációból. Azt azonban leszögezhetjük, hogy az uniót elsősorban politikai akarat hozta létre. A monetáris unió előnyökkel és hátrányokkal egyaránt rendelkezik. Előnyök közt talán a legfontosabb, hogy eltűntek a tranzakciós költségek az eurót használó országok között, és hogy az euró stabil valuta, melynek világgpiaci szerepe folyamatosan nő. Hátrányként pedig a monetáris és fiskális politika szétválását és a tagországok heterogenitását említhetjük. A válság éppen ezért eltérő módon érintette a tagországokat, aminek köszönhetően a válságkezelés is tagországi szinten kezdődött meg. A válság eseményei ugyanakkor Németország dominanciáját is megerősítették az euróövezeten belül. A monetáris unió fennállásának első tíz évét sikeresnek értékelhetjük, ugyanakkor véleményem szerint a jövőben szükség lesz az unió belső megerősítésére.

SZABÓ ANETT KRISZTINA

II. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Miller György
egyetemi docens, Károly Róbert Főiskola*

EGY VENDÉGLÁTÓ EGYSÉG KÉSZLETGAZDÁLKODÁSÁNAK OPTIMALIZÁLÁSA

Optimizing the stock management of a certain catering unit

A kutatáshoz szükséges adatbázist Csongrádon, a Tisza és a Körös torkolatánál található szórakozóhely biztosította, amely csak a nyári hónapokban tart nyitva, elsősorban szombat éjszakánként. Azt a célt tűztem ki, hogy egy olyan készletnyilvántartó és kereslet-előrejelző matematikai modellt alkossak, melyet egy hasonló tevékenységi körrel rendelkező vállalkozás is hasznosítani tud.

A vendéglátó egység területén jelenleg 9 pult található. A téli időszakban különböző rendezvényeken kihelyezett italfelhasználással foglalkozik, azonban ezen programok mindössze havi gyakoriságúak. 2008-ban a vállalkozás 12,4 millió forint bevételt ért el.

A rövid működési idő miatt a kínálatot és a készleteket fokozott figyelemmel kell kísérni, a nagymértékű tőkelekötés és a sokkal későbbi értékesítési idő miatt. Dolgozatomban ABC-analízis, és a rendelési tétel nagyság a kereslettel való aránya alapján, illetve – kérdőíves megkérdezés alapján felmért – fogyasztói igények figyelembevételével meghatározásra került az optimális készlet.

A készletnyilvántartó lap megszerkesztését a 2009. március 1-jén hatályba lépett készletnyilvántartási rendelet és a napi munkám során tapasztalt hiányérzet tette szükségessé. A készletnyilvántartási lapon megjelenítésre kerül a rendeletben meghatározott kötelező tartalmi elemeken (nyitó készlet, beszerzett mennyiség, értékesített mennyiség és zárókészlet) kívül az egyes italokból és italcsoportokból származó árbevétel, illetve a nyilvántartási lap végén a teljes árbevétel. A második lapon a kereslet-előrejelzéssel és a zárókészlet segítségével meghatározhatóvá válik a szükséges rendelési mennyiség. A tételek átvételére kerülnek egy megrendelőlapra, így akár e-mailen keresztül egyszerűen megrendelhetőek.

Dolgozatommal a vállalkozás készlete optimálissá válik, mellyel csökken a lekötött tőke mértéke, a készletnyilvántartásra fordított idő a felére csökken, pontosabb és nyomon követhetővé válik a dokumentáció. A rendelési mennyiségek meghatározása pedig pontosabb és egyszerűbb lesz.

SZABÓ BRIGITTA

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Tamus Antalné
főiskolai tanár, Károly Róbert Főiskola*

A PASSZÍVHÁZÉ A JÖVŐ?

Is the future of the passive houses?

A dolgozatom kutatásának tárgya a passzívház ismertsége, elterjedése Magyarországon és annak marketingkommunikációja.

Megítélésem és eddigi kutatási eredményeim alapján megállapítható, hogy a passzívház még nagy újdonságerővel bír a lakosság számra hazánkban.

Nagyon sokan még nem is hallottak a passzívhárról, mert ez az építkezési forma Magyarországon csupán két éve jelent meg. Egyelőre még nem sok ilyen épület található hazánkban, összesen 5 db ami rendelkezik a Darmstadti minősítéssel, viszont található 30-40 épület ami lehet, hogy megfelelne a passzívház követelményi rendszerének viszont azok minősítésre még nem került sor.

Szakirodalmi források, szekunder és primer kutatásom alapján vizsgálom a passzívház előnyeit, hogy megtudjam, mit gondolnak azok az emberek erről az újszerű megoldásról, akik már hallottak róla.

Primer kutatásom során mind kvalitatív (egyéni mélyinterjú), mind kvantitatív (standard interjú) kutatási eljárásokat alkalmazok a téma mélyebb megismerése érdekében.

Szeretnék a passzívház témában egy olyan marketingkommunikációs eszközrendszert javasolni, ami az átlagos fogyasztókat célozza meg.

SZABÓ CSILLA

II. évfolyam

Közgazdasági elemző (M)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Mellár Tamás
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

*Dr. Sipos Béla
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

VÁLSÁGRÓL VÁLSÁGRA: OKOK ÉS KEZELÉSI LEHETŐSÉGEK

From crisis to crisis: Reasons and managing alternatives

A jelenlegi gazdasági válság kapcsán újra különösen aktuálissá vált a kérdés: mi az oka a válságoknak? Törvényszerű-e, hogy bekövetkeznek? Mit tehet a gazdaságpolitika? Munkám során azt vizsgáltam meg, hogy a válság jelensége hogyan illeszthető a gazdasági ciklusokról szóló elméletbe, milyen okok állhatnak kialakulásának háttérében, a korábbiakban milyen elmélettörténeti magyarázatok születtek erre vonatkozóan. Áttekintem és jellemzem a szakirodalomban leggyakrabban megjelenő gazdasági ciklusokat, azok okait és törvényszerűségeit, megvizsgálom továbbá, hogy a válságok kapcsán a korábbiakban – különösen az 1929-es válság idején – milyen gazdaságpolitikai válaszreakciók, megoldási javaslatok születtek, mennyiben maradtak ezek az intézkedések is helytállóak, hogyan kezelik a világ egyes részein ezt a jelenséget napjainkban. A gazdasági ciklusok elméleti háttérének áttekintését követően amerikai hosszú idősorokon alapuló empirikus elemzést is végeztem. Továbbá rámutatok arra is, hogy a gazdasági ingadozások bizonyos társadalmi következményeivel is számolnunk kell. Mivel a konjunktúraciklusok alakulása a gazdaság minden szintjén és területén éreztetik hatásukat, ezért fontos azt is megvizsgálni, milyen mértékben és hogyan jelezhetőek előre ezek a visszaesések. Munkám során arra a következtetésre jutottam, hogy a ciklusok a gazdasági folyamatok szükségszerű és nélkülözhetetlen velejárói, a gazdasági folyamatok alakulásának szerves következményei. A válságok jelenségének megértéséhez mindenképpen foglalkoznunk kell a korábbi válságokkal és az ezekből levonható tanulságokkal, illetve az elemzés során nem szabad megfeledkeznünk a gazdasági és a társadalmi környezet kölcsönhatásairól sem. Bár az 1929-es és a 2008-as válság között számos párhuzam felfedezhető, azonban a világgazdaság azóta lezajlott jelentős változásai miatt a korábban alkalmazott gazdaságpolitikai intézkedések mindenképpen újragondolandóak. Az egyes országokban nemcsak a válság, de a válságkezelés következményei, az ennek nyomán megnövekedett államháztartási hiány és államadósság még hosszú időn át kezelendő probléma marad. Az államtól nem kívánhatjuk, hogy előre lássa a válságokat, azonban joggal várhatjuk el, hogy a kialakult helyzetekre adekvát, a társadalom jólétét szem előtt tartó intézkedéseket hozzanak.

SZABÓ KATALIN

I. évfolyam

Angol szakfordító (O)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Komáromi Kálmán
egyetemi adjunktus, Szent István Egyetem*

KONTROLLING MÓDSZEREK AZ EMBERI ERŐFORRÁSOK TERÜLETÉN

Controlling methods in the field of human resources

Az emberierőforrás-gazdálkodás szerepe oly mértékben felértékelődött, hogy mára a versenyképesség egyik legfőbb tényezőjévé vált. Az értékteremtési folyamatban betöltött meghatározó szerepének elismeréseként egyre több vállalatvezető számára központi kérdés a munkaerő hatékony felhasználása, hiszen az emberi erőforrások jelentik az egyik legnagyobb költséget a vállalat ráfordításai között.

A humánkontrolling segíti a költségérzékeny emberierőforrás-gazdálkodás megvalósítását. A személyügyi kontrolling főbb feladatai a munkaerő, a bér, a béren kívüli juttatások és a képzés tervezése.

Dolgozatomban egy multinacionális vállalat humánkontrolling rendszerét mutatom be leíró elemzés módszerével. A humánkontrolling mutatószámainak alkalmazásával vizsgálom a vállalat személyi jellegű költségeinek, felhasználásának hatékonyságát, illetve bérszerkezetének összetételét. A vizsgálatot az idősoros elemzés módszerével folytatom.

Célom a vállalat személyügyi kontrolling rendszerének és bér-gazdálkodásának erős és gyenge pontjainak feltárása.

Az elemzés során rávilágítok a vállalat bérezési rendszerének gyengeségeire, melyek a magas dolgozó létszám kezelésének nehézségeiből, a bértervezésbe beépített szubjektív elemekből és a gyenge gazdasági évekből adódnak. A bérezési rendszer mára elavult, nem felel meg azoknak az igényeknek, melyeket a vezetőség vele szemben megfogalmaz. A telephelyre vonatkozó bérezési politika kidolgozása iránymutatásként szolgálna mind a vállalat bérezési folyamatában résztvevők, mind a dolgozók számára.

A vállalat működési folyamatainak fő vonásait az anyacégtől örökölte, mely egy nagyon jó alapot biztosít számára, de a helyi gazdasági és társadalmi sajátosságoknak megfelelően változtatásokat igényelnek.

SZABÓ LAJOS TAMÁS

II. évfolyam

Gazdaságmatematikai-elemző (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Bugnics Richárd
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

AZ ELNÖKI ELFOGADOTTSÁG ELEMZÉSE AVAGY A POLITIKAI MODELLEZÉS LEHETŐSÉGEIRŐL

Analysis of the popularity of the US Presidents – Possibilities of political modelling

Dolgozatomban a politika és gazdaság kapcsolatát elemzem, és megvizsgálom, hogy milyen tényezők befolyásolják az Amerikai Egyesült Államok elnökének népszerűségét 1953 és 2008 között. Bemutatok néhány, az utóbbi évtizedekben keletkezett modellt. A vizsgált modelleknek két nagy fajtája van. A Tinbergen–Theil-féle döntési keretre épülő normatív megközelítés azt vizsgálja, hogy hogyan kellene viselkedniük a döntéshozóknak. A pozitivista megközelítés azt vizsgálja, hogy hogyan viselkednek valójában a döntéshozók. Dolgozatomban a pozitivista megközelítést alkalmazom. Nordhaus pozitivista szemléletű PBC modelljében a kormány egyetlen célja a hatalom megtartása, és ezt a gazdasági változók befolyásolásával éri el. Emellett bemutatom Frey–Schneider-modellt és a pártelmélet két válfaját, valamint a Mueller által felírt modellt is ismertetem. Az általam is használt népszerűségi függvényeknek az áttekintett irodalom alapján a következő tulajdonságai vannak. A gazdasági változók a népszerűségben bekövetkezett változás körülbelül egyharmadát magyarázzák. A gazdasági változók közül a két legfontosabb az infláció és a munkanélküliség. A szavazók rövidlátóak és visszatekintőek. Szavazáskor az emberek inkább az aggregált gazdasági mutatók alapján döntenek, minthogy a saját gazdasági helyzetük befolyásolná őket a döntésben. A választók jobban reagálnak a negatív hatásokra, mint a pozitívokra.

Modellemben a felelősségi hipotézist alkalmazom. Következtetésem, hogy az USA elnökének népszerűségét politikai tényezők mellett negatívan befolyásolja az infláció és a munkanélküliség. Kimutatható negatív hatása van a Watergate-botránynak is. A szakirodalomban leírt mézeshetek effektus is jelentősen befolyásolja az elnök megítélését, aminek az az oka, hogy a szavazók az új elnök tevékenységére mindig bizakodva tekintenek a választást követő első időszakban.

Két háború befolyásolja jelentősen az elnök megítélését, ezek a vietnami és az afganisztáni. A vietnami háború átváltozójának előjele negatív az afganisztánié pozitív. Véleményem szerint, ennek oka, hogy az afganisztáni háborút azért indította az Egyesült Államok, mert békeidőben a saját területén támadták meg, azaz nem mint egy harmadik szereplő szállt be a harcokba, mint Vietnam esetében.

Az elnökök személyisége közül Clintoné volt az egyetlen, ami a modellben maradt, ennek oka, hogy a vizsgált időszakban ő volt az egyetlen, akit vád alá helyeztek, igaz ugyan, hogy fölmentették.

SZABOLCSNÉ NIKHÁZY ORSOLYA

Végzés éve: 2009

Gazdaságmatematikai elemző közgazdász (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Homolya Dániel
vezető közgazdasági elemző, Magyar Nemzeti Bank*

A MAGYAR BANKSZÉKTOR MŰKÖDÉSI KOCKÁZATAI A PÉNZÜGYI VÁLSÁG TÜKRÉBEN

Effects of financial crisis on the Hungarian banking sector's operational risks

Vajon a pénzügyi válság hatással lesz-e a magyar bankok működési kockázataira? Dolgozatomban erre a kérdésre keresem a választ. Megvizsgálom, hogy a működési kockázatok mennyire tekinthetők prociklikusnak, a pénzügyi válság a magyar bankszektor működési kockázati tőkekövetelményét mennyiben fogja érinteni, befolyásolni.

A modellezéshez a HunOR adatkonzorcium aggregált adatai álltak rendelkezésemre. Azonban a probléma előrettekintő jellegéből következően a vizsgálathoz a tisztán veszteségalapú megközelítés nem megfelelő, ezért egy hibrid megoldást választottam, vagyis a historikus adatokon kívül szakértői becsléseket is beépítettem a modellbe. Összességében tehát a HunOR adatkonzorcium adataira és összesen 10 pénzügyi intézmény 22 szakértőjének véleményére, várakozására alapoztam modelletemet.

A modellezés során a legnagyobb kihívást a különböző forrásból származó adatok megfelelő egyesítése jelentette. A probléma a gyakorlatban is nagy jelentőséggel bír, hiszen a fejlett mérési módszert alkalmazó vagy a közeljövőben alkalmazni kívánó bankok számára szabályozói követelmény a négy kulcselem, a belső és külső veszteségadatok, szakértői becslések valamint üzleti és kontroll tényezők működési kockázati modellben való figyelembevétele. A különböző forrásból származó adatok megfelelő ötvözésére a bayesi alapokon nyugvó credibility theory ad egy megoldási lehetőséget. A credibility theory előnye, hogy az egyesítés során figyelembe veszi mind a historikus adatok, mind a szakértői becslések megbízhatóságát.

A pénzügyi válság működési kockázatokra történő hatásának vizsgálatára egy saját, a credibility theoryn alapuló működési kockázati modellt építettem fel. A modell alkalmas a magyar bankszektor működési kockázati tőkekövetelményének fejlett mérési módszer szerinti meghatározására. A dolgozat legfontosabb következtetése, hogy a pénzügyi válsága a működési kockázatokra is hatással lesz, a fejlett mérési módszer szerinti tőkekövetelmény növekszik. Másfelől azt is megmutattam, hogy a credibility theory működik a gyakorlatban, alkalmas eszköz a különböző forrásból származó működési kockázati adatok egyesítésére.

SZABÓ SÁNDOR

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Borszéki Éva
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

**A VÁLLALATI ÉRTÉK ÉS A RÉSZVÉNYÁRFOLYAM
ALAKULÁSA A MOL NYRT.-NÉL**

Conformation of the shareholder value and the stock rate at MOL Corporation

A dolgozat célja, hogy elemezze – a teljesség igénye nélkül – a MOL Nyrt. gazdálkodási tevékenységét és részvényárfolyamának alakulását a vállalat éves beszámolója, valamint tőzsdei szereplése segítségével.

Az elemzés során vizsgált időszak a 2003–2009. gazdasági éveket felölelő periódus, melyben a 2008. évi pénzügyi világválság hatásait is vizsgálok érintőlegesen.

A társaság elemzéséhez több módszert használok. Az általános elemzést a „klasszikus”, pénzügyi mutatókra építettem, melyhez az adatokat a vállalat éves beszámolója szolgáltatja. Ezen túl a részvényárfolyam alakulását és az értékpapír piacra gyakorolt hatását is vizsgálok, a nyilvános tőzsdei jelentése adatai alapján. Végül meghatározom a vállalat értékét, illetve összehasonlítom az ebből számított diszkont részvényárfolyamot és a tényleges részvényárfolyamot. A vállalatértékelés során a diszkontált szabad cashflow (DCF) elemzést és a gazdasági hozzáadott érték (EVA) alapján történő értékmeghatározást alkalmazom.

A vizsgálat során megállapítottam, hogy a vállalat gazdálkodása az időszak kezdetén ingadozó volt, ám az időszak végére stabilizálódott – a veszteséggel zárult 2008. év ellenére – és egy határozott irányt vett, mely pozitív jövőképet nyújt a vállalatról. A vállalati érték meghatározása során megállapítottam, hogy a vállalat jelenlegi értéke alapján a jelenlegi részvényárfolyam reálisan tükrözi a cég piaci értékét.

SZABÓ SZILVIA ZSUZSANNA

I. évfolyam

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (M)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Obádovics Csilla
címzetes egyetemi tanár, Nyugat-magyarországi Egyetem*

*Dr. Pataki László
egyetemi docens, Nyugat-magyarországi Egyetem*

**AZ EURÓPAI UNIÓ TAGORSZÁGAI MAKROGAZDASÁGI MUTATÓINAK
STATISZTIKAI VIZSGÁLATA A JELENLEGI PÉNZÜGYI-GAZDASÁGI VÁLSÁG
IDŐSZAKÁBAN**

Statistic survey of macroeconomic indicators of the European Union member countries at the present financial-economic crisis

Vizsgálatom tárgyául az Európai Unió tagországi makrogazdasági helyzetének feltérképezését választottam. Beigazolódott az a hipotézisem, hogy a tagországok klaszterekbe rendeződnek a makrogazdasági helyzetük alapján.

Elemzésemhez különböző makrogazdasági mutatókat használtam, melyeknek kiválasztását még az elemzés megkezdése előtt megindokoltam. Odafigyeltem arra, hogy az alkalmazott mutatóim számadatait megbízható adatszolgáltatók statisztikai adatbázisából szerezzem meg.

Dolgozatomban a módszertani vizsgálataim során korrelációs számítás, illetve klaszteranalízis végeztem, különösen odafigyelve az alkalmazás feltételeire. Ezeket az eljárásokat az SPSS statisztikai program segítségével hajtottam végre.

Vizsgálatom eredményességét jelzi, hogy az Európai Unió 27 tagállamát 8 klaszterre sikerült szétosztanom, bebizonyítva ezzel feltevésem. A klaszterekben elhelyezkedő országok – amellett, hogy általában szomszédosak egymással – közel azonos versenyképességi szinten állnak, és a jelenlegi pénzügyi-gazdasági krízis is hasonló mértékben hatott rájuk. A recesszió az országokat klaszterenként különböző időpontban érte el. A válságkezeléssel kapcsolatban az a véleményem, hogy ezeknek az országcsoportoknak együttesen kell fellépniük, azonos válságkezelési stratégiát alkalmazva.

Vizsgálatom során arra az eredményre jutottam, hogy Magyarország kakukktojás az öt jellemző mutatók alapján. Hazánk – eltekintve a távol elhelyezkedő Máltától – egymagában áll a regionális versenytársaival szemben. Ezzel kapcsolatban dolgozatom utolsó fejezetében javaslatot tettem arra, hogy Magyarországnak miben kellene változtatnia a közeljövőben, hogy korábbi helyzetét visszanyerje a térségben. Amennyiben sikerül megvalósítani az általam felsoroltakat, akkor látok arra esélyt, hogy ismét dinamikus növekedést produkálva hazánk felzárkózzon a Visegrádi Hármakat tömörítő klaszterhez. Ez nyilván hosszabb időt igényel, ám sikeresség esetén öt-tíz év múlva kimutatható lesz az eredmény egy hasonló vizsgálat során.

SZABÓ TAMÁS

II. évfolyam

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Pozsgai Péter
egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem*

A WOLFNER GYULA ÉS TÁRSA BÖRGYÁR TÖRTÉNETE AZ ALAPÍTÁSTÓL AZ ELSŐ VILÁGHÁBORÚIG

The history of Wolfner Gyula és Társa Börgyár from it's foundation until the outbreak of the First World War

Dolgozatom az újpesti Wolfner Gyula és Társa Közkereseti Társaság történetét mutatja be, az alapítástól az első világháború kitöréséig. A társaság néhány fővel termelő kis családi vállalkozásból a hazai bőripar legjelentősebb nagyüzemévé fejlődött néhány évtized alatt. A dolgozat korabeli dokumentumok, statisztikák és levéltári források alapján, a szakirodalommal kiegészítve átfogó képet ad a társaság nagyvállalattá fejlődéséről a dualizmus korában.

Elemző munkám középpontjában a vállalati működés, a bevezetett technológiai újítások, a szállítás lehetőségei, a termékek és piacok összefüggései, valamint a társaság finanszírozási feltételei állnak. A vállalat bemutatása során kitérek az alapítás körülményeire, az alapító Wolfner család bemutatására, kitekintve az első világháborút követő események hatásaira a társaság életében.

A gyár sikerében meghatározó jelentőségű volt az alapításhoz meglévő kiváló adottságok felismerése, a Wolfner család elkötelezettsége a vállalat iránt, a folyamatos innovációk bevezetése és a vertikálisan integrált termelési rendszer alkalmazása. A második ipari forradalom vívmányainak felhasználása a termelésben, a technológiai fejlesztés, az állótőkébe való beruházás és gépesítés, a méretgazdaságosság és a specializáció előnyeinek kihasználása lehetővé tette a vállalat számára a kor változó fogyasztói igényeinek megfelelő költségszinten történő kielégítését. A nyereséges működésnek köszönhetően a vállalat vezetői a profit visszaforgatásával, tartós idegen forrás bevonása nélkül tudták finanszírozni a társaságot.

A gépesítés és a munkamegosztás eredményeként a társaság versenyelőnyre tett szert a többi vállalattal szemben, és áruinak kiváló minősége miatt az exportlehetőségek is megnyíltak előtte, ami a nagyüzemmé fejlődést nagyban elősegítette. A XIX. század végétől a hadiipari konjunktúra korábban elképzelhetetlen mértékű felfutásra adott lehetőséget. Az üzem méretének növekedésével párhuzamosan bővült az előállított terméktípusok száma, amelyeket a szállítási lehetőségek fejlődésével egyre távolabbi piacokra is képes volt eljuttatni a vállalat.

A hadiipari konjunktúra exponenciálisan növekvő termelésbővülést eredményezett, de egyúttal komoly veszélyforrást is jelentett, hisz a gyár egyre inkább csak a hadsereg igényeinek kiszolgálására termelt. Az I. világháború elvesztése után a hadiipari kereslet és a külkereskedelmi értékesítés lehetőségeinek rendkívüli beszűkülése a gyár jelentőségének csökkenését eredményezte.

SZABÓ TIBOR

III. évfolyam

Alkalmazott közgazdaságtan (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Mihálykóné dr. Orbán Éva
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

*Dr. Mihálykó Csaba
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

**BIZTOSÍTÓTÁRSASÁGOK TARTALÉKKÉPZÉSI FOLYAMATÁNAK VIZSGÁLATA
ADÓ- ÉS OSZTALÉKFIZETÉS MELLETT**

Risk processes of insurance companies with tax and dividend payment

A biztosítási szektor nemzetgazdaságunk egyik meghatározó ágazata, közel ezermilliárd forintos évi bevétellel. E területen belül a biztosítási matematikának az egyik fő kutatási témája a biztosítótársaságok tartalékképzési folyamatának matematikai modellezése. Az alapmodell lényege, hogy véletlen időpontokban véletlen nagyságú kárigények érkeznek be a biztosítóhoz, amit a biztosítottak által befizetett díjból fedeznek. A pénztárban levő pénz mennyiségét így egy sztochasztikus folyamat adja meg. Az alapvető kérdések a biztosító-társaság tönkremenésének valószínűsége és a tönkremenés idejének várható értéke. Ezt az alapmodellt a szakirodalomban részletesen vizsgálták, és több-féleképpen módosították. Ilyen módosítási lehetőség például az adó- vagy osztalékfizetés figyelembe vétele.

Mind az osztalék-, mind az adófizetésre vonatkozóan ismertetem a szakirodalomban általam fellelt, a tönkremenés valószínűségére, annak várható idejére, illetve egyes osztalékfizetési stratégiák esetén a diszkontált osztalék várható értékére adott, exponenciális eloszlású időközök és kárigények melletti analitikus megoldásokat. Általános esetben a felírt integro-differenciálegyenleteknek analitikus megoldása nem ismert. Ekkor a kérdések megválaszolása számítógépes szimuláció segítségével történhet.

Dolgozatomban ismertetek egy általunk újonnan kidolgozott, az adó- és osztalékfizetést együttesen kezelő összetett modellt, és egy olyan új célfüggvényt, amely mind az állam, mind a biztosítottak, mind a biztosítótársaság tulajdonosainak érdekeit figyelembe veszi. Ez a célfüggvény így a biztosítótársaság működése révén létrejövő társadalmi „jólétet” hivatott mérni.

A célfüggvény értékeit számítógépes szimulációval számolom ki, amely bármilyen eloszlású kárigények és időközök esetén végrehajtható. Vizsgálom a célfüggvény változását a modell különböző paramétereinek (adókulcs, osztalékfizetési szinthatár stb.) függvényében. A célfüggvény optimalizálását a szimulációs eredmények alapján numerikus módszerekkel végzem el.

Összefoglalásképp elmondható, hogy az új modellel és az új célfüggvénnyel a valósághoz közelebb álló, több szempontot figyelembe vevő, megbízható vizsgálati eszközhöz jutottam, amit a kapott eredmények és az azokból levonható/levont következtetések egyértelműen igazolnak.

SZABÓ VIRÁG

I. évfolyam

Regionális és környezeti gazdaságtan (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Nagyné dr. Pércsi Kinga
egyetemi adjunktus, Szent István Egyetem*

A BOLDOG CSIRKE MINT ÚJ ALTERNATÍVA A BAROMFIHÚS ELŐÁLLÍTÁSBAN

The happy chicken like a new alternative in the poultry production

Az elmúlt években egyre inkább előtérbe kerültek az állatjóléttel kapcsolatos követelmények. Az állatok életkörülményeinek javítása azonban költséggel jár, amely a fogyasztói árakban is megmutatkozik. Feltehetnénk a kérdést, hogy vajon a 21. század kezdetén valóban fontossá váltak-e ezek a szempontok, illetve, lesz-e piaca az olyan újszerű, úttörő termékeknek, amelyek elsősorban az állatok jólétének javítását célozzák meg?

Jelenleg hazánkban a baromfihús vásárlás során kiemelt szerepe van az áraknak. A tudatos vásárlóknak azonban nem elég csupán a termék árát ismerniük. A termék eredete és előállítási körülményei ugyanolyan fontosak az említett szegmens számára.

A tanulmány során a Boldog CSirke Állatjóléti Program bemutatásával a vásárlók egy új, innovatív termékkel ismerkedhetnek meg. A dolgozat az intenzív és az új technológia különbségeire helyezi a hangsúlyt, vizsgálva a termelők kilépési lehetőségeit az intenzív termelés útvesztőjéből. A tartásmód és a termelési tulajdonságok összevetése mellett azonban kiemelendő, hogy a Program elsődleges célja a szigorodó állatjóléti követelményeken túlmenően biztosítani az állatok jó közérzetéhez szükséges körülményeket.

SZAKNYÉRI TÜNDE

Végzés éve: 2010

Turizmus-vendéglátás (A)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Apáczai Csere János Kar

*Konzulens: Albert Tóth Attila
intézeti munkatárs, Nyugat-magyarországi Egyetem*

A MENDAN THERMAL HOTEL & AQUALAND**^{superior} SZEREPE ÉS
JELENTŐSÉGE ZALAKAROS EGÉSZSÉGTURIZMUSÁBAN**

MENDAN THERMAL HOTEL & AQUALAND****^{SUPERIOR}'S role and his significance in health
turism of Zalakaros

ZALAKAROS... Egy város, melynek alig több mint 2000 lakosa van, mégis lehangoló és rendkívül hangulatos, mindemellett Zala megye egyik legkeresettebb turisztikai célpontja. Fekvése miatt kedvelt az idelátogatók körében, hiszen a csend és a nyugalom árad a Kis-Balaton közelében, a madarak csicseregnek, gyönyörű kannavirágok ékesítik a köztereket és a parkokat, a járdák szélét, az autóforgalom elenyésző. Ha pedig nyüzsgésre vágyunk, közeli kirándulóhelyek lehetnek: Nagykanizsa, Keszthely, Badacsony, és innen már akár az egész Balatont meglátogathatjuk.

Kutatási területem az egészségturizmus és a szállodaipar összekapcsolása Zalakaroson, a wellness és a gyógyászati szolgáltatások terén. Ennek érdekében a város 3 nagyobb szállodájának szolgáltatásait vettem össze, melyek közül az egyiknek alkalmazottja is voltam. A MenDan Thermal Hotel az első négycsillagos szálloda volt megnyitásakor, és azóta is komoly szerepet vállal az idegenforgalomban.

Fő célom bebizonyítani, hogy az ide járó vendégek elégedettsége meghatározó, és a fejlődés irányainak megadásával hogyan maradhat továbbra is versenyképes a piacon. A kutatásom elsősorban a szálloda vendégkérdőíveinek kiértékelése, azonban a teljes képhez szükséges a város SWOT-analízise, illetve a versenytársselemezés is.

A különböző szolgáltatási skálák vizsgálatával, statisztikák összevetésével megállapítottam az általam választott szálloda szerepét és jelentőségét a zalakarosi egészségturizmusban.

SZALAI CSABA LEVENTE

II. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Dr. Füle István
főiskolai tanár, Szolnoki Főiskola*

KEZDŐKÉNT A DEVIZAPIACON

Beginners in the FOREX

Napjainkban rengeteg cég foglalkozik különböző befektetésekkel. Ezek közül is szeretném kiemelni a devizakereskedést, mint befektetési formát. Magas profit érhető el vele, azonban ugyan úgy komoly veszteségekkel is számolnia kell a befektetőnek. Mivel én is aktív kereskedő vagyok, ezért emlékszem a kezdeti nehézségekre. Fiatal korom ellenére már 18 évesen számlát nyitottam a KBC Equitasnál, és részvényekkel kereskedtem. Mivel kis tőkével rendelkeztem, ezért nem igazán tudtam eredményesen profitálni. Azonban egy évvel ezelőtt belecsöppentem a devizapiac rejtelmes világába. Nem igazán tudtam brókerceget választani. Nem volt konkrét koncepcióm, csak profitálni szerettem volna minél rövidebb idő alatt. Az első kereskedéseknél még nyertem, de aztán folyamatosan csak apadt a befektetett tőkémmel, és nem tudtam rájönni, hogy miért. Nem voltam előadásokon, mivel egy komolyabb előadás jóval meghaladta a befektetett tőkémet. Azonban nem adtam fel.

Elhatároztam, hogy nem kereskedek, csak folyamatosan figyelem a piacot több indikátorral együtt. Minden nap több órát figyeltem a diagrammokat, és próbáltam rájönni, mikor a legcélszerűbb beszállni, és az adott pozíciót tartani. A tanulásnak köszönhetően rájöttem arra, hogy igen is vannak veszteséges pozíciók. A jelenlegi tudásommal, már nem követném el azokat a hibákat, amik régebben majdnem lenullázták a számlámat. A dolgozatomnak a célja, hogy a kezdő befektetők ne járják be azt az utat, amelyet én, és sok más trader. Az igényeikhez válasszanak megfelelő brókerceget, alkossanak ki kereskedési stratégiákat a személyiségükhöz és idejükhöz megfelelően. Ami a legfontosabb tanulják meg a veszteségeiket minimalizálni, és képesek legyenek ezeken a negatív hatásokon túltenni magukat. Mint minden mérlegnek két oldala van, ahogyan a devizapiacnak is. Mindig lesznek vesztesek és nyertesek.

Célom, hogy a kezdő befektetők a nyertes csoportba tartozzanak. Ez a cél azonban igen nehéz. Bízom benne, hogy egy kezdő kereskedő ennek a dolgozatnak az elolvasása után több nyerő pozíciót tud nyitni, mint veszteségeset. Ne féljünk soha tanulni, áldozzunk rá mindig időt. Más hibáiból fájdalommentes a tanulás, de ezáltal nem is hagy mély nyomot az emberben a negatívum. A könnyebb megértés érdekében igyekeztem saját demo számlámon konkrét piaci eseteket bemutatni.

SZALAI GERGELY

II. évfolyam

Közszolgálat (A)

Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

*Konzulens: Dr. Papp-Váry Árpád
főiskolai docens, Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola*

KI NYER MA?

Who wins today?

A telefonos játékok vagy idegen nyelven szólva a callTV nem más, mint egy vetélkedő, amelyben a műsorvezetők arra buzdítják a nézőket, hogy hívják fel az emelt díjas telefonszámot, cserébe pedig pénznyereményt kínálnak. A callTV egy olyan műsortípus, amelynél nem számít a nézettség, sokkal fontosabb, hogy minél több telefonhívást indítsanak el a nézők.

Dolgozatomban bemutatom, hogyan épül fel egy telefonos játék, milyen feladatok jelentkeznek egy új műsor elindítása során. Kevesen tudják, hogy Magyarország nagyhatalomnak számít a callTV piacán, hiszen egy budapesti irodaházból tucatnyi országba készül telefonos játék. Manapság már komoly veszély fenyegeti a callTV műsorokat, hiszen a törvényi szabályozások hatására egyre nehezebb a gyártásuk. Azonban egyre több adásidővel rendelkeznek a telefonos jósműsorok, amelyet a callTV egyik lehetséges utódjaként tartanak számon.

SZALAINÉ RÁCZ KATALIN

IV. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Pénzügyi és Számviteli Főiskolai Kar

*Konzulens: Lambertné Katona Mónika
egyetemi adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola*

KEVÉS VAGY SOK? A TERÜLETALAPÚ TÁMOGATÁSOK JÖVEDELEMSZERKEZETRE GYAKOROLT HATÁSA

Is that little or a lot? The effect of area-based supports on income construction

Magyarország 2004. május 1-jén belépett az Európai Unióba. Ezzel ugyan az előcsatlakozási alapokra való jogosultságunk megszűnt, de továbbra is számos más forrást és lehetőséget biztosít számunkra a Közösség. Nemzetállami érdekünk, hogy az igényelhető támogatások segítségével az Unió sikeres szereplői legyünk és a lehető legrövidebb időn belül felemelkedjünk az EU „magországai” közé.

Az európai államok már az '50-60-as években felismerték az elmaradott régiók fejlesztésének szükségességét, melynek legfőbb indoka, hogy egy lehetséges integráció esetén a fejlődésbeli eltérések akadályozzák az áruk, a szolgáltatások, a tőke és a munkaerő szabad áramlását, a közös belső piac kiteljesedését. Magyarország, mint a 2004-ben csatlakozott többi állam is, a felzárkóztatásra szoruló régiók közé tartozik.

Dolgozatomban azt szeretném bebizonyítani, hogy – bár hektáronként mindenki számára azonos összeg igényelhető területalapú támogatásként – a kis területen gazdálkodók életképességének javításához jóval nagyobb mértékben járul hozzá ez az összeg, mint a „több lábon álló” nagy gazdaságok esetében. Az EU-hoz való mihamarabbi felzárkózásunknak alapvető feltétele, hogy a kis gazdaságok is lépést tudjanak tartani az agrárium fejlődésével, mivel mezőgazdaságunk jelentős részét – az ország szerkezetéből adódóan – a kis- és középméretű gazdaságok teszik ki.

Az Unió Közös Agrárpolitikájának bemutatása után az agrár- és vidékfejlesztési támogatási rendszer, ezen belül a területalapú támogatások részletes megismerésével foglalkozok. Majd a dolgozatomban vállalt célterület, a Nyugat-dunántúli Régió területi jellemzőit, földhasználati szerkezetét, a gazdaságok megművelt területnagyság szerinti csoportosítását és kérelembenyújtási kedvét vizsgálom meg többféle szempontból. Ezek után Vas megye támogatásba bevont területeinek vetésszerkezetét elemzem részletesen. Végül pedig négy, különböző nagyságú területeken gazdálkodó termelővel készített mélyinterjúimat mutatom be, és jövedelemszerkezetük elemzésével szeretném hipotézisemet alátámasztani, vagy esetleg megcáfolni.

Összegzésként elmondható, hogy az általam megkérdezett gazdálkodók működésének, a válság idején pedig elsősorban életben maradásuknak egyik meghatározó tényezője a kapott területalapú támogatás volt.

Hogy kevés vagy sok? Erre a kérdésre nem létezik egyszavas válasz. Mindenesetre az egyértelműen megállapítható, hogy SZÜKSÉGES. A fennmaradáshoz mindenképpen.

SZAMPIÁS BRIGITTA

III. évfolyam

Gazdálkodás és menedzsment (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Dabasi Halász Zsuzsanna
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

**FIATALOK HELYZETÉNEK JAVÍTÁSI LEHETŐSÉGEI A MUNKA VILÁGÁBA
VEZETŐ ÚTON**

The correction opportunities of young people's situation in the work

Dolgozatomban kutatást folytattam a fiatal munkanélküliekről. A pályakezdő fiatalok elhelyezkedésének problémái és nehézségei, az ifjúsági munkanélküliek magas száma ösztönzött a megírására. Célom volt megvizsgálni a hazai fiatalság munkaerő-piaci helyzetét, az elhelyezkedésüket segítő programokat, illetve javaslatokat tenni arra, milyen további változtatásokat kell tennünk a fiatalok munkanélküliség csökkentéséért. Mint harmadéves egyetemi hallgató jól ismerem ezt a korcsoportot és problémáikkal én is szembesülök. Mint szakmai gyakornok azonban látom az elszalasztott lehetőségeket is.

Dolgozatom első részében alapvetően szekunder információkat használtam. Megvizsgáltam az elmúlt évek munkaerőpiacát, az eddig alkalmazott foglalkoztatási programokat. A dolgozat második felében primer vizsgálatokra támaszkodtam. Esettanulmányt készítettem egy nemzetközi vállalat gyakornoki programjáról, pályakezdő fiatalokkal kérdőívet tölttettem ki. A válaszaikból kapott eredményeket felhasználva hasznos információkat szereztem a témával kapcsolatban. A Robert Bosch Kft. munkatársainak segítségével sikerült a gyakornoki programokat megvizsgálnom, s következtetéseket levonnom azzal kapcsolatban. Egy, a Robert Bosch Kft.-nél gyakornoki programban résztvevő, majd a diploma megszerzése után ott elhelyezkedő fiatallal készítettem interjút. Mindezen ismeretek birtokában igyekeztem saját meglátásaimmal hozzájárulni a fiatalok munkaerő-piaci helyzetének javításához.

Dolgozatomban arra törekedtem, hogy megtaláljam az iskola és a munka közötti zökkenőmentes átmenetet pozitívan befolyásoló eszközöket. Kutatásom eredménye szerint a munkanélküliség legfőbb kezelési módja a megelőzés. Fontos a munkaerő-piaci igények és a felsőoktatás harmonizálása, a nyelvtanulás segítése, a személyes kapcsolatrendszerek kiépítése, a kiegészítő kompetenciák elsajátítása. Ezért nagyon fontosnak tartanám a gyakornoki programok elterjedését, mely a munkahelyi szocializáció, önálló munkavégzés és tapasztalat megszerzésének egyetlen és kielégítő módja. Reményeim szerint kutatásom során sikerült olyan javaslatokat tennem, melyek alkalmazásával átformálhatnánk a jelenlegi munkaerő-piaci tendenciákat.

SZÁNTÓ ZSÓFIA

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Fojtik János
egyetemi adjunktus, Pécsi Tudományegyetem*

FESZTIVÁL, MINT KOMMUNIKÁCIÓS CSATORNA

Festival, as communication channel

Egy fesztivál minden résztvevő számára egy megismételhetetlen közösségi élmény, mely a kultúrák megismeréséről és a kikapcsolódásról szól. Dolgozatom a könnyűzenei fesztiválokat vizsgálja, illetve azok szerepét a marketing kommunikációban. Az első részben a szekunder kutatások alapján a fesztivál fogalmi rendszerével, a könnyűzenei fesztiválok bemutatásával és a fesztiválozói motivációkkal foglalkozom, de megemlítem a fesztiválok töretlen népszerűségének okait is. Emellett bemutatásra kerül a BTL eszközök és a szponzoráció fontossága is, hiszen a fő kérdésem, hogy vajon hasznosak lehetnek-e a fesztiválok, mint kommunikációs csatornák? A második részben erre a kérdéskörre keresem a választ saját kutatásomban, melyben kvantitatív és kvalitatív eszközök is felhasználásra kerültek. Mi a véleményük a fesztiválozóknak az ott megjelenő reklámokról? Mennyiben változnak meg ilyenkor a fogyasztói szokások? Vajon hatékonyabban szólíthatjuk-e meg a látogatót egy fesztivál ideje alatt vagy a szponzoráció csupán felesleges presztízsmegjelenés? A válasz, hogy ezek a rendezvények nagyon is fontos kommunikációs csatornák, s ezt a támogatók sok esetben ki is használják, azonban nem mindig a leoptimalisabb módon.

SZÉCSI NÓRA

II. évfolyam

Regionális és környezeti gazdaságtan (M)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Konzulens: Dr. Csete Mária

egyetemi adjunktus, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

A TURISZTIKAI SEKTOR ADAPTÁCIÓS LEHETŐSÉGEI A KLÍMAVÁLTOZÁS HATÁSAIHOZ – A DUNAKANYAR–PILIS KISTÉRSÉG PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Prospects for adaptation to climate change effects in the touristic sector – A case study of the Szentendre Region

A klímaváltozás ma már nem csupán egy feltételezés, hanem tudományosan elfogadott tény. Sőt e világméretű probléma kezelésének a kérdése az elmúlt évtizedben a szűk szakmai közegekből a politikai döntéshozók látókörébe gyűrűzött tovább. Átalakuló éghajlatunk hatásait hazánk sem kerülheti el, és az így módosuló környezetünk vizsgálatát gazdasági-társadalmi oldalról is szükséges közelíteni.

Kutatásom témája a turizmus és az éghajlatváltozás körkörös jellegű kapcsolatrendszerének bemutatása, a módosuló éghajlati feltételekkel szembeni alkalmazkodásnak és a fellépő hatások csökkentésének lehetőségeire egy hazai mintaterület részletes elemzésén keresztül kívánok rávilágítani. Ágazati lehatárolásomat a turizmus nemzetgazdasági jelentősége, a területfejlesztésben betöltött jelentős szerepe, valamint potenciális munkahelyteremtő és megtartó ereje indokolja.

Dolgozatom célja, hogy a nemzetközi és hazai szakirodalom feldolgozása mellett egy konkrét gyakorlati esettanulmányon keresztül mutassam be az alkalmazkodás lehetőségeit a turisztikai szektor érintettjei számára. Mintaterületemet a Dunakanyari Pilisi Önkormányzatok Többcélú Kistérségi Társulása által lefedett térség adja, választásomat többek között a heterogén természeti környezet, a turisztikai szolgáltatók széles köre, valamint a különböző turizmus fajták színes palettája is alátámasztja.

Az árnyaltabb elemzést az e témában végzett kutatómunkám teszi lehetővé. A felmérésem a klímaváltozással kapcsolatos ismeretek és attitűd vizsgálatán túlmenően a résztvevők adaptációs hajlandóságának és kapacitásának feltárására, valamint a lokális alkalmazkodás potenciális eszköztárának kidolgozására is kiterjed. A problémakör részletesebb ismertetését a kiemelt szolgáltatókkal végzett mélyinterjúk teszik lehetővé.

A fenti vizsgálatokkal kapcsolatban a következő felvetéseket teszem. Először is, a tagadhatatlan változások hangsúlyos publicitása ellenére az ismeretek hiányosak, illetve jellemző a szkepticizmus. Másodszor, az adaptáció nem tudatos, hanem elsősorban spontán, járulékos jellegű. Harmadszor, a szereplők alkalmazkodási hajlandóságát a forráshiány determinálja. A vizsgálat eredményei alapján célom egy olyan személyre szabott adaptációs portfólió összeállítása, mely konkrét cselekvési mintául szolgálhat a térség idegenforgalmában érintett szereplők számára, hogy a klímatudatosság a mindennapi döntések velejárója legyen.

SZÉKELY NIKOLETT

I. évfolyam

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (M)

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Losoncz Miklós
egyetemi tanár, Széchenyi István Egyetem*

A FÖLDGÁZELLÁTÁS BIZTONSÁGA AZ EURÓPAI UNIÓBAN

Security of natural gas supply in the European Union

Pályamunkám az Európai Unió földgázellátásának a biztonságával foglalkozik. Témaválasztásom az energiapolitika aktualitásával és fontosságával magyarázható, amit egyrészt az EU klíma-energia stratégiája, másrészt a 2006 és 2009 januári ukrán–orosz, az EU-t is érintő gázvita is megerősít. Arra a kérdésre keresem a választ, hogy az Európai Uniónak milyen eszközei vannak a földgázellátás biztonságának fokozására, és ezekkel az eszközökkel milyen mértékben képes javítani az ellátásbiztonságot. E kutatási kérdések megválaszolására két hipotézist állítottam fel. Az első hipotézisem szerint a földgázimport beszerzési források szerinti diverzifikálása fokozza az Európai Unió ellátásbiztonságát. A második hipotézisem az, hogy lehetséges a földgáz bizonyos mértékű (természetesen nem teljes körű) helyettesítése más energiahordozókkal, ami szintén javítja az ellátásbiztonságot. A dolgozat célja az említett kutatási kérdések elemzése, lehetőség szerint megválaszolása, ennek alapján a hipotéziseknek az igazolása vagy elvetése. Pályamunkámban szakirodalmi forrásokra és statisztikai adatokra támaszkodva elemzem a földgáz mint energiahordozó szerepét és jelentőségét az energiafelhasználásban, folyóiratcikkek és egyéb források alapján értékelem az Európai Unió energetikai aktuális helyzetét.

A világ bizonyított földgázkészletének döntő többsége Oroszország és a Közel-Kelet területén található. Nyugat-Európa és Kelet-Európa is behozatalra szorul, ám nyugaton az import diverzifikált, a csővezetékek hurkolt hálózatot képeznek, míg keleten jelentős az Oroszországtól való függőség. Új földgázvezetékek építése révén Oroszország megkerülésére korlátozottak a lehetőségek. Az Európai Unió fő támogatott projektje a Nabucco, valamint az azeri–grúz–román érdekelttségű AGRI csökkenthetné az orosz importtól való függőséget, ám a csővezetékek éppen egymás versenytársai. Első hipotézisemet elfogadom, mert a földgázimport beszerzési források szerinti diverzifikálása mindenképpen hozzájárul az EU ellátásbiztonságának a növeléséhez.

Vannak lehetőségek a földgáz más energiahordozókkal való helyettesítésére, de arányuk a végső energiafelhasználásban viszonylag kismértékben növelhető, így második hipotézisemet nem fogadom el, mert a földgáz nagyobb mennyiségű helyettesítésére nem alkalmasak az alternatív energiahordozók.

Véleményem szerint nagymértékben hozzájárul az Európai Unió ellátásbiztonságának fokozásához az Európai Unió kívüli forrás- és tranzit-országokkal való kapcsolatok további intézményesítése és az EU közös energiapolitikájának kialakítása. Az EU-tagállamok nagy importőr vállalataival fennálló bilaterális, hosszú távú szerződések erősítik Oroszország alkupozícióját a földgázellátásban. Az energiapolitika közösségi szintre való emelése csökkentené a kelet-európai EU-tagországok Oroszországgal szembeni kiszolgáltatottságát. Ennek hátráltatói azonban maguk az európai uniós tagállamok, így közös álláspont hiányában az európai uniós integrált földgázpiac kialakítása még várat magára.

SZÉKELY ORSOLYA

I. évfolyam

Marketing (M)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Külkereskedelmi Kar

Konzulens: Dr. Fodor Mónika

főiskolai adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola

**HÁZTARTÁSON KÍVÜLI ÉTKEZÉS VIZSGÁLATA EGYETEMI/FŐISKOLAI
HALLGATÓK KÖRÉBEN**

Study of meal outside the household in the circle of university and college students

Dolgozatomban a 18–25 éves korosztályba tartozó egyetemi/főiskolai hallgatók háztartáson kívüli étkezési szokásait, fogyasztói preferenciáit vizsgálom. Kutatásomat szakirodalmi áttekintéssel kezdem, amelyben bemutatom a hazai háztartáson kívüli étkezés történetét röviden Szent István királytól napjainkig, majd a fogyasztói trendekkel, valamint az étkezési preferenciákkal foglalkozom általánosan, szekunder adatok alapján. Ezek után primer kutatásaim eredményeivel folytatom dolgozatomat. Kutatási módszereim között szerepel a szaklapok rendszeres olvasása, fókuszcsoporthoz tartozó felmérés, valamint kérdőíves lekérdés 136 hallgató körében.

A fókuszcsoporthoz tartozó megkérdezés során kiderült, hogy az egészséges és rendszeres étkezés egyre jobban felértékelődik a fiatalok körében, de az életritmusuk nem mindig teszi lehetővé a rendszerességet, de törekednek rá. Amikor háztartáson kívüli étkezési lehetőségek közül választanak, meghatározó szempontoknak értékelik a minőséget és a gyorsaságot, illetve a jó megközelíthetőséget. Összességében elmondható, hogy az iskolai büfé az, ahol a leggyakrabban étkeznek a hallgatók tanítási napokon a primer és szekunder adatok alapján, de nyitottak más iskolai, és iskola környéki étkezési lehetőségekre is, amennyiben az a hely valamilyen módon figyelemfelkeltő számukra.

A kvantitatív kutatás eredménye azt mutatja, hogy a húsétel az, amit továbbra is a legszívesebben fogyasztanak, ezt a szekunder adatok is megerősítik, de az egészségtudatos választás ebben a korcsoportban is egyre fontosabbá válik, ahogy azt a fókuszcsoporthoz tartozó kutatásom is alátámasztja.

A lakókörnyezet alapján csoportosított preferenciákból megemlítenék párat:

A kvantitatív kutatásom eredményei azt mutatják, hogy a kollégistáknak és az albérlésben lakóknak a 3 legfontosabb szempont után (ízlés, megközelíthetőség, ár) a diákkedvezmény az, amit értékelnek és fontosnak tartanak egy vendéglátó egységben. Az albérlésben élőknek és a kollégistáknak továbbá meghatározó tényező a kényelem.

Kutatásaim során azt a következtetést vontam le, hogy az egyetemi/főiskolai hallgatók körében már nem a gyorséttermek a legnépszerűbb vendéglátó egységek, és igény van a házi étteleket kínáló, kedvezményes árkategóriájú helyekre. Úgy gondolom, hogy megfelelő kommunikációval könnyen elérhetőek a diákok, és igény van az egészséges étteleket is árusító iskolai vagy iskola környéki étkezési lehetőségekre. Összességében elmondható, hogy a hallgatók többségének az étkezés társas eseményt jelent, ezáltal az iskolai, illetve iskola vagy kollégium környéki vendéglátóhelyeknek érdemes megfontolniuk ezt a szempontot kommunikációs stratégiájukban. Véleményem szerint kutatásom eredményei hozzájárulhatnak a vendéglátó egységek hatékony marketingaktivitásához azáltal, hogy képet ad a hallgatók igényeiről, preferenciáikról a háztartáson kívüli étkezéssel kapcsolatban, tanítási napok alkalmával.

SZEKÉR ZOLTÁN

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Komáromi Nándor
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

KORSZERŰ LOGISZTIKAI RENDSZEREK VÁLLALATI ALKALMAZÁSA

Corporate implementation of modern logistics systems

A pályamunka a korszerű logisztikai rendszerek vállalati alkalmazásának a lehetőségeit tűzte ki céljának, bemutatva a Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar logisztikai rendszerét.

A Kar speciális, működését tekintve oktatási intézmény, így az ott működő logisztikai feladatok vizsgálatakor figyelembe kell venni azokat az elvárásokat, amelyeket a Karral szemben támasztanak.

- Gazdasági elvárások: árbevétel növekedés, költségcsökkenés elérése, gazdaságos működés, költség optimalizálás;
- Felhasználói elvárások: szolgáltatás, támogatás, minőségbiztosítás segítése, egyszerűség, biztonság, értékteremtő képesség;
- Folyamat nézőpont: integráltság, kiszolgálás, üzemeltethetőség, mérhetőség, nyitottság (külső rendszerekkel szemben);

A vevői elégedettség nagyban függ azoktól a logisztikai támogatási funkcióktól (pl. Kari weboldal), amelynek segítségével a Kar a küldetésében megfogalmazottak alapján kívánja az oktatás színvonalát növelni.

A modern logisztikai rendszerek vállalati alkalmazásának bevezetését megelőzendően komplex vizsgálatot kell folytatni az adott terület specifikus funkcióinak feltárásával kapcsolatban, hogy az így nyert információk alapján optimalizálhatóak és nyomonkövethetők legyenek a folyamatok.

Pályamunkámban a szakirodalom elemzése, majd az általam vizsgált intézmény és annak informatikai rendszerének bemutatása után felvázolom és kifejtem azon következtetéseimet és javaslataimat, melyek segítségével a kar informatikai rendszere jobb lenne.

SZIKLENKA ZSANETT

Végzés éve: 2009

Turizmus-vendéglátás (A)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Apáczai Csere János Kar

*Konzulens: Happ Éva
adjunktus, Nyugat-magyarországi Egyetem*

**A SÁRKÁNYHAJÓ SPORT MAGYARORSZÁGI KIALAKULÁSA, TURISZTIKAI
HATÁSAI HAZAI ÉS NEMZETKÖZI SZINTEN**

The development of dragonboating in Hungary, its domestic and international effects in tourism

Az OTDK-dolgozatom témájául a sárkányhajózást választottam. Abból a tényből indultam ki, hogy a világon a második legnépszerűbb, legtöbb ember által űzött sportág.

A dolgozatomban a sárkányhajózás kialakulása, nemzetközi és hazai elterjedése mellett a turizmust befolyásoló hatásait kutattam szakirodalom és szakvélemények, valamint kétszer 50 db kérdőív kitöltésének segítségével.

Kutatásomban a turizmus rendszerének és környezetének fő pillérei nyomán haladva fejtettem ki a sárkányhajózás és a turizmus kapcsolatát.

A gazdasági környezet az egyik leghangsúlyosabb a sárkányhajózás tükrében, hiszen tömegsport jellegéből adódóan nagy tömeget mozgat meg. A rendezvények eszközigénye jelentős összeget tesz ki, ami az adóbevételeket növeli, lehetőséget ad alkalmi munkavállalásra, valamint kapcsolódó szolgáltatók alkalmazására, a beruházásoknak és a nevezési díjaknak pedig jelentős multiplikátor hatása van a turisztikai szektorban.

A sárkányhajózás társadalmi hatásai legalább olyan fontosak, mint a gazdasági tényezők. A fizikai és szellemi egészség, valamint a jó közérzet kialakításában a rendszeres testmozgás fontos szerepet játszik. A XXI. század társadalmi problémáira, a túlsúlyra, rendszertelen táplálkozásra, a légkondicionálók és neonlámpák fogságára is megoldást jelenthet, a szükségletpiramist tekintve a sport három szint alapján (Szociális szükségletek, Elismerés igénye és Önmegvalósítás) is lehet motivációs cél.

A turisztikai környezetet a rendezvényekhez, hazai és nemzetközi versenyekhez lehet a leginkább kötni. Mivel egy csapat minimum 22 főből áll, a szállásfoglalás, utazás, étkezés és szuvenír vásárlás tekintetében jelentős kiadásokra lehet számítani. A budapesti 13. Klub Legénység Európa Bajnokságon kb. 1500 fő vett részt, kb. 78 millió forintba tehető a sportturizmusra fordított költségük a fővárosban.

Primer kutatásom elsődleges célja a sárkányhajó ismertségének felmérése a lakosság körében, valamint a sporttal kapcsolatos rendezvények elterjedése a köztudatban. Másodlagos célként két fővárosban, Budapesten és Prágában megrendezett nemzetközi versenyek médiahatásait mértem fel. A sportban rejlő további lehetőségek felkutatását is megtettem célkitűzésül. A sárkányhajóval megtehető vízitúrákat, sportszponzorálási lehetőségeket és a csapatépítő tréningek színesítését fedtem fel.

SZINCÁSÁK GYULA

I. évfolyam

Emberi erőforrás tanácsadó (M)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulens: Dr. Dajnoki Krisztina
egyetemi adjunktus, Debreceni Egyetem*

**TELJESÍTMÉNYÉRTÉKELÉS ÖSSZEHASONLÍTÓ VIZSGÁLATA EGY
PROFITORIENTÁLT ÉS EGY KÖZSZFÉRÁBAN MŰKÖDŐ SZERVEZETNÉL**

Comparative analysis of performance evaluation systems in government sector and private sector

Napjainkban egyre több szervezet – válaszul a gazdasági kihívásokra – kényszerül az emberi erőforrások mind hatékonyabb kihasználására, így egyre nagyobb szerep jut a humán erőforrás osztályoknak és az általuk elvégzett teljesítményértékelésnek. Felismerték, hogy egy szervezet sikere nemcsak a termelési tényezők optimális kihasználtságának és összehangolásának függvénye, hanem egyre inkább az egyéni teljesítmények összegződése az, ami a célok megvalósítását eredményezi.

A jól kivitelezett teljesítményértékelés során a szervezet tökéletesen fel tudja mérni alkalmazottai teljesítményét, hatékonyságát, vizsgálni és értékelni tudja az egyéneket és a szervezeti egységeket. Nemcsak a szervezetre van pozitív hatása, hanem az egyének is kapnak egy visszajelzést elvégzett munkájukról.

Hipotézisem szerint a magánszektorban és a közszférában alapvetően eltérő a teljesítményértékelésnél használt módszer és annak szerepe a humán erőforrás menedzsmenten belül. Feltételezésem alátámasztására összehasonlító vizsgálatot végeztem két különböző tevékenységű szervezetnél. Az egyik egy multinacionális, profitorientált, saját területén piacvezető cég, a másik pedig függelmi rendszerben működő állami szervezet, a Magyar Honvédség.

Dolgozatom gyakorlati részében összevettem a két értékelési technikát és a közreműködő szervezetek dolgozói által kitöltött kérdőív feldolgozása után következtetéseket vontam le a rendszerek gyakorlati működéséről.

Részcéljaim között fogalmazható meg irodalmi feldolgozás és saját vizsgálataim segítségével feltárni, elemezni és összehasonlítani a teljesítményértékelés és a teljesítménymenedzsment szerepét és fontosságát egy versenyszférában és egy közszférában tevékenykedő szervezetnél.

Fő célkitűzésem volt olyan következtetések és javaslatok megfogalmazása, amely segítheti a szervezetek teljesítményértékelő és teljesítménymenedzsment rendszerének hatékonyabb működését.

Kutatómunkám során megállapítottam, hogy a gyógyszergyártó vállalatnál egy, a vállalati stratégiában integrált, jól működő, sikeres teljesítménymenedzsment rendszerről beszélhetünk. A Magyar Honvédségnél ezzel szemben egy elméletben jól kidolgozott, de a gyakorlatban működésképtelen értékelési rendszert használnak, mely nem tölti be a kívánt funkcióját.

SZITÁS ISTVÁN

III. évfolyam

Közszolgálat (A)

Debreceni Egyetem

Közgazdaság- és Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kapás Judit
egyetemi tanár, Debreceni Egyetem*

**A MAGYAR VILLAMOSENERGIA-PIACI LIBERALIZÁCIÓ HIÁNYOSSÁGAI,
PROBLÉMÁI, AZOK KEZELÉSE**

Shortcomings of the Hungarian electricity market liberalization and the solution of them

A dolgozat a magyar villamosenergia-szektor liberalizációjának hiányosságait mutatja be. A legfontosabb problémák közé tartozik, hogy a villamosenergia-piaci szerkezet megváltoztatása után az állami tulajdonú Magyar Villamosművek Zrt. továbbra is jelentős piaci erővel rendelkezik, valamint, hogy MVM-csoport tagjai vertikálisan integráltak és nagykereskedő tagja hosszú távú szerződésekkel köti le az erőművek kapacitásait. Így nemigen van lehetőség belépésre és versenyre. E hiányosságok azonban nem egyedülállóak az EU-n belül, ezért az egységes energiapiac nem valósítható meg a közeljövőben. A dolgozat néhány országot hoz fel példaként, akik hasonló liberalizációs folyamatot követve sikeresen nyitották meg villamosenergia-piacukat. A magyar és néhány más európai országbeli szabályozó hatóságoknak érdemes lenne meggondolni ennek a folyamatnak a követését, aminek segítségével elérnék a teljesen liberalizált piacot és megvalósítható lenne a fő cél, a közös EU-s energiapiac.

SZLANCSIK RENÁTA

I. évfolyam

Regionális és környezeti gazdaságtan (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Vasa László
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

A MEZŐGAZDASÁG SZEREPE A HÁZTARTÁSOK ÉLETÉBEN

The role of agriculture in the life of households

A dolgozatom témájául választott háztartás-gazdaságtan újszerű tudományterületnek számít a hazai közgazdasági gondolkodásban. Pedig ezen témakör résztvevői a gazdasági és társadalmi élet olyan szereplői, akikkel a mindennapi életünk során állandó jelleggel kapcsolatban állunk.

Vidéken – a békés megyei 1700 lelket számláló mezőgazdasági községben, Telekgerendáson – élő egyetemi hallgatóként azért választottam TDK-dolgozatom témájául a mezőgazdaság szerepét a háztartások életében, mert környezetemben a lakosság jelentős része kapcsolatban van valamilyen formában a mezőgazdasággal, vagy főállásban, vagy kiegészítő tevékenységként végzi azt. A háztartások, mint a társadalom és a gazdaság legkisebb termelői és fogyasztói, rendkívül fontos szerepet játszanak az ország gazdasági életében. Értékteremtő képességük, foglalkoztatásban betöltött szerepük mással nem pótolható, különösen vidéken, ahol a mezőgazdaság és a háztartás egymástól elválaszthatatlan egységet képez. Ezért is tűztem ki célul tíz olyan békés megyei családi gazdaság kvalitatív, mélyinterjú empirikus vizsgálat segítségével történő bemutatását, amely megpróbálja a saját megélhetését biztosítani a mai globális méretűvé váló pénzügyi és gazdasági válság idején.

Következtetéseim és javaslataim által, célom bemutatni azt, hogy a mezőgazdasági termelést folytató háztartásokban résztvevők munkája az alapvető gazdasági folyamatok szerves részét képezi. Reményeim szerint dolgozatom nyomán a mezőgazdasági szereplők munkája gazdasági szempontból jobban értelmezhetővé válik, és ezáltal sikerül felhívnom a figyelmet arra, hogy a háztartás-gazdaságtan mindennapi életünk nélkülözhetetlen része, és az ott zajló folyamatokat érdemes követni, illetve az ott végzett értékteremtő munkát és az eredményesség érdekében megtett erőfeszítéseket elismerni.

SZŐCS VIKTÓRIA

II. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Harsányi János Főiskola

*Konzulens: Gondos Borbála
főiskolai adjunktus, Harsányi János Főiskola*

A VADÁSZTURIZMUS JELENTŐSÉGE MAGYARORSZÁGON

The importance of hunting tourism in Hungary

Országunk természeti adottságai folytán mindig is kiváló vadállományáról volt híres. Vadászatról évszázadok óta beszélhetünk hazánkban, de maga a vadászturizmus csak a XIX. század végén mutatta első jeleit. Dolgozatom témájának azért választottam a vadászturizmust, mert a turizmusnak e speciális ága véleményem szerint nem kap elég figyelmet. Mutatja ezt a szakmai rendezvények, illetve a szakmai képzések hiánya. Dolgozatommal szeretném felhívni a figyelmet a vadgazdálkodás jelentőségére, a vadászturizmusból származó bevételek nélkülözhetetlenségére, továbbá a vad nemzeti értéként való kezelésének fontosságára.

A magyarországi vadászat különösen vonzó lehet a vendégvadászok számára, mivel Magyarország a vadállomány minőségét tekintve jó helyzetben van. Külföldi szaklapok is méltatják hazánk kimagasló vadállományát. Nem ritkán kerül hazánkban elejtésre világrekorder trófea. Versenyhelyzetünket az is javítja, hogy Magyarországon a vadászterület minimális nagysága 3000 hektár, ez jóval meghaladja az európai átlagot. Az erdők természetszerűbbek, nagyobb a szintezettség és a fajgazdagság.

Magyarországon a vad állami tulajdon, a vadászat személyes jogokon alapszik. Vadászni csak a törvény által nem tiltott fajokra lehet, és olyan módon, ami a vadászati rend előírásainak megfelel.

A vadászati turizmus jelentősége, hogy az idelátogató vadászok általában a társadalom felsőbb rétegeit képviselik, valamint itt tartózkodásukból különösen a vidék profitál, hiszen a vadász vendég oda is eljut, ahol egyébként nem lenne lehetőség lekötni a turistát bármilyen érdekesseggel, szabadidős tevékenységgel. Idegenforgalmi szempontokból kevésbé értékes területeket is bevételekhez juttat, tehát közvetve és közvetlenül is a vidékfejlesztési törekvéseket elégíti ki.

Versenyhelyzetünket javítja, hogy nálunk világszínvonalú, többszáz éves vadászati hagyományokon nyugvó vadgazdálkodás és vadászat folyik. Ezek a hagyományok alapozzák meg a magyar vadászat jó hírnevét, továbbá biztosítják az évi átlagos 20–22.000 vendégvadászt, akik jelentős bevételt biztosítanak a hazai vadgazdálkodás számára.

SZÓKE BÁLINT

III. évfolyam

Alkalmazott közgazdaságtan (A)

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Kőhegyi Gergely
tanársegéd, Eötvös Loránd Tudományegyetem*

A LAKOSSÁGI MEGTAKARÍTÁSOK VIZSGÁLATA – ELMÉLET ÉS A MAGYARORSZÁGI TÉNYEK

An inquiry into the household savings – Theory and the Hungarian facts

E dolgozat alapvetően két összefüggő kérdésre keresi a választ. Egyrészt arra, hogy az elmúlt időszakban érvényesült-e Magyarországon a fogyasztás simítása, pontosabban mondhatjuk-e, hogy a lakosság – időben előretekintve – a permanens jövedelem hipotézis által implikáltak alapján alakította ki fogyasztási pályáját. Másrészt, hogy a tapasztalt folyamatok, események, s elsősorban a lakossági eladósodásnak jelentős és gyors növekedése magyarázható-e ezen vizsgálódási kereten belül.

A vizsgálatot két szinten végzem el. Egyrészt makroszinten, elsősorban aggregált idősoros adatok és a belőlük képzett diagramok segítségével, másrészt mikroszinten, reprezentatív kérdőíves felmérésekkel. A dolgozat e két szinten kapott eredményeket próbálja meg szintetizálni.

A makroszintű elemzés során a fellelhető idősoros adatok alapján igyekszem bemutatni a vizsgált időszak, a 2000-es évek főbb folyamatait. Az adatokból kitűnik, hogy az egyértelmű fogyasztássimítás mellett, paradox módon, a vizsgált időszakban a fogyasztókat egyszerre jellemezte türelmetlenségi és óvatossági motívum. Ezután a friedmani permanens jövedelem hipotézis magyarországi érvényességét ökonometriai eszközökkel igyekszem bizonyítani. Az eredmények azonban vegyesek, összességében nem támasztják alá az elméletet, ugyanakkor a fogyasztás túlzott érzékenysége utalnak.

Ennek magyarázatául az ún. buffer-stock magatartás modelljét használom fel keretként. Ezen elmélet következtetése, hogy minden fogyasztó rendelkezik egy személyre szabott, elérni kívánt vagyon/permanens jövedelem szinttel. Amennyiben a tényleges szint e céltérték alatt van, inkább körültekintő (óvatos) magatartást tanúsít, míg ha efölött, inkább a türelmetlenség lesz rá jellemző. Mindezek következménye az, hogy a fogyasztási függvény szigorúan konkáv, vagyis az alacsonyabb jövedelemszintek mellett a fogyasztási határhajlandóság magas (egy közeli). A mikroszintű vizsgálat alátámasztani látszik ezen elmélet érvényességét.

Mindezek alapján megállapítható, hogy a magyar lakosság egyértelműen simította fogyasztását az időszak során. A buffer-stock elméleti keret segítségével pedig a tapasztalt folyamatokra is konzisztens magyarázatot tudunk adni: az eladósodottság-növekedés, vagy másképp a túlérzékenység annak volt betudható, hogy az alapvetően türelmetlen, jellemzően alacsony jövedelemmel rendelkező háztartások előtt a likviditási korlátok oldódásával megnyílt az út a hitelpiacok felé.

SZÓKE LÁSZLÓ

IV. évfolyam

Műszaki menedzser (A)

Dunaújvárosi Főiskola

*Konzulens: Varga Anita
főiskolai adjunktus, Dunaújvárosi Főiskola*

**ESÉLYTEREMTŐ ESÉLYEGYENLŐTLENSÉG MAGYARORSZÁGON, A
MOZGÁSKORLÁTOZOTTAK INTEGRÁLÁSA A TERMELÉSBE**

Disparity, making even chance – Integration of physically handicapped people into the business

2010 első negyedében a fogyatékkal élők száma a magyarországi lakosok 5,7%-a, amelynek közel 44%-a mozgáskorlátozott. Az elmúlt 5 év során ez a tendencia stagnált. Véleményem szerint, az érintettek döntő többsége képes az aktív munkavégzésre, ezért tartom lényegesnek a fogyatékkal élők bevonását a termelésbe. Dolgozatom e szektor foglalkoztatáspolitikájával foglalkozik.

Alternatív javaslatot tartalmaz azon munkakörökről, valamint feladatkörökről, melyek ellátásával hasonló eredményeket képesek elérni, mint egészséges társaik. Feltérképezem, hogy a cél eléréséhez milyen tárgyi, illetve jogi lépések szükségesek. Pályamunkám során felmértem egyes termelő vállalkozások szándékát, valamint szociális érzékenységét a fogyatékkal élők foglalkoztatása szempontjából. Arra a megállapodásra jutottam, hogy a jelenlegi cégvezetők kis hányada érzi szívégyének a szektor integrálását. A vállalkozások döntő többsége nem rendelkezik információval az adott szektort érintő támogatási rendszerről.

Tudományos munkám során megállapítottam, hogy az állam és a politika tesz lépéseket a fogyatékkal élők integrálására, azonban az erre a célra fordított összeg, illetve figyelem messze alulmarad az elvárt szinttől. Véleményem szerint, a Magyar Kormányának egy olyan aktív foglalkoztatási programot kellene elindítania, amely felöleli a foglalkoztatási szektort, illetve fontos lenne a problémának fokozott médiafigyelmet biztosítani a téma iránt. Ez komoly előrelépést jelentene az érintettek elégedettségének növelésében. A vállalatok gazdasági versenyképességére pozitívan hatna, mert a fogyatékkal élő munkavállalókra fordított költségek csekély mértékűek a kapott hozzáadott értékhez viszonyítva.

SZOLECZKI ZOLTÁN

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Incze Emma
tudományos segédmunkatárs, Budapesti Corvinus Egyetem*

ZENEIPAR 2.0 – ÜZLETI MODELLVÁLTÁS A ZENEIPARBAN

Music Industry 2.0 – Business model change in the music industry

Az utóbbi tíz évben a kreatív iparágak, mint a szoftver, film, könyv és zeneipar, hatalmas változáson mentek keresztül. Az internet hatására megváltoztak a fogyasztói igények, aminek hatására a korábbi iparági szerkezetek omladozni kezdtek. A zeneipar e változásoknak az egyik legkomolyabb, legaktuálisabb érintettje. Dolgozatom célja, hogy bebizonyítsa, a napjainkban gyakran hangoztatott közhellyel ellentétben, a zeneipar nincs üzleti válságban, helyette egy olyan változás idejét éljük, amelynek végén a zeneipar, (a kreatív iparágak zászlóshajójaként) elsőként húzhat igazán hasznot a digitális gazdaságból. Dolgozatomban az üzleti modellezés segítségével elemzem a hagyományos iparági modellt, bemutatom az ezredforduló után megjelent zeneipari trendeket, majd az ezek hatására létrejövő új üzleti modelleket elemzem és hasonlítom össze a korábbival. Kutatásom során a problémát a stratégiai menedzsment szemüvegén keresztül vizsgáltam, alapvetően szekunder kutatást végezve a hazai és nemzetközi üzleti modellel foglalkozó kutatások, publikációk, statisztikák elemzésén keresztül. A magyarországi helyzet elemzésében egy, az Irie Maffia nevű együttes menedzserével készített mélyinterjú volt a segítségemre. A téma jóval túlmutat ezen dolgozat keretein és számos olyan kérdést felvet, amelyet most nincs lehetőség tárgyalni. A formai és tartalmi keretek miatt ezért végig igyekeztem szem előtt tartva ugyan, de nem részletezni a téma e-businessel, fogyasztói magatartással és szerzői joggal kapcsolatos sajátosságait, vonatkozásait. Nem térek ki a vállalati versenystratégiák szintjére sem; iparági szinten vizsgálódom. A dolgozat első részében bemutatom az elemzéshez használt eszközöket (értékláncelemzés, üzleti modellezés) és elhelyezem őket a stratégiai menedzsment folyamatában. Ezután elemzem a zeneipar hagyományos üzleti modelljét és bemutatom az új iparági trendeket és azok hatásait a korábbi modellre. A harmadik részben elemzésre kerülnek az új, sikeres üzleti modellek, melyet gyakorlati példák is alátámasztanak. Ezután kitekintek a magyarországi helyzetre, végül pedig prognózist állítok fel a jövőre nézve.

SZOLNOKI BERNADETT

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Kása Richárd
egyetemi tanársegéd, Miskolci Egyetem*

**TERMÉSZETGYÓGYÁSZATI TERMÉKEK ÉS GYÓGYMÓDOK, AVAGY HOGYAN
ÉLHETÜNK EGÉSZSÉGESEN GYÓGYSZEREK NÉLKÜL**

Natural products and therapies, or how we can live healthily without drugs

Tudományos Diákköri munkám célja a természetgyógyászati termékek és gyógymódok részletes bemutatása. A gyógymódok terén kitértem a különböző terápiákra, önálló kérdőíves kutatás során megvizsgáltam ezen gyógymódok ismeretségét, hatásosságát, használatát. Bemutatom a különböző terápiák fejlődését, történetét, kitérve az orvostudományi elfogadottságukra, előnyeikre, hátrányaikra. A természetes gyógymódok részeként foglalkozok a táplálkozással, illetve a táplálkozástudomány néhány elemével. Így elsősorban a helyes táplálkozás összetevőivel, a biotermékekkel, a mesterséges és természetes édesítőszerekkel, végül az ásványvizekkel.

Választott témám aktualitását, úgy gondolom, növeli az is, hogy napjainkban számos gyógyszerkészítmény van jelen a piacokon, melyeknek hosszútávú hatásait nem minden esetben ismerjük. Éppen ezért sokan jobbnak tartják a természetes eredetű termékeket, illetve egyfajta „divatirányzat” is lett az egészséges táplálkozás és természetes gyógyítás.

Dolgozatom elkészítéséhez primer és szekunder adatokat egyaránt használtam. Szekunder adatoknál elsősorban szakirodalmakra, magyar és német nyelvű folyóiratokra, cikkekre támaszkodtam. Primer forrásként egy önálló, 153 fős kérdőíves megkérdezést használtam, melynek segítségével megvizsgáltam, mennyire közismertek a természetes eredetű termékek és gyógymódok. A kapott adatok között összefüggéseket kerestem keresztábrák és korrespondencia elemzés révén.

A kapott eredményeket felhasználva, írásos munkám utolsó fejezetében láthatóvá válik, hogyan lehet egy egészségorientált multinacionális vállalatot kialakítani. Bemutatom, milyen lépéseket kell tenni az alkalmazottak jobb egészségi állapotának eléréséhez, illetve hogyan válnak a terápiák motivációs eszközökké.

Emellett külön fejezet foglalkozik azzal, hogyan lehet a biotermékeket (és általuk az egészséges táplálkozást) bevezetni a multinacionális vállalatok életébe.

SZÚCS FERENC ISTVÁN

Végzés éve: 2010

Gazdasági és vidékfejlesztési
agrármérnök (A)

Szegedi Tudományegyetem
Mérnöki Kar

VETRÓ ATTILA

IV. évfolyam

Gazdasági és vidékfejlesztési
agrármérnök (A)

Szegedi Tudományegyetem
Mérnöki Kar

*Konzulens: Nagy Sándor
tanársegéd, Szegedi Tudományegyetem*

„TERMOFORINT”, MINT A PETRODOLLÁR HAZAI ALTERNATÍVÁJA

„Thermoforint” is the domestic alternative of petrodollar

A 2007–2009-es pénzügyi és gazdasági világválság felgyorsította a kedvezőtlen folyamatokat, az energia árak emelkedését és eközben az energiafüggőség is tovább fokozódik. Az Európai Unió jelenlegi stratégiái és politikái próbálnak az új kihívásoknak megfelelni, illetve azok kockázatait kezelni.

Dolgozatunk célja, hogy felhívjuk a figyelmet Magyarország geotermikus jellemzőire és a kihasználásában rejlő lehetőségekre. Világviszonylatban is kiemelkedő adottságokkal rendelkezünk, másrészt a jelenlegi gazdasági és társadalmi környezet, valamint a jövő irányvonalai is a megújuló energiaforrás hasznosítása és a fenntartható fejlődés felé mozdul el. A magyar államnak olyan megoldandó problémákkal kell szembenéznie, mint az energiafüggőség, államadósság és a területi egyenlőtlenségek csökkentése valamint a versenyképesség és a társadalmi jólét növelésének kényszere. Ezen körülmények ismeretében fogalmazódott meg bennünk a „*thermoforint*” gondolata, amely értelmezésünk szerint a geotermikus energia kiaknázása révén nyerhető előnyökre, hasznokra utal. Igyekeztünk munkánk során feltárni azokat a problémákat és területeket, amelyeket közvetve, vagy közvetlenül befolyásolhat a geotermikus energia hasznosítása. A leglényegesebb fogalmak és adottságok, jogi környezet bemutatása után egy már meglévő modellre épülő folyamatábrát készítettünk a befolyásoló tényezők, motivációk, hasznok, serkentő faktorok szemléltetésére, amelyeket igyekeztünk már megvalósult programokkal alátámasztani.

A bemutatott ismeretek fényében úgy véljük, hogy megkerülhetetlen és felelőtlen lépés lenne, ha nem biztosítanánk a feltételeket és nem támogatnánk kellő mértékben a minél hatékonyabb szinergikus hatásokat generáló kihasználást.

SZÚCS KINGA

III. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

MATZON ÁKOS

III. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Petró Katalin
egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

A JÓLÉTI VESZTESÉG SZÁMÍTÁSI MÓDSZEREI – HOLTTEHER-VEZTESÉG MAGYARORSZÁGON

Calculation methods of welfare cost – Deadweight loss in Hungary

Dolgozatunkban a monopolista viselkedés hatására kialakuló jóléti veszteség GDP arányos mértékével foglalkozunk. Tanulmányunk első részében ezt a piacszerkezeti jelenséget, azaz a kompetitív és a monopol piac közötti eltérést és ez által okozott holtteher-veszteséget vizsgáljuk.

Arnold C. Harberger volt az első közgazdász, aki az 1924–28 közötti időszakban vizsgálta az Egyesült Államokban a GDP arányos holtteher-veszteség mértékét. Számításaihoz Ralph C. Epstein az erre az időszakra vonatkozó tanulmányát használta fel. Harberger úttörő cikkében arra az eredményre jutott, hogy ez az arány a GNP csupán 0,1%-a. A tanulmányt, és az alkalmazott módszert a cikk 1954-es megjelenése óta rengeteg kritika érte. A dolgozat folytatásában Harberger tanulmányának "gyenge pontjait" kritizáló közgazdászok, mint például Keith Cowling és Dennis C. Mueller elméleteivel és eredményeivel foglalkozunk.

Az Egyesült Államokon kívül tudomásunk szerint Franciaországban és Dél-Koreában végeztek el eddig hasonló számításokat. Frédéric Jenny és André-Paul Weber a Harberger-féle módszert saját megfigyeléseik szerint korrigálva számították ki a GDP arányában a jóléti veszteségek közelítő értékét, és végezetül az amerikaihoz hasonló eredményre jutottak.

Magyarországon eddig még senki sem publikált hasonló témájú tanulmányt, azaz a magyarországi koncentrált piacokon lévő cégek által okozott jóléti veszteség GDP arányos mértékét eddig még nem becsülték. Ez tehát dolgozatunk fő célja, hogy megbecsüljük 2003–06 közötti iparági adatok alapján a magyarországi holtteher-veszteség mértékét. Ehhez a becsléshez két módszert is alkalmazunk, melyek segítségével közelítő értékeket kaphatunk. A továbbiakban a kapott eredményeket elemezzük.

SZÜTS LÁSZLÓ

IV. évfolyam

Egészségügyi szervező (A)

Szent István Egyetem

Egészségtudományi és Környezetegészségügyi Intézet

*Konzulens: Dr. Köteles Lajos
főiskolai tanár, Szent István Egyetem*

FOGTURIZMUS MAGYARORSZÁGON

Dental tourism in Hungary

A „Fogturizmus Magyarországon” című dolgozat a magyarországi fogászati ellátások magas minőségével összefüggésben, tényekkel támasztja alá a nyugat-európai fogturisták igényét a hazai fogászati kezelések iránt. Az anyag az egészségturizmus, és azon belül a fogturizmus, mint új „iparág”, jelenlegi és jövőbeni helyzetét, lehetőségeit vizsgálja részleteiben.

Vizsgálja továbbá a fogturisták részére az egészségturizmus által nyújtott lehetőségeket, a komplex turisztikai szolgáltatások és a fogászati kezelések tekintetében. A felállított hipotéziseket a kérdőíves kutatási eredmények alapján elemzi. Bemutat egy új, dinamikusan fejlődő „iparágat”, a fogturizmust.

Ez idáig egyedülálló vizsgálat feldolgozása az említett munka, hiszen ilyen jellegű összefogó, kutatásokra épülő bemutatása a fogturizmusnak még nem jelent meg.

A dolgozat az alábbi három hipotézisre épül: Feltételezi, hogy a külföldi pacienseknek az ár tekintetében jóval kedvezőbb a magyarországi fogászati kezelés igénybevétele, akár turisztikai és utazási költségeinek együttes figyelembevételével is. Feltételezi továbbá, hogy a magyarországi fogászati ellátás minősége ugyanolyan jó, mint a külföldi. Végül úgy gondolja, hogy a hazánkban végzett kezelés ideje jóval rövidebb, ezért is megéri a külföldi pacienseknek Magyarországra utazni.

A kutatás statisztikai elemzés alapján készült, a gyakorlati rész primer kutatásra épül, több nyelven digitális formában az Európai Unió országaiba kiküldött kérdőívekből, amelyekből 194 értékelhetően megválaszolt került feldolgozásra, valamint más vállalkozások ez irányú tevékenységének vizsgálata alapján készült. A szekunder kutatás része a vonatkozó szakirodalomból, internetes forrásokból és elérhető céges dokumentációkból származik.

Hazánk jelenleg még igen jó pozícióban van a külföldiek – különösen az Unió országaiból érkezők tekintetében a fogászati ellátások terén. A jövőre nézve azonban nagy figyelmet kell fordítani az egészségturisztikai piac többi résztvevőjére, ezért szükséges az állami szerepvállalás a piaci pozíció megtartása érdekében. Ennek hiányában a fogturizmusban jelenleg elfoglalt európai első, és világviszonylatban második helyünk megtartása kétségessé válhat.

TÁCSIK BÁLINT

I. évfolyam

Vidékfejlesztési agrármérnök (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Ritter Krisztián
egyetemi adjunktus, Szent István Egyetem*

**LAEDER A GYAKORLATBAN: EREDMÉNYEK ÉS TAPASZTALATOK AZ IPOLY-
MENTI PALÓCOK HELYI KÖZÖSSÉG PÉLDÁJÁN KERESZTÜL**

LAEDER in practice: Results and observations through the example of the Local Palóc Community along the River Ipoly

A dolgozat legfontosabb célja a LEADER-típusú vidékfejlesztési programok speciális jellemzőinek, elveinek, és azok hatásának feltárása, kiemelten a Belső-Cserhát vidékén. Mivel a balassagyarmati térségben négy darab LEADER típusú program terve készült el a 2000–2013-as időszakban (melyekből kettő meg is valósult, a harmadik pedig folyamatban van), munkám kiterjed a kísérleti jellegű, LEADER-szerű vidékfejlesztési programokra, a 2004-től bevezetett LEADER+-ra, és a 2007–2013-as ciklus LEADER tengelyére is.

Fő kérdésként vizsgálom a LEADER alapelveinek érvényesülését, illetve azt, hogy a különböző, egymást követő ciklusok programjai között megfigyelhető-e kontinuitás.

Az alkalmazott kutatási módszerek között megemlíthető a szakirodalom és a vonatkozó szakmai anyagok elemzése mint szekunder, és strukturált mélyinterjúk, illetve kérdőívezés, mint primer információforrás, továbbá az ezekből származó adatoknak a statisztikai feldolgozása, értékelése. A dolgozat elkészítése során nagyban támaszkodtam azokra a tapasztalatokra is, melyeket a vizsgált térségben vidékfejlesztési menedzserként, illetve a jelenlegi akciócsoport munkatársaként mindennapi munkám során szereztem, szerzek.

Azon általános következtetésen túl, hogy a három program mindegyikében tetten érhetők a LEADER-szerűség egyes elemei (de nem minden elem megjelenése észlelhető), a dolgozat – miközben bemutatja a programok megvalósulásában rejlő hiányosságokat – javaslatokat tesz arra, hogy milyen átalakításokkal lehet a LEADER jelleget kiteljesíteni. Ezzel, valamint a pályázással kapcsolatos legfontosabb tapasztalatok feldolgozásával, remélhetőleg nagyban hozzájárul a program helyi és országos szintű hatékonyságának a javításához.

TAKÁCS EMESE ZSUZSANNA

Végzés éve: 2010

Nemzetközi kapcsolatok (O)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Simai Mihály
akadémikus, Budapesti Corvinus Egyetem*

**A MEDITERRÁN TÉRSÉG A NEMZETKÖZI MIGRÁCIÓBAN – LEHETŐSÉGEK,
PROBLÉMÁK, BUKTATÓK**

The Mediterranean area in scope of international migration – Opportunities, problems and stumbling-blocks

A nemzetközi migráció jelensége napjaink gyorsuló ütemben globalizálódó világának legnagyobb kihívásai közé sorolható, az emberek lakóhely-változtatása mind elterjedtebb folyamattá válik. Vizsgálatom fókuszában a globális nemzetközi migrációs platform egy szelete, az európai színtér, azon belül is a mediterrán térség áll.

Célom egyrészt a jelenleg 27 tagállamot magába foglaló Európai Uniót (EU) jellemző migrációs folyamatok, elsősorban az ide áramló bevándorlás áttekintő bemutatása, és az uniós közös bevándorlási és menekültügyi politika kialakítására tett lépések számbavétele. Ezzel párhuzamosan a vizsgálatomat leszűkíttem öt dél-európai ország (Franciaország, Spanyolország, Portugália, Olaszország és Görögország) bemutatására, először a térségben a migráció jelenségének és tendenciáinak az elmúlt évtizedekre jellemző statisztikai elemzése, ezt követően pedig az uniós közös, illetve az öt ország bevándorlási politikáinak sarkalatos pontjainak kiértékelése révén. Végül az említett Közösségi és az öt ország bevándorlási politikáinak összehasonlító elemzésével világítok rá az egyes bevándorlási politikákkal kapcsolatban felmerülő lehetőségek, kihívások, problémák és buktatók köreire, illetve ezeknek az uniós politika formálásában játszott szerepére – legyenek azok a menekültüggyel, a társadalmi integrációval, a legális vagy az illegális migrációval, akár a hazautalásokkal kapcsolatosak.

Vizsgálatom középpontjában az ún. harmadik országokból, azaz az EU-n kívülről érkező migráció áll. A harmadik országok közül a vizsgált mediterrán térség esetében jellemzően az Európán kívüli mediterrán országokból érkezik a bevándorlók számottevő hányada, ezért ezekre nagy figyelmet fordítok, különös tekintettel az innen érkező illegális migrációra, amely napjaink fő problémái közé tartozik.

Dolgozatom során felvetett hipotéziseim egyes állításai bizonyításra, míg mások megcáfolásra kerülnek. A felsorolt öt ország együttes vizsgálatával kapcsolatban elmondható, hogy az őket jellemző migrációs tendenciák számos ponton eltérnek, ugyanakkor arra a következtetésre jutottam, hogy együttes vizsgálatuk megállja a helyét, hiszen Európán belül a nemzetközi migráció által mind nagymértékben érintett területek, sok tekintetben mutatnak hasonlóságokat földrajzi elhelyezkedésükből fakadóan is, s Franciaország kivételével mind újonnan váltak nettó befogadó országgá, amelynek következtében az elmúlt három-négy évtized során teljesen új globális migrációs kontextusban találták magukat.

TAKÁCS KLAUDIA

IV. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Konzulens: Papp Judit

főiskolai adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola

A FIATALOKAT CÉLZÓ DOHÁNYZÁS ELLENI REKLÁMOK HATÉKONYSÁGA

The efficiency of anti-smoking advertisements targeting young people

Bár a világ másik végén, mint például az Amerikai Egyesült Államokban 20–30 év alatt a felére csökkent a dohányosok száma, Magyarországon még mindig megdöbbentő számban szedi áldozatait a cigaretta. Ez azért is sajnálatos, mivel a dohányzás egy választott viselkedési forma, melyet különböző társas hatások és motivációk miatt kezdünk el és fejezünk be – jó esetben.

Dolgozatomban a 16–30 éves korosztály dohányzási szokásait mutatom be elsőként. Azért foglalkozom ezzel a korosztállyal, mert bár ők még nem érzik a saját bőrükön, hogy milyen kockázataik vannak rossz szokásuknak, s éppen ezért nem is motiváltak a leszokásban, a legnagyobb egészségnyereséget az ő leszoktatásukkal lehetne elérni.

Miután megfelelő alapokra helyeztem a dolgozat témájának létjogosultságát, érintem a dohányzás egészségpszichológiájának témakörét, hogy bemutassam a dohányzás mögöttes folyamatait is, melyek elengedhetetlenek egy dohányzás elleni társadalmi marketing kampány felépítéséhez.

Ezek után elemzem az elmúlt évek legismertebb dohányzás elleni kampányát marketingstratégiai és tartalmi szempontok szerint, s összevetem saját kutatásom eredményeivel.

Kutatásommal ugyanakkor azt is vizsgáltam, hogy a különböző dohányzási szokásokkal rendelkező emberekre milyen típusú témákkal, üzenetekkel és vizuális eszközökkel lehet hatni, hogy motiválttá tegyük őket a leszokásban.

Dolgozatomban szeretném bemutatni a korábbi kezdeményezések gyenge pontjait, illetve kutatásom eredményeivel alátámasztva azokat az eszközöket, melyekkel nagyobb hatékonyságot lehetne elérni.

TAKÁCS MÁTÉ

III. évfolyam

Műszaki menedzser (A)

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

SZALÓK GÁBOR

III. évfolyam

Műszaki menedzser (A)

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Konzulens: Handa Lászlóné
főiskolai docens, Óbudai Egyetem*

**KORSZERŰ VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉSI MÓDSZEREK A SZÉKESFEHÉRVÁRI
REGIONÁLIS VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉSI ALAPÍTVÁNY GYAKORLATÁBAN**

Modern enterprise development methods in the regional enterprise development foundation's
practise of Székesfehérvár

Az előadásban a mikrofinanszírozások általános jellemzése és a mikrohiteligénylés kerül bemutatásra.

Az RVA létrejötte és fő tevékenysége. A vállalkozás fejlesztés lehetősége kis- és mikrovállalkozások számára. A mikrofinanszírozás definíciója, kialakulása és az Európai Unió szerepvállalása. Az mikrohitel sikere. Az RVA széles körben ismert tevékenysége és nemzetközi elismertsége.

Az RVA-n keresztül igénybe vehető szolgáltatások bemutatása. Egy komplett online rendszeren keresztüli hiteligénylés bemutatása.

Interjú egy mikrohitelt felvett vállalkozóval és véleménye a mikrohitelről és annak szerepéről a mikro vállalatok életében.

Az oktatásba bevezetésre kerülő elsőként alkalmazott, gyakorlatot szimuláló mikrofinanszírozási rendszer ismertetése.

TÁLLAI ADÉL

III. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kovács Levente
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

**A TŐZSDEI KERESKEDESBEN FELLEHLHETŐ PÉNZÜGYI VISELKEDESTAN, AVAGY
AZ IRRACIONALITÁS PARANCSOL, A PIACI SZEREPLŐK ENGEDELMESKEDNEK?**

The frequency of occurrence of behavioral finance in business exchange, or surd reaction command :
Stakeholders become theirs own behavioral „mentality’ s slave”?

TDK-dolgozatomban a pénzügyi viselkedéstan elméleti és gyakorlati hátterét vizsgálom meg kidolgozott esettanulmányok segítségével. A klasszikus elméletek, mint pl. a Hatékony Piacok Elméletének (Efficient Market Hipotesis) véges határait igyekszem feszegetni a viselkedéstan újszerű kutatásaival és gyakorlatorientáltabb vonulatával.

A dolgozat első felében elméleti betekintést nyerhetünk a pénzügyi viselkedéstan főbb kutatási és eredményes kísérleti területeibe, amelynél minden elméleti feltevéshez tartozik egy vagy több röviden bemutatott gyakorlati példa vagy teszt. Ezeket a kutatók 1-2 évtizeddel ezelőtt végezték el, melyért némely képviselőjüket az USA-ban Nobel-díjjal is jutalmazták. Az egyes elméleti részek (ezen belül is kiemelkedő helyen említhetjük a kilátáselméletet-prospect theoryt és heurisztikákat) a későbbi két esettanulmányhoz szorosan kapcsolódó alapként fognak szolgálni. Lényeges, hogy a behavioral finance (pénzügyi viselkedéstan) a közgazdasági téziseket merőben felforgató tudományág, mely az elméleti részben fellelhető egyes hagyományos képleteket, pl. CAPM vagy grafikonokat erőteljes cáfolatokkal illeti, újraserkesztések és újraértelmezések tárháza érhető el.

Az esettanulmányok bemutatása dolgozatom második részének egészét képezik. Két esettanulmány empirikus vizsgálatára kerül sor: az első inkább a tömegek pszichológiájára fekteti a hangsúlyt, míg a második az egyén szubjektív döntéseit és kockázati, befektetési hajlandóságát értékeli megfelelő kritériumok, vagy választási lehetőségek segítségével. Mindkét esettanulmány a Kósa-Szijjártó bejelentés esetét őanyagokból dolgozza föl, amelynek elemzésére pénzügyi viselkedéstani szempontból és más pénzügyi kontextusból tudomásom szerint nem nagyon került még sor. Empirikus kutatásaim fő célkitűzése, hogy a pszichológiát és pénzügyet súroló ezen tudományág hatásait erőteljesen teszteljem a vizsgált időintervallumon belül és a vett mintán keresztül. Létjogosultsága kísérleteimben beigazolódni látszik, ugyanis összességében az elméletben fellelhető feltevések és a gyakorlati példákkal kipróbált kimeneteleik között pozitív kapcsolatot vélek felfedezni.

A dolgozatom egészében a pénzügyi viselkedéstan asztalánál és elemeinek bizonyításánál foglalkok majd helyet. Végző soron nem a hagyományos matematikai feltevések elvetését hangsúlyozom a témában, hanem többek között fel szeretném hívni a kíváncsi figyelmet, hogy a jövőben nagy valószínűséggel a pénzügyi viselkedéstan eredményeinek és gondolatmenetének ismeretére is szükség lesz, a nyereséges befektetések vonatkozásában. A hír, a véletlenszerű információ, a tömegek együtt gondolkodása, az anomáliák mind mind sarkalatos tényezői a pénzügyi viselkedéstannak, de nem mindennapos tényezői a tőkepiaci kereskedésnek.

Végezetül nem árt megjegyeznünk: Az irracionális befektetési magatartásban is rejlik valami logika, legyen akármilyen kacifántos is döntések iránya és kimenetele.

TAMÁSI RÉKA

I. évfolyam

Marketing (M)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Külkereskedelmi Kar

*Konzulens: Dr. Fodor Mónika
adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola*

A MAGYAR DIVATTERVEZŐK, DESIGNEREK, IPARMŰVÉSZEK ÉS DIVATCÉGEK MARKETINGAKTIVITÁSA

The marketing activities of Hungarian fashion designers, handicraft artists and fashion companies

A ruházati termékek és az öltözködés iránti érdeklődés már régóta részét képezi az életemnek, így dolgozatom témájaként a divat, a marketing és a fogyasztói magatartás kapcsolatát, és egymásra hatását választottam. Érdeklődésem középpontjában azonban nem a nagy, nemzetközi divatcégek és kreatórok, és az általuk megszabott trendek állnak, hanem a divat és a ruházati termékek művészi szemszögből való megközelítése.

Tanulmányomban arra a feltörekvő divattervező, iparművész és designer generációra szeretnék elsősorban fókuszálni, mely a manapság egyre népszerűbb, design jegyében megrendezett vásárok, kiállítások és egyéb események elsősorú résztvevője, és amely a hazai öltözködéskultúrát igyekszik formálni, a „mainstream”-től elmozdítani, sokszor művészi megvilágításba helyezni.

A divat és ruházati piac nemzetközi és magyar helyzetének mélyebb megismerése érdekében szekunder kutatásba kezdtem. A szerzett ismeretek alapján tanulmányomat úgy építettem fel, hogy a divat hazai történelmének, jelenlegi helyzetének, a divat és ruházati termékek fogyasztásának alakulása és a jellemző fogyasztói magatartás bemutatása után rátérek a magyar divatcégek, tervezők, iparművészek, designerek és márkák jellemzésére, közülük kiemelve három, a piacon elismert vállalkozást – Látomás, Laoni, Artista – melyek tevékenységét és aktivitását a marketing-mix négy eleme mentén részletesen elemeztem.

Annak érdekében, hogy a hazai divatélet szereplői számára fontos célcsoportot jelentő 20 és 30 év közötti nők és férfiak divattal, öltözködéssel kapcsolatos álláspontját jobban megismerhessem, szekunder adatgyűjtésemet primer kutatással egészítettem ki. Fókuszcsoporthoz interjúk segítségével igyekeztem feltárni a célcsoport divathoz és öltözködéshez fűződő attitűdjeit, a ruházati termékek vásárlási szokásait, márkapreferenciáit, valamint a hazai divatéletről való ismereteit, illetve az erről alkotott véleményét.

A szekunder és primer adatok egyaránt arra mutattak rá, hogy bár a hazai divat és öltözködéskultúra elmarad az erős divatiparral rendelkező országokétól, a kínálat és kereslet oldaláról is erősödés jellemzi. A kutatások révén szerzett hasznos információk és ismeretek lényeges tanulságokra világítottak rá a hazai divatélet szereplőinek- ezen belül pedig a feltörekvő generáció- piaci helyzetére, sikerességeire illetve sikertelenségeire vonatkozóan, a hiányosságok orvoslására javaslatokat is tettem.

TANAI BALÁZS

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási (O)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

VÉGH ÁDÁM

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási (O)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Szakály Tamás
tanársegéd, Nyugat-magyarországi Egyetem*

**ARCULATVÁLTOZTATÁSOK HATÁSAI A KERESKEDELMI CSATORNÁK
TEKINTETÉBEN**

The effects of the changes of corporate identity at commercial channels

A magyarországi kereskedelmi televíziók esetében megfigyelhető, hogy időnként újítanak a megjelenésükön, arculatot váltanak. Ezeket a változásokat azért teszik meg, hogy mindig naprakész és friss külalakkal jelenjenek meg, és hogy ezzel még több televízió nézőt ültessenek a saját műsoraik elé. A több néző nagyobb nézettségi adatokat produkál, ezzel pedig nagyobb reklámbevételeket szerezhet meg az adott kereskedelmi csatorna, ami pedig a legfőbb bevételi forrásukat jelenti. Dolgozatunk célja, hogy ezeket a változtatásokat megvizsgálja, kielemezze a változtatások következtében bekövetkezett hatásokat, majd ezeket tényezőkre bontva megvizsgálja, mely változtatások életképesek, és melyek azok, amelyek negatív hatással vannak a nézettségi adatokra. A cél, hogy e tényezőket azonosítsuk, és kiszűrésükkel olyan javaslatokat tegyünk a kereskedelmi csatornáknak, amelyek segítségével pozitív növekedést érhetnek el a nézettségi adatok terén egy arculatváltoztatás alkalmával.

A dolgozat alapvetően három nagy részből épül fel. Először egy általános elméleti háttér segítségével a témához kapcsolódó alapfogalmak bemutatása a cél. A második rész szekunder kutatás, melyben szakirodalmakban és az interneten felkutatott adatokat vesszük alapul, és ezeket vizsgálva próbálunk közelebb jutni a célhoz. Az utolsó rész primer kutatás. Ebben a részben az eddig meg tudott információk alapján saját kutatást vezetünk, amelyből aztán le tudjuk vonni a konzekvenciát.

A szekunder kutatás, valamint a fókuszcsoporthoz tartozó felmérés eredményeiből hipotéziseket állítottunk fel, és ezek alapján állítottuk össze a kérdőívet. A kérdőívet az SPSS nevű statisztikai program próbaverziójával elemeztük és ebből tettük meg a végső megállapításokat. Eszerint a változtatások enyhén pozitív hatással vannak a nézettségre. Ha a változtatás azonban rendszertelen ütemű, abban az esetben a hatás negatív lehet. Megállapítottuk továbbá, hogy a radikális változtatást kevésbé szeretik a nézők, valamint hogy fontosabbnak tartják a műsorvezetők személyét a műsorok szerepénél, a műsorokat viszont az egyéb auditív és vizuális elemek elé helyezik.

TÁTORJÁN ILONA

Végzés éve: 2010

Pénzügy és számvitel (A)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulensek: Dékán Tamás
ügyvivő szakértő, Debreceni Egyetem*

*Dr. Tarnóczy Tibor
egyetemi docens, Debreceni Egyetem*

KÖLTSÉGGAZDÁLKODÁSI RENDSZEREK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE

Comparative analysis of cost management systems

A mai gazdasági helyzetben a versenyképesség fenntartásához elengedhetetlen, hogy a menedzsment számára az információ megfelelő módon rendelkezésre álljon. A megfelelően kialakított költségszámítási rendszer teszi lehetővé a helyes üzleti döntéseket. Ezért a vezetésnek napi szinten kell figyelmet szentelnie a termelési költségek vizsgálatára, mivel a megfelelő időben történő beavatkozás biztosíthatja a magasabb profitszint elérését. Önmagukban a pénzügyi számviteli alrendszer által biztosított adatok nem rendelkeznek a vezetés számára szükséges információ tartalommal. A pénzügyi számviteli rendszer által nyújtott tömeges információ csak megfelelő feldolgozás után válik olyan információvá, amit a vezetés már jól fel tud használni a döntéshozatalában. A vezetői információk előállításában nyújthat támogatást a vezetői számvitel és az így kapott információkra alapozva nyújthat támogatást a vállalati controllingrendszer. A controlling feladata, hogy a kapott információt úgy rendszerezze, hogy annak felhasználásával a vezető időben és kellő hatékonysággal tudjon döntést hozni. Dolgozatomban két termelő tevékenységet folytató vállalat példáján keresztül mutatom be a költségcontrolling fontosságát. Az egyik vizsgált cég egyedi termeléssel foglalkozik, míg a másik sorozatgyártást végez, ezen kívül a vállalati méret is jelentősen különbözik. Vizsgálatom módszerét az összehasonlítást választottam, mivel a fő cél mindkét vállalatnál azonos, nagyobb jövedelmezőséget és hatékonyságot elérni a költségek racionális felhasználásával. A költséggazdálkodás nem csak költségsökkentést jelent, hanem a költségek folyamatos figyelemmel kísérését, ami segít abban, hogy a felesleges költségeket elkerülhessük. A költségcontrolling egy összetett rendszer, ami a pénzügyi és a vezetői számvitelre építve képes globálisan kezelni a vállalati folyamatokat. Dolgozatomban e folyamatokon keresztül hasonlítom össze a vállalatokat. Mindkét vállalatnál elemzem a költségek tervezését, ami bázisul szolgál a pénzügyi év során, az önköltségszámítás alkalmazott módszereit, ami tájékoztatást ad a termék előállításához szükséges erőforrások mértékéről, valamint a költségek racionális megtakarításának egyéb lehetőségeit.

Az elvégzett elemzések alapján megállapítható, hogy a vállalatok különbözősége ellenére megállapítható, hogy mindkét cégnél központi szerepet játszik a költséggazdálkodás, ugyanakkor az is kiderül, hogy annak hatékonyságát tekintve jelentős különbségek találhatók közöttük.

TENCZ ZSÓFIA

I. évfolyam
Marketing (M)

Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Törőcsik Mária
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

BEISKOLÁZÁSI MARKETING AZ INTERNET VILÁGÁBAN

Schooling marketing in the internet world

A felsőoktatási marketing olyan témakör, mely minden időben fontos marad, hiszen mindig lesznek fiatalok, akik tovább szeretnének tanulni. Ezen felvételizők megnyeréséért folytatott harc pedig csak a beiskolázási marketing alkalmazásával lehet sikeres. Így a dolgozat a beiskolázási marketing témakörének egy szeletét dolgozza fel.

A dolgozatban a felsőoktatás fogalomkörének meghatározása után a felállított hipotéziseket ismertetem. A következő fejezetben a beiskolázási döntések befolyásolására alkalmazott marketingeszközöket mutatom be, majd áttérek az intézmények internetes kommunikációjára. A dolgozatban olyan felsőoktatási intézmények honlapjait elemzem különböző szempontok szerint, amelyeken gazdaságtudományi képzés is folyik.

A marketingkommunikáció hatékonyságán múlik a beiskolázási kampány sikere, így az a legfontosabb, hogy a megfelelő eszközökkel kommunikáljanak az intézmények. A mai világban a felsőoktatási piacon is egyre élesebb a verseny, egyre jobban ki kell tűnni a tömegből, ez pedig csak integrált marketingkommunikációs eszközök alkalmazásával valósítható meg. Úgy kell kommunikálni a célcsoport felé, hogy felfigyeljenek az intézményre. A kommunikáció szempontjából egyik legfontosabb elem, az adott intézmény honlapja. A digitális technológiák és az internet korában, amikor a fiatalok napi több órát töltenek a számítógépük előtt ülve, egyértelmű, hogy felkeresik az intézmények internetes portáljait a felvételizés előtti időkben. Így fokozott hangsúlyt kell fektetni a honlapok fejlesztésére, hogy az minden szempontból megnyerő legyen a felvételizők számára. Kutatásom arra keresi a választ, hogy melyek azok az elemek, melyeket a felsőoktatási intézményeknek fejleszteniük kell a jobb megítélés elérése érdekében. Melyek azok az elemek, melyeket javítva hatékonyabbá válik a kommunikációjuk.

TIMÁRI BETTINA ILONA

II. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola

Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

*Konzulens: Grotte Judit
főiskolai adjunktus, Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola*

**LEBONTHATJUK-E A „FALAT” A FIATALOK ÉS A MÚZEUMOK KÖZÖTT?
– KUTATÁS A SZÉPMŰVÉSZETI MÚZEUM FALAI KÖZÖTT –**

Can we destroy the wall between the young generation and the museums?

– Research between wall of the Museum of Fine arts –

Munkámat a kulturális turizmus művészeti kínálatáról írom, melyben a Szépművészeti Múzeum programjait veszem alapul.

Célom a dolgozat megírásával az, hogy felkeltsem a korosztályom érdeklődését a kulturális turizmus iránt a Szépművészeti Múzeum tárlatain és előadásain keresztül.

Dolgozatomban – kiemelten – a turizmus és művészetek fontosságáról írok. Vajon a turizmus visz közelebb a művészeti alkotásokhoz, vagy a művészeti remekek vonzzák a turistákat az adott célterületre? Miért határolja el magát a mai fiatalság a művészetek sokszínűségétől és választja inkább a mozik, vízpartok nyújtotta kényelmet és egyhangú kikapcsolódást? Akik viszont érdeklődnek a művészetek iránt, felkeresik-e kirándulásuk alkalmával a múzeumokat és a meghirdetett előadásokat.

Kérdőívem, interjúim és személyes élményeim alapján keresem a feltett kérdéseimre a választ.

TIMKÓ ZSUZSANNA

II. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Lőre Vendel
egyetemi tanársegéd, Széchenyi István Egyetem*

*Mondok Anita
főiskolai tanársegéd, Szolnoki Főiskola*

**ELMÉLET A GYAKORLATBAN, AVAGY HUMÁNERŐFORRÁS-MENEDZSMENT A
KÖZEPES ÉS NAGYMÉRETŰ ÖTCSILLAGOS SZÁLLODÁKBAN**

Theory put into practice, human resource management in large and medium-sized five star hotels

Az utóbbi években számos dolgozat, diplomamunka született humánerőforrás témakörben, a kutatások jelentős része azonban az ipari tevékenységgel foglalkozó vállalatokat érintette. A szálláshelyek HR tevékenységével méltatlanul keveset foglalkoztak a főiskolai és egyetemi hallgatók. Ezért arra a feladatra vállalkoztam, hogy dolgozatomban bemutatom a hotelek emberi erőforrás részlegnek működését. Felmérésemben az ötcillagos egységeket, ezen belül is a közepes és nagyméretű szállodákat vontam be.

Dolgozatom szerkezetét tekintve négy részre tagolható. Az első egység a hotelek felépítéséről és a munkavállalói kollektíva jellemzőiről, sajátosságairól szól. A második fejezetben a humánerőforrás-menedzsment részterületeit ismertetem. Az általános kitekintő után megvizsgálom, hogy a szakkönyvekben leírt elmélet milyen formában valósul meg a gyakorlatban. A negyedik fejezetben a szakmai gyakorlatokkal kapcsolatos hallgatói visszajelzésekkel és elvárásokkal foglalkozom.

Munkám első hipotézise volt, hogy azok a magyarországi ötcillagos szállodák, amelyek több mint 150 szobával rendelkeznek, saját, a személyzeti menedzsmenten túlmutató emberi erőforrás rendszert működtetnek. Primer kutatások (személyes interjú, kérdőív) lebonyolítása után arra a következtetésre jutottam, hogy két hotel a személyzeti és a humánerőforrás-menedzsment határán helyezkedik el. Négy szálloda esetében előzetes feltételezésem viszont helytállóan bizonyult, hiszen ezek az egységek még a vártnál is magasabb szintű HRM rendszert működtetnek.

A szállodai szakmai gyakorlatokkal kapcsolatban előzetes feltételezésem a következő volt: a hotelek jelentős része nem helyez elég hangsúlyt a főiskolai/egyetemi hallgatók informálására és szervezetbe történő integrálására. A kutatásom során kiderült, hogy a szálláshelyek jelentős részében sokszor valóban nem adják át a szükséges információkat a gyakornokoknak (például elmarad a munka- és balesetvédelmi oktatás).

Dolgozatom készítése során megállapítottam, hogy a humánerőforrás-tevékenység folyamatos fejlesztése valamennyi szálloda életében elengedhetetlen. Amennyiben a munkavállalók elégedetlenek és motiválatlanok, akkor sokkal alacsonyabb teljesítményt érnek el, mint amire képesek lennének. Ezt a vendégek is megérezhetik és elfordulhatnak az adott hoteltől.

TÓBI ISTVÁN

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Pauker Csaba
egyetemi adjunktus, Pécsi Tudományegyetem*

A VÁLLALKOZÓI SIKER ÉS A KULTURÁLIS TŐKE

Entrepreneurial success and cultural capital

A dolgozat Pierre Bourdieu tőkeelméletének összefüggését vizsgálja a vállalkozói sikerességgel, jelen esetben a kulturális tőke fontosságát. A sikeresség alapja a dolgozat szerint, hogy a három leírt tőketípusból (gazdasági, társadalmi, kulturális) legalább kettővel rendelkezzen a vállalkozó. Bizonyításra kerül az, hogy a vállalkozó szemszögéből kulturális tőke a legfontosabb az összes tőketípus között, azonban egy bizonyos szint után a társadalmi tőke hiányában nem képes a vállalkozása tovább fejlődni.

A dolgozat négy részből áll össze: az első két fejezetben a bevezetést, a hipotéziseket és a fő kérdések megfogalmazását olvashatjuk. Ezt követi az elméleti háttér bemutatása két nagy fejezetben (a Vállalkozó és a Kulturális tőke). A dolgozat lényegi következtetéseit a következő fejezetben olvashatjuk: itt dokumentumelemzés módszerével következtetünk a kulturális tőke szerepére három nagyvállalkozó életútjából, tovább elemezzük a 100 leggazdagabb magyar listáját. A dolgozatot hipotézisellenőrzés, fő kérdések megválaszolása és a konklúzió zárja.

TÓBI ISTVÁN

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Törőcsik Mária
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

MIÉRT NÉZÜNK TV-SOROZATOKAT?

Why do we watch TV series?

A dolgozat arra keres választ, hogy a hétköznapi embert miért tudja lekötni egy TV-sorozat, és ennek a tudásnak a megszerzésével, hogyan lehet sikeres sorozatot építeni. A marketing mellett a témát kutató szakember olykor átkalandozik a pszichológia, szociálpszichológia és szociológia területére is az okok feltárásakor. Viszont ennek köszönhetően több aspektusból vizsgálja a feltett kérdéseket, így a fogyasztók jobb megértését érhetjük el.

A dolgozat kilenc fejezetre tagolt, az első kettő a bevezetést és hipotézis-feltevést, míg az utolsó kettő a felvetett hipotézisek ellenőrzését és a konklúziókat írja le. A köztes fejezetekben kapunk rálátást a dolgozat értelmezéséhez szükséges elméleti keretekre. Így a harmadik fejezetben a szabadidő definíciójáról, jellegéről és a szabadidővel kapcsolatos kutatásokról olvashatunk. A következő részben ez leszűkül a TV nézési szokásokra, itt arról olvashatunk információkat, hogy ki, miért és mikor nézi a televíziót. Az ötödik fejezet pedig koncentrálna a sorozatokra, valamint arra, hogyan tipizáljuk őket, mi a siker kulcsa esetükben. A hatodik fejezetben olvashatunk a sorozatok és napjaink társadalmának viszonyáról.

A hetedik fejezet mutatja be a saját kutatás eredményeit, mely egy kérdőíves megkérdezésből, tíz mélyinterjúból és irodalomkutatásból áll. Ebben már konkrét következtetéseket olvashatunk a sorozatnéző magatartásáról, a legtöbb hipotézis értékeléséhez ebben a fejezetben találtunk megfelelő információt.

A sorozatok világában hatalmas üzleti lehetőségek vannak, a branding, a sorozatmárkázás, a merchandising kifejezések egyre inkább feltöltődnek jelentéssel.

TOKÁR DÁNIEL

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Piskóti István
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

MICROTARGETING: EGY ÚJ ESZKÖZ VAGY MAGA A KINCSES-SZIGET TÉRKÉPE?

Microtargeting: A new tool or the map of the Treasure Island?

Ahogy a kommunikációs világ továbbra is töredezik, ahogyan az emberek élete, érdeklődése egyre összpontosítottabbá és specializáltabbá válik, megteremti a folyamatos fejlődés kulcsát az adatbányászat számára. Az adatbázis-nyilvántartás nemcsak az adatok gyors visszakereshetőségét, áttekinthetőségét szolgálja, és ezáltal a működést teszi gördülékenyebbé, szinte egyáltalán lehetővé, hanem az adatainkat összesíti, tendenciákat, a döntések szükségességéhez hozzátartozó információkat nyújt.

A címválasztásnál abból a hipotézisből indulok ki, miszerint a politikai reklámpiac mindent megtesz, hogy fogást találjon a választókon: kifinomult módszerekkel lövi be a célcsoportokat, amihez a legmodernebb szoftvereket és kommunikációs eszközöket veti be a hatékonyság érdekében. A modern marketing gépezet hatékonysága az Obama kampányban látványosan megmutatkozott. A két éve lefutott amerikai elnökválasztás marketing technikáit figyelve úgy gondolom, hogy az elkövetkező évek egyik meghatározó „boszorkányfőzete” lesz a microtargeting eljárás. Ez módszer a mikroszintű célcsoport-meghatározáson alapszik. Kérdésként merül fel, vajon Magyarországon egy ilyenfajta elem mennyire lesz képes megfoganni a pártok kampányaiban? Képes-e egyáltalán? Lehetséges-e a hatályos magyar jog rendelkezéseivel összhangban ilyen, legalábbis ehhez hasonló tevékenységet folytatni?

Tanulmányom célja, többek között, a microtargeting adatbányászati technika bemutatása, illetve másik célom az, hogy rávilágítsak a magyar politikai piac tudásfeltárásának lehetőségeire, a személyre szabott kommunikáció centrumba helyezése mellett. Kutatásomhoz időszerűségével relevánsan hozzá kapcsolódik. Kubatov Gábor titkos hangfelvételével kezdődő híráradatok összessége, melyek a 2010-es magyar parlamenti választások előtt kerültek nyilvánosság elé. Úgy gondolom a hírforrások aktualizáltságukkal megteremtik az alkalmat és lehetővé teszik az online adatbázisok használatáról folyó diskurzust.

A politikai küzdelmek Európában is ádázak. Tehát csak idő kérdése, hogy az Egyesült Államokból útjára indult számos más marketingötlethez hasonlóan a microtargeting- alapú kampánystratégiák is betörjenek a kontinensre.

TÓTH AIDA

I. évfolyam

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (M)

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. E.-Maria Beyer
egyetemi docens, Pannon Egyetem*

*Bakosné Horváth Terézia
könyvelő, könyvvizsgáló, Bak-Ter Kft.*

ADÓTANÁCSADÁS MAGYARORSZÁGON ÉS NÉMETORSZÁGBAN

Tax advisory in Hungary and in Germany

A dolgozat célja, hogy áttekintést adjon az adótanácsadói szakmák szabályozásáról Németországban és Magyarországon, s ezeket a rendszereket összehasonlítsa, hogy az elemzés véghezvitele után új ismereteket nyerjen és alapot teremtsen további kutatásokhoz.

E munka az adótanácsadói szakmák feladatait vizsgálja ismertető elemeire lebontva, egymással összehasonlítva és kielemezve.

A dolgozat fő tárgya az adótanácsadói tevékenység Németországban és Magyarországon. Az adószakügyintézők, könyvelők és könyvvizsgálók tevékenysége, ill. szabályozása nem tartozik a dolgozat tárgyköréhez.

Jelenleg nem létezik a témához kapcsolódó összehasonlító elemzés. Ezzel a munkával ez a hiányosság megszűnik.

A következő lépésekben történt az elemzés:

1. Lépés: A magyarországi adótanácsadó szakma bemutatása.

2. Lépés: A németországi adótanácsadó szakma bemutatása.

3. Lépés: A két ország helyzetének összehasonlítása. A dolgozat egységes kritériumok felállítása alapján vizsgálja a két rendszert, ezzel is az összehasonlíthatóságot szolgálva.

4. Lépés: Az elemzés és kiértékelés.

Az első két pont alapján készített tanulmányok a hely szűkössége miatt nem szerepelnek a dolgozatban, csak arra való utalás formájában.

Németországban tradíciója van az adótanácsadó szakmának és egyben szigorúan szabályozott szakmáról van szó, ellentétben Magyarországgal, ahol ez a szakma még gyermekcipőben jár. Ennek ellenére felfedezhetők azonosságok a szabályozásban, mint a kötelező továbbképzés, a szakmabeliek nyilvántartása és az etikai előírások.

TÓTH ANNAMÁRIA

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Bakucz Márta
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

SZÉKESFEHÉRVÁR TURISZTIKAI VONZEREJÉNEK VIZSGÁLATA

Analysis of the tourist attractions in Székesfehérvár

Dolgozatomban a városi turizmus településfejlesztési hatásaival foglalkozom. A turizmus ugyanis nem önmagért való. Hatással van az adott desztináció gazdaságára, társadalmára. Egy jól kialakított turizmus koncepció igen előreviheti a várost. Kölcsönösség áll fenn turizmus és városfejlesztés között. Ahhoz, hogy sikeres legyen egy város a turizmus szempontjából, nem elég, a jó földrajzi elhelyezkedés, a természeti, kulturális értékek. Ezeket a vonzerőt jelentő tényezőket ki is kell tudni használni. Fontos a megfelelő szolgáltatások, infrastruktúra biztosítása is, amelyek fejlesztésének pozitív következményei a helyi lakosok szintjén is érzékelhető.

Vizsgálatom során olyan kérdésekkel foglalkoztam, mint az, hogy egy olyan remek helyen lévő város, mint Székesfehérvár, miért nem sikeres a turizmus területén? Milyen szerepet szánunk egyáltalán a városban a turizmusfejlesztésnek? Hipotézisem az, hogy Székesfehérváron elsősorban nem turisztikai fejlesztéseken keresztül kívánják elérni a gazdaság ősztönzését, a gazdaság és az életminőség fejlesztésénél nem koncentrálnak a turizmusban rejlő lehetőségekre a stratégiák, koncepciók kidolgozói. Feltételezem, hogy a turizmus nem kap elég szerepet Székesfehérváron, ezáltal nincsenek kiaknázva a lehetőségek. Dolgozatom elkészítése során a szekunder adatok elemzésén kívül primer kutatást is végeztem. Kétféle módon: az egyik egy kérdőíves felmérés volt kihelyezéssel és online módon, ugyanis fontosnak tartottam, hogy megismerjem a városba érkező turisták véleményét. A primer kutatás másik részét egy mélyinterjú képezte, amelyet F. Szegő Krisztinával készítettem, aki a kialakulóban lévő Turisztikai Desztináció Menedzsment (TDM) szervezetének koordinátora. Az interjú során részletesen megismerhettem a jelenlegi helyzetet és a jövőbeli terveket, a városmarketinggel kapcsolatos teendőket. Ugyanis annak a desztinációnak, amely sikeres kíván lenni a turizmus területén, több dimenzió mentén is helyt kell állnia: ki kell elégíteni mind a helyiek, mind a turisták, a helyi vállalatok igényeit. A vonzerő leltár elkészítése, a keresletelemzése és az egyes fejlesztési koncepciók megismerése után megalapozott véleményem alakult ki Székesfehérvár turizmusáról, a turizmus városban betöltött szerepéről. Értékelendő, hogy előrelépések történtek a turizmus fejlesztésével kapcsolatban. Székesfehérvár esetében azonban szerencsésebb, ha nem specializálódik túlságosan a turizmusra, hanem az inkább a gazdaságősztönzés egy eszköze marad.

TÓTH-DUGÁR ÁDÁM

II. évfolyam

Alkalmazott közgazdaságtan (A)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Konzulens: Dr. Petruska Ildikó

egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

ELKÖTELEZETT HARC A SZÉPÜLÉSÉRT

Taking your beauty seriously

Napjainkban még mindig a fiatalság, a szépség és a test kultusza uralkodik. A plakátokról és a címlapokról makulátlan bőrű nők és férfiak mosolyognak ránk, akiken egyetlen bőrhiba vagy ránc sem fedezhető fel, csak üde hamvaság.

Napjaink fogyasztói magatartás trendjeinek egyik meghatározó iránya a test megjelenésének felértékelődése, ami a férfi fogyasztók magatartásában is egyre markánsabb szerepet kap. Talán részben ezért a harmincon túli nők és most már a férfiak is küzdelmet folytatnak, hogy fiatalságukat megőrizték és ne „aggastyánként” tekintsen rájuk a társadalom. Az első ráncaink megjelenése után legtöbbszörünk kozmetikumokra, új csodaszerekre vagy éppen sebészeti beavatkozásokra áldoz és nem vagyunk hajlandóak tudomásul venni, hogy az öregedésnél semmi sem természetesebb (Törőcsik M. [2006]). Nem csoda, hogy a szépségipar egy dinamikus fejlődő üzletág, ahol az egymással versengő cégek megtesznek mindent, hogy ők adják a kezünkbe azokat a „fegyvereket”, amelyekkel a kívánt szépségért és fiatalságért harcolhatunk.

Marketing gyakornokként lehetőségem nyílt a „Szépség Birodalmában” szakmai munkát végezni. Közel egy éves szakmai gyakorlatom során betekintést nyerhettem a L'Oréal vállalatának működésébe és ennek köszönhetően gyakorlati tapasztalatokat szerethettem legismertebb patikai márkájuk, a Vichy menedzseléséről.

Dolgozatom első részében szekunder – irodalmi és vállalati – források alapján feltérképezem a kozmetikai termékek hazai marketingkörnyezetét, valamint a cég belső környezetét, felhasználva a képzés során megismert modelleket, módszereket. Ezt követően a cég marketingstratégiáit vizsgálom, külön tárgyalva az alap- és mix-stratégiákat.

A mix-stratégiák közül kiemelten foglalkozom a márkázási döntésekkel. Bemutatom a Vichy márkára vonatkozó célokat és stratégiákat, majd márkamodellek felhasználásával elemzem a márkaérték összetevőit.

A dolgozatomban rámutatok a célcsoport- és a pozicionálási stratégia terén kívánatosnak tűnő változtatásokra, amelyhez primer kutatási eredményeimet vettem alapul. Kvalitatív kutatás keretében mélyinterjúkat végeztem a Vichy-t legjobban ismerő magyar és külföldi, valamint a konkurens márkákat menedzselő és irányító szakemberekkel.

A márkára vonatkozó saját javaslataimat fókusz csoportos és kérdőíves kutatási eredményeimmel támasztom alá, remélve, hogy mindezeket figyelembe véve hozzájárulhatok a Vichy piacvezető pozíciójának megőrzéséhez a dermokozmetikumok piacán.

Vegye komolyan a bőrét és látogasson el velem a szépség birodalmába!

TÓTH EMESE

IV. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Lipták Katalin
PhD hallgató, Miskolci Egyetem*

AZ EURÓPAI FOGLALKOZTATÁSPOLITIKA ELMÉLETI ÉS GYAKORLATI VIZSGÁLATA

The theoretical and practical analysis of the European Employment Policy

A foglalkoztatáspolitikát a XXI. század kiemelt fontosságú területe, a foglalkoztatás bővítése és a munkanélküliség visszaszorítása napjaink egyik legfontosabb kihívásának tekinthető. Foglalkoztatáspolitikának nevezzük a munkaerőpiac külső szabályozó rendszerét, amelynek célja a harmonikus működés megteremtése. Feladata elsősorban a munkahelyteremtő eszközök kialakítása, a munkaerőpiacról kirekesztettek számára a reintegráció feltételeinek megteremtése, a foglalkoztatás-bővítés érdekében a szociális gazdaság kialakítása.

Kutatási célként azt tűztem ki dolgozatom írása kezdetén, hogy egy átfogó képet kapjak – a jelenlegi pénzügyi válság összefüggésében – az európai foglalkoztatásról, a lisszaboni célok teljesítésére irányuló politikák hatékonyságáról, ezeknek a gyakorlatba való átültetéséről, illetve arról, hogy az eddigi tapasztalatok alapján milyen változás (pozitív esetben fejlődés) érhető el hosszútávon.

Dolgozatom első részében arra kerestem a választ, hogy a releváns nemzetközi szervezetek – EU, OECD, ILO – milyen eredményeket értek el eddig a foglalkoztatás területén. Vizsgálatom során összehasonlítottam az egyes szervezetek foglalkoztatási stratégiáit. Fő kérdésem az volt, hogy miért van szüksége ezen szervezeteknek önálló foglalkoztatási stratégiára, amelyek között tartalmi kérdésekben és szervezési módszerekben jelentős hasonlóság mutatkozik.

Dolgozatom másik nagyobb fejezetében gyakorlati elemzésen keresztül mutattam be az Európai Foglalkoztatási Stratégiát. A kelet-közép európai térség országai közül Magyarország és Lengyelország helyzetét vizsgáltam. A stratégia pillérének tekinthető az Európai Unió nyitott koordinációs rendszere, amely segítségével a tagállamok egy leegyszerűsített módszert kapnak akcióterveik elkészítéséhez, valamint az EU-n belül koordinálásra kerülnek a foglalkoztatáspolitikával kapcsolatos cselekvések. Gyakorlati elemzésem alapjául kettő NUTS II.-es régió szolgál – Észak-Magyarország és Swietokrzyskie –, amelyek ún. „lagging behind” régiótípusba sorolhatók, hagyományosan nehézipari területek, ahol a rendszerváltás után a struktúraváltás nem valósult meg, így ezáltal leszakadó versenyhelyzetbe kerültek. Vizsgálatom eredményeként megállapítottam, hogy az elemzett régiók esetében az azonos strukturális adottságok nem feltétlenül eredményeznek azonos fejlődési pályákat, a gazdaságpolitikai intézkedések, valamint a demográfiai és migrációs folyamatok nagymértékben befolyásolják ezen pályák alakulását.

TÓTH ESZTER LILLA

Végzés éve: 2010

Turizmus-vendéglátás (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Zsóka Ágnes
egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem*

2 x 2 = NÉHA TÖBB – AVAGY TERMÉKPOZICIONÁLÁS KÖRNYEZETTUDATOS FOGYASZTÓI MAGATARTÁS ALAPJÁN

2 x 2 = Sometimes more – Product positioning according to the environmentally conscious
consumer behavior

Dolgozatom az ökomarketingre, a fogyasztói magatartáson alapuló termék pozicionálására fókuszál. Világunkban kiemelt szerepe van a vállalatok szerepvállalásának, a fogyasztók többet, mást akarnak. Már nem elég, ha egy termék jó minőségű. Korunk üzleti sikereit alapvetően meghatározza a vállalatok felelősségvállalása. Miért teszik ezt? Miért nem elég megfelelő árú, mennyiségű és minőségű terméket és szolgáltatást kínálniuk? A válasz egyszerű: mert ez a fogyasztóknak már kevésbé teremt értéket.

Az egyének fogyasztói magatartása megváltozott. A döntéshozatalban jelentős szerepet foglal el a környezettudatosság. Ez azonban még nem általános trend. Dolgozatom következő fejezetében ezézt azt vizsgálom, hogy a különböző tényezők miként befolyásolják az egyén környezettudatosságát. A vizsgálat során kidolgoztam 6Hiány modelletemet, mely azt a hat tényezőt nevezi meg, melyek befolyásolják a környezettudatos vásárlást.

Tovább kutatva a környezettudatos fogyasztói magatartás iránt, kiválasztottam két modellt (Ackerstein és Csutora), melyeket alaposabban is megvizsgáltam. Arra a következtetésre jutottam, hogy Csutora Mária kategorizálást felhasználva és azt kiegészítve egy érdekes termék összehasonlításon keresztül szemléltethetem, hogyan választanak a – környezettudatosság terén – különböző fogyasztók. A Csutora-modell négy fogyasztói csoportjához egyéni választás alapján hozzárendeltem egy-egy terméket. Ezek a termékek mind kiskereskedelmi forgalomban megjelenő termékek, tehát alapvetően a környezettudatos fogyasztást és nem a tágabb értelemben vett, mindennapi életben megjelenő környezettudatos magatartást vizsgálom a dolgozatban.

A termékek marketingmixének vizsgálata során vált egyre világosabbá, hogy a környezettudatosság milyen sok téren befolyásolja az egyént. Mértéke és hatása termékenként más és más. Így a kiválasztott termékek mindegyikét fogyaszthatja bármely kategória fogyasztója, de meghatározóan csak egy csoport.

Mindezeket figyelembe véve és a szakirodalom tanulmányozása alapján kutatási kérdésemre, „Hogyan pozícionálhatjuk a termékeket, ha a környezettudatos fogyasztói magatartást vesszük alapul?“, arra a megállapításra jutottam, hogy a csoport igényeinek megfelelően. Általános következtetésnek tűnik, mégis hangsúlyozandó. Globalizálódó világunkban a trendek is sűrűbben változnak. Így alakulnak át a fogyasztói igények, egy tíz évvel ezelőtti kategorizálást máris ki lehet egészíteni három új fogyasztói csoporttal. Ezért a vállalatoknak hosszú távú elköteleződésük, filozófiájuk mellett követni kell a fogyasztási divatot, tudni, hogyan kell a terméket beárzni, hogy a vásárlók hazavigyék, hol értékesítsék és hogyan hirdessék az árut.

TÓTH ÉVA

I. évfolyam

Turizmus és vendéglátás (A)

Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Dr. Németh Miklós
főiskolai docens, Szolnoki Főiskola*

A ZÖLDSÉGFÉLÉK JELENTŐSÉGE A TÁPLÁLKOZÁSBAN ÉS AZ ÉLELMEZÉSBEN

The significance of vegetables in nourishment and catering

A dolgozatom témája egy szóban összefoglalva a zöldségek. Úgy gondolom, ez a téma időszerű abból a szempontból, hogy egyre nagyobb teret hódít az egészségtudatosabb életmód. Így, akik szeretnék követni ezt az irányt, egy kis segítséget találnak a dolgozatomban a kezdetekhez, hogy az alapokkal tisztában legyenek. A dolgozatomat egy áttekintéssel kezdem, ahol a zöldségeket általánosan jellemzem. Szerintem ez egy fontos rész, egy alap, amire lehet építeni a további részeket. A második részben bemutatom azokat a tulajdonságait a zöldségeknek, amik miatt nagyobb figyelmet érdemelnek, és többet kellene belőlük fogyasztani. Szám adatokkal mutatom be, hogy mennyire keveset eszünk belőlük. Nagyon fontos szerepet töltenek be az étkezés terén, mivel fontos vitaminforrásaink is, de nemcsak az egészséges táplálkozáshoz szükségesek, hanem fontos szerepet töltenek be egyes diétákban is. A következő fejezet az egyik legfontosabb rész. Itt bemutatom, hogy milyen jelentőségük van a zöldségeknek a vendéglátás területén. Az áruforgalom fontosabb lépéseinél kitérek arra, hogy mennyi feladatuk is van a vendéglátósoknak, azért, hogy megfelelő minőségű zöldségeket tudjanak felszolgálni a vendégnek. Továbbá, majdnem az összes konyhatechnológiai felhasználási módot összegyűjtöttem, hogy bemutassam, milyen változatosan készíthetők el a zöldségek.

Az utolsó résznél a saját kutatásaim eredményét foglalom össze. Az egyik kutatásomban, a közvetlen környezetemben élők véleményét gyűjtöttem össze, egy internetes statisztikai oldal segítségével. Többek között rákérdeztem arra, hogy mennyiségben és minőségben milyen jellemzői vannak a zöldségfogyasztásuknak. Célkitűzésem az volt, hogy képet kapjak arról, hogy mi a jelentőségük a zöldségeknek a környezetben élők számára. Sajnos nem minden esetben kaptam pozitív eredményeket. A legfőbb következtetésem az, hogy nagyon alacsony a zöldségfogyasztás és ezen változtatni kell. Tudatosítani kellene az emberekben azt, hogy a zöldségek nem véletlen foglalnak el olyan fontos helyet a táplálkozási ajánlásokban. Szervezetünknek szüksége van a bennük található fontos vitaminokra, tápanyagokra, amelyekkel ha szervezetünket megfelelő mennyiségben ellátnánk, sok táplálkozással összefüggő megbetegedés megelőzhető lenne.

A másik kutatásomat személyesen végeztem el, három Szolnok belvárosában található különböző típusú étteremben, ahol meginterjúvoltam az üzletvezetőket. Jártam a tipikus magyaros jellegű Bajnok Étteremben, a Múzeum Étteremben, ahol étlapjukon megjelennek a jellegzetes magyar ételek mellett reformosabb köntösben elkészített ételek is, sőt idény jelleggel még külön kis étlapokon idényzöldségből készült ételekkel. Végül pedig a Nádas Étteremben, amely megfelelő kínálatot biztosít az éttermekben megszokott ételek mellett például vegetáriánus ételekből is. Többek között kíváncsi voltam arra, hogy milyen arányban használnak fel friss és mirelit zöldségeket, érzékelnek-e nagyobb érdeklődést a zöldséges ételek iránt.

TÓTH KITTI

III. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Györfly Ildikó
egyetemi tanársegéd, Miskolci Egyetem*

A FOLYAMI KÖZLEKEDÉS FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEI A DUNA-STRATÉGIA KERETÉBEN

Possibilities for development of waterway transport in Danube Strategy

A vízi közlekedés az ókor óta meghatározó szerepet töltött be, mind a kereskedelem, mind a személyszállítás terén, javítva a jobb elérhetőség biztosításával egy-egy ország versenyképességét. Évszázadokon keresztül a szárazföldi, vízi, vasúti és légi kereskedelem fejlődése számottevő javulást és versenyelőnyt biztosított annak a területi egységnek, amely a közlekedési útvonalak és eszközök kihasználásában az élen járt. Napjainkra a vízi alágazat azonban sokat veszített jelentőségéből, részben a többi közlekedési ágazat fejlődésének köszönhetően. TDK-dolgozatomban főként a hazai Duna-menti kistérségek fejlettségét vizsgálom, válaszolva arra a kutatási kérdésemre, hogy vajon fejlettebbek, illetve homogén csoportot alkotnak-e az országos átlaghoz képest a folyó menti kistérségek.

Abból az alaphipotézisből indultam ki, hogy az infrastrukturális fejlesztések növelik az érintett területek fejlettségi szintjét. A Duna a világ „legnemzetközibb” folyója, kiemelt eleme a Transzeurópai Hálózatoknak – 10 országon halad keresztül és vízgyűjtőterülete további 7 országot érint. Bár ma a folyami hajózás részaránya kevésbé jelentős a többi közlekedési és szállítási ágazathoz képest, a közös közlekedéspolitikai irányokat megfigyelve jelentős fejlődés várható azokon a régiókon belül, ahol ezt a stratégiát megfelelően alkalmazzák, hiszen az ilyen szövetségek a jövőbeli társulásokhoz is masszív alapot adhatnak a legtöbb érintett ország versenyképességét javítva, fellendítve azok gazdaságát.

A dolgozatomban vizsgálni kívánom továbbá, hogy a vízi közlekedésben rejlő lehetőségeken túl a Duna-Stratégia valóban beváltja-e a hozzá fűzött reményeket.

TÓTH ORSOLYA

Végzés éve: 2010

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Kneisz Ildikó
egyetemi tanársegéd, Miskolci Egyetem*

A KERESLETÖSTÖNZŐ GAZDASÁGPOLITIKA TÉRNYERÉSE ÉS A KELET-KÖZÉP-EURÓPAI AUTÓIPAR LEHETŐSÉGEI A VILÁGGAZDASÁGI VÁLSÁG UTÁN

The expansion of demand stimulating economic policies and opportunities for the East-Central-European Automotive Industry after the global crisis

Napjaink világgazdasági válságának következményeivel – egy esetleges világpolitikai színtérváltozással vagy akár paradigmaváltással – egyre inkább foglalkozik mind a hazai, mind a nemzetközi szakirodalom. Rengeteg forgatókönyv íródik a világgazdaság egészének és a közgazdaságtan elméleteinek megváltozásával kapcsolatban. Érdekes azonban országok, vagy országcsoportok reálgazdaságainak szintjén is elmélkedni a válság okozta kockázatokról, veszélyekről, vagy éppen az abban rejlő lehetőségekről.

OTDK-dolgozatomban arra keresem a választ, hogy a világméretű válság kirobbanása hogyan érintette az alapvetően strukturális válsággal küszködő autóipart. Vizsgálatom területét alapvetően a kelet-közép-európai régió gépjárműgyártásra specializálódott (pozitív RCA mutatóval rendelkező) országokra, vagyis Csehországra, Magyarországra és Szlovákiára szűkítem. Három kutatási kérdésre keresem a választ a dolgozatban, amelyet három külön fejezet taglal majd. Az első rész kellő alaposággal foglalja össze a válság diagnosztikájával és kezelésével kapcsolatos elméleteket, a keynes-i keresletösztönző gazdaságpolitika mellett érvelve. A második rész az autóipar jelentőségét mutatja be a vizsgált országok esetében, feltételezve, hogy a szektor jelentősen hozzájárult a vizsgált országok tranzíciós folyamatához. A harmadik rész összekapcsolja az előzményeket és arra keresi a választ, hogy napjaink válságának kezelése milyen recepteket kínál az autóipar megmentésére – és felteszi a radikális kérdést: egyáltalán szükség van-e keresletösztönzésre ebben a szektorban a vizsgált országokban? Az utolsó részhez logikusan kapcsolódnak az Európai Unió közösségi szintre emelt válságkezelési próbálkozásai – a vizsgált országok, tagországok révén az Európai Unió által megfogalmazott ajánlásokat, javaslatokat, felkínált segítséget elfogadhatják, vagy elutasíthatják.

Tekintve, hogy a vizsgált országok kis, nyitott gazdaságok, elengedhetetlen az autóipar világméretű perspektívából való megközelítése. A dolgozat záró részében a kutatási kérdések megválaszolása mellett három scenárió kidolgozására törekszem – egy optimista, pesszimista illetve egy kiegyensúlyozott (és számomra valószínűbb) forgatókönyv kerül bemutatásra – számba véve az eddigi eredményeket, relációkat és szereplőket, köztük az autóipar színpadán komoly veszélyt és lehetőséget is jelentő Kínát.

TÓTH ROLAND

Végzés éve: 2010

Gazdasági agrármérnök (O)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Farkasné dr. Fekete Mária
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

*Dr. Andrew Angus
lecturer, Cranfield University*

**HATÉKONY MUTATÓ-E A REÁLÁRAK AZ ERŐFORRÁSOK SZŰKÖSSÉGÉNEK?
ESETTANULMÁNY A NYERSANYAGOK PIACÁRÓL**

Are real prices an effective signal of resource scarcity? Case study of selected metals

A nem megújuló természeti erőforrások kimerülésének veszélye körüli vita már évtizedek óta folyik. A vélemények eltérőek. Egyesek (közgazdászok) úgy vélik, hogy az erőforrások kimerülését övező félelmek alaptalanok, míg mások szerint ez egy olyan probléma, amely azonnali intézkedéseket kíván. A közgazdászok jelentős részének álláspontja szerint a reálárak, amelyek az inflációtól megtisztítottak, hatékony és megbízható indikátorai az erőforrások szűkösségének. E szerint a szűkösség növekedése a reálárak növekedését vonja maga után. A tanulmány célja, hogy megvizsgálja e hipotézis hitelességét, különös figyelmet fordítva arra az egyre szélesebb körben elfogadott szakmai véleményre, amely szerint a hagyományos deflációhoz széleskörűen használt fogyasztói árindex felülbecsüli a megélhetési költségek, valamint az infláció változásának mértékét, következésképpen alábecsüli az egyes alapanyagok hosszú távú reálárait.

A vizsgálat négy különböző fém piacára terjedt ki. Ezek közül kettő (platina és ródium) a legrágább az ismert fémek közül, a másik kettő (ólom és réz) viszont relatíve olcsónak tekinthető. A kutatás során hosszú távú árindexek szerkesztésével és ökonometriai elemzés segítségével meghatározásra és elemzésre kerültek a hosszú távú ártrendek, valamint a vizsgált fémek reálárai és kitermelési rátái közötti kapcsolatok.

Az eredmények azt mutatják, hogy a tanulmányban szereplő fémek hosszú távú reálárait jellemző trendek mind emelkednek a vizsgált időszak alatt (1913–2009), amennyiben megfelelően beállított árdeflátor alkalmazunk a reálárak képzésekor. Továbbá az egyes fémek (a platina és a ródium) esetében van szignifikáns összefüggés a fémek reálára és kitermelési rátája között, ellentétben az ólommal és a rézzel. A dolgozat kiterjed ezen eltérések okainak vizsgálatára is, és a négy piac példáján próbálkozik általánosítható következtetéseket levonásával.

TÖRÖK ERIKA

III. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Földi Katalin
főiskolai tanársegéd, Szolnoki Főiskola*

**MÁV-START ZRT. VASÚTI SZEMÉLYSZÁLLÍTÓ VÁLLALAT ÜGYFELEINEK
ELÉGEDETTSÉG ÉS ELVÁRÁS VIZSGÁLATA**

Customer satisfaction and expectation analysis of MÁV-START rail passenger company

Az Országos Tudományos Diákköri-dolgozat keretében munkámat fogyasztói magatartás témakörében, azon belül is a vásárlók/fogyasztók elégedettségével és elvárásaival kapcsolatosan foglaltam meg. Dolgozatom egy konkrét szolgáltató vállalat kínálatát és ügyfeleit célozta, név szerint a MÁV-START ZRT. utasait. A dolgozat elméleti és gyakorlati síkon egyaránt megközelíti az említett tudományos területet, szakmailag megfelelően alátámasztva a kutatási folyamatot.

Elméleti szintű feltárást igényelt saját kutatásom lefolytatását megelőzően a fogyasztók magatartásának általános szintű felvázolása, ezen belül is az elégedettséggel – elvárásokkal – és lojalitással kapcsolatos szakirodalmi áttekintés, valamint a szolgáltatások piacának felvázolása, és az ott alkalmazható elégedettségmérési technikák megismerése.

Kutatásom módszertanát tekintve egyaránt végeztem szekunder és primer kutatást. Szekunder kutatás keretében a Szolgáltató Város mintaprojekt keretében elvégzett elégedettségi felmérés adatait felhasználva nyertem információt saját, kérdőíves megkérdezésem lefolytatásához.

Primer kutatás keretében, kérdőíves megkérdezés formájában mértem fel azt, hogy a szolgáltató vállalat utasai milyen elégedettségi szinttel és elvárásokkal rendelkeznek.

A kutatás során vizsgált hipotéziseim a következők voltak, melyekre a választ kerestem: a közlekedési szolgáltatásokon belül a megkérdezettek nagyobb arányban használják a távolsági buszt úti céljuk elérésére, mint a vonattal történő közlekedést; a megkérdezettek anyagi helyzete befolyásolja, hogy mely szolgáltató vállalat kínálatát veszik igénybe; MÁV-START ZRT. szolgáltatásának igénybe vételében meglehetősen fontos szerepet játszanak olyan alapvető tényezők, mint a kényelem, a menetidő, a biztonság, a közvetlen csatlakozás; MÁV-START ZRT. ügyfeleinek elégedettsége révén átfogó képet kapni arra vonatkozóan, hogy a jövőt illetően melyek azok a főbb pontok és tényezők, melyek változtatásra szorulnak az utasforgalom kibővítése érdekében.

TREUTZ ÁGNES

IV. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Szabó Zoltán
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

DUNASZEKCSŐ MARKETINGTEVÉKENYSÉGÉNEK ELEMZÉSE

Analysis of marketing activities in Dunaszekcső

Elkészített munkámmal célom a felhasznált irodalmak által nyújtott elméleti ismeretek elsajátítása, egyben gyakorlati alkalmazásuk Dunaszekcső községre nézve. Három célkitűzésem: Dunaszekcső marketingtevékenységének vizsgálata, a dunaszekcsőiek és a turisták Dunaszekcsőhöz való viszonyulása, illetve összefüggés- és kapcsolatrendszer-vizsgálat a dunaszekcsői lakosok körében. A dolgozat két részből áll. Az első, melyben Dunaszekcső bemutatására, szociális helyzetének elemzésére, a településmarketing elméleteinek ismertetésére – elméleti információk tükrében –, szegmentálásra és pozicionálásra kerül sor, melyek szekunder információkra épülnek. A második részben a településsel kapcsolatos önálló kutatásom eredményeinek ismertetésére kerül sor. Kvalitatív kutatás során két mélyinterjút és két fókuszcsoportos interjút készítettem. Kvantitatív kutatásom során kérdőíves lekérdézet végeztem hólabda mintavételi eljárással. Eredményeimet a következtetések, javaslatok fejezetben összegzem, ahol egy áttekinthető ábra segít értelmezni kutatásom végső, legfontosabb eredményeit, melyből kiemelendő, hogy a település kitérési lehetősége leginkább a turizmus területén adódik. Ebben az esetben főként a családostok és idősek válhatnak a marketingtevékenység célcsoportjává. Az eredmények ismertetése esetén kitérek továbbá a magas elköltözési hajlandóságra a fiatalok körében és a helyi lakosok együttműködési hiányosságaira. Alapvető célom, hogy Dunaszekcső profitáljon az eredményeimből és a célkitűzéseimből.

TROMBITÁS ÉVA

Végzés éve: 2010

Turizmus-vendéglátás (A)

Kodolányi János Főiskola

*Konzulens: Füreder Balázs
főiskolai adjunktus, Kodolányi János Főiskola*

**A KARÁCSONYI ÜNNEPEKRŐL, EZEN BELÜL A BUDAPESTI ÉS A BÉCSI
KARÁCSONYI VÁSÁR ÖSSZEHOSONLÍTÓ ELEMZÉSE**

It's all about christmas, the comparative analysis of the christmas markets in Budapest Vienna

A családban mindig nagyon fontos volt a karácsony, s mivel a karácsonyi vásárok szervesen kapcsolódnak ehhez az ünnephez, mindig ellátogatok a budapesti és a bécsi karácsonyi vásárra. A két vásáron tapasztalt különbségek miatt választottam szakdolgozatom témájaként a két vásár összehasonlító elemzését. Kutatásom célja, megtalálni a választ arra, hogy miért hangulatosabb, felkapottabb, látogatottabb a bécsi karácsonyi vásár, mint a budapesti. Miért van az, hogy ha ellátogatok Bécsbe a vásár ideje alatt, akkor amerre nézek, mindenhol a karácsonyi készülődés, az ünnep közeledte, a feldíszített házak és kirakatok rengetege köszön vissza rám, és ha elmegyek a budapesti karácsonyi vásárra, akkor miért a szinte üres teret, és lézengő embereket látok. Mi a titka annak, hogy Bécsbe évente 3 millió ember látogat el a karácsonyi vásárra, míg hozzánk csak 600.000? Dolgozatomat azért készítettem el, hogy bemutassam a két vásár közötti különbségeket, s rávilágítsak azokra a dolgokra, amelyek, ha megvalósítanánk, a mi vásárunk is olyan látogatott, s felkapott lenne, mint a Bécsi. Több hipotézis állítottam, az első, hogy az embereknek nem fontos már a karácsony. A második, hogy a vásár látogatói legtöbbször csak ételt és italt vásárolnak. Harmadik, hogy a legtöbb vásárlátogató negyvenöt év feletti. Negyedik, hogy a turisztikai szakemberek jobbnak tartják a bécsi vásárt, mint a budapestit. A vizsgálati módszereim két részből állnak: az első felében bemutatom a megismert szakirodalmat, a másik felében pedig ismertetem a 2008. évi, illetve a 2009. évi kérdőíves felmérésem eredményeit, valamint a szakemberrel készült interjút. Felhasználtam a legtöbb megjelent és számomra elérhető szakirodalmat. A karácsonyi vásárokról bővebben az interneten találtam cikkeket. Itt a legkülönbözőbb weboldalak foglalkoznak a témával. A budapesti vásáron több mint meg lehetne valósítani a bécsi attrakciók közül. pl: a karácsonyfa díszítését (lecserélni a 60-as izzókat apróra), a bódék közé, illetve a fákra akaszthatnának világító díszeket, lehetne karácsonyhoz kapcsolódó árukészlet. Idén a vásárban 1 standon láttam karácsonyfadíszeket, de azok sem olyan kézzel festett gömbdíszek vagy festett kerámia mécsestartó házikók, mint a bécsiek, hanem fából, kartonból kivágott fenyőfák, angyalok. A továbbfejlesztés lehetőségét abban látom, hogy mindenféleképpen a bécsi karácsonyi vásár szervezőinek munkáját kellene tanulmányozni és követni. Ők egy nagyon jó irány felé haladnak, s ha mi is e rendszer szerint fejlődünk, nálunk is egy magas színvonalú karácsonyi vásár jöhetne létre. Jövőbeni terveim között szerepel, hogy felkeresem azokat a szervezeteket, akikkel most nem tudtam kapcsolatba lépni, s folytatom kutatásaimat ezen a területen.

URBÁN MIKLÓS

V. évfolyam

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Horváth Gyula
egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem*

LITVÁNIA GAZDASÁGÁNAK TERÜLETI SZERKEZETE

The spatial structure of Lithuanian economy

A dolgozat alapvető célja, hogy feltárja és leírja Litvánia gazdaságának területi szerkezetében jelen lévő törésvonalakat, mint például a különböző gazdasági-fejlettségi régiók meglétét, vagy a város-vidék közötti különbségeket.

Ehhez először összefoglaló képet ad az országról, kitérve annak történelmére, társadalmára, gazdaságára és területi felosztására.

A dolgozat lényegi részét a litván statisztikai hivatal által nyilvántartott területi statisztikák elemzése adja. Ennek során elemzem az ország nagyobb közigazgatási egységei – a megyék – közti eltéréseket a termelés, a munkaerőpiac és demográfia, a befektetések, és a jellemző ágazatok szempontjából. További elemzéseket folytatok, hogy megállapítsam a főváros – városok – és vidék közötti gazdasági fejlettségi eltéréseket.

Az elemzésekből levont tapasztalatok szerint bemutatom legfontosabb törésvonalakat, melyek: Város-vidék közötti különbségek, eltérő gazdasági régiók közötti különbségek, valamint a főváros és az ország többi része közötti különbségek.

VÁGÓ JÁNOS

Végzés éve: 2010

Pénzügy és számvitel (A)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulensek: Dr. Novák Tamás
adjunktus, Károly Róbert Főiskola*

*Katonáné dr. Erdélyi Edit
főiskolai docens, Eszterházy Károly Főiskola*

HIBAELEMZÉS A CONTROLLINGGAL ÖSSZEKAPCSOLVA: SELEJTELEMZÉS

Error analysis combined with controlling: fault analysis

A gyakorlat nem működik az elmélet nélkül, azonban az elméleti tudás önmagában még kevés a gyakorlatban. Célom a kutatásom segítségével e két terület összekapcsolása volt. A controlling a vezetés alrendszer, melynek alapvető feladata a lehető leghatékonyabb rendszerműködés biztosítása. A controllingrendszer akkor tud a vállalati célok elérésében hatékonyan részt venni, ha funkciói kiterjednek a termelés, a gazdálkodás és hierarchia minden szintjére. A minőségmenedzsment, mint a nevében is benne van, a minőségre koncentrál, valamint a folyamatos fejlesztésre, a vevői elégedettség fenntartására és a lehető legmagasabb színvonalú működés elérésére.

Egy folyamatban, szolgáltatásban, vagy egy termékekben keletkezett hiba probléma elemzésére legtöbbször nincs idő. Sok esetben túl sok a változó, valamint nem ismerjük az összes peremfeltételt, illetve változnak ezen feltételek. Úgy gondolom, hogy egy probléma megoldását elősegítő hibaelemzés végrehajtásához a lehető legobjektívebb rendszert a controllingot kell a minőségmenedzsment módszerekkel összekapcsolni.

Az esettanulmányom középpontjában egy fémcsomagolóipari anyagokat gyártó vállalat selejt alakulásának elemzése áll. Miért is fontos a selejt alakulásának vizsgálata? Ha sikerül a kritikus hibákat és azok okait kiszűrni, és a folyamatból ez által időben eltávolítani, megelőzni a selejtet, akkor nem csak a rossz termékeken elvégzett többlet tevékenységtől szabadulunk meg, de az előállítás költségei is csökkennek. A kibocsátó képesség javulásával a vállalat gyorsabban és megbízhatóbban tud alkalmazkodni a fogyasztói igényekhez, ami tovább vezethet a vevői elégedettséghez, több megrendeléshez, hatékonyabb működéshez.

A minőségmenedzsment számos egyéb problémamegoldó módszert, modellt alkalmaz, kutatásomban kiemelek néhányat az alkalmazott technikák közül. Az egyik legismertebb hibaelemzési módszer az ABC-Pareto-diagram, melynek az a célja, hogy a kevés kritikus hibát elválassza a sok triviálistól. Kutatásom során elsődleges cél a kritikus problémák kiszűrése, ezt követően az ok-okozati kapcsolatok vizsgálata, javító szándékú javaslatok megfogalmazása.

VÁLINT GERGELY

I. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Konzulens: Dr. Majláth Melinda
főiskolai adjunktus, Óbudai Egyetem*

HOGYAN KÉSZÍTSÜNK HATÉKONY VÁLLALATI HONLAPOT?

How to create effective webpage for companies?

Az internet egyre fontosabb szerepet tölt be mindennapjainkban. Manapság, ha nem tudunk valamit, akkor az internethez fordulunk segítségért.

Egyre több cég találja fontosnak, hogy az interneten is megtalálható legyen. Általában rossz eszközöket (honlap, szöveg) választanak, így a célpiacuk előtt rejtve maradnak.

Azokat az alapvető hibákat szeretném bemutatni, melyek elkerülésével sokat tehetünk a legnagyobb kritikusaként, a látogatóinkért és a Google-ért.

Fontos, hogy szem előtt tartsuk a weblapunk használhatóságát, szövegét, valamint a keresőoptimalizálását. A weblap használhatósága a látogatók számára fontos, míg a keresőoptimalizálást és annak eredményeit a különböző keresőmotorok hasznosítják, mint például a Google. A felsorolt három elemből a szöveg az, mely mindkettő számára fontos.

VARGA HENRIETT

Végzés éve: 2010

Turizmus-vendéglátás (A)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Bagdi Róbert
adjunktus, Károly Róbert Főiskola*

A TERRORIZMUS HATÁSA A NEMZETKÖZI IDEGENFORGALOMRA

The effects of terrorism on international tourism

Dolgozatom a napjainkban már-már a globális felmelegedéssel egyenértékűnek mondható terrorizmus problémakörével, azon belül a jelenség nemzetközi idegenforgalomra gyakorolt hatásaival, illetve az összefüggések kutatásával foglalkozik.

Fontos, megválaszolandó kérdések: Milyen szinten van hatással a terrorizmus a nemzetközi idegenforgalomra? Hatással van-e rá egyáltalán; s ha igen, akkor ez kizárólag negatív, vagy vannak esetleg pozitív aspektusai is?

Munkámban bemutatom a terrorizmus fogalmának egységes meghatározásához társuló problémát, ill. a jelenség történeti hátterét.

Ezt követően megvizsgálom a terrorakciók gazdaságra, s azon belül a turizmusra gyakorolt hatását, elemelve az egyes idegenforgalmi kínálatot alkotó elemek és a merényletek közötti összefüggést.

Részletesen kitérek rá, hogy a közlekedés, szálláshelyek és rendezvények ellen elkövetett támadások milyen következménnyel járnak a desztinációk látogatóforgalmára, s hogy hogyan alakítják az utazási szokásokat. (Például: hogyan változott a légiutas-forgalom a 2001. szeptember 11-ei támadást követően.)

Végül, bár abszurdnak tűnik, foglalkozom a terrorizmus pozitív hatásaival is.

Dolgozatom megírása során mind a szekunder, mind a primer kutatás adta lehetőségeket igyekeztem kihasználni. Statisztikai adatokat gyűjtöttem össze, s elemeztem; majd a kapott eredményeket összevettem az általam végzett kérdőíves felmérés során nyert információkkal. Ezek alapján születtek meg végül rövid- és hosszú távra vonatkozó következtetéseim.

VARGA MÁRIA

Végzés éve: 2010

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök (A)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Mezőgazdasági és Élelmiszertudományi Kar

*Konzulens: Dr. Karácsony Péter
egyetemi adjunktus, Nyugat-magyarországi Egyetem*

A VERSENYKÉPESSÉG ÉS A FOGLALKOZTATOTTSÁG ÖSSZEFÜGGÉSEI A NYUGAT-DUNÁNTÚLI RÉGIÓBAN

The connections of competitiveness and employment in the West Transdanubian region

A 2004-es európai uniós csatlakozásunkkal új lehetőségek, eddig ismeretlen kihívások elé került hazánk. Az állandóan változó világ gazdasági, világpolitikai folyamatokban hazánknak feladata, hogy megőrizze földrajzi, természeti adottságaiból eredő előnyeit.

Európai Unió csatlakozásunktól kezdve beszélhetünk Magyarországon is regionális versenyképességről, de a versenyképesség fogalmának regionális megközelítése több szempontból is értelmet nyert az elmúlt időszakban. A globális versenyben felértékelődtek a lokális előnyök (az innovációk kifejlesztése, a helyi tudásbázis), fontossá vált a regionális politika, a regionális versenyképesség.

Szekunder vizsgálataimban a régiók versenyképességi és foglalkoztatottsági mutatóinak elemzésével és összehasonlításával igyekeztem rámutatni azokra a kedvező, illetve kedvezőtlen tényezőkre, amelyek kihatással lehetnek a Nyugat-dunántúli Régió és az ország más régióinak eredményességére.

Céлом volt felhívni a figyelmet a relatíve magas foglalkoztatottsági szint fontosságára és melyek azok a feltételek, melyek elengedhetetlenek ennek eléréséhez.

Saját vizsgálataim során feltárt különbségek okai világossá tették számomra, hogy a múltban történtek nyomát északi régióink a mai napig magukon viselik és ezen régiók fellendítése a Ma feladata.

A társadalmi-gazdasági fejlődés időben és térben külön ment végbe, ennek következménye az is, hogy a régiók közti különbségek kialakultak és tovább fokozódtak. Régióink közül azonban egyértelműen kiemelkedik a Nyugat-dunántúli Régió és Budapest a regionális versenyképesség terén.

VARGA MÁRTA

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Szerb László
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

**A KIS-ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK MARKETING-INNOVÁCIÓS TEVÉKENYSÉGE
ÉS BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐI**

Marketing innovation of small and medium-sized enterprises and it's affecting factors

A kis- és középvállalkozások témakör egy meglehetősen gyakran vizsgált terület lett az elmúlt években, azonban a marketing-innovációs tevékenységükről, illetve ennek vizsgálatáról kevés szó esett, illetve kevés tanulmány született. Jelen tanulmány során egy 2008.-ban a kkv-k körében végzett 695 mintán alapuló adatbázis segítségével vizsgáltam a kérdőívet kitöltő vállalkozások marketing-innovációs tevékenységét. Tanulmányom során két koncepcionális modellt alkottam. Az első modellem segítségével szeretném bemutatni azokat a tényezőket, amelyek hatással vannak a marketing-innováció használatára. A második modell esetében a vállalkozás eredményét befolyásoló tényezőket csoportosítottam a kérdőív alapján. Ebben a csoportosításban a stratégián belül található a marketing-innováció. A módszertan, melyet alkalmaztam a vizsgálat során a klaszterelemzés. Az elemzés során megállapíthatóvá vált, hogy a legnagyobb mértékben az alkalmazott technológia, a termék innováció, valamint az egyedinek tekintett marketing módszerek befolyásolják a marketing-innováció használatát. Következtetésként levonható, hogy a marketing-innováció nem egy tevékenység függvényeként értelmezhető, hanem különböző vállalati tevékenység együttesen gyakorolnak hatást.

VARGA MELINDA

III. évfolyam

Gazdálkodási menedzsment (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Konzulensek: Balázné Lendvai Marietta
egyetemi adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola*

*Lambertné Katona Mónika
egyetemi adjunktus, Budapesti Gazdasági Főiskola*

*Wilheim Zoltán
klaszter menedzser, Panfa*

KLASZTERMARKETING, MINT HAJTÓERŐ – AVAGY KIAKNÁZZÁK- E A BENNE REJLŐ LEHETŐSÉGEKET?

Cluster marketing as motivation – Are business clusters applied the best way?

Dolgozatom témájának kiválasztásakor igyekeztem olyan területet vizsgálni, amely valóban felkeltette az érdeklődésemet, továbbá újszerű, és mások által még kevésbé kutatott témakör. Így került kifejtő munkám célkeresztyébe a klaszterek, azon belül is a klasztermarketing rejtelmes világa.

Dolgozatom fő célkitűzése az volt, hogy a klaszterekre vonatkozó sajátosságokat tárjam fel, és a klaszter marketing gyakorlati megvalósulását, valamint az általa kihasználható lehetőségeket feltérképezzem. Ehhez hívtam segítségül többirányba ható kutatásaimat az alábbi alappillérekre építkezve: a szekunder információforrások segítették a téma alapos megismerését, az ezeket kiegészítő, mélyítő primer kutatásaim a klasztermarketing gyakorlati működésére, s a régióban működő klaszterek ezen a területen mutatott aktivitásának felmérésére irányultak. Mindezekhez kvantitatív kutatási módszert alkalmaztam, kérdőíves megkérdezés formájában. A két fő célcsoportot pedig a régió klaszter menedzserei, illetve egy konkrét klaszter – a Pannon Fa- és Bútoripari Klaszter – tagjai jelentették.

Elemzéseim során a két szegmens véleményeit és észrevételeit vettem górcső alá, majd a kapott eredményeket összehasonlítottam, s dolgoztam ki egy SWOT-analízist, továbbá vizsgáltam a hipotéziseim helyességét. Végül javaslatot tettem a problémák kezelésére, a lehetséges kitörési pontokra.

VARGA NIKOLETT

Végzés éve: 2010

Turizmus-vendéglátás (A)

Károly Róbert Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Molnár Csilla
főiskolai docens, Károly Róbert Főiskola*

WELLNESS PROFILOK AZ OSZTRÁK ÉS A HAZAI SZÁLLODAIPARBAN

Wellness profils in the Austrian and Hungarian accomodation industry

Munkámban a magyarországi és az osztrák wellness-turizmus kerül bemutatásra, és összehasonlító elemzésére vállalkozom elsősorban a különleges wellness profilokkal rendelkező szállodák bemutatásán keresztül.

Azért foglalkozom kiemelten ezzel a területtel, mert a jövő kereslete az egészségturizmus irányába tendálódik. Egyre többen veszik igénybe a divatos és prevenciót nyújtó wellness ipar szolgáltatásait, ám a szolgáltatókkal szemben megfogalmazott igények is változnak. Előtérbe kerül a magas szolgáltatási színvonal és az egyediség. A differenciált vendégkör számára természetesen fontos az ár-érték arány, a desztinációk ismertsége és imázsa is. A mai versenyben egy létesítmény tehát csak úgy maradhat versenyképes, ha valami különlegeset nyújt, erre tökéletes megoldás az egyedi wellness profil kialakítása.

Ausztriában kiváló színvonalat, új, a mai kor igényeit komplexen kielégítő szolgáltatásokat talál a vendég, mellyel azonban nyugati szomszédunk komoly konkurenciát (és követendő példát is!) jelent hazánk számára. Az élmény és wellness kínálat szolgáltatási színvonalának tekintetében jelentős lemaradásban vagyunk Ausztria hasonló településeitől.

Ahhoz, hogy a mai világban versenyképes legyen egy szolgáltató, megváltozott elvárásoknak kell tudnia megfelelni, új típusú szolgáltatásokat, termékeket és komplex wellness-turisztikai csomagokat kell tudni nyújtania, rugalmasan kell követnie a gyorsan változó trendeket.

Munkám során választ keresek arra, hogy mennyire sokszínűek a wellness hotelek, s az osztrák szállodákkal összehasonlítva milyen eltérések tapasztalhatóak. Kutatásom eredményei alapján szeretnék javaslatokat megfogalmazni a hazai szolgáltatók számára, mellyel hatékonyabban és eredményesebben tudnak megjeleníteni a wellness-turizmus világpiacán.

Kutatásom során primer és szekunder információkat egyaránt felhasználtam. Primer információforrásként a bemutatott szállodák munkatársai szolgáltak. Szekunder forrásaim a témában fellelhető szakirodalmak, szócikkek és tanulmányok mellett a Központi Statisztikai Hivatal és a Statistik Austria, továbbá az Österreich Werbung és a TourMIS adatbázisai voltak. A dolgozatomban bemutatott szállodákról a honlapjukon és az előbb említett személyes felkeresésen keresztül, valamint a Magyar Turizmus Zrt. és a bemutatott szolgáltatók sajtó kiadványain keresztül szereztem információkat.

VARGA RENÁTA

II. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Balogh Ágnes
egyetemi adjunktus, Pannon Egyetem*

A KULCSEMBER SZEREPE A VÁLTOZTATÁSBAN

The key person's role in change

Tudományos kutatómunkám során a változásmenedzsment tárgykörével foglalkoztam és azon belül is a kulcsemberek figurájával. Ki lehet kulcsemberek, milyen szerepe, feladatai vannak a vállalatban belül, mennyiben befolyásolja a vállalati kultúrát, stratégiát vagy egy-egy projekt elkészítését? Vizsgálataim során kvalitatív és kvantitatív módszereket alkalmaztam. A célcsoport a Pannon Egyetemen végzett humánerőforrás szakemberek köre volt. Az összegyűjtött adatok alapján pedig választ kaptam az általam feltett hipotézisekre is.

VARGA T. ÁDÁM

II. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Konzulens: Dr. László Gábor
adjunktus, Óbudai Egyetem*

SZELLEMI INNOVÁCIÓK MENEDZSELÉSE

Intellectual innovations in management

A tanulmánnyal egy üzletfejlesztési folyamatot szeretnék bemutatni, mely összefoglalja azokat az üzleti folyamatokat és tényezőket, melyek a szellemi innovációk menedzseléséhez szükségesek. A tanulmány tematikája végigjárja azt a folyamatot, mely során egy ötletből akár közepes időtáv alatt sikeresen működő tőzsdén jegyzett részvénytársaság válhat. A vállalkozásfejlesztés során társadalmi és gazdasági értékteremtés jön létre, nem csupán egyszerű haszonszerzés. A tanulmány a folyamatot három részre bontja. Az első részben vizsgálja azokat a tényezőket, mely a még hallgatói státuszban lévő mérnökök és kutatók későbbi üzleti eredményességére hatással vannak. Ezzel rávilágítva néhány befolyásoló tényezőre, amit fejleszteni kell az intézményeknek, valamint a hallgatóknak. Bebizonyítva azt, hogy az említésre kerülő hiányosságok hatással vannak a szakmai önmegvalósításra. Mindezt egy primer kutatás támasztja alá, melyet az Intézményem villamosmérnök karán már oklevelet szerzett mérnökök körében végeztem el. A tanulmány második szakaszában bemutatom azt a vállalati életciklust, amit ideális esetben egy innovatív spin-off végigjár. Egymásba kapcsolva szemléltetem az üzletfejlesztés fázisait és a fázisok során a vállalkozásra ható, az ideális fejlődést veszélyeztető külső és belső tényezőket. A kifejtést igyekeztem úgy elkészíteni, hogy ez gazdasági ismeretekkel nem rendelkező személyek számára is érthető legyen, és felkeltse az érdeklődést az innováció menedzselés iránt. A dolgozat harmadik szakaszban az érettségi szakaszba lépő vállalkozás előtt álló lehetőségeket mutatom be, valamint hogy milyen lehetőségek állnak a vállalkozást alapító és annak növekedésébe résztvevő alapítók előtt. A dolgozatot tudományos kutatási céljaim mellett ismertetőnek is szánom olyan területen tevékenykedő hallgatóknak, akik eljátszottak már a gondolattal, hogy a hagyományos értelemben vett karrier életút helyett elképzeléseiket megpróbálják piacra vinni, nagyobb kockázat vállalása mellett igyekeznek nagyobb üzleti eredményeket és szakmai körökben jelentősebb elismeréseket realizálni.

VARGA ZOLTÁN

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Gyenge Balázs
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

A TERMELÉS TERVEZÉSE A FESTÉKIPARBAN, A TRILAK KFT-NÉL

Production planning in the painting industry, at the Trilak Ltd.

TDK-dolgozatommal a Trilak Festékgyártó Kft. kereslet-előrejelzésének javítására szeretnék javaslattal szolgálni. Ezért célul tűztem ki, hogy olyan Excel táblázatot tudjak létrehozni, amivel a jelenlegi előrejelzési folyamat gyorsabbá, és pontosabbá tehető.

A Trilak Festékgyártó Kft., és jogelődjei, több mint 100 éves múltra visszatekintő, jelenleg Magyarország piacvezető festékgyártó vállalata. A pénzügyi és gazdasági válság, a festékiparban is visszaesést jelentett és jelent most is. Ezért, ahogy a vállalatok többsége is, megtakarításokat eszközöltek minden területen, amely nem befolyásolta/befolyásolja negatívan a vállalati működést. Dolgozatommal az alapanyag-rendelési mennyiségek pontosabbá tételéhez szeretnék új ötletekkel szolgálni.

A dolgozat első felében a témához kapcsolódó szakirodalmakat tekintem át, különös tekintettel a termelési stratégiára, az aggregált tervezésre, és kereslet-előrejelzés kvantitatív módszerei közül azokra, amelyek kapcsolódnak a vállalati iparág sajátosságaihoz. A második részben kerül sor a Trilak Festékgyártó Kft. bemutatására, a jelenlegi előrejelzési rendszer, illetve a gyártási gyakorlat tárgyalására.

A dolgozat zárásaként, a célkitűzéseknek megfelelően, olyan modellt mutatok be, amely gyors adatfrissítéssel és automatikusan működő függvényekkel az adott termék 8 hétre várható összes értékesítési mennyiségét +/-30%-kal képes megbecsülni. Ezt az értéket egy MRP táblázatba másolva, könnyedén meghatározható a várható alapanyagigény, a 8 hetes rendelési ciklus végéig.

Másik javaslatom, hogy a szakirodalomban ismert Winters-modell használható a napi, heti, havi értékesítési volumen várható mennyiségének előrejelzésére. TDK-dolgozatom végén, pedig az ismertetett, és javasolt modellek gyakorlati alkalmazásának folyamatát, és eredményeit szemléltetem.

VATAMÁNY BELLA

IV. évfolyam

Gazdálkodás és menedzsment (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Lukács Edit
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

NŐK MUNKAERŐ-PIACI HELYZETKÉPE – „NŐ VAGY – LÉGY MEGHATÁROZÓ!”

Women's situation in the labour market – “You are woman – Know what you want!”

A nők gazdasági aktivitása Magyarországon mutatja a legerősebb korrelációt a gyermekvállalással, illetve a gyermekek számával. A vezetői pozíciók betöltése így a nők számára jóval több befektetéssel és egyben lemondással jár: a női vezetők között magas a gyermektelenek és az egyedülállók aránya. Ugyanis nemcsak a munka és család összeegyeztetése jelent problémát, hanem a társadalom általában negatívan ítéli meg a független, sikeres, „karrierorientált” nőket. Céloom a téma fontosságára való figyelemfelhívás, a legfontosabb problémák és megoldási javaslatok ismertetése volt.

Dolgozatomban a 2008-ban elkezdett kutatásomat hasonlítom össze a 2010 őszen elkészített eredményeimmel, amelyekből pontosan kitűnnek az Észak-magyarországi Régióban történt változások, illetve a válság hatásai. A nők előrejutásának legfontosabb akadályai a munka világának hierarchikus felépítése és a fel nem ismert nemi sztereotipizálás. Abban, hogy a munka milyen szerepet tölt be egy nő életében, jelentős szerep jut a szocializációs folyamatnak is, amely már a kezdetektől alapvetően befolyásolja a szakmaválasztást, a karriertervezést és a nők önképét. Ennek eredményeképpen a nők gyakran kevésbé tudatosak saját életpályájuk tervezésében, hiányzik a motiváltság, a különböző szocializációs csatornákon szerzett negatív tapasztalatok erősen korlátozzák önbizalmukat és proaktivitásukat.

A nők karriertervezésében gyakran már a gyermekvállalás előtt elsőrendű kérdés, hogy a (majdani) családnak és a gyerek(ek)nek mi a legjobb, másodlagos, hogy neki egyénileg mi lenne a valós célja, vágya. A vállalkozások beindítása szintén igen komoly időráfordítást és a vállalkozó részéről gyakran állandó jelenlétet igényel. Vagyis: a vállalkozásokat sem tekintik általában családbarát intézményeknek. Így nem meglepő, hogy Magyarországon a vállalkozók túlnyomó része férfi, a nagyvállalkozások élén pedig szinte kizárólag férfiak állnak. Ahhoz, hogy egyre több nő tervezze, tervezhesse tudatosan karrierjét, szükség van a munkaerő-piaci struktúrák lazítására, az alternatív életpálya-modellek elterjedésére. Ehhez fontos a női vezetők és vállalkozók vizibilitásának növelése, érdekképviselési lehetőségük biztosítása, a munka-magánélet egyensúly támogatása, illetve mentorálás a prioritizálás, delegálás és kommunikáció területén.

Bízom benne, hogy sikerül egy átfogó képet nyújtanom a nők jelenlegi társadalmi helyzetéről, valamint annak megoldásáról, elképzelhető jövőjéről.

VEINGARTER GÁBOR
III. évfolyam
Gazdálkodási és menedzsment (A)
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

SAWAZKI KIRIL
I. évfolyam
Erasmus Program
Pannon Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Kovács Zoltán
egyetemi tanár, Pannon Egyetem*

A LOGISZTIKA SZEREPE A NÉMET–MAGYAR GAZDASÁGI KAPCSOLATOKBAN

The role of logistics in German-Hungarian economic relations

Magyarország meghatározó gazdasági partnere a nemzetközi munkamegosztásban hagyományosan Németország. Ahhoz, hogy a pénzügyi válság éveit felváltó gazdasági növekedésben hazánk kedvező pozíciót szerezhessen a nemzetközi együttműködésben és versenyszférában, kiemelt hangsúlyt kell fektetnie logisztikai adottságainak és erőforrásainak kihasználására, fejlesztésére, a bennük rejlő lehetőségek, erősségek és gyengeségek azonosítására.

Dolgozatom három alpontjában a német–magyar gazdasági kapcsolatok aktuális helyzete, az együttműködésben döntő szerepet játszó logisztikai erőforrásaink közül a közlekedési infrastruktúra bemutatása, valamint a logisztikai piac szereplői által formált vélemények ütköztetése szerepel. Ezen három alappillér alkotja a dolgozat fő témaköreit, melyek részletes bemutatása és kritikus elemzése révén jutunk el az eredményeket összesítő SWOT-analízishez, és a vizsgált kérdéskörre vonatkozó előzetes feltevéseim helyességét igazoló vagy elvető végkövetkeztetésekhez és javaslatokhoz. Nemzeteink gazdasági együttműködésének részletezése során bemutatásra kerültek a két ország közti export-import kapcsolatok, azok összetétele, jelentősebb területei, teljesítménye az elmúlt évtizedben és várható alakulása a jövőben. A sikeres kooperációhoz nélkülözhetetlen logisztikai erőforrások közül a közlekedési infrastruktúra közúti, vízi és vasúti ágának jelenlegi és tervezett képzettségét, strukturális hiányosságait, műszaki állapotát, az ország földrajzi elhelyezkedéséből adódó lehetőségeit, kihasználtságát és teljesítményét vettem elemzés alá. A másodlagos kutatásból származó információkat a szállítmányozás és a termelés területén működő vállalatok szakembereinek körében készített interjúkkal támasztom alá.

Az elemzést megalapozó elsődleges és másodlagos kutatást Kiril Sawazki együttműködésével végeztem, aki a Darmstadti Műszaki Egyetem hallgatója és az Erasmus-program résztvevőjeként a 2009/2010-es tanév nyári szemeszterét a Pannon Egyetemen töltötte, segítségéért társszerzőként kívánom feltüntetni.

Munkám eredményeként összegzem a két nemzet gazdasági együttműködésében kiemelt fontosságú logisztikai szolgáltatásokat és erőforrásokat, illetve azok szerepét a jövőben.

VERÉB TÍMEA

III. évfolyam

Pénzügy és számvitel (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Várkonyiné dr. Juhász Mária
egyetemi adjunktus, Miskolci Egyetem*

MEGOLDÁS AZ ÁRFOLYAMKOCKÁZATRA, AVAGY KÖNYVVEZETÉS DEVIZÁBAN

Solution for the exchange rate risk: Accounting in foreign exchange

A vállalkozások számára a devizaárfolyam változásai kockázatokat rejtnek, amelyek nagymértékű hullámzás esetén akár szélsőséges hatással is lehetnek az üzletmenetre. A forintban való könyvvezetés és beszámolóképzés esetén alapvető problémát jelent, hogy a nem realizált árfolyam-különbözet miatt a vállalkozások eredménye a könyvekben jelentősen eltérhet a tervezettől, annak ellenére, hogy ez sokszor csak a számviteli szabályokból származó veszteséget vagy nyereséget jelent, tényleges gazdasági veszteség vagy nyereség nem éri a cégeket.

A dolgozat készítése során célul tűztem ki az árfolyamkockázat pénznemváltással történő megoldásának ismertetését, mely aktuális és sokat vitatott téma nem csak a politikai és szakmai körökben, de a vállalatok vezetősége, tulajdonosai között is. A dolgozatban bemutatásra kerül, hogy az árfolyamváltozásoknak milyen hatásai lehetnek a forintban könyvelő, főként az export és/vagy import tevékenységet végző vállalatok eredményére. Foglalkozom azzal, hogy mely cégek térhetnek át, és melyeknek lehet érdemes áttérniük euróban vagy más funkcionális pénznemben történő könyvvezetésre és beszámolóképzésre, milyen feltételeknek kell megfelelniük a cél érdekében, valamint mik lehetnek a devizanemváltás előnyei és hátrányai. Továbbá ismertetem a devizaáttérés folyamatát.

Kutatásomhoz forrásgyűjtést alkalmaztam, elsősorban hazai szakirodalmakat, valamint gazdasági hetilapokat, szakmai folyóiratokat és az internetet használtam.

Dolgozatom írása közben arra a következtetésre jutottam, hogy a számviteli törvény által lehetővé tett beszámolási devizanem választása során nem az adminisztratív, adózási és informatikai szempontok a legfontosabbak, hanem az, hogy a beszámolási devizanem összhangban legyen a társaság kockázatkezelési elveivel és gyakorlatával.

Habár a devizás könyvvezetésre való áttérés óriási „reklámot” kapott a különböző folyóiratokban, hetilapokban, mint például a HVG-ben, Világ gazdaságban, illetve az interneten, arról ritkán írtak, hogy vannak más megoldások is arra, hogy a vállalkozások védekezzenek az árfolyamkockázat ellen (pl. fedezeti ügyletek kötése).

VERTETICS VIOLA

Végzés éve: 2010

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Farkas Ferencné
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

NŐI ESÉLYEGYENLŐSÉG? TÁMASZ!

Female equal opportunities? TÁMASZ!

TDK-dolgozatom kutatási területének a nők és férfiak közötti esélyegyenlőséget választottam. Kutatásom során arra keresem a választ, hogy napjainkban mely területeken van a nemek között esélyegyenlőtlenség. A kutatásommal a következőt próbálom igazolni: "Hiába léteznek az esélyegyenlőséggel kapcsolatos jogszabályok Magyarországon, a nőkkel szemben még mindig él a hátrányos megkülönböztetés az élet számos területén". Kutatásaim során megállapítottam, hogy a legnagyobb hátrányt az előrelépés és bérezés területén szenvedik el a női munkavállalók.

Célom, hogy feltárjam azokat az okokat, amelyek miatt a női munkavállalók hátrányos helyzetben vannak a fent említett területeken. Dolgozatomban elsőként olyan akadályokat sorakoztatok fel, amelyek miatt a nők nehezebben képesek vezetői pozíció betöltésére. Majd megvizsgálom, hogy mik okozzák a nemek közötti hatalmas bérkülönbségeket. Végül olyan tanácsokat, ötleteket próbálom adni, amelyek megoldást nyújthatnak a nemek közötti esélyegyenlőtlenség megszüntetésére.

Dolgozatom megírásához felkutattam a témában releváns szakirodalmakat, szakkikkeket, valamint a jobb alátámaszthatóság érdekében készítettem egy saját kérdőíves kutatást is. Ezek alapján azt a következtetést sikerült levonnom, hogy a mai napig nincs esélyegyenlőség Magyarországon a nemek között. Úgy gondolom, hogy a legnagyobb problémát az jelenti, hogy nem teszünk az esélyegyenlőtlenség megszüntetése ellen. Sokan vagyunk Magyarországon, akik elégedetlenek a jelenlegi állapotokkal, de igazi cselekvésre, úgy gondolom, nagyon kevesen hajlandóak. Véleményem szerint, csak akkor beszélhetünk majd esélyegyenlőségről, ha megszűnik a munkaerőpiaci szegregáció, s ezáltal az „üvegplafon-effektus” és a „béröllő”.

VESZELY RÉKA

Végzés éve: 2010

Közgazdász-gazdálkodási (O)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulensek: Kodenko Jekatyerina
adjunktus, Szent István Egyetem*

*Dr. Vásáry Miklós
adjunktus, Szent István Egyetem*

**AZ EU-S CSATLAKOZÁS HATÁSA MAGYARORSZÁG PÉNZÜGYI ÉS
JÖVEDELMEZŐSÉGI HELYZETÉRE A CORN-AGRO KFT.-ÉN KERESZTÜL**

The impact of the EU accession on Hungary's financial and profitable position
through CORN-AGRO Ltd.

Az európai uniós csatlakozást követően Magyarország is részesévé vált a Közös Agrárpolitikának (KAP) és ennek révén a közösségi mezőgazdasági támogatási rendszernek. A KAP rendszerének közel 50 éves működése során meghatározó alapelv volt a mezőgazdasági termelők piaci védelme, megfelelő jövedelem biztosítása.

A KAP az eltelt évek során több jelentős reformon esett át. E reformlépések jelentős mértékben átalakították a rendszer meghatározó elemeit, igazodva a Közösség saját (pl. költségvetési terhek) és az EU-n kívül megjelenő, külső (pl. WTO-tárgyalások) követelményekhez. Így változott a közösségi támogatási rendszer is. Az átalakulás során jelentős hangsúly helyeződött a termelők jövedelemtámogatási rendszerének gyökeres átalakítására és egyéb pl. vidékfejlesztési célok előtérbe helyezésére.

A jövőbeni agrártámogatások szerepe, költségvetési támogatottsága, működési mechanizmusa is várhatóan módosulni fog. A hazai termelőknek a változások figyelembe vételével kell működési körülményeiket alakítani.

A fentiek tükrében célom, hogy a jelenlegi agrártámogatási rendszer hatékonyságát vizsgáljam egy magyar mezőgazdasági vállalkozás működése alapján. A megállapításaim és a várható KAP módosítások alapján konkrét és általános következtetéseket vonok le, továbbá javaslatokat fogalmazok meg a vállalkozás jelenlegi és várható helyzete vonatkozásában.

VINCZE JUDIT

I. évfolyam

Környezetmérnök (M)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Vegyésmérnöki és Biomérnöki Kar

*Konzulens: Dr. Kurtán Lajosné dr. Vadászlaki Ilona
egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

A GEOTERMIKUS ENERGIA HASZNOSÍTÁSÁNAK ANOMÁLIÁI MAGYARORSZÁGON

Anomalies of the geothermal energy usage in Hungary

Magyarországnak az Európai Unió irányelveinek megfelelően 2020-ig 13%-ra kell növelni a hazai megújuló erőforrások hasznosításának arányát. Hogyan fogjuk ezt kivitelezni? Mi lesz a fő energiaforrás?

Szakértők szerint a Kárpát-medence geotermikus energiahasznosítás szempontjából rendkívül jó adottságokkal rendelkezik, mégis elenyészően kevés az innen kinyert hazai energia. Miért nem tudunk szabadulni a külföldi energiaszolgáltatóktól? Mit tesz ebben a helyzetben az állam? Mit tesznek a szakemberek? Mit tesz a MOL? Hol találkozik a fenti három érdeke, és hol ütközik? Miért telik közel egy évbe a szükséges engedélyek megszerzése egy geotermikus erőmű létrehozásához?

TDK-dolgozatomban ezekre és hasonló kérdésekre igyekszem megtalálni a választ, bemutatva a geotermikus energiahasznosítást külföldi és hazai viszonylatban. Több szakértővel is konzultálva több szemszögből vizsgálom meg a magyarországi problémát, megkeresve a hibákat és a buktató pontokat.

Esettanulmányként a Nagyszénási 3. sz. geotermikus kút körüli jogi vitát mutatom be, mely Vén István és a MOL között zajlik jelenleg. Vén szerint a MOL több ízben hamisan nyilatkozott a kút tulajdonjogát illetően, majd 7 évre börtönbe is juttatta őt. A kártérítési követelés 20 milliárd Ft.

Dolgozatomat 2009-ben írtam, azonban a téma relevánságát az idő bizonyította, hiszen egy évvel később az új kormány tervei között is fontos szerepet kapott Földünk hőjének kiaknázása. Az elkövetkező, 2011-es év továbbá kiemelten meghatározó lehet, hiszen az Európai Unió soros elnökségével még több lehetőségünk nyílik a változtatásra. Csak rajtunk áll, tudunk-e élni vele.

VINCZE JUDIT

III. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi és Vendéglátó Ipari Főiskolai Kar

*Konzulens: Dr. Antalné dr. Szántó Zsuzsanna
címzetes főiskolai docens, Budapesti Gazdasági Főiskola*

E-BANKING RENDSZEREK

E-Banking systems

A XXI. században egyre nagyobb jelentőségük van a különböző internet bankoknak. Ez a szolgáltatás egyre népszerűbb, mert időt és pénzt takaríthatunk meg használatukkal. A kényelem is fontos szerepet játszik a szolgáltatás elterjedésében.

Ez a téma nagyon komplex, ezért a dolgozatomban kitérek minden részletre. Először általánosságban mutatom be az internet bankok rendszerét, majd az OTP Bank elektronikus bankjával konkretizálom a leírtakat. Ezenkívül vizsgálok és értékelek még néhány magyar internet bankot. A konkurencia vizsgálata nagy segítség lehet abban, hogy a hazai bankszektort jobban megismerjem. Mivel ez a szolgáltatás az interneten alapul, elemeztem az OTP Direkt oldalait is. (Színek, vizuális megjelenés, funkciók, tartalom stb.)

A fő forrása a dolgozatomnak a különböző bankok weboldalai mellett a Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének elemzéseit voltak. A dolgozatomban a primer és szekunder kutatás módszerét is alkalmaztam, hiszen a forrásokban található információk mellett saját gondolataimmal is jelentős mértékben kiegészítettem munkámat.

A dolgozatom végén egyéni ötletemet is bemutatom.

VIRÁGH BERNADETT

Végzés éve: 2010

Kereskedelem és marketing (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Nagy Szabolcs
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

**ÉRTÉKREND ÉS A DIVAT EGYMÁSRA GYAKOROLT HATÁSÁNAK VIZSGÁLATA A
MISKOLCI EGYETEM KÜLÖNBÖZŐ KARAIN TANULÓ HALLGATÓK KÖRÉBEN**

The investigation of correlation between the system of values and fashion among students of
different faculties at the University of Miskolc

Az OTDK dolgozatom központi témája, a Miskolci Egyetem hallgatóinak értékrendje, és annak változása, amelyet a gazdaság jelenlegi helyzete és a különböző életmódok ihlettek meg. Elsősorban kari bontásban fogom megvizsgálni a megkérdezett egyetemistákat, akik attitűdjét, véleményét kérdőív segítségével térképezem fel. Az így kapott eredményeket fogom összehasonlítani, és elemezni, először karonként, majd egymáshoz viszonyítva a kapott értékeket. A lekérdezés során összegyűjtött széleskörű információkat, a divat témakörére szűkítem le. Mivel a divat is egy tágabb fogalom, témakör, így ezen belül, a divatos életmódra terjed ki a kutatásom. A divatos életmód alatt, a trendi öltözködést, -táplálkozást, -kikapcsolódást és -hobbikat értem. A fiatalság életmódját mindig meghatározta az adott kor divatja, melyet ki-ki társadalmi helyzetétől és neveltetésétől függően különböző képpen követ. Arra a kérdésre keresem a választ, hogy a mai fiatalok életében mennyire játszik központi szerepet a divat, és ez hogyan befolyásolja a döntéseiket, valamint azt, hogy a divatkövetés, és az egyediség a mai társadalomban negatív, vagy pozitív megítélésű-e. Az adatok elemzése a List of Values értéktipológia segítségével fog megtörténni. A kiértékelésben reális adatokat és összefüggéseket kívánok szerepeltetni. Az OTDK dolgozatom célja az, hogy feltárjam a Miskolci Egyetem tanulóinak – akik kb. 18 és 26 év közötti fiatalok – élethez való hozzáállását, a jövőre vonatkozó elképzeléseit, döntéseiket, valamint azt, hogy melyek azok az értékek, amelyek meghatározzák az életüket, és az attitűdjüket.

VÍZI ORSÓLYA

III. évfolyam

Kereskedelem és marketing (A)

Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Horváth Marianna
főiskolai tanársegéd, Szolnoki Főiskola*

**KOMISSIÓZÁSI PROBLÉMÁK FELTÁRÁSA EGY NAGYKERESKEDELMI
VÁLLALATNÁL**

Revealing picking problems at a wholesale company

Dolgozatomban a logisztika tudományán belüli raktározás folyamatát mutatom be elméleti szinten, majd ennek valóságát támasztom alá a gyakorlati résszel, amelyet a GlobalLog Kft.-n keresztül vezetek le. Kutatásom során célom az volt, hogy minél aprólékosabban, részletesebben megismerhessem az áru raktárba be-, illetve kiszállítása közötti lépések folyamatát. Emellett pedig a dolgozatomban létrejött támogató vállalat segítségével a komissiózás-és a nyilvántartási rendszerben olyan problémák is a felszínre kerültek, melyek megakadályozzák a cég működésének hatékonyságát. Ezen állapot felszámolása végett kutattam olyan lehetőségek után, melyek esetleges bevezetésével a jövőben a társaság sokkal eredményesebben működhetne.

Munkám során primer és szekunder kutatást is végeztem annak érdekében, hogy minél jobban átláthassam a folyamat működését, annak előnyeit és hátrányait.

Primer kutatásom mélyinterjú keretein belül zajlott a GlobalLog Kft. raktárvezetőjével. Segítségével jobban megértettem feladatkörük fontosságát, sok információval lettem gazdagabb a tárolási folyamat működését illetően, emellett pedig megfigyelhettem az elméletben rögzítettek gyakorlati mivoltát is.

Szekunder kutatásomban különböző szakfolyóiratot és szakirodalmat használtam fel, melyek hozzájárultak dolgozatomban mind elméleti, mind gyakorlati részéhez.

Miután minden oldalról körbe jártam a raktározás témáját, már saját magam is le tudtam vonni a konklúziót. Ahhoz, hogy minden vállalat sikeres legyen, az a legfontosabb, hogy próbáljanak meg lépést tartani a világ, a technika, a technológia fejlődésével. A versenyképesség eléréséhez, és főleg megtartásához folyamatos fejlődésre van szükség. Emellett a másik fontos tényező, amit szem előtt kell tartania minden vállalatnak, az az általuk nyújtott munka minősége. Törekedni kell arra, hogy az üzleti partnerek maximálisan elégedettek legyenek a kapott szolgáltatással, és ezáltal pozitív szájreklám terjedjen el az adott társaságról, mert ez volna minden vállalat álma.

VIZKELETI ANNA

IV. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Tóthné dr. Szita Klára
egyetemi docens, Miskolci Egyetem*

KLÍMAPOLITIKA A NEMZETKÖZI ÉS A HAZAI GYAKORLATBAN

Climate policy in the international and national practice

A XXI. század emberének új fogalommal, a klímaváltozással kell megismerkedni. A politikusok, a gazdasági-társadalmi kérdésekkel foglalkozó szakemberek is előbb-utóbb szembekerülnek ezzel a minőségileg új kihívással. Új elméletek, modellek születnek, melyek a klímaváltozás mellett szólnak. Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy a releváns nemzetközi szervezetek: ENSZ, EU, IPCC milyen eredményeket értek el eddig a klímapolitikában, hiszen a klímaváltozás globális jellege összehangolt kutatási programokat és nemzetközi intézkedéseket tesz szükségessé, valamint összefoglalom hazánk klímapolitikában végzett eddigi legfontosabb eredményeit.

A dolgozat második része saját kutatásom bemutatása. Az éghajlatváltozás elleni küzdelem olyan kérdés, amelyet az állam önmaga nem tud a rendelkezésére álló eszközökkel megoldani. Szükség van a társadalom klímaturatosságára. Már volt Magyarországon egy országos véleménykutatás 2006. szeptember 5–12. között, a szerzők szerint az első klímafelmérés ez volt hazánkban: kérdőív segítségével a nemzetközi vizsgálatokban is szereplő kérdésekre keresték a hazai felnőtt lakosság választát.

Kérdőíves megkérdezés segítségével középiskolások között keresem ugyanezen kérdésekre a választ. A kutatásom mégis különbözik a fent említett klímafelméréstől. Jó néhány kérdést a diákoktól életkoruk miatt nem lehetett megkérdezni. Izgalmasnak tűnnek azonban a hasonló kérdésekre adott válaszok, össze lehet hasonlítani a felnőtt lakosság válaszaival. A klímafelmérés óta több év telt el. Ez alatt az idő alatt nem történt olyan fordulat a középiskolás oktatásban, mely mértékadóan befolyásolná, és talán a diákok javára pozitív eredmény zárná a közvélemény kutatást, az ismereteiket illetően.

Kutatásommal az a célom, hogy feltérképezzem a jelenlegi középiskolások éghajlatváltozással kapcsolatos ismereteit, szeretnék képet kapni a felnövekvő nemzedék környezettel kapcsolatos magatartásáról, feltárjam a hiányosságokat (elsősorban az ismeretekben, a nevelésben), amelyeknek a pótlása a környezetért felelős életvitel kialakulását elősegítheti.

A kutatás eredménye lehangoló volt. Az ismereteik felületesek, környezeti tudatosságuk és a környezeti attitűd alacsony színvonalú.

VLASITS GERGELY

III. évfolyam

Turizmus-vendéglátás (A)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Apáczai Csere János Kar

*Konzulens: Dr. Darabos Ferenc
főiskolai docens, Nyugat-magyarországi Egyetem*

GYŐR A FENNTARTHATÓ TURIZMUS FÓKUSZÁBAN

Focus on maintainable tourism of Győr

Dolgozatomban Győrnek a magyar idegenforgalomban betöltött szerepét és fenntartható turizmusának összefüggéseit vizsgálom. A téma aktualitását adja, hogy Magyarország 2009. évi gazdasági mélyrepülése – mely a turizmust érintette leginkább – és 2010. évi rehabilitációja után a szállásadással, vendéglátással foglalkozó vállalkozások új generációja jelenik meg (ld. 2011 januárjától a Hotel Stars Union rendszer bevezetése hazánkban). A városnak most lehetősége van a multi- és transznacionális vállalatoknak otthont adó, iparvárosként elhíresült településből a Nyugat-Dunántúl turizmusának fellegrárává előlépni. Arra a megállapításra jutottam, hogy ebben az átgondolt, középtávú folyamatban a környezeti tényezőkre kiemelt hangsúlyt kell fektetni. Mindehhez természetesen szükség van a jól működő turizmus menedzsmentre, amely összefogja és irányítja az idegenforgalmat befolyásoló tényezőket, változókat. Megvizsgáltam a város turizmusának gyenge pontjait és kerestem ezen problémakörök létrejöttének okait, továbbá összehasonlító elemzéseket végeztem a Nyugat-dunántúli Régió azon településeivel, ahol már hosszú idő óta virágzik az idegenforgalom. Tanulmányoztam a fenntartható turizmus és az idegenforgalom indikátorait, megkerestem az általam prioritásban első helyre tett terület, a környezetvédelem szakembereit, hogy megvizsgálhassam a város bioszférájának jelenlegi állapotát, majd egyéni ötleteim alapján kutatásokat végeztem megoldásokat keresve. Immáron harmadik éve élek Győrben a Nyugat-magyarországi Egyetem Apáczai Csere János Karának turizmus-vendéglátás szakos hallgatójaként. Megszerettem a várost, az életem részévé vált, ő lett a második otthonom. A jövőben szeretnék a város egyik idegenforgalmi szakembere lenni és úgy érzem, jelen dolgozatom elkészítésével megtettem az első lépést.

VRABÉLY BALÁZS

I. évfolyam

Vezetés és szervezés (M)

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Pitlik László
egyetemi docens, Szent István Egyetem*

**EGY LABDARÚGÓ KLUB, MINT SPECIÁLIS VÁLLALAT HUMÁNERŐFORRÁS-
MENEDZSMENTBELI PROBLÉMÁINAK MEGOLDÁSA HASONLÓSÁGELEMZÉSSEL**

A football club, like special campany's problem of the management solution with similarity analysis

Ahogy a cím is mutatja a dolgozat egy vállalat menedzsmentjében felmerülő problémákkal kíván foglalkozni, s mind ezt egy labdarúgó csapatra vetítetten, hiszen egy labdarúgó klub belső strukturális felépítése nem különbözik számottevően egy vállalat felépítésétől. Mivel ugyanúgy jelen vannak felsővezetők, középvezetők mint beosztottak mindkét területen.

A dolgozat során választott példát (sportklub) a korábban a 2010-es dél-afrikai labdarúgó világbajnokságra készített (ezen szempontoknak megfelelő) elemzések, előrejelzések (<http://miau.gau.hu/myx-free/nos/>), valamint az ezen munkára (is) alakult spin-off cég (InnoHow) indokolja.

A dolgozat így foglalkozni kíván a humánerőforrással kapcsolatos feladatok (bérek egyensúlyozása, racionalizált létszámleépítés, év végi jutalmak kiosztásának objektívizálása), fejlesztési, valamint előrejelzési problémák kezelésével.

A fentebb említett problémákat, feladatokat a COCO hasonlóságelemző (2010-es fejlesztés) motor futtatásával lettek megoldva, elvégezve.

Ezen problémák ilyen szemszögből való megközelítése hasznos lehet egy szervezet minden rétegében elhelyezkedő foglalkoztatójának, foglalkoztatottjának. Illetve haszonnak tekinthető a módszer objektívitasának köszönhetően az ezen a területen előforduló gyakori (elsősorban a felmondásokat követő) perek minimalizálása.

WÁGNER JÓZSEF

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Gazdasági Főiskola

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Konzulens: Dr. Gubán Ákos
főiskolai tanár, Budapesti Gazdasági Főiskola*

REVENUE MANAGEMENT BEMUTATÁSA ÉS IMPLEMENTÁLÁSA A BKV ZRT.-BE

Introduction of the revenue management and its implementation at BKV PLC

A dolgozatomban, a légi iparban és a turizmusban használatos sajátos vezetési technikát, a Revenue Managementet (RM) kívánom bemutatni. Részletesen kitérek a vezetési sajátosságokra, a célkitűzésekre, a rendszer működéséhez szükséges alapokra.

Dolgozatom három fő részre osztható. Az első részben általánosan bemutatom a Revenue Managementet. A fő hangsúlyt az árképzési és a helyallokálási sajátosságokra helyeztem. Az egész rendszert főként a légitársaságok szempontjából mutatom be, de kitérek a turizmusban fellelhető sajátosságokra is.

A dolgozatom második részében a BKV Zrt. RM típusú döntéseit, rendszereit, szegmentációs eszközeit vizsgálom, megpróbálom rámutatni a hiányosságokra. Megoldási javaslatokkal szolgálok a különböző szegmentációk megvalósulásának érdekében.

A dolgozatom harmadik, egyben utolsó részében az előző megoldási javaslatról kérdőíves felmérést is végeztem, aminek az eredményét be kívánom mutatni.

WALE ALMAZ

IV. évfolyam

Nemzetközi gazdálkodás (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

MADÁCSI ÁDÁM

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Konzulens: Dr. Marjainé Szerényi Zsuzsanna
egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem*

„GREEN IS COOL!”

**– AVAGY A KÖRNYEZETI ATTITÚD BEFOLYÁSOLÁSÁNAK LEHETŐSÉGEI A
FIATALOK KÖRÉBEN**

„Green is Cool!”

– Or the possibilities of influencing the environmental attitude among young people

Dolgozatunk alapfeltevése, hogy a globális környezeti problémák megoldása és a fenntartható fejlődés kialakítása hosszú távon a környezeti tudatosság kiépítésével és a fogyasztói magatartás környezetbarát szemléletűvé alakításával érhető el sikeresen. Meggyőződésünk szerint e szemléletváltás – a pszichológiai attitűdmodellek alapján – bizonyítottan a fiatalok körében valósítható meg a legkönnyebben. Hipotézisünk alapján ennek leghatékonyabb eszköze az érzelmi elkötelezettség (affektív attitűdkomponens) kialakítása a környezeti marketing eszköztár felhasználva.

Kutatásaink segítségével kívántuk bizonyítani a hipotézis gyakorlati megvalósíthatóságát illetve potenciális eredményességét. Szekunder kutatásaink kiterjedtek az alkalmazott- és reklámpszichológia, a környezeti attitűdvizsgálatok és a fogyasztói magatartás területeire. Munkánk során elméleti háttérként támaszkodtunk többek között Fishbein háromdimenziós attitűdmodelljére, az ajzeni TPB-modellre, Kotler magatartáspiráljára, az ökológiai tudatformálás lehetséges elméleteire, a környezeti és a társadalomközpontú marketingteóriákra (Peattie, Banerjee), Cerovsky-féle környezeti nevelés tipológiájára, illetve a kelleri márkarezonancia-elméletre.

Az elméleti háttérrel primer kutatásokkal támasztottuk alá. Elsőként kvantitatív kutatásként 3 budapesti középiskolában 203 fős kérdőíves felmérést végeztünk, mely a környezeti magatartást (TPB-modell alapján), a környezeti attitűdöt és az attitűd formálásának sikerességét veszi górcső alá a médián keresztül (médiafogyasztás, top of mind vizsgálat és Fishbein modell).

Primer kutatásunk második pillére egy kvalitatív kutatás, melynek keretében interaktív fókuszcsoport beszélgetést folytattunk középiskolásokkal (környezeti ismeretanyag, környezetvédelmi lépések és megoldási lehetőségek kérdéskörében).

Vizsgálódásunk harmadik részegységeként szakmai mélyinterjúkat készítettünk a gyakorlati megvalósulás és elért sikerek bemutatására, melyek alanyai az Ökopannon Nonprofit Kft. kommunikációs igazgatója (üzleti szféra), illetve a Magyar Rádió környezetvédelmi műsorainak főszerkesztője (állami szféra) volt.

Végül e kutatások segítségével eredményesen tudtuk bizonyítani a környezeti marketing környezeti attitűdre illetve környezettudatos magatartásra irányuló hatékonyságát a gyakorlatban.

WEISZ MARGIT

I. évfolyam

Vidékfejlesztési agármérnök (M)

Kaposvári Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Szente Viktória
egyetemi adjunktus, Kaposvári Egyetem*

AZ IN-STORE MARKETINGSZKÖZÖK SZEREPE A BIO- ÉS REFORMBOLTOKBAN

The role of in-store marketing tools in organic and reform shops

A tanulmány a kaposvári bio- és reformboltokban alkalmazható in-store marketingeszközöket vizsgálja szekunder és primer kutatások alapján. Hipotézisem szerint a vizsgált üzletekben nem használják ki eléggé az in-store marketing adta lehetőségeket. Más bioélelmiszert is forgalmazó kiskereskedelmi láncok helyi egységei viszont szélesebb körét alkalmazzák ezeknek az eszközöknek bioélelmiszerekre vonatkozólag. Célkitűzésem ezért az volt, hogy szekunder és primer kutatásom eredményei tükrében javaslatokat tegyek az in-store marketingeszközök hatékonyabb alkalmazására a bio- és reformboltok számára.

Szekunder kutatás keretében először röviden jellemeztem a hazai bioélelmiszer piac szerkezetét és az in-store marketinget. Primer kutatásom során többféle kutatási módszert alkalmaztam. Végeztem szakértői mélyinterjúkat a vizsgált, kaposvári bio- és reformboltok tulajdonosai és eladói között. Ezt kiegészítve rendszeres megfigyeléseket is folytattam ezekben a boltokban és más, ökoélelmiszert is kínáló kiskereskedelmi láncok helyi üzleteiben. Fogyasztói kérdőíves megkérdezéssel boncolgattam a kaposvári bio- és reformboltok vásárlóinak fogyasztói magatartását, in-store marketinggel kapcsolatos elvárásait.

Munkám során megállapítottam, hogy a kaposvári bio- és reformboltok nem használják ki kellőképpen azokat a boltban belüli kommunikációs és ösztönző lehetőségeiket, amelyekkel képesek lennének megkülönböztető pozíciót elérni a hagyományos kiskereskedelemmel szemben. Alkalmazott eszközeik általában a bolt berendezési tárgyainak anyagában, valamint néhány információs eszközben kimerülnek. Vizsgálataim arra is rámutattak, hogy más, bioélelmiszert is forgalmazó kaposvári kiskereskedelmi láncok helyi üzleteiben figyelemfelkeltő táblákkal, választékos elrendezéssel, hívogató polcképpel hívják fel a figyelmet a termékkörré. Továbbá világossá vált, hogy fogyasztói oldalról több olyan in-store eszközre is szükség van, amiket jelenleg nem vagy ritkán alkalmaznak a bio- és reformboltokban.

Kutatásaim nyomán javaslatokat tettem a kaposvári bio- és reformboltok in-store marketingstratégiájára vonatkozólag. Véleményem szerint a bioélelmiszerek megkülönböztetett elhelyezésével, figyelemfelhívó és ismeretterjesztő in-store eszközökkel, továbbá a fő célcsoporthoz alkalmazkodó bolti atmoszféra kialakításával javíthatnának ezen üzletek a jövőbeli piaci helyzetükön.

WINKLER PETRA ANDREA

IV. évfolyam

Műszaki menedzser (A)

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Konzulens: Kovácsné Bukucs Erzsébet
mestertanár, Óbudai Egyetem*

HITELINTÉZETEK ÉS AZ ŐKET SZABÁLYOZÓ PSZÁF MEGKÖZELÍTÉSE FOGYASZTÓVÉDELMI SZEMPONTBÓL

Loan offices and them regulating HFSA approach from a consumer protection viewpoint

Dolgozatomban részletesen foglalkozok napjaink égető problémájával, a 2008-as Gazdasági Világválsággal. Manapság már csak magáról, mint tényről hallani a médiában, pedig mint mindennek, a Világválságnak is voltak jól látható előjelei, amire a neves közgazdászok megpróbálták felhívni a figyelmet, sajnos eredménytelenül.

A gazdasági eseményeket elemezve kiderül, hogy voltaképpen 2000-től megmutakoztak a recesszió jelei. Nem is gondolnánk, hogy mindehhez elég egy nem körültekintően megválasztott hitelkonstrukció, ami sajnos tömegesen volt megfigyelhető az amerikai hitelintézeteknél. 2006-ban már minden arra megfelelő személynak volt hitele, a bankoknak új ügyfelek után kellett néznie, így olyanok is kaphattak kölcsönt, akik nem lettek volna rá jogosultak. Ezek a kölcsönök aztán nem kerültek visszafizetésre, így okozva likviditási problémákat a hitelt folyósító bankoknak. A rengeteg bank által visszavett ingatlan jelzálogválságot eredményezett, a likviditási problémák pedig megbénították a többi ágazatot is. Innentől kezdve az amerikai jelzáloghitel-válság globálisan kiterjedt, elérve ezzel Magyarországot is. Az ezt követő fejezetekben elemzem, milyen lépések történtek hazánkban a válság enyhítésével kapcsolatban. Foglalkozom a Magyar Nemzeti Bank válságkompenzáló tevékenységeivel, és a *Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyeletének (PSZÁF)* törekvésivel. A téma feldolgozásából adódott, hogy a magyarországi problémák hátterében amerikai mintára itt is megtalálhatjuk a nem megfelelően szabályozott hitelintézeteket, és a nem körültekintően megválasztott kölcsönre való kérelmeket, amik nehezítették a létrejött gazdasági helyzetet. Ezt a fajta gondolkodásmódot egy kérdőívvel is igyekszem alátámasztani.

A nemzeti törekvéseket figyelembe véve igyekszem javaslatot tenni arra, hogy rövid- és hosszú távon mely módszerek vezethetnek ahhoz, hogy csökkenti lehessen egy újabb világméretű válság kialakulásának lehetőségeit, és ezek a következők:

- Milyen lépésekkel és jogi szabályozással lehetne jobban ellenőrizni a hitelintézetek működését?
- Hogyan lehetne a köztudatba jobban bevezetni az oly nélkülözhetetlen pénzügyi fogalmakat?

ZAJA RÓBERT

Végzés éve: 2010

Pénzügy és számvitel (A)

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Szabó Zoltán
egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem*

**A KÖTELEZŐ MAGÁNNYUGDÍJPÉNZTÁR KIVÁLASZTÁSÁBAN SZEREPET JÁTSZÓ
FŐ TÉNYEZŐK**

The main factors affecting the choice between mandatory private pension funds

A dolgozat fő célja annak a komplex döntési környezetnek a vizsgálata, amelyben az emberek kötelező magánnyugdíjpénztárt választanak maguknak. A folyamat során olyan, a racionalitást torzító hatások figyelhetők meg, amelyek a rendszer – a dolgozat lezárásának időpontjában bizonytalan – jövőjétől függetlenül figyelmet érdemelnek.

A tanulmány röviden ismerteti az emberi viselkedés racionalistól eltérő elemeit vizsgáló tudomány, a gazdaságpszichológia történetét és az általa leírt legfontosabb jelenségeket. Ezután megvizsgálom a pénztárakat egymástól megkülönböztető két fő tényezőt: az elért hozamot és a felhasznált marketingeszközöket. A dolgozat során szekunder kutatásra alapozva feltárom azokat a szempontokat, amelyek alapján megtörténik a választás, nem megfelelően a pénztárak közötti át- és a társadalombiztosítási rendszerbe történő visszalépés lehetőségéről. Igyekszem javaslatot tenni a racionalitást befolyásoló tényezők kiküszöbölésére. Végül a jelenleg Magyarországon fennálló helyzet alapján kísérletet teszek az állam nyugdíjrendszerben játszott szerepének elemzésére. Megvizsgálom a hagyományos paternalizmus és a döntési szabadságot meghagyni kívánó libertáriánus paternalizmus eszközeit, valamint a kötelező pénzügyi oktatás bevezetésének lehetőségét.

ZÁMBORSZKY GYÖRGY

I. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (M)

Debreceni Egyetem

Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Konzulens: Dr. Felföldi János
egyetemi docens, Debreceni Egyetem*

**GYÜMÖLCSFORGALMAZÓ VÁLLALKOZÁSOK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE A
VÁLLALATI ÉLETCEKLUS ASPEKTUSÁBÓL**

Comparative analysis of fruit dealer corporations in the aspect of the corporate life cycle

Napjainkban a stabil növekedés jelenti a legnagyobb versenyelőnyt a vállalatok között, hiszen azon túl, hogy a verseny kiéleződött, a gazdasági válság következményeképpen fenntartásuk és növekedésük finanszírozása is veszélybe került.

A vállalkozásokat nem csak az eltérő feltételrendszer, de a tevékenység jellege és az erőforrás szerkezet is megkülönbözteti. Ezek a megkülönböztető jegyek további differenciálódást eredményeznek, amelyek a vállalkozások életében eltérő mértékben, de mindenképpen azonosíthatók és vizsgálhatóak.

Ezek a jellemzők olyan elméletek megszületését és bizonyítását eredményezték, mint a vállalati életciklus elmélet. Céлом az volt, hogy két gyümölcsforgalmazással foglalkozó vállalkozás feltétel és erőforrás szerkezete alapján a létrejöttétől eltelt időszakot a vállalati finanszírozás és növekedés oldaláról feltárjam. Ehhez vizsgáltam az előző évek mérlegeit és eredménykimutatásait. Továbbá az évenkénti bontásban szükséges, de a standard kimutatásokban nem szereplő értékeket kalkuláltam, hogy az életciklus, a finanszírozás és a növekedés kérdéseit vizsgálhassam. Ezek alapján olyan megállapításokat tegeyek, amelyek más, hasonló profilú vállalkozások ilyen aspektusú vizsgálatában alkalmazhatóak.

Az adatok publikus jellegéből adódóan ez a technika kompetitív eszközként is használható azon túl, hogy a saját vállalatunk korát, kapacitását, növekedési hajlamát megbecsüljük. Együttesen alkalmazva egyéb elemző technikákkal egy vállalat potenciálja könnyen hozzáférhető adatok alapján is jól becsülhető, amely segítséget nyújthat a piacon való elhelyezkedéshez.

ZÁVE CZ SZILVIA

II. évfolyam

Közgazdálkodás és közpolitika (M)

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Karner Cecília
egyetemi docens, Nyugat-magyarországi Egyetem*

A MAGYAR JÓLÉTI ÁLLAM SZEREPE A SZEGÉNYSÉG CSÖKKENTÉSÉBEN

The Hungarian welfare state's role in poverty reduction

Magyarországot a kevésbé fejlett európai uniós tagországok közé sorolhatjuk, azonban a társadalmi juttatások terén jóval többet vállal magára, mint egyes közepesen fejlett tagországok. A magyar jóléti ellátórendszer eredményesen teljesít a szegénység csökkentésében, hiszen hazánkban a szegénységi küszöb alatt élők aránya elmarad az európai uniós átlagtól, de ennek ellenére alacsony hatékonysággal működik. Egyre szaporodnak a kérdőjelek a túlméretezett ellátórendszer fenntarthatósága körül. Államháztartási reformot hangoztatva sűrűn szóba kerül a jóléti funkciókon belül a magas arányú szociális kiadások megnyirbálása. Joggal merül fel a kérdés, hogy miként lehetne az arany középutat megtalálni a segélyezők és segélyezettek között. Dolgozatom fő célja az volt, hogy feltárja a magyar jövedelemegyenlőtlenségek indikátorait, továbbá a szociálpolitikában megvalósítható korrekciókra tegyen javaslatot.

Monográfiám első részében az állam ideális méretére kerestem a választ. Megvizsgáltam, milyen jóléti tipizálási architektúrák alakultak ki, segítségükkel pedig a magyar rendszert párhuzamba állítottam más országokkal, ezáltal feltárva a differenciák és analógiák okát. Próbáltam választ találni a magyar rendszer sajátosságaira a történelmi útjának és az államháztartás jóléti funkcionális bontású elemzésével.

A tanulmány második részében a hazai egyenlőtlenségek természetét vettem górcső alá, majd elemzésre kerültek a különböző egyenlőtlenségi tényezőket célzó szociális szubvenciók. Kutatásom során a Pénzügyminisztérium által használt TÁRSZIM 2008-as mikroszimulációs modellel dolgoztam, emellett primer kutatásaim során tapasztaltakat is felhasználtam.

Meggyőződésem, hogy elengedhetetlen az, hogy elkötelezzük magunkat a fiskális fenntarthatóság mellett, hiszen egyszer majd a jövőnk lesz a jelenünk. A szociális rendszerek reorganizációja nélkülözhetetlenné vált, a fenntarthatóságát csak a szolgáltatásokat finanszírozók számának növelésével, illetve a célzottság és hatásosság erősítésével tudom elképzelni. A számításaim eredményeiből arra jutottam, hogy az utóbbi években elindult jóléti reformok a célzottság erősítésében sikeresnek mondhatók, és egyre inkább olyan elveket képviselnek, melyek egy hatékony és fenntartható jóléti állam kiépülése felé mutatnak.

ZIBRICZKY DÁVID

Végzés éve: 2009

Műszaki informatika (O)

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem

Villamosmérnöki és Informatikai Kar

*Konzulens: Dr. Ormos Mihály
egyetemi docens, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem*

NEM-PARAMETRIKUS EGYENSÚLYI MODELLEZÉS A TŐKEPIACON

Non-parametric asset pricing

Jelen dolgozat egyrészt arra a kérdésre keresi a választ, hogy vajon helytálló-e a tőkepiaci árfolyamok modelljének (CAPM), a Fama és French által kidolgozott háromfaktoros, illetve a Carhart által megalkotott négyfaktoros modell azon feltevése, hogy a kockázati faktorok és a várható hozam között lineáris kapcsolat áll fenn. Másrészt nem tudjuk, hogy a kockázati mérőszámok meghatározásakor feltett linearitás megalapozott-e. A feltételezések sérülése esetén új kockázati mértékek levezetésére van szükség. Vizsgálatomat a Standard & Poor's nagy-, közepes- és kisvállalati részvényindex-komponensekből vett 150 részvényből álló véletlen mintán végeztem el. A CAPM-modell esetében az amerikai részvények karakterisztikus egyenesének linearitása minden szokásos szignifikancia szinten elvethető, ezért szemiparametrikus kockázati mértékeket vezettem le. Írásomban megmutatom, hogy ha a karakterisztikus egyenes linearitása sérül, akkor a CAPM béta szignifikánsan alulbecsli az értékpapír kockázatát, ezért a standard piaci kockázati mérték nem használható. A többfaktoros modellek feltevése egyik vizsgálati szegmensben sem vethető el.

ZOLCSÁK DÓRA

IV. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment (A)

Debreceni Egyetem

Közgazdaság- és Gazdaságtudományi Kar

*Konzulens: Dr. Czeglédi Pál
egyetemi adjunktus, Debreceni Egyetem*

AZ AMERIKAI VÁLSÁGKEZELÉS: KEYNESI ÚJJÁÉLEDÉS?

The American crisis management: a Keynesian revival?

Munkám során arra a kérdésre kerestem a választ, hogyan is tér vissza a keynesi elmélet hiányosságai és gyengeségei ellenére is, az amerikai válságreakciókra koncentrálnak, mint a gazdaság beindításában legjobbnak vélt megoldás.

A kérdés megválaszolásához a dolgozat első részében felvázoltam a keynesi elgondolást, mely az aktív állami gazdaságpolitika szerepét tekinti elsődlegesnek, multiplikátor hatása révén a válságba sodort gazdaság egyetlen mentőövéként. Ezt követően foglalkoztam az elméletét erősítő modellekkel, úgy mint a statikus IS-LM modellel és annak dinamizált változatával, majd a rendszeren túlmenő elméletekkel, amelyek már rávilágítanak a keynesi elmélet gyöngeségeire is. Ezek közé tartozik többek között a nyitott gazdaságot modellező Mundell–Fleming-modell, mely rámutat, hogy a választott árfolyamrendszer is mérsékelheti a multiplikátor erejét, valamint a ricardói ekvivalencia és a monetarizmus, amelyek egyenesen megkérdőjelezzik a fiskális politika reálgazdaságra tett jótékony hatását. Mindezek mellett, a nem-keynesi hatásokról szóló fejezet felhívja a figyelmet arra, hogy rövid távon is fel lehetne vállalni a kiigazítás költségét, mert ha megfelelően hiteles a kiigazítás, akkor az pozitív hatást generálhat. Azonban a mostani válság éppen a hitelesség szimbólumát törte ketté, ezért oly súlyos a válságból való kilábalás terhe.

A dolgozat második felében a keynesi elmélet és a jelenkori krízis során alkalmazott intézkedések és a nyomában járó keynesi stimulus hatékonyságát vizsgáltam.

A válság elmélyülése ellen irányuló stimulus csomagok lekövezték Keynes javaslatait, azaz állami beruházási és támogatási programokkal próbálták pótolni a hiányzó keresletet. Ezt az elvet pedig mind Bush, mind Obama elnök követte. Azonban jogosan merülhet fel az a kérdés, miért kell egy olyan elmélethez visszatérni, amely egyszer már rossz gazdaságpolitikát eredményezett. A téves kezelés negatív hatásait az ún. rezsim bizonytalanság segítségével érthetjük meg.

Végül, ha a címben feltett kérdéshez visszatérünk, azaz beszélhetünk-e keynesi újjáéledésről azt mondhatjuk, hogy minden gyengesége ellenére visszatérni látszik, mivel a recesszió leküzdésében talán ez ad a legkonkrétabb útmutatásokat a gazdaságpolitikusok számára. Nem hagyhatjuk figyelmen kívül azonban, hogy a keynesi elmélet a maga korlátozó feltételeivel nem adja meg a siker kulcsát. Véleményem szerint ugyanis hiába lehet a költségvetési politikának pozitív hatása a belső keresletre, csak belső kereslettel gazdaságot élné kiteni nem lehet. A gazdasági növekedés motorja a nemzetközi kereskedelem kell, hogy maradjon.

ZSADÁNYI ÉVA
IV. évfolyam
Kereskedelem és marketing (A)
Szolnoki Főiskola

*Konzulens: Horváth Marianna
főiskolai tanársegéd, Szolnoki Főiskola*

**AZ E-KERESKEDELEM LOGISZTIKAI KIHÍVÁSAI EGY WEBÁRUHÁZ PÉLDÁJÁN
KERESZTŰL BEMUTATVA**

The logistic challenges of the e-commerce illustrated with a webshop's example

A dolgozatom célja az elektronikus kereskedelem, azon belül is a B2B kereskedelem logisztikai kihívásainak bemutatása, és javaslatok tétele a problémák megoldására. A problémák feltárására primer és szekunder kutatási módszereket alkalmaztam. A primer kutatásom során nyolc nagykereskedés képviselőjével készítettem mélyinterjút, a szekunder kutatásomban pedig piackutató cégek elektronikus kereskedelemre és logisztikai szolgáltatásokra vonatkozó elemzéseit használtam fel.

A nyolc nagykereskedést megvizsgálva egyértelművé vált, hogy a legnagyobb probléma a gyártó és a disztribútorok közötti ellátási lánc e-jellegének hiánya, ami készletezési problémákat okoz. A jövőben szeretném kiterjeszteni a kutatásom további nagykereskedők körére.

