

XXXIII. Országos Tudományos Diákköri Konferencia
Közgazdaságtudományi Szekció

Rezümékötet



2017. április 6-8.

Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar
Győr
2017

Szerkesztő: Dr. Konczosné Dr. Szombathelyi Márta és Rákli-Szabados Eszter

A szerkesztésben körműködött: Bura Csaba

Kiadó: Széchenyi István Egyetem

ISBN 978-615-5391-88-0

A kiadvány az NTP NTP-XXXIII.OTDK-M-16-0007 projekt támogatásával valósul meg.

A kötet a rezümétet tartalmilag a hallgató által leadott formában közli. A felelősséget a szerzők vállalják.

A XXXIII. Országos Tudományos Diákköri Konferencia
Közgazdaságtudományi Szekció Tagozattal

Ágazati gazdaságtan I.	- 5 -
Ágazati gazdaságtan II.	- 18 -
Gazdaságpolitika I.	- 28 -
Gazdaságpolitika II.	- 36 -
Gazdaságpszichológia I.	- 43 -
Gazdaságpszichológia II.	- 55 -
Gazdaságtörténet	- 64 -
Humán erőforrás - munkaerőpiac	- 73 -
Humán erőforrás - HR I.	- 89 -
Humán erőforrás - HR II.	- 101 -
Információ-gazdaságtan és gazdasági informatika, e-business I.	- 108 -
Információ-gazdaságtan és gazdasági informatika, e-business II.	- 117 -
Kontrolling és elemzés	- 126 -
Környezetgazdaságtan	- 134 -
Logisztika, ellátási lánc menedzsment	- 147 -
Marketing	- 156 -
Marketing – fogyasztói magatartás I.	- 165 -
Marketing – fogyasztói magatartás II.	- 175 -
Marketing – imázs, márkázás	- 183 -
Online és marketingkommunikáció, média	- 193 -
Mikro- és makrogazdaságtan	- 207 -
Módszertan	- 216 -
Pénzügy – bankrendszer és pénzpiacok	- 229 -
Pénzügy – vállalati pénzügyek, vállalatfinanszírozás	- 237 -
Regionális gazdaságtan és településfejlesztés	- 246 -
Regionális gazdaságtan és területfejlesztés	- 257 -
Sharing economy / közösségi gazdaság	- 268 -
Stratégiai menedzsment	- 280 -
Számvitel	- 290 -
Termelés- és szolgáltatásmenedzsment	- 303 -
Turisztikai termékfejlesztés, turizmusfejlesztés, élményturizmus	- 311 -
Turizmusgazdaságtan	- 324 -
Turizmusmarketing	- 333 -

Vállalatgazdaságtan	- 346 -
Vezetés és szervezés I.	- 354 -
Vezetés és szervezés II.	- 363 -
Világgazdaság	- 372 -
Világgazdaság – EU I.	- 385 -
Világgazdaság – EU II.	- 392 -

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció

Ágazati gazdaságtan I.



KOVÁCS EVELIN

kovacsevelin91@gmail.com

Gazdasági agrármérnök

MSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Apáti Ferenc

egyetemi docens, DE GTK

A csemegekukorica termékpálya gazdasági elemzése

Kulcsszavak: gazdasági elemzés; csemegekukorica; termékpálya

A csemegekukorica Magyarországon a legjelentősebb zöldség, területét és termésmennyiségét illetően. Évi átlagos 30 000 ha vetett területtel és 450-500 000 tonna betakarított mennyiséggel Magyarország a legnagyobb európai termelő, megelőzve Franciaországot, világszinten pedig a termelés 6%-ával rendelkezik. A csemegekukorica döntően ipari felhasználású növény, mintegy 2/3-ából kukorica konzerv készül, mely az egyik legjelentősebb exportcikkünk. Erre a termékpályára jellemző – számos zöldség-gyümölcs ágazattal ellentétben – a stabil működés és a magas fokú vertikális integráció, illetve szervezettség.

Célkitűzésem megtudni, hogy a csemegekukorica termelés költség- és jövedelemviszonyai hogyan alakulnak, hatékony és jövedelmező-e a termesztése. Ezen kérdés megválaszolására hat termelő vállalkozás adatait felhasználva költség-haszon elemzést végeztem, külön kitérve a két alapvető technológia változat (öntözött, öntözetlen) közötti eltérésekre. Következő célkitűzésem megtudni, hogy a csemegekukorica konzerv gyártása során milyen költségek merülnek fel, jövedelmező és hatékony-e a feldolgozás. Ehhez konzervüzemi adatgyűjtésre alapozva szintén költség-haszon elemzést végeztem. A dolgozatban szeretnék választ kapni továbbá arra, hogy mekkora költség és profit keletkezik az egész termékpályán és ezek hogyan oszlanak el a termékpálya szereplői között (termelő, feldolgozó).

Az eredmények alapján megállapítható, hogy a csemegekukorica termelés nyereséges, hektáronként mintegy 180-250 ezer Ft nettó jövedelem, illetve 20-40%-os költségarányos jövedelmezőség realizálható. Az öntözött és öntözetlen technológia között legnagyobb eltérés az öntözés 70-80 ezer Ft/ha-os költségében van, amivel szemben 3-4 t/ha plusz hozam és nagyobb termésbiztonság áll, de a termelés nyeresége érdemben nem változik. A feldolgozó esetében az adatok elemzése után láthatóvá vált, hogy a feldolgozás folyamata szintén nyereséges, hozzávetőlegesen 10%-os költségarányos jövedelmezőség érhető el, amihez relatíve kevés piaci kockázat társul. A termékpálya szereplőinek összehasonlítása során fény derült arra, hogy a termékpályán keletkező nyereség mintegy 60%-a a feldolgozóiparban, 40%-a a termesztésben csapódik le, de utóbbiban sokkal magasabb jövedelmezőségi ráták mellett.

IBERHALT MÁTÉ

mate.iberhalt@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés MSc.

MSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Nagy Lajos
adjunktus, DE GTK*

A DEA elemzési módszer gyakorlati alkalmazásának bemutatása egy konkrét mezőgazdasági vállalkozás példáján keresztül

Kulcsszavak: hatékonyságelemzés; DEA módszer; összehasonlító elemzés, lúdtenyésztés

A gazdasági élet mindennapjaiban számtalan döntési szituációval állunk szemben, mely helyzetekben a döntéshozatal igencsak nagy felelősséggel jár együtt, hiszen a későbbi versenyképesség függhet tőlük. Eme szituációk megoldására tehát, tudatosan kiépített döntési modellek használata szükséges, hogy a körülményeknek megfelelően a leoptimálisabb döntést hozhassuk meg.

A Data Envelopment Analysis (DEA) egy olyan speciális döntési modell, mely alkalmas a döntés szempontjából hasznos információk feltárására, olyan vállalatoknál, melyek több döntéshozó egység integrált működését foglalják magukba. A modell alapvető előnye a hagyományos elemzési módszerektől eltérően, hogy képes pontosan körülírni, hogy az egyes döntéshozó egységek mely paraméterein és milyen mértékben kellene változtatni, ahhoz hogy az adott helyzetnek megfelelően optimális döntést hozhassunk. Ennek megfelelően a DEA módszer igen hatásos eszköze lehet egy vállalkozás hatékonyságának fejlesztésére.

Dolgozatom alapvető célkitűzése, hogy bemutassam a módszer gyakorlati alkalmazásának menetét egy létező mezőgazdasági cég példáján keresztül. Hipotézisem szerint az általam alkalmazott módszer eredménye, olyan új információkat tárhat fel a vállalat számára, amit más gazdasági elemzési módszerek nem mutathattak ki korábban.

Dolgozatomnak több feladata volt. Első körben input és output adatokat gyűjtöttem az általam választott vállalt libatartó telepeiről. Ezt követően elkészítettem a DEA elemzés alapmodelljét a telepek input és output változói felhasználásával, és a modell lefuttatásával rangsoroltam a telepeket hatékonysági értékük szempontjából. Ezután a három leggyengébb hatékonyságú telep részletes elemzéseként létrehoztam a hozzájuk tartozó, vállalati gyakorlatnak megfelelően optimális hatékonyságú hipotetikus telepeket. Végül összehasonlító analízis alá vettem a három nem hatékony telepet és a hozzájuk tartozó hipotetikus telepeket, és meghatároztam a teleppárok közötti eltéréseket, rávilágítva ezzel az egyes telepek problémáira.

A DEA elemzés eredményezte telephatékonysági-rangsor eltér a hagyományos gazdasági mutatókkal számolt hatékonysági rangsortól. A módszer tehát képes volt új információk és összefüggések feltárására, így a munkám hipotézise bizonyítást nyert. A végső következtetésemként megállapítottam, hogy a DEA modell számszerű eredményeinek megfelelő módosítások gyakran nem végrehajthatók, viszont a nagyságrendjük mindenképpen tájékoztat a probléma jelentőségéről, méretéről.

TÓTH LAJOS BÁLINT

ordan7@gmail.com

Regionális és Környezeti Gazdaságtan

MSc, 4. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Pálvölgyi Tamás

egyetemi docens, BME GTK

A fotovillamos napenergia hasznosítás jövőbeli elterjedésének vizsgálata a hazai energiagazdaságban

Kulcsszavak: villamos energia termelés; napenergia; megújuló energia; villamos energia rendszer; villamos energia piaci előrejelzés

A dolgozat célja, a megújuló forrású villamos energiatermelés, hazai energiagazdaságra gyakorolt hatásainak vizsgálata és hatékony, rendszerfejlesztési javaslatok megfogalmazása, különös tekintettel a napenergia hasznosításra. A dolgozat három fő részből áll, melyek témái a következők:

A különböző szabályozási lehetőség bemutatása, a kereslet, illetve a kínálat oldali szabályozási módszerek bemutatása, előnyeiknek és hátrányaiknak ismertetése.

A napenergiát hasznosító háztartási méretű erőművek, valamint a naperőmű parkok jellemzőinek bemutatása, különös tekintettel azok költséghatékonyságára és az ellátásbiztonságra és a CO₂ megtakarításra. A jövőben várható Magyarországon termelt villamos energia kínálatának és a hazai kereslet alakulásának különböző forgatókönyvei esetén kialakuló viszonyok bemutatás.

Az új METÁR rendszer tükrében, a napenergia hasznosítás várható elterjedése a kereslet és kínálat egyes fent ismertetett forgatókönyvei esetén.

Javaslattétel, a magyar villamos energia rendszerben szükségesé váló, költséghatékonyságot és ellátásbiztonságot javító szabályozó intézkedésekre és a napenergia hasznosítás gazdasági előnyeinek és hátrányainak ismertetése.

CSÍKI OTTÓ

csikiotto07@gmail.com

Menedzsment

BA, 2. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

Témavezető:

Dr. Szász Levente

egyetemi docens, Babeş-Bolyai Tudományegyetem (Kolozsvár, Románia), Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Magyar Intézet

A globális versenyhelyzet befolyásoló tényezői az autóiparban

Kulcsszavak: autóipar; autóeladások; minőség; visszahívások; fogyasztói bizalom

A globális autóeladások piacán a világ legnagyobb autógyártói között egy folyamatos és kiélezett versenyhelyzet azonosítható. Ezt a versenyhelyzetet számos tényező befolyásolja, melyek közül az autók minőségi hibái, valamint az ehhez kapcsolódó visszahívások az elmúlt években nagy nyilvánosságot kaptak. Ilyen eset volt 2015-ben a Volkswagen „dízel-botránya”, de korábban is számos ilyen helyzet előfordult, mint például a GM slusszkulcs-botránya”, vagy a Toyota „gázpedál-botrány”.

Ezen példák kiindulva dolgozatom keretén belül globális szinten, kvantitatív módon vizsgálom az autópiacon versenyhelyzet befolyásoló tényezőit. Az autógyártók lehetséges versenyprioritásai közül a minőség fontosságára építem fel dolgozatomat, körüljárva a minőség dimenziót valamint a minőség költségeit a személyautók terén. Ezen elméleti alapok felhasználásával dolgozatom fő célja tehát, hogy feltárjam és számszerűsítsem az autóipari visszahívások hatását az autóeladásokra. Az elemzés a két legnagyobb autópiacon terjed ki: Európára és az Egyesült Államokra. Kína, habár ezek mellett legalább akkora piac az autóipar számára, nem adott vizsgálódási lehetőséget a vásárlók túl magas érzékenysége miatt. Az elemzés számszerűsítése a visszahívások hatását mutatja meg az autóeladásokra. Egyszerű módszerrel, a piachoz viszonyítással kerültek kiküszöbölésre a különböző trenhatások, válságok. Minden esetben láncviszonyszámokat használtam, hiszen a közvetlen hatások vizsgálatát tűztem ki célul. A biztosabb eredmény érdekében a korrigált értékek alakulásának értékelése mellett a visszahívást nem tartalmazó évek átlagához is hasonlítottam a problémás éveket.

A vizsgálatok alapján a visszahívások több mint 85%-a eladáscsökkentő hatással volt a vizsgált 83 esetben. A vizsgálat során azt is sikerült megállapítani, hogy visszahívás esetén az eladásokhoz arányítva mennyivel csökken az az évi értékesítés volumene. Ugyanakkor azt is sikerült megállapítani, hogy Európában az autóvásárlók érzékenyebbek a minőségre, így ezen a piacon az visszahívások eladáscsökkentő hatása erőteljesebb.

DOROGI DÓRA ANIKÓ

aniko.dora.dorogi@gmail.com

Gazdasági agrármérnök

MSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Apáti Ferenc

egyetemi docens, DE GTK

A hajtattott paradicsomtermesztés gazdasági elemzése, különös tekintettel a termelés intenzitására

Kulcsszavak: paradicsom; üvegház; beruházás; gazdaságosság; elemzés

A kertészeti ágazatok jelentős hozzáadott értéket állítanak elő és nagyszámú munkaerőt foglalkoztatnak egységnyi területen, bár a mezőgazdasági területnek mindössze 4%-át foglalják el. A tőke- és munkaerő-felhasználás tekintetében a legintenzívebb kertészeti kultúrák a hajtattott zöldségek, melyekben számos fejlesztési lehetőség és tartalék áll fent a jobb minőségű termék előállítására és a hatékonyabb gazdálkodás érdekében. Az egyik legjelentősebb hajtattott kultúra az étkezési paradicsom, melyet hazánkban még napjainkban is különböző típusú hajtattóberendezésekben állítanak elő: hagyományos, alacsony belmagasságú fóliaházak; nagy légtérű, fóliablokk rendszerű fóliaházak, valamint különböző típusú üvegházak. Ezen műszaki-technológiai változatok különböző intenzitást tesztítenek meg, bár mindegyikükben termesztőközegben (talaj nélkül) és fűtött körülmények között zajlik a termesztés. Dolgozatomban fő célkitűzésem a fóliasátrak, a blokkrendszerű fóliaházak és a legkorszerűbb üvegházak komplex üzemgazdasági értékelése révén az egyes típusok gazdasági hatékonyságának egzakt megítélése és a leghatékonyabb típus kiválasztása. Hipotézisem az, hogy a termelés ezen különböző intenzitású szintjei mellett jelentősen eltérő hatékonysággal kell számolni, és a leghatékonyabb termelés a legkorszerűbb üvegházakban valósítható meg.

Dolgozatomban a módszertan központi eleme a különböző termesztőberendezések költség-haszon elemzése, valamint ezek hosszú távú beruházás-gazdaságossági elemzése, továbbá mindezek érzékenység-vizsgálata. A kutatómunkát személyes üzemplátogatáson alapuló, termelő üzemi, primer adatgyűjtés alapozza meg. Az elemzést szimulációs determinisztikus modellben végeztem és a kapott eredményeket hatékonysági mutatók segítségével értékeltem.

Az ökonómiai elemzés eredményei arra engednek következtetni, hogy a leghatékonyabb termelési mód a modern, holland rendszerű üvegház, bár nem minden mutató tekintetében ez produkálja a legjobb eredményeket: mindegyik változatnak vannak előnyei és hátrányai. A jövőre nézve perspektivikusnak tekinthető a tőkeerős és nagyobb vállalkozások számára az ilyen és ennél – műszaki értelemben – modernebb termesztőberendezések telepítése.

BÁRDI-SZEBERÉNYI RITA

szeberenyi.rita@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BA, 8. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Agrártudományi és Vidékfejlesztési Kar

Témavezető:

Tamus Antalné Dr.

főiskolai tanár, EKE GTK

Aki kimarad az lemarad? - Az IT szektor szerepe a vállalkozások életében

Kulcsszavak: IT;fejlődés;technológia;verseny;lehetőségek

Dolgozatom célja, hogy megvizsgáljam az IT szektor szerepét, jelentőségét, fontosságát a vállalkozások életében, azon állítás igazságtartalmát, hogy aki napjaink digitális forradalmából kimarad, az lemarad.

Az általam alkalmazott kutatási módszerek: Szekunder jellegű adat- és információgyűjtés, feldolgozás különböző statisztikai számítások alkalmazásával. Primer kutatások: egyéni mélyinterjúk különböző vállalati vezetőkkel, kérdőíves megkérdezések munkavállalókkal és munkaadókkal.

A kutatás eredményei: Magyarország IT szektorában - a többi Európai Unió országához képest - még van hova fejlődnünk. Napjaink alapvető technológiája szinte minden vállalkozás életében megtalálható, az internettel rendelkezők és az online marketinget használók száma növekedésnek indult. A cégek többsége nem bízik az IT biztonságában ezért számos lehetőséget még nem akarnak kihasználni, ugyanakkor rendkívül fontosnak ítélik az informatikai fejlesztéseket. Véleményük szerint egyre inkább magasan képzett munkaerő-kínálatra lesz szükség, folyamatos, permanens gyakorlatias képzéseket, továbbképzéseket kell biztosítani. A felső szintű vezetőknek nyitottabbnak kell lenniük az új informatikai technológiák irányába, egyre indokoltabbá válik a szemléletváltás. Megállapítható, hogy az a vállalkozás, amelyik lemarad ebben az igen intenzív digitális versenyben, az kimarad a gazdasági fejlődés lehetőségéből.

MOLNÁR DÁNIEL

danielmolnar1993@gmail.com

Közgazdasági elemző

MA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

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

A lakásépítések alakulása a válság tükrében Magyarországon

Kulcsszavak: Lakásépítések; ökonometria; ARMAX; válság; Magyarország

A 2007-08-as pénzügyi válság következtében Magyarországon a legtöbb gazdasági mutató tekintetében visszaesés volt megfigyelhető. Az egyik legjelentősebb visszaesés az építőiparban, azon belül is a lakásépítések terén volt tapasztalható. A lakásépítések száma azóta se tért vissza a korábbi értékére, továbbra se épül elég lakás a lakásállomány megfelelő megújulásához.

Ezért ebben a dolgozatomban az ökonometria eszköztárának segítségével megvizsgálom, hogy hogyan alakult a lakásépítések száma a válság tükrében és, hogy milyen tényezők álltak a folyamat mögött.

KISPÁL KATALIN

kispal.katalin@gmail.com

pénzügy

MSc, 2. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Szívós László

egyetemi tanársegéd, BME GTK

A rezsicsökkentés hatása a villamos energia egyetemes szolgáltatóira

Kulcsszavak: villamos energia, rezsicsökkentés, egyetemes szolgáltatók

A dolgozatomban egy mindenkit érintő és nemzetgazdaságilag is fontos témakört vizsgáltam. 2013-ban Magyarországon a kormányzat fontos rendeleteket hozott, miszerint a távhő, a földgáz és a villamos energia árát központilag határozzák meg. Elsőként arra kerestem a választ, hogy hogyan épül fel a villamosenergia-piac, és milyen törvényi szabályozás kapcsolódik a piachoz. Ehhez a villamosenergia-törvényt és több tanulmányt is áttekintettem annak érdekében, hogy értelmezni tudjam a piacon szereplő vállalatok helyzetét és feladatkörét. Ezt követően fontosnak tartottam a rezsicsökkentés részletes megismerését, melyhez több kormányrendeletet is áttekintettem. Ezekből a rendeletekből megtudható, hogy négy egyetemes szolgáltató volt Magyarországon, ezek: az EDF DÉMÁSZ Zrt., az E.ON Energiaszolgáltató Kft., az ELMŰ Nyrt. és az ÉMÁSZ Nyrt.

Az elemzendő vállalatok kiválasztásánál a közös ismérv a tulajdonosi kör vizsgálata volt, így a mélyebb pénzügyi számviteli elemzést a 3 többségi német tulajdonban lévő vállalatnál végeztem, azaz az ELMŰ Nyrt.-nél, az ÉMÁSZ Nyrt.-nél és az E.ON Energiaszolgáltató Kft.-nél. Ezek a vállalatok uralják a magyar villamosenergia-piac nagy részét az egyetemes szolgáltatás tekintetében. Ezen vállalatok elemzésével arra kerestem a választ, hogy vajon a rezsicsökkentés milyen hatással volt a szolgáltatókra, mekkora bevétel kieséssel járt és eredményesek tudtak-e maradni. Mindehhez a pénzügyi számvitel adta eszköztárat használtam és vagyoni pénzügyi és az eredményt érintő vizsgálatokat végeztem. A 2008-as villamosenergia-piac liberalizációnak köszönhetően az említett szolgáltatók kötelesek tevékenységeik szerint felosztani a beszámolóikat, ennek köszönhetően elkülönítetten megtekinthető az egyetemes szolgáltatásra, a kereskedelmi tevékenységre, a közvilágításra és az egyéb tevékenységekre vonatkozó mérlegük és eredménykimutatásuk is egyaránt, melyek alapján könnyebben megállapítható, hogy mit is jelentett ezen szolgáltatók számára a rezsicsökkentés bevezetése.

A villamosenergia-piacot megismerve, átlátva a szolgáltatók helyét és feladatait a piacon megállapítottam, hogy ennek a 2013-as intézkedésnek milyen hatása volt a szolgáltatói szektorra. A jövőre vonatkozóan pedig célomul tűztem ki, hogy a vállalati szektor megismerése után az intézkedéscsoomag társadalmi hatásait is vizsgáljam annak érdekében, hogy egy még átfogóbb képet kaphassak arról, hogy mit eredményezett a rezsicsökkentés bevezetése.

VERES ÁRON SÁNDOR

veresaron92@gmail.com

Vezetés és Szervezés

MSc, 3. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Vinogradov Szergej
egyetemi docens, SZIE GTK*

Budapest belvárosi lakáspiacának elemzése tanácsadói szemmel

Kulcsszavak: lakáspiac; Budapest; belváros; lakásárak

A dolgozat betekintést nyújt Budapest belvárosi lakáspiacának működésébe. A vizsgálatokhoz szükséges adatok forrását az ismert statisztikai portálok (KSH, EUROSTAT, OECD), valamint az otthonterkep.hu ingatlanközvetítő oldal képezték.

Az otthonterkep.hu oldalon elérhető használt belvárosi lakásokra vonatkozó adatokat 3 hónapon keresztül napi rendszerességgel rögzítettem, az összegyűjtött adatok alapján a forgási sebesség vizsgálatára nyílt lehetőség. Az otthonterkep.hu weboldal a lakásokra vonatkozó egyedi adatokat is szolgáltatva vizsgálataimhoz. Az elemzésekhez választott belvárosi negyedekben átlagosan 30-50 lakás adatát (negyedenként) vizsgáltam az általam kidolgozott szempontrendszer szerint. A négyzetméterenkénti árakat, valamint a forgási sebességet befolyásoló tényezőket tártam fel korszerű statisztikai módszerek segítségével. A kutatás során külön kezeltem a „normál” és a luxus lakásokat, mivel más-más tényezők determinálják a négyzetméterenkénti árakat és a forgási sebességet e két lakáspiaci szegmens esetében. A varianciaanalízissel a belvárosi negyedek, illetve a különböző lakástípusok (fűtési rendszer, lakásállapot, lakásméret szerint) közötti szignifikáns eltérésekre mutattam rá a négyzetméterenkénti ár és a forgási sebesség vonatkozásában. A statisztikai vizsgálatokhoz az IBM SPSS Statistics programcsomagot használtam.

Összegzésként a tanulmány a megjelenített adatok, statisztikák és empirikus kutatás eredményei alapján előrejelzést kíván adni – tanácsadói szemmel – a jövőbeni várható folyamatok alakulásáról Budapest belvárosi lakáspiacán, az esetleges beruházás előtt álló személyek számára. Ebben az előrejelzésben Budapest belvárosát továbbra is befektetésre ajánlott kategóriába helyeztem lakásvásárlás szempontjából, hiszen az árak növekedésének számos oka van. Ezek a tényezők véleményem szerint a jövőben is felelősek lesznek az árak emelkedéséért. Ide sorolható a CSOK program, a kielégítetlen kereslet, amely a jelenleg futó, illetve induló beruházásokkal együtt sem lesz teljes mértékben egyensúlyban a kínálattal. A kereslet növekedését továbbá Budapest lakónépességének folyamatos gyarapodása, a banki betétek és pénzügyi befektetések alacsony hozamai is biztosítják a jövőben. Az elemzésben az is megjelenik, hogy amennyiben befektetés céljából kívánunk lakást vásárolni, melyek azok a jellemzők, amelyekre figyelniünk kell, ha a megtérülés maximalizálására törekszünk.

HOLB ÉVA MARIANNA

holbeva@gmail.com

Közgazdasági elemző

MA, 6. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

POPPER DÁVID

davidpopper91@gmail.com

Közgazdasági elemző

MA, 4. félév

Közép-Európai Egyetem

Témavezető:

Dr. László Géza

Ügyvezető, Netvestor Kft.

Egy felfedezetlen történet - a magyar bérlakáspiacban rejlő lehetőségek

Kulcsszavak: bérlakáspiac; piaci kudarc; információs aszimmetria; kormányzati kudarc; gazdaságpolitika

A magyarországi magán bérlakáspiac megközelítőleg 4%-át teszi ki a hazai lakáspiacnak, ami európai uniós összehasonlításban rendkívül alacsony. A dolgozat arra keresi a választ, hogy mi állhat ennek hátterében, miért fontos ez a gazdaságpolitika számára, valamint milyen lehetőségek állnak rendelkezésre a változtatáshoz.

A kérdés aktualitását az újabb lakástámogatási intézkedések hulláma adja, amelyben ismét a tulajdonszerzés szubvenciója kap hangsúlyt. Ezen felül meglepő módon a hazai szakirodalom sem foglalkozik mélyrehatóan a bérlakáspiac nem szociális szegmensével. Az eredmények alapján a magyarországi magán bérlakáspiac európai uniós összevetésben relatív fejletlensége mind keresleti, mind kínálati problémákra visszavehető. Az előbbi esetén a fizetőképes kereslet, az utóbbinál a professzionális szereplők hiánya okozza a legfőbb gondot. Az állami beavatkozások jelentős kormányzati kudarcokhoz vezetnek, így nem tudják semlegesíteni a piaci kudarcok negatív hatását. Ezek mentén megfogalmazhatók a lakáspolitikai döntések mérlegelésénél fontos szempontok.

A dolgozat a feltárt problémákból kiindulva három lehetséges policy javaslatot vázol fel. A piaci viszonyokat jelentősen befolyásoló információs aszimmetria kezelésére megoldást jelenthetne államilag kiadott, ezáltal könnyebben kikényszeríthető bérleti szerződésminták létrehozása. A probléma kezelésének másik javasolt útja egy Airbnb-hez hasonló platform kidolgozása, amelyen a bérlők és a tulajdonosok nyilvános visszajelzést adhatnak egymásról, ezzel csökkentve az információs különbségeket. A munkaerőpiac és a bérlakáspiac kapcsolatában rejlő lehetőségek kiaknázásához pedig az állam és a vállalatok kölcsönösen előnyös megállapodása jelenthetne előrelépést, melynek keretein belül az állam béren kívüli juttatásként ismerné el a bérleti díjhoz való munkáltatói hozzájárulást.

KARNAI LAURA

karnai.laura@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

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

Kézműves bonbonyártás jövedelemtermelő képességének vizsgálata

Kulcsszavak: kézműves csokoládé, jövedelemtermelő képesség, gazdasági elemzés

Az élelmiszeripar egyik meghatározó szegmense az édességipar, melynek valamely termékét a társadalom valamennyi tagja fogyasztotta már életében legalább egy alkalommal. Az édességpiac egyik legkedveltebb terméke közé tartozik a csokoládé, mely a világon szinte bárhol fellelhető, az ünnepek, s a mindennapok „luxusát” képviseli. Napjainkban a globális csokoládépiac kiszélesedése, az egészségtudatos életmódba való beépülése miatt túlzott fogyasztás figyelhető meg a világ fejlett országai-ban. A kakaó termelése jellemzően a fejlődő országokban történik, ahol általában nem adottak a technológiai körülmények ahhoz, hogy a termelés hatékonyabbá válhasson és megfeleljen a fenntarthatósági elvárásoknak.

Tudományos diákköri dolgozatom fő célkitűzése a kézműves csokoládéágazaton belül a bonbon előállítás jövedelemtermelő képességének meghatározása. Egy virtuális beruházási esetet szemléltetek, ahol azt vizsgálom, hogy milyen méretű kézműves bonbont gyártó családi vállalkozás tudja biztosítani egy középosztálybeli életszínvonalon élő család számára az éves megélhetési kiadásokat, figyelembe véve azt is, hogy a pótló és korszerűsítő beruházásoknak is meg kell teremteni a hosszútávú pénzügyi alapjait.

Vizsgálataim során szekunder és primer adat- és információgyűjtést egyaránt végeztem a célkitűzésem megvalósítása érdekében. Szekunder kutatásként a témához kapcsolódó szakirodalmak feldolgozását végeztem el, ezt kiegészítve primer adatgyűjtést folytattam, melynek során ellátogattam 4 különböző, hazai bonbonkészítő műhelybe, ahol a termelésre vonatkozó főbb adatokat (pl. technológia jellemzői, fajlagos ráfordítások, termelési költségek, hozamok) gyűjtöttem be. Ezen adatok felhasználásával üzemtani jellegű modellkalkulációt készítettem, melynek során az üzem kialakításával és a termeléssel kapcsolatos ráfordítások alakulását vizsgáltam. Ezt követően beruházás-gazdaságsági számításokat végeztem el dinamikus mutatószámok (NPV, IRR, PI, DPP) segítségével.

Vizsgálati eredményeim alapján megállapítható, hogy egy átlagos családi ház bekerülési értékéből létrehozott kézműves csokoládé manufaktúra belátható időn belül megtérül, valamint a meghatározott paraméterekkel kialakított üzem biztosítani tudja egy család számára a hosszútávú megélhetést, középosztálybeli életszínvonalat feltételezve, megfelelően a fenntarthatósági kritériumoknak.

SOÓS TIBOR

soos.tibor@zenitautorent.hu

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Szegedi Krisztina

egyetemi docens, ME GTK

Merre tart az autóipar? - A technológiaváltás eredményeként jelentkező kihívások az autókereskedelemben

Kulcsszavak: autóipar, elektromos autó, autókereskedelem

Az autóiparban egyértelműen érezhető változások tanúi vagyunk. Technológiai áttörés előtt állunk, ami átrendezi a gazdasági és a szűkebb értelemben vett piaci viszonyokat, új belépők kerülnek színre, míg a régi játékosok küzdenek a fennmaradásért. „Aki kimarad, lemarad!” tartja a mondás, ami most hatványozottan igaz az autóipar szereplőire. Egyrészt a fosszilis energia kiváltása, „új üzemanyag” kiválasztása, és hatékonyságának növelése a cél. Másrészt a vezető nélküli autók piacán várható áttörés, harmadrészt jelentős kérdés az autóipari beszállítói lánc átalakulása.

A vizsgálódásom elsődleges célja, hogy kiderítsem, az autóipari trendek és átalakuló stratégiák milyen változásokat indukálnak a kereskedelem keresleti és kínálati oldalán, milyen fő kihívásoknak kell megfelelni közeljövőben. Választ kerestem arra, hogyan hat a meglévő értékesítési hálózatra a technológiaváltozás és miként alakul a vásárlók autóipari trendekhez való hozzáállása.

A kutatási kérdésekre félig strukturált mélyinterjúkon keresztül kerestem a választ, a gépjármű-értékesítés terén több tíz éves tapasztalattal rendelkező szakemberek megkérdezésével. A kutatás alapján megállapítható, hogy az új energiaforrás még nem meghatározott, a beszállítói és a kereskedelmi hálózat az informatikai rendszerek irányába tolódik el, ezáltal új szakmák, megjelenése várható. Az önjáró autók és az újrahasznosítható autók megjelenésével jogi és környezetvédelmi kihívásokkal szembesül az autóipar. A kutatás eredményei a gyakorlatban hasznosíthatók, mivel a kereskedelemben segítheti a sikeres stratégiák kialakítását és megvalósítását.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Ágazati gazdaságtan II.



HORVÁTH GÁBOR

gahorv@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

TÓTH BENEDEK

benedek.toth2@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Keresztély Tibor

adjunktus, BCE KTK

„A copycat league” – a National Football League vizsgálata hálózattudományi szempontból

Kulcsszavak: hálózattudomány; NFL; centralitás; National Football League; Logit regresszió

A dolgozat bemutatja az NFL csapatairól készített hálózatot, amely azok edzői stábjainak közelsége alapján jött létre. A hálózat alapvető sajátosságait illetve a valós eredményességgel való kapcsolatát is vizsgálja, minek során arra az eredményre jut, hogy a csapatok hálózati centralitása és sikeressége között enyhe pozitív kapcsolat áll fenn. A dolgozat ezt követően bemutatja, hogyan tesztelhető egy ilyen hálózat magyarázó ereje taktikai trendek terjedésére nézve. Megvizsgálja a feltételezést, miszerint ez a hálózat alkalmas az „option” vagy a „westcoast offense” elnevezésű taktikai formáció elterjedésnek magyarázata, de a hipotézist az eredmények alapján mindkét esetben elveti. Végül felvázolja a lehetséges további kutatási irányokat mind a közvetlen téma, mind más sportágak esetében.

BOGNÁR ATTILA ISTVÁN

bognar.attila97@chello.hu

Pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Szóka Károly PhD.

egyetemi docens, NYME KTK

A magyar filmipar jogi és gazdasági oldalának, valamint a filmgyártás megtérülésének bemutatása a Van valami furcsa és megmagyarázhatatlan című filmen keresztül

Kulcsszavak: magyar filmipar; filmgyártás; megtérülés; fedezeti pont

A dolgozatommal az a célom, hogy a magyar filmiparról, annak jogi és gazdasági oldaláról átfogó, általános képet nyújtsak, továbbá, hogy egy magyar film – a VAN valami furcsa és megmagyarázhatatlan – példáján keresztül a filmgyártás gyakorlatát, valamint a gyártás megtérülését is bemutassam.

Elsőként a magyar filmgyártás múltjával ismertetem meg az olvasót. A magyar film 120 éves története során sokféle jogi és gazdasági rendszer váltotta egymást, ennek bemutatására vállalkozom. A jelenbe érve a filmipar jogszabályi környezetét vizsgálom meg különös tekintettel a filmtörvényre és a filmeket övező szerzői jogi kérdésekre. A következő fejezetben az állami támogatási rendszert mutatom be, részletesen foglalkozva annak mibenlétével és folyamatával. A támogatási folyamat egyes pontjait külön-külön is elemzem.

Ezt követően igyekszem feltárni a magyar filmipart mozgó piaci folyamatokat. Ennek részeként a filmgyártáson túl elemzem a filmforgalmazási és a moziüzemeltetési piacok jelenlegi tendenciáit is. A filmgyártás környezetének bemutatása után konkrétan a gyártás folyamatával, annak lehetséges finanszírozási módszereivel foglalkozom. Ebben a részben megvizsgálom a filmgyártás költségeinek és bevételeinek számviteli elszámolását is.

A dolgozatom középpontjában egy konkrét film elemzése áll, amit az előző fejezetekben részletezett szempontok szerint vizsgálom meg. Ez a film a VAN valami furcsa és megmagyarázhatatlan, ami egy alacsony költségvetésű, de nagy kritikai- és közönségsikert elért alkotás. A kutatásom során a film producerével is végeztem interjút, ezáltal pedig pontos adatokat kaptam az számításaimhoz, valamint első kézből értesültem a gyártás kulisszatitkairól is. A gyártás folyamatát a kezdetektől mutatom be, benne minden olyan lényeges pontot érintve, ami a későbbi vizsgálatokhoz szükséges. A film megtérülését két szempontból elemzem: egyrészt a mozis nézettséget és bevételt, annak hétről hétre történő változását mutatom be és vetem össze egy amerikai film adataival, másrészt meghatározom a produkció fedezeti pontját, az ahhoz tartozó mozis nézőszámot, és megvizsgálom, hogy ennek értékére mely tényezők milyen hatást gyakoroltak.

Az interjú előtti feltevéseimet a fejezet végével vizsgálom meg. A konklúzióm az, hogy a jogi és gazdasági háttér adott a magas nézettségű és színvonalú magyar filmek gyártásához, azonban ez nem párosul a filmelőállítók részéről a nézői és a pénzügyi igények felmérésével, emiatt pedig nagyon kevés közönségfilm születik.

SÁVAY DÁVID

d.savay@upcmail.hu

Számvitel mesterszak

MA, 3. félév

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Pataki László PhD.

egyetemi docens, NYME KTK

A szolgáltató központok jelentősége Magyarországon

Kulcsszavak: szolgáltató központ, Outsourcing, bérköltség, bérleti díj, gyorsdiagnózis

Dolgozatomban a dinamikusan fejlődő szolgáltató központok jelentőségét mutattam be a külső (földrajzi elhelyezkedés) és belső tényezők (adózási rendszer, ingatlanter, államadósság) bemutatásával. Munkám során különféle pénzügyi és statisztikai elemzési módszereket használtam. A téma feldolgozásában sokat segítettek az egyetemen tanult tantárgyak mellett a gyakorlati tapasztalataim is.

Dolgozatom második részében a szektor történetével és jelentőségével vezetem fel a témát. A dinamikusan fejlődő szektorból a munkavállalók mellett hazánk is sokat profitálhat (pl. ingatlanpiac felélénkülése, külföldi befektetés). Magyarország a 4. legnépesebb országnak számít Európában a folyamatok kiszervezése szempontjából. Az SSC célországaihoz képest problémaként jelentkezik, hogy Magyarországra az erős „főváros központúság” jellemző. A kedvezőtlen helyzeten véleményem szerint, úgy lehetne javítani, ha a kisebb városok összefognának és egy kedvező feltételrendszert alakítanak ki az SSC-k részére.

A harmadik fejezetben már a belső tényezőkkel, Magyarország gazdasági és egyéb adottságainak elemzésével folytattam dolgozatomat. Érdeemes megvizsgálni ezen belső tényezőket is, hiszen itt is találunk olyan elemeket, amelyek gátolják/gátolhatják a szolgáltató központok elterjedését Magyarországon (pl. adózási környezet). Az adózási környezet mellett szintén befolyásolhatja az országról alkotott képet az államadósság mértéke, kockázati besorolás, kormányzati támogatások, az ingatlan bérleti díja.

A negyedik fejezetben a hazánkban tevékenykedő szolgáltató központokat elemeztem a módosított gyorsdiagnózis 7 mutatójának segítségével. A szekunder kutatás során a cég beszámolóiból dolgoztam fel az adatokat és számoltam ki a pénzügyi mutatókat. A 4. fejezet végén egy táblázat segítségével összefoglaltam és megvizsgáltam, mely cégek teljesítenek ezen mutatók alapján a legjobban.

Hazánkban a dinamikusan fejlődő szektort is érinti a munkaerőhiány, ami gátat szabhat a további töretlen fejlődésnek. Dolgozatomban rávilágítottam néhány olyan részre is, ahol hazánk a többi SSC célországhoz vonzóbb lehet (pl. alacsony bérleti díj), de vannak olyan területek (pl. államadósság, hitelminősítés, magas áfa-kulcs, SZJA-kulcs), ahol további intézkedések ahhoz, hogy versenyképesek legyünk az általam vizsgált országokkal a befektetőkért folytatott harcban

KÁSA ÁGOTA

kasagoti@gmail.com

gazdálkodási -és menedzsment

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

TURÁNYI LUCA

luca.turanyi@gmail.com

gazdálkodási -és menedzsment

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. András Krisztina

Egyetemi adjunktus, BCE GTK

A VÍZILABDA ÜZLETI KÉRDÉSEINEK VIZSGÁLATA KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A SZPONZORI ÉRTÉKTEREMTÉS FOLYAMATAIRA

Kulcsszavak: értékteremtés, szponzoráció, vevői-szállítói kapcsolatok, üzleti sport

A dolgozat célja, hogy a hivatásos vízilabdát gazdasági szempontból vizsgálja. A vonatkozó szakirodalom feldolgozásával egy átfogó, a sportot üzleti szempontból bemutató elméleti összefoglalásban igazolja a kijelölt kutatási irány aktualitását. Ezután felvázolja a hivatásos vízilabda üzleti működésének kihívásait, illetve az azok megoldására született javaslatokat, majd elemzi a fogyasztói és szponzori piacot. A dolgozat empiriája a Vodafone Magyarország és a Magyar Vízilabda Szövetség közötti együttműködést vizsgálja Bensaou vevői-szállítói kapcsolatok portfóliói elméletének segítségével. A kutatás arra a következtetésre jut, hogy a felek között stratégiai partnerség áll fenn. A dolgozat jellemzi e kapcsolat menedzselésének hátterét, illetve összességében arra a megállapításra jut, hogy ha egy vállalat sikeresen fel tudja mérni a szponzorált sportágban rejlő üzleti lehetőségeket, illetve képes stratégiai célkitűzéseit ezekhez dinamikusan illeszteni, úgy sikeres együttműködési kapcsolatokat alakíthat ki és megvalósulhat a szponzori értékteremtés.

EL-MEOUCH NEDIM MÁRTON

nedu02@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Rózemberczki Benedek
PhD hallgató, UE*

Bérdiszkrimináció az NBA-ben

Kulcsszavak: bérdiszkrimináció; sport; kosárlabda; NBA; munkapiac

Dolgozatom első fele az Amerikai Kosárlabda Bajnokság (NBA) felépítése és működése mellett, az NBA-ben lévő bérdiszkrimináció szakirodalmának áttekintését és a hipotézisek felállítását foglalja magában. Természetesen az NBA működését nagyban meghatározzák az alapvető intézmények, ezért ezekből bemutatom a kutatásomhoz szorosan kapcsolódókat részletesen. Az NBA csapatok alapvető képessége a leigazolt játékosok összessége, így teljesítményük, eladhatóságuk, de akár a származásuk és a rasszuk is nagymértékben befolyásolhatja a csapatok bevételeit. Ebből kifolyólag a dolgozatom második fele azt a kérdést járja körül, hogy az NBA elmúlt 30 évének adatai alapján tapasztalható-e diszkrimináció a játékosok bérében. Megvizsgálásra kerülnek a fizetések a játékosok származása szerint (aztán ezt lebontva kontinensek szerint), és rassz alapján is. Az NBA játékosok kiterjedt statisztikai mutatói nagy segítséget nyújtanak abban, hogy a Mincer jövedelem egyenletben szereplő képesség változóra való kontrollálás lehetővé váljon. Végül, ökonometriai modellek felhasználásával, arra az eredményre jutok, hogy a külföldi játékosok bérprémiumban részesültek, ezzel szemben a fekete játékosok fizetése szignifikánsan alacsonyabb, mint a nem fekete játékosoké a 21. században.

JEL klasszifikáció: J31, J71, L83

CSOMA ATTILA

attila.csoma2@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan
BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Buzder Lantos Gábor
PhD hallgató, BCE GTK*

Értékteremtés a zeneiparban: Zeneipar a technológiai változások mentén

Kulcsszavak: Zeneipar; innováció; platform

A dolgozat a zeneipar alakulását vizsgálja az 1980-as évektől egészen napjainkig a technológia változása és az innovációk mentén. A dolgozat arra a kérdésre keresi a választ, hogy hogyan változott a tulajdonosi és fogyasztói érték, értékteremtés a technológiai változások hatására a zeneiparban az elmúlt 34 évben. A vizsgálat során a kettős értékteremtés, az innovációs irodalom és a két-oldalú platform piacok elméletére támaszkodom. Történelmi távlatban a zeneipar technológiai változásainak bemutatása mellett, ismertetem az időszakokra jellemző üzleti modelleket és az értékteremtés formáit. A dolgozatot a Spotify svéd zeneszolgáltató vállalat elemzésével zárom, ahol megvizsgálom, milyen kritériumok mellett lehet a vállalat, mint platform hosszú távon sikeres. Hipotézisemet, miszerint a technológia elősegítette az értékteremtést mind a tulajdonos mind a fogyasztó számára, az értékteremtés definíciója mellett nem tudom elfogadni, mert a tulajdonosi értékteremtés az ingyenes zene-megosztók és az új fogyasztói igények megjelenésével erősen sérült. Azonban a platform modellek új értékajánlatukkal elősegíthetik a kettős értékteremtés megvalósulását az iparágon belül.

PATAI CSONGOR

csongorpatai@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Havran Zsolt

Egyetemi adjunktus, BCE GTK

Labdarúgó-vállalatok nemzetköziesedése

Kulcsszavak: nemzetköziesedés; labdarúgás; stratégia; esettanulmány, labdarúgó-vállalat

A dolgozat célja, hogy megvizsgálja azt a sportgazdaságtani kutatásokban még kevésbé vizsgált kérdést, hogy milyen alapvető motivációból, valamint hogyan nemzetköziesednek a labdarúgó-vállalatok. A dolgozat első felében a hivatásos labdarúgás elmúlt években lezajlott globális trendjei, valamint értékteremtő tényezőinek nemzetközi kontextusban való vizsgálata kerül bemutatásra.

A kutatás empirikus részében három európai labdarúgóklubot működtető sportvállalat (a Bayern München, a Dortmund és a Manchester City) nemzetközivé válásának példáján keresztül kerül elemzésre, hogy a gyakorlatban hogyan nemzetköziesednek a sportvállalatok.

A dolgozat fő eredménye, hogy a labdarúgó-vállalatok két fő motivációtól hajtva döntenek a nemzetközivé válás mellett. Egyes vállalatok fő célja a külföldi piacokon lévő új fogyasztók elérése és a külföldi szurkolói bázis minél eredményesebb üzleti kiaknázása, ők a piackeresők. Míg az erőforráskereső nemzetköziesedésre hangsúlyt helyező vállalatok leginkább a labdarúgás fő erőforrásai, a tehetséges labdarúgók könnyebb megszerzése érdekében fokozzák nemzetközi aktivitásukat. Az esettanulmányok elemzéséből az is megállapítható, hogy nem azonosítható egyetlen, általánosan követett nemzetköziesedési stratégia, ugyanakkor a vizsgált esettanulmányok alapján elmondható, hogy a piackereső nemzetköziesedés leginkább az erős globális márkaértékkel rendelkező labdarúgó-vállalatok számára jelent nagy növekedési potenciált.

PASS DÁNIEL
danielpass91@gmail.com
Economics
MA, 4. félév
Közép-Európai Egyetem

Témavezető:
Dr. Muraközy Balázs
tudományos főmunkatárs, MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont

A szezon közbeni vezetőedző-váltások hatása a labdarúgócsapatok teljesítményére az angol Premier League-ben (1995-2015)

Kulcsszavak: sport; labdarúgás; vezetőedző-váltás; csapatteljesítmény; ökonometria

Dolgozatomban a szezon közbeni vezetőedző-váltások jelenségét és hatásait tanulmányozom a modern labdarúgásban. Erős közhiedelemként él a futballszeretők világában, hogy egy szezon közben gödörbe jutott csapatnál egy esetleges edzőváltás „pozitív sokkhatást” fejthet ki a csapat teljesítményére már rövid távon is. Jelen dolgozat az angol Premier League edzőváltásainak hatását vizsgálja a futballcsapatok teljesítményére 1995 és 2015 között.

Kutatásom során többféle ökonometriai megközelítést alkalmazok, hogy a csapatok edzőváltás előtti és utáni teljesítményét összevegyem. Ilyen például az „After-X” módszer, illetve a „difference-in-differences” [különbségek különbsége] becslési eljárás. Az eredmények alapján – hasonló tárgyú, nemzetközi irodalommal megegyezően – az új edző érkezése mérsékelten pozitív hatással van a csapat teljesítményére már rövid távon is. Ugyanakkor az is látszik, hogy az edzőváltás lassabb konvergenciához vezet az átlagos szezonbeli teljesítményhez, mintha a klubvezetőség „türelmesebb lett volna” és nem rúgta volna ki a vezetőedzőjét. A konklúzió ezek alapján az, hogy a kluboknak érdemes alaposan mérlegelni egy esetleges edzőváltást.

ÁBRAHÁM DÓRA ANNA

adoro94@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Markovich Réka

egyetemi tanársegéd, BME GTK

Zenefelhasználás az internet korában

Kulcsszavak: zeneipar; zenejogositás; iparági struktúra; digitális médiafogyasztás; jogtudatosság

A szerzői jog többszáz éves hagyományait nagyban felülírta a digitális „éra” és az internet-használat. A felhasználók médiafogyasztása a klasszikusnak mondható rádiós és televíziós csatornákról áttért az internetes platformokra. Az internethasználat a fiatalok körében a legjelentősebb és tekintve, hogy a multitasking-jelenség megerősödésével a zenehallgatás háttértevékenységi státuszba szorult vissza, ennek köszönhetően jelentősen nőtt annak volumene is.

A zenekarok, felismervén a közösségi platformok adta lehetőségeket, marketingtevékenységeinek fő része is online folyik.

A legismertebb social media felületek alkalmazásával próbálnak a közönséggel mélyebb, személyesebb kapcsolatot kialakítani, s ezáltal egy hűséges, odaadó rajongóbázist építeni. A technológiai fejlődés azonban nem csak a közvetlenebb kommunikációt tette lehetővé, hanem számos olyan alternatívát hozott a zenészeknek, melyekkel meg tudják kerülni a kiadókat és önerőből tudnak elindulni. Az egyre olcsóbban elérhető, jó minőségű stúdió felszerelések a szerzői kiadásban megjelenő zenekarok sokaságát eredményezte.

A digitális környezet azonban nem csak a fogyasztói szokásokra volt komoly hatással, hanem a jogi környezetre is. Az ipari értéklánc, a fogyasztási platformok változása és a globalizáció a szerzői jog aktualizálását, a jogdíjrendszer megreformálását tette szükségessé. Azonban a piaci környezethez igazodó jogi háttér mit sem ér tudatos fogyasztók és alkotók nélkül, a hatékony piaci működés csak általuk jöhet létre. Saját kutatásomban többek között arra próbáltam választ találni, hogy fogyasztói illetve alkotói oldalon jelenleg mekkora fontossággal bír a jogdíjrendszer iránti elköteleződés.

Bár egy olyan dinamikusan változó iparágban, mint a zeneipar, mindenhol folyamatosan jelen levő megoldandó kérdés és kihívás, a hazai piacra különösen igaz, hogy szükséges erősíteni a fogyasztók zene iránti tudatosságát. Az iparági szakértők véleménye szerint ez lehetne az egyik kulcs ahhoz, hogy a magyar zenei produkciók ki tudjanak lépni a globális szintésre és nemzetközi karrierre tehesenek szert, ehhez azonban elengedhetetlen az iparági szereplők közötti hatékony kommunikáció és a törvényhozó szervek aktív bevonása.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Gazdaságpolitika I.



MARTON ÁDÁM

adam4466@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MA, 1. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Halmai Péter
egyetemi tanár, NKE NEK*

A fiskális konszolidáció tanulságai az EU28 tagállamaiban

Kulcsszavak: fiskális konszolidáció, GDP arányos államadósság, Európai Unió tagállamai, fiskális fenntarthatóság, országcsoportok

A fejlett gazdaságokban az utóbbi évtizedekben jelentősen megnövekedett a GDP-hez viszonyított államadósság aránya. Napjainkban ez leginkább az Európai Uniót érinti érzékenyen. A tagállamok költségvetési pozíciói és adósságrátái azonban a 2008-as pénzügyi krízis kirobbanása óta folyamatos negatív behatásoknak vannak kitéve. Ezek között említhetőek a bankkonszolidációs intézkedések, a gazdaságélénkítő csomagok, a 2010-es szuverén adósságválság okozta turbulenciák, az európai növekedési modell eróziójából fakadó hátrányok, valamint a jelenleg is folyamatosan súlyosbodó menekültválság is. A jelenlegi fiskális pozíciók azonban hosszú távon nem tarthatóak, ugyanis az elkövetkező években/évtized(ek)ben számos előre látható – az európai társadalom idősödése, az éghajlati változások negatív következményei – és váratlan esemény is bekövetkezhet. Ezek kezelésének nehézségéhez hozzájárul, hogy a költségvetési politikák nem szupranacionális szinten szerveződnek az Unióban, hanem nemzeti hatáskörbe tartoznak. A súlyos gazdasági visszaesés elkerüléséhez mindazonáltal elengedhetetlen a megfelelő fiskális tér biztosítása. Az EU28-ban az adósságráta aránya 2015-ben elérte GDP 93,5%-át.

A dolgozat központi témája a fentiekkel összhangban a fiskális konszolidáció kérdésköre a válság óta eltelt években az Európai Unió 28 tagországában. A kutatómunka egyik célja a fiskális fenntarthatóság és konszolidáció részletes elméleti keretrendszerének definiálása, rendszerezése az alapvető fogalmak, összefüggések és modellek meghatározásával.

A fő célkitűzések közé sorolható a krízist követő években az egyes tagállamok által alkalmazott kiigazító intézkedések rendszerezése és összehasonlítása (bevételi és kiadási oldalról egyaránt). Az empirikus vizsgálatok ezen túlmutatóan kiterjednek a ciklikusan kiigazított költségvetési egyenleg és GDP keresleti tényezői közötti kapcsolatok vizsgálatára is.

A W-alakú vagy dupla aljú krízis kapcsán kialakult csoportosítási rendszerek, vagyis a magországok, periféria államok és újonnan csatlakozott tagállamok csoportjai napjainkra számottevő átalakuláson mentek keresztül. Ennek kapcsán a dolgozatban a problémakör szempontjából releváns makrogazdasági változók alapján újszerű, homogén országcsoportok létrehozására is mód nyílik, melyek jól reprezentálják a kilábalás kapcsán kialakult gazdasági átrendezés folyamatait.

VANCSÓ GÁBOR

vancsogabor@gmail.com

Pénzügy Mesterszak

MSc, 4. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Témavezető:
Prof. Dr. Ábel István
egyetemi tanár, BGE PSZK*

A monetáris politika makrogazdasági kérdései

Kulcsszavak: Monetáris politika; Makrogazdaságtan; Válság; Pénzpiac

A 2008-ban kirobbant gazdasági válság hatása máig meghatározza mind a fejlett, mind a fejlődő országok jegybankjainak monetáris politikáját. A dolgozatom célja bemutatni az amerikai jegybank szerepét betöltő Fed (Federal Reserve System), valamint az európai uniós megfelelője, az EKB (European Central Bank) példáin keresztül bemutatni azt, hogy jelenleg a fejlett országok legmeghatározóbb jegybankjai milyen makrogazdasági problémákkal szembesültek a válság után.

Nem céloim teljes körű áttekintést adni a témáról, azonban törekszem arra, hogy az elmúlt évek eseményei alapján bemutassam a jelenleg legfontosabbnak vélt kérdéseket. Kutatási módszertanom során betekintést nyújtok a jegybankok monetáris politikai változtatásainak hatékonyságába makrogazdasági adatok segítségével. További érdekes szempont volt számomra az, hogy bepillantást nyerhessek arról, hogy a mindenkori jegybanki döntések milyen hatással vannak a bankközi pénzpiacokra. Ezt azért tekintem fontos aspektusnak, mivel véleményem szerint ez a piac reagálja le leggyorsabban a jegybanki döntéseket, nyilatkozatokat és ez az a piac ahol napi szinten felfoghatatlan mértékű összegek vándorolnak az egyik befektetőtől, intézménytől a másikig. Ez egy nagyon bonyolult és összetett világ, ugyanakkor nagyon érdekes is, és tanulságos példákkal szolgálhat. Mindkét fajta elemzésemhez historikus adatokat használtam. A makrogazdasági elemzéshez a legfontosabb mutatókat, a pénzpiacihoz pedig különböző instrumentumokat vettem segítségül.

Tanulmányomat az elmúlt évek eseményei alapján összesített elméleti háttérrel vezetem fel. Utána a makrogazdasági és pénzpiaci elemzéssel folytatom, majd dolgozatom végén megpróbálom össze-síteni a legfontosabb kérdéseket és megoldási lehetőséget vázoló fel a jövőre vonatkozóan. A Fed és az EKB hasonló problémákkal szembesült a válság után, és teszik azt ma is. Éppen ezért az alkalmazott eszköztárak és módszerek is sok hasonlóságot mutatnak. Bízom benne, hogy tanulmányommal sikerül összesítenem a két jegybank legfontosabb döntéseit és problémáit, és közelebb hoznom a monetáris politika világát azokhoz is, akik kevesebbet hallottak korábban erről a témáról.

BREGLOVICS KATALIN

breglovics_kati@freemail.hu

Vállalkozásfejlesztés

MA, 2. félév

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Pataki László PhD.

egyetemi docens, NYME KTK

Az adósságkonszolidáció gazdálkodásra gyakorolt hatásainak összefüggés-vizsgálatokkal történő elemzése települési önkormányzatok példái alapján

Kulcsszavak: önkormányzati adósságállomány; adósságkonszolidáció; korrelációs vizsgálat

Az 1990-ben létrejött magyar önkormányzati rendszer az utóbbi években meglehetősen elavulttá vált. A korábban az önkormányzati autonómián alapuló szabályozás helyett, a közigazgatás mint szolgáltatás szemléletmód terjedt el. A közigazgatási átalakításával párhuzamosan az önkormányzatok feladatainak megnövekedése és az ellátásukhoz szükséges állami forráskivonás következtében létrejött hatalmas adósságállomány kezelésére a 2011-2014-ig tartó időszak során az állam az önkormányzati szektor teljes adósságát átvállalta.

Felmerül a kérdés, hogy milyen út vezetett az adósságkonszolidációig az önkormányzatok gyakorlatában. Munkámban az adósságkonszolidációt kiváltó előzményeket és az adósságátvállalás folyamatát Vas megye székhelyének, Szombathely példáján keresztül mutattam be esettanulmány formájában.

Az adósságkonszolidáció egyes településekre gyakorolt hatását gazdasági mutatószámokkal és korreláció vizsgálat segítségével érzékeltettem. A vizsgálat során Szombathely mellett egy hasonló méretű, földrajzilag azonban lényegesen távolabb lévő település, Szolnok elemzését végeztem el. A konszolidáció kisebb településekre gyakorolt hatását egy szintén Vas megyében található település, Kemenesmihályfa példáján keresztül szemléltettem. A két nagyvárosnál legnagyobb mértékben az adósságátvállalás első ütemének hatása mutatható ki a forrásszerkezetben. A második ütem hatása csupán minimálisan érzékelhető. A kisebb település gazdálkodásának vizsgálatánál nem találtam kiugró adatokat. Az elemzés során arra a következtetésre jutottam, hogy a három település közül a konszolidáció után mindössze Szolnok esetében maradt fent a kötelezettségek mérséklődésének tendenciája.

Arra a kérdésre, hogy ez az állapot hosszú távon mennyire lesz tartós, a válasz a jövőben kere sendő.

MÉHES KATA

kataa.mehes@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

dr. Czoboly Gergely

adjunktus BCE G Kar, BCE GTK

Dohánygyártmányok jövedéki adójának gazdaságpolitikai hatásai, az optimális adóstruktúra kialakítása

Kulcsszavak: jövedéki;adó;dohánygyártmányok;adó jog;gazdaságpolitika

A dohányvertikum a gazdaság egy speciális ágazata, melynek gazdasági jelentőségét egyik oldalról a dohánygyártmányok jövedéki adójából és általános forgalmi adójából származó költségvetési bevételek beszedése, a hazai foglalkoztatásban játszott jelentős szerepe, másik oldalról a magas társadalmi költségek jellemzik. A dohányipar az utóbbi időben jelentős szabályozási változáson ment keresztül, amely alapvetően befolyásolja annak reálgazdasági működését is. Tehát a téma aktualitását a jelenlegi kiskereskedelmi értékesítési pontok bevezetése, a dohányellátó rendszerek kialakítása, a kiskereskedelmi árrés növelése, illetve szabályozás következményei adják. Az utóbbi években az adóbevételek folyamatosan csökkentek, melynek oka a nem megfelelő adóstruktúra, az árháború kialakulása, a feketepiac, a trafik rendszer, minimális mértékben a dohányosok számának csökkenése és a növekvő fogyasztói árak. A dohányipart érintő jövedéki adó szabályozás több szempontból is részletes vizsgálatot és figyelmet igényel. Az adóstruktúra a dohányforgalmazó esetében meghatározza az alkalmazott árpolitikát, a végső fogyasztói árakat. A cégek jellemzően az adóstruktúra változásával egy időben határozzák meg új áraikat. Az adószabályozás ezen a területen sokkal érzékenyebben hat a piaci szereplőkre, a fogyasztókra, az állami bevételekre, a feketegazdaságra, mint egyéb ágazatoknál. Dolgozatomban a dohánygyártmányok (jelenlegi) jövedéki adóstruktúrája és ennek hatása a gazdaságpolitikára kerül bemutatásra, konklúzióként pedig egy lehetséges optimális adóstruktúra kialakítása a cél. A bevezetésben a piaci környezetet, a piaci szereplőket, érvényben lévő szabályozási rendszereket, illetve az alapvető adójogi és dohányipari fogalmakat tárgyalom a megfelelő közgazdaságtani háttérrel alátámasztva. A továbbiakban készítek egy dohányipari analízist az elmúlt időszakot összevetve a jelenlegi helyzettel, illetve ezeket esettanulmányokkal is szemléltetem. Az előbbiekből kiindulva különböző javaslatok tárgyalására, valamint bevezetésének korlátaira kerül sor, illetve ezeknek az adóbevételekre gyakorolt hatását vizsgálom. Végül egy megoldási javaslat részletes tárgyalása és indoklása zárja dolgozatomat.

DOHOS DÁVID

david.dohos@evk.hu

Pénzügy

BSc, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

NAGY DÁNIEL

daniel.nagy@evk.hu

Pénzügy és Számvitel

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Márkus Balázs

Óraadó, BCE GTK

Európa monetáris marketingje - Az Európai Központi Bank 2015-ös mennyiségi lazítási programjának kritikája

Kulcsszavak: Mennyiségi lazítás; defláció; pénzteremtés; kockázatok; nem konvencionális eszközök

A dolgozat ötvözi a szükséges elméleti háttérrel az európai monetáris - és gazdaságpolitika aktuális kihívásaival. A szerzők igyekeztek munkájukban feltárni az Európai Központi Bank (EKB) 2015-ben indított mennyiségi lazításának (QE) okait, potenciális hatásait és kockázatait. A kutatások során azt találták, hogy a monetáris politika önmagában nem biztos, hogy elegendő az eurózónás inflációs cél eléréséhez és a reálgazdasági aktivitás felpörgetéséhez. A QE pénzteremtési mechanizmusa és az EKB elkötelezettsége bizalmat teremthet a gazdasági szereplők körében, ám a kihívások megoldásának kulcsa valójában a reálgazdasági szereplők kezében van, akik a fogyasztással generált keresletükkel lehetnek képesek az inflációt és a növekedését előidézni.

A dolgozat 4 fő elem mentén került felépítésre. A nyitó fejezet körbe járja, valós-e az EKB részéről a deflációs félelem. A második rész elméleti felvezetést biztosít a nem konvencionális eszközökön belül a QE mechanizmusára. A harmadik fejezet bemutatja az EKB 2015-ös kötvényvásárlási programját, illetve rátér a kockázatokra. A negyedik tartalmi egység a QE pénzteremtési mechanizmusát tartalmazza, rávilágítva a pszichológiai faktorokra és alátámasztva a címben megfogalmazott állítást. Az ötödik rész pedig összességül szolgál.

A szerzők az objektív vizsgálódásból indulva némelyest kritikusabb hangvételt ütnek meg a negyedik bekezdésben, de nem tesznek konkrét állítást a program kimenetelét illetően, ugyanis ahhoz további adatokra van szükség, illetve a program lezárulta után válik eldönthetővé a QE eredményessége.

NAGY MILÁN

n.milan1994@gmail.com

Közigazgatás-szervező

BA, 1. félév

Nemzeti Közszolgálati Egyetem

Allamtudományi és Közigazgatási Kar

*Témavezető:
Dr. Fülöp Katalin
egyetemi docens, NKE NEK*

Gazdaságpolitikai kihívások 2008-2016

Kulcsszavak: IMF; hitelkeret; adósságszerkezet; gazdaságpolitika

Dolgozatom központi témája az a 25,1 milliárd dolláros hitelkeret, melyet a Nemzetközi Valutaalap közösen az Európai Unióval és a Világbankkal 2008 őszén bocsájtott Magyarország rendelkezésére. Figyelembe véve, hogy Magyarország esetében komoly finanszírozhatósági problémák merültek fel a válság begyűrűzésekor, melynek hatásai máig érezhetőek maradtak a magyar gazdaságra nézve, kutatásomnak a Gazdaságpolitikai kihívások 2008-2016 címet választottam.

Dolgozatomban igyekeztem felvázolni a 2008/2009-es globális pénzügyi válságnak, mint a kutatási témámat illető eseménysorozat alfájának, legfontosabb állomásait.

Foglalkoztam hazánk gazdaságának állapotvizsgálatával a válság begyűrűzésekor és részletesen bemutattam a magyar döntéshozatal által választott válságkezelő megoldást. Ismertettem az ezzel kapcsolatos véleményeket és értékeléseket is.

Végül egy nemzetközi kitekintést végeztem, megvizsgáltam a másik három visegrádi ország alternatív válságkezelő megoldását.

CZECZELI VIVIEN

czeczelivivien@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MA, 2. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Elekes Andrea

egyetemi docens, NKE NEK

Dr. Szikszai Szabolcs

egyetemi docens, PE GTK

Nem konvencionális monetáris politika az eurózónában - előzmények és tapasztalatok

Kulcsszavak: EKB, monetáris politika, mennyiségi lazítás, infláció, eurózóna

A 2007-08-as pénzügyi-gazdasági válság óta közel nyolc év telt el. Ez alatt az idő alatt a világ főbb fejlett országainak központi bankjai különböző likviditást elősegítő intézkedéseket hajtottak végre. A krízis epicentrumának tekinthető Amerikai Egyesült Államok gyors és drasztikus lépéseket tett, azonban az Atlanti-óceán túlpartján - Európában - ettől eltérő hozzáállás volt tapasztalható.

Az eurózónában a pénzügyi stabilitás helyreállítását szolgáló, elsősorban refinanszírozási intézkedésekhez kapcsolódó műveletek hatékony eszközként szolgáltak a pénzügyi turbulenciából fakadó problémák enyhítésére. Az Európai Központi Bank (EKB) kizárólagos mandátuma, vagyis az árstabilitás biztosítása azonban évek óta nem valósul meg. Komoly kihívásokat jelent a defláció veszélye és a továbbra is fennálló problémák kezelése.

Ennek megoldását célozva indította el az EKB 2015 elején – abban az időszakban, amikor USA-ban már a monetáris szigorítás első lépései kerültek napirendre - a mennyiségi lazítást (quantitative easing, QE). Figyelembe véve az európai bankrendszer és az eurózóna sajátosságait, felmerül a kérdés, hogy a klasszikus értelemben vett QE valóban hatékony eszköz lehet-e a jelenlegi helyzet orvoslására Európában.

A dolgozat célja, hogy egységes keretbe foglalja az Európai Központi Bank krízist követő intézkedéseit, illetve azok hatásait. Feltárja azokat a tényezőket, amelyek kulcsfontosságúak az EKB tevékenységében, illetve meghatározzák, hogy miért tekinthető eltérőnek az európai jegybank monetáris oldali válságkezelése a többi vezető központi bankhoz viszonyítva. A kutatás kiemelt figyelmet fordít a mennyiségi lazítás eddigi európai tapasztalataira is. Részletesen körüljárja az intézkedés szükségességét megalapozó infláció kérdéskörét, valamint azon tényezőket, amelyek korlátozzák a mennyiségi lazítás eredményességét.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Gazdaságpolitika II.



BÁRTFAI ESZTER

bartfaieszter91@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Kiss Norbert Tamás
tanársegéd, BCE GTK*

A népegészségügyi termékadó gazdasági hatása az élelmiszerágazatra: Fókuszban a magyar sósipar

Kulcsszavak: egészség; élelmiszeripar; elhízás; népegészségügyi termékadó

Adam Smith 18. századbeli tézise, miszerint a cukor szerfelett ideális adótárgy, ma is érvényes. Empirikus kutatások bizonyítják, hogy – sok más faktor mellett – a mára „világbetegség”-gé vált súlyproblémákkal összefüggésben áll az excesszív cukorfogyasztás. A WHO becslése szerint 2014-ben közel kétmilliárd felnőtt számított túlsúlyosnak, míg hatszázmillió elhízottnak. Ez a járulékos nem fertőző megbetegedésekkel komoly terhet ró az egészségügyi ellátórendszerre, hosszú távon pedig kihatnak gazdasági termelékenységre is.

Bár az egészségre ártalmasnak ítélt italok, élelmiszerek megadóztatásának eredményessége vitatott, Magyarországon 2011. szeptember 1-én vetették ki a népegészségügyi termékadót (neta) a cukorra, a sóra, a koffeinre és az alkoholra.

Kutatásom középpontjában a Netatv. által szabályozott termékköröket gyártó élelmiszeripari szegmensek reakcióinak, továbbá az ott végbement teljesítmény-, valamint ár- és keresletváltozás megvizsgálása áll, amit a törvény érintettjeinek csoportosításával készíték elő. Ezt követően a fókusz a leszűkített sósipar helyzetének áttekintésére.

Az elemzéshez primer forrásként a termékadóra vonatkozó NAV-adatokat, szekunder forrásként nemzetközi elemzéseket használok fel. A kvantitatív kutatással egészítettem ki: interjúkat készítettem (az internetes adatbázisokból kisselektált) sósipari cégek vezetőivel.

A NAV-adatok analízisének eredményei alátámasztják az összehasonlításhoz használt nemzetközi tanulmányokban leírtakat: a Netatv. okozta recesszió hossza nagyjából három évre tehető. Általában véve keresletnövekedés volt tapasztalható, amelyben szerepet játszott egyrészt a neta-köteles áruk fogyasztásának felélénkülése, másrészt az újabb és megreformált termékek iránti érdeklődés megjelenése és erősödése. A gyártók pedig, lehetőségeik függvényében, elkezdtek törekedni a szabályozásokhoz alkalmazkodásra; sőt egy önkéntes és önszabályozó kezdeményezés résztvevői kiemelt figyelmet fordítanak a fogyasztók egészségére. Így levonható a következtetés, hogy a vizsgált időszakban a népegészségügyi termékadó céljainak teljesülése részleges és árnyalt.

Összességében bebizonyosodott, hogy hazánkban (ahogyan a nemzetközi tapasztalatok szerint is) a súlyproblémákért okolt élelmiszerek és italok megadóztatása önmagában nem elégséges eszköz a fogyasztásuk visszaszorítására; ugyanakkor az intézkedés része lehet egy átfogó, összehangolt és komplex gazdasági stratégiának, valamint társadalmi párbeszédnek és összefogásnak.

CHORFI KARIM

ckarim94@hotmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
dr. Czoboly Gergely
adjunktus, BCE GTK*

Általános adóelkerülés elleni szabályok a magyar adórendszerben

Kulcsszavak: GAAR; adóelkerülés, magyar adórendszer; OECD BEPS

A dolgozat célja, hogy bemutassa a magyar adóelkerülés elleni rendszert, különös tekintettel az általános adóelkerülés elleni szabályokat (General Anti-Avoidance Rules, GAARs), illetve azok kapcsolatát a specifikus adóelkerülés elleni szabályokkal (Specific Anti-Avoidance Rules, SAARs). A dolgozat foglalkozik továbbá a hazai GAAR-ok funkciójával Magyarország kettős adóztatási egyezményeiben, az OECD BEPS akciótervének hatásával, valamint a magyar adórendszer és az uniós jog kapcsolatával.

SZABÓ ZSOLT MIHÁLY

zsolt@tamiaryu.hu

vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:

Dr. Csiszárík-Kocsir Ágnes
egyetemi docens, OE KGK

Globális öregedés gazdasági hatásai a nyugdíjbiztonságra

Kulcsszavak: globális öregedés; nyugdíjrendszer modellezése; mikroszimuláció

A dolgozat fő témája az Európai Unió tagállamait veszélyeztető társadalmi változások egyik legjelentősebbike a népesség nagyfokú öregedése, és ennek jelenlegi és várható hatása a gazdaságokra, különös tekintettel a magyarországi nyugdíjbiztonságra.

A dolgozat részletesen ismerteti demográfiai adatok alapján a jelenlegi és a várható népesség eloszlását a Földön, az Uniós tagállamokban és Magyarországon. Részletesen megvizsgáljuk, hogy a gazdasági rendszerekre milyen terheket rónak a szociális és egyéb kiadások. Az előrejelzések alapján a szűkös keretek nagy valószínűséggel nem fognak kellő biztonságot adni és nagy terheket fog mérni a gazdaságokra. A következő ötven évben jelentősen nőnek az uniós kormányok GDP-arányos nyugdíjkiadásai az előrejelzések alapján (EPC 2015, OCED 2011, 2013, 2015, ONYF 2015).

A befejező rész a kutatások eredményei alapján egy lehetséges társadalmi és gazdasági jövőképet vázol fel.

BIRÓ GÁBOR

birog95@gmail.com

alkalmazott közgazdaságtan

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

HORVÁTH BALÁZS ISTVÁN

balazsh26@gmail.com

alkalmazott közgazdaságtan

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Rózemberczki Benedek

PhD hallgató, UE

Hogyan lehet hatásosan szabályozni a dohányreklámokat?

Kulcsszavak: Dohányzás; ökonometria; szabályzás; marketingkorlátozás; difference-in-differences

A dolgozatunkban arra a kérdésre kerestük a választ, hogy az 1998-as egyesült államokbeli Master Settlement Agreement marketingkorlátozó intézkedései visszafogták-e a dohánytermékek fogyasztását. A kérdést azért tartjuk relevánsnak, mert a dohányzás korlátozására irányuló szabályozások ma is aktuálisak. A kérdést ökonometriai módszerekkel, pontosabban OLS-regressziókkal, és difference-in-differences módszerrel közelítettük meg, valamint kísérletet tettünk a szabályozás költségeinek megbecslésére is. Azt találtuk, hogy a marketingkorlátozások nem hatottak sem az átlagos fogyasztók dohánytermék-fogyasztására, sem pedig specifikusan egy olyan csoportra, akiket különösen érintett a szabályozás.

SÁRA TAMÁS

sara.tamas@heller.uni-corvinus.hu

Biztosítási és pénzügyi matematika

MSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Kovács Erzsébet
egyetemi tanár, BCE KTK*

Hol kapok majd nyugdíjat?

Kulcsszavak: nyugdíjrendszer; hordozhatóság; életpálya modellek

A szociális juttatások államok közötti hordozhatóságának kérdésköre egyre nagyobb figyelmet kap a munkavállalók és a döntéshozók körében. A szociális ellátás egyik alappillére a nyugdíjrendszer, ugyanakkor a globalizációnak köszönhetően nem lehet ezt kizárólag az adott ország belügyének tekinteni, mivel a munkaerő jelentős része több országban is munkát vállal, így alapot formálva a nyugdíjjogosultságra. Dolgozatom célja néhány jellegében eltérő európai nyugdíjrendszer bemutatása, illetve a hordozható nyugdíj jelenlegi helyzetének vizsgálata. A Világbank által létrehozott keretrendszer áttekintése után módszertani eszközökkel klasztereket alakítok ki a nyugdíjrendszereket jellemző ismérvek felhasználásával, megismerve ezzel az Európában jelenleg működő sémákat. Az eredmények alapján részletesen bemutatom három ország különböző paraméterekkel rendelkező nyugdíjstruktúráját, így képet kapva a munkavállalók lehetőségeiről a nyugdíjcélú megtakarítások tekintetében. A téma irodalmának feldolgozásával megvizsgálom a több országon átívelő nyugdíj-jogszerzés során felmerülő kérdéseket és problémákat. Végül különböző scenáriók reprodukálása által elemzem, hogy az Európa-szerte munkát vállaló állampolgárok milyen szolgáltatásban részesülhetnek a különböző aktív életpályák megvalósulása után.

BEKE LEILA

bekeleila22@freemail.hu

pénzügy-számvitel

BA, 1. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Dr. Halász Imre

főiskolai tanár, BGE GKZ

„Lapokat cserélnek” - A cafeteria rendszere a vállalkozásoknál

Kulcsszavak: cafeteria; adómentes juttatások; béren kívüli juttatások; egyes meghatározott juttatások

2012-ben nagy port kavart, mikor a magyar kormány kiszorította a három francia érdekeltségű - az Edenred, a Sodexo, és a Le Chéque Déjeuner - utalványforgalmazó cégeket a piacról. Mindhárom cég a Beruházási Viták Rendezésének Nemzetközi Központja (ICSID) nevű választott bírósághoz fordult 2013-ban.

Az Európai Unió Bírósága 2016. február 23-i határozata alapján a magyarországi cafeteria rendszer nem egyeztethető össze az uniós jogokkal. Így a magyar államnak változtatnia kell az eddigi szabályozáson.

Az egységes szabályozás mellett a vállalkozásoknál sajátos cafeteria rendszerek alakultak ki. Van olyan vállalkozás, ahol a szolgálati időhöz kötik a juttatást, van, ahol jelenléti prémiumként alkalmazzák, de vannak olyan szervezetek is ahol nincs feltétel annak, hogy ki kaphat juttatást.

A kutatásomat az az alapkérdés motiválta, hogy az egyes vállalkozásoknál milyen keretek közt működik a rendszer. Ehhez Nagykanizsán és környékén olyan gazdasági szervezeteket kerestem fel, mind a közszférából, mind a versenyszektorból, akiknél már évek óta jól működik a cafeteria rendszere.

A különböző méretű cégek nagyon eltérő arányban alkalmazzák a cafeteria rendszert. Jellemzően a mikro- és kisvállalkozások alkalmazzák a legkevésbé, a középvállalkozások és a multik körében kedvelt bérkiegészítő juttatási forma.

Az adótörvények módosítása miatt a vállalkozások elkezdhetik újragondolni a cafeteria rendszerüket, hogy a 2017-es szabályozásnak megfelelő csomagot tudjanak összeállítani.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Gazdaságpszichológia I.



BORBÉLY CSENGE

borbelycsenge@gmail.com

Emberi Erőforrások

BA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

NÉMETH GÁBOR

nemeth.gabor@mensa.hu

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Bakó Barna

egyetemi adjunktus, BCE KTK

A párválasztás közgazdaságtana

Kulcsszavak: Viselkedési közgazdaságtan; Rapid randi; Párválasztás közgazdaságtana; Evolúciós pszichológia, Terepkísérlet

A viselkedési közgazdaságtan egy olyan új irányzata a közgazdaságtannak, mely a pszichológia és a közgazdaságtan elegyét felhasználva az emberi viselkedést veszi górcső alá. A látszólag irracionális emberi döntések mögött meghúzódó racionális okokat és gondolkodást próbálja meg feltárni, bizonyítani. Tim Harford, *Az Élet Rejtett Logikája* című könyvében megmutatja, hogy a viselkedési közgazdaságtan mint szemlélet, az élet minden területén alkalmazható, akár még párválasztási mechanizmusainkat tekintve is megfigyelhető a racionalitás jelenléte.

Dolgozatunkban Tim Harford állítását szerettük volna bizonyítani: „A szerelem nem racionális, de a szerelmesek azok”. Az amerikai viselkedési közgazdaságtani kutatások mintájára, egy egyetemisták körében elvégzett rapid randi kísérlettel próbáltuk meg feltárni, hogy léteznek olyan szempontok, amelyek alapján racionálisan szelektálunk a lehetséges partner opciók között.

Bár kutatásunk nem tekinthető minden szempontból hiánytalanoknak, úgy gondoljuk, hogy az elvégzett terepkísérletünk jó alapot szolgálhat későbbi kutatásokhoz és az emberi kapcsolatok piacának behatóbb tanulmányozásához.

FEHÉR ÁDÁM

feher.adam@heller.uni-corvinus.hu

Alkalmazott közgazdaságtan

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

JUHÁSZ BÁLINT

juhaszb92hun@gmail.com

biztosítási és pénzügyi matematika

MA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Hámori Balázs

egyetemi tanár, BCE KTK

A túlzott önbizalom (overconfidence) humán tőke akkumulációban betöltött szerepének vizsgálata

Kulcsszavak: túlzott önbizalom; humán tőke akkumuláció; empirikus

A kutatás megválaszolható kérdése, hogy a túlzott önbizalom miként befolyásolja az egyén humán tőke akkumulációját. Azért találjuk fontosnak a kérdést, mert a túlzott önbizalom jelensége a pénzügyi döntésekben eddig sokkal nagyobb szerepet kapott, mint az oktatással, humán tőke akvizícióval kapcsolatos döntések esetében, habár az oktatási rendszer hatékonysága és méltányossága is nagyban múlhat a túlzott önbizalom és iskolai sikerek kapcsolatán.

Több elméleti modell is született már a kérdés megválaszolására például Filippin-Paccagnella 2012. Dolgozatunk célja, hogy e következtetéseket ellenőrizze az amerikai National Longitudinal Survey adatain. A verifikálandó hipotéziseink:

1. *Ceteris paribus* (tehát azonos kognitív képességű) egyének közül a túlzott önbizalommal rendelkező több humán tőkére fog szert tenni
2. Bár a túlzott önbizalom révén az akkumulált humán tőke növekedni fog, az egyén hasznossága csökken
3. Az egyén saját képességeiről alkotott elképzelései és a valóságos képességek között konvergencia valósul meg.

Az elemzéshez szükséges túlzott önbizalom változóját Pearlín, Rotter és Rosenberg pszichológia tesztek eredményeinek faktorváltozójaként alkottuk meg. A hipotézisek ellenőrzéséhez lineáris regressziót (1), logisztikus regressziót (2) és Kruskal-Wallis próbát (3) használunk. Az eredményeink az első és a második hipotézist megerősítik, még a harmadik hipotézisünket elutasítottuk. Legfőbb következtetésünk, hogy az egyes családok közötti egyenlőtlenségek könnyen konzerválódhatnak

HELLNER JOHANNA DORINA

hellnerjohannadorina@gmail.com

Emberi erőforrások

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Sass Judit

egyetemi docens, BCE TK

Az altruizmus előfordulásai a versenygazdaságban (A hazai vállalatok társadalmi befektetéseinek trendjei)

Kulcsszavak: reciprok altruizmus, társadalmi felelősségvállalás, jótékonyág, felelős vállalatvezetés, hosszútávú sikertényező

Napjainkban az altruizmus felértékelődéséről beszélhetünk, ez a jelenség képezi dolgozatom alapját. A vállalati jótékonyág megtérülő befektetéssé fejlődött, pedig nem éppen jellemző korunkra a versenygazdaságban, hogy az adakozás, a jóindulat és az önzetlenség egyáltalán megfontolás tárgya legyen. Viszonyás nélküli, tiszta altruizmus nem jellemző magatartásforma az üzleti életben, azonban a reciprok altruizmus egyre inkább elterjedt, azoknál a vállalatoknál, melyek képesek meglátni a tudástőke fontosságát, illetve azoknak a láthatatlan immateriális javaknak a növekményét, melyek elengedhetetlenek a sikerességhez. Napjaink felelős vállalatai felismerték, hogy a jótékonyagra költött pénz, nem elvesztegetett összeg, egyszerűen csak a jövőbeli gyarapodásukat szolgálja, és így a hosszú távú sikeresség kulcseleme. Az altruista magatartás legkifejezőbb eszköze a vállalati jótékonyág, mely mára már társadalmi elvárássá alakult. A felelős vállalat koncepció szerint a vállalatnak nem csak kereskedelmi kötelezettségei vannak, hanem felelősséget kell vállalnia a gazdasági és társadalmi élet minden szegmensében. Az altruista magatartás gyakorlása a piaci csereaktusok láthatatlan eszközeinek a megszerzésére irányul.

A társadalmi felelősségvállalás iránt elkötelezett vállalatvezetők meggyőződése, hogy a jótékonyág olyan tényező, amely egy vállalat teljesítményét és sikerességét jelentős mértékben befolyásolja.

A KSH mérőszámaival és a Magyar Adományozói Fórum (MAF) kutatásainak felméréseivel vettem össze saját kutatásom eredményeit. Az említett mérések adatainak összevetésével vizsgálom, hogy az elmúlt évek során a hazai vállalatok társadalmi befektetéseinek trendjeiben milyen mértékbeli változások tapasztalhatóak, mely motivációk, fókuszterületek, célcsoportok azonosíthatók.

TRÉFÁS ANDRÁS

trefasandras1@gmail.com

Közgazdasági elemző

MSc, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Hámori Balázs

egyetemi tanár, BCE KTK

Az érzékelt infláció viselkedésgazdaságtani megközelítése

Kulcsszavak: érzékelt infláció; torzítás

A fogyasztói árak növekedése 2014 óta historikusan is nagyon alacsony mind Magyarországon, mind az Európai Unióban. Ezt a folyamatot azonban az emberek által érzékelt infláció csak részben követte, a fogyasztók jelentős része szerint az árak továbbra is töretlenül emelkednek. A mért és érzékelt infláció közötti eltérés általánosan megfigyelhető jelenség, évtizedek óta kutatott témakör. A dolgozat fő célja körbejárni ezt az anomáliát, felhasználva a viselkedésgazdaságtan eredményeit. Ezen felül a releváns irodalom eredményeire támaszkodva megvizsgálom, miért érzékelnek eltérő inflációt a társadalmi csoportok, illetve Magyarország esetében empirikus elemzést is folytatok, statisztikai és ökonometriai módszertant használva. Általános érvényű következtetésem, hogy a torzítások, heurisztikák érdemben befolyásolják az egyének, társadalmi csoportok által érzékelt inflációt, noha a hatás egzakt kvantifikációja nehéz. A magyar empiriát vizsgálva ugyancsak kimutathatók torzítások, noha ezek nem minden esetben egyeznek a nemzetközi megfigyelések eredményeivel.

ÁRVAI DÁVID

arvaidivad@gmail.com

Pénzügy

MSc, 2. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kovács Péter

egyetemi docens, SZTE GTK

A Z generáció pénzügyi ismeretei: A hatodik és nyolcadik osztályosok pénzügyi kultúra kutatása

Kulcsszavak: pénzügyi kultúra; pénzügyi attitűd; zsebpénz; Dél-alföldi; általános iskola

A dolgozat célja, hogy felmérje az általános iskolás, hatodik és nyolcadik osztályos diákok általános pénzügyi ismereteit, pénzügyi szokásait. Arra a kérdésre kerestem a választ, hogy a diákok mennyire ismerik a különböző, mindennapi életben is használatos gazdasági alapfogalmakat. Milyen tényezők befolyásolják a pénzügyi tudás és attitűd fejlődését, különös tekintettel az internet és a zsebpénz hatására. A kutatástól azt vártam, hogy rávilágít az általános iskolás diákok gazdasági ismereteire, megmutatja, hogy mely területen mutatkoznak nagyobb hiányosságok, és esetlegesen segít abban is, hogy milyen úton lehet ezeket a leghatékonyabban orvosolni.

A vizsgálat alanyai Dél-alföldi általános iskolák hatodik és nyolcadik osztályos tanulói voltak a 2015/2016-os és 2016/2017-es tanítási években. A kutatás jellegét tekintve kvantitatív kutatás. A vizsgálathoz szükséges kiinduló statisztikai adatokat egy személyes kitöltésen alapuló, papíralapú kérdőíves felmérés biztosította. A kérdések első fele egy háttérkutatás, mely a válaszadók pénzügyi, gazdasági attitűdjeit, valamint ismereteik családi és iskolai háttérét vizsgálja. A kérdések második fele az általános gazdasági fogalmak ismeretre irányultak. A rendelkezésre álló adatok elemzéséhez leíró statisztikai módszereket alkalmaztam, melyek alkalmasak a különböző kérdések korosztályok szerinti összehasonlítására, és az egyes válaszok közötti összefüggések megvilágítására. Az adatok elemzése SPSS és a Microsoft Excel segítségével történt.

Az elvégzett vizsgálatok tükrében azt mondhatjuk, hogy a családnak és az iskolának fontos szerepe lenne a pénzügyi kultúra fejlesztésében, de az iskolákban ez nem kap kellő hangsúlyt. A fiú diákok jobban érdeklődnek a téma iránt, ők jellemzően jobban is fel tudták becsülni saját tudásukat és jobb eredményeket is értek el a teszteken. A családnak fontos szerepe van a gazdasági tudás önképének és a gazdasági hírek iránt viseltetett attitűd kialakításában. Ilyen fiatal korban, a hangsúlyt az attitűdfejlesztésnek kell kapnia és nem pedig a tényleges tudásfejlesztésnek. Az iskolában nagyobb hangsúlyt kell kapnia a pénzügyi kultúra fejlesztésének, mert a közoktatás az egyetlen hely, ahol a demográfiai eltérésekből fakadó különbségek pénzügyi kultúrára kifejtett hatása egységes szinten orvosolható.

PINTYE ALEXANDRA

p.szandra22@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Kiss Marietta
adjunktus, DE GTK*

Egyetemisták pénzügyi kultúrája - Elég az egyetemen elkezdni a fejlesztést?

Kulcsszavak: pénzügyi kultúra; pénzügyi ismeretek; pénzügyi viselkedés; pénzügyekkel kapcsolatos attitűdök és preferenciák; egyetemisták

A pénzügyi kultúra nem újkeletű fogalom, jelentőségére mégis csupán a 2008-as pénzügyi válság hívta fel a figyelmet. A fiatalok pénzügyi kultúrájának fejlesztése kulcsfontosságú, hiszen egyéni és társadalmi szempontból lényeges, hogy a felnövekvő generáció képes legyen tudatos pénzügyi döntéseket hozni.

Primer kutatásom célja, hogy felmérje a Debreceni Egyetem nappali tagozatos hallgatóinak pénzügyi kultúráját az OECD által létrehozott három komponens (pénzügyi ismeretek, pénzügyi viselkedés, pénzügyekkel kapcsolatos attitűdök és preferenciák) mentén. Legfőbb kutatási kérdésem az, hogy a Gazdaságtudományi Karon tanuló, azaz speciálisan pénzügyi-gazdasági képzésben részesülő hallgatók pénzügyi kultúrája mutat-e pozitív eltérést a további 13 karon tanuló, célzott gazdasági képzésben egyetemi éve alatt nem részesülő fiatal kultúrájához képest. Hipotézisem szerint a gazdasági képzésben részt vevő diákok magasabb szintű pénzügyi kultúrával rendelkeznek, mint a többi egyetemista.

A vizsgált diákok pénzügyi ismereteinek szintjéről megállapítható, hogy körükben az egyes pénzügyi fogalmak ismerete, illetve azok gyakorlati alkalmazása sok esetben nem pontos. A gazdasági felsőoktatásban és egyéb képzésben részt vevő diákokat összevetve megállapítható, hogy a legtájékozottabbak a közgazdász hallgatók.

A vizsgált hallgatók pénzügyi viselkedése számos esetben nem tudatos. A gazdasági és egyéb képzésben részt vevők magatartását több szempont szerint összevetve a gazdasági oktatás pozitív hatásának meglétét csupán egy elemnél, a pénzügyi termékek kiválasztása előtti tájékozódásnál tapasztalhatjuk.

A pénzügyekkel kapcsolatos attitűdök és preferenciák elemzése során megállapítható, hogy a vizsgált diákokat a megtakarításokhoz való pozitív hozzáállás jellemzi, a hitelekkel és a bankokkal kapcsolatban elutasítóak, a kockázatokhoz negatívan állnak. A gazdasági képzésben való részvétel negatív hatással van a megtakarításokkal és a kockázatok elkerülésével kapcsolatos attitűdre.

Összességében tehát hipotézisem nem igazolódott be, azaz a közgazdász hallgatók nem rendelkeznek magasabb szintű pénzügyi kultúrával, mint a többi egyetemista (csupán egyes részterületeken), ami alátámasztja a pénzügyi kultúra fejlesztésének minél fiatalabb korban történő elkezdésének fontosságát.

TAMÁS DÁNIEL

vandorsolyom.1@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Szalay Zsuzsanna

adjunktus, BCE GTK

Homo reciprocans - a kölcsönösség embere. Újragondolt emberkép és boldogságfogalom

Kulcsszavak: kapcsolatiság; ajándékozás; kölcsönösség; boldogság; piac

Az emberről és a boldogságról alkotott felfogásunk alapvetően meghatározza közgazdasági szemléletünket. Ebben a tanulmányban Luigino Bruni és Stefano Zamagni gondolataiból kiindulva amellek érvelek, hogy a felvilágosodás után kialakult főáramú közgazdaságtan *homo oeconomicusa* alapvetően reduktív, és ma már egy holisztikus, teljesebb antropológiai megközelítésre van szükség. Munkám egyfajta paradigmaváltási kísérlet, melyben egy újfajta ember- és piackép rajzolódik ki, ahol az egyenértékek cseréje mellett helyet kap a kapcsolatiság, az ingyenesség és a kölcsönös ajándékozás logikája. Az ilyen módon értelmezett piac tehát nem pusztán egyén és tárgyi dolog találkozásának a helye, hanem személyek személyekkel való interakciójának ad teret. A piac nem csupán allokációs funkcióval rendelkezik, hanem kiegészül a méltányosság szempontjával. A reciprocitás figyelembe vételével olyan körülmények létrehozására nyílik lehetőség, ahol azok is aktív szereplőivé válhatnak a gazdasági folyamatoknak, akik eddig – akár önhibájukból, akár azon kívül – kiszorultak a jelenlegi piacról.

A *homo reciprocans*, az újragondolt emberkép segítséget jelent az emberi boldogság vizsgálatának megértésében is. Több XX. századi közgazdász (Easterlin, Kahneman, Bruni és Porta) kutatásai azt támasztják alá, hogy a jövedelem növekedését kiegészítve más faktorok, az ún. kapcsolati jószágok megléte vagy hiánya sokkal erősebben befolyásolják az emberek boldogságérzetét. A közgazdasági megfontolásokat követően a boldogságfogalomnak ezen tágabb felfogását más oldalról is alátámasztom, utalva az antik illetve középkori (Arisztotelész, Aquinói Tamás) és az utilitarista boldogságfelfogás (Mill, Wickstead) mögött húzódó filozófiai alapfeltevésekre. Emellett figyelembe veszem a modern pszichológiai kutatások vizsgálódásait is (Kasser).

Végső következtetésként amellek érvelek, hogy hogy a személyközi kapcsolatok minősége az, ami az emberek csoportjait és magát a társadalmat is boldogabbá teheti.

PÁL ESZTER

pal.eszter94@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 6. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Ivanyos János

c.főiskolai docens, BGE PSZK

Dr. Király Gábor

egyetemi docens, BGE PSZK

Itt a lét a tét!

Kulcsszavak: kockázat, egyén, kockázatvállalás, befektetés, döntés

A dolgozatom címe talán ismerős lehet sokak számára egy magyar valóságshow-ból, mégpedig a Való Világból. Ennek mi köze van az én dolgozatomhoz, ami a kockázatvállalásról szól? Elsőre talán furcsának tűnhet, de a kockázatvállalás, amely döntések sorozatából áll, napi szinten jelen van az életben, és ha rossz döntés születik, akkor nem biztos, hogy a döntés tárgya épségben marad, legyen szó akár egy rossz befektetésről, vagy akár saját testi épségről, amikor a piros jelzőlámpán kel át valaki. Akkor bizony már szinte érezhető, hogy a lét a tét a döntéseknél.

Manapság az embereknek nem titkolt vágya minél hamarabb minél több pénzhez jutni. Erre pedig úgy tűnik, hogy csak egyetlen jó megoldás van: a kockázatvállalás. De jobb nem ész nélkül belevágni ezekbe a veszélyes ügyletekbe, hanem inkább átgondolni a körülményeket és az alapján kiválasztani a befektetni kívánó személy számára a leginkább megfelelőt. A dolgozatom során éppen ezeket a körülményeket meghatározó tényezőket próbálok feltárni, és vizsgálni olyan szempontból, hogy azok mennyire befolyásolhatják az egyének kockázatvállalási hajlandóságát. Az előző évben elkezdett dolgozatom szeretném kiegészíteni néhány további érdekes kapcsolódó témakörrel, mint például a MiFID kérdőív bemutatásával és ennek kiegészítésére tett javaslataimmal.

A dolgozatom elején egy elméleti összefoglaló található, ahol a kockázatokról és a befektetésekről tudhat meg többet az olvasó. Ezek után bemutatásra kerül kettő feltáró interjú, amelyeket bankfiók vezetőikkel készítettem a kockázatvállalási hajlandósággal kapcsolatban. Aztán szakirodalmi példák kerülnek bemutatásra, ahol több érdekes kutatást is megismerhetnek a Kedves Olvasók. Ismertetésre kerül a gyakorlatban alkalmazott MiFID teszt törvényi háttere és annak kérdéseinek fontossága, és végül egy kérdőív segítségével készített felmérés eredményeit ismertetem és azok alapján javaslatot teszek a MiFID kérdőív további fejlesztési területeire.

A dolgozatom eredményeként remélhetőleg kialakul egy olyan kép az olvasóban, amely segítségével jobban fel tudja térképezni önmagát, és a vizsgált tényezők saját magára való vetítésével ki tudja alakítani az ő számára legmegfelelőbb portfólió típust, és könnyebben tud majd dönteni a pénzügy világában a dolgozatomból megszerzett információk alapján.

SALLAI DÓRA

sallaidora9@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Farkas Gergely
egyetemi tanársegéd, SZTE GTK*

Személyiségbeli különbségek a vállalkozni szándékozó fiatalok körében

Kulcsszavak: fiatal vállalkozók; énhatékonyság; kontrollhely; értékek; kockázatvállalás

Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy vannak-e különbségek a vállalkozni szándékozó fiatalok esetében a kontrollhely, énhatékonyság, valamint az értékek között. Korábbi kutatások már foglalkoztak a vállalkozók személyiségjegyeinek kérdésével, én jelenleg a kérdést egy új megvilágításban kívánom vizsgálni. A szakirodalmi áttekintés után kérdőíves megkérdezést alkalmaztam. A feltevésem, amit igazolni kívánok, hogy az egyéni, társas és családi vállalkozás iránt érdeklődő fiatalok között nincs különbség a vizsgált jellemvonások tekintetében. Az empirikus kutatás eredményei alátámasztották a hipotézist, azaz nincs különbség a személyiségjegyek esetében a különböző típusú vállalkozóknál. A kockázatvállalási szintek és a vállalkozói hajlam kapcsolatának vizsgálata során viszont arra az eredményre jutottam, hogy kapcsolat van a vállalkozói ambíciók, valamint a kockázatvállalás szintje között.

KOVÁCS-SZAMOSI RITA

kovacs.szamosi.rita@gmail.com

pénzügy és számvitel

BA, 1. félév

Kaposvári Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Csonka Arnold

egyetemi adjunktus, KE GTK

Bareith Tibor

PhD hallgató, KE GTK

„Tartozás elengedve” – felmérés a magyarországi magáncsőd társadalmi megítéléséről

Kulcsszavak: magáncsőd, devizahtel, viselkedésvizsgálat,

OTDK dolgozatomban a devizahitelprobléma egy lehetséges megoldásaként elemeztem a 2015. szeptemberében bevezetésre került magáncsőd intézményét. A dolgozat szakirodalmi áttekintésében kitértem arra is, hogy milyen okok vezettek a devizahitel probléma kialakulásához, valamint, hogy milyen törvényi háttérrel valósult meg a magyar magáncsőd, mint lehetséges menekülőút.

A tanulmány empirikus részében egy kérdőíves kutatást végeztem, amelynek lényege az volt, hogy feltérképezzem milyen különbségek vannak a devizahittel érintett és nem érintett lakosság gondolkodásában. Emellett arra is kíváncsi voltam, hogy a magáncsőd tekintetében milyen viselkedésminták alakíthatók ki a válaszadók között.

Ahhoz, hogy ezekre a kérdésekre választ kapjak hatfokú skálán értékelendő kérdéseket tettem fel a kérdőív kitöltőinek, majd ezeket a kérdéseket hat faktorba rendeztem. Ezt követően a faktorokat Likert-skálaként kezelve, ANOVA módszerrel határoztam meg, mely faktorok esetében, milyen háttérváltozó alapján vannak különbségek a válaszadók között. Ezt követően a devizahittel való érintettséget alapul véve alakítottam ki négy klasztert a válaszadókból, aminek alapján következtetéseket vontam le a válaszadók jövőbeni viselkedésével kapcsolatban a magáncsőddel szemben.

REPISKY MÁTÉ

rep.mate92@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 4. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Farkas Gergely

egyetemi tanársegéd, SZTE GTK

Vállalkozói kudarc – a vég, vagy egy új kezdet?

Kulcsszavak: Vállalkozói kudarcfeldolgozás; vállalkozók stigmatizációja; tanulás a kudarcból; gyász; attitűdök

A kutatásom célja a vállalkozók kudarcfeldolgozásának és a folyamatra ható tényezőknek a megismerése. A kutatás három fő részből áll, amelyek a szakirodalomban található elméleteken alapulnak: személyes tulajdonságokból (szemléletmódok, kontrollhely, időperspektívák), környezeti hatásokból (vállalkozók általános megítélése, stigmatizáció), valamint a kudarca adott vállalkozói reakciókból (kudarc késleltetése, gyász, tanulás a kudarcból). Az empirikus kutatás során, a 8 fős, legalább egy kudarcot már átélt, vállalkozói mintámmal mélyinterjúkat készítettem, és kitölttettem egy rövid kérdőívet. Az kutatás fő eredménye a létrehozott komplex modell, mellyel a vállalkozók kudarcfeldolgozását vizsgáltam.

A személyes tulajdonságok terén többek között megerősíthetem, hogy a vállalkozók általában belső kontrollusak Rotter kontrollhely elmélete alapján, de egy kellően nagy bukás ezt megváltoztathatja. A vállalkozók magasabb jövőorientált időperspektívával rendelkeznek, mint a referenciaként vett magyar minta, hiszen folyamatosan mérlegelniük kell a döntéseik jövőbeli hatásait. Az interjúalanyaim fele személyiségjegyeit rögzültnek, nem megváltoztathatónak gondolja.

A vállalkozók általános megítélése esetén megoszlottak a vélemények, de abban egyetértettek, hogy a környezetben kevés információ érhető el a vállalkozók kudarcairól. Többen azt tapasztalták, hogy az utóbbi években a vállalkozók megítélése pozitív irányba változott. A kudarc következtében a mintám fele nem tapasztalt eltérést a megítélésében, míg a többiek inkább negatív, a stigmatizáció irányába történő elmozdulásról számoltak be.

A kutatásból megtudtam, hogy a portfólió vállalkozók kudarc esetén általában alacsonyabb szintű gyászt tapasztalnak meg és arra is választ kaptam, hogy az egymást követő kudarckok valóban növelhetik a gyász erősségét. Egy vállalkozót leszámítva, mindenki levont néhány tanulságot a jövőre vonatkozóan. A 8 vállalkozóból 5 jelenleg is a vállalkozói szférában tevékenykedik.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Gazdaságpszichológia II.



FREUND ANNA

freund.anna@amicustrade.hu

Műszaki menedzser

BSc, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Pató Gáborné Dr. Szűcs Beáta

Egyetemi docens, PE GTK

A beszerzés etikai kérdései

Kulcsszavak: gazdasági etika; beszerzés; vállalati magatartás

A kutatás egy sok szereplős, vállalati funkcionális területre fókuszál, a beszerzésre. A logisztikából ismert 7M definíció szemlélteti, hogy a beszerzés célja a megfelelő minőségű áruk és szolgáltatások, a megfelelő mennyiségben, a megfelelő időben, a megfelelő szállítótól, a megfelelő áron történő rendelkezésre bocsátása. (Kovács, 2004)

A 21. században zajló folyamatok, mint a globalizáció, a folyamatos online jelenlét, a digitalizáció és általuk az elszemélytelenedés az üzleti világot is érintik. Ezek megléte arra ösztönöz, hogy felelevenítsük a „régidőkből” származó, korrekt üzleti modelleket és megkeressük a jól működő gazdaság elengedhetetlen jellemzőjét, vagyis a „tisztas úriember” kifejezés mai megfelelőjét. Ez szükséges napjaink for-profit társágai számára is, mivel a nyereség mellett az emberi hozzáadott értékek is a gazdaságosság alappillérei. A cél tehát az egyensúly kialakítása a gazdaságos és egyben etikus magatartással való működés között, az egyén, a vállalat és a társadalom szolgálatának érdekében.

Az etika lényegében az erkölcsönként önmagában hordozó tudományág, melyben az erkölcs feladata - hogy a meglévő normák alapján eligazodást biztosítson a helyes, valamint helytelen emberi, vállalati jellemzőkről- taglalódik. Az erkölcs a létét a társadalomnak, valamint az egyes társadalmak fejlődésének köszönheti. (Boda, 2001) A beszerzés munkamentének elemzésekkor, a számos érintettnek köszönhetően érdemes az etikai mozgatóerőkre is koncentrálni, hiszen az etika tárgya az emberi cselekvés. (Turay, 2000)

A korábban természetesnek vélt értékek, úgy tűnik, mostanság teljesen átalakultak, esetleg el is hanyagolódtak. Ennek következtében felmerül a kérdés, hogyha eddig a társadalom fejlődésének köszönhetően maradt fent az erkölcs, akkor a jelen társadalom akár el is pusztíthatja?! A kérdés megválaszolása érdekében különböző iparágban tevékenykedő vállalatok beszerzési területei kerültek etikai szempontok figyelembevételével megvizsgálásra és a tanulmányban a kutatás fókuszába.

[1] Dr. Kovács, L. (2004): Logisztika, Pannon Egyetemi Kiadó, p 133

[2] Boda, L. (2001): Természetjog, erkölcs, humánium – A jogbölcselet etikai látóhatára. Szent István társulat, Az Apostoli Szentszék Könyvkiadója, p21

[3] Turay, A. (2000): Az ember és az erkölcs. Szeged. Agapé, Ferences Nyomda és Könyvkiadó Kft., pp5-15

TAR TÍMEA

tarrtimi94@gmail.com

Kereskedelem és marketing
BA, 7. félév

Szegedi Tudományegyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Kazár Klára
egyetemi adjunktus, SZTE GTK*

A hálapénz adás motivációi

Kulcsszavak: Hálapénz; egészségügy; félelem; hála; motiváció

Az egészség egy olyan állapot, ami múlandó, ezért életünk során legalább egyszer arra kényszerülünk, hogy egészségügyi intézményhez forduljunk gyógyulásunk érdekében. Magyarországon és volt szocialista országokban, ha kórházba megyünk, kiegészül a folyamat egy olyan motívummal, amivel a nyugati szakirodalmak kevésbé foglalkoznak, a hálapénzzel. Egyesek szerint ez korrupciónak minősül, míg mások a köszönetnyilvánítást látják benne. Mindenki tud a létezéséről, még sem szívesen beszélnek róla az emberek. A téma aktualitásából és a hálapénz több, mint 50 éves fennállásából adódóan arra a döntésre jutottam, hogy megvizsgálom, milyen motivációval és indítékkal adnak az emberek ellátás előtt vagy után hálapénzt az orvosnak.

Elméleti áttekintésem során 5 tényezőt azonosítottam, melyekre a primer kutatásomat építettem. Motiváló tényezőnek számít a félelem, a hála, az orvossal kialakított kapcsolat, az ellátó intézmény minősége és a társadalmi helyzet. Mélyinterjúk keretében ellátást igénybe vevőkön kívül 3 orvos és egy nővér is válaszolt kérdéseimre.

Kérdőíves kutatásomból és az interjúkból arra a következtetésre jutottam, hogy az emberek továbbra is felnéznek az orvosra szaktudása miatt, de lényeges, hogy emellett empátikus is tudjon maradni. Nem biztos viszont az, hogy ha személyesen ismerjük az orvost, akkor a minőség garantált. A kutatásból kiderült, hogy a válaszadók nagy része nincs megelégedve a magyar egészségüggyel, és szeretnék a hálapénzzel azokat az erőforrásokat bebiztosítani, melyek hiányoznak. Főkomponens analízis és hierarchikus klaszterelemzés során 3 csoportot azonosítottam, akik vagy félelemből, vagy kockázat érzetük csökkentése érdekében adnak hálapénzt. A félelem bizonyult erősebb motiváló erőnek, mert attól függetlenül, hogy az ellátás előtt vagy után vannak, hálapénzzel szeretnék aggodalmukat csökkenteni. Az eddigi eredmények alapján mondhatnánk azt is, hogy a hálapénz megtévesztő elnevezés, ennek ellenére továbbra is vannak olyanok, akik köszönetnyilvánítás céljából nyújtanak pénzt vagy ajándékot gyógyítójuk számára. Fény derült arra is kutatásom során, hogy minél betegbb valaki, annál valószínűbb, hogy adni fog hálapénzt, de a legnagyobb hálapénzes területnek minősülő nőgyógyászat és szülészeti vezetett a listát a válaszadók körében.

Bár a hálapénz témája kifejezetten komplex kérdés, feltétlenül figyelmet igényel, melyhez kutatásom eredményei további kutatások kiindulópontját jelenthetik.

KOVÁCS ROLAND

kroli1993@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezetők:

Balázsné Dr. Lendvai Marietta

főiskolai docens, BGE GKZ

Tóth Zsuzsanna

adjunktus, BGE GKZ

A pénzmosás jéghegyének látható és rejtett dimenziói

Kulcsszavak: Pénzmosás; gazdasági bűncselekmény; piszkos pénz; ügylet; legalizálás

Napjaink egyik legtöbbet emlegetett gazdasági bűncselekménye a pénzmosás. De vajon mi állhat ezen tevékenység háttérében? Milyen összetett folyamatok jellemzik ezt az „üzletágot”? Igen, nem túlzás üzletágnak nevezni a pénzmosást, hisz különböző becslések szerint a világ összes országának egyesített GDP-jének körülbelül 2-5%-át teszi ki. Milyen gazdasági szereplők lehetnek érintettek a pénzmosásban, és kik küzdenek ellenük? És talán a legérdekesebb kérdés, hogy milyen módszereket, technikákat használhatnak a bűnözők az illegálisan szerzett pénz „tisztára mosásához”, és ezek a technikák mennyire észrevehetők?

Ezekre, és ezekhez hasonló kérdésekre keresek választ a kutatásomban.

Dolgozatomat 5 fő logikai pillérre építettem fel. Elsőként a pénzmosás általános tudnivalóit mutatom be, ráhangolva ezzel az olvasót a központi témára. Kitérek arra, hogy mind nemzetközi, mind nemzeti szinten milyen hatóságok és szervezetek küzdenek a pénzmosás ellen, kisebb, illetve nagyobb sikerekkel. A dolgozat utolsó fejezetei rejtik véleményem szerint az olvasó számára a legtöbb érdekes információt. Elsősorban a valóságban már használt pénzmosási praktikákat sorakoztatom fel, majd konkrét esetekkel támasztom alá, hogy egy-egy pénzmosásra használt technika mennyire lehet hatékony. Majd a jéghegy modellbe ágyazva mutatom be a különböző pénzmosási technikák látható jegyeit és rejtőzködő dimenzióit. A Nemzeti Adó és Vámhivatal évenként publikált jelentéseiből pedig egy átfogó statisztikai elemzéssel végzek összefüggés vizsgálatot és vonom le következtetéseimet.

HADABÁS KITTI

hadabaskitti@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BA, 6. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

MOHÁCSI LÁSZLÓ

laszlo.mohacsi034@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BA, 2. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezetők:

Dr. Ilyésné Dr. Molnár Emese
egyetemi docens, BGE KKK

Dr. Király Gábor
egyetemi docens, BGE PSZK

A szellemírás mestersége és annak megítélése írói és hallgatói szempontból

Kulcsszavak: szakdolgozati piac; szellemírás; plágium; csalás; szakdolgozat

Kutatásunk témája a diplomadolgozat-piac elemzése, amire azért esett a választásunk, mert mind hazánkban, mind a világ más országaiban – plágiumszűrő szoftverek és keresőmotorok ellenére – óriási kereslete van a házi dolgozatoknak, beadandó feladatoknak, projektmunkáknak, szakdolgozatoknak, sőt még a doktori disszertációknak is. Ezen felül a hallgatók előszeretettel használnak egyéb csalási módszereket is főiskolai, egyetemi éveik alatt.

Magyarországon több újságcikk és internetes cikk, bejegyzés árulkodik a szakdolgozati piac meglétéről, több feltáró írás is található a világhálón, azonban ezek többnyire leíró jellegűek, kevés empirikus kutatás található erről a témáról. Összességében elmondható, hogy a diplomadolgozat-piac egy összetett és érdekes jelenség. Célunk, hogy átfogó képet adjunk erről a piacról, valamint elméleti és empirikus vizsgálatunk eredményei alapján egy hiánypótló, gyakorlati oldalról megközelített kutatást végezzünk. Elméleti kutatásként a hazai és nemzetközi szakirodalom átfogó elemzését végeztük el, empirikus kutatásunk során pedig kvalitatív és kvantitatív elemzéssel mértük fel a keresleti és kínálati oldalt egyaránt. A mélyinterjúkat félig strukturált módszerrel végeztük, kérdőívünkkel pedig olyan Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi Karán végzős hallgatókat vizsgáltunk, akik a szakdolgozatírás előtt állnak közvetlenül, illetve szakdolgozatírásuk folyamatban van. A mélyinterjúk során pedig az internetes forrásokban fellelhető, magyarországi, tudományos munkát író, ún. “szellemírókat” kérdeztük a munkájukkal, más néven “négerezéssel” kapcsolatban.

Vajon mennyire elterjedt hazánkban a csalás és plagizálás?

Mennyire tartják a hallgatók racionális döntésnek, hogy egy féléves tandíjból egy biztos ötös szakdolgozatot íratassanak? Biztos, hogy a szakdolgozat ekkora figyelmet érdemel? Biztos, hogy ez a végső, és egyben „utolsó beadandó kutatásunk”, a szakdolgozat megfelelő és mérhető számot ad az egyetemi évek alatt megszerzett tudásról? Van-e olyan körülmény, amikor nincs más lehetőség?

MÁRTON ANDREA

marton927@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MA, 1. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Szekeres Diána

egyetemi adjunktus, BME GTK

Fogyasztói tudatosság avagy fogyasztóvédelem az Európai Unióban

Kulcsszavak: gazdaságpszichológia; fogyasztóvédelem; fogyasztói tudatosság

Dolgozatom fő témája a fogyasztóvédelem, amely számos gazdaságpszichológiai kérdést vet fel. A gazdaságpszichológia – mint a közgazdaságtan és a pszichológia tudományának találkozási pontja és kapcsolata – elősegíti elemezni az emberi döntések pszichológiáját. A fogyasztóvédelem pedig egy olyan interdiszciplináris megközelítés, amely magában hordoz közgazdaságtani, pszichológiai és jogi ismereteket.

Dolgozatomat az Európai Unió bemutatásával kezdem. Kitérek az Európai Unió történelmére majd ezt követően bemutatom a jogrendszerét, ezen belül kitérek a közösségi jog forrásaira. Ezt követően bemutatom az Európai Unió belső piacát és annak gazdasági helyzetét. Dolgozatomnak részét képezi az európai uniós versenyjog bemutatása, mert ez az uniós szakpolitikák egyik meghatározó ága, ami kapcsolódik a fogyasztóvédelem területéhez is. Továbbá kitérek a magyar versenyjogra is.

A versenyjog bemutatását követően áttekérek dolgozatom fő témájára, a fogyasztóvédelemre. Definiálom a fogyasztó fogalmát, ezt követően leírom az európai uniós fogyasztóvédelmi politika alakulását. Elemzem, hogy a különböző európai uniós szerződések mennyiben járultak hozzá a fogyasztóvédelmi politika kialakításához, milyen intézmények létesültek a fogyasztók jogainak biztosítása érdekében és bemutatom az eddig megfogalmazott fogyasztóvédelmi programokat. Ezt követően kitérek a fogyasztóvédelem magyarországi szabályozásra, továbbá kitérek a középtávú fogyasztóvédelmi politikára is.

Dolgozatomban bemutatok hét közgazdaságtani vonatkozású fogyasztóvédelmi esetet. Három vettem a gyógyszeriparból, három pedig a Curia ítélezéseiből, melyek esetében volt fogyasztóvédelmi intézkedés. A hetedik eset eltér az előzőektől, ugyanis ezzel kapcsolatban nem volt semmilyen jogi lépés. Azért foglalkozom mégis ez utóbbi esettel is mert, véleményem szerint, ez is sértette a fogyasztók jogait. Az UEFA 2016. évi Labdarúgó Európa Bajnokságra történő jegyértékesítés során történt tájékoztatás módját elemzem.

Dolgozatom következő részében kitérek az uniós és a magyar fogyasztói tudatosságra. Példákon keresztül kívánom bemutatni, hogy miért lényeges figyelmet fordítani a fogyasztói tájékozottságra. Ezt követően kitérek a fogyasztók sérülékenységére.

Végezetül bemutatom a téma közgazdaságtani megközelítését és egy általam, a fogyasztóvédelmi tudatosság mérésére és növelésére kidolgozott modellt.

Dolgozatomat összegzéssel zárom, amelyben kifejtem a kutatásom során elért főbb eredményeket.

SZABÓ NOÉMI LILLA

szabo.noemi.lilla@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 6. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Pázmándi Kinga

egyetemi docens, tanszékvezető, BME GTK

Közvetítő webshopok és fogyasztóvédelem - az Airbnb normatív szempontú vizsgálata

Kulcsszavak: fogyasztóvédelem; e-kereskedelem; online vásárlás; Airbnb; közvetítő

Az internet elterjedésének és az ország széleskörű lefedettségének köszönhetően alakulhatott ki napjaink egyik leggyorsabban fejlődő gazdasági területe az elektronikus kereskedelem. Ide sorolható az online vásárlás is, ami gyorsaságának, egyszerűségének, kényelmének köszönhetően egyre inkább elterjedt a fogyasztók körében. Azonban az interneten keresztüli vásárlás felvethet új kérdéseket és problémákat, mind a folyamat működésével, mind a jogi szabályozással kapcsolatban. A fogyasztóvédelmi jogok, a szerződésre-, tájékoztatásra-, adatvédelemre- és fizetésre vonatkozó rendeletek és törvények együttesen szabályozzák az elektronikus kereskedelmet. A különböző funkcióval működő honlap-típusok eltérhetnek szabályozottságukban és más-más viszonyt ápolhatnak a fogyasztókkal. A tanulmányban bemutatásra kerül a napjainkban egyre népszerűbb, 180 országot érintő Airbnb online szállásközvetítő cég és annak története, működése és jelenlegi pozíciója a különböző országokban. Az Airbnb, mint harmadik fél lép föl a szállást kínáló és a szállást keresők között, és intézi a szállással kapcsolatos teendőket. Azonban számos jogi kérdés és probléma merül föl a vállalat működésével kapcsolatban. A tanulmányban megvizsgálásra kerülnek a szolgáltatással kapcsolatban felmerülő elsősorban fogyasztóvédelmet érintő esetek, mind hazai, mind határokon átnyúló ügyletek esetében.

BENKE GRÉTA

gretabenke@gmail.com

Számvitel

MA, 3. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Karcagi-Kováts Andrea

adjunktus, DE GTK

Szándék és valóság - Egy attitűd vizsgálat eredményei a magyar és lengyel rejtett gazdaságról

Kulcsszavak: Rejtett gazdaság;fekete gazdaság;rejtett tevékenységek; attitűdvizsgálat;

A rejtett gazdaság elleni fellépés, méretének csökkentése és terjedésének megállítása napjaink egyik fontos gazdaságpolitikai célkitűzése. A küzdelem ellene nem csak azért nehéz, mert szándékoltan vagy akaratlanul rejtve van a hatóságok és hivatalok előtt, hanem azért is, mert társadalmunk jelentős része, ha nem is úgy tekint a rejtett tevékenységekre, mint elfogadott és követendő példára, de tudtukban jelen van, mint lehetséges és elnézhető magatartásforma.

Kutatásom során a lengyel és magyar emberek véleményét térképeztem fel a rejtett gazdaságról. Céloom az volt, hogy egy attitűdvizsgálat keretein belül fényt derítsek arra, hogy milyen az emberek rejtett gazdasággal kapcsolatos általános beállítódása, tisztában vannak-e a fogalom jelentésével, tudják-e, hogy melyek azok a tevékenységek, amelyek idetartoznak és tisztában vannak-e azok társadalmi és gazdasági hatásaival. A felmérés során vizsgáltam azt is, hogy az állampolgárok mennyire hajlandók részt venni ilyen jellegű tevékenységekben, milyen mértékben és módon teszik azt, miként vélekednek erről és mit gondolnak a rejtett gazdaságban tevékenykedőkről.

A céloom megvalósításához egy kérdőíves felmérést végeztem a lengyel és magyar emberek körében. Kutatásomban elemeztem és összehasonlítottam a 803 lengyel és a 2053 magyar lakos válaszait, valamint készítettem egy kompozit mutatót, amibe azon kérdésekre adott válaszok értékeit sűrítettem, amelyek a válaszadó rejtett gazdasághoz való erkölcsi viszonyulását méri.

Az eredmények alapján megállítható, hogy a lengyel és magyar emberek nagy része ismeri a rejtett tevékenységek többségét, azonban a jelenség megítélése meglehetősen eltérő egyénenként és bizonytalanságot mutat mind a két ország esetében. A válaszokból – nemzetiségtől függetlenül – azt a következtetést lehet levonni, hogy az emberi szándék és a valóság eltér egymástól abban az értelemben, hogy a megkérdezettek fontosnak tartják a törvénykövető magatartást, ugyanakkor különböző tevékenységeikkel sokszor maguk is a rejtett gazdaság szereplői.

KOMPOLTI JÁNOS ÁDÁM

kompot12315@gmail.com

közigazgatás-szervező

BA, 2. félév

Nemzeti Közszolgálati Egyetem

Államtudományi és Közigazgatási Kar

Témavezető:

Dr. Fülöp Katalin

egyetemi docens, NKE NEK

Személyiségdimenziók összefüggése a vásárlói trendcsoportokkal és a fogyasztói magatartással

Kulcsszavak: trendcsoport; személyiség típus; fogyasztásmotiváció; pszichológia; mikroökonómia

Kutatásom legfőbb hipotézise szerint, az Eysenck-féle személyiségtipológia szerinti személyiségdimenziókba- és típusokba és a vásárlói trendcsoportokba tartozás között összefüggés fedezhető fel. TDK dolgozatom során igyekszem feltárni a személyiségtipológiák rendszerét, vásárlói trendcsoportok jelentőségét, a módszert, amellyel analizálható egy adott egyénnél, hogy melyik trendcsoportba tartozik, majd egy kérdőíves gyakorlati kutatás segítségével igazolni az esetleges összefüggéseket. Természetesen sem a személyiségtipológiák sem a trendcsoportok esetében nem sorolható az egyén egy-egy kategóriába egyértelműen, mégis találhatók összefüggések. A legfőbb eredmény és felfedezés, hogy a trendcsoportok nagy valószínűséggel elhelyezhetők az Eysenck-féle tipológia koordináta-rendszerében. Vizsgálom a középiskolás és az egyetemista korosztály közti hasonlóságokat és különbségeket is, melyek már a kiértékelés során is kirajzolódtak. Továbbá egyéb érdekes összefüggéseket is felfedeztem a kérdőívveztetés során, melyekre nem is számítottam a dolgozat megírásának kezdetekor, ezeket természetesen szintén részletesen ismertetem dolgozatomban. Munkámat a felfedezések aktualitásával és a téma jelentőségével zárom. A módszereket illetően a dolgozat megírása alatt hasznosítottam a kérdőívveztetés, az MTA-n való munkám és egyéb pszichológiai terepgyakorlatokon továbbá Dr. Törőcsik Mária online anyagaiból kapott ismereteket is. A téma konzulensem, Dr. Fülöp Katalin tanárnő segítségével fogalmazódott meg a fejemben, amikor szemináriumon feladatként kaptam meg egy trendkutatás témájú kiselőadás elkészítését. A kutatás során felfedezett ismeretek alkalmazhatósága érdekében készült egy számítógépes szoftver is, mellyel egyszerűen egy pár perces teszt kitöltése után kiderítheti bárki, mely vásárlói trendcsoport(ok)ba tartozik. A szoftver könnyen kezelhető és a kutatás egyik legforradalmibb elemét a trendcsoport-azonosítás módszerét ülteti át a gyakorlatba. A szoftver ezen túl fejlesztés alatt áll, mint minden szoftvert ezt is folyamatosan egyre színvonalasabbá szeretnénk tenni.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Gazdaságtörténet



RÁCZ TAMÁS

rtamas1993@gmail.com

Pénzügy

MSc, 2. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

ÁRVAI DÁVID

arvaidivad@gmail.com

Pénzügy

MSc, 2. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kovács György

egyetemi docens, SZTE GTK

A magyar államadósság és annak finanszírozása: A történelem ismétli önmagát (?)

Kulcsszavak: államadósság; állampapírpiac; adósságfinanszírozás; jegybanki finanszírozás

Kutatásunk során egyrészt arra a kérdésre kerestük a választ, hogy az elmúlt közel százötven évben – kiemelve a nagyobb adóssághullámú korszakokat – hogyan alakultak a költségvetés egyenlegei, a kormányzati beruházások mértéke, a rendkívüli eseményeknek milyen gazdasági vonzatai voltak, illetve az előbbieken felsoroltak milyen hatást gyakoroltak az államadósságra. Másrészt, a különböző korokban mekkora külső és belső forrásbevonás vált szükségessé, e mögött milyen okok álltak és ezek milyen strukturális problémákra vezethetők vissza. Harmadrészt az államadósság piaci alapú finanszírozása milyen módon történt, emögött milyen okok álltak és milyen tendenciák figyelhetők meg az állampapírpiacokon az egyes korszakokban.

A kutatás jellegét tekintve a kvantitatív kutatás (szekunder források, adatelemzés, statisztika) szolgáltat módszertani alapot. A költségvetési egyenlegek elemzésekor a bruttó, a folyó és az elsődleges egyenlegeket számoltunk és elemeztünk. Az adósságvállalás mögötti indokként a tartós deficitet, a folyó költségvetési egyenleget, a hitelből történő vagyonefelhalmozást, a korábbi kötelezettségek terheit és a rendkívüli helyzeteket jelöltük meg. A bemutatott négy korszak adósságát eszerint vizsgáltuk.

Magyarország számára az eladósodás folyamata és problémája történelmi eredetű. A folyóhiány a monarchia idején végig igen jelentős volt, a további három korszak esetében szufficites volt a folyó költségvetési egyenleg. Minden korszakban volt egy kezdő adósságállomány. Minden korszakban voltak rendkívüli események melyek miatt szükségessé vált a külső forrásbevonás. A valutastabilizációk az adósságállomány alakulása, a pénz- és tőkepiaci lehetőségek szempontjából kedvező hatással bírtak, a stabilizációt követő időszakokban piaci alapon történt az adósságfinanszírozás, azonban a korszakok végén ismét előtérbe kerültek a jegybanki források. Jelentős volt a külső forrásbevonás, azonban a 1929-es és a 2008-as gazdasági válságot követően nőtt a belföld szerepe. Az állampapírpiac adósságfinanszírozó szerepét minden korszakban más úton töltötte be. Főleg a kereslet határozta meg, mely piacokon kellett az állampapíroknak folyamatosan helyt állnia, de annak felhasználása minden korszakban a belföldi gazdaságpolitikai célokat szolgálta. Míg a monarchia idején jelentős mértékben hozzájárult az ország infrastrukturális fejlődéséhez, a két világháború között a stabilizációban játszott fontos szerepet. Később pedig a hiány finanszírozásának legfontosabb elemévé vált.

HORVÁTH TÍMEA NOÉMI

tiimeahorvath@gmail.com

Emberi Erőforrások

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
dr. Pogány Ágnes
egyetemi docens, BCE TK*

A Singer varrógépgyártó cég nemzetközi tevékenysége

Kulcsszavak: varrógép; Singer; marketing stratégia;

Jelen dolgozatom célja, hogy egy átfogó képet adjak a varrógépről. Kialakulásának, feltalálásának körülményeit, elterjedésének gazdasági, polgári és a divat világában gyakorolt hatásait bemutassam. A témaválasztásom azért lett ez, mert számomra nagyon érdekes, hogy egy 'aprócska' gép, hogy változtatta meg alapjaiban véve a társadalmi berendezkedést, a divatot és a varrással foglalkozók nemi és társadalmi hovatartozását. Ezáltal nem csak a varrógép történetéről és annak eladási és reklámozási szokásairól és stratégiáiról kaptam egy átfogó képet, de annak környezetére gyakorolt hatásairól is. Vizsgálom még a varrógép pozitív és negatív hatásait és kezdeti meghonosodásának idejében a szabómesterek saját munkájuk védelmének érdekében tett erőfeszítéseket is. Illetve a varrógép kapcsán létrejött társaságokról, egyesületekről, minisztériumokról, gyárakról és tulajdonosaikról, és a legelső kereskedőkről, akik varrógépet kezdtek forgalmazni. A dolgozatban kortársaim és az idősebb generáció tagjaival készített interjúk kapcsán szeretném megmutatni, hogy napjainkban is még él a varrógéppel varrás, hobbyként és szakmaként is.

KISS BERNADETT

kssbernadett@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Pozsgai Péter

Egyetemi docens, BCE KTK

„Az Első” - A Skála Budapest Szövetkezeti Nagyáruház vezetés- és működéstörténeti jelentősége (1975-1982)

Kulcsszavak: Skála; áruház; vezetéstörténet; működéstörténet

A Skála áruház volt az első szövetkezeti nagyáruház, mely át tudta és merete venni, valamint az aktuális viszonyok közé illeszteni a nyugati minta egyes elemeit az 1970-es évek második felében. Jelentősége nem csak a politikai környezetben megvalósított újdonságokban rejlik - a kérdések relevanciáját a jelenkor Magyarországnak áruházi, bevásárlóközponti kultúrája támasztja alá. Céлом azon elemek feltárása volt, melyek a később általánossá vált áruház vezetési metódusok, valamint bevett működési folyamatok alapját képezték. Dolgozatomban a hazai szakirodalom mellett mélyinterjúval és levéltári kutatással fókuszálom az 1975 és 1982 közötti, eddig még irodalmilag és kutatásilag feldolgozatlan éveket.

SZABÓ MÁTÉ

haley12@freemail.hu

Vezetés és szervezés

MSc, 1. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Kaposi Zoltán
egyetemi tanár, PTE KTK*

**„CHICAGÓNAK INDULT, BARCS LETT BELŐLE...” BARCS GAZDASÁGI FEJLŐ-
DÉSE A DUALIZMUS KORSZAKÁBAN**

Kulcsszavak: település, beruházás, közlekedés, ipar, fejlődés

A dolgozatom elején ismertetem Somogy megye természeti és gazdasági viszonyait a 18-19. századra vonatkozóan. Ez azért fontos, hogy ebben a közegben elhelyezhessem Barcsot, amely a 19. század elején még egy, a Dráva árterületén fekvő egyszerű uradalmi falu volt. Ez a kis falu a század végére a dél-dunántúli régió egyik meghatározó településévé vált. Közlekedési csomópontként és raktározási kapacitásaival a 19. század elejére országos viszonylatban is kiemelkedővé, továbbá Somogy megye, Kaposvár utáni második legnagyobb ipari központjává vált. A 20. század elejére Európa szerte híres volt a korszerű faiparáról és malomiparáról. Dolgozatomban bemutatom, hogy milyen gazdasági folyamatok és infrastrukturális beruházások segítették a település nagymértékű gazdasági fejlődését.

TABAJDI GABRIELLA

tabajdigabriella@gmail.com

nemzetközi gazdaság és gazdálkodás angol
nyelven

MA, 2. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Pelle Anita

egyetemi docens, SZTE GTK

Csodavárás kimaxolva - A magyar gazdaság és társadalom útja a rendszerváltástól az EU-s csatlakozásig

Kulcsszavak: rendszerváltás; makrogazdaság; munkaerőpiac; Magyarország; társadalom

A rendszerváltás mélyreható és alapvető változásokat hozott Magyarországon, akár a makrogazdaságot, akár a munkaerőpiacot, akár a társadalmat nézzük. E változások a mai napig éreztetik hatásukat, így vizsgálatuk számos tanulsággal szolgálhat. Dolgozatomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy a rendszerváltásnak milyen gazdasági és társadalmi hatásai voltak Magyarországon. Ennek érdekében az 1990 és 2004 közötti időszakra vonatkozóan elemeztem makrogazdasági, munkaerő-piaci és társadalmi mutatókat, leíró statisztikai módszerrel, szekunder forrásokat használva. A rendszerváltásnak voltak pozitív és negatív hozadécai is. Mégis egyértelműen látható, hogy a makrogazdasági és társadalmi eredményesség elvált egymástól.

A makrogazdaságban a kezdeti transzformációs recessziós hatásokat követően a GDP stabil növekedési pályára állt, az inflációt sikerült leszorítani, a külföldi tőkebefektetések folyamatosan áramlottak az országba – főleg Németországból –, az export és az import megélnékült, így az ország gyorsan és sikeresen integrálódott a világgazdaságba. Emellett a fogyasztás és a beruházások szintje is emelkedett.

A munkaerőpiacon kevésbé pozitív folyamatok zajlottak. Kezdetben a nagy elbocsátások következtében tömegessé vált a munkanélküliség, csökkent az aktivitás és a foglalkoztatottság. Ugyan a munkanélküliség 1990-2004 között összességében jelentősen mérséklődött, komoly problémát jelentett az aktivitás és a foglalkoztatottság alacsony szinten történő megrekedése.

A társadalmi mutatók még negatívabb képet festenek elénk. A rendszerváltást követően fokozódtak az egyenlőtlenségek, és ezzel párhuzamosan a szegénység is. A szegénység kockázata főleg a gyermekek körében növekedett. A közbiztonság romlott, nőtt a bűncselekmények és a bűnelkövetők száma. Másik oldalról viszont tanultabbá vált a népesség, egyre több diák folytatta tanulmányait közép-, vagy felsőfokon.

Természetesen a makrogazdaságot, a munkaerőpiacot és a társadalmi dimenziót nem lehet egymástól elszigetelve kezelni. A különböző területek hatnak egymásra, befolyásolják az egyes jelenségek alakulását. Mégis látszik, hogy a rendszerváltás a társadalmat érintő területekre mindent egybevetve inkább negatívan, míg a gazdaságra inkább pozitívan hatott.

KISS-DOBRONYI BENCE

bence.k@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Ritter Kinga

Modelling Specialist, Dentsu Aegis Network Hungary Média Kft.

Az ezüst árának különbségei térben és időben: Az ezüst árazása és a helyi árakat meghatározó faktorok a 19-20. században

Kulcsszavak: ezüst; nyersanyag árak; nemzetközi kereskedelem; nemesfém

Jelen dolgozat kettős céllal íródott: egyrésztől hogy bemutassa a szerző által gyűjtött adatbázist, mely a 19-20. század közötti időszakból tartalmaz adatokat több ország helyi ezüst áráiról és kitermeléséről. Másrésztől pedig, hogy bemutassa a gyűjtés munkafolyamatát, hogy egy helyen tüntesse fel a megtalált forrásokat és azokat a módszereket amiket a szerző használt ezek felkutatásához. A cél, hogy esetleg kiinduló pontul szolgálhasson hasonló munkák születéséhez. Mindeközben pedig az anyag célul tűzi ki, hogy képet adjon az ezüst árának változásáról és hogy ez alapján bemutasson néhány sejtést a nyersanyag nemzetközi kereskedelméről.

HÖNICH ARTÚR
h.artur22@gmail.com

Középiskolai hallgató

ELTE Apáczai Csere János Gyakorlógimnázium

Témavezetők:
\$temavezeto_nev\$
\$temavezeto_beosztas\$, \$temavezeto_munkahely\$

Egy gyár talpra állása a II. világháború után - A Magyar Optikai Művek története 1944-1949

Kulcsszavak: Magyar Optikai Művek; gyártörténet; újjáépítés; II. világháború

A Magyar Optikai Művek (MOM) egy világszínvonalú és sikeres finommechanikai vállalat volt a XX. században. Kutatásom célja az 1944 és 1949 közötti gyártörténet feltárása volt, különös tekintettel a gyárat ért II. világháborús anyagi pusztítás mértékére és az újjáépítés, a gyár üzembe helyezésének küzdelmes útjára és részletes mozzanataira.

Dolgozatomban ezen felül gazdaságtörténeti kontextusban is elhelyezve bemutatom, hogy miként érintették a gyárat a II. világháborút követő jóvátételi szállítások, a szovjetek jelenléte, valamint az, hogy 1946-ban a Magyar Optikai Művek szovjet többségi tulajdonba került. Munkámban kitérek a dolgozók szociális viszonyaira, a műszaki eszközállomány helyzetére és a MOM termékprofiljának változásaira is ebben az időszakban.

Pályaművem gerincét új levéltári kutatómunka adja. Ugyan témám néhány mozzanata szerepel egyes gyártörténeti kiadványokban, azonban részletes kifejtésre nem kerülnek, ezért a MOM 1998-as jogutód nélkül történő felszámolása után a Magyar Országos Levéltárba leadott iratanyagok nagy szerepet játszottak dolgozatom elkészítésében.

PELLES MÁRTON

pellesmarci@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 4. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Kaposi Zoltán
egyetemi tanár, PTE KTK*

**FIUME IPARFEJLESZTÉSÉNEK TÖRTÉNETE – KÜLÖNÖS TEKINTETTEL
OSSOINACK LAJOS MUNKÁSSÁGÁRA (1868–1913)**

Kulcsszavak: Fiume, Iparfejlesztés, Ossoinack Lajos, Gazdaságtörténet, Tengerészet

Fiume városa 1868–1919 között Magyarország tengeri kijárata volt. A városban a dualizmus éveiben jelentős építkezések zajlottak. Az Adriai-tenger partján fekvő kikötő az 1910-es évekre a rajta keresztül történő tengeri- és szárazföldi kereskedelmen túl fontos ipari centrummá is vált. Dolgozatomban a máig kevésbé feldolgozott fiumei iparfejlesztés történetét írom le, és bemutatom a vállalatalapításain keresztül Ossoinack Lajos életútját, aki ennek a gazdasági fejlődésnek a motorja volt. Főbb forrásaim a témával foglalkozó magyar és olasz nyelvű szakirodalom, törvények, statisztikák, valamint a Rijekai Állami Levéltár (Državni Arhiv u Rijeci) és a Magyar Nemzeti Levéltár releváns iratai voltak. Munkámtól azt várom, hogy általa bemutathatom Fiume iparfejlődésének a történetét, és Ossoinack Lajos tevékenységén keresztül rávilágíthatok arra, hogy a kortárs kutatók által leírt politikai és közjogi kapcsolatokon felül milyen gazdasági érdekek fonták össze, és kovácsolták egységbe Fiumét Magyarországgal.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Humán erőforrás - munkaerőpiac



VASS JUDIT RÉKA

juditreka05@gmail.com

vezetés és szervezés

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Kun András István
egyetemi docens, DE GTK*

A báránybőr-hatás vizsgálata a Diplomás Pályakövető Rendszer 2014-es adatbázisában

Kulcsszavak: munkaerőpiac; báránybőr-hatás; diplomás karrierekvetés; gazdasági felsőoktatás

A báránybőr-hatás (sheepskin effect) a bizonyítványok és diplomák hozzáadott értéke, melyet az iskolapadban töltött idő hozadékán túl kaphat a tanuló, ha meg is szerezi a végzettségét. Maga a kifejezés abból ered, hogy a kezdeti időkben a papírt helyettesítve, báránybőrre jegyezték fel a megszerzett végzettséget.

A Diplomás Pályakövető Rendszer 2014-es adatbázisát felhasználva a gazdaságtudományi területen végzett hallgatók válaszaiból kísérel meg a dolgozat a báránybőr-hatás jelenlétére rámutatni, és annak mértékét megbecsülni. Leíróstatisztikai elemzések adnak képet a felhasznált mintáról. Összesen 1760 válaszadó szerepel a mintában, ami a további vizsgálatoknál a vizsgálatától függően kevesebb is lehet.

Már a leíróstatisztikák rámutattak, hogy a rendszeresen kapott, főállásból származó, átlagos havi nettó kereset alacsonyabb azoknál a végzettekénél, akik nem kapták meg abszolutórium után azonnal a végzettségüket igazoló oklevelüket. Ezt az eredményt független mintás t-próbákkal is alátámasztottam, ahol szignifikáns különbségek mutathatók ki az abszolutórium után azonnal diplomát szerzők és nem szerzők szerinti csoportosításban a rendszeres havi nettó keresetek között. Rangkorreláció vizsgálatot végeztem a munkaerő-piaci érvényesülés és az abszolutóriumtól a diploma megszerzéséig eltelt hónapok száma között (nem fedezhető fel közöttük ilyen kapcsolat). Lineáris korreláció vizsgálat alá vettem a havi átlagos nettó keresetet és az abszolutóriumtól a diploma megszerzéséig eltelt időt, itt gyenge negatív kapcsolatot mutatott a vizsgálat.

A kutatás záró részében két regressziós modellt állítottam össze, amelyek függő változója mind a két esetben a főállásból származó, rendszeres havi nettó átlag kereset volt. A két modell között a különbség az, hogy az egyiknél a diploma abszolutórium után közvetlenül történő megszerzése (igen vagy nem) szerepel a báránybőr-hatást mutató változóban, míg a másikonál az abszolutóriumtól a diploma megszerzéséig eltelt hónapok száma került a modellbe a báránybőr-hatás reprezentálására. A regresszióelemzések eredményeként megállapítható, hogy a báránybőr-hatás jelen van a fent említett mintában azok, akik azonnal diplomát szereztek az abszolutórium után több keresetre számíthatnak, mint akik később szereztek meg végzettségüket, és minél nagyobb a késedelem, annál jobban csökken a várható munkajövedelem.

HAJDÚ DÁVID

hajdu.david91@gmail.com

Vidékfejlesztési agrármérnöki

MSc, 8. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Agrártudományi és Vidékfejlesztési Kar

Témavezető:

Dr. Koncz Gábor

főiskolai docens, EKE AVK

A felnőttoktatásban való részvételt befolyásoló tényezők és az oktatás hatása a Miskolc vonzáskörzetében élők munkaerő-piaci helyzetére

Kulcsszavak: felnőttoktatás; munkaerőpiac; oktatás

Kutatásom során a munkanélküliség és a felnőttoktatás kapcsolatát vizsgáltam a Miskolci kistérségben. A fent nevezett térségben a munkanélküliségi ráta a legmagasabbak, a foglalkoztatási ráta pedig a legalacsonyabbak közé tartozik az országban. Az 1990-es évek óta, azaz a rendszerváltás óta a munkahely megszűnésekkel szemben nem kezdődött el ezt egy ellensúlyozó folyamat. Az elmúlt 5 évben rohamosan megnőtt a felnőttoktatás iránti kereslet, mind a térségben, mind az országban is. Ennek egyik oka a munkanélküliség grandiózus volumene, viszont a részvételt meghatározza az iskolavégzettség, a távolság az oktatási intézménytől, a szülők iskola végzettsége, a nem, a jövedelem, a munkáltató és a jelenlegi munkaügyi státusz. A dolgozatomban, ezen befolyásoló tényezőkre keresem a választ, hogy mely tényező van a legnagyobb hatással a továbbtanulási szándéokra. Fontos számomra azt is feltárni, hogy kik választják inkább a 8 általános iskolára épülő és kik az érettségire épülő képzéseket. Alapvetően az iskolai végzettség játszik a legnagyobb szerepet benne, viszont véleményem szerint a bér, a nem és az elhelyezkedés is befolyásoló tényező lehet. Szeretném megtudni, hogy kik tudnak tandíjas, azaz önköltséges formában tanulni és kik képesek csak a tandíjmentes, államilag finanszírozott formát választani.

A kutatás kiterjedt arra is, hogy az iskolarendszerű vagy az iskolarendszeren kívüli oktatást részesítik előnyben, a felnőttoktatásban résztvevők és hogy mely képzési típussal tudnak a legjobban elhelyezkedni a munkaerőpiacon. A megkérdezettek számos szakon és szakterületen végeznek vagy végeztek tanulmányokat, esetleg egy időben több szakon is képzik magukat.

Hipotéziseim igazolására, vagy cáfolására számos elemzést használtam, irodalomelemzést, statisztikai adatok kielemezését és a kérdőíves adatok feldolgozását, analizálását. Az elméleti háttér megalapozásához a témához megjelent számos magyar és idegennyelvű könyveket, tudományos folyóiratokat kiértékeltem. A térségben élők kerültek megkérdezésre ez a létszám meghaladta a 2000 főt.

A kutatásom célja az volt, hogy rátaláljak arra a sarkalatos befolyásoló tényezőre, ami közrejátszik a felnőttoktatásba való becsatlakozáshoz, és hogy mi alapján képzik magukat a résztvevők, mi alapján választanak szakot, szakterületet. A férfiak vagy a hölgyek tanulnak többen a felnőttoktatásban, és hogy mivel lehetne őket ösztökélni, hogy nem csak az anyagi helyzetük javulhat az oktatásban résztvevőknek, hanem a munkaerő-piaci helyzetük is szilárdabbá válik.

RÁBAVÖLGYI ESZTER

rabavolgyi.eszter@gmail.com

Emberi erőforrás tanácsadó

MSc, 3. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Csehné dr. Papp Imola
Egyetemi docens, SZIE GTK

A jó szakmaválasztás a munkaerő- piaci siker kulcsa

Kulcsszavak: Pályaválasztás, munkaerőpiac, szakképzés,

A vizsgálat célja annak feltárása, hogy a Nagykanizsai Szakképzési Centrum szakiskolás tanulói miért választották a szakiskolai rendszert és hogyan jutottak el idáig. A kutatás kiindulópontja, azon a felvetésen alapszik, hogy a szakmában való sikeresség kulcsa az, hogy a tanulók hogyan választanak iskolát, szakmát, pályát. Vizsgálja azt, hogy ez a döntés mennyire volt megalapozott és átgondolt, egyáltalán a tanulók saját választása volt-e, vagy kik voltak azok a személyek, akik hatással voltak erre a folyamatra. Kitér arra is, hogy jelenleg milyen mértékben vannak a tanulók megelégedve a döntésükkel, mennyire sikerült az érdeklődésüknek, képességeiknek megfelelő szakmát választani. Emellett érdekes kérdés az is, hogy a szakiskolai tanulók milyen munkaerő-piaci ismeretekkel rendelkeznek és, hogy milyen terveik vannak a későbbi elhelyezkedésüket illetően.

A megfigyelés módjai közül a vizsgálathoz a kérdőívezés, ezen belül pedig az önkitöltésen alapuló típus bizonyult megfelelő módszernek. A vizsgálat a Nagykanizsai Szakképzési Centrum két tagintézményében, a Thúry György Szakképző Iskolában és a Műszaki Szakképző Iskolában lett elvégezve, összesen 200 fő töltötte ki a kérdőívet. A kérdőívek eredményeinek egy része egyváltozós elemzésekkel, másik részük kétváltozós elemzésekkel lettek vizsgálva. Az elemzés alapját a szakiskolai jelentkezés oka adta, tehát, hogy a tanulók saját döntésből, vagy a környezetük hatására jelentkeztek szakiskolába, vagy a pontszámaik ide lettek elegendők.

Beigazolódtott, hogy a saját döntésen alapuló pályaválasztás számos szakma ismeretével járt együtt a jelentkezés előtt. Bizonyítható az is, hogy a saját döntésen alapuló pályaválasztás együtt jár az érdeklődésnek és képességnek megfelelő pályaválasztással. Ezzel szemben nem igazolható, hogy azok a tanulók, akik környezetük hatására jelentkeztek szakiskolába, vagy a pontszámaik ide lettek elegendők, nem az érdeklődésüknek, képességeiknek megfelelő szakmát választottak volna. Megállapítható az a tény is, hogy a munkaerő-piaci ismeretek és a jövőbeni elhelyezkedési tervek függetlenek a szakiskolai jelentkezés okától.

A vizsgálatból tehát kiderült, hogy a szakiskolai jelentkezés oka csak részben befolyásolja a munkaerő-piaci sikereket. Javasolt lenne annak további feltérképezése, hogy a szakiskolai jelentkezés oka mellett még milyen tényezők befolyásolják a munkaerő-piaci sikereket.

PÁSZTOR JUDIT

judit.pasztor@babylonglobal.co.uk

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 1. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Témavezető:

Lazányi Kornélia

egyetemi docens, OE KGK

A mediterrán térségbe áramló magyar (diák) munkaerő – mozgatórugók és gazdasági hatások

Kulcsszavak: Y generáció, nemzetközi mobilitás, munkaerő, szakmai gyakorlat, élmény

Az Európai Unió megteremtette az Y generáció, vagyis a mai huszonévesek számára annak lehetőségét, amit az előttük lévő generációk még nem élvezhettek: az országok közötti szabad mozgás adományát. Magyarország 2004-es EU-s csatlakozása óta többet, távolabbra és bátrabban lépünk: legyen szó nyaralásról, továbbtanulási lehetőségekről, munkavállalási tendenciákról vagy hazai cégek nemzetközi piacra lépéséről.

A mobilitás mindennapjaink részévé vált, összefonódva a globalizáció jelenségével és a technológiai fejlődéssel. Az Y generáció tagjai számára már az élet szerves része új országok és kultúrák felfedezése – és mivel ez a digitális nemzedék már „real time” posztolja a Facebook-on élményeit, így észrevétlenül is formálja társai elvárásait és jövőbeli terveit.

Az Y generáció az Európán belüli mobilitás egyik szimbóluma – könnyen kommunikál idegen nyelveken, lazán kötődik, könnyen változtat és a „kimaradás félelme” (FoMO) vezérli. A „Fear of Missing Out” kifejezés, mint egy egész generációt mozgató pszichológiai jelenség, hűen tükrözi, milyen mélyen gyűrűzött be a fogyasztói társadalom üzenete az életünkbe: „vágyd, szerezd meg, majd posztold, vagy kimaradsz és lemaradsz”

Az Európai Unió egyik alapelve a munkaerő szabad áramlása. Ha mindezt a 18-25 közötti korosztályra vetítjük, akkor előtérbe kerülnek azok a diákcsereprogramok (pl. Erasmus+) és nemzetközi diákszervezetek (ESN, Aiesec, stb), melyek szervezett kereteken belül segítik a külföldi szakmai tapasztalatszerzést.

A korosztály tanulmányai miatt jellemzően a nyári szünetben tud munkát vállalni. Ez az időszak kellőképpen hosszú egy nyaraláshoz képest, de nem olyan fenyegetően komoly lépés, mint a letelepedési szándékkal történő kivándorlás. A nyári hónapok alatt meginduló fiatal munkaerő elsősorban a déli, mediterrán területeket célozza meg, a hozzá kapcsolódó pozitív képzettségszítások és a célországok szezonális munkaerő felszívó képessége miatt.

Jelen dolgozatban bemutatásra kerülnek a nemzetközi mobilitással összefüggésben az Y generáció jellemzői, az őket vezérlő pszichológiai hatások; a mobilitást lehetővé tévő európai intézményrendszer és támogatási formái, a versenyszféra idekapcsolódó szolgáltatásai és a mediterrán fogadócégek toborzási stratégiái és gazdasági érdekei egyaránt. A kutatás eredményeképpen megismerhetjük a mobilitással összefüggően az Y generáció mozgatórugóit és a fogadó vállalatok által konkretizált gazdasági előnyöket is.

KEREZSI GABRIELLA

gabriella.kerezsi@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bartha Zoltán

egyetemi docens, ME GTK

A sógoroknak miért megy jobban, avagy miért elmaradott a magyar munkaerőpiac?

Kulcsszavak: részmunkaidő; munkaerőpiac; Magyarország; Ausztria

Egy ország munkaerőpiacának állapota, fejlettsége és stabilitása jelentős hatást gyakorol az ország gazdasági helyzetére, továbbá szignifikánsan befolyásolhatja a makrogazdaság fejlődési pályáját. A hazai munkaerőpiacról olvasva viszont gyakran találkozhatunk negatív véleményekkel.

Dolgozatomban a magyar munkaerőpiac jelenlegi helyzetét vizsgálom. Felkutattam hazánk munkaerőpiacának esetleges lemaradásait, gyengeségeire adható magyarázatokat. Többek között arra a kérdésre kerestem a választ a nemzetközi munkaerő-piaci irodalom alapján, hogy miért stabilizálódott alacsony szinten hazánkban a foglalkoztatás. Miért reagált érzékenyen a gazdasági világválságra, aminek eredményeként jelentősen emelkedett a munkanélküliségi ráta. Vizsgáltam továbbá, hogy az új foglalkoztatáspolitikai lépések hogyan hatottak a foglalkoztatottak számának növelésére, a munkaerőpiac szerkezetére. Továbbá arra a kérdésre kerestem a választ, hogy Magyarország elmaradottsága magyarázható-e a képzettségben meglévő szerkezeti problémákkal. Feltártam a részmunkaidős foglalkoztatási formának a kihasználatlanságát, amelyet már meglévő szekunder adatok felhasználásával, illetve primer kutatást végezve, főként a motivációra való fókuszállással elemeztem és értékeltem.

Munkám fő célja a magyar munkaerőpiac vizsgálata. A vizsgálat eredményessége érdekében a magyar munkaerőpiacot az osztrák munkaerőpiaccal hasonlítottam össze, arra törekedve, hogy feltárjam az esetleges elmaradásokat. Az összehasonlítás alapját jellemzően szekunder adatok biztosították. Vizsgáltam, hogyan alakult a foglalkoztatottak száma, a munkanélküliségi ráta, illetve egyéb, a munkaerőpiacot és annak szerkezetét jellemző, általános statisztikai adatok. A kutatás eredményessége érdekében primer kutatást is végeztem, amelynek alapja egy internetes felületen kitöltendő kérdőíves megkérdezés. Ebben a részmunkaidőhöz kapcsolódó attitűdöt, illetve az esetleges távolmaradás okait kívántam feltárni.

A kutatás során megállapítottam, hogy a magyar munkaerőpiac elmaradottsága az osztrák munkaerőpiachoz képest egyrészt a részmunkaidős foglalkoztatás eltéréséből adódik. A másik eltérés a képzettség szerkezetében mutatkozik meg: bár a statisztikák szerint itthon kevesebb az alacsonyan képzett ember, az osztrák alacsonyan képzettekhez képest Magyarországon sokkal gyengébb foglalkoztatási ráta a körükben.

KATONA SZANDRA

szandra.katona91@gmail.com

Emberi erőforrás tanácsadó

MSc, 3. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Csehné dr. Papp Imola
Egyetemi docens, SZIE GTK*

A szakképzésből történő lemorzsolódás előjelei és munkaerőpiaci hatása

Kulcsszavak: iskola; lemorzsolódás; szakképzés; munkaerőpiac;

Vizsgálatomban célul tűztem ki a szakképzésből lemorzsolódott tanulók családi körülményeinek, iskolai pályafutásának és a jelenlegi helyzetének feltárását. Kérdőíves felmérést végeztem, mely az egyének általános adataira, iskolai életének, a lemorzsolódás körülményeinek, valamint a kompenzáló intézkedések feltárására irányult. Az empirikus kutatómunkám, 100 fő szakképzésből lemorzsolódott egyén papír és ceruza alapú kérdőíves felmérésén alapult, melyben többnyire zárt kérdéseket és 5-ös Likert skálát alkalmaztam. A kutatást Fejér megyében végeztem, 2016 tavaszán. Az adatokat leíró statisztika és keresztábla módszerével dolgoztam fel.

A felmérés elvégzését az indokolta, hogy az eredmények alapján megoldási javaslatok szülessenek a szakképzésből való lemorzsolódás megelőzésére és kompenzációs intézkedések megtételére. A szakirodalom alapján feltevésem szerint a lemorzsolódásnak jól meghatározható előjelei voltak: rendezetlen családi háttér, korábbi iskolai kudarcok, téves pályaválasztás. Feltételeztem továbbá, hogy mindez megfelelő iskolai segítséggel megelőzhető lett volna, és hogy a lemorzsolódottakban van igény a továbbtanulásra. A vizsgálatban megkérdezett 100 fő szakképzésből lemorzsolódott egyént nem egykönnyen értem el (kizárólag személyes kapcsolatok alapján), és nagy nehézségekbe ütközött meggyőzni őket a kérdőív kitöltéséről.

A szakirodalom alapján született feltevéseim csak részben igazolódtak be. Az első hipotézis igazolódott részben, mivel kiderült, hogy a lemorzsolódottak többnyire rendezett családi körülmények között éltek és jelentős mértékben számíthattak szüleik segítségére. Második feltevésem igazolódott, a szülők és az iskola együttműködésével a lemorzsolódás megelőzhető lett volna. Utolsó hipotézisem megdőlt, a megkérdezettek tanuláshoz való hozzáállása negatív, a tanulás, mint érték alig jelentkezik az életükben, céljuk a munkaszerzés, de ehhez tanulni már nem szeretnének.

A téma jelentőségét az adja, hogy a középiskolai és szakmai bizonyítvány nélkül lemorzsolódó fiatalokra a munkaerőpiac alig tart igényt. Javaslatként megfogalmazódott bennem, hogy ma már minden nagyobb településen, iskolában, gyerekjóléti szolgálatnál, munkaügyi hivatalban dolgoznak pályaaorientációs konzulensek, vagy munkavállalási tanácsadók, akiknek a segítségét igénybe lehet venni. Lényeges az intenzív szektorközi együttműködés a probléma megoldásában.

CZIPCZER TAMARA

tamara.czipczer@gmail.com

Emberi erőforrások

BA, 5. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

*Dr. Lipták Katalin
adjunktus, ME GTK*

*Dr. Varga Beatrix
egyetemi docens, ME GTK*

Diplomás pályakezdő nők esélyegyenlősége a munkaerőpiacon – különös tekintettel a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karán 2000-ben és 2011-ben végzettekre

Kulcsszavak: esélyegyenlőség; pályakezdő nők; diplomás, diszkrimináció

Pályájának kezdetén álló fiatal nőként magam is szembesülök a lehetséges nehézségekkel az élet minden területén. A diplomaszerezéssel egy jó karrier elérését céloztam meg, amikor egyetemre jelentkeztem, ahogy, gondolom, más hozzám hasonló fiatal is ilyen tervekkel indult neki a továbbtanulásnak. Mindenki az álom munkára áhítozik. Hiszen szüleink is azt tanították nekünk, hogy olyannal foglalkozzunk, amiben örömminket leljük. A kérdés csupán az, hogy ugyanúgy elérhető-e ez az álom frissen végzett nők számára, mint idősebb nőtársainak és a férfiaknak.

Feltevéséből érezhető tehát, hogy az esélyegyenlőség kérdésköre még a mai napig foglalkoztatja az embereket. Hiszen úgy érezzük, hogy egyes meglévő adottságok vagy éppenséggel hiányosságok hátrányos helyzetbe hozzák az embereket. Gondolok itt a fogyatékkal élőkre, a fiatalok szakmai tapasztalat terén még meg nem szerzett tudására vagy a nők azon biológiai képességére, hogy ők tudják világra hozni a jövő nemzedékét. Bár Magyarország alaptörvényében is megjelenik kritériumként, hogy mindenki egyenlő, azért látható, hogy továbbra is fennáll egy fajta burkolt diszkrimináció.

Kutatásomban elsősorban a fentebb említett kérdésre szeretnék választ találni munkaerő-piaci elemzések és kérdőíves felmérés segítségével. Másodsorban viszont célom, hogy felnyissam női diáktársaim szemét arra, hogy mik az őket megillető jogok és bánásmód, tudva, hogy sokan nincsenek tisztában ezekkel. Ezt a szakirodalom feldolgozásával tervezem elérni.

Kutatásom alapján hipotézisem pontosan nem kiértékelhető eredményt hozott. Bár feltévesem logikusan felépített, mégis azt tapasztaltam, hogy a megkülönböztetés mértéke manapság mégse olyan elfogadhatatlan, mint sokan hiszik.

PAPP ZSOMBOR DÁNIEL

pzsDaniel@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

Témavezető:

Dr. Bráváczy Ibolya

főiskolai docens, BGE KVIK

Források és a felsőoktatás színvonalának hatása a hallgatók jövőképeire, japán, kínai, német és a magyar hallgatók véleménye alapján

Kulcsszavak: karrier, jövőkép, oktatás színvonala, jóllét, életszínvonal

Dolgozatomban kísérletet teszek a magyar, német, japán és kínai, egyetemista és főiskolás hallgatók életszínvonalának, oktatásának és jövő-, illetve karrierképének vizsgálatára.

Először is szeretném röviden bemutatni a négy ország gazdasági helyzetét, illetve az országok felsőoktatási rendszereit és ezek különbségeit. Szekunder kutatásom után primer, kvantitatív, kérdőíves kutatást végeztem, mely alapján releváns információkhoz jutottam a négy ország (Japán, Kína, Németország és Magyarország) felsőoktatási hallgatóiról, az oktatásuk finanszírozásáról és színvonaláról, illetve az általuk elképzelt karrierjükről.

Olyan kérdésekre kerestem a választ mint például: milyennek ítélik a hallgatók az oktatási rendszert amiben tanulnak? Valójában, hogyan is látják a jövőjüket, karrierjüket?

Kutatásom során több felállított hipotézist vizsgáltam. A kérdőívem négy tematikus részből állt, vizsgálta a hallgatók társasági életét, forrásaikat és kiadásait, az oktatást és karriert, a jövőképüket és a boldogságérzetüket. A négy országban négy teljesen azonos online kérdőívet használtam és a felsőoktatásban tanuló kitöltők száma a következő lett: Kína (N=486), Japán (N=437), Németország (N=374) és hazánkban (N=573).

A minták segítségével sikerült egy nemzetközi, összehasonlító elemzést végezni, emellett sok meglepő és érdekes adathoz jutottam a felsőoktatásban tanuló diákok attitűdjével, jövőképeivel kapcsolatban.

DOSZPOLY PETRONELLA
doszpolypetronella95@gmail.com
Emberi erőforrások
BA, 3. félév

Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

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

„Hányas vagy, kilencvenötös?” a „Z” generáció és a munkaerőpiac, új kihívások a munkaadókkal szemben

Kulcsszavak: z generáció; munkaerőpiac; generációváltás;

A „Hányas vagy, huszonnyolcas?” – 1976-ban hangzik el először Szilágyi György költő író szájából, azóta is a generációk összetartozóságának és különbségének ikonikus mondata. „Huszonöt vagyok, nem élek otthon, de a rosszul képzett melodramatikus húsz percben látom szüleim rendült arcát (születtek: anyám '29, apám '20), és akarom, nem akarom, a szöveg ébreszt rá, mutatja meg, közhelyesebben: világít rá, hogy minden nemzedéknek személyre szabott sorsa van.” (Szilágyi, 1976) Mint Emberi Erőforrás szakos hallgató többször tanultam a munkáltatók által elvárt és munkavállalók sajtóságos attitűdjének disszonanciájáról. Jó magam is lassan munkavállaló leszek és érzem, hogy más elképzeléseim vannak a munka világáról, mint szüleimnek. Ezen gondolatok indítottak arra, hogy foglalkozzam a generációk közötti különbségek vizsgálatával.

A munkaerőpiacon, függetlenül az egyensúlyi viszonyoktól, könnyen belátható hogy egymásra van utalva vállalat és dolgozó. A munkaerőpiacon végbemenő generációváltás mindig új helyzetet teremt. Az egyes generációk eltérő értékrendjükből adódóan más humánerőforrás menedzsment stratégiát igényelnek, így a hatékony működés érdekében a vállalatok számára létfontosságú e kérdéskörrel foglalkozni.

Kutatásom célja, hogy rámutassak azokra az új helyzetekre, munkavállalói és munkáltatói kihívásokra, amelyek a Z generáció munkaerőpiacra történő lépésével merülnek fel. Megoldási javaslatokat dolgozok ki a vállalatok számára, hogyan alkalmazkodjanak, illetve hogyan tudják befolyásolni a Z generációt, mint a jövő mérvadó munkavállalóját. Dolgozatom első felében megvizsgálom a különböző generációk jellemzőit, bemutatom ezek miben térnek el egymástól, és kitérek munkával való kapcsolatukra. Vizsgálatokat folytatok a generációk közötti kommunikációs problémák megoldási gyakorlatáról. Arra keresem a választ, hogy melyek azok az általános Z generációs tulajdonságok, amelyek megjelennek majd a munkahelyeken, és ezek milyen mértékben befolyásolják későbbi munkavégzésüket. Kvantitatív módszeren alapuló kutatásom során egy tíz kérdésből álló online kérdőív segítségével mérem fel a miskolci és a környező településeken élő fiatalok karrier-elképzeléseit, mobilitási hajlandóságát, motivációs eszközeit illetve a munkavégzés körülményeire vonatkozó igényeiket.

MAGYARI VIKTOR

magyvik22@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 3. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

VARGA FANNI

fannilotti@gmail.com

vezetés és szervezés

MSc, 3. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Milassin Anda

PhD hallgató, BCE GTK

Job hopping Magyarországon

Kulcsszavak: job hopping; Y-generáció; munkahelyváltás

A Bureau of Labor Statistics, az Amerikai Egyesült Államok vezető adatszolgáltató ügynökségének felmérése alapján napjainkban az egy munkahelyen, egy pozícióban eltöltött időtartam átlagosan 4.4 év, azonban ha csak a legfiatalabb munkavállalókat tekintjük, az ő esetükben ez a szakasz a felére csökken, és csak alig haladja meg a 2 évet.

Ez a kifejezetten aktuális kérdés a vállalatok legnagyobb részét már operatív működésükben, napi szinten is érinti, nem beszélve a hosszú távú stratégiai tervezési folyamataikról. A felgyorsult világgal felgyorsul ugyanis a vállalati fluktuáció is, az új generációkra már egyre kevésbé jellemző, hogy csupán egyetlen munkahelyen dolgozzanak életük során. A lojalitás egyre nehezebben szerezhető meg és tartható fenn a munkáltatói oldaláról.

Éppen ezért vizsgáljuk a „job hoppingról” kialakult nézeteket és egyedi véleményeket, mind a munkavállalók, mind a munkáltatók szemszögéből. Úgy gondoljuk dolgozatunk mondanivalója egyrészt hasznos lehet azok számára, akik épp most lépnek be a munkaerőpiacra, és fontos számukra a karriertervezés; másrészt kutatási eredményeink alkalmazhatóak a munkáltatók részéről is, amennyiben a fiatalok sűrű munkahelyváltásainak okait kívánják megismerni.

Dolgozatunkban a job hopping témakörét járjuk körül, az Y generációra fókuszálva. Jelen dolgozatban arra a kérdésre keressük a választ, hogy mennyiben egyezik meg a magyar „job hopping” gyakorlata az angol nyelvterületek – elsősorban az Amerikai Egyesült Államok – szakirodalmával, tapasztalataival.

Dolgozatunk feltárja a job hopping jelensége mögött húzódó motivációkat, okokat, és okozatokat, illetve azokat a tényezőket, amelyek elősegítik a job hopping jelenségét. A munkáltatók és a munkavállalók oldaláról is körüljárjuk a témát, főként arra összpontosítva, hogy milyen előnyökkel illetve hátrányokkal jár a szervezetek szempontjából a "job hopping". Kérdőívek segítségével a már tapasztalattal rendelkező fiatal munkavállalók, valamint a munkaerőpiacra lépés előtt álló diákok motivációját analizáljuk, így keresve a választ a fentebb már említett mögöttes tényezőkre. Valamint néhány HR vezető véleményét is kikérjük, vizsgálva azt, hogy mennyiben tér el a fiatalok látásmódja a munkáltatókéval a témakörben.

HALASSY GYÖNGYI ÉVA

halassy.gyongyi@gmail.com

Emberi erőforrások

BA, 9. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Pénzügyi és Számviteli Kar

TÓTH ZITA GABRIELLA

toth.zita93@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

*Géring Zsuzsanna Margit
tudományos munkatárs, BGE GKZ*

*Dr. Király Gábor
egyetemi docens, BGE PSZK*

Jövőkép a felsőoktatásról, avagy hogyan látja a jelen diákja a "holnapot" 40 év távlatában

Kulcsszavak: felsőoktatás, jövő, szervezet

Világunk egyre jobban felgyorsul, amit az élet számos területén drasztikus változások követhetnek. Ezen változások hatással vannak a felsőoktatásra is, és azon túl, hogy kihívást jelentenek, egyben jelentős potenciált is adhatnak a jövőre nézve. Éppen ezért dolgozatunk fő kérdése, hogy milyen jövő vár a gazdasági felsőoktatásra Magyarországon, a diákok szemszögéből. További cél megvizsgálni a jövő feltérképezése által, hogy hogyan reagálhat megfelelően a közelgő változásokra.

A generációról generációra átadott tudás mindig is különös jelentőséget kapott, mind a tudomány világában, a politikában és az élet minden területén, tehát a jövőjével való foglalkozás folyamatosan aktuális kérdés. Emellett minket, mint a rendszer közvetlen résztvevőit különösen érdekel jövője, és hogy mások hogyan látják azt.

Dolgozatunk célja a hallgatók véleménye alapján a felsőoktatásra hatással lévő változások felkutatása, és ezen keresztül bemutatni, hogy milyen alternatívákat képzelik a gazdasági felsőoktatás jövőjének 2050-re.

Ennek megfelelően dolgozatunk első, elméleti fejezetében áttekintjük az oktatás jelenlegi kihívásait, amik hatással lehetnek jövőjére. Ezt követően a szervezet-elmélet ismertetésére kerül sor, melyet a szervezeti szinten értelmezett tudásátadás teljes körű elemzésének eszközeként használunk fel. Arra a feltevésre alapozva, hogy a gazdasági felsőoktatásról, mint szervezetről tudunk beszélni.

A dolgozat második fejezetében a magyar szakirodalom összefoglalására törekszünk, megmutatva, hogy a magyar kutatók, szakértők hogyan vélekednek a jövőről.

Saját kutatásként kvalitatív, félig strukturált interjúk elemzésével célunk bemutatni, hogy a felsőoktatási szervezet résztvevőinek egyik kiemelten meghatározó csoportja, a hallgatók hogyan képzelik a gazdasági felsőoktatás jövőjét. A kutatásunk eredményeként kapott hallgatói víziók nem csak önmagukban elemezhetők, hanem összehasonlítási alapul is szolgálhatnak az "Iskola a jövőben: a gazdasági felsőoktatás Magyarországon 2050-ben" című kutatással. Ez a tavalyi felmérés az oktatók jövőképét vizsgálta ugyanezen kereteken belül, így összehasonlításuk a hallgatói víziókkal szemben egyezőségei és különbözőségei által is érdekes kérdéseket vet fel.

Eredményeinket tekintve kijelenthetjük, bár a jövő sokféleképp alakulhat, abban mindenki egyetért, hogy van mit és érdemes tenni az oktatás magas színvonalú működése érdekében.

SOMOSI ÁGNES KATALIN

somosi.agnes@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BSc, 7. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Dabasi Halász Zsuzsanna

egyetemi docens, ME GTK

Külföldi és hazai továbbtanulás vizsgálata munkaerő-piaci szemszögből

Kulcsszavak: pályaválasztás; reformok; költségcsökkentés; munkaerőpiac

Amikor egy fiatal felnőtt közel áll középiskolai tanulmányai befejezéséhez, felmerül benne a kérdés: „Vajon merre induljak tovább ahhoz, hogy azzá váljak, akivé szeretnék, azzal foglalkozzak, ami hozzám a legközelebb áll, és a későbbiekben mindenképp szakmámnak megfelelő munkát találjak?”

Azt, hogy saját érdeklődési területük és képességeik alapján döntsenek, egyre több tényező akadályozza. Nehézséget jelentenek a hallgatók hiányos információi a munkaerőpiacról és a felsőfokú intézményekről, az egyre változó felsőoktatási rendszer és a bevezetésre kerülő reformok, köztársaságok, (például a hallgatói szerződés), valamint az állam által a felsőoktatásra fordított összegek, és egyúttal az államilag támogatott férőhelyek számának csökkenése is. Napjainkban egyre többen gondolkodnak el azon, hogy jobban megéri tanulmányaikat egy külföldi intézményben folytatni. Hiszen a költségek közel azonosak a magyar egyetemekével, több az államilag támogatott férőhely, és a más országokban töltött idő alatt nyelvet tanulhatnak, kapcsolatokat építhetnek, a későbbiekben pedig könnyen juthatnak munkalehetőséghez is külföldi diplomájukkal.

Dolgozatomban arra a kérdésre keresem a választ, vajon milyen erős a kapcsolat a felsőoktatásra fordított állami pénzek csökkenése és a hallgatók migrációs tevékenysége között. Valóban elrettent-e őket az itthon befizetendő összegek mértéke? Mennyire tervezik tudatosan a jövőjüket? Javarást külföldön szeretnék-e végzettségüket megszerezni, ott keresnének-e munkát? A közelmúltban bevezetett reformokkal az állam azt kívánja elérni, hogy a hallgatókra fordított összegek megtérüljenek, és a fiatalok belföldön vállaljanak munkát, miközben szakmájukkal segítik a munkaerőpiac kiegyenlítését, és fogyasztásukkal növelik az ország GDP-jét is. Vajon terveik megegyeznek a fiatalok szándékaival, és intézkedéseik beválthatják a hozzájuk fűzött reményeket? Céлом, hogy a megfogalmazott kérdésekre minél átfogóbb válaszokat adjak, és javaslatokat tegyek arra, hogyan tudná az állam a hallgatókat itthon tartani úgy, hogy az mindkét fél számára előnyös legyen.

KISS OLIVÉR
kissoliver91@gmail.com
Közgazdasági Elemző
MA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

RÓZEMBERCZKI BENEDEK ANDRÁS
benedek.rozemberczki@gmail.com
Közgazdasági Elemző
MA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Bozsér Kata
Egyetemi hallgató, BCE GTK*

Fekete és fehér gyermekek teszt pontszámainak különbségeiről a No Child Left Behind Act után

Kulcsszavak: rasszok közötti teljesítmény különbség, standardizált teszt, No Child Left Behind Act, piac előtti diszkrimináció, oktatás-gazdaságtan

A tanulmány a fekete és teher általános iskolások és óvodások közötti standardizált teszteredmények különbségeit vizsgálja a 2010 utáni két tanévben az Amerikai Egyesült Államokban. A dolgozatban feltett kutatási kérdések megválaszolásához az Early Childhood Longitudinal Survey adataira támaszkodunk. Ez az adatsor, egy szabadon elérhető kérdőíveken alapuló panel felmérés, mely a gyermekek teszt eredményei mellett a családok és iskolák részletes jellemzőit is tartalmazza. A munkánk az alábbi kutatási kérdésekre keresi a választ:

Mekkora volt a különbség azon fekete és fehér diákok esetében, akik az óvodát a 2010/2011-es tanévben kezdték el?

Milyen okok állhatnak a teljesítmény különbségek mögött?

Mely feltételek mellett tűnik el a teljesítmény különbség?

A korábbi 1998-as adatokhoz viszonyítva csökkent vagy nőtt a különbség a fekete és fehér gyermekek között?

A "No Child Left Behind" csökkentette-e a fekete diákok relatív lemaradását?

A kutatás során mikroökonometriai eszközöket használunk fel a kérdések megválaszolásához. A dolgozat 3 fő analitikai eszközre támaszkodik. Ezek a fix hatásokat tartalmazó lineáris regresszió, a Blinder-Oaxaca dekompozíció és a propensity score matching. Az elemzésünk egyik legfőbb eredménye, hogy a fekete diákok akkor is rosszabbul teljesítenek mint a fehérek, ha környezeti változók szeles skáláját alkalmazzuk kontrollként. A nyers standardizált pontkülönbség az óvoda kezdetekor matematikából 0.546 standard szórás, a kontroll változók alkalmazásával ez 0.158 standard szórásra csökken. Azonban a formális oktatás első két évében ez a különbség szignifikánsan megnő. A kontrollálatlan lemaradás matematikából 0.635 szórás egységnyi a kontrollált pedig 0.308 a második év végére. Érdekes módon, propensity score matching alkalmazása után a kezdeti különbség elveszti szignifikáns voltát, de később a teljesítmény olló változatlanul kinyílik a két csoport között. Ez két dologra utalhat: a fekete diákok homofília miatt homogén közösségeket alkotnak vagy az irányukban már a piaci környezet előtt diszkrimináció van jelen. Ezen eredmények erős bizonyítékok arra, hogy a No Child Left Behind egy sikertelen oktatás politikai beavatkozás volt és a fekete diákok lemaradása fehér társaikhoz viszonyítva nem csökkent 1998 óta.

JEL besorolás: I24, J15, J16

DRUCKER LUCA FLÓRA

flora.luca@gmail.com

Közgazdasági elemző

MA, 5. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Horn Dániel

tudományos munkatárs, ELTE TÁTK

Az 1999-es lengyel oktatási reform munkaerőpiaci hatásai

Kulcsszavak: oktatás; reform; szelekció; foglalkoztatás; bérek

A lengyel oktatási rendszert nagyon sikeresként emlegetik, mivel a lengyel diákok PISA-teszteredményei a 2000-es szintjükhöz képest rengeteget javultak. 2000-ben Lengyelország az OECD-átlag alatt teljesített szövegértésből, 2003-ban pedig matematikából és szövegértésből is az átlag közelében volt. Azóta azonban, 2012-ig, mindkét tudásterületen és a természettudományos pontszámokban is túlszárnyalták az OECD-átlagot. Ezt úgy sikerült elérniük, hogy az iskolák közötti tesztpontszámkülönbségeket is csökkentették. Ezeket az eredményeket sokan az 1999-es oktatási reform hatásainak tudják be.

A reform során a korábbi 8 évfolyamos általános iskolát felváltotta egy 6 évfolyamos általános és egy 3 éves alsó középiskola. Az alapoktatás tehát egy évvel hosszabb lett. A szerkezeti átalakításon kívül más változások is történtek: megváltozott a központi törzsanyag, a vizsgarendszer, a felvételik és az értékelések módja is.

Dolgozatomban ennek a reformnak a hosszú távú hatásait vizsgálom három aspektusból: nagyobb arányban mentek-e felsőoktatásba az új rendszerben tanuló diákok; magasabb-e a foglalkoztatási valószínűségük, illetve magasabbak-e a béreik. A becslésben az úgynevezett különbség-a-különbségekben módszert használom. Az eredmények azt mutatják, hogy a reform a felsőoktatásban tanulásra nem volt hatással, azonban az új rendszerben végzettek foglalkoztatási valószínűségei és bérei átlagosan magasabbak: a kezelt csoport 2-4% százalékponttal nagyobb valószínűséggel lesz foglalkoztatott, a hatás pedig magasabb az alacsonyabb végzettségűek esetén, illetve az új rendszerben tanulók körülbelül 3-4%-kal magasabb béreket kapnak.

HANESZ JÚLIA

hanesz.julia@gmail.com

nemzetközi gazdálkodás

BA, 5. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Kun András István
egyetemi docens, DE GTK*

Végzettség és jövedelem kapcsolatának vizsgálata a visegrádi országokban

Kulcsszavak: emberi tőke; oktatás; jövedelem szintek; magán- és közszféra

Jelen dolgozat az emberi tőke szerepét vizsgálja a visegrádi országokban. A humán tőke elmélet szerint minden olyan tevékenység, mellyel növeljük az egyének emberi tőkét egyben magasabb jövedelmeket is eredményez. Ilyen tevékenység az oktatás is, melynek egyéni és társadalmi szintű megterülésével már számos közgazdász foglalkozott különböző országokat, országcsoportokat elemezve.

Célom az oktatás és a jövedelmi szintek közötti kapcsolat létének vizsgálata volt Csehországra, Lengyelországra, Magyarországra és Szlovákiára vonatkozóan, melyhez négy fő kutatási kérdést rendeltem. Egy-egy országon belül megfigyelhető-e pozitív irányú kapcsolat a nettó háztartási jövedelmek szintje és a végzettségi szintek között? Felfedezhetünk-e ilyen összefüggést a befejezett iskolai évek számára vonatkozóan is? Az előző két megállapítás jelen van-e a magán- és közszférában is, valamint mind a négy visegrádi országban?

Az említett feltevéseket a European Social Survey (ESS) felméréseiből nyert adatok elemzésével vizsgáltam. Statisztikai elemzéseimet összesen 21, a visegrádi országokban 2002 és 2014 között készített adatbázisra vonatkozóan végeztem el. Ezekből hat foglalkozik Csehországgal, hét Lengyelországgal, öt Magyarországgal és négy Szlovákiával. A végzettségi szintek meghatározására az ISCED97 ESS által európai jellemzők alapján átalakított verzióját használtam fel.

Elemzéseim során Spearman-féle rangkorrelációt és Mann–Whitney-próbát alkalmaztam. Megállapítottam, hogy felmérésekben részt vevő egyének végzettségi szintjei és nettó háztartási jövedelme között pozitív irányú kapcsolat van. Hasonló kapcsolat figyelhető meg a befejezett iskolai évek száma és a nettó háztartási jövedelmek közt. A két megállapítás egyaránt jelen van a magán- és a közszféra dolgozóinak körében. Megfigyeléseim mind a négy visegrádi országban jelentkeznek minden vizsgált év során. Továbbá jelentős eltéréseket észleltem az egyes oktatási szintekből adódó nettó háztartási jövedelmek átlagában megjelenő különbségekben.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Humán erőforrás - HR I.



HARTMAN DÁVID

duduvich@gmail.com

sportszervező

BA, 6. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Perényi Szilvia
adjunktus, DE GTK*

A futball migráció jelenlegi állapota az angol labdarúgó bajnokságban

Kulcsszavak: emberi erőforrás menedzsment; labdarúgás; futball migráció; angol Premier League;

A globalizáció életünkre egyre nagyobb hatással van, amelynek egyik kulcsfontosságú tényezője a nemzetközi bevándorlás növekedése. Így a jelenünk, egy új migrációs korszak. A migráció tényerésének bemutatásához a sport világából kerestem példát, mert véleményem szerint a sport mindig is kiválóan tükrözte a világban történő folyamatokat.

A kutatási területem az angol labdarúgó bajnokság, a Barclays Premier League idei 2015/2016-os szezonja. A vizsgálatom tárgyai a sorozatban szereplő legfontosabb személyek: tulajdonosok, menedzserek, és futballisták. Célkitűzésem az, hogy a nemzetiségük, és azzal összefüggésbe hozható tényezők analizálásának segítségével, felfedezzem a három csoport közötti származási kapcsolatrendszereket, és legvégül felállítsam a bajnokság migrációs képét és csatornáit. A fő kutatási kérdésem az, hogy vajon a külföldiek ki tudják-e szorítani saját hazájuk bajnoki sorozatából az otthoniakat.

KÖRÖS BARBARA

kbarbara0824@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MA, 2. félév

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Koloszar László PhD.
egyetemi docens, NYME KTK*

A munkaerő-toborzási folyamat vizsgálata a Nyugat-dunántúli régió vállalatai körében

Kulcsszavak: munkaerő-toborzás; Nyugat-Dunántúl; vállalati márka

A munkaerő-toborzás célja a munkaerő megtalálása a megfelelő mennyiségben és minőségben. Ma ez a cél egyben a HR szakemberek legnagyobb kihívása is, különösen Magyarország nyugati régiójában, ahol a munkaerőpiacra ható erők jelentősebbek. Munkaerőhiány esetén a felvételi folyamat hangsúlya a kiválasztásról a toborzásra helyeződik. A megfelelő eszköz, módszerek kiválasztása egyre nagyobb felelősséget hordoz magában.

A tanulmány elemzi a régió vállalatainak toborzási szokásait, a toborzók gondolkodását, nézőpontját, a munkaerő-piaci helyzetről alkotott véleményüket. A kutatás célja javaslatok kidolgozása a munkaerő-toborzási folyamat gyorsabbá és eredményesebbé tételére, a toborzási szokások vizsgálatán keresztül.

A vizsgálat első lépésében a hazai és nemzetközi szakirodalmi háttérrel tártam fel, illetve szekunder adatgyűjtést végeztem. A kutatáshoz kapcsolódó adatgyűjtés után, primer kutatásomban feltáró jellegű mélyinterjú és strukturált áttekintést adó kérdőíves vizsgálatot folytattam le. A személyes mélyinterjúk során a kutatási kérdést szerettem volna több aspektusból is összevetni, ezért három területről választottam alanyokat (vállalati HR, a fejedelmű és a HR-informatika), akikkel összesen nyolc mélyinterjú készült. Kérdőíves vizsgálatmal mértem fel a vizsgált régió vállalatainak humán erőforrással foglalkozó szakemberei körében a toborzási módszereket, trendeket, szokásokat. A szekunder és primer kutatások eredményei alapján vontam le következtetéseimet, fogalmaztam meg javaslataimat.

A főbb eredmények mutatják, hogy a régió vállalatainál valóban komoly problémát jelent a megfelelő jelöltek felkutatása, toborzása és ez nem csak a szellemi, hanem a fizikai munkakörökre is kiterjed, sőt, itt jelentkezik nagyobb mértékben.

Igazolódott, hogy a hagyományos toborzási eszközök súlya továbbra is jelentős, továbbá, hogy a toborzás szoftvertámogatottsága alacsony, valamint az online jelenlét is fokozható lenne. Bár a toborzók érzik a fontosságát, a toborzási tevékenységben még nem dominál a generációs különbségek figyelembe vétele.

Az eredmények alapján javaslatokat fogalmaztam meg többek között az online jelenlét javítására, az ajánló programok bővítésére, továbbá a toborzást támogató szoftverek használatára, a fiatalabb generációkra irányuló technikák mélyebb beépítésére, a gyakornoki programok kialakítására és a vállalati márka (employer branding) építésére.

HAJNAL CSILLAG

csillaghajnal95@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Koltai Judit Petra
egyetemi adjunktus, SZE GK

Dr. Kiss Árpád
egyetemi adjunktus, SZE GK

A Széchenyi István Egyetem hallgatóinak egyetem melletti munkavállalási szokásai

Kulcsszavak: Egyetemisták tanulmányok melletti főbb munkavállalási szokásai

Tudományos diákköri dolgozatomban a Széchenyi István Egyetem nappali képzésén tanuló hallgatók munkavállalási szokásait vizsgálom. Az általam választott témakört azért tartom fontosnak és aktuálisnak, mert manapság gyakori, hogy a hallgatók jelentős többsége a munka miatt nem tud részt venni a tanórákon. Kíváncsi voltam, hogy mik lehetnek a befolyásoló tényezők, illetve milyen okok gátolhatják őket abban, hogy az egyetemi éveiket ténylegesen a tanulásra használják. Dolgozatomban fontosnak tartom bemutatni a munkavállaláshoz szükséges jogi háttérrel mind a hallgatók, mind a fogadó vállalkozások szempontjából, ezért mélyinterjút is készíték három győri vállalkozás képviselőjével. Ezt követően összehasonlító elemzést végzek arról, hogy a fiatal egyetemisták Magyarországon, vagy inkább külföldön vállalnak-e munkát a tanulmányaik után, és milyen okokkal magyarázzák döntésüket.

Dolgozatom célja, hogy megvizsgáljam, a Széchenyi István Egyetemen mi motiválja és gátolja a hallgatókat a tanulmányaik melletti munkavállalásban, valamint akik már dolgoznak, milyen körülmények között, milyen feltételekkel teszik azt. Ennek vizsgálatának alapjául összeállítottam egy kérdőívet, amiből ezekre a tényezőkre derítettem fényt. A kérdőív elemzése az SPSS program segítségével történik, majd az eredmények legfontosabb tényezőit kiemelem és összevetem a szakirodalommal. Ezen kívül még egyéb módszertani elemzést is készíték a kérdőív kiértékelése kapcsán, úgy mint keresztábra-elemzést, klaszter, illetve faktoranalízist.

KIS EVELYN

kis.evelyn94@gmail.com

műszaki menedzser

BSc, 7. félév

Szegedi Tudományegyetem

Mérnöki Kar

Témavezetők:

*Prof. Dr. Gulyás László
egyetemi tanár, SZTE MK*

*Bessenyei Zsolt
élelmiszeripari HR vezető, Bonafarm Zrt.*

Egyes HR tevékenységek vizsgálata a Bonafarm Csoportnál

Kulcsszavak: teljesítményértékelés; fluktuáció; ösztönzés; képzések

Szakmai gyakorlatom során a Bonafarm Zrt.-nél – annak Pick Szeged Zrt. telephelyén – dolgoztam, a HR-részleg munkájába kapcsolódtam be. Az itt szerzett tapasztalataimat, az itt folytatott kutatómunkám eredményeit kiegészítve a téma releváns szakirodalmával írtam meg TDK-dolgozatot, mely során a teljesítményértékelésre koncentráltam. Arra kerestem a választ, hogyan lehet a dolgozókat ösztönözni, képezni.

Az elméleti alapok felvázolása után bemutattam a Pick Szeged Zrt. teljesítményértékelő rendszerét, mely a szellemi dolgozók és vezetők teljesítményét méri. Az értékelés ötfokozatú skálán történik, ez alapján jutalmaznak a jól teljesítőket, a kevésbé jól teljesítőket esetén segítséget nyújtanak a fejlődés érdekében. Az eredmény befolyásolja az ösztönzést, bérfejlesztést és a képzési tervet. Ezután vizsgáltam a fizikai dolgozók ösztönzését, mely bónuszokkal történik.

A primér kutatás előkészítése során azt láttam, hogy a cégnél a képzések közül az ún. „Vezetőképző program” kiemelkedően jól működik. Ennek megismerése érdekében interjút készítettem három személlyel, akik elvégezték a képzést.

A primér kutatás másik területén abból indultam ki, hogy a HR fejlesztések során segítséget jelent, ha megnézzük, hogyan értékeli a dolgozó vezetőjét és munkakörülményeit. Mivel a vállalat egyik fő problémája a fizikai állomány magas fluktuációja, a HR munkatársakkal közösen kidolgoztunk egy felmérést, aminek célcsoportja azon dolgozók, akik önként mondtak fel. Gyakorlatilag ún. búcsú interjúkat szerveztünk és a következő kérdésekre kerestünk választ: 1. Mi a cégtől való távozás oka? 2. Mit tehetett volna a cég, hogy ne kerüljön sor a munkahelyváltásra? 3. Milyennek látta a céget és közvetlen vezetőjét?

A kiértékelés az alábbi eredményt hozta: a dolgozók többsége magasabb fizetési ajánlat, kedvezőbb munkafeltétel miatt távozott, vagy elégedetlen volt az adott körülmények között végzett munkáért járó bérrel. A dolgozók azt nyilatkozták, hogy a bérek és munkakörülmények fejlesztése maradásra bírta volna őket. A céget, közvetlen vezetőiket, a légkört pozitívan ítélték meg.

A felmérés eredményeként a vállalat elkezdte a bérek rendezését és a munkakörülmények javítását. Úgy vélem, kutatásom hozzájárul, hogy az MCS Vágóhíd Zrt. munkakörülményeinek kialakításakor az eddigieknél is magasabb színvonalú munkahelyet teremtsenek. A felmérést eredményességének köszönhetően folytatni fogják a telephelyekre kiterjesztve, amely lehetőséget ad területi összehasonlításra.

SZONDI RÉKA

szondireka11@gmail.com

Emberi erőforrás tanácsadó

MA, 3. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Gergely Éva
adjunktus, DE GTK*

Gyakornoki program egy magyar tulajdonban lévő nagyvállalatnál

Kulcsszavak: gyakornoki program; HR funkció; mentor; teljesítményértékelés

A humánerőforrás toborzás-kiválasztás funkciójának fontossága megkérdőjelezhetetlen. A humán tőke, a tapasztalat, a tudás a vállalatok egyik legnagyobb értéke. A munkaerő-piacot a jövőben az Y generáció fogja uralni, tehát a jövő szakemberei most tanulnak, ebből kifolyólag a vállalatok sikere a szakember utánpótláson fog múlni.

Dolgozatomban egy magyar tulajdonban lévő nagyvállalat gyakornoki programját vizsgáltam. Célkitűzésem a gyakornoki program hatékonyságának mérése több HR funkción keresztül. Kitértem a kiválasztás folyamataira, a programba való bekerülés értékelésére, a beillesztés hatékonyságára, továbbá a teljesítményre vonatkozó visszajelzéseket is kutattam. Érdekelt, hogy milyen jövőképpel rendelkeznek a gyakornokok és tervezik-e a program után, hogy a vállalatnál maradnak.

Hipotéziseim szerint a program nagyban segíti a beilleszkedést a szervezetbe. A rendszeres visszajelzés, a szakmai mentor támogatása kiemelten fontos a gyakornokok számára.

A célkitűzésemhez primer és szekunder adatgyűjtési feladatot rendeltem. A primer adatgyűjtésem két részből állt. Először esettanulmányt készítettem a program felépítésének és működésének megismerése érdekében. Az esettanulmány feldolgozása után kérdőívet állítottam össze a vizsgált nagyvállalatnál dolgozó gyakornokok számára, hogy felmérjem megítélésüket a program eredményességével kapcsolatban. A kérdőívek kiértékelését SPSS programmal végeztem. A szekunder adatgyűjtés során gyakornoki programokkal foglalkozó szakirodalmat dolgoztam fel.

Az eredmények alapján megállapítható, hogy a gyakornokok számára a mentori támogatás szükséges, a kezdőoktatás segítséget nyújt a vállalat megismerésében és a könnyebb eligazodásban. A bizonytalanságok elkerüléseképpen bevezetett rendszeres jelentési kötelezettség a gyakornokok részéről hatékonyan bizonyult. A programban vélt hiányosságokhoz kapcsolódva javaslatokat tettem az effektív működés érdekében.

Következtetésként levonható, hogy a program fenntartása előnnyel jár, mind a gyakornokok, mind a vállalat szempontjából.

HÉDER MÁRIA

heyder.mariya@gmail.com

Emberi erőforrás tanácsadó

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Dajnoki Krisztina

Tanszékegyetemi igazgató, egyetemi docens, Ph.D, DE GTK

Munkaköri leírások elemzése és munkaköri specifikációk kialakítása egy magyar tulajdonú KKV-nál

Kulcsszavak: Humán erőforrás menedzsment, munkakör, munkaköri specifikáció, munkaköri leírás, kompetencia

Napjainkban a szervezetek életében az egyik legnagyobb nehézséget okozó tényező az emberi erőforrás biztosítása. A cégek, pontosabban azok HR részlegei napi szinten küzdenek a munkavállalók felkutatásával, azok beillesztésével, megtartásával és lojalitásának kialakításával, ám gyakran mindent úgy, hogy nem használják ki azokat a stratégiai HR funkciókat és módszereket, melyek rendelkezésre állnak.

Kutatómunkám alapkérdése volt, hogy a hazánkban általánosan alkalmazott HR módszerek egy kisvállalkozás életében kiaknázzák-e mindazon lehetőségeket, melyet egy alaposan megfontolt munkaköri leírás és munkaköri specifikáció nyújtani tud. Célom volt, hogy feltárjam a lehetséges alternatívákat, melyek alkalmazása a szervezetek számára nem kerül plusz anyagi ráfordításba, ám alkalmazásukkal hosszútávon jelentős szervezeti haszonra tehetnek szert. A módszerek alkalmazása habár anyagilag nem terheli a szervezeteket, amennyiben rendelkeznek a megfelelő kvalitású szakemberekkel, annál nagyobb szintű szemléletváltást igényel elsősorban a vezetői rétegtől.

A kutatásom során több módszert is alkalmaztam. Egyrészt esettanulmányon keresztül tártam fel a vizsgált szervezet aktuális helyzetét a munkaköri leírások és specifikációk tekintetében. Kérdőíves vizsgálatok keretében vizsgáltam az aktuális munkaköri leírások tartalmát, az esetleges elavult, vagy ellentmondásos részeket kiszűrve, melyek megbeszélésére a személyes vezetői interjú keretében teremtettem lehetőséget. Kutatási célomat tekintve a kérdőíves feltárás segítségével röviden felmértem a vizsgált célcsoport által fontosnak vélt kompetenciákat, továbbá a vizsgált célcsoport beosztottjainak véleményét – a vezetői interjú során pedig rögzítettem az interjú alany nézeteit is a témával kapcsolatban, megalkotva ezzel egy 360 fokos értékelést.

Kutatásom eredményeként elmondható, hogy a munkaköri leírások frissítése és a munkaköri specifikációk megalapozása megvalósítható kérdőíves és interjú módszerekkel egy kisebb szervezet életében. A munkaköri leírások megfontolt alkalmazása és a munkaköri specifikációk kialakítása a teljes cég életére jótékony hatást fejthet ki, a toborzás, kiválasztás, beillesztés, fejlesztési- és karrierterv, teljesítmény értékelés és motiválás tengelyén keresztül kifizetődő megoldást nyújtva a szervezetnek.

TÍMÁR MÁRTA ERZSÉBET

timar.marta@gmail.com

Pénzügy

MSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Antalóczy Katalin

főiskolai tanár, BGE KKK

Nők munkaerőpiaci helyzete régen és most

Kulcsszavak: nők; esélyegyenlőség; munkavállalás; megítélés;

Dolgozatomban a női munkavállalás lehetőségeinek, az esélyegyenlőség megvalósításának kérdéseit taglalom, különös tekintettel a napjainkban tapasztalható változásokra, trendekre. A szakirodalom áttekintése során vizsgálom, hogy az emberiség történelme során miként változott a nők munkaerőpiaci helyzete, megítélése, továbbá milyen gazdasági és társadalmi összetevők befolyásolták a fenti tényezőket. A női egyenjogúság, amely napjainkban is csak a jogalkotás szintjén valósul meg, meghatározó a társadalmak életében, ezzel párhuzamosan azt tapasztalhatjuk, hogy bár a modern törvények, jogszabályok tiltják a hátrányos megkülönböztetést, a diszkriminációt, a nők az élet több területén nem érvényesülhetnek a férfiakkal egyenlő mértékben.

A munkaerőpiacon, amely a gazdaság és a társadalom egyik meghatározó szegmense, különösen érintettek a női munkavállalók esélyegyenlőségeiknek megvalósításában, mivel a nemi szerepek változása folytán napjainkban olyan változások mennek végbe, amelyek gyökeresen átalakítják az évszázados paradigmákat. A kedvező tendenciák ellenére a gyakorlati tapasztalatok azt jelzik, hogy a női munkavállalók még a 21. században sem indulnak egyenlő esélyekkel a munkaerőpiacon, illetve bevett gyakorlat, hogy egy női munkavállaló ugyanazért a munkáért nagyságrendekkel kevesebb bért kap. A probléma nem csupán a gazdaságilag és társadalmilag elmaradott országokban figyelhető meg, az Európai Unió szinte minden tagállamában kimutatható a nemek közötti bérszakadék, amely a sztereotípiáknak köszönhetően hallgatólagosan elfogadottá vált.

Az egyenjogúság, az esélyegyenlőség megvalósítása, a hátrányos megkülönböztetés elleni küzdelem bemutatásán keresztül szemléltetem, milyen mértékű diszkrimináció tapasztalható a Közösség egyes tagállamaiban, továbbá Magyarországon. Vizsgálom továbbá, hogy a különböző társadalmi indikátorok, azok változásai milyen hatást gyakorolnak a nők munkaerőpiaci helyzetére. Gyakorlati kutatás keretén belül vizsgálom, milyen változásokat tapasztalhattunk a területen az elmúlt tíz esztendő során, továbbá azt, hogy a gazdaság globalizációja, a társadalmi fejlődés és a munkaerőpiac átalakulása milyen irányban és mértékben befolyásolja a nők munkaerőpiaci egyenjogúságának megvalósulását.

Az elméleti ismeretek és gyakorlati tapasztalatok birtokában következtetéseket vonok le, majd javaslatot teszek a problémák megoldását illetően.

ILLÉS ATTILA

illesat09@gmail.com

Műszaki menedzser

BSc, 5. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Pádár Katalin

egyetemi tanársegéd, BME GTK

Ready, Player One? - eSport vs. menedzseri készségek a játékosok és a HR-esek szemén keresztül

Kulcsszavak: eSport;menedzsment;készségek;HR;játék

2016-ot írunk, gyakorlatilag egész világunk digitalizált, illetve dolgozatom is érinti ezt a kérdés-kört, mivel egy, az eSportokkal kapcsolatos témára esett a választásom. Mi az eSport? Wagnertől (2006, p. 3) idézve „a sporttevékenységek azon része, amelyben az emberek a mentális és fizikai képességeiket úgy fejlesztik, hogy az informatikai és a kommunikációs technológiákat használják”. Emellett egy olyan jelenség, amely ma már hihetetlen népszerűségnek örvend az Y- és Z-generáció köreiben.

TDK-dolgozatomban azt vizsgáltam, hogy milyen hatása lehet az eSportoknak a potenciális fiatal munkavállalók különböző készségeire. Hogy vélik, vajon fejleszt-e az valamilyen készségeket? Wagner (2006) szerint az eSportok pozitív hatással lehetnek a játékosok azon készségeire, amelyek hasznosak lehetnek a menedzseri pozíciókban, mint amilyen például a (gyorsabb) döntéshozatali vagy a (jobb) diagnosztikai készség.

Hipotéziseim tesztelése végett empirikus kutatást végeztem a fiatal potenciális munkavállalók és az emberierőforrás-menedzsment szakemberek körében. Arra kerestem – többek között – a választ, hogy az eSportról mi az általános megítélése a két különböző csoportnak; az önéletrajzukba beleírják-e a pályázók az eSportot, mint extra tevékenységet; a játékosok és az emberierőforrás-menedzsment szakemberek miként vélekednek az eSportok menedzseri készségeket fejlesztő hatásáról, ha egyáltalán úgy vélik, hogy van ilyen. Az empirikus kutatás során több, mint 500 fiatal potenciális álláskereső, illetve több, mint 30 emberierőforrás-menedzsment szakember véleményét gyűjtöttem össze egy-egy online kérdőív segítségével, amelyek összevetése megmutatta, hogy a két célcsoport véleménye többnyire különbözik, az érintett kérdésekben: például gyakorlatilag teljes ellentmondás látható abban, hogy mit gondol a két csoport a játékok kommunikációs készségeket fejlesztő hatásáról, viszont egyetértenek abban, hogy bizonyos menedzseri készségeket fejleszthet az eSport.

Az eredményeim alapján a HR-es szakembereknek is érdemes lenne nyitottabban hozzáállni, az eSportok és hatásaik kérdésköréhez, bár kivételek már jelenleg is akadtak.

TÓTH-ZSÁMBOKI BALÁZS

tzsbalazs@gmail.com

igazgatásszervező

BA, 6. félév

Nemzeti Közszolgálati Egyetem

Allamtudományi és Közigazgatási Kar

*Témavezető:
Paksi-Petró Csilla
tanársegéd, NKE ÁKK*

Teljesítményértékelés a magyar államigazgatásban - Egy funkcionalista megközelítés

Kulcsszavak: teljesítményértékelés; közigazgatás; államigazgatás; teljesítménymenedzsment; hr

TELJESÍTMÉNYÉRTÉKELÉS A MAGYAR ÁLLAMIGAZGATÁSBAN - EGY FUNKCIONALISTA MEGKÖZELÍTÉS

A kutatásom témája a teljesítményértékelés (vagyis a kormánytisztviselői munka formális kiértékelése) szerepe és funkciója a magyar államigazgatásban. A pályamunka megírását a teljesítmény növelése iránti állandó kormányzati igény indokolja, mely például a Magyar Zoltán Közigazgatás-fejlesztési tervben is visszaköszön.

Ennek egyik vetülete a személyügyi reformok kérdése. Ezen reformok része volt az új típusú teljesítményértékelési rendszer. Noha kidolgozottabb a módszertan, és megvalósult a hivatásrendek közötti integráció is, én úgy vélem, hogy szükség van még a rendszer alakítására. Egészen pontosan, a rendszerhez való hozzáállás módosításához, ugyanis most egyszerre több ellentmondó funkciót is ellát, ez pedig rontja a hatékonyságot.

Nevezetesen, egyszerre akarja a teljesítményt jutalmazás miatt (amely defenzív magatartást igényel), illetve a fejlesztési célok miatt (amely nyitott hozzáállást vár el) mérni. Kérdés az, melyik dominál?

A hipotéziseim szerint, ha a kormánytisztviselők egyként fogalmazzák meg a teljesítményértékelés célját (vagyis funkcióját), akkor az a teljesítményértékelés támogatottságát is jelenti. Ha azonban sokan másképp közelítik meg, akkor az a rendszer hatékonyságát csökkenti. Ezt egyébként a szakirodalom is több helyen megerősíti.

A hipotézis alátámasztása érdekében egy kérdőíves kutatás végeztem az Emberi Erőforrások Minisztériumában. Az esettanulmány célja tehát a teljesítményértékelés támogatottságának, a jogalkotó szándéka és a jogalkalmazó által vélt funkciók összhangjának a vizsgálata volt.

Fontos megjegyezni, hogy ez nem egy reprezentatív esettanulmány, vagyis, el kell kerülni azt a hibát, hogy a megállapításokat az egész közigazgatásra kiterjesszük.

Azonban, az eredmények azt mutatták, hogy a teljesítményértékelés már beépült a szervezeti kultúrába, azonban a többség szerint problémákat is felvet. Ennek talán egyik oka, hogy a többség szerint a vezetők csakis a jogszabályok betartása miatt végzik el az értékelést. Emellett a céloknál a javadalmazási szint megállapítása meghatározóbb, mint a fejlesztési céloké.

A dolgozat felépítését tekintve, a részletes elemzés előtt a téma fogalmait írom körül. Majd a teljesítményértékelés funkciót, diszfunkcióit – illetve látens szerepeit fejtem ki. Az eredményeket az összefoglalás követi, mely után a jövőbeli kutatások esetleges lehetőségeit is felvázolom.

FODOR PÉTER KRISTÓF

p.fodor95@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Veresné Prof. Dr. Somosi Mariann

egyetemi tanár, ME GTK

Teljesítménymérés és értékelés a közszférában

Kulcsszavak: Teljesítménymenedzsment; Teljesítmény mérés; Teljesítmény értékelés

Miért is fontos az emberek teljesítményének menedzselése? A legfőbb indok erre általában, hogy az alkalmazottakkal járó költség az egyik legnagyobb szervezeti tétel a kiadások között, az elsődleges cél az erőforrások hatékony felhasználása, ezért releváns ezek folyamatos felülvizsgálata. A gyakorlat azt mutatja, hogy a vállalatok elsősorban arra fordítanak figyelmet, amit mérnek, így a hangsúly eltolódik a rövid távú pénzügyi mutatók irányába, és az immateriális javak kezelése nem kap kellő figyelmet, pedig ezek biztosítják a jövőbeli sikereket. A közszférában ez a kérdés kiemelten fontos, mivel a teljesítményük a céljaik elérésében mutatkozik meg, amelyeket elég nehéz számszerű mutatókkal mérni. Dolgozatom megírásakor arra törekedtem, hogy különböző versenyszférára kidolgozott módszereket alapul véve egy olyan modellt dolgozzak ki, amely segítséget nyújt a teljesítménymérésre a közszférában. A kutatás alapját egy összehasonlítás, megfelelésvizsgálat adja, amely által meghatározom melyek is azok a módszerek, illetve indikátorok, amelyek a közszoigáztatásban alkalmazhatóak. Kutatásom során empirikus módszert alkalmazva, számos vezetővel végeztem mélyinterjúkat a közszféra területén.

FILINGER KITTI

f.kitti16@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Balogh Gábor
egyetemi adjunktus, PTE KTK*

VALÓBAN JOBB VEZETŐK A FÉRFIAK?

Kulcsszavak: szegregáció; munkaerőpiac; vezető

Általánosságban tekintve a foglalkoztatási arány növekedése figyelhető meg mindkét nem esetében, azonban a nemek szerinti megkülönböztetés, diszkrimináció továbbra is általános jelenség mind Magyarországon, mind az Európai Unióban. A nemek szerinti szegregáció jelenségével a munkaerőpiacon számos kutatás foglalkozik, amelyek alapján megállapítható, hogy eddig még egy országban sem jött létre a teljes egyenlőség a két nem között. A dolgozat célja ez alapján a munkaerőpiac nemek szerinti szegregációjának, valamint ennek okának vizsgálata. Szekunder kutatásom mind a vertikális, mind a horizontális szegregáció jelenségével foglalkozik, azonban empirikus kutatásom során előbbi kerül előtérbe. Kérdőíves vizsgálatom során hallgatói, valamint munkavállalói csoportot is megkérdeztem a témáról, melynek kiértékelését SPSS statisztikai szoftverrel végeztem. Bár a vezetéshez szükséges kompetenciák nem tulajdoníthatók egyértelműen valamelyik nemnek, mégis a férfiakat kevésbé érinti az üvegplafon hatás, mint a nőket, kedvezőbb helyzetben vannak az előrelépés során.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Humán erőforrás - HR II.



STÓSZ FANNI

fanni.stosz@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Balogh Gábor
egyetemi adjunktus, PTE KTK*

A MUNKA-MAGÁNÉLET EGYENSÚLYA ÉS AZ INFOKOMMUNIKÁCIÓS TECHNO- LÓGIÁK

Kulcsszavak: munka-magánélet egyensúly; infokommunikációs technológiák; IKT;

Dolgozatomban először felállítok három fő kérdést, melyek helyességét vizsgálom a későbbiekben.

Először áttekintem a munka-magánélet egyensúly alakulását a történelem során, az első ipari forradalomtól kezdve - ekkora tehető a munka és a magánélet szétválasztódása - napjainkig. Kitérek az IKT eszközök magyarországi elterjedtségére, használatára, illetve a munka- és pihenőidőre vonatkozó magyar és európai törvénykezésre is.

Ezután különböző elméleteket vizsgálok, melyek a társadalom és a technológia kapcsolatát vizsgálják. Öt nagy és több középszintű elmélet mellett egy saját, komplex modell felállítását is megkíséreltem. Végül röviden szót ejtek a generációs különbségekről is, hogy az miben érintheti a munka-magánélet egyensúlyát, az IKT eszközök eltérő használata miatt.

Megvizsgálom, hogy maga az IKT milyen hatással van a munka-magánélet egyensúlyra, milyen hatással van az elektronikus kommunikáció az érzelmekre, illetve milyen előnyök és hátrányok származnak az eszközök használatából. Néhány megoldási javaslatot is bemutatok, melyek segítenek megteremteni az egyensúlyt a szervezetben, illetve az egyén életében. Végül bemutatom az általam végzett felmérés eredményeit, amelyben egyetemi hallgatók körében vizsgáltam a munka-magánélet témakörét.

Végül levonom a következtetéseket, és eldöntöm az általam vizsgált hipotézisek helyességét.

URSZULY DÓRA

dora.urszuly@gmail.com

Emberi erőforrás tanácsadó

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Gergely Éva
adjunktus, DE GTK*

A stressz vizsgálata a Debreceni Egyetem Pszichiátriai Klinika dolgozói körében

Kulcsszavak: stressz; kiégés; pszichiátria; egészségügyi dolgozók

A stressz mindig is az érdeklődés központjában állt, napjainkban sem veszített aktualitásából, hiszen a modern kor egyik legnagyobb problémája, ami betegségek sorozatának elindítója lehet. A stressz mindennapjaink része, számtalan helyzetben találkozhatunk vele. Az egészségügyben dolgozóakra nagy felelősség és teher hárul, kiváltképp a pszichiátrián, ahol gyakran találkozni érzelmileg megterhelő esetekkel. Az emberek gondozása, ápolása stresszel telített munka.

Dolgozatom általános célja, hogy megvizsgáljam, és átfogó képet kapjak arról, hogy a Debreceni Pszichiátriai Klinikán milyen mértékben van jelen a káros stressz, hogyan hat a mindennapi munkavégzésre és teljesítményre. Specifikus célok közé sorolható annak feltérképezése, hogy milyen hatással van a dolgozók munkája a magánéletükre, milyen pszichés, lelki és egészségügyi károsodást okozhat a stressz a pszichiátriai személyzet számára, tapasztalhatók-e a kiégés tünetei, mit és hogyan lehet tenni annak érdekében, hogy ez elkerülhető legyen.

Kutatásaimat a Debreceni Pszichiátriai Klinikáján végeztem. Vizsgálataim során az esettanulmány, a kérdőíves felmérés és az interjú módszereit alkalmaztam. Az esettanulmány készítése során beszélgetéseket folytattam a pszichiátriai személyzettel, figyelmesen körbejártam az intézményt, betekintést nyerhettem hogyan végzik munkájukat. A kérdőíves felmérés személyesen, önkitöltős formában, papíralapon történt a Pszichiátriai Klinika minden dolgozójával, és interjút is készítettem egy pszichiáter szakorvossal és egy klinikai szakápolóval.

A vizsgálati eredményekből arra a következtetésre jutottam, hogy a stressz jelen van a szervezetben. Néhány kapott értékre nem árt odafigyelni, hiszen a jövőben veszélyforrás is lehet. A kiégés szempontjából elmondható, hogy jelen pillanatban egy dolgozót sem érint ez a súlyos tünet. Ha bárkinél felmerülne ilyen jellegű probléma, arra meg vannak a megfelelő módszereik, hogy hogyan segítsék át az illetőt a nehezebb időszakon. A támogató környezet, mind a családi, mind a munkahelyi nagyon fontos szerepet játszik abban, hogy elkerülhetőek legyenek a stressz káros hatásainak állandósulásai. Összességében arra a megállapításra jutottam, hogy a stressz komoly problémát jelenthet az egészségügyi dolgozók számára, de szakmai felkészültségük, tapasztalatuk segít abban, hogy elkerüljék a súlyos következményeket.

FEHÉR ANDRÁS

feher.andras996@gmail.com

Emberi Erőforrások

BSc, 3. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Kollár Csaba
adjunktus, SZIE GTK*

Gamification a szervezet és a munkavégzés iránti elköteleződésben

Kulcsszavak: játékosítás; elköteleződés; munkavállalók; gamification; játék

Dolgozatom témája az egyre nagyobb népszerűségnek örvendő játékosítás (gamification) kihatása az emberek munkája, munkahelye vagy akár elérni kívánt munkahelye iránti elköteleződésben.

Mindannyian játszottunk már játékokkal, és mindannyian szeretünk játszani. Sokszor ültünk már le kellemes hangulatban társasjátékozni a barátainkkal, egy tanórán elkalandozva sokszor játszottunk amőbát a padtársunkat, de némelyikünkkel előfordult már, hogy annyira belemelegedett egy video-játékba, hogy hirtelen csak azt vette észre, hogy beesteledett. Mind ismerjük a játékok fontosságát, de sokan úgy gondolják a játékok pusztán szórakozás, kikapcsolódás céljából vannak. Tegyük fel bátran magunknak a kérdést, mi lenne, ha az egyébként is olyan élvezetes játékok elemeit felhasználnánk, tanulnánk kedvenc játékainkból és bizonyos elemeket használnánk a munkahelyünkön vagy az iskolában!

Sokan vallják, hogy a gamification atyja Bonaparte Napoleon volt, aki a Nagy Francia Forradalom idején 1795-ben pályázatot hirdetett az élelmiszer-tartósítás problémájának megoldására, több busás jutalom kitűzése mellett. Ugyan innen indult, de csak 2011 óta lett egyre felkapottabb, a gamification. Azóta rengeteg nagyvállalat, a legnagyobbak közül (Dell, Viacom, Nike) is észrevette már jelentőségét, hatékonyságát és szívvel-lélekkel használja különböző területeken, például marketing- vagy HR folyamatok során. A munkaerőhiány által átalakult modern munkaerőpiac megváltozott körülményeihez – munkaerő irányította („candidate-driven”) piac – való alkalmazkodáshoz és az új, fiatal munkaerő bevonásához és megtartásához is előszeretettel alkalmazzák. Kutatásom fő fókuszában a játékosítás ezen része fog állni, azt fogom vizsgálni, hogy hogyan is segít ebben a munkáltatóknak a gamification, mi az ami miatt az üzleti környezetben alkalmazott játékok sikeresek. Ehhez először a gamification-höz tartozó alapfogalmakat – magát a játékot, annak eredetét, magát a játékosítást – fogom definiálni, ezután bemutatok néhány eredményes elkötelező játékot, majd tovább haladok, kitérek a különböző generációk elköteleződéséhez vezető tényezőkre, vizsgálom magát az elköteleződést, annak hiányát és hiányának okait. Ezt követően egy fejezetet szánok arra, hogy a játékok pszichológiai hátterét vizsgáljam, kutassam miért is olyan eredményesek a játékok olyan sok különböző környezetben valójában.

Az adatgyűjtéshez játékosított kérdőívet fogok használni, mely esettanulmány szerűen mutatja be a gamificationt.

HORVÁTH ORSOLYA

horvathorsi@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Leskó Anett Katalin
tanársegéd, ME GTK*

Gamification, avagy lehetséges-e játszva dolgozni?

Kulcsszavak: gamification; játékosítás; játék; munka; élmény

A gamification, azaz a játékosítás lényege az élmény alapú munkahelyek világának megteremtése. A játékosítást alkalmazó vállalatok felismerték, hogy nem elégséges csupán a fogyasztót élményhez juttatni, hanem a munkavállalókat is szükséges, még hozzá játékos megoldásokkal. A téma aktualitását adja, hogy a szakirodalom alapján az Y generáció tagjai körülbelül két évente munkahelyet váltanak, ez pedig maga után vonja, hogy a kieső munkaerőt pótolni kell. Ez nemcsak magas toborzási-kiválasztási költségekkel jár, de a meglévő munkaerőt is elvonja a napi feladatoktól. Ezt úgy kerülheti el a munkáltató, hogyha a dolgozóinál eléri, hogy szeressék munkahelyüket, azáltal, hogy élményként élik meg a napi munkavégzést, aminek egyik jó eszköze a gamification.

A játékosítással kapcsolatban, az átlagemberben gyakran felmerül a kérdés, hogy ha a dolgozók játszanak a munkahelyükön, akkor ki végzi el helyettük a munkát? A gamification legfőbb célja nem az, hogy elvonja a figyelmet a munkavégzésről, hanem hogy a játékokból átvett módszerek segítségével motiválttá és elkötelezetté tegyék a munkavállalót és olyan környezetet alakítsanak ki, ahol élvezik a munkát és ezáltal jobb teljesítményre lesznek képesek.

Primer kutatásom során arra kerestem a választ, hogy hogyan valósítható ez meg hatékonyan a gyakorlatban. Először mélyinterjút készítettem egy játékosítást alkalmazó cég HR munkatársával, hogy a gyakorlatban is megismerhessem a gamification nyújtotta lehetőségeket, valamint az ezzel kapcsolatos attitűdöket, mind munkaadói és mind pedig munkavállalói oldalról.

Kutatásom második részében igyekeztem alaposabban megvizsgálni az Y és Z generáció hozzáállását a gamification-nel kapcsolatban, mivel ennél a korosztálynál a legalacsonyabb a munkahelyhez fűződő elkötelezettség. Azért is választottam ezt a korosztályt, mivel ők lesznek a jövő munkavállalói, vezetői. Összesen 30 miskolci egyetemistával és középiskolással készítettem interjút, 3-4 fős csoportokban. Az interjú kérdéseit három fő kérdéscsoportra osztottam: a fogalom ismertsége, a gamification-nel kapcsolatos attitűd, illetve a motiváltság mértéke a játékosítás alkalmazását illetően. A fogalom mindenki számára újdonság volt, de miután megismerték a jelentését, a benyomások összességében pozitívnak mondhatók a vizsgálatba bevont személyek körében. A munka élményként való megélése pedig mindkét generáció számára egyaránt fontos, véleményük szerint az élmény maga a motiváció.

FÜLE ROXÁNA

fuleroxana94@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Bálint Brigitta
tanársegéd, PTE KTK*

JÁTÉKRA FEL! A DIGITÁLIS GENERÁCIÓK ÉS A GAMIFIKÁLT RENDSZEREK

Kulcsszavak: játékosítás; HR; generációk

A dolgozatom témája a játékosítás gyakorlati alkalmazásának megvalósulása fő fókuszban az emberierőforrás menedzsment területeivel. Különösképpen vizsgáltam az Y és Z generációkat, azaz a digitális generációkat, és az ő kapcsolatukat ezekhez a rendszerekhez. A téma nagyon is aktuális, hiszen egyre inkább megjelennek ezek a megoldások különböző területeken, és egyre több Y és Z generációs gazdasági szereplő jelenik meg a piacokon. A szekunder kutatás során a célom az volt, hogy minél átfogóbb képet nyújthassak a játékosítás alapfogalmáról és annak gyakorlati alkalmazásairól betekintve olyan területekre is, mint például az oktatás vagy a marketing.

A szekunder kutatásomban viszont már csak a céges játékosított versenyekkel foglalkoztam, amelyekkel a legtöbb cégnek a célja, hogy erős munkáltatói márkát építsen ki, miközben a tehetségekről egy adatbázis hoz létre a résztvevőkből, akik rendszerint Y és Z generációsok, és élvezik a játékos elemekkel tűzdelt megmérettetést. Három fő feltételezéssel éltem a kutatásom során, de összességében arra voltam kíváncsi mi motiválja a hallgatókat a részvételre és egyáltalán élnek-e a lehetőséggel. Illetve mivel ezek a generációk olyan körülmények között nőttek fel, ahol szinte minden téren játékkal találkozhatnak, így kutatásomban kitértem arra is, hogy mennyire igaz, hogy ők nem csak digitális generáció, de játékosak is. A kutatásom eredménye egyrésztől meglepő volt, mivel a kitöltők nagy része nem élt ezekkel a céges versenyekkel, azonban nagyon szépen kirajzolódott, hogy a belső motivációs tényezők erősebbek, mint például a csapat vagy a játékélmény, szemben a jutalommal. Összességében a játékoság egyértelműen jellemezi ezt a generációt, és igényt is tartanak rá, akár az oktatás területén vagy a munkakörnyezetben is. Azonban az is megmutatkozott, hogy még kis réteghez érnek el ezek a lehetőségek, azonban őket teljes mértékben megfogja a lehetőség.

LENGYELTÓTI SZILVIA

l.szilvia1993@freemail.hu

pénzügy és számvitel

BA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Dr. Szekeres Diána

óraadó, BME GTK

Szellemi munka vs. fizikai munka, avagy az ifjú titánok motivációja a munka világában

Kulcsszavak: generációk; munkamorál; túlképzettség; hiányszakmák; diákmunka

A mai munkaerőpiaci helyzetet tekintve számos eltérést láthatunk a múlthoz képest. Ez visszavezethető arra, hogy társadalmunk aktív munkavállalói kezdenek előregedni, és átadják a helyüket a két fiatal - Y és Z - generáció ifjú titánjainak. E két korcsoport jelenlétét fontos számításba venni, hiszen prognózisok szerint 2020-ra a munkavállalók közel fele, míg 2025-re 75% körül mozog majd az Y-ok aránya.

Gyakran szembesülhetünk azzal a sztereotípiával, hogy a fizikai munkát kevésbé tartják értékesnek, mint a szellemi munkát. Ezért fontosnak tartottam megvizsgálni ennek létjogosultságát, és rávilágítani arra, hogy a feltörekvő generációknak vajon mennyire van ebben szerepe. Elsősorban megvizsgáltam azt, hogy az Y generáció miként kategorizálható munkamorál szempontjából és hogy a szellemi töke miatt képvisel oly nagy értéket életükben. Szekunder kutatásom során betekintést nyertem a munkaerőpiac tendenciáiba, amelynek eredményeként azt a következtetést vonhattam le, hogy az Y generációt inkább a túlképzettség jellemzi, mintsem a fizikai munkavégzés, aminek hiánya napjaink egyik markáns problémája. A téma átfogó elemzése céljából kutatásom a Z generáció munkához való hozzáállására is kiterjedt, elsődlegesen a diákmunkát vettem górcső alá.

A témában saját, primer kutatásokat is végzek. Két kvantitatív, kérdőíves kikérdezést bonyolítok le, amelynek során egy reprezentatív és egy nem reprezentatív mintát kapok. Előbbiben azt vizsgálom, hogy BGE GKZ hallgatóit mennyire jellemzik a generáció sajátosságai. Második kérdőív során elemzem, hogy Magyarország lakossága mit gondol a szellemi és fizikai munkavállalásról, milyen tapasztalataik vannak a munka terén, és vajon megállják-e a helyüket az Y generációval szemben felállított hipotéziseim. A nagyobb elemszámú, nem reprezentatív minta érdekében hólabda módszer alkalmazok. Kvalitatív módon, mélyinterjú keretében a diákmunka vizsgálatára teszek kísérletet, amelyben egy közismert iskolaszövetkezet projektvezetője válaszol a Z generációval kapcsolatos kérdéseimre.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Információ-gazdaságtan és gazdasági informatika, e-business I.



ARATÓ ÁDÁM

kaji92@live.com

Gazdaságinformatikus

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

PAPP BENCE

bence_papp@hotmail.hu

Gazdaságinformatikus

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Dr. Gubán Miklós

főiskolai tanár, BGE GKZ

A Fluidum-áramlás modelljére épülő gyakorlati szolgáltatási probléma szimulációja

Kulcsszavak: anyagáramlás; szolgáltatás; fluidum; szimuláció; példafeladat

A mai gazdaság, az ipar hatékony működtetésének egyik kulcseleme a termelési, szolgáltatási feladatok hatékony kiszolgálása és ehhez a kiszolgáláshoz kapcsolódó folyamatok gyors, pontos és költséghatékony szervezése, irányítása. Ezeket a feladatokat a logisztika végzi.

A logisztika tehát a gazdasági élet minden területén fontos szerepet játszik az egyéni vállalkozóktól a kisvállalkozásokon keresztül a multicégek sikeres és gördülékeny működésében. A logisztika kulcseleme az anyagáramlás. A termeléshez kapcsolódó logisztika a szakirodalom szerint jól definiált és elég pontosan leírt. A szolgáltatási folyamatok azonban sokkal bonyolultabbak. A szolgáltatás logisztikai folyamatai és már maga az áramló anyag is nehezebben fogható meg. Anyagáramlásról nem csak akkor beszélünk, ha materiális anyagok áramlásáról van szó, hanem akkor is, ha az áramló anyag immateriális. Ez általában a szolgáltató gazdasági szereplőkre jellemző, mint például az internet szolgáltatókra ahol maga az áramló „anyag” az adat.

Az előzőek szerint, a dolgozatban elsőként megpróbáljuk a szakirodalom segítségével megadni, illetve felvázolni az anyagáramlás általános fogalmát. Ez a fogalom (a fluidum) segíti majd a termelés és a szolgáltatási feladatokhoz kapcsolódó logisztikai folyamatok egységesebb kezelését. Emellett megadjuk az áramláshoz kapcsolódó matematikai modellt is.

A logisztikai folyamatok vizsgálata szolgáltatások esetén nem egyszerű. Nehéz meghatározni azokat a pontokat, melyek a folyamatokat jelentősen befolyásolják, illetve problémás a szűk keresztmetszetek megkeresése. Emellett egy hatékony rendszert úgy kell felépíteni, hogy a logisztikai célok teljesüljenek. A konkrét vizsgálatok során nagy segítséget jelent a szimuláció. A dolgozatunk egyik fejezetében ezért részletesebben is foglalkozunk a szimuláció fogalmával és módszereivel. A modelünk matematikai modell, amelyre jól alkalmazható módszereket ismer a szakirodalom.

A dolgozat eddigi fejezetei tartalmazzák a modellt és a megoldási módszert. A dolgozat utolsó fejezetében egy mintapéldán keresztül szeretnénk bemutatni ezt a modellt és a szimuláció alkalmazhatóságát. Teljességre nem törekedhetünk, de a főbb elemek és főleg a modell használhatósága remélhetőleg így is nyilvánvaló lesz.

ZÖLDI DÁNIEL

zoldi.daniel@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

Témavezető:

Sas István

Óraadó oktató, METU HFTGK

A League of Legends az e-sport zászlóshajója

Kulcsszavak: e-sport, videojáték; League of Legends; Riot Games gazdasága; Twitch.tv

Dolgozatom témájának az e-sportot választottam, amely a versenyszerű videojátékozást jelenti. Ezt a területet mára már nem csak a fiatalok ismerik, hanem egyre több üzleti vállalkozás nyit az új sportág felé. Erre a legjobb példa a Coca-Cola Co., aki a 2014-es League of Legends világbajnokság főszponzora volt.

A dolgozatomnak két fő célja van. Az egyik, hogy úgy mutassam be az e-sportot, hogy még azok is közelebb kerüljenek a témához, akik csak érintőlegesen értesültek róla, vagy akik számára teljesen ismeretlen ez a terület. Továbbá komoly hangsúlyt fektettem arra, hogy a gazdaságban és a médiában érezhető hatásait ismertessem. A munkám másik fő célja a válaszkérés arra, hogy a Riot Games által kifejlesztett League of Legends nevű játék az elmúlt 5 év során hogyan tudott a rajongók körében az egyik legnépszerűbb és legnézettebb videojátékká válni, és hogyan járult hozzá az e-sport gazdaságához.

A kutatás lefolytatásához egy kvantitatív (kérdőíves lekérdezés) és egy kvalitatív (mélyinterjú beszélgetés) módszert választottam. A mélyinterjú beszélgetés során olyan szakembereket kerestem fel, akik régóta foglalkoznak az e-sporttal és a terület magyar szakértői. A kérdőívezésnél játékos közösségeket kerestem fel, és a felhasználók véleményét kértem az e-sportról és az általam kutatott játékról.

A szakemberek állásfoglalását és a kérdőíves válaszokat olvasva, elemezve megállapítható, hogy a Riot Games által kifejlesztett játék jelentősen hozzájárul az e-sport gazdaságához, valamint a sikerének titka abban rejlik, hogy nagy hangsúlyt fektet a játékközösségének az ápolására és az igényeik kielégítésére. Továbbá fontos megjegyezni azt is, hogy maga a játék egyszerű, grafikai megvalósítása meseszerű és változatos, de mégis nehéz és stratégiaileg komoly kihívást jelent. Ennek a kombinációnak köszönheti a League of Legends, hogy a rajongótábora mára már több mint 100 millió fölött van.

FEHÉR DÁVID

tezsviir@gmail.com

Kereskedelem és Marketing

BA, 7. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

Témavezető:

Dr. Horváth Attila

főiskola docens, METU HFTGK

A Magyar Mobiltárca Szövetség üzleti és fizetési megoldásai

Kulcsszavak: NFC, mobilfizetés, mobiltárca, érintés nélküli fizetés

A dolgozatom készítésekor arra kerestem a választ, Mobiltárca Szövetség által képviselt együttműködési modell hogyan és milyen mértékben járul hozzá a kontaktus nélküli mobilfizetés elterjedéséhez hazánkban. A megfelelő következtetések levonásához szükség volt arra, hogy a mobillal történő, érintés nélküli fizetési megoldások technológiai alapjának tekinthető NFC-t tüzetesebben megismerjem. Ahhoz, hogy megértsem a jelent, és előre tudjak tekinteni, feltérképeztem a múltat, a mobilfizetés hazai történelmét. Következő lépésként tisztáztam azt, hogy ennek az innovatív megoldásnak a piacán kik az érdekeltek, és azok hogyan és milyen üzleti modellt követhetnek. Mivel a Mobiltárca Szövetség is követi a lehetséges üzleti modellek egyikét, így áttekintettem összefogásuk azon piaci megjelenéseit, melyek a fogyasztók által is megismerhetőek. Ahol megjelennek cégek, ott számolni kell a vetélytársakkal is, ezért figyelembe vettem, és összehasonlítottam egymással három olyan külföldi versenytársat, akik már kellő tapasztalattal rendelkeznek és sikerrel vették a külföldi piacokra való belépés akadályait. Minden új termék és szolgáltatás bevezetéséhez ismerni kell, hogyan vélekednek a fogyasztók az adott szolgáltatásról, ezért a primer és szekunder kutatási adatokból én is törekedtem annak felfedésére, hogy a fogyasztók és a leendő felhasználók hogyan vélekednek a mobilfizetésről, milyen információkkal rendelkeznek az NFC-ről, mennyire nyitottak az érintéses fizetési megoldásokra és mely alkalmazásokat használják a mobiltelefonos vásárlásokhoz és fizetésekhez. Konklúzióként megállapítottam, hogy azok közül, akik érdeklődnek az érintésen alapuló, újszerű fizetési módokra, nyitottabbak a mobilfizetési megoldásokra, mint a hagyományos fizetésre támaszkodók, akik nem tartják azt biztonságosnak. Elmondható, hogy létezik fogyasztói igény egy olyan kényelmi funkcióra, amely összevonja egy alkalmazásban a bankkártyáinkat, tömegközlekedéshez szükséges jegyeinket, bérleteinket, törzsvásárlói kártyáinkat. Fontos látni, hogy a mobilfizetés ismertsége alacsony a lakosok körében, mivel sokan nem tudják, mi az NFC, mire lehet használni, hiszen nem rendelkeznek megfelelő információval. Mindaddig, amíg a Szövetség tagjai nem változtatják meg a marketing stratégiájukat és nem egyszerűsítik az igénybevétel feltételeit, úgy, hogy közben a szolgáltatásaik köre az ügyfelek érdekeit szem előtt tartva folyamatosan nem bővül, addig megragadhatnak a be nem teljesült ígéret szintjén.

PELSŐCZI MÁTÉ

pelsoczimate92@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Fehér András
ügyvivő-szakértő, DE GTK*

A mobilfizetés és az érintés nélküli fizetési technológiák vizsgálata

Kulcsszavak: digitális pénztárca; mobilfizetés; NFC; Mobil Paypass; POS

A mobilfizetés Magyarországon még életciklusának legelején van, pedig már számtalan lehetőséget kínálnak a szolgáltatók, egyes megoldásokat különböző kedvezményekkel összekötve, hogy gyorsítsák a technológia terjedését.

Az érintés nélküli fizetés már évek óta elérhető hazánkban és mára csekély az olyan kereskedelmi egységeknek a száma, ahol ne lehetne fizetni Paypassos bankkártya segítségével.

Szekunder kutatást végezve bemutattam a pénz fejlődését, az elektronikus kereskedelmen át az okostelefonos fizetési megoldásokig. Külön fejezetekben tértem ki a hazai megoldásokra és a külföldi mobilfizetési tendenciákra. Gyors, kényelmes és biztonságos, akik használják szeretik és pártolják a terjedését, derül ki a primer kutatásom során elvégzett online kérdőíves kvantitatív kutatásból, legalábbis a felmérésben résztvevőkre mindenképp elmondhatók ezek az érvek. A felmérés során 386 fő került be a mintába. Az online kérdőívben szerepeltek zárt és nyílt kérdések, valamint 1-5-ig terjedő Likert-skálán értékelhették az állításokat annak függvényében, hogy azokkal mennyire értenek egyet a kitöltők.

Fő célkitűzésem volt, hogy megvizsgáljam a felmérésben részt vevők érintés nélküli fizetéshez való hozzáállását, mi a véleményük a mobilfizetésről, illetve felmérjem a pénzügyi szokásaikat, melyekre érdekes eredményeket kaptam.

A válaszadók készpénz és bankkártya használati szokásai megoszlanak, de elmondható, hogy egyre inkább a bankkártya használat kezd előtérbe kerülni, mely arányt feltehetőleg a mobilfizetés fog borítani néhány éven belül. Egyik érdekes eredmény, mely alapján el kellett vetnem az egyik hipotézisemet, hogy a kitöltők kevésbé tartanak a Paypassos fizetéstől, amely meglepő volt számomra a korábbi tapasztalatok alapján. A mobiltárca a hatalmat, ha átvenni nem is fogja a bankkártya felett az elkövetkezendő években, ennek ellenére komoly riválisként tekinthetünk rá, mert sokkal praktikusabb és rendkívül szerteágazó a felhasználási köre.

Dolgozatomban a fentebb leírtakkal kapcsolatban előzetes feltevéseimet igazoltam, mely eredményekből nem reprezentatív jellege miatt következtetni nehezen lehet, de további kutatásoknak kiváló alapul szolgál. Úgy vélem ez egy életképes fizetési megoldássá fog válni néhány éven belül és nem fognak meglepődni az emberek, ha valaki a pénztárcája helyett a mobiltelefonját használja fizetéskor.

BALAJTI PÉTER

pit.balajti@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BSc, 5. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Sasvári Péter
egyetemi docens, ME GÉK*

Az elektronikus szavazási hajlandóság vizsgálata Ausztriában és Magyarországon

Kulcsszavak: e-szavazás; e-szavazási hajlandóság; elektronikus szavazás; információs társadalom

Napjainkban a technika és ezen belül is az infokommunikációs technológiák rohamos fejlődését tapasztalhatjuk. Az elektronikus szavazás a népakarat érvényesítésének legmodernebb formája lehet. Ez a szavazási forma első sorban a részvételi arány növekedésében játszhat szerepet, mivel kényelmesebb és rövidebb időt vesz igénybe, mint a papír alapú szavazás, ezen kívül hosszú távon a választások költségeit is csökkentheti. Továbbá az automatizált szavazatszámolás révén gyorsabban és pontosabban juthatunk hozzá az eredményekhez. Érdemes tehát megvizsgálnunk, hogyan viszonyulnak a választópolgárok a modern technológiák adta új szavazási formához.

Az elektronikus szavazási hajlandóságot vizsgálta az a 2012-es amerikai tanulmány, amely az én kutatásomat inspirálta. A tanulmány szerint az online szavazáson való részvételi szándék, az eredményességet érintő várakozások, a társadalmi befolyás, az internetben való bizalom, és a számítógép használatától való idegenkedés azok a tényezők, amelyeket figyelembe kell venni az elektronikus szavazási hajlandóság esetén.

Ausztria informatikai fejlettsége meghaladja Magyarországét. Az állampolgárok és a vállalkozások is gyakrabban használják az infokommunikációs eszközöket. A nemzetközi informatikai rangsorok is ezt támasztják alá. A férfiak többször használják az informatikai eszközöket, mint a nők. A magasabb iskolai végzettségűek szintén gyakrabban alkalmazzák ezeket a technológiákat, mint az alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezők.

Dolgozatomban arra keresem a választ, mely tényezők azok, amelyek befolyásolják az elektronikus szavazási hajlandóságot Ausztriában és Magyarországon. Kimutatható-e a kapcsolat az e-voksolási hajlandóság és a nem, az életkor, vagy az iskolázottság között? Befolyásolja-e a közigazgatásba vetett bizalom vagy a számítógépes ismeretek szintje a hajlandóságot? Vagy pedig az egyén környezetében élők azok, akik a legnagyobb hatással vannak a választópolgár e-voksolási hajlandóságára?

A vizsgálatot kérdőíves megkérdezés segítségével végzem. A kérdőív általános kérdésekre és az internetes szavazással kapcsolatos kérdésekre tagolódik. Magyarországon 463 elemű minta áll rendelkezésemre. Ausztriában egy kisebb, 272 elemű mintával dolgozom.

A kutatás elvégzése után, világossá válik majd, mely tényezők és milyen arányban befolyásolják az elektronikus szavazási hajlandóságot Magyarországon és Ausztriában.

VERES DÁNIEL

veres.daniel1992@gmail.com

Gépészmérnöki BSc

BSc, 3. félév

Dunaújvárosi Egyetem

*Témavezető:
Fejes Csilla
főiskolai adjunktus, DUE*

Az e-sport helyzete Magyarországon – Helyzetértékelés, társadalmi elfogadottság, várakozások, gazdasági aspektusok és lehetőségek

Kulcsszavak: esport; videojáték; online; média; sikertényező

Az esport - az Oxford English Szótár definíciója szerint a kompetitív, leginkább professzionális videojátékosok részvételével rendezett videojáték bajnokságok és hozzájuk kapcsolódó promóciós, gazdasági és média tevékenységek összessége -, a 21. századi információs éra terméke. Az esport egy világszerte jelenleg több mint 400 millió dollárt generáló iparág (Global Esports Market Report, 2016), jól fizetett játékosokkal, szponzorációkkal és több tízmilliós rajongótáborral. Az esport terjedése és népszerűsödése az internet és az online videojátékok széles körű elterjedése folytán a világ legtöbb pontján azonos időben és ütemben megy végbe, azonban számos országban - köztük Magyarországon is- több, a gazdasági és kulturális életben gyökerező nehézséggel néznek szembe, mint az esportolók, mind pedig támogatóik. Jelen dolgozat célja megvizsgálni és feltérképezni az esport hazai helyzetét, társadalmi és gazdasági elfogadottságát és jelentőségét, és azonosítani azon főbb sikertényezőket, melyek a jövőben hozzájárulhatnak a hazai esport fejlődéséhez és sikerességéhez.

VINCZE ÁDÁM

edboyww@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

Témavezető:

Dr. Horváth Attila PhD

főiskola docens, METU HFTGK

Az omni-channel értékesítés helyzete és lehetőségei Magyarországon

Kulcsszavak: Omni-channel kereskedelem, Többcsatornás kereskedelem, E-kereskedelem, Fogyasztói attitűdök

Az internet megjelenése, és legfőképp az okos eszközök 2007 utáni térnyerése következtében a kereskedők új kihívásokkal találták szemben magukat. A modern kor fogyasztója már elvárja, hogy vásárlásainál a maga által választott módon, és értékesítési csatornán kerüljön kapcsolatba a kereskedőkkel, emellett tökéletes vásárlói élményt kapjon. Az online és bolti kereskedelmi csatornákat ennek érdekében integráltan kell kezelni, és ezt az integrációt technológiai és folyamatszerkezeti eszközökkel teremthetjük meg. Az integrált kereskedelmi csatornákon át végzett kereskedést omni-channel kereskedelemnek hívjuk.

Dolgozatomban áttekintést adok a nem bolti értékesítési csatornák fejlődéséről, felsorolom az omni-channel kereskedelem kialakításának motivációit és akadályait, valamint azon kiskereskedelmi eszközöket, amelyekkel az integráció elősegíthető, végezetül a kutatásomban megvizsgálom az ezen eszközökkel kapcsolatos vásárlási attitűdöket Magyarországon.

Két hipotézist fogalmaztam meg:

I. Azon fogyasztók, akik legalább havonta néhány alkalommal vásárolnak az interneten, előnyben részesítik, vagy kiemelten fontosnak tartják az omni-channel eszközöket a vásárlásaiknál.

II. A fiatalabb, 16 és 35 év közötti fogyasztók nagyobb fontosságot tulajdonítanak az omni-channel eszközöknek, mint idősebb társaik.

A kiértékelés során arra a megállapításra jutottam, hogy bár a megkérdezettek 80%-ban fontosnak, vagy kiemelten fontosnak tartják az omni-channel eszközöket a vásárlásaiknál, a vizsgált szegmensekben nincs szignifikáns eltérés ezzel kapcsolatban, azaz a kutatási eredmények nem támasztják alá hipotéziseimet.

PÁKOZDI REBEKA

prebi91@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

Témavezető:

Dr. Kiss Ferenc

egyetemi docens, METU HFTGK

Okos forradalom a XXI. században

Kulcsszavak:

Dolgozatom témájául egy napjainkban egyre nagyobb figyelmet követelő iparág fejlődését választottam, vagyis egy olyan technológia közelebbi bemutatását és vizsgálatát, amit néhány évtizede csak science fiction filmekben láthattuk a mozivásznakon. Bár sokak számára még mindig nehezen elképzelhető, mégis napjainkban egyre szélesebb körben válik felhasználhatóvá és elérhetővé az okostechnológia által létrehozott világ, és ami egykor csak álom volt, mára megvalósíthatóvá vált.

A téma fontosságát és aktualitását mi sem mutatja jobban, hogy jelenleg is az információs társadalom tagjaiként élünk mindennapjainkat. Mindemellett igazán fontosnak tartom, hogy mindenki magáénak érezze szerepét a fejlődésben, az új technológiák megismerése és használata által is.

A dolgozat felépítését az információs társadalom átfogó fogalomköréből indítom, aminek véleményem szerint leghangsúlyosabb szereplője maga az információ, mely köré minden más is épül. Többek között, a digitális forradalom hozta, információ tengerhez szorosan kapcsolódó jelenségek, mint a Big Data vagy az Internet of Things fogalmai.

Ezen kívül szó van gépek kommunikációjáról, annak módjairól, alkalmazási területeiről, marketingterületen mutatkozó új lehetőségekről, és legfőképpen az okosotthonok helyzetéről, térnyeréséről külföldi és magyarországi viszonylatokban is. Választ keresek arra, hogy hazánkban mennyire érdemes beruházni efféle szolgáltatásokra és berendezésekre, milyen akadályokba ütközik a technológia terjedése és milyen hatása lehet a jövőre nézve.

Hipotéziseimben vizsgálom, hogy Magyarország digitális és technológiai elmaradásában szerepe van-e a társadalom anyagi és informatizálási helyzetének, digitális írástudásának. Valamint vizsgálom az okostechnológia hozta „okos” kifejezés jelenlegi meghatározottságát és definiálhatóságát.

Kérdőívemben felmérem a közösség álláspontját az okosotthonokkal kapcsolatban, megvizsgálom, mennyire is van tisztában a potenciális fogyasztó a piac termékével, mennyire nyitott annak használatára.

A téma végtelenségét és boncolhatóságát is mutatja, hogy több felvetés is adódik munkám közben, amit érdemes lenne akár tovább is vizsgálni.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Információ-gazdaságtan és gazdasági informatika, e-business II.



KÉKI TAMÁS

tattarattta@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Dobák Dóra Éva

főiskolai docens, BGE PSZK

A biometrikus azonosítás előszobájában

Kulcsszavak: Biometrikus azonosítás, Pénzintézet, Modernizáció, Banks

A Biometrikus azonosítás szerény véleményem szerint gyerek cipőben jár, nem feltétlen a technológiai oldaláról, hanem a társadalmi kultúra részéről. Nincs meg neki a megfelelő megbízhatósági szintje, és beépülése a mindennapi életünkbe. Külföldön már egyre jobban terjed a Biometrikus azonosítás, mind a cégek körében, beruházás szempontjából, és a magánszemélyek körében is, csak gondoljunk az okos telefon alkalmazások széles körére. Ilyen például az arc felismerős feloldása a mobiltelefonoknak, vagy az ujjlenyomattal történő belépés. Azonban, hogy elérjünk azt a szintet, hogy a mindennapjainkban használhassuk ezeket az azonosítási formákat, még messze vagyunk. Meszebb, mint más országokban. Alapvetően a felhasználhatóságuk problémáival fogok foglalkozni, hogy a Magyar társadalmi környezetben, milyen akadályai vannak az ilyen rendszerek bevezetésének. Miket lehetne tenni annak érdekében, hogy legalább a fejlődés útjára lépjünk egy olyan környezetben, ahol az ügyintézés gyorsasága és probléma mentessége elsődleges prioritást élvez. Ezen kívül hozzákapcsolom ehhez a témához a bankrendszert sújtó problémát is, ami maga a hatalmas papír felhasználását, kezelését és tárolását jelenti. Azért megterhelő ez számukra, mivel nem lehet az adott szerződéseket rögtön feldolgozni, és a rendszerbe illeszteni. Így ezeket tárolni kell, elszállítani egy feldolgozó üzembe és ott digitalizálni, illetve az azonnali digitalizálás is segíti az ügyfél gyors ügyintézését. Ezért is gondoltam arra, hogy nem ártana elgondolkodni azokon a lépéseken, amelyek alkalmazásával új szokások alakíthatóak ki, amelyek kevesebb papírt igényelnek. Így mégis a modernizált világban maradunk azonban nem ragaszkodunk feltétlenül a sok bajjal járó papír hegyekben végződő módszerekhez. Ennek érdekében primer és szekunder kutatást is végzek. A primer kutatásban arra koncentrálok, hogy milyen hozzáállás van jelenleg a piacon a papír mentesség felé, illetve a biometrikus azonosítással szemben, míg a szekunder kutatással a különböző biometrikus eszközöket vizsgálom, hogy melyek ezek, mennyire lehetnek használhatóak, és mi szükséges a bevezetésükhöz. Elfogadtatásukhoz a magyar társadalomban milyen eszközökkel lehetne lehetséges.

FÖRDÓS FANNI

fordos.fanni@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Csesznák Anita

egyetemi docens, BGE PSZK

A Budapesti Gazdasági Főiskola vezetői információs rendszerének fejlesztése Neptun rendszer alapján

Kulcsszavak: oktatás; VIR; adat vizualizáció; szegmentáció; döntési fa

Manapság minden adat rendelkezésünkre áll, viszont ezeket kezelni, karbantartani, elemezni szükséges ahhoz, hogy az adatból információ születhessen. A Budapesti Gazdasági Főiskola, illetve ma már a Budapesti Gazdasági Egyetem „hallgatói adatbázisa” a Neptun rendszer. A Neptunban a hallgató alapadataitól kezdve, a beiratkozástól át, a tanulmányok végéig minden tanulmányi eseményt ebbe rögzít az intézmény, viszont ezek az adatok csak nehezen lekérdezhetőek és használhatóak a döntéshozatalban.

A Vezetői Információs Rendszerek (VIR) eseti, ismétlődő riportok készítésével, „Mi lenne ha...” kérdések megválaszolásával foglalkozik, ezzel támogatva a vezetők gyors és hatékony döntéshozatalát. Célom az volt, hogy a Neptun rendszeréből olyan használható információkat jelenítsek meg a tanulókról, tantárgyi előmenetelükről, ami megkönnyítheti a tanárok, tanszékvezetők és felsővezetők munkáját.

Készítettem egy általános áttekintést a módszertanokról, illetve a magyar felsőoktatás és a BGF jelentkező és felvett hallgatói létszámának alakulásáról. Az elemzéseket és a vizualizációt pedig SAS Visual Analytics Administration and Reporting riportoló eszköz segítségével végeztem. A Neptun adatainak tisztítását, rendezését SAS Enterprise Guide-ban készítettem elő, majd különböző adatbányászati módszerekkel (SAS Enterprise Miner-ben) az adatok mélyére ástam.

Az intézményben dolgozóknak fontos, hogy ismerjék tanulóik hozzáállását, érdeklődését, beállítottságát. Hallgatói szegmenseket alakítottam ki faktor-analízis, illetve szegmentáció segítségével. A csoportosítás alapja a szak, a finanszírozási forma, a különböző tárgyakból szerzett elégtelenek száma és a jegyek minősítése, a féléves átlagok az első két évben. Ez alapján már az első évben megjósolható, hogy az újonnan felvett hallgató hogyan fog teljesíteni.

A Pénzügyi és Számviteli karon, Gazdálkodási és menedzsment szakon tanulók a harmadik év elején specializálódnak. Statisztikus elemző, Team Business, Vállalkozásszervező a három specializáció, melyek iránt az érdeklődés az elmúlt évek tendenciái alapján nagyban megváltozott. Azt vizsgálom, hogy mi ennek az oka: tárgyak teljesíthetőségének változása, vagy más egyéb tényezők. Munkám során döntési fákat készítek, mely alapján előre jelezhető, hogy a hallgatók bizonyos tantárgyból szerzett érdemjegyei mennyiben befolyásolják a specializáció választást és látható az is, hogy melyik tárgyakon múlik a specializációk népszerűsége.

DEDE ÁGNES

dedeagi@gmail.com

Gazdaságinformatikus

MA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Varga Krisztián

egyetemi adjunktus, BCE GTK

Az egyetemi bürokrácia csökkentése a folyamatmenedzsment eszközeivel

Kulcsszavak: bürokrácia; folyamat-menedzsment; algoritmus

TDK dolgozatomban egy általános, majdnem minden vállalatnál felmerülő problémával foglalkozik: a bürokratizmussal. Dolgozatom első, elméleti részében pontosan definiálom a különbséget a bürokratikus működés (Max Weber elméletét alapul véve) és a bürokratizmus fogalmai között. Ezek után egy egyetemi példán keresztül, egy egyetemi szabályzatot feldolgozva azonosítok kihívásokat, illetve működésbeli eltéréseket a weberi elvhez képest. A kihívások azonosítását már a szabályzat feldolgozásának elején, a folyamatok rajzolásakor elkezdtem, így elég átfogóan sikerült a problémákat feltérképezni.

Dolgozatom második felében a bürokrácia egyik nagy "hátulütőjére", a túlbonyolított folyamatokra szerettem volna valamilyen, az informatikához szorosan kapcsolódó megoldást adni. Ilyen megoldás a folyamatok folyamatszémleletű megközelítése. Ám általános nehézség, hogy a folyamatmodellekből hogyan lehet használható és érthető szabályzatokat generálni. Így dolgozatomban definiáltam egy olyan algoritmust, mely a folyamatrajzolást a lehető legkisebb mértékben korlátozó szabályok mellett is képes automatikusan érthető, és értelmes szabályzatot generálni.

PETŐ ALEXANDRA

petoa93@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 5. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Kun András
egyetemi docens, DE GTK*

Az információs aszimmetria jelenléte a szállodaiparban és ennek statisztikai vizsgálata

Kulcsszavak: információs aszimmetria; szállodamenedzsment; jelzés

„Economic theorists traditionally banish discussions of information to footnotes.” Állapítja meg Michael Rothschild és Joseph Stiglitz közös munkájának (eredeti cím: *Equilibrium in Competitive Insurance Markets: An Essay on the Economics of Imperfect Information*) első sora. Való igaz, hogy a lábjegyzetek információtartalma sokszor elkerüli az átlagember figyelmét, ami már önmagában képes későbbi bonyodalmakhoz vezetni; a szerzőpáros arra világít rá, hogy egészen kismértékű információs aszimmetria is nagy hatással bír a kompetitív piacokon (Rotschild–Stiglitz, 1976).

Ez a dolgozat a vendéglátó-ipart, azon belül is a szállodákat, illetve a hotel management-et érintő információs aszimmetria különböző összetevőit járja körül. A dolgozat egyik fő célja, hogy gyakorlati, empirikus megfigyeléseken keresztül kapcsolatot teremtsen az egyes vendéglátóhelyekről elérhető információ és ezen szállodák szakmai elismertsége közt.

Ezek alapján a dolgozat elsődleges kérdése tehát, hogy van-e összefüggés az szállodák saját magukról közölt információ mennyisége, a szálloda besorolása és a szállodák elhelyezkedése között? E kérdések megválaszolása után pedig további kérdésként merülhet fel, hogy az egyes szállodák menedzsmentje miként profitálhat abból, ha tudatosan oszt meg vagy hallgat el információkat a honlapján?

A statisztikai elemzések rámutattak a magasabb és az alacsonyabb kategóriájú szállodák szállodajellemzőinek, vendégek szemszögéből vizsgált, fontossági sorrendje közti közepes erősségű, pozitív irányú kapcsolatra. Emellett pedig különbséget tudott tenni az általában gyakrabban és általában ritkábban közölt szállodatulajdonságok közt.

További számítások szerint a szállodák földrajzi elhelyezkedése csak gyengén képes befolyásolni a különböző kategóriák szerint besorolt szállodák honlapján elérhető információmennyiséget, illetve született olyan eredmény, amely erős és pozitív irányú kapcsolatra utal a megosztott információmennyiség és a csillagok száma közt.

Mindent egybevetve, a dolgozat lehetőségeihez mérten (egy leegyszerűsített modellt és kis elemszámú adatbázist használva) olyan számszerű eredményekkel szolgál, melyek bár nem hivatottak örökérvényű megállapításokat alátámasztani, ám a hotel menedzsment előnyére is válhat, ha a dolgozat következtetéseit áttekinti, és azokat felhasználva alakítja ki az adott szálloda honlapját.

PAPP TAMÁS

papp.tamas@evk.hu

Gazdaságinformatikus

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

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

Érték-e a biztonság? Cloud szolgáltatók piaci részesedésének növekedési lehetőségei a Post-Snowden érában

Kulcsszavak: cloud; snowden; titkosítás; piaci-részesedés

Az elmúlt néhány év egyik legmeghatározóbb informatikai innovációja az úgynevezett cloud computing, vagy magyarul a felhő alapú számítástechnika. Az alapelv, hogy az egyes szolgáltatásokat egy külső szolgáltató rendszerén keresztül alkalmazzuk egy elosztott hálózaton, nem pedig saját dedikált szerveren.

A cloud computing nagy előnye, hogy jelentős mértékben csökkennek az üzemeltetési költségek, hiszen azok a szolgáltatót terhelik, cserébe fix havidíj ellenében értékesítik szolgáltatásukat, mely - mint költségelem - az egyének és a vállalatok számára is előnyös, hiszen könnyen tervezhető. Számos további előny mellett azonban hátrányokkal is kell szembesülniük a felhasználóknak, mely éppen a cloud alaptulajdonságából következik: a rendszer felépítése, a kapott szolgáltatások pontos működési mechanizmusa részben ismeretlen a felhasználók előtt, így komoly biztonsági aggályok merülhetnek fel a privát adatok ily módú tárolása esetén.

A felhő alapú számítástechnika léte így bizalmi alapokon is nyugszik, hogy a felhasználók biztonságban tudják adataikat. Ezt a biztonságérzetet ingathatta meg az elmúlt három évben az Edward Snowden által kiobbantott NSA botrány, valamint az Apple rendszeréből kiszivárogtatott közismert személyek magánjellelű fotói.

Dolgozatom célja, hogy bemutassam, hogy az úgynevezett „Post-Snowden érában” (azaz a Snowden általi kiszivárogtatás utáni korszakban) az egyes cloud titkosítási algoritmusok milyen biztonsági kockázatokat jelentenek, illetve ennek kapcsán vizsgálom, hogy a komolyabb titkosítást alkalmazó eszközöket üzemeltető tárhely szolgáltatókat gazdaságilag is alátámasztható előnyben részesítik-e a felhasználók, ezzel újfajta trendet mutatva a cloud üzemeltetők számára a biztonsági kérdéseket illetően. Tehát lényegében arra keresem a választ, hogy hozzájárul-e a piaci részesedés növeléséhez egy fejlettebb titkosítással rendelkező felhő alapú tárhely szolgáltatás az egyszerűbb, kevésbé biztonságos eljárásokkal operáló rendszerekkel szemben.

ERB FRANCISKA

erbfranciska@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

GŐZ ANDRÁS

gozandris@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Vas Réka Franciska

Docens, BCE GTK

Feleletválasztós tesztek kiértékelésének módszerei és a kiértékelést támogató alkalmazás fejlesztése

Kulcsszavak: Feleletválasztós teszt; oktatás; mérés; elemzés; kiértékelést támogató alkalmazás

A számonkérés gyakran használt formája a tesztíratás. Megfelelően kialakított tesztekkel könnyebb a hallgatók tudását felmérni, ráadásul minimális javítási időt igényelnek. Adott számú kitöltést követően érdemes a teszt kérdéseit és eredményeit elemezni, hogy rávilágíthassunk a kérdéskatalógus hiányosságaira, hibáira. Dolgozatunkban a Budapesti Corvinus Egyetem gazdaságinformatikus szakán oktatott Információmenedzsment kurzus teszteredményeivel foglalkoztunk. A kurzus fejlesztésének elengedhetetlen része, hogy az oktatók rendszeresen visszajelzést kapjanak a tesztsor hatékonyságáról, és hogy felismerhessék a mára elavult tesztkérdéseket. Célunk mindazon kérdések azonosítása volt, melyek nem megfelelően mérték fel vagy differenciálták a hallgatók tudását, majd a kapott eredménnyel iránymutatást kívántunk adni mind a kérdések javításához, mind a kapcsolódó tananyagok fejlesztéséhez. További célunk, olyan alkalmazás fejlesztése volt, amely elemzi a vizsgasor kérdéseit, elvégzi a szükséges számításokat és azonnali visszajelzést ad az egyes vizsgák eredményeiről az oktatóknak.

FARKAS DÁVID

fardav0821@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BSc, 3. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg

Témavezető:

Dr. Szekeres Diána

egyetemi adjunktus, BME GTK

Okostelefonok gazdasági és társadalmi hatásai

Kulcsszavak: Okostelefon, gazdasági hatás, társadalmi hatás

Dolgozatom fő témája a húszadik századi modernizációnak köszönhetően megjelent telefonok ezen belül is a legújabb eszközöknek számító okostelefonok hatása a gazdaságra és a modern társadalomra. A huszonegyedik századi társadalom szinte nélkülözhetetlen eszközévé váltak ezek a készülékek. Megjelenésükkel lehetőség nyílt újabb eszközök feltalálására.

Dolgozatom elkészítéséhez primer kutatásként egy kérdőívet készítettem, mely azt hivatott igazolni, hogy az okostelefonok nélkülözhetetlen eszközökké váltak és egybeforrottak jelen korunk generációival továbbá ezen eszközöknek köszönhetően hatalmas gazdasági fejlődést értek el a vezető nagyvállalatok.

Szekunder kutatásként, a kérdőív hipotézisei és a telekommunikációs eszközökről és kiegészítőikről szóló információk szolgálnak. A másodlagos kutatás kitér arra is, hogy a korábbi generációkra milyen hatást gyakoroltak az akkori készülékek a távíró megjelenésétől kezdve.

A kutatás alapkérdése, hogy az okostelefonok mennyire alakították át a mobiltelefonok gazdasági piacát továbbá milyen hatással vannak az emberi kapcsolatokra és a társadalomra.

LOSONCZI RÉKA

r.losonczi@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

ZULIK ÁKOS

akos.zulik@gmail.com

Politikatudomány (CEU)

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Chikán Attila

egyetemi tanár, BCE GTK

Tudás, megosztás, megújulás - A nyílt forráskódú innováció változása és piacosítása az intézményi vállalkozó szemszögéből

Kulcsszavak: intézményi közgazdaságtan; tudás; open source; Android; nyílt forráskódú szoftverfejlesztés

Dolgozatunk egy olyan kutatást tartalmaz, amelynek célja, bemutassa az intézmények, az intézményi változás, illetve a tudás absztrakt fogalmait, majd ezt követően értelmezze az intézményi vállalkozás és innováció jelenségeit. Az első rész feltérképezi az intézmények és a tudás absztrakt fogalmainak viszonyrendszerét, illetve a tudás szemszögéből értelmezi az intézmény és intézményi változás fogalmát. A második rész az első rész megállapításait és elméleti eszköztárát összekapcsolja az intézményi innováció és vállalkozás legfontosabb elméleteivel, a harmadik rész pedig a nyílt forráskódú szoftverfejlesztés intézményein vizsgálja a dolgozat elméleti megállapításait. Esettanulmányban azonosítjuk a nyílt forráskódú kooperáció üzletiesedésének vállalkozói és intézményfejlődési logikáját az Android-rendszer történetén keresztül.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Kontrolling és elemzés



ZARÁND SZILVIA

z.szizso@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Molnárné Dr. Barna Katalin

Egyetemi docens, PE GTK

Rochlitzné Sajben Ágnes

Mesteroktató, PE GTK

A hazai környezeti számvitel elemeinek megjelenése a beszámolóban, bizonyos iparágakban

Kulcsszavak: környezeti számvitel, éves beszámoló, környezetvédelem, céltartalékok

A környezetvédelmi problémák egyre nagyobb szerephez jutnak mind a társadalmi, mind a vállalati oldalt tekintve. A környezetvédelem és az ahhoz kapcsolódó magatartás a társadalom értékrendjében is egyre nagyobb elvárásként jelenik meg. Ezekre az elvárásoknak – akár csak más jogi területeknek – a számviteli szabályozásnak is reagálni kell.

Kutatómunkám célja a környezeti számvitel magyarországi helyzetének feltérképezése fejlődési tendenciáinak és a napjainkban való jelentőségének, valamint a vállalati kultúra meghatározó szerepének vizsgálata 2013 és 2014 között.

Dolgozatomban elsősorban a hazai számviteli szabályozás környezetvédelmi aspektusait vizsgáltam. Elemzésem operatív szintű, a vállalatok 2013 és 2014-es nyilvános beszámolóinak áttekintésével történt. Azonosítottam és csoportosítottam, hogy a vállalkozások az éves beszámolójukban milyen környezeti illetve környezettel kapcsolatos információkat tesznek közzé és dolgoznak fel.

Ezen adatok feldolgozása után kerestem arra a kérdésre választ, hogy a tevékenységük alapján a környezetvédelemmel kapcsolatba hozható hazai vállalatok éves beszámolójukban milyen terjedelemben tesznek közzé a környezetvédelemmel kapcsolatos információkat illetve, milyen részletességgel térnek ki a környezeti számvitelre.

A vállalkozások nagy részénél nem kielégítő a környezeti információs szolgáltatás mennyisége, így az érintettek nem kapnak megbízható valós összképet a (környezeti) teljesítményről.

ZENGŐ DÓRA

dorazengo@gmail.com

Emberi erőforrások

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezető:

Dr. Ilyés Csaba István

főiskolai docens, BGE PSZK

A humán kontrolling és eszközeinek alkalmazása a Polett Kereskedőház Kft. példáján keresztül

Kulcsszavak: emberi;erőforrás;kontrolling

Kutatásomat, a humán kontrolling témakörben választottam többek között azért, mert számomra érdekes az, hogy hogyan lehet alkalmazni hasznosan a humán kontrolling által biztosított eszközöket kisvállalkozások esetén abban az esetben, ha új tevékenységek bevezetése esetén jelentősen megváltoztak a cég működésének lehetőségei és követelményei. Témaválasztásom mozgatórugója az volt, hogy ez a terület eddig még nem volt összefüggésbe hozva a kisvállalkozásokkal, így különösen izgalmasnak és újszerűnek tartom. Kutatásom alapkérdése az, hogy melyek azok a humán kontrolling mutatószámok, amelyeket lehet alkalmazni egy kereskedelmi kisvállalkozásnál.

Célkitűzésem az volt, hogy kialakítsak egy olyan humán kontrolling mutatószámrendszert, amelyeket kereskedelmi kisvállalkozásoknál lehet alkalmazni, és hogy ezt a Polett Kereskedőház Kft. példájával bizonyítsam. További célom, hogy az elvégzett kutatás rávilágítson a kontrolling tevékenység lényegére és fontosságára.

Kutatásom legfontosabb megállapításai a vállalatra vonatkozóan, hogy az emberi erőforrásokkal való gazdálkodás eredményes, a kialakított humán kontrolling mutatószámrendszerrel alátámasztva. Viszont mind a vezetőknek, mind az alkalmazottaknak egyaránt fontos a visszacsatolás, hogy tudják is, hogy a személyügyi tevékenységük eredményes. Ezért a javaslataim, erre vonatkozóan, egyrészt egy kontroller munkatárs felvétele célszerű lenne, aminek habár költségvonzata is van, de ez hosszútávon mindenképpen kifizetődő. Másrészt, ha kontrollert nem szeretnének felvenni, akkor a kontrolling szemléletmód bevezetését tudnám javasolni. A pénzügyi és számviteli vezető fektessen nagyobb hangsúlyt az ellenőrzésre, és az adatok rendszeres nyilvántartására, annak függvényében, hogy ez a saját munkájából ne vegyen el sok időt.

KAMOCSAI LÁSZLÓ

laszlo.kamocsai@gmail.com

Számvitel

MSc, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Karai Éva

Egyetemi docens, BME GTK

Autóipari beruházás beszámolóban megjelenő hatásainak elemzése a győri Audi gyár esetében

Kulcsszavak: Kelet-Közép-Európa; versenyképesség; autóipar; számvitel; elemzés

A sorozatgyártás megjelenésével és elterjedésével az autóipari ágazat régiók és nemzetgazdaságok meghatározó motorjává nőtte ki magát, melynek kiváló hazai példjaként említhető az 1993-ban Győrben alapított Audi gyár. Az autóipari-konszerneket a foglalkoztatottságához és a bruttó nemzeti össztermékéhez való jelentős hozzájárulásukon kívül kiemelkedő kutatás-fejlesztési és beruházási tevékenység jellemzi. Utóbbi mi sem támasztja alá jobban, mint az utolsó gazdasági válságot követően, 2010-ben bejelentett 900 millió EUR-s győri gyár bővítés, ami egyben a kutatás központi témáját is adta.

A dolgozat tehát a több évet felölelő autóipari beruházások számviteli aspektusból megragadható hatásainak vizsgálatára fókuszál a számviteli-elemzés eszköztárának alkalmazásával. A számviteli-elemzés és az iparág bemutatása mellett még egy fontos téma szerepet kapott a dolgozatban, mégpedig a régió vonzerejét, népszerűségét jelentő tényezők feltérképezése. Ennek célja egy olyan versenyképességi „térkép” megrajzolása volt, amely rámutat hazánk és a többi régiós ország versenyelőnyére és hátrányára, melyből már következtetni lehet, hogy egy autógyár beruházási helyszín kiválasztása mögött milyen gazdasági szempontok húzódnak meg.

A kutató munkám első fele így a régió vonzerejét magyarázó modell felállítására irányult, ami a külföldi tőke-tulajdonosok régió melletti választásának lehetséges indokait is megvilágítja. A vizsgálati modellbe olyan szempontok kerültek, mint a cégalapítás bonyolultsága, az infrastruktúra fejlettsége, a jövedelemszintek, a képzettség társadalmon belüli megoszlása vagy az adórendszer és annak kedvezményei. A tényezőket külön-külön rangsorolva, majd összesítve azt vizsgáltam, hogy hazánk mennyire versenyképes a többi régiós ország között egy Audi-hoz hasonló összegű beruházás elnyerésében.

A kutató munkám második fele már magára a gyár bővítés hatásaira fókuszált, vagyis hogy az milyen változásokat eredményezett a vállalkozás vagyonszerkezetében és eredményében. Az elemzések során az éves beszámolók adataira támaszkodva, deduktív módszert alkalmazva először a vagyoni, pénzügyi, jövedelmi helyzetben bekövetkezett változások főbb iránya került feltérképezésre, melyek alapul szolgáltak az egyes területek mélyebb vizsgálatához illeszkedő mutatószámok megválasztásához. Annak megértéséhez, hogy bizonyos változások mögött egyedi vagy iparági hatások húzódtak meg, az elemzésekbe a 3 hazai versenytárs hasonló adatai is bevonásra kerültek, mint magyarázó adatok.

NEGYEDI DÓRA

negyedi.dora95@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 4. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Kiss Árpád
egyetemi adjunktus, SZE GK*

Az AUDI és a MOL kommunikációs stratégiája az éves beszámolóban

Kulcsszavak: kommunikációs stratégia, éves beszámoló, Audi Kft, MOL Nyrt, reál folyamatok

Dolgozatom célja az éves beszámolók használhatóságának vizsgálata. Ez az a dokumentum a vállalkozásoknál, amelyhez minden piaci szereplő korlátozás nélkül hozzáférhet. Ezért a vállalkozások kommunikációs stratégiájáról és taktikájáról sokat elmond, hogy milyen információkat osztanak meg a stakeholderekkel.

A vizsgálatomhoz két Magyarországon működő nagyvállalat, az Audi Hungária Kft és a MOL NYRT 2008-2014. évi adatait használtam fel. A választás oka annak bemutatása, hogy milyen hatással van a tulajdonosi szerkezet, a piaci pozíció, vagy éppen a finanszírozás módja a vállalkozások éves beszámolójának tartalmára.

Tanulmányomat elsősorban terjedelmi okokból a reálfolyamatokhoz használt (nem pénzügyi) befektetett eszközökre korlátoztam. A vagyonscsoport kiválasztásánál az döntött, hogy a befektetett eszközökről hozott döntések hosszabb ideig hatnak a vállalkozások vagyoni, pénzügyi helyzetére. Mindhárom elemzési felületre értékelhető hatást gyakorolnak. A magyar számviteli törvény ennél az eszközcsoportnál ír elő részletes adatszolgáltatást.

Elemzésemmel annak a hipotézisnek a teljesülését vizsgáltam, hogy a nyitottabb, változóbb tulajdonosi struktúra, az anyavállalati pozíció miatt a vállalkozás éves beszámolója mennyivel több, vagy kevesebb információt tartalmaz, mint egy egyszemélyes Kft. Továbbá azt is feltételeztem a munka megkezdésekor, hogy a tevékenységek, a vállalkozói hálózatban elfoglalt helyzet különbségének is van hatása a beszámolók tartalmára.

Vizsgálataim eredménye így foglalható össze: a kisebb terjedelem ellenére az Audi Hungária Kft éves beszámolója nagyobb figyelmet fordítanak a piaci érdekhordozók információ igényére. A vizsgálat felületeinek nagyobb részében jobb a minősítése. Mindez azért meglepő, mert a MOL NYRT-nek lenne a finanszírozásához jobban szüksége az informatívabb, árnyaltabb, céltudatosabb beszámoló közzétételére.

SÜTŐ DÁVID

david.suto.bhs@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Fenyves Veronika

egyetemi docens, tanszékvezető, DE GTK

Dr. Tarnóczy Tibor

egyetemi docens, tanszékvezető, DE GTK

Az Észak-Alföld régióban élelmiszer kiskereskedelmi tevékenységet folytató vállalkozások pénzügyi helyzetének elemzése

Kulcsszavak: csődelőrejelzés, logit-modell, diszkriminancia-analízis, Észak-Alföld

Az Észak-Alföld régióban élelmiszer kiskereskedelmi tevékenységet folytató vállalkozások pénzügyi helyzetének elemzése

Az utóbbi évtizedekben a csődelőrejelzés a gazdasági élet szereplőit intenzíven foglalkoztatja. Ahhoz, hogy felmérhető legyen a vállalkozás állapota, és az esetleges válsághelyzet, szükség van mérési, előrejelzési eszközökre. A kis- és középvállalkozások a kompetitív piacon árelfogadónak minősíthetők, és ahhoz hogy az általuk nem befolyásolható piaci szelektációs folyamat során, a piacon maradhassanak, elengedhetetlen a belső működés folyamatos elemzése, a csődveszély felmérése, és csődelőrejelzési módszerek alkalmazása a versenyképesség megőrzéséhez.

Az Észak-Alföld régióban elhelyezkedő élelmiszer jellegű vegyes bolti kiskereskedelmi vállalkozásokra még nem készült csődmodell, ahogyan aggregáltan a KKV-k számára sem. A KKV-k szerepe Magyarországon kiemelt jelentőségű, amit a versenyszférán belüli hányaduk, a szféra által termelt bruttó hozzáadott értékben és árbevétel szintben, és foglalkoztatottak számában is megmutatkozik.

A kutatás alapvető célja a logit-módszer tesztelése csődelőrejelzési területen, számviteli beszámolók adataira támaszkodva, az Észak-Alföldi régióban található „Élelmiszer jellegű vegyes bolti kiskereskedelmi” tevékenységet folytató vállalkozásokon.

A vizsgálat során logit-elemzés segítségével a kialakított mintán évekkel előre jelezhetővé vált a csődhelyzet, és a vállalkozások két kategóriába sorolhatóvá váltak. A csődmodellek magyarázó változói pénzügyi mutatószámok voltak, ennek köszönhetően megállapíthatóvá váltak a vállalkozások működésében lévő problémák, és a kialakulóban lévő válság is. A modellek kialakításakor az R Statistics R-3.2.4 verziójú statisztikai programot alkalmaztam, és a végső modellekig lépésenkénti regresszió számítás segítségével jutottam el. A cégek adatait a 2009-2012-es időintervallumon vizsgáltam, ennek megfelelően 4 modell került kialakítása. A validálásra kerülő mintán 2009-es évre vonatkozó modell besorolási pontossága 97,67%, a 2010-2012 intervallumra vonatkozó modellek besorolási pontossága 100%-os.

A logit-módszer alkalmas volt arra, hogy a vizsgált vállalatokat kategorizálja, és meghatározza, hogy a különböző években melyek voltak azok a mutatószámok, amelyek magyarázták a csődhelyzetet.

PELLER BRIGITTA

brigitta.peller@gmail.com

Pénzügy

MSc, 2. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Laáb Ágnes

egyetemi docens, BME GTK

Az önköltségszámítási rendszerek fejlődése - egy demonstrátor válasza az oktatási kihívásokra

Kulcsszavak: önköltségszámítás; oktatási kihívás; esettanulmány

Óriási fejlődés ment végbe az elmúlt száz évben az önköltségszámítás területén. A XX. század elején még viszonylag homogén termékeket gyártottak a vállalatok, könnyen feloszthatták egyszerűbb osztókalkulációval az év során felmerült összes költségüket, amikor egy termelési egység előállítására voltak kíváncsiak. Azonban azóta nagy változások figyelhetők meg a szervezeteknél: egyre több és egyre eltérőbb terméket, egyre több verzióban kezdtek gyártani, melyekhez különböző szolgáltatásokat kapcsolnak, és többlet költséget jelent a megfelelő minőség állandó fenntartása is.

Manapság egy vállalatvezető nem elégedhet meg a termékekhez, szolgáltatásokhoz tartozó közvetlen költségek felosztásával, látnia és ismernie kell azt az egyre hatalmasabb közvetett költségtömeget is, melyek a vállalati működés elhanyagolhatatlan részeivé váltak. További problémákat vet fel a szolgáltatóiparban tevékenykedő vállalatok és az olyan szervezetek költségeinek felosztása, mint például egy önkormányzat. Jogosan merül fel az igény a még pontosabb, és a gyakorlatban még inkább kivitelezhetőbb számítási módszeren túl arra is, hogy ezt az igen jelentős, fixnek tekinthető költséghalmazt ne csak felosszuk, hanem megismerjük, kiszűrjük a felesleges költségeket, és ezeket csökkentjük, tevékenységeinket átszervezzük.

Dolgozatomban azokat az önköltségszámítási módszereket mutatom be, melyek a vállalatok történetében bekövetkezett fenti változásokra adtak/adnak választ. Mivel tanulmányom fontos célja, hogy az oktatás területén is felhasználható legyen, minden módszert egy-egy esettanulmánnyal teszek még érthetőbbé, továbbá a könnyebb megértés érdekében az egész fejlődési ívnek egy mindenki számára elképzelhető történet elmesélése ad keretet.

SZABÓ BENCE

szabo.bence@heller.uni-corvinus.hu

Pénzügy-számvitel

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
László Norbert
tanársegéd, BCE GTK*

Pénzügyi beszámolók iparág-specifikus relevanciavizsgálata

Kulcsszavak: pénzügy; számvitel; iparág; beszámoló; értékelés

Újságok, rádió, televízió, plakátok, reklámok, a világháló közösségi oldalai, híroldalai, és még sorolhatnánk...ma már számos lehetőségünk van informálódni a minket körülvevő világról. Amikor az ember arról dönt, hogy mibe fektesse a pénzét, akkor is igyekszik a legalaposabban, legkörültekintőbb módon eljárni. A bőség zavarában azonban könnyen elveszünk az információk között.

Dolgozatomban arra fektetem a hangsúlyt, hogy mikor érdemes elsődleges információforrásnak a pénzügyi kimutatásokat választani. Ezt iparági szinten fogom megvizsgálni; azt az iparágat keresem, ahol a beszámolóknak a legnagyobb a relevanciája más iparágakhoz képest. A válasszal rengeteg időt spórolhatunk meg, hiszen ahol hasznosabb forrás a pénzügyi kimutatás, ott kevesebb alternatív információ után kell kutatnunk.

Amikor pedig sikerült választ kapnom a fent említett kérdésre, megvizsgálom az iparág számviteli szabályozásának környezetét; továbbá bemutatom a kapcsolódó speciális számviteli szabályokat.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Környezetgazdaságtan



KISS JOHANNA

kiss.johanna.93@gmail.com

nemzetközi gazdálkodás

BA, 7. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

Témavezető:

Erdeiné Dr. habil Késmárki-Gally Szilvia PhD

főiskolai tanár, METU HFTGK

A 21-es csapdája vagy inkább lehetőségei?

Kulcsszavak: 21. század kereskedelme; innováció; fenntarthatóság; társadalmi vállalkozás; információs forradalom

Egy írás a 21. század kereskedelméről és annak lehetőségeiről és kihívásairól. Annak bemutatása, hogy miképpen hatott ki az informatikai forradalom a társadalomra, abban milyen átalakulások mentek végbe ennek következményeként és milyen változásokat hozott a vállalkozások számára. Az informatikai forradalom nagyban megváltoztatta korunk világát és ezek a változások elkerülhetetlenül hatalmas hatást gyakoroltak a kereskedelemre és indikálták, annak a megváltozott körülményekhez való alkalmazkodását és igazodását.

Dolgozatomban megvizsgálom, hogy a társadalmi és technológiai változásokra reagálva, milyen újfajta innovatív kezdeményezések láttak napvilágot. Hogyan reagáltak a vállalkozások a végbemenő változásokra és milyen újszerű ötleteket születtek a fenntartható fejlődés nevében, hiszen napjainkban ez is egyre nagyobb jelentőséggel bír és egyre nagyobb hangsúly helyeződik rá. Ezen információk ismeretében bemutatásra kerülnek a társadalmi vállalkozások, melyek a társadalmi szükségletekre és technológiai változásokra érzékeny és gyorsan reagáló, és a problémákra innovatív megoldásokat kereső hibrid vállalkozás típusok, melyeknek egyik elsődleges célja a fenntartható fejlődés. Továbbá bemutatom a ReCreativity társadalmi vállalkozást és az általuk létrehozott márkát (Cimbi®). Élő példaként szeretném bemutatni ennek a társadalmi vállalkozásnak és márkának a marketingkutatását, hogy ezáltal mélyebb betekintést nyerhessünk egy ilyen típusú vállalkozás működésébe. Példájukon keresztül ismertetem a társadalmi vállalkozásokban rejlő lehetőségeket és a fennmaradásukat nehezítő tényezőket és a kihívásokat, amikkel szembe kell nézniük. Végül a dolgozat zárásaként saját kutatásom eredményeit ismertetem és összegzem.

TÓTH MÓNIKA

moniika.toth@gmail.com

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök

BSc, 5. félév

Szegedi Tudományegyetem

Mérnöki Kar

*Témavezető:
Nagy Sándor
adjunktus, SZTE MK*

A csengelei óvodafejlesztés vizsgálata a kiterjesztett fenntarthatósági szempontok alapján

Kulcsszavak: nevelés; kiterjesztett fenntarthatósági szempontok; együttműködés; lokalitás; szemléletmód

A csengelei óvodafejlesztés vizsgálata a kiterjesztett fenntarthatósági szempontok alapján címet viselő dolgozatom célja az, hogy felhívjam a figyelmet a kiterjesztett fenntarthatósági szempontok fontosságára és az azok megvalósulása érdekében szükséges nevelésre. A vizsgálatom arra irányult, hogy a csengelei óvodában megvalósult fejlesztéseknek köszönhetően napjainkban az óvodában hogyan és milyen mértékben valósulnak meg a kiterjesztett fenntarthatósági szempontok. Továbbá, hogy a gyermekek minden napjaiban ez hogyan mutatkozik meg, miben tér el az átlagostól.

Dolgozatomban ismertettem a fenntarthatóság kérdéskörét, a kiterjesztett fenntarthatósági szempontokat, az óvodák szerepét, feladatait és funkcióit, a tehetséggondozás és az idegennyelvi oktatás kérdéskörét és az óvodaválasztás kérdéskörét is.

Csengele polgármesterével és a vezető óvónővel készített interjúk alapján tudtam a vizsgálatot és a SWOT-elemzést elvégezni, hiszen általuk ismertem meg az óvoda, valamint az oda járó gyermekek minden napjait és a megvalósult fejlesztéseket. A 17 kiterjesztett fenntarthatósági szempontot lokális "nyelvre" fordítva kaphattam meg az eredményt, mi szerint az óvodában a 17 fenntarthatósági célból 13 teljes mértékben megvalósul. A dolgozatomban ismertettem, hogy ezen célok hogyan valósulnak meg, továbbá, hogy a megvalósulásukhoz milyen tettek voltak szükségesek.

Végül pedig saját ötleteimet ismertettem, amellyel tovább lehetne bővíteni a kiterjesztett fenntarthatósági szempontok megvalósulásának számát, és azok sikeresebb megvalósulását, ilyen ötletek például: adománygyűjtés, újrahasznosító nap, egyenlőség nap stb. A javaslatok összeállításakor igyekeztem olyan ötletekkel elő állni, amelyek a költségvetést nem növelnék, hiszen egy ilyen kis településen nem könnyű az önkormányzatnak óvodát, pontosabban megfelelő színvonalat nyújtó óvodát működtetni.

JÓZÓ MURIEL

jozm94@gmail.com

Regionális és környezeti gazdaságtan

MSc, 1. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezetők:

Horváth György Ádám
egyetemi tanársegéd, BME GTK

Dr. Meyer Dietmar
egyetemi tanár, BME GTK

A MOL Bubi fejlesztési lehetőségeinek áttekintése funkcióanalízis segítségével

Kulcsszavak: fenntarthatóság; közösségi kerékpár-rendszer; funkcióanalízis; értékelemzés

A közösségi kerékpár-rendszerek Európa nyugati felén már évek óta népszerűek, azonban Budapesten mindössze két éve jelent meg a közösségi közlekedés e fajtája. Bár a rendszert a felhasználók visszajelzései alapján fokozatosan fejlesztették, még mindig bőven van lehetőség és szükség a további fejlesztésekre. Mivel egy már kiépített rendszerről van szó, nehéz elvonatkoztatni az eddigi megoldásokról, így a fejlesztési lehetőségek vizsgálata során egy olyan módszertan alkalmazására van szükség, mely feloldja ezt a problémát. Ilyen módszertan az értékelemzés, melynek lényege a funkcióanalízisben rejlik. Az értékelemzés során a terméket a funkcióanalízis (FAST) segítségével egyedi, absztrakt funkciókra bontjuk fel, melyekhez költségeket rendelünk. A funkciók elemzésével és a költségek ismeretében lehetőség van arra, hogy a vizsgált termék hatékonysága növekedjen, mivel felszínre kerülhetnek olyan költségek, melyek a termékkel szemben támasztott igények szempontjából közömbösek, és így megszüntethetőek. Lehetőség nyílik továbbá a terméket célirányosan fejleszteni. Az ilyen fejlesztést elősegíti, hogy a módszertan során a stakeholder-igényekből indulunk ki, melyeket kérdőívek és személyes interjúk segítségével mértem fel a MOL Bubit használók, az üzemeltetők (BKK, MOL) és a többi közlekedési szereplő esetén. Ezeket a különböző funkciókhoz társítjuk, majd a funkciók teljesülését értékeljük így segítve elő, hogy a valóban kritikus területekre fókuszálhassunk. A vizsgálatok alapján egyértelműen meg tudtuk határozni, hogy mely területeken szükséges mielőbbi beavatkozás a rendszer hatékonyságának növelése érdekében.

GONDA-NAGY MELITTA

gnmelitta@gmail.com

Műszaki menedzser

BSc, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Pálvölgyi Tamás

egyetemi docens, BME GTK

A SECAP tanulságai - merre vezet a városi energiagazdálkodás klímabarát útja?

Kulcsszavak: energiagazdálkodás; fenntarthatóság

Az Európai Bizottság 2015. október 15-én hozta létre az egységes, új célkitűzésekkel megerősített Polgármesterek Klíma- és Energiaügyi Szövetségét (angol nevén Covenant of Mayors - CoM), melynek keretein belül olyan nemzetközi összefogás valósul meg, melynek fő célja a városi üvegházhatású gázok kibocsátásának megelőzése és a klímaváltozáshoz való alkalmazkodás. Az összefogásban résztvevő települések vállalják, hogy a belépést követő 2 éven belül Fenntartható Energia- és Klíma Akciótervet (SECAP) készítenek, amely 2015-től már az alkalmazkodással kapcsolatos törekvéseket is tartalmazza.

TDK dolgozatom középpontjában annak a kérdésnek a vizsgálata áll, hogy 7 külföldi és 2 hazai városra elkészült fenntartható energiagazdálkodási tervek eltéréseit és sajátosságait mi okozza, illetve hogyan jelennek meg a tervekben a Covenant of Mayors tartalmi elvárásai. Ehhez egy olyan 5 fő szempontból és összességében 50 értékelő kérdésből álló elemzési módszertant alakítottam ki, amelynek segítségével objektíven és számszerűen össze lehet hasonlítani több város SECAP-ját.

Vizsgálataim során elsősorban azokat a fő kritériumokat veszem figyelembe, amelyek a Szövetség szerint fontosak a sikeres Akcióterv elkészítéséhez, továbbá azt, hogy az adott település által meghatározott jövőkép megfelel-e a SMART célkitűzésnek. Céлом egy olyan összehasonlítás elvégzése, amely eredményeképp láthatóvá válnak a különböző SECAP-ok erősségei és gyengeségei, illetve a fejlesztési lehetőségek. Arra a kutatási kérdésre keresek választ: vajon létezik-e egy olyan módszer, aminek a segítségével az európai – illetve néhány Európán kívüli – városok egy, a gyakorlatban is egységesen alkalmazható Akciótervet dolgozhatnak ki, és vannak-e olyan városok, amelyek ennek már eleget tettek?

TITOV ALEXANDER

alexander.titov62@gmail.com

Regionális és környezeti gazdaságtan

MA, 1. félév

Kaposvári Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Kerekes Sándor

egyetemi tanár, KE GTK

Horváthné Dr. Kovács Bernadett

egyetemi docens, KE GTK

Assessment of Sustainable Growth in Selected Countries Based on Decoupling Indicator (A fenntartható növekedés vizsgálata néhány kiválasztott országban Szétválás-mutató segítségével)

Kulcsszavak: fenntartható fejlődés, szétválásmutató, CO 2 , GDP

A vizsgálat három általános mutatószámra, az egy főre eső CO 2 kibocsátásra, az egy főre eső reál GDP dollárban kifejezett értékére és a megújuló-energia ellátottságra épült. Az elemzésbe bevont országok három csoportot képviselnek: a BRICS országok (Brazília, Oroszország, India, Kína, Dél-Afrika), az EU tagállamai közül választott három ország (Németország, Magyarország, Lettország), valamint három további állam (Ausztrália, Svájc és USA) csoportjai. Az első lépésben a CO 2 kibocsátás és a GDP trendjeit vizsgáltam, majd a fenntartható fejlődést a szétválás-mutató alapján. Eredményeink azt mutatják, hogy még országcsoportokon belül is nagyon változékony a mutató értéke a vizsgált időintervallumban.

CSÓKA IMOLA

csokaimola@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás
MA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

VILLI ADRIENN

adriennvilli@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás
MA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

TÓTH MANNA ODETTE

mannatoth@hotmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás
MA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Endrődi-Kovács Viktória

adjunktus, BCE TK

A szabadkereskedelem hatása a környezetre

Kulcsszavak: NAFTA; szabadkereskedelem; környezeti hatások; károsanyag kibocsátás; vámcsökkentés

Elemzésünk célja a szabadkereskedelem környezetre gyakorolt hatásainak feltárása (különös tekintettel a szén-dioxid és más üvegházhatású gázok kibocsátásra) az általunk létrehozott modellkeret segítségével, egy konkrét szabadkereskedelmi megállapodás, a NAFTA vizsgálatával.

Dolgozatunkban elsőként ismertetjük a témánk elméleti háttérét, a szabadkereskedelem lehetséges hatásait a környezetre, illetve a jövedelem és a károsanyag kibocsátás összefüggéseit. Ezt követően bemutatjuk a saját modellünket, illetve a kapott eredményeket. A szabadkereskedelem és környezet-szennyezés kapcsolatának három különböző dimenzióját elemeztük: növekvő kibocsátás, növekvő jövedelmek és egyéb hatások.

A NAFTA esettanulmány első szakaszában lineáris regresszió segítségével elemeztük a növekvő kibocsátás (termelés) hatását az üvegházhatású gázok (ÜHG) kibocsátásra a NAFTA legnagyobb ÜHG kibocsátója, az USA esetében (2010-ben a NAFTA ÜHG kibocsátásának 83%-át adta). A vizsgálat során empirikusan kimutattuk, hogy a vámcsökkentés a növekvő kibocsátás és növekvő kereskedelem miatt nagy terhet ró a környezetre.

A második részben az egy főre jutó jövedelem és a szén-dioxid kibocsátás kapcsolatát vizsgáltuk leíró elemzéssel és korrelációs számítással. A szén-dioxid és a jövedelmek vonatkozásában a környezeti Kuznets-görbék három különböző esete rajzolódott ki a NAFTA tagállamokban az 1966-2013-as időszakban: Mexikó esetében a jövedelem és szennyezés között pozitív korreláció figyelhető meg, tehát a szabadkereskedelem okozta jövedelemnövekedéssel egyetemben nő az egy főre jutó szén-dioxid kibocsátás; Kanadát a fordított U jellegű kapcsolat jellemzi; az USA pedig már elérte azt a fejlettségi szintet, ahol az egy főre jutó jövedelem (GDP/fő) és az egy főre jutó szén-dioxid kibocsátás között negatív a korreláció.

Ami az egyéb környezeti hatásokat illeti, általánosságban elmondható, hogy mindhárom résztvevő ország környezetszennyezése összességében növekedett a NAFTA hatályba lépése után. Mexikó számára járt a legtöbb és leglátványosabb környezeti hatással a szabadkereskedelmi egyezmény bevezetése, főként a mezőgazdaság drasztikus átalakulásának, és Maquiladora ipari zónába települt termelési tevékenység következtében.

SZENTELEKI ESZTER

szenteleki.eszter@gmail.com

Műszaki menedzser

BSc, 4. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Banász Zsuzsanna
egyetemi adjunktus, PE GTK*

A szélenergia nemzetközi idősor-trendjei, a hazai üzemeltetők eredményessége

Kulcsszavak: szélenergia, megtérülés, gazdaságosság

A dolgozat a megújuló energiaforrások közül a szélenergiából nyert villamos-energiával foglalkozik, szekunder statisztikák alapján.

A kutatás nemzetközi szinten 40 ország 1997-2014 közti (18 évre vonatkozó) szélerőmű-kapacitásának idősorát vizsgálja. Ezek analitikus trendjeire fókuszálva a tanulmány megállapítja az országban telepített szélturbinák teljesítményéről egyrészt azok exponenciális függvénnyel való jó jellemezhetőségét, másrészt azt, hogy erős kapcsolatban áll a GDP-vel.

A kutatás hazai része a Magyarországon található szélerőművek üzemeltetőinek (engedélyeseinek) és legnagyobb beruházóinak beszámolóit összegyűjtve, azok nyereségességének könnyű kimutathatóságát feltételezte. Azonban ezt az üzemeltetőkről nem lehet egységesen kijelenteni, a legnagyobb beruházókról viszont igen.

ZARÁND SZILVIA

z.szizso@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 8. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Molnárné Dr. Barna Katalin

egyetemi docens, PE GTK

Rochlitzné Sajben Ágnes

mester oktató, PE GTK

A szén-dioxid kibocsátás, a környezetvédelmi beruházások és a környezeti adók volumenének összefüggés vizsgálata Magyarországon, 2003 és 2014 között

Kulcsszavak: klímaváltozás, szén-dioxid kibocsátás, környezetvédelmi beruházások, környezeti adók, összefüggés vizsgálat

A környezetvédelmi és energiapolitikai problémák napjainkban egyre nagyobb kihívást jelentenek mind a vállalatok mind a társadalom számára. A klímaváltozás, a légszennyező anyagok és az üvegházhatású gázok kibocsátásnak kezelése, valamint mérséklése hatalmas feladatot ró a világ országa-ira. A társadalom értékrendjében egyre nagyobb elvárásként jelenik meg a környezetvédelem, valamint az ahhoz kapcsolódó magatartás, hiszen a fejlett és a fejlődő országokat egyaránt érinti többek között a légszennyezés problémája is.

Kutatómunkám a légszennyező anyagok és az üvegházhatású gázok kibocsátásának vizsgálatára irányult, hazai viszonylatban. Ezen belül is kiemelten a szén-dioxid kibocsátást vizsgáltam részletesebben, annak okán, hogy a klímaváltozás egyik fő okozójának a légkörbe jutott szén-dioxid növekvő mennyiségét tekintik a hazai és nemzetközi szakértők.

A témakör elemzésekor a környezetvédelmi beruházások és a környezetvédelmi adók mértékének, volumenének változását, valamint ezek esetleges összefüggését vizsgáltam a szén-dioxid kibocsátás tekintetében.

A vizsgálatok során a KSH által nyilvánosan rendelkezésre álló, a 2003 és 2014 év közötti időintervallumra vonatkozó idősorokból dolgoztam. Az elemzésekhez egyszerű statisztikai eszközök mellett az idősor-elemzés, a regresszió-analízis és az egytényezős variancia-analízis módszerét alkalmaztam.

A légszennyező anyagok közül egyértelműen a szén-dioxid kibocsátás a legmeghatározóbb. Arányváltozás számszerűsítésével azonban az is kimutatható, hogy bár a légszennyező anyagok kibocsátott mennyisége nőtt a vizsgált időszakban, azon belül a szén-dioxid kibocsátás súlya, mintegy 10%-kal csökkent.

A nemzetgazdasági ágak között nemcsak a szén-dioxid kibocsátás, hanem a környezetvédelmi beruházások nagysága esetén is kimutatható a statisztikailag igazolható különbség. Azonban a tendenciát vizsgálva az is megállapítható, hogy néhány nemzetgazdasági ág kivételével csökken a környezetvédelmi ráfordítások mértéke a vizsgált évek viszonylatában.

A kibocsátott szén-dioxid mennyiség és a környezetvédelmi beruházások között 2013-ban nem mutatható szignifikáns kapcsolat a nemzetgazdasági ágazatok esetén, annak ellenére, hogy ezek a beruházások a környezet terheltségét hivatottak csökkenteni. A tévhit ellenében azonban a környezeti adók befizetésével a környezetvédelmi beruházások nem „cserélhetők” le, hiszen az adók a környezetszennyezés csökkentésében, míg a beruházások annak megelőzésében játszanak fontos szerepet.

GALAMBOS DÓRA

galambos.dora8@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment alapszak

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Zsóka Ágnes

Egyetemi docens, BCE GTK

A társadalmi felelősségvállalás hullámai - CSR a gyakorlatban a Dunapack Kft. példáján keresztül

Kulcsszavak: Társadalmi felelősségvállalás; CSR; B2B vállalat

Dolgozatom fő célja az volt, hogy egy B2B vállalat CSR gyakorlatán keresztül mutassam be, hogyan viszonyul egy ilyen profilú vállalat a társadalmi felelősségvállalás kérdésköréhez, milyen eszközöket használnak, valamint, hogy miben tér el a B2C kereskedelmet folytató vállalatok CSR gyakorlatától.

Szakdolgozatom témájának azért választottam a vállalatok társadalmi felelősségvállalását, mert fontosnak tartom hangsúlyozni a létjogosultságát és a szükségességét ennek a vállalati filozófiának. Lényeges az is, hogy a vállalatok ne csak a profitszerzés újabb eszközét lássák a CSR-ban, hanem elkötelezettek legyenek eszközeinek alkalmazása során.

Munkám első felében arra keresem a választ, mit is takar igazán a CSR három betűje, mit jelent a vállalatok számára, a kormányoknak, és mit nekünk, fogyasztóknak. A bevezetést követően összefoglalom a CSR fogalom alakulásának történetét, valamint a köztudatba kerülésének szakaszait.

Gyakorlati példának a Dunapack Kft-t választottam, mert szakmai gyakorlatomat itt töltöttem, így betekintést nyerhettem a vállalat működésébe és hétköznapijaiba. Ezen felül, mivel a B2B cégek CSR gyakorlatát szerettem volna megvizsgálni behatóbban, emiatt is tökéletes választásnak bizonyult a Dunapack, ugyanis a vállalat profilja a hullámpapírlemezből készült csomagolóeszközök értékesítése vállalati vevők részére, tehát a B2B piacon vesznek részt működésük során. Empirikus kutatásom elvégzése céljából a csepeli gyárban dolgozókat invitáltam egy-egy mélyinterjú elkészítésére.

Dolgozatomban ugyan mindössze egy B2B vállalat társadalmi felelősségvállalási gyakorlatát vizsgáltam meg, aminek következtében általános érvényű következtetések nem vonhatók le, de az elemzésből kitűnik, hogy a vállalat nagy hangsúlyt fordít saját munkavállalóira, valamint változatos eszközöket alkalmaz a CSR eszköztárából.

ROTTÉK MÁTÉ

rottekmate@gmail.com
nemzetközi gazdálkodás
BA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

VASS ANTAL

vass95antal@gmail.com
nemzetközi gazdálkodás
BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Harangozó Gábor
egyetemi docens, BCE GTK*

Menni vagy e-menni? Ez itt a kérdés - avagy az elektromos autó magyarországi elterjedésének nehézségei, lehetőségei, stratégiái

Kulcsszavak: elektromos autó; elterjedés; Jedlik Ányos program; környezetbarát alternatíva;

Dolgozatunk központi témája az elektromos autó, mely az utazás és szállítás területén környezetbarát alternatív megoldást jelenthet a jövőben. Kezdetben általánosan figyelembe vesszük a környezeti hatásokat és a gazdasági tényezőket, majd különös figyelmet fordítunk a magyarországi viszonylatra, aktualitásokra. Ezután górcső alá vesszük a magyarországi folyamatban lévő bevezetést, elterjedést, infrastruktúra kialakítást és az akadályokat, amelyekbe ezek ütközhetnek. A hazai makro környezeti és iparági elemzés alkotja kutatásunk gerincét, melyet szakértői interjúval támasztunk alá és a világviszonyokra való kitekintéssel egészítünk ki. Ezen kívül kérdőív segítségével vizsgáljuk a hazai fogyasztói attitűdöt. Végző soron kitérünk a jövőbeli kilátásokra, tervekre, trendekre.

HORTAY OLIVÉR

oliver.hortay@gmail.com

Műszaki menedzser

MSc, 2. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Pálvölgyi Tamás

egyetemi docens, BME GTK

Torzuló energiapiac, vagy zöldülő Európa: a KÁT rendszer átalakulása

Kulcsszavak: KÁT; METÁR; Megújuló energia; Fenntartható energiagazdálkodás

Az Európai Unió tagállamai rendkívül sok erőforrást áldoztak az elmúlt években a megújuló erőforrások arányának bővítésére. Az egyes tagok egységes keretrendszerben, de eltérő módon igyekeznek elérni a vállalásaikat. Abban, hogy az elmúlt tizenöt évben minden tag növelni tudta megújuló arányát – az uniós ösztönzők mellett – szerepet játszott az a felismerés, hogy a gazdasági tényezők figyelembe vételén túl igen fontos a fenntarthatósági kritériumok felállítása, követése.

A megújuló erőforrások felhasználási volumenének növekedési ütemében az Európai Unión belül is nagy különbségek voltak. Ennek számos oka van: az egyes országok természeti adottságai, a meglévő energetikai infrastruktúra jellemzői, a társadalom környezeti érzékenysége mind-mind eltérők. A legmeredekebb növekedést azokban az országokban érték el, amelyek vezetői „zászlójukra tűzték” a megújuló energiaforrásokat és politikájukban támogatták ezen technológiák terjedését. A stabil, kiszámítható állami és uniós támogatások, a könnyített engedélyeztetési eljárások, a megújulókat segítő kormányzati intézkedések, továbbá a kormányzati kommunikáció jelentősen növelte az egyes országokban, megújuló beruházásokat finanszírozó befektetők aktivitását.

Az Európai Bizottság által 2014. április 9-én elfogadott: Környezetvédelmi és energiahatékonysági állami támogatásokról szóló iránymutatás 2014 és 2020 között az addig hatályos, jellemzően klímavédelmi célokat követő iránymutatástól különbözően, átfogó jelleggel közelít az energiaszektorhoz. A Bizottság fokozatosan le kívánja építeni azt a védelmet, ami jelenleg a megújuló energia-termelést védi a piaci hatásoktól. A piaci verseny torzításának csökkentésére az egyik leglényegesebb lépés, hogy a sok tagállamban működő kötelező átvételi ártámogatási rendszereket 2015 és 2017 között fokozatosan meg kell szüntetni, helyettük premium rendszert kell bevezetni.

Dolgozatomban röviden áttekintem a megújuló energiaforrások támogatásának típusait, összegzem a magyarországi kötelező átvételi rendszerről összegyűjtött tapasztalatokat, majd bemutatok más, európai országok által működtetett rendszereket. Vizsgálataim során először a 2015 és 2017 közötti átmeneti időszakról, majd az azt követő 2020-ig tartó időszakról igyekszem feltérképezni, hogy milyen változásokkal kell megküzdeniük az egyes szereplőknek. Végül, az összegyűjtött információk alapján – személyes konklúziót vonok le a magyar támogatási rendszer lehetséges fejlesztési irányairól.

SARKADI ÁKOS

sarkadi.akos93@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 4. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-

galmi Kar

Témavezető:

Dr. Németh Patrícia

docens, BGE KVIK

"Zöldövezet" Magyarországon

Kulcsszavak: zöldövezet, Magyarország, IAT, környezetbarát, zöld adó

A szerző írásában bemutatja a környezetbarát termékek hazai fogyasztási trendjeit, a zöldkommunikáció vállalati kommunikációba való beépíthetőségét, gyakorlati előnyeit, lehetőségeit. Ezzel egyidejűleg feltérképezi a makro környezeti tényezőket, különösképpen a kormányzati zöld adópolitikát, mint külső erőhatásokat, illetve az egyén környezeti identitását, attitűdjét, mint belső motivációs erőt. Vizsgálja a vállalati környezeti identitás és fogyasztás valódi mozgatórugóját, a végső fogyasztó környezetbarát fogyasztásának lehetséges befolyásoló tényezőit, illetve az alapvető vásárlásösztönző kommunikációs elemek hatékonyságát, tehát egyaránt felméri a fogyasztói szokásokat, megállapítja a döntési aspektusokat és feltérképezi fogyasztási attitűdjüket, motivációjukat is.

A vizsgálat két részből áll: egyrészt egy 13 kérdésből álló, 3 vásárlási szituációs tesztet tartalmazó online lekérdezésből, illetve az előbbi explicit módszer kiegészül Anthony G. Greenwald-féle IAT vizsgálatával. Ennek eredményeit a szerző a direkt lekérdezési módszer alapján kapott eredmények hitelességi faktoraként kezeli. Foglalkozik az ökológiai orientáció mögött meghúzódó motivációval, hitvallásokkal és értékekkel, mely értékek nem csak anyagi javakban kifejezhetőek. A vizsgálatok alapvetően alátámasztják azt a tényt, miszerint a környezetbarát termékek elterjedése érdekében a fogyasztói magatartásban paradigmaváltásra van szükség.

Bár a fogyasztók tudatosnak ítélik fogyasztásukat, valójában szokásaik alapján döntenek, és ezeket csak bizonyos erős motiváló erő/k hatására hajlandóak feladni. Alapvetően megállapítható, hogy tisztában vannak azzal a ténnyel, miszerint fogyasztásuk, illetve fogyasztási szokásaik ökológiai hatása javítható, illetve javítandó. A fogyasztási döntési folyamatuk változásának feltételeként, elősegítőjeként a kisgyermekkor környezettudatos életmódra való nevelést tartják, ám ezzel egyidejűleg alapvetően elutasítják a kormányzati büntetésekkel kikényszerített környezettudatos fogyasztási magatartást, tehát döntéseik szankcionálását.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Logisztika, ellátási lánc menedzsment



BARNA VERONIKA KATALIN

barnakatal1@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Uzonyi-Kecskés Judit

egyetemi tanársegéd, BME GTK

A kiugróan magas rendelési mennyiségek kezelése

Kulcsszavak: készletgazdálkodás; rendelés; kiszolgálási színvonal; készletértékesítési költség; kereslet eloszlása

A készletgazdálkodási probléma egy B2B piacon szereplő vállalat keretei között merül fel, mely 2012-ben vezette be a Just in Time rendszert, azóta periodikus készletvizsgálatú hátralék modellben alkalmazzák a báziskészlet politikát. Az előre nem jelzett, kiugróan magas rendelési mennyiségek azóta is zavart okoznak a rendszer működésében. A problémamegoldást a vállalat több oldalról is megközelíti. Az egyes termékek készletszintjét folyamatosan monitorozza, a rendszertelenül megjelenő kiugró rendeléseket ideiglenes konténerekkel elégíti ki. Ha jelentős vevőtől gyakran érkeznek kiugró rendelések, a készlettervezést a vevővel projekt keretében együttműködve formálja újra. A kialakított módszertan magas keresletű, készletezett termékek esetében jól működik, alacsony keresletű, készletezett és nem készletezett termékeknél olykor a kiszolgálás többhetes késését eredményezi. A szakirodalomban felvetett aktuális problémák alapján az EOQ alkalmazásának vizsgálata indokoltnak tűnik, de a probléma gyökerét nem szünteti meg. Ugyanakkor a kereslet eloszlásának ismerete kritikus jelentőségűnek bizonyul. A megoldási javaslatok megfogalmazásához szükséges a vállalat készletezési mechanizmusainak precíz jellemzése, a problémamegoldáshoz illeszkedő készletezési modell általános leírása, és a problémás termékek keresletének eloszlásvizsgálata.

KACZ ÁDÁM

adamkacz93@gmail.com

Kereskedelem és Marketing

BA, 11. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

PALACZKI LEVENTE

plevente09@gmail.com

Kereskedelem és Marketing

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

Témavezető:

Dr. Németh Patrícia

főiskolai docens, BGE KVIK

A migráció hatása Magyarország külkereskedelmére és logisztikájára

Kulcsszavak: logisztika; külkereskedelem; migráció; fuvarozás; határzár

A Budapesti Gazdasági Főiskolán eltöltött évek után úgy gondoltuk, valami maradandót szeretnénk alkotni, ami a főiskolához köt majd bennünket, miközben az általunk érintett szakmák egy aktuális problémáját elemezzük, kutatjuk. Az elmúlt egy év történései alapján kijelenthető, hogy jelentős hatással volt a szakmára az Európa irányába történő népvándorlás és az ezzel párhuzamosan kialakult kaotikus viszonyok. A főleg az arab térségből indult és nyugat felé irányuló népvándorlási hullám megbénította fél Európát, így az egyik legfontosabb európai tranzit országot, Magyarországot is. Év végének közeledtével eljött az ideje, hogy elkezdjük vizsgálni a hatásait. Hogy milyen hatással lesz a jövőre nézve, vagy, hogy globális szinten mikor oldódik meg a probléma, csak spekuláció és találgatás révén válaszolhatók meg, de egy alaposabb kutatással alátámasztható lehet a hipotézisünk.

A határokon történő korlátozások, dugók, hatósági intézkedések, közvetetten vagy közvetlenül is hatással voltak mind az ország logisztikájára, mind annak külkereskedelmére is.

Logisztika területén érdemes vizsgálni, mennyivel változott az általános fuvaridő, nőttek-e a logisztikai költségek, kellett-e kerülő utakat igénybe venni? Ilyen és ezekhez kapcsolódó kérdésekre kapható lehetséges válaszok és vélemények kielemezésével vizionálható a jövőbeli helyzet.

A külkereskedelmet elsősorban közvetetten érinti, mivel az időtényező növekedésével emelkednek a költségek, a forgalmazók rendelésektől eshetnek el, ami az Exportban is kiesést jelent. Makró szinten komolyan érinti a magyar gazdaságot, mivel csökkentek az adóbevételek miközben a szükségállapotok megkövetelték a költségek ominózus emelkedését, igaz ehhez az Unió is hozzájárult.

Mindkét területet érinti tehát a probléma, amit csak egy összehangolt közös cselekmény sorozaton keresztül lehet megoldani, amihez nem csak az érintett országok összefogása szükséges, hanem egy globális szintű egyesülés.

Kutatásunk elsősorban a hazai problémára irányul, annak jövőbeli hatásait vizsgálja, összevetve az elmúlt időszakok hasonló eseményeivel. Válaszokat keresünk a legfontosabb kérdésekre, ehhez a szakmán belüli kisvállalkozók és multinacionális cégek véleményét és tapasztalatait is felhasználjuk. A megfelelő mennyiségű és összetételű információk birtokában reméljük kiderül majd, hogy prognózisunk mennyiben bizonyul helytállónak, illetve milyen új eredményeket kapunk a jövőre nézve.

NAGY ORSOLYA BERNADETT

nagyorsi93@gmail.com

Logisztikai menedzsment

MA, 3. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Nagy Lajos

Egyetemi adjunktus, DE GTK

A Rail Cargo Hungaria Zrt. áru fuvarozási folyamatainak változása a vasúti liberalizációt követően

Kulcsszavak: vasút; áru fuvarozás; forgalom

A Rail Cargo Hungaria Zrt. áru fuvarozási folyamatainak változása a vasúti liberalizációt követően

2004-től a vasúti áru fuvarozásban alapvető változások következtek be. A vasúti liberalizáció keretén belül új magánszervezetek jelentek meg. 2008-ban a privatizáció keretében az áru fuvarozási üzletág osztrák kézbe került és 2010 óta Rail Cargo Hungaria Zrt. néven végzi tevékenységét.

Kutatásaimat a Rail Cargo Hungaria Zrt.-nél (továbbiakban RCH), Magyarország piacvezető vasúttársaságánál végeztem. A RCH évente több mint százezer vonatot indít és közel 33 millió tonna árut fuvaroz.

Dolgozatom célja megvizsgálni, hogy a bekövetkezett változások milyen hatással voltak a RCH, illetve jogelődjének az áru forgalmára. A kutatásaim során szekunder adatokat használtam fel, melyeket egyrészt a szakirodalmi könyvek, folyóiratok, és egyéb internetes források adtak, amelyek nélkül nem tudtam volna elsajátítani a szükséges elméleti alapokat. Másrészt a RCH-től kapott forgalmi adatok, belső kiadványok, és egyéb internetes oldalak segítettek munkámat. 2006 és 2015 közötti részletes adatbázist dolgoztam fel. Elemeztem a cég gazdasági helyzetének változását és az áru forgalom összetételének, volumenének alakulását, valamint a cég piaci részarányának változását és a változás okait.

Munkám eredményeként megállapítottam, hogy az RCH áru forgalmának termékösszetétele a legfontosabb termékek esetén jelentősen nem változott. Továbbá, hogy a cég áru forgalma és piaci részaránya is csökkent. A csökkenés egyik oka az import és a tranzitszállítások visszaesésével magyarázható. A 2008-as gazdasági válság rányomta bélyegét a privatizáció utáni közvetlen időszakra, ami az áru forgalom csökkenésén kívül a gazdasági mutatókban is megnyilvánult, bár 2012-től már több területen is megfigyelhető javulás.

NEBL ADORJÁN

nebl.adorjan@gmail.com

Kereskedelem és Marketing

BA, 10. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Agrártudományi és Vidékfejlesztési Kar

*Témavezető:
Dr. Téglá Zsolt
egyetemi docens, EKF*

A Szakál-Met-AI Kft. elosztási folyamatainak vizsgálata

Kulcsszavak: elosztási folyamatok; ellátási lánc; optimalizálás; elektromos autó

Manapság, ha egy autószerelő egy autóalkatrész kereskedő webshopján keresztül vásárol, a kívánt alkatrész néhány órán belül megérkezik hozzá, s ez teljesen természetesnek, a szolgáltatás alapvető részének tekinthető. Ez a dolgozat bemutatja azokat a folyamatokat, amelyek ezt biztosítják. A kereskedők már nemcsak a termékek árával és minőségével, hanem a kiszállítási idővel is versenyeznek egymással. A vállaltoknak időről időre felül kell vizsgálniuk az ellátási láncukat, és javítaniuk kell a folyamatokon, ha versenyképesek akarnak maradni.

A dolgozatban bemutatom a Szakál-Met-AI Kft-t, amely autóalkatrész nagykereskedéssel foglalkozik, és a rendelt alkatrészt ki is szállítja a vásárlónak. Megvizsgálom, hogy az egyik legnagyobb forgalmú régiójában matematikai módszer alkalmazásával optimalizálhatóak-e a kiszállítási körök.

Az elektromos meghajtású autók jelentős fejlődésen estek át az utóbbi időben. A dolgozat arra is keresi a választ, hogy ezek az autók vajon leválthatják-e a gázolajjal működő autókat. Egy konkrét típus bemutatásával kiszámolom, mennyibe kerül egy ilyen autó fenntartása. A problémát az energia tárolása jelenti. A kérdés az, hogy ez összeegyeztethető-e a Kft. kiszállításiával, áthidalhatóak-e ezek a nehézségek úgy, hogy a kiszállítási készség, a vevői elégedettség ne csökkenjen.

Az esettanulmányok megmutatják, hogy az elosztási logisztikát támogató program fejlesztése mindenképpen ajánlott a cég számára. Annak segítségével jelentős költséget takaríthatna meg, és a vevők elégedettsége is növekedne.

KOPÁCSI EVELIN

kopacsievelin@gmail.com

Logisztikai menedzsment

MA, 1. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Pató Gáborné Dr. Szűcs Beáta

egyetemi docens, PE GTK

Beszállítók kiválasztásának elősegítése

Kulcsszavak: Beszállító kiválasztása; Beszállító értékelése; Beszerzés; Beszállítói kapcsolatok; Minőség

A dolgozat a beszállító kiválasztásának témájával foglalkozik. A multinacionális vállalatoknál jellemző, hogy többnyire rendelkeznek egy adatbázissal, ahol nyilvántartják a beszállítóikat, ahonnan igény esetén tudnak választani. A KKV-knál más a helyzet. A kis- és középvállalkozások számára, nem áll rendelkezésre egy olyan adatbázis, ahol több potenciális beszállító értékelése nyilván van tartva, ezért nehezebb és lassabb a beszállítók kiválasztása.

A kutatás, arra keresi a választ, hogy milyen módon lehet megkönnyíteni, akár a kis- és középvállalkozások számára, akár a multinacionális vállalatok számára, a megfelelő beszállító kiválasztását.

A beszállító kiválasztásánál fontos a megfelelő auditálás elvégzése, ami alapján döntést tudnak hozni, hogy melyik beszállítóval érdemes partneri kapcsolatot létrehozni. A kiválasztás során segítséget nyújthat egy korábbi beszállító értékelés is. Előfordul, hogy ajánlás útján kerül látótérbe egy beszállító, de természetesen készítenek egy értékelést róla. Amennyiben megfelelt a vállalat által támasztott követelményeknek, létrejön az üzleti kapcsolat. A beszállító kiválasztás kihívását a KKV-knak az jelenti, hogy a megfelelő partnert minél kevesebb idő, és erőforrás ráfordításával ki tudják választani, jóval kisebb „merítésből”, mint a multik. A gyakorlati tapasztalat azt mutatja, hogy a vállalatok és beszállítók körében is gyakori, és „szájhagyomány” útján terjed, hogy melyik beszállító, hogy teljesít. Azonban nemcsak a beszállító és vállalat kapcsolatában fontos kérdés ez, de az is nagyon fontos, hogy a vevők milyen elvárásokat támasztanak a potenciális beszállítókkal szemben. Így a kutatás végső célja egy eljárás kidolgozása a beszállító kiválasztás terén, ami egyaránt gondolati sémát képez a KKV és a multinacionális vállalatok működéséhez, középpontba helyezve a vevői elvárásokat is.

KASZA LÁSZLÓ

kaszalaszlo88@gmail.com

kereskedelem és marketing

BA, 3. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Gyenge Balázs

Egyetemi docens, SZIE GTK

„EPP háza”, avagy az MRP problémakör egy új, topográfiai megközelítése

Kulcsszavak: MRP, EPP, ellátási lánc, EOQ, rendelési tétnagyság

Megismerkedve a logisztika és az MRP rendszerek által felvetett problémákkal, egy igazán rejtélyes, játékos, és meglepően bonyolult világ tárul elénk – hasonló ez, mint a sakk, vagy a rubik kocka - egyszerűnek tűnő szabályok mellett végtelennek tűnő kombinatorikai tér fedi fel magát. Játékos, de szeszélyes, miközben kiismerhetetlen, változékony, és hűtlen... A dolgozat célja, hogy megszelídítsük e problémák egyikét, és végre kontrollunk alá vonjuk e logisztikai problémát!

A készletgazdálkodási folyamatban a fő cél a termelés számára szükséges nyersanyag, vagy alapigények biztosítása, és az eközben felmerülő költségek minimális szinten tartása. A szakirodalom több fajta optimalizáló, és heurisztikusan közelítő eljárást ajánl, melyek bizonyos tényezők – rendelési tétnagyság, rendelési periódus... stb – fixálásával gyenge hatékonysággal közelítik a legkisebb költséggel járó rendelési láncot. A számítástechnika „brutal force” módszerrel kínálhat egy minimális költséggel járó alternatívát, de ez egy összetettebb probléma esetén komoly számítástechnikai kapacitást igényel, és a kapott eredmény rugalmatlan; a rendelési láncok közötti ok-okozati összefüggések feltárásása nélkül a gyakorlatba történő átültetése egy ilyen eredménynek falakba ütközik.

Az „EPP háza” egy olyan modell, mely vizuálisan megjeleníti számunkra a kombinatorikai teret, amiben megtalálhatjuk a számunkra legoptimálisabb rendelési láncot. A modell inputjai közé tartozik a rendelési fix költség, a tárolási egységköltség, továbbá maga a szükségleti igény akárhány n periódusban.

Egy rendelési lánc rendelések sorozata. Dolgozatomban a lehetséges rendeléseket önmagukban, lokálisan vizsgálom, és kategória-fogalmakat vezetek be: mint az „irracionalisan nagy megrendelés”, vagy „irracionalisan kis megrendelés”, vagy a „potenciális megrendelés”, mely kategóriák egyszerű algoritmusokkal megállapíthatók, majd ábrázolhatók a problématerben.

A kombinatorikai tér drasztikus csökkentésével nem csak a programozók tudják programjaik számítási mennyiséget csökkenteni, hanem a vállalkozók és logisztikusok számára is egy rugalmasabb, mobilabb, szelídebb kombinatorikai tér tárul fel, főleg egy olyan világban, ahol a legtöbb költségösszetevő csak becslésen alapul... Gyönyörűen, vizuálisan tárja fel előttünk az összefüggéseket az EPP, a tárolási költség, vagy a rendelési lánc egy, vagy több elemének változásakor!

Vajon más lenne a legjobb rendelési láncom, ha más lenne az EPP? Megtudjuk!

HOFFMANN JANKA ENIKŐ

janka210@gmail.com

Pénzügy MSc

MA, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Chikán Attila

Egyetemi tanár, BCE GTK

Jobb logisztika = Versenyképesebb ország? A nemzeti versenyképesség és logisztikai teljesítmény kapcsolatának elemzése

Kulcsszavak: logisztika, versenyképesség, nemzeti, regresszió

TDK-dolgozatomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy milyen kapcsolat áll fent a nemzeti versenyképesség és a nemzeti logisztikai teljesítmény között, és ez alapján milyen célokat kellene mérlegelni Magyarországnak, és a Magyarországhoz hasonló országoknak a nemzeti logisztikai stratégia tervezésekor.

Véleményem szerint azért releváns a kérdés, mert egyre inkább nyilvánvaló, hogy a logisztika a növekedés és a fejlődés egyik kulcsponjtja, és így stratégiai fontosságú tényező az országok versenyképességében is. Ha láthatóak lennének olyan pontok, amelyekkel érdemes jobban vagy kevésbé foglalkozni (és ezek becsatornázódnának a döntéshozatalba), ezek figyelembe vétele nagyban növelhetné a logisztikai teljesítmény fejlesztésének hatékonyságát (a versenyképességhez való hozzájárulás értelmezésében). Az elemzés segítséget nyújthat akár konkrét beruházások elbírálásában is.

Dolgozatomban először definiáltam a versenyképességet és a logisztikai teljesítményt nemzeti szinten és bemutattam a mérésüket, majd rátértem a kettő kapcsolatának elemzésére alapvetően ökonometriai módszertannal. Szétbontottam az országokat klaszterekre eltérő jellemzőjük alapján (GDP/fő) és megvizsgáltam, hogy abban a klaszterben, ahova Magyarország tartozik, melyek a fontos, versenyképességre jobban ható logisztikai teljesítmény pillérek, mire érdemes tudatosan figyelni. Az elemzés során lineáris regresszióból indultam ki, de a kihagyott változók vagy a fordított okság felmerülő kockázata miatt instrumentumokat és kontrollváltozókat is bevezettem az egyenletbe. A statisztikai elemzés után kitértem arra, hogy milyen lehet az ideális stratégia egy hozzánk hasonló ország számára.

Az elemzés során arra jutottam, hogy a logisztikai teljesítmény pillérei közül a vizsgált országcsoportban a szállítmányozás szervezése és a logisztikai szolgáltatás minősége hat a legerősebben a versenyképességre, és a versenyképességen belül is specifikálva, az innováció pilléren keresztül érvényesül legjobban ez a hatás. Ez alapján azt javasoltam a négyes csoport országainak, hogy erre a két dologra helyezték át a fókuszot a logisztikai stratégiájukban, a versenyképesség növelése érdekében.

PUSZTAI LÁSZLÓ PÉTER

laszlo.pusztai.91@gmail.com

Logisztikai Menedzsment

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Oláh Judit

Egyetemi Docens, DE GTK

Készlettervezés a Fiorex Kft-nél előrejelzési modellek felhasználásával

Kulcsszavak: előrejelzés; készletezés; készlettervezés

Mai világunkban a vállalkozások életében egyre fontosabb szerepet játszanak a logisztikával összefüggő költségek. Ennek egy részét képezik a készlettartással és raktározással kapcsolatos költségek. A Fiorex Packaging Kft. raklapok és egyéb csomagolótechnikai göngyölegek gyártásával és továbbértékesítésével foglalkozó vállalat. Az általuk forgalmazott termékek sajátossága a nagy területigény. Egy ésszerű készletgazdálkodási rendszer használata a tőkelekötési költség csökkentésén kívül számos lehetőséget ad a vállalkozás számára, például az így felszabadított tőkét beruházásra lehet fordítani. Kutatásomban a Fiorex Kft. által tárolt termékek differenciált készletgazdálkodási problémáit vizsgáltam. ABC-elemzéssel kiválasztom azokat a legfontosabb termékeket, amelyek döntően befolyásolják a vállalkozás gazdálkodását, és ezt követően a legnagyobb relatív súllyal rendelkező, vagyis a legfontosabb termékek forgalmát előrejelzési módszerekkel elemzem. Az előrejelzési módszerek tudatos és tudományos alkalmazása lehetővé teszi, hogy figyelembe vegyük a termék értékesítési célcsoportjának igényeit, és olyan készletmennyiséget tudjunk tartani, amely a vállalkozás számára megfelelőbb. Mozgóátlag számítást, exponenciális simítást, szezonális kiigazítást tartalmazó modelleket, illetve lineáris trendszámítást alkalmazok a különböző termékekre. Kiszámolom minden termékre az előrejelzés hibáját, mind sima, mind gördülő tervezést figyelembe véve. A legkisebb hiba alapján kiválasztott módszerekkel egy, a vállalkozás által megadott nyitókészletből számolva megvizsgáltam, hogy az előrejelzések között legjobbnak ítélt módszert alkalmazva hogyan alakul a készlethiányos időszakoknak a száma, a készlethiány nagysága, és hogyan alakul az átlagkészlet. A dolgozatban elvégeztem a különböző módszerek összehasonlító elemzését, és tapasztalataim szerint a biztonsági készletek meghatározásában a reziduális szórás helyett célszerűbb a standard hibát használnia a vállalatnak.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Marketing



ROZMANN GRÉTA

rozmann.greta@gmail.com

Marketing

MA, 1. félév

Eduvus Főiskola

*Témavezető:
Dr. Kandikó József
Főiskolai tanár, EDUTUS*

A Mézkirálynő szerepe a hazai mézmarketingben

Kulcsszavak: Mézkirálynő; méz; mézmarketing; marketingstratégia; marketingkommunikáció

A méhésztársadalom évről évre megválasztja Királynőjét, aki egy éven át népszerűsítheti a magyar termelői mézet, illetve méhészeti termékeket.

Mézkirálynőnek lenni annyi, mint a magyar méz nagyköveteként megjelenni.

A Királynő, aki a 20 000 főt számláló méhésztársadalmat képviseli, jelentős szereppel bír a hazai mézmarketingben.

A 2016-os év Mézkirálynőjeként küldetésemnek tekintem, hogy minél több emberhez eljusson a méhészek üzenete, akiknek célja, hogy a kiváló termék fogyasztása - amely bármely ország piacain megállja helyét – növekedjen.

Hazánkban az éves mézfogyasztás körülbelül 70 dkg fejenként, míg a nyugat-európai országok ezen értékét kilógrammokban mérik. Ebből adódik, hogy a termelők számára gond a piacokon való kisebb kiszerezésekben történő értékesítés.

A probléma kulcsa a marketing, hiszen Magyarországon a méhészeti ágazat szereplői nem fordítanak elég időt, költséget és energiát a mézmarketingre.

Éppen ezért TDK-dolgozatom témájaként a hazai mézmarketing fejlesztését választottam, célom, hogy legyen a Mézkirálynő a magyar termelői méz arca, aki eljuttatja a méhészek üzenetét a fogyasztókhoz és vásárlókhöz egyaránt.

TDK-dolgozatomban a 2016. évi Mézkirálynő marketingtevékenységét szeretném bemutatni, ezen kívül a további marketing ötleteket, amelyekkel megvalósulhat a magyar méz reklámozása szélesebb fórumokon is.

Kutatómunkámhoz az Országos Magyar Méhészeti Egyesület elnökével, hivatalvezetőjével, a 2014-es és 2015-ös év Mézkirálynőivel készítettem interjúkat. A közösségi médiához kapcsolódóan végeztem primer kutatást, online kérdőívezés útján 100 fős mintát vizsgáltam, hogy miként értékelik Mézkirálynői tevékenységemet.

A méhésztársadalom tudja, hogy ahogyan a jó bornak is kell a cégér, úgy a magyar méz számára is elengedhetetlen a reklám, ennek ellenére évek óta gondot jelent a mézmarketing kapcsán felmerülő hiányosságok orvosolása.

Mézkirálynőként fontosnak tartom, hogy elérjem küldetésem célját, így jelmondatom:

Marketinget a Magyar Méznek!

SZERÉNYI TIBOR

tibor.szerenyi@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Szívós László

egyetemi tanársegéd, BME GTK

Amikor az árak elszállnak – Wizz Air diszkont légitársaság árazási stratégiájának empirikus elemzése

Kulcsszavak: diszkont, fapados légitársaság; árazás; jegyvásárlás; regresszió; előrejelzés

Az emberek többsége szeret világot látni, egzotikus helyeken nyaralni, különböző kultúrákat megismerni. Egy biztos, utazásaink során valamilyen közlekedési eszközt használunk. Mára az utazók körében a repülőgép vált a legnépszerűbb utazási módszerré, gyorsasága, kényelmessége illetve megbízhatósága miatt.

Nyaralásunk tervezésekor olyan problémába ütközünk, hogy egy adott repülőjárat ára nem konstans, hanem időben állandóan változik és akár háromszorosa is lehet a kezdeti áraknak. Így gazdasági okokból komoly jelentősége van, hogy jegyvásárlásunkat mikorra ütemezzük.

Dolgozatomban azt vizsgálom, hogy milyen változók hatnak a légitársaságok árazási stratégiájára, ezt a Wizz Air fapados légitársaság árazásának tapasztalati úton való elemzésével teszem. Az elemzésem során statisztikai és ökonometria eszközöket alkalmazok, legfőképp többváltozós lineáris regressziót.

A repülőársaságok oldaláról a dinamikus árazásnak gazdasági okai vannak, amelynek hátterében a hozamnedzsmet áll. A hozamnedzsmet segítségével a vállalatok a múltbeli adatok alapján képesek maximalizálni bevételeiket.

Végül dolgozatomban arra keresem a választ, hogy van-e valamilyen módszer, amellyel előre jelezhetővé válik egy adott repülőjárat ára illetve az empirikus eredményekből, egy a repülőjegy vásárlást optimalizáló eszközt készítek el.

KOVÁCS BENCE
kbence31@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés
MSc, 2. félév

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Prof. Dr. Szakály Zoltán
egyetemi tanár, DE GTK
Dr. Polereczki Zsolt
adjunktus, DE GTK

A piacorientáció és a potenciális versenyelőnyök vizsgálata a hazai élelmiszeripari vállalkozások körében

Kulcsszavak: piacorientáció; versenyelőny; MARKOR; MKTOR

A piacorientációnak számos eltérő fogalmi meghatározása létezik, melyek közül dolgozatomban a viselkedés és a kulturális alapú megközelítést vizsgálom. Egyes szerzők értelmezésében úgy jelenik meg, mint marketing erőforrás. Dolgozatomban inkább egyfajta piaci szemléletként közelítem meg, és azt vizsgálom, hogy a piacorientált szemlélet mértéke befolyásolja-e a vállalatok belső környezetének elemeit, ezeken belül is elsősorban az eszközökben és képességekben megjelenő potenciális versenyelőnyöket.

A vizsgálat alapját egy kérdőív szolgáltatta, melynek összeállítását a Debreceni Egyetem Marketing és Kereskedelem Intézetének munkatársai végezték. A kérdőív összeállításában, az adatgyűjtésben és az adatok elemzésében, mint intézeti demonstrátor vettem részt. Az adatbázis információkat tartalmazott a vállalkozások piacorientációjáról, oktatáspolitikájáról, marketingjéről, élelmiszerbiztonságról, a vízió megosztásáról valamint a szervezet tanulás iránti elkötelezettségéről.

Klaszterelemzés segítségével mind a MARKOR mind az MKTOR skála alapján csoportokra tudtam bontani a vállalatokat piacorientációjuk alapján. Majd vizsgáltam a kapcsolatot a klaszterek és az észlelt potenciális versenyelőnyök közt. Hogy kizárjam egyéb tényezők hatását az erőforrásokban megjelenő előnyre kontrollváltozóként bevontam a tanulás iránti elkötelezettséget és a vízió megosztását is.

Kiinduló feltevésem, mely szerint pozitív kapcsolat van a piacorientáció és a lehetséges versenyelőnyök közt bizonyítást nyert a minta esetén. A kontrollváltozók hatását el kellett vetnem, azaz nem találtam egyéb változóban rejlő magyarázatot az erőforrásokban megjelenő előnyökre.

Kutatásom eredményeként kiemeltem azokat az erőforrásokat, melyeket a piacorientáció egyértelműen pozitívan befolyásol. Valamint a piacorientáció alapján kialakított klasztereket elemeztem különböző kontrollváltozókkal, illetve véleményt formáltam a MARKOR és az MKTOR skála alkalmazhatóságáról a vizsgált iparágban.

Összességében véleményem szerint a piacorientáció egy hatékony eszköz lehet a vállalkozások kezében az eredményes gazdálkodáshoz, már csak azért is, mert egy olyan irányt, szemüveget ad a vezetők kezébe, amivel a piaccgazdaságot, a versenyző iparágakat könnyebben megérthetik és alkalmazkodhatnak a változó környezethez.

RENCZ FLÓRA

renczflora@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Gyulavári Tamás

Egyetemi docens, BCE GTK

A pink tax jelenség létezésének empirikus vizsgálata Magyarországon

Kulcsszavak: pink tax; gendered termékek; termékdifferenciálás; marketingstratégia; árdiszkrimináció

Több nyugati országban is számos termékcsoporthoz kimutatták a pink tax létezését, miszerint egy gendered termék nőknak szánt változata márkán belül magasabban van árazva, mint a hasonló, férfiaknak szánt termékek. Dolgozatom célja a pink tax magyarországi létezésének vizsgálata volt kozmetikai és szépségápolási termékek esetén. A dolgozat alapját saját kutatás képezte, amely során összehasonlítottam hat magyarországi webáruházban kapható 234 olyan termékpár 2016-os bruttó fogyasztói árát, melyekből elérhető egymásnak megfeleltethető női és férfi termék. A termékeket termékcsoporthoz, alcsoportonként, valamint a prémium és nem prémium kategóriák esetén külön is elemeztem. A vizsgált 234 termékpárt tekintve a női kozmetikai és szépségápolási termékek átlagosan 14,7%-kal voltak drágábbak, mint a férfi termékek. Az arc- és szemkörnyékápolók (n=42), a hajápolás (n=35) és a parfümök és kölnik (n=54) termékcsoporthoz a női termékek szignifikánsan drágábbak voltak, mint a férfi termékek. A prémium kategóriában az esetek 62%-ában, a nem prémium kategóriában az esetek 31%-ában drágább a női termék mint a férfi. Az eredmények igazolják, hogy a kozmetikai és szépségápolási termékek piacán más fejlett országokhoz hasonlóan Magyarországon is létezik a pink tax jelenség, különösen a prémium kategóriában. A pink tax lehetséges okai közé tartoznak a nőket terhelő társadalmi elvárások, az információhiány, a konformitás, a nők státuszfogyasztásra való hajlama és márkahűsége. A vállalatok egy része a keresletbeli különbségekkel és eltérő összetevőkkel magyarázta az eltérő árazást, mások pedig a boltokra hárították a felelősséget.

CSEPREGI DÁNIEL

tucson10101@gmail.com

Pénzügy és Számvitel

BA, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

KOVÁCS DÓRA

kovacsdora5@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás (Angol nyelven)

BA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Balogh Zoltán

tudományos segédmunkatárs, BCE GTK

Azt Hiszed, Te Döntesz az Utazásodról? - Az online magyar szállásfoglalás jelene és az intuíciók háromszintű értelmezése szemkamerás feltérképezéssel

Kulcsszavak: online; turizmus; foglalási rendszer; szemkövetés; viselkedés

Dolgozatunk egy jelenleg is aktívan fejlődő jelenséget, a szolgáltatói figyelem internetes profilok felé tolodását vizsgálja. Ezt internetes szállásfoglalás folyamatán keresztül, potenciális fogyasztókkal – hazai egyetemistákkal vizsgáltuk és a viselkedésük tanulmányozásában egy szemmozdulat követő kamera nyújtott segítséget. Kutatási kérdésünkkel arra kerestük a választ, hogy mennyire viselkednek tudatosan az egyetemisták online szállásfoglalás esetén. Célunk egy nagyobb mintájú és professzionális technikai háttérrel rendelkező kutatáshoz előtanulmányt biztosítani.

Hipotézisünk, hogy az egyetemista csoport nincs tisztában azzal, hogy a döntési folyamat során a rá ható impulzusok milyen mértékben befolyásolják a végző döntését. Tehát, rosszul mérik fel többek között a szállás árának, vagy a weboldal felépítésének a végleges döntéshozásban vállalt szerepét.

Az elméleti felvezetőben meghatároztuk, milyen hatással van az online foglalás és a böngészés megjelenése a turizmus helyzetére, fogyasztói és vállalati szempontból egyaránt. A Szállás.hu igazgatójával készített félstrukturált mélyinterjú segítségével megvizsgáltuk, hogy napjainkban hogyan befolyásolják az utazásközvetítő rendszerek különböző online eszközökkel a vásárlói döntést. Ezután elemeztük a jelenlegi magyar utazásközvetítői iparágat. A technikai háttértudás biztosítása után, a gyakorlati részt három lépés alkalmazásával, kis mintaszámú egyetemisták körében végeztük.

Ezek közül az első a strukturált mélyinterjú, melyben az alany vélt foglalási szokásait rögzítettük. Második lépés a képernyőfelvétel és kurzorkövetés segítségével zajló online tesztfeladat, mely egy azonos paramétereket rejtő desztináció és időpont köré épült. Harmadik lépésként képernyőfotók alapján döntötték el, hogy számukra mik a legrelevánsabb szempontok, amit egy szemmozdulat követő kamera segítségével mértünk.

A strukturált kérdőív eredményeit tekintettük az alany előfeltevéseinek saját viselkedésével kapcsolatban. Ezzel szemben a videó rögzítés és az „eye-tracking” értékeit valós viselkedéssel magyaráztuk. Ezen eredményeket 1-7 skálán értékeltük ár, érték, elhelyezkedés, szállás felszereltsége, vélemények alapján, mivel ezek mind a három teszt során értékelhetőek voltak. E három preferenciaértékek korrelációja alapján elutasítottuk hipotézisünket, mert az alanyok 83%-a a kérdőívől leszűrt információknak megfelelően viselkedett. Tehát, saját szokásuk ismerete és mért viselkedése pozitívan korrerál.

KISS LÁSZLÓ

laszlo_kiss@live.com

nemzetközi gazdálkodás

BA, 9. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Kiss Marietta
adjunktus, DE KTK*

CLV menedzsment a gyakorlatban

Kulcsszavak: CLV; CRM; Ügyfélérték;

Az elmúlt két évtizedben irányváltás következett be a marketingben: míg korábban a hangsúly a termékeken és a kereskedelmi tranzakciókon volt, s a vevőket, ügyfeleket passzív résztvevőként kezelték, ma az ügyfélkapcsolatok állnak a középpontban. Ennek az eredménye a CRM filozófia. Jelenleg a marketing mint koncepció az egész vállalatot áthatja, s ennek a sikere nem csak a marketingszakemberek felelőssége. Stratégiai kérdéssé vált, hogy meghatározzák azoknak a fogyasztóknak a körét, akikkel hasznos kapcsolatokat kialakítani és leginkább fenntartani. Többek közt ezért is kap az értékesítés támogatásában mind fontosabb szerepet az ügyfelek viselkedésének elemzése, illetve az ügyfélélettartamérték (CLV) számítás.

A CLV egy ügyfélhez kapcsolódó, jelenértéken kifejezett cash flow, mely megmutatja egy vásárló hosszú távú értékét, illetve segít meghatározni, hogy mennyit érdemes egy új vásárló megszerzésére fordítani (Kumar, Rajan, 2009). A CLV meghatározásából nyert ismereteket a marketingtervezésben célzottan érdemes alkalmazni. Mára az egyik legelfogadottabb analitikák egyike és kialakult eszközrendszerek része, amely segít a megtartási stratégiára összpontosítani az igazán értékes és magas potenciállal rendelkező ügyfelek esetében. Fő cél a fogyasztó végigvezetése azon az úton, amely elvezet a lojalitáshoz, az ismétlődő vásárlásokhoz, a továbbajánlási affinitáshoz, ami végső soron elengedhetetlen az üzleti értékteremtéséhez, a bevételi célok eléréséhez.

Dolgozatomban arra kerestem a választ egy magyar utazási iroda 33421 ügyfél (melyből 26516 ügyfél generált forgalmat az elmúlt öt évben) CLV alapú kiértékelésén keresztül, hogy hogyan lehetséges a költségek tartós csökkentése azáltal, hogy a vállalat a különböző folyamatait az ügyfélélettartam-értékhez (CLV) igazítja, illetve milyen módon segíti vállalatot, hogy a marketing-költségvetését az egyes ügyfelek attraktivitáshoz és az érték-hozzájárulásához igazítja. Ehhez először a cég CRM rendszeréből kinyert ügyféladatbázist alapul véve minden egyes ügyfélre átfogó CLV értéket határoztam meg, majd ezen értékek alapján sorba rendeztem az ügyfeleket. Az így sorba rendezett ügyfelek felső húsz százalékát, illetve a többi nyolcvan százalékot különböző dimenziók mentén összehasonlítottam. Ennek köszönhetően olyan lényeges információkat nyertem, ami lehetővé tette, hogy célzott ügyfélmenedzsmentre tudjak javaslatot tenni.

Marketingterv az állatvédő szervezeteknél - Adományozó szokások és preferenciák

Kulcsszavak: állatvédelem; adománygyűjtés; marketingtervezés; nonprofit szervezet

Az állatvédelem már az őskortól az emberi kultúra része és hazánkban is nagy múltra tekint vissza. Az 1960-as évektől a környezetvédelmi mozgalmak megjelenésével az állatvédelem szerepe is felértékelődött, a társállatok szerepének növekedésével jelentőségük meghatározóvá vált. Magyarországon az első állatvédelmi törvény megalkotását követően, a kilencvenes évek végétől folyamatosan alakulnak az állatvédő szervezetek, azonban adománygyűjtést a legtöbb szervezet tervezés nélkül végzi, így gyakran kudarcba fullad. Kutatásomban arra kerestem a választ, hogy milyen feltételei vannak a sikeres adománygyűjtésnek és hogyan függ össze a marketinggel.

Az első hipotézis szerint az állatvédő szervezetek fejlődéséhez elengedhetetlen az adományozói szokások és preferenciák ismeretében elvégzett marketingtervezés. A második hipotézis szerint az állatvédő szervezetek internetes adománykérő felhívásaiban a negatív képek hatékonysága nagyobb, mint a pozitív képeké.

Kutatásom első részében az állatvédelem fogalmi háttérét vizsgáltam, valamint statisztikai adatokkal szemléltettem az állatvédő szervezetek helyzetét és jelentőségét Magyarországon. Ezt követően egy konkrét példa segítségével mutattam be forrásszervezési, adománygyűjtési és marketing tevékenységeik elméleti és gyakorlati összefüggéseit.

Kutatásom második részében a primer vizsgálat eredményei kerültek bemutatásra, melynek keretében, két kérdőíves felmérés, valamint A/B tesztelés és szakértői interjú segítségével igyekeztem kideríteni az adománygyűjtés és marketing összefüggéseit.

A kutatás során megállapítást nyert, hogy az állatvédelemmel foglalkozó nonprofit szervezetek fejlődéséhez szükséges az adománygyűjtés és marketing folyamatos tervezése és összehangolása. Kiderült, hogy az adományozók legfontosabb motivációja a nehéz sorsú állatok segítése, a legfontosabb preferenciák pedig az adományok átlátható felhasználása, valamint a szervezet hatékonysága. Az A/B tesztelés során az az eredmény született, hogy a negatív képek használata az állatvédők felhívásaiban több online elérést eredményez, mint a pozitív képek, de ez nem biztos, hogy több adomány bevételt generál, így további kutatások szükségesek a negatív és pozitív képek hatékonyságának vizsgálatára.

Végül a szekunder és primer kutatás eredményeit összegeztem, és olyan javaslatokat fogalmaztam meg, melyek hozzájárulhatnak az állatvédő szervezetek adománygyűjtési és marketing tevékenységeinek sikeréhez.

PÁRZSI HELÉN

parzsi.helen@gmail.com

Kereskedelem és Marketing Szak

BA, 4. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

Témavezető:

Dr. Szántó Szilvia

főiskolai docens, BGE KVIK

Tudd, hogy mi áll a döntésed hátterében - A fogyasztók árészlelésének vizsgálata

Kulcsszavak:

Azok a kérdések mindig is foglalkoztattak, melyek azt vizsgálták, hogy vásárlásunk során miért is döntünk úgy, ahogy, mi az a számtalan tényező, ami befolyásol döntésünk során, a legtágabb környezeti hatásoktól, a legszűkebb pszichológiai jellemzőkig. Ha éhesen megyünk vásárolni, többet költenk, ha 9-esre végződik az ár, máris olcsónak, de legalábbis akciósnak véljük, ami drága az nyilvánvalóan nagyon jó, de ha drága és meg is vettük, akkor meg már tuti biztos, hogy nagyon jó! Amikor az ezek mögötti indítékokat igyekszünk feltárni, megismerni, és bonyolultabbnál bonyolultabb modellekkel szemléltetni, akkor végső soron szakemberként a másik oldalról, ami számunkra igazán érdekes, hogy hogyan is tudjuk ezeket befolyásolni? Minél inkább többet olvastam vagy tanultam e kérdéskörrel, egyre inkább jöttem rá, hogy ez annyira bonyolult és komplex, hogy szinte felsorolhatatlan az összes befolyásoló tényező, és majdhogynem megfejthetetlen az, hogy hogyan gondolkodik a fogyasztó. Annyi hatás éri az embereket adott vásárlási szituációban, hogy én marketingesként, lehetek akármennyire felkészült és „számító”, még mindig van rá esély, hogy nem érem el a céloom a jól felépített stratégiával sem.

Ekkor kezdtem el jobban utánajárni, hogy mi történik akkor, ha talán mégis sokkal kiszámíthatóbbak vagyunk, mint hisszük? Így akadt kezembe ajánlás során Dan Ariely, Predictably Irrational című könyve, mely számos olyan kísérletekkel alátámasztott elméletet sorakoztat fel, mely megmutatja, hogy vásárlási döntéseink során mégiscsak mennyire kiszámíthatóak vagyunk. Dolgozatomban kifejezetten az árat, mint befolyásoló tényezőt emelem ki és vizsgálom különböző, de főként presztízs értékű termékek esetében. Azt, hogy általánosan, hogyan működik az árészlelés a fogyasztók fejében, és ennek pszichológiai hátterét megértve és feltárva, felhívni a figyelmet arra, hogy az árképzés során, mennyire hasznosak ezen információk megfelelő értelmezése, a jó árstratégia kialakításához.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció

Marketing – fogyasztói magatartás I.



MOLDOVAN IMOLA-ZSUZSÁNNA

imola.moldovan@yahoo.com

Marketing

BA, 6. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

Témavezető:

Săplăcan Zsuzsa

egyetemi adjunktus, Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Kar, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Magyar Intézet

A mobile banking elfogadását befolyásoló tényezők a romániai lakosság körében

Kulcsszavak: mobil, bankolás, okostelefonok, TAM

Napjainkban a mobile banking egyre nagyobb teret hódít, folyamatosan veszi át a hagyományos banki csatornák szerepét, a fogyasztók egyre többet bankolnak okostelefonjaikon. Ezen csatorna használati aránya kutatások szerint főként a fejlődő országokban magas (60–70%), Európában ez az arány körülbelül 38–40% között van. Romániában jelenleg nagyon alacsony a mobile banking-felhasználók száma, annak ellenére, hogy 2015-ben az okostelefonok felhasználóinak aránya elérte az 50%-ot. Primer kutatásomban a TAM-modellt felhasználva azt vizsgálom, melyek azok a tényezők, amelyek befolyásolják vagy gátolják a romániai lakosságot a mobile banking használatában.

AMBERG NÓRA

nora.amberg@gmail.com

Marketing

MSc, 3. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Gyenge Balázs
egyetemi docens, SZIE GTK*

A populáris zene, mint művészeti iparág hatása a hazai zenehallgatási és –vásárlási szokásokra

Kulcsszavak: populáris zene; zenehallgatási szokások; zenevásárlási szokások; hazai; hanghordozók

Kutatásomban a populáris zene szerepét és jelentőségét mutatom be a hazai popzenei piac tükrében a zenehallgatási és –vásárlási szokások, a fogyasztói magatartás átalakulása vonatkozásában.

Alkalmazott módszertanként az irodalom feldolgozáson kívül primer kutatást is végeztem, nevezetesen kvalitatív (megfigyelés, fókuszcsoportos interjú) és kvantitatív (online megkérdezés, kérdőív) kutatást választottam.

Több cél is vezérelte munkámat, melyek a következők: a különféle korcsoportok populáris zenehallgatási és –vásárlási motivációinak felderítése, illetve, hogy mi befolyásolja ezeket, továbbá, hogy egy sikeres előadó hogyan hat a hanghordozó hallgatási és –vásárlási szokásainkra.

További fontos célkitűzéseim a következők voltak:

Egy ismert, nagy forgalmú belvárosi hanglemezboltban végeztem el a megfigyelést (a strukturált megfigyelésen belül kizárólagos megfigyelőként résztvevő kutatásokat) abból a célból, hogy közelebb kerüljek a hanghordozók iránt érdeklődők zenehallgatási/vásárlási attitűdjéhez, motivációjához és számszerűsíthessem a tapasztalatokat.

A megfigyelés célkitűzésein kívül az foglalkoztatott még, hogy kinek mit jelent a populáris zene, amely iránt érdeklődik, mennyire erős a motivációja, hogy adott esetben a kiválasztott, kívánt hanghordozót meg is vásárolja, mik az elvárásai, ezért választottam a fókuszcsoportos interjút, továbbá, hogy objektív képet kapjak a zenehallgatást/vásárlást befolyásoló eseményekről az interjú által. Lényeges döntési szempontom erre vonatkozóan, hogy aktív kapcsolatom legyen a vásárlókkal, saját magam is részesévé váljak ennek a társas helyzetnek, vagyis az interjú által jobban feltárhatom a mélyebb összefüggéseket, vásárlói, zenehallgatói motivációkat.

Végül megkérdezést alkalmaztam az általam szerkesztett kérdőív által, hogy felmérhessem a populáris zene hatását a megkérdezett célcsoport esetében.

A kutatásból jól látszik, hogy megváltoztak a hanghordozó vásárlási szokásaink, mivel ma már nemcsak a hanglemezboltban, hanem online adatbázisból is vásárolhatunk, hiszen a hanglemezboltban található készletek sokszor szűkösek, nem teljes körűek.

Egy változó, fejlődő, technikailag, információ technológiailag kibővülő világban a lehetőségek tárháza tárul elénk, amelyből ár-érték arányban mi magunk dönthetünk, hogy mire van szükségünk, mi a jó nekünk, de ne felejtjük el, hogy mindennek, így a zenének is akkor van értelme, ha általa jobbak lehetünk, és ennek egy kis szegmense a populáris zene.

POLYÁK FRIDA

frida.polyak@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

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

A technológiai innovációk fogyasztói elfogadása a családi kapcsolattartásban

Kulcsszavak: család; technológiai innovációk; telekommunikáció; egyetemisták

A kutatás a technológiai innovációk elfogadását vizsgálja a családi kapcsolattartásban. Célja, hogy megismerjük, milyen telekommunikációs eszközök segítik a mindennapi kapcsolattartást a családok életében és miért azok a jellemzőek. A kapcsolattartásban használatos telekommunikációs alkalmazások és eszközök elfogadottságának és beágyazottságának kutatása három befolyásoló tényező függvényében történik: a honvágy, a családi kapcsolat szorossága és a hazalátogatás gyakorisága. Elméleti alapul az innovációterjedés különböző modelljei, illetve az innováció elfogadását befolyásoló tényezők szolgálnak. A primer kutatás olyan fiatalokat vizsgál, akik a családjuk lakóhelyétől különböző városban vagy más országban folytatnak egyetemi tanulmányokat. A mélyinterjúk során a hallgatók először családi kapcsolataikat majd a technológiához kötődő viszonyukat, illetve kapcsolattartási szokásaikat tárták fel. Eltérő eredmények figyelhetők meg, hiszen míg a Magyarországon tanuló egyetemisták elsősorban a mobil- és vezetékes hívást alkalmazzák a családdal való kapcsolattartásban, addig a külföldön tanuló magyar diákok inkább internet alapú, videohívást támogató alkalmazásokon keresztül kommunikálnak itthon élő családjukkal. Az újítások adaptációja sikereesebbnek mondható a külföldön élő diákok családjánál a hagyományos telefonálás magas költségeinek korlátozó mivoltából adódóan.

HORVÁTH SZABOLCS

horvathszabolcs7928@gmail.com

Marketing

MSc, 3. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Gyarmatiné Dr. Bányai Edit

egyetemi docens, PTE KTK

Az elköteleződés elméleti alapja és jellemzői a Steam felhasználóinak körében

Kulcsszavak: kötődés; elköteleződés; Steam; elméleti alapok; dimenzionalitás

Az elmúlt években a marketing szakirodalomban egyre több figyelem irányult az elköteleződés/kötődés (engagement) fogalmára. Mindezek ellenére a kutatóknak nem sikerült egyetértésre jutniuk a kötődés elnevezését, definícióját és dimenzionalitását illetően. Jelen dolgozat célja a külföldi szakirodalmat felhasználva a fogalomhoz kapcsolódó releváns információk összegyűjtése, valamint az elköteleződés relevanciájának vizsgálata volt egy olyan területen, ami korábban nem volt a kutatások fókuszában, nevezetesen egy online játékközpont, a Steam kontextusában. Dolgozatomban a kötődést egy fogyasztó márkához, szervezethez, közösséghez stb. (vagyis a kötődés tárgyához) kapcsolódó lelkiállapotként értelmeztem, aminek 5 különálló dimenziója van: kognitív, érzelmi, magatartási, közösségi, egyéni fontosság. Feltevéseim teszteléséhez kvantitatív kutatást választottam egy online kérdőív formájában. A végső minta 956 válaszadó használható válaszait tartalmazta, akik mind az egyik vezető online játékközpont, a Steam felhasználói. Az eredmények alapján a Steam vezető szerepet tölt be a felhasználók játékvásárlási szokásaiban összehasonlítva a Steam legfőbb online versenytársaival. Az elvégzett faktoranalízis megerősítette az előzetesen felvázolt ötdimenziós struktúrát, az érzelmi, a kognitív, a magatartási, a közösségi, valamint az egyéni fontosság dimenziók különálló faktorként jelentkeztek. Emellett egy alternatív, négydimenziós megoldást is felvázoltam, amelyben a kognitív és az egyéni fontosság dimenziók egy közös összetevőbe olvadtak össze, míg a további dimenziók megmaradtak önállóan. Továbbá pozitív kapcsolatot sikerült kimutatnom egy sor Steames jellemző (Steam Műhely, Steam Zöld Út, csere, Közösségi Piac, játékértékelés, közösségi útmutatók) fontossága és az elköteleződés adott dimenziója/dimenziói között. Végül az azonosított 5 faktor segítségével klaszterelemzést is végeztem, amely során 6 különálló szegmenst azonosítottam, amelyek a várakozásaim ellenére csak a Steam használatára vonatkozó változók tekintetében különböznek el érdemben.

HIDVÉGI ANNA

anna.hidvegi11@gmail.com

kereskedelem és marketing

BA, 9. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Témavezető:
Dr. Kelemen-Erdős Anikó
adjunktus, OE KGK*

A „Z” generáció online fogyasztói magatartásának vizsgálata

Kulcsszavak: online fogyasztói magatartás, Z generáció, közösségi média

A „Z” generáció, vagy, ahogy még gyakran emlegetik őket, „digitális bennszülöttek”, egy új típusú nemzedék, amelynek kialakulásában a technika fejlődése játszott rendkívül fontos szerepet. Ez a szegmens már beleszületett a digitális technológiák világába, életük elképzelhetetlen okostelefonok és más digitális kommunikációs eszközök használata nélkül. Napjainkban rengeteg áruval és szolgáltatással találkozhatunk a piacon. Az ár és a minőség segíti az eligazodást a világban, ahol már fogyasztási kultusról és fogyasztási vágyról beszélünk. A vásárlás az önkifejezés egyik formája, mely erős stílus- és márkatudatban nyilvánul meg. A fogyasztói magatartás, mint kutatási terület a fogyasztók vásárlási szokásait vizsgálja.

A dolgozat bemutatja a Z generáció online fogyasztói magatartásának és közösségi média használati szokásainak jellemzőit, kitérve arra, hogy mely tényezők befolyásolják őket a legjobban. A dolgozat első része szakirodalmi áttekintés alapján határozza meg a „Z” generáció online vásárlási jellemzőit és a közösségi média használati szokásait, majd az utolsó részben egy primer kutatás keretében, egy online kérdőíves megkérdezés segítségével vizsgálja e tényezőket. Az eredmények megerősítik a szekunder tényezőrendszert, illetve az online „életforma” vásárlási jellemzőit, bár ez terméktípustól is függ.

RÉVÁSZ MELINDA

revaszmelinda@gmail.com

Marketing

MSc, 3. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Prónay Szabolcs

egyetemi adjunktus, SZTE GTK

Egyik kutya, másik eb - avagy a kutyatartók fogyasztói magatartásának vizsgálata

Kulcsszavak: Fogyasztói magatartás; kutyák; vásárlási döntés; kutyatulajdonosok; kutatás

Dolgozatom célja volt azt vizsgálni, hogy mi jellemző a magyarországi kutyatulajdonosok fogyasztási szokásaira. A kutyatartók vásárlási szokásait, illetve a kutyák jelenlegi életkörülményeit vizsgáltam. Dolgozatom célja a következő kutatási kérdések megválaszolása: Mi jellemző a kutyatartók vásárlási magatartására? Vásárolnak az interneten a kutyájuk számára? Megjelenik náluk a márka- vagy szolgáltatóhűség? Van eltérés a kint és a bent tartott kutyák életmódja mögött? Valóban családtagnak számít a kutya?

A szekunder források feldolgozásán túl egy három részből álló primer kutatást is végeztem. Az első rész egy strukturált megfigyelés, amely során a kutyával kapcsolatos közösségi oldalon lévő csoportokat vizsgáltam az általam kiválasztott szempontok alapján. Ezt követte primer kutatásom második része, egy online kérdőív. Ez a kvantitatív mérési módszer lehetőséget adott arra, hogy a mintámban szereplő kutyatulajdonosok fogyasztói szokásairól, kutyájukhoz fűződő viszonyáról bővebb információhoz jussak és a felállított hipotéziseimet tesztelhessem. Végül a kérdőíves kutatás egyes eredményeit egy kvalitatív módszer, a fókuszcsoport segítségével tovább vizsgáltam annak érdekében, hogy megértem a válaszok mögöttes tartalmát.

Kutatásom során megállapítottam, hogy a kutyatartók családtagként tekintenek a kutyájukra, ami a számukra történő vásárláskor, a szolgáltatók kiválasztásakor is megjelenik. Válaszadóim lojálisak a szolgáltatókhoz. A legtöbben ismerős ajánlása alapján választottak állatorvost. Kitöltőim közül meglehetősen sokan vásároltak már a kutyájuk számára az interneten. A kutya által birtokolt tárgyak, igénybe vett szolgáltatások és aközött, hogy a kutya kint a kertben vagy bent a lakásban él, van kapcsolat. A kutatásom során egy új trendet is felfedeztem, melyben további kutatási lehetőséget látok.

GRÉCZI DÁNIEL

danielgreczi@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

Témavezető:

Papp Judit

adjunktus, BGE KVIK

Magyar főiskolások, egyetemisták döntéshozatala kiskereskedelmi egységekben

Kulcsszavak: felső oktatás; tanulók; kiskereskedelem, fogyasztói magatartás; döntéshozatal

Fogyasztói magatartás szempontjából a magyar főiskolások és egyetemisták egy egyedi jellemzőkkel és paraméterekkel rendelkező fogyasztói csoportot alkotnak. Ezek a hallgatók a felsőoktatás éve alatt kezdik el felnőtt életüket. Ez az időszak sok változást okoz életükben, ahogy többségük önálló életet kezd élni és egyre közelebb kerülnek a munka világához. Ezen időszak változásai életük legkülönbözőbb területeire is kihatással vannak, mint például, hogy hogyan költik el pénzüket.

Kutatásom fő célja, hogy lehetőségeimhez mérten megismerjem a vizsgált célcsoportom döntéshozatalát kiskereskedelmi egységekben. Azért választottam a kiskereskedelmi egységeket, mint kutatásom színterét, mivel ezekben az üzletekben általában igen erőteljesen jelen vannak a különböző in-store marketing megoldások, amelyek vásárlásra motiválják a fogyasztókat.

A releváns szakirodalom áttekintése után a dolgozatom középpontjában maga a primer kutatásom áll. Primer adatok gyűjtése érdekében készítettem egy online kérdőívet. Azért választottam ezt a kvantitatív kutatási formát, mivel úgy gondolom, hogy ezt a célcsoportot on-line felületen lehet a leginkább elérni. Az on-line kérdőívem öt különböző, de mégis egymáshoz kapcsolódó részekre bontható, amelyek egy átlagos vásárlás logikai sorrendjét követik, kezdve a bolt kiválasztásától egészen a fizetésig. Fő célom, hogy teszteljem hipotéziseimet és ezáltal egy közelebbi képet mutassak erről az igen érdekes fogyasztói csoportról. Valóban teljen impulzívok a magyar felsőoktatási hallgatók, mikor FMCG termékek vásárlására kerül a sor? Vajon hogyan hatnak a különböző in-store marketing megoldások vásárlásukra? Vajon van kapcsolat a tudatos vásárlás és az önellátás szintje között? Kutatásomban ilyen és hasonló kérdésekre keresem a választ.

OROSZI NELLI

oroszi.nelli@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Prónay Szabolcs

egyetemi adjunktus, SZTE GTK

Kisgyermekes anyák lojalitásának vizsgálata a babakozmetikai termékek tekintetében

Kulcsszavak: lojalítás, szájreklám, babakozmetika, anya

Dolgozatomban a lojalitást a kisgyermekes anyák babakozmetikumokhoz fűződő viszonyának bemutatása útján vizsgáltam. E piac speciális volta révén a lojalítás fő motivációjának a bizonytalanságkerülést tekintettem, ezek tükrében kutatási kérdésemet az alábbi módon fogalmaztam meg: Magyarázható-e a kisgyermekes anyák babakozmetikumokhoz fűződő márkahűsége a magas bizonytalanságkerüléssel?

Primer kutatásomban kvalitatív és kvantitatív mérést is végeztem. Hipotéziseim részben igazolódtak, részben új kutatási irányokat vázoltak fel. Igazolást nyert az a feltételezésem, mely szerint a kisgyermekes anyukák előzetes, a vásárlást megerősítő információ nélkül nem szívesen vásárolnak babaápolási termékeket. Új kutatási irányt vetett fel az a kérdés, hogy a kisgyermekes anyukákat mi veheti rá arra, hogy bevált babaápolási termékeiket lecseréljék, s e tényezők közül melyik dominálhat.

Központi kérdésekre vonatkozóan megállapítottam, hogy a kisgyermekes anyák babakozmetikumokhoz fűződő márkahűsége magyarázható e termékek irányába tanúsított bizonytalanságkerüléssel. Kutatási eredményeimet figyelembe véve elképzelhetőnek tartom, hogy a kisgyermekes anyák és a babakozmetikai termékek közti kapcsolat jövőbeni vizsgálata további újdonságokat is tartogathat a marketingtudományok számára.

KRÁLIK ESZTER

keszterluca@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 6. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Petruska Ildikó

egyetemi docens, BME GTK

Látássérültek vásárlói magatartásának vizsgálata – Nehézségek és megoldási javaslatok

Kulcsszavak: társadalmi felelősségvállalás; hátrányos helyzetű fogyasztók; látássérültek; vásárlási döntési folyamat; érzékelt kockázat

A fogyatékkal élők vásárlási nehézségeinek és döntési kockázatainak csökkentése a társadalmi felelősségű marketing egyik fontos problémaköre, azonban az említett terület korántsem kap akkora figyelmet, mint kellene.

Dolgozatom elsődleges célja annak feltárása, hogy milyen nehézségekkel szembesülnek a látássérültek vásárlási döntési folyamatuk során, figyelembe véve annak különböző szakaszait, továbbá bemutatom a nehézségek kiküszöbölésére alkalmazott nemzetközi megoldásokat, és értékelem ezeket a problémákra adott válaszok és az adaptációs lehetőségek szempontjából. Mélyinterjúk és fókuszcsoportos beszélgetések formájában lefolytatott kvalitatív kutatásom eredményei alapján feltárom a problémával járó döntési helyzeteket: a szükséges információk beszerzésének, az üzleten belüli és az online csatornákon való tájékozódásának, a termékek beazonosításának vagy a fizetési mód megválasztásának nehézségeit. A 2014 szeptemberében indult „VAKBARÁT ÜZLET” projekt felelősével készített interjú alapján pedig bemutatom a látássérültek vásárlói döntéseinek segítése érdekében már megtett hazai lépéseket, és körbejáróm a jövőben kivitelezhető megoldásokat.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció

Marketing – fogyasztói magatartás II.



LIPTÁK LILLA

focislilla@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 1. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Prónay Szabolcs

egyetemi adjunktus, SZTE GTK

A közösségi tagság hatása a vegán fogyasztók magatartására

Kulcsszavak: vegán; közösség; életmód; fogyasztói magatartás; marketing

A TDK dolgozatom célja, hogy egyrészt bemutassa a vegán fogyasztók motivációit és fogyasztási szokásait, ezen felül pedig, megvizsgálja, hogy a vegán közösségi tagság milyen hatással van a tagok fogyasztói magatartására. Szekunder kutatásom során bemutatom a vegán életstílus jellemzőit, az életmóddal összefüggésbe hozható trendeket, illetve a fogyasztói közösségeket és azok hatását ismerttettem. A primer kutatásom során először strukturált és strukturálatlan megfigyelést végeztem a legnagyobb magyar, online vegán közösség a Vegan in Hungary facebook csoportban. Ezt követően három vegán fogyasztóval készítettem mélyinterjút, melyek során még jobban megismerhettem a fogyasztói csoport gondolkodásmódját, szokásait. A tapasztaltak alapján készítettem el a kvantitatív kutatásomhoz az online kérdőívet, melyet önkényes és hólabda módszerek segítségével juttattam el a vegán fogyasztókhoz. A hipotéziseim segítségével azt vizsgáltam, hogy a közösségeknek milyen tényezők esetén van befolyásoló szerepük. A kérdőív alapján az derült ki, hogy a közösségi tagok egészségtudatosabbak, kevésbé tartják anyagilag megterhelőnek a vegán életmódot, viszont nem bizonyultak nyitottabbak a bio- és fair trade termékek iránt a nem közösségi tagokhoz képest. Emellett azt az állítást miszerint a közösségi tagok környezettudatosabbak lennének sem elvetni, sem elfogadni nem lehetett. Ennek vizsgálatára további kutatások lennének szükségesek. Továbbá beigazolódott, hogy a közösséghez való tartozástól függetlenül domináns a vegán fogyasztók körében az állatok védelme iránti elkötelezettség. Mindezek mellett az is igazolódott, hogy a közösség kisebb, elkülönülő csoportokra osztható, vagyis nem feltétlenül helytálló megközelítés a vegánokat egy homogén szegmensként kezelni marketing szempontból.

BARCS JÚLIA RITA

julia.barcs@evk.hu

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Jenes Barbara

adjunktus, BCE GTK

A táplálkozásmarketing sikere a funkcionális élelmiszerek piacán

Kulcsszavak: táplálkozásmarketing; funkcionális élelmiszer; egészségtudatosság; marketingkommunikáció; cereáliapiac

Dolgozatomban azokra a kérdésekre keresem a választ, miért és hogyan alakultak át a fogyasztói igények az élelmiszerpiacon, és erre reflektálva a vállalatok hogyan változtatták meg marketingkommunikációjukat, annak érdekében, hogy kielégítsék ezeket a fogyasztói igényeket, és ezzel egyidejűleg teljesítsék a vállalatok profitorientált törekvéseit. Hipotézisként azt állítom, hogy a magyar fogyasztók tudatosabban keresik, egyre nyitottabbá válnak az egészségesebb termékekre, az egészségfókuszú marketingüzenetekre, nem utolsósorban az addicionális előnyökkel rendelkező funkcionális élelmiszerekre. Bevezetésként ismertetem a táplálkozásmarketing tudományterületének alapvető fogalmait és elméleteit. Primer kutatásként a Neticle online médiafigyelő és elemző programjának használatával vizsgálom fogyasztói attitűdöt és gondolkodásmódot a cereáliák piacán. Vállalati oldalról konkrét példaként bemutatom a hazai piacvezető nagyvállalat, a Nestlé gabonapehely termékeivel kapcsolatos egészségfókuszú marketingkommunikációt, ami a funkcionális termék előnyöket állítja középpontba.

TÖRŐ RÉKA

toro.reka@gmail.com

Marketing

MSc, 1. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezetők:

Prof. Dr. Illés Bálint Csaba
egyetemi tanár, SZIE GTK

Prof. Dr. Lehota József
egyetemi tanár, SZIE GTK

A vállalatok társadalmi felelősségvállalása speciális étrendi igények figyelembevétele kapcsán

Kulcsszavak: társadalmi felelősségvállalás (CSR); lisztérzékenység; fogyasztói és vásárlási szokások; diéta; work-life balance

A vállalatok társadalmi felelősségvállalása (CSR) a vállalatok működésének egy üzleti szempontból nem kötelező része, amely inkább a dolgozók és a társadalom felé gyakorolt gesztus. Célja távolabbra mutat, mint a közvetlen profitszerzés, azonban hosszútávon jövedelmező lehet. A CSR fogalma nehezen körülírható, hiszen lényege a dolgozók és a környezet elégedetté tétele – ezért a tevékenységek köre igen változatos lehet, egyaránt függ a vállalat profiljától és nagyságától, illetve a környezettől, egyéb érintettektől (célközönségtől) is. Irányulhat belső és külső érintettek felé is, juttatások, programok, kedvezmények formájában.

Dolgozatomban a speciális táplálkozási igények (táplálékallergiák, közülük elsősorban a lisztérzékenység) kapcsán kutattam. A táplálékallergiák napjainkban egyre elterjedtebbek mind világszerte, mind hazánkban. Ez elsősorban az orvosi diagnosztika fejlődésének köszönhető, ám a növekvő figyelem is segít felismerni a betegeket. A lisztérzékenység felismerése is nehézkes, a mai napig rengeteg tévhit kering róla. Gyógymód még nem ismert, egyetlen kezelési módja az élethosszig tartó szigorú diéta, mely komoly életmódváltást követel megkezdésekor.

A vállalatok társadalmi felelősségvállalását két fő oldalról lehet e témában megközelíteni: a diétázók mint vásárlók, illetve a diétázók mint dolgozók szemszögéből.

A diétához kapcsolódó élelmiszerek kiválasztásakor az élelmiszergyártók tájékoztatása kiemelkedően fontos. Ma már törvényi szabályozások írják elő az allergén információk megjelenítését, ám a jogi szabályozások alól is vannak kibújók, találhatóak kérdéses területek.

Az életmódváltás és a diéta kihat a diétázó magánéletére és munkájára is. Kulcsfontosságú, hogy a közvetlen környezet, azaz a család és munkatársak hogyan viszonyulnak a megváltozott életmódhoz. Az ember életének igen jelentős befolyásoló tényezője a munkahely, így a kollegák és a vezetők viselkedése segítheti vagy nehezítheti a diétához kapcsolódó új problémák elfogadását és megoldását – hiszen a diéta miatt a munkahelyen elköltött ebédet, céges rendezvényeken való étkezést jól át kell gondolni, előre tervezni.

Kutatásom első lépéseként a lisztérzékeny diétában érintettek diétához kapcsolódó szokásait (orvosi ellátás, étkezés, vásárlás) mértem fel kérdőíves kutatás alapján. Pályamunkám eredményei azokat a problémákat foglalják össze, amelyet a CSR szempontjából is célszerű tovább vizsgálni.

GYÖRGY BÁLINT

gyorgy.balint91@gmail.com

Marketing

MSc, 4. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Törőcsik Mária
egyetemi tanár, PTE KTK*

„DIVATKONDI”, AVAGY FÉRFIAK A KONDITEREMBEN – FÉRFI ÉS NŐI MOTIVÁCIÓK VIZSGÁLATA

Kulcsszavak: Fogyasztó magatartás; Testedzés; Férfi; Nő; Motiváció

A mai világban kiemelkedő jelentősége van annak, hogy az emberek, hogy néznek ki, milyen ruházatot viselnek, milyen a megjelenésük. Megváltozott az emberek szemléletmódja a testtel kapcsolatosan.

TDK dolgozatomban arra szerettem volna felhívni a figyelmet, hogy kezd kialakulni egy olyan fogyasztói csoport, amivel már számolni kell. Ez a csoport a konditerembe járók csoportja. Sokan járnak manapság konditerembe, éppen ezért az ő fogyasztásuk egyre inkább kezd fontossá válni akár az étkezéssel, vagy az táplálékkiegészítő-szer gyártókkal kapcsolatosan, de beszélhetnénk a specifikusan kondizásra kialakított ruházati termékek gyártóiról is. Mindenképpen megfigyelhető a kondizók csoportjának növekedése.

A dolgozatom elméleti részeiben a férfi testet, valamint annak átalakulását vizsgálom annak fényében, hogy hogyan változott az elmúlt időszakban. A kutatási részben a dolgozatomban a férfiakat, valamint a nőket hasonlítom össze a konditermi szokásaikat illetően. Sikerült meghatározni – nem reprezentatív, kis elemszámú mintán – 4-4 klasztert a férfiak, valamint a nők csoportján belül.

A dolgozatom kutatási részének középpontjában 3 hipotézis áll, amiket egy online kérdőíves megkérdezés alapján igazoltam, vagy cáfoltam meg:

H1: A férfiak és a nők különböző motivációkkal mennek el a konditerembe.

A vizsgálat alapján igazolást nyert ez a hipotézis miszerint a férfiak és a nők különböző motivációval mennek el a konditerembe.

H2: A férfiak számára a nőekkel ellentétben sokkal fontosabb az izomgyarapítás, mint a fogyás.

Véleményem szerint ez a hipotézis bizonyítást nyert. A férfiak számára fontosabb az, hogy izmot növeljenek, mint az hogy fogyjanak. A nők inkább fogyni szeretnének, mint izmosodni. Fordított arányosság áll fent a férfiak izmosodása, valamint a nők fogyási hajlandósága közt.

H3: A férfiak teljesen más tevékenységeket végeznek az edzésen kívül egy teremben, mint a nők.

Úgy gondolom, hogy ezt a hipotézist el kell vetni, mivel a kutatás során arra a következtetésre jutottam, hogy a férfiak és a nők az edzésen kívüli tevékenysége a teremben nagymértékben hasonló.

Összességében elmondható, hogy a férfiak és a nők egyre inkább hajlamosak konditerembe járni, azonban nem ugyanazon motivációk miatt. A nők fogyni, a férfiak izmosodni szeretnének.

CSONTOS BLANKA

blanka.csontos@gmail.com

Marketing

MSc, 2. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Prónay Szabolcs

egyetemi adjunktus, SZTE GTK

Férfiak és nők hozzáállásának vizsgálata luxustermékekkel és hamisítványaikkal kapcsolatban

Kulcsszavak: luxustermék; márka; hamisítvány; nemek; referencia csoport

A dolgozatom fő célja, hogy feltárja a férfiak és nők közötti különbségeket a luxusmárkák replikáihoz való hozzáállásukat illetően. Egy másik cél pedig, hogy az olvasókkal megismertesse a hamisítványok világát, a vásárlásukkal járó negatív következményeket.

Az alkalmazott módszerek között szerepelnek fókuszcsoportos interjúk 26 résztvevővel, illetve egy 308 mintás kérdőív. A kérdőívre adott válaszok elemzését SPSS program segítségével, gyakoriságok vizsgálatával és kereszttábla elemzésekkel illetve különböző tesztekkel végeztem. Ezek alapján döntöttem el az 5 hipotézisemről, hogy elfogadhatók-e, vagy nem.

A legfőbb eredmény, hogy bizonyos vizsgált területeken valóban mutatkoznak különbségek a két nem között. A férfiakat sokkal kevésbé érdekli az, ha valaki felismeri, hogy replika terméket vásárolt, míg a nőkben ez nagyobb frusztrációt kelt, jobban akadályozza őket abban, hogy hamisítványokat fogyasszanak. Egy másik fontos megállapítás, hogy a válaszadóimra egységesen jellemző az, hogy nem tudják hatékonyan megállapítani egy termékről, hogy az hamis-e.

A dolgozat rámutat arra, hogy sokkal jobban tudatosítani kellene a magyar fogyasztókban is a hamisítványok vásárlásának árnyoldalát, mert nincs elég nagy hangsúly ezen. Amíg pedig a fogyasztók nem állnak ellen a replikáknak, addig megállíthatatlanul fognak terjedni.

MOLNÁR ZOLTÁN

zoltanmolnar27@gmail.com

Kereskedelem és Marketing

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Fehér András
ügyvivő-szakértő, DE GTK*

Online fogyasztói magatartás jellemzői Európában

Kulcsszavak: online;marketing;fogyasztó;magatartás;vásárlás

Az internet megjelenésével egy teljesen új piaci lehetőséget kaptak a vállalkozások eladni termékeiket, és megismerni a fogyasztókat. Azt is mondhatnánk, hogy minden, amire szükségük volt adottá vált. Mégis a tendenciák alapján úgy tűnik, hogy a kis- és középvállalkozások szintjére a vártnál lassabban jut el. Akikhez pedig eljut, sokszor nem megfelelően tudják használni, így nem is igazán érzélik a teljes potenciálját. Magára az online marketingre pedig igen kevés hányadát szánják a vállalkozások a bevételeiknek. Pedig azon túl, hogy költséghatékony megoldásnak számít a hagyományos marketinggel szemben, számos más előnye létezik még.

Dolgozatom általános célkitűzése ezért az volt, hogy ismertessem a mai digitális gazdaság előnyeit és hátrányait, elemezzem, hogy ebben a tekintetben Magyarország milyen helyet foglal el az Európai Unióban. Célom az online vásárlói magatartás elemzéséből rávilágítani arra, hogy milyen szituációk okozhatják a vállalkozások kudarcait, amely fakadhat általános, vagy kifejezetten nemzeti preferenciákból. Mindezt egy STEEP analízisen keresztül vezettem le, amelyet a digitális fogyasztók vásárlói magatartásának feltérképezése követett. A szekunder adatgyűjtést követően pedig egy online nem reprezentatív primer kutatást is elvégeztem, amelyen keresztül rálátást kaptam, hogyan reagálnak a digitális fogyasztók a különböző online vásárlással kapcsolatos állításokra. Ezt követően a kérdőíves felmérésem eredményeimnek elemzését végeztem el, és hasonlítottam a felmérésben szereplő hazai kitöltőket (416 fő) a többi Unió tagország válaszadóihoz (211 fő). Megállapítható volt, hogy Magyarországon a vásárlók preferenciarendszere sokkalta eltérőbb a kelet és nyugat európai országoktól, így csakis hazánkat vizsgálva teljesen más eredményeket kaphatunk, mint a többi tagállamban. A magyar válaszadók például a leginkább a személyes átvételt és utánvétellel való fizetési módokat preferálták, míg ezzel szemben a többi tagállamban már kedveltebb a bankkártyával való fizetés.

Véleményem szerint ezek a vásárlói magatartásbeli különbségek nagy hatással bírnak egy vállalkozás életére. Helyi fogyasztóink meglehetősen máshogy gondolkodnak az internetes vásárlásról, mint mi azt gondoltuk volna. Meglátásom szerint ezért sokkal inkább nemzeti szinten kellene vizsgálni az online marketinget és hatásait, minthogy a nemzetközi statisztikákból építkezzünk.

MEDVE ILDIKÓ

medveildii@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

Témavezető:

Dr. Bráváczy Ibolya

főiskolai docens PhD, BGE KVIK

Szeretetbiznisz, avagy a nők vs. férfiak ajándékozási szokásai

Kulcsszavak: nők; férfiak; ünnepek; ajándékozási szokások; fogyasztói magatartás

Vajon egyformán fontos a nők és a férfiak számára az ajándékozás? Mennyit és milyen formában költenek egymásra Valentin-napkor és karácsonykor? Mennyire befolyásolják a két nemet az ajándékválasztás szempontjából a reklámok, vagy inkább máshonnan informálódnak? Rengeteg kérdés merült fel bennem, amelyekre kutatásommal kerestem a választ.

A Valentin-nap Bálint pap legendájából ered, aminek következményeképpen üdvözlőlappal köszöntötték szeretteiket ezen a napon az emberek, Angliában ünnepelték először, mégis sokan Amerikára asszociálnak. Napjainkban már karácsony után a második legforgalmasabb időszaka a kereskedőknek.

100 évvel ezelőtt még csak a gazdagok kiváltsága volt a karácsony, a reklámok megjelenésével együtt megjelentek a slágertermékek, amire mindenki vágyott, kezdetben Verne Gyula regények és vekkeróra. Később már adventi vásárt is rendeztek a Pesti Városháza előtt, a karácsonyfa ilyenkor még státuszszimbólumnak számított, az arisztokraták kiváltsága volt.

Mára már számos országban ezek az ünnepek jelentős bevétel növekedést eredményeznek mind a kereskedelemben, mind a vendéglátóiparban, főként az édességgyártók és forgalmazók, a virágárusok és a szállodaipar szárnyal. Az impulzusvásárlások száma jelentősen megugrik ebben az időszakban. Az évszázadok folyamán lassan a fogyasztói társadalom ünnepeivé váltak.

Kutatásom fő célja volt megvizsgálni a nőket és a férfiakat Valentin-napi, illetve karácsonyi ajándékozási szokások szempontjából. Ennek megvalósítása érdekében ugyanazt a kérdőívet alkalmaztam mindkét nemnél, amiben a párjukkal kapcsolatos ajándékozási szokásaikra kérdeztem rá, melyben 357 nő és 160 férfi vett részt. A kapott eredményekből nemek szerinti összehasonlítást végeztem, majd Pearson-korrelációval a változók közötti összefüggéseket mértem fel. Végül klaszteranalízis alkalmazásával feltártam és jellemeztem a nők különböző csoportjait, szocio-demográfiai jellemzőik és ajándékozási szokásaik alapján.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció

Marketing – imázs, márkázás



KORNÉLIA KOVÁCSOVÁ

nelli.kovacsova@gmail.com

Marketing

MA, 3. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Mitev Ariel Zoltán

Egyetemi docens, BCE GTK

A márkaválasztás háttérében álló tényezők, a márka megszemélyesítésének szerepe

Kulcsszavak: márkaszemélyiség, arcok, stratégia, antropomorfizmus, szimbólumok

Dolgozatomban a márkaszemélyiségek és fogyasztók viszonyát napjaink marketing szakirodalmában újdonságnak számító, az irodalom által mégis régóta alkalmazott módszerrel, a megszemélyesítés eszközével vizsgálom.

A megszemélyesítés szerepét a divatipar, a közéleti személyiségek és pénzügyi szolgáltatások szemszögéből is megvizsgáltam. Bemutatom, hogy egy közéleti márkastratégia kidolgozásánál, milyen fontos szerepet játszik például az ismertség foka. Szembeállítom az antropomorfizmus és a megszemélyesítés fogalmait, melyet a személyes márkaépítés és az önkifejezés viszonyában Picasso életműveivel szemléltetek.

SZABÓ KRISZTOFER

duplaszabo@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Gombos Szandra

Egyetemi tanársegéd, SZE GK

A régiségek világában - "Márkának nevezhető -e a régiség?"

Kulcsszavak: régiség; márkázás; márkaszemélyiség; netnográfia

Témaválasztásomat az ihlette, hogy az elmúlt években új szemléletmód jellemzi a régiség megítélését hazai és nemzetközi viszonylatban egyaránt, melyet egy korábban még nem vizsgált nézőpontból kívántam tanulmányozni. Ennek okán a dolgozatom célja választ kapni arra a kérdésre, felvetésre, hogy „Márkának nevezhető -e a régiség?”.

Életünk mindennapi részét képezik a régiségek a márkához hasonlóan, amik már feltartóztathatatlanul terjednek mindenfelé a világban (Olins, 2004), és kijelenthetjük, hogy a márkák életünk szövevényévé váltak (Randall, 2000). Kutatásomban a márkával kapcsolatos szakirodalmak áttekintését követően kitérek a régiség fogalmának tisztázására, a magyar és nemzetközi régiségkereskedelem különbségeire. A kvalitatív kutatásom során 10 ország 17 régiség kis- és nagykereskedőjével készített mélyinterjúk által, és egy egyre szélesebb körben alkalmazott online tanulmányozási technika, a netnográfia (Kozinets, 2002) segítségével feltártam, hogy mit jelent a régiség az azzal kapcsolatban állók számára. Ezen felül a mélyinterjúk megkérdezettekkel a régiség imázsvizsgálatát is elemeztem egy projektív technika, a márkaszemélyiség koncepciójának alkalmazásával.

Az elvégzett kutatás jóvoltából értékes információkhoz jutottam a régiségek világáról, valamint sikerült választ kapnom a dolgozatom fő kérdésére, miszerint bizonyos szempont alapján márkának nevezhető a régiség.

MAUL ANDREA
maul.andrea90@gmail.com
Marketing
MSc, 3. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

VALLER KLAUDIA
klaudia.valler17@gmail.com
Marketing
MSc, 3. félév
Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Bakucz Márta
egyetemi docens, PTE KTK*

Az élhető Mosonmagyaróvár stabil imázsának komplex elemzése

Kulcsszavak: Imázskonceptió; Mosonmagyaróvár; településmarketing; márkáépítés

A dolgozatunk témája Mosonmagyaróvár jelenlegi helyzetének és imázsának ismertetése, valamint egy általunk kiválasztott imázskonceptió elemzése

Két kutatási célt tűztünk ki. Az egyik egy egységes, versenyképes és stabil imázs építése Mosonmagyaróvár számára, amely illeszkedik az adottságokhoz és a város igényeit képes kielégíteni. Továbbá ezzel az imázssal stabil helyet tud biztosítani magának a desztinációs piacon. A másik célunk pedig, hogy átpozícionáljuk ezt a várost, tehát ne csak ipari városnak tekintsék a célcsoportok ezt a dinamikusan fejlődő várost, hanem vegyék figyelembe az egyedülálló turisztikai adottságait is (fogászati turizmus, termálvíz). Az empirikus primer kutatás előtt elvégeztünk egy szekunder kutatást, amellyel leginkább a Mosonmagyaróvár aktuális helyzetét és imázsát mértük fel.

A megfelelő imázs létrehozása érdekében két primer kutatást végeztünk. CAWI módszerrel megkérdeztük a helybeli lakókat, mert ők tudják milyen a település és mi kell szülővárosuknak és a nem helyieket azért, hogy külsős személyektől is információkat szerezzünk a városról. A mintánk nem reprezentatív, ugyanis a város lakói közül összesen 43-an, míg a nem mosonmagyaróváriak közül 115-en töltötték ki a kérdőívet. Kvantitatív kutatás mellett elvégeztük a kvalitatív kutatást, azon belül mélyinterjút készítettünk 3 szakértővel, hogy egy átfogó képet kapjunk a városról szakértői szempontból.

Kutatásaink alapján kiválasztottuk a szerintünk legmegfelelőbb imázst Mosonmagyaróvár számára. Úgy véljük, a város részére az élhető város lenne a legjobb opció, mivel magába foglalja mind az ipart, a gazdaságot, a turizmust. Annak ellenére, hogy több város is az élhető város imázst preferálja, úgy véljük, hogy a Mosonmagyaróvár számára valóban megfelelő asszociáció lenne, hiszen minden olyan értékkel rendelkezik, ami biztosítja az életszínvonal minőségét.

MÁDI SÁNDOR

sandormadi94@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

Témavezető:

Marczellné Szilágyi Eszter

főiskolai adjunktus, ZSKE

Az Eurovíziós Dalverseny, mint nemzetközi zenei rendezvény hatásai a rendező ország imázsára

Kulcsszavak: országmárkázás, országimázs, országmárka, Eurovíziós Dalverseny

A Guinness-rekorddal is rendelkező nemzetközi zenei rendezvényt, azaz az Eurovíziós Dalversenyt évről évre közel 200 millióan követik figyelemmel világszerte - Európán kívül az Amerikai Egyesült Államokban és Kínában is közvetítik, sőt 2015 óta Ausztrália részt is vesz az Eurovízión.

A házigazda ország számára kihagyhatatlan és sokszor vissza nem térő lehetőségeket kínál az Eurovízió: a sajtótermékek címlapjára kerül az ország és a rendező város neve, rajongók hadai zarándokolnak el a verseny helyszínére, a világ minden szegletéből újságírók utaznak oda és a résztvevő országok előadói valamint delegációi is minden évben elérik az 500 főt. A hatás sem marad el: megnövekszik a vendégéjszakák száma, valamint megnő a fogyasztás is – egyszóval: a turizmus és a kereskedelmi iparág fellendül. 2012 májusában az azerbajdzsáni Bakuba a megszokotthoz képest 10-20.000 többen érkeztek – köszönhetően az Eurovíziónak . 2013-ban, szintén a megrendezés hatására közel 22 millió euró extra jövedelemre, és 132 millió eurónyi reklámértékre tett szert Malmö városa.

Dolgozatom elsődleges célja a dalverseny-kínálta országimázs formálási lehetőség vizsgálata, amely során interjút készítettem Európa hat szegletéből származó, az adott ország delegációjában is részt vevő PR-szakemberrel. A válaszok alapján megállapítottam, hogy a kínálgató lehetőségeket az utóbbi évek során többnyire jól használták ki az országok, viszont a pozitív hatás tartóssá válásához jellemzően több kell, mint a verseny alatti kedvező benyomás kialakítása csupán a vonzó külsőségek alkalmazása által: a valós vonzerőhöz sokszor hiteles változásokra van szükség – legyen szó akár az infrastruktúráról, akár az alapvető emberi jogok biztosításáról. Az interjúkon túl felmértem a fiatal felnőttek korosztályába tartozó magyarok rendezvénylátogatási célból lebonyolított utazási szokásait. A beérkezett visszajelzések alapján egy-egy kedvelt rendezvény miatt a magyarok hajlandóak akár külföldre is elutazni, és ott akár több napot eltölteni, növelve ezzel a meglátogatott ország fizetőképes keresletét is.

SZEMES MILÁN
myloo92@gmail.com
MScAM
MSc, 4. félév

Pécsi Tudományegyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Lányi Beatrix
adjunktus, PTE KTK*

Analysis of the Relationship between the Five Senses in Branding The Holistic Sensory Evaluation of Oreo, Pringles, and Toblerone

Kulcsszavak: érzékszervek, érzékszervi márkázás, érzékszervi kölcsönhatás, kóstolás, nassolnivalók

Az öt-dimenziós márkaértékelés egy új és innovatív megközelítést jelent az érzékszervi marketing terén. Ezen típusú márkastratégia alkalmazása azt jelenti, hogy mind az öt érzékszerv szerepet kap, ezzel új lehetőségeket nyílnak meg arra, hogy erősebb kötelék alakuljon ki a fogyasztók és a márka között. Abban az esetben, ha termék bővelkedik az ún. élvezeti értékekkel, e megközelítés nagymértékben helytálló és a több-szenzoros márka-élmény az, amely a leginkább elemezhető.

A dolgozatnak a célja azon tényezők feltárása, és a közöttük lévő kapcsolat megértése, mely az öt érzékszervhez szorosan kapcsolódik a márkázásban. Ezen kapcsolatok feltárása a nassolnivalók körében valósult meg, kvantitatív és kvalitatív módszerek alkalmazásával, melyek ugyanakkor átfogóbb érzékszervi értékelést tehetővé. A kóstolás szerepe a márka azonosításának esetén szintén megvizsgálásra került a befolyásos érzékszervi hatások szempontjából. Három márka került kiválasztásra, melyek az érzékszervi értékelés alapját képezték, több-szenzoros márka-élmény került vizsgálatra, tehát az ízlelés hatása ebben a termékkörben feltételezhetően a leginkább meghatározó.

A távolsági érzékszervek szerepe még befolyásosabb, de kizárólag a közelségi érzékszervek bevonásával egyidejűleg. A kutatás eredményeit tekintve, egyértelműen megállapítható, hogy az érzékszervi kölcsönhatások állnak a több-szenzoros márka élmény központjában. Ez magában foglalja számos termékjellemzőt úgy, mint; forma, szín, vagy illat, melyek az egyetlen megkülönböztető elemek egy-egy bizonyos márka esetében. Ebből a szempontból, a vizsgált termék típusa alapján, a tapintás szerepe merőben korlátozott jelentőséggel bír a több-szenzoros márka tapasztalat terén, valamint a legbefolyásosabb értelemben az ízlelés szolgál alapul a pozitív termék tapasztalat elérésében.

Bármilyen fajta nassolnivaló fogyasztása – lehet az sós vagy édes – több mint enni valamit, hogy az éhség érzete csökkenjen. A nassolás jelenthet örömet, tekinthető mint egy ajándék, és megfogalmazódhat úgy is, mint egy ünnepi pillanat. A többség úgy gondolja, hogy van olyan alkalom, amikor csak akkor fogyasztanak nassolnivalókat, ha megérdemlik azt, vagy egy különleges alkalom érkezik el, és ez által jellemző az, hogy jobb minőségű márkát választanak. A kiválasztott márkák azok, amelyek fogyasztása főleg különleges alkalmakkor történik, és olyan jelentősebb és kivételes értékeket viselnek, melyek sikeresen alapozhatják meg a több-szenzoros márka élményt.

ANNA FENYVESI

f.anna1992@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 4. félév

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

*Témavezető:
Saáry Réka
tanársegéd, OE KGGK*

Hírnév alapján bankol? Négy magyarországi bank hírnevének vizsgálata

Kulcsszavak: Hírnév; Bank

Dolgozatomban a Magyarországon jelenlévő négy legnagyobb reklámköltő bank hírnevének, megítélésének alakulását vizsgálom, nevezetesen az OTP, az Erste, a Budapest és a K&H Bank esetében. Az elméleti részben kifejtem, hogy milyen fontos szerepet játszik a hírnév építésben az image és az arculat ápolása, mely tényezők ezek fontos összetevői és mi a szerepük a vállalat sikerében.

A szakirodalmi áttekintést a vállalati reputációt mérő modellek áttekintésével folytatom, amelyek az empirikus kutatásom elméleti alapját is adják. A hírnevet építő eszközöket gyakorlati bemutató fejezetben elemzem, amelyben a dolgozat szempontjából hasznos információkat, adatokat gyűjtök a fent említett bankokról. A piaci helyzetük vizsgálatát követően röviden összehasonlítom őket, kitérve a fő kommunikációs üzeneteikre, az arculati elemekre, online jelenlétükre, a társadalmi felelősségvállalásukra és az általuk szponzorált események bemutatására.

A szakirodalmi elemzést illetve a hírnevet építő aktivitások gyakorlati bemutatását követően empirikus kutatásom eredményeit mutatom be. A kutatás célja a pénzügyi szolgáltatói hírnév megítélésének feltárása.

B. KIS MARCELL

bkismarcell@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

BEREGSZÁSZI ATTILA

beregsz.attila@gmail.com

Kereskedelem és Marketing

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Neulinger Ágnes

egyetemi docens, BCE GTK

Márkapreferenciák conjoint analízise a magyar cigarettapiacra

Kulcsszavak: conjoint analízis; dohányipar; marketingkutató; piackutató; márkapreferencia

A kutatás a magyar dohányipari szabályozások hatásmechanizmusának vizsgálata érdekében meghatározza a márka, mint döntési kritérium fontosságát és márkanév szerinti változását a budapesti egyetemista dohányosok körében.

A márkaválasztás mechanizmusát Srinivasan, Park és Chung (2005) modelljén keresztül vizsgálva először felvázolja a fogalmi hálót a márkaérték és image körül, majd a hirdetések fogyasztói preferenciákra ható erejét mutatja meg. A dohányipari marketingstratégiák kulcselemeként határozza meg a márkaismertséget és márkába vetett bizalmat, ezeket pedig az imázs szempontjából vizsgálja. Ezután 245 budapesti egyetemista fiatal választási döntéseinek szimulációjával megállapítja a márkaválasztás által kapott tényező-hasznosságokat, melyek részben tükrözik a spontán márkafelidőzés által kialakított márká-rangsor eredményeit.

A márka mint döntési kritérium a leghasznosabbnak bizonyult a tesztelt kritériumok közül. A márkanevek tényezőhasznossága között szignifikáns különbséget fedez fel a kutatás.

BÓDI ANITA

anita.bodi14@gmail.com

turizmus-vendéglátás

BA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Jenes Barbara

adjunktus, BCE GTK

New York City varázsa- Befolyásoló tényezők a városimázs kialakulásában

Kulcsszavak: New York City, városimázs, városmárkázás, city image, city branding

Dolgozatom témája New York City megfejtethetlen varázsa.

Miért utazik évente több tíz millió turista a Nagy Almába? Miért olyan különleges a turisták számára a város, amelyik sosem alszik? Milyen kép él a 20-30 év közötti fiatalok fejében New Yorkról? Mindezt mi alakította és ez az imázs mégis mit befolyásol?

A városimázst az emberek fejében, az adott desztinációról élő képként definiálhatjuk. A globalizáció hatására, napjainkban minden város versenyben áll egymással. Ez a verseny pedig anyagi javakért folyik, melyet a helyiek életszínvonalának emelésére fordíthat a város. Éppen ezért válik érdekeltté mindenki hogy felvegye a versenyt a többi várossal, valamivel megkülönböztesse magát, kitűnjön a tömegből. Ezt tudatos marketingstratégia, városmárkázás útján lehet leghatékonyabban elérni. De ki is felel ezért New Yorkban?

A NYC&Company a város hivatalos marketing ügynöksége. Ők igyekeznek kialakítani egy egységes képet a városról, mely pozitív attitűdöt kelt a potenciális turistákban. Igyekszik minden korosztálynak és minden utazási motivációval érkezőnek alternatívákat biztosítani. A város lendületes, dinamikus, különleges életerejét próbálják meg világszerte népszerűsíteni.

Hogy jelenleg hogyan is áll a helyzet a fiatalok körében, hogy milyen kép él New Yorkról elméjükben, primer kutatások alapján elemeztem. Fontos megemlíteni, hogy a személyes tapasztalatnak hatalmas imázsbefolyásoló szerepe van. Nagymértékben alakul át egy városról alkotott imázskép az első látogatás során. A filmek, sorozatok és a médiamegjelenések és online tartalmak azonban igen erős véleményformáló elemek még.

Össességében elmondható, hogy New York City tudatos márkaépítése egy jól működő marketingtevékenység. De hogy miért is pont New York?

Mert egy igazi amerikai életérzést testesít meg, amire minden ember vágyik. Van, aki bevallja, van, aki tagadja, de mindenki szívesen kipróbálná.

CSONGRÁDI FANNI
fanni.csongradi93@gmail.com
Kereskedelem- és Marketing
BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

VARGA BIANKA
bivsvarga13@gmail.com
Kereskedelem és Marketing
BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

FÜRJES TAMÁS
furjestomi@gmail.com
Kereskedelem és marketing (angol nyelven)
BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

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

Mi számít "coolnak"? - Mit jelentenek a márkák az ezredforduló generációjának?

Kulcsszavak: Y generáció; magatartás; márka; korreláció; kutatás

Napjainkban több generációt is megkülönböztetünk (veteránok, babyboomerek, x, y és z generációk). Mindegyiknek megvan a maga szokásai, értékrendje és társadalmi elvárásai. Az Y generáció fogyasztói egy domináns csoport kiknek a magatartása nem tisztázott. Fő célunk, hogy megvizsgáljuk a márka és imázs fogalmát a fiatalok látószögéből.

Mi hárman is az Y generációhoz tartozunk, tehát mi is megtapasztaljuk a márkaválasztás nyilvánvaló tényét. Éppen ezért e dolgozat célja, hogy bebizonyítsuk: az Y generáció tagjai csak akkor lehetnek tagjai egy társadalmi csoportnak, ha rendelkeznek azokkal a márkájú termékekkel, amik meghatározóak az adott csoport mindennapi életében. A szekunder források rámutattak a vizsgált generáció jellemzőire, vásárlási szokásaira, és társadalom-pszichológiai hátterére; míg a primer forrásunk két részből is állt: kvantitatív és kvalitatív kutatásból.

Előbbi célja, hogy rávilágítson mely márkákra esik a választás, ha önkifejezés a cél, és hogy a minőség és népszerű márkák kapcsolódnak-e egymáshoz a generáció vásárlóinak tudatában. Az alkalmazott több-ismeretlenes kiértékelési eljárás kimutatta a szükséges korrelációkat, melyekkel hiteles konklúziót sikerült levonni.

Utóbbi lényege, hogy segítse a megértést, vajon a jelen marketing szakemberei hogyan vélekednek erről a generációról, milyen tapasztalatokkal rendelkeznek.

Az eredmények kimutatták, hogy a Moreno elmélet mellett az Y generáció fogyasztói szokásai harmonizálnak a kapott válaszokkal. Kiderült, óriási különbségek vannak közöttük annak tekintetében, hogy például az "ár fontos" vagy a "márkák presztízs értékkel bírnak".

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Online és marketingkommunikáció, média



BOSNYÁK-SIMON NIKOLETT

simonnikolett35@gmail.com

Számvitel

MA, 1. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

CSANAKY ZOLTÁN

csanakyzoltan@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 2. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dániel Zoltán András

Gazdasági tanár, PE GTK

A Product Placement hazai alkalmazásának gyakorlata, vizsgálata vállalati oldalról

Kulcsszavak: Product Placement; Reklám; Viselkedésmódosítás/befolyásolás; Fogyasztói magatartás; Márkapreferencia

Tanulmányunk elkészítéséhez egy mára már hazánkban is jól ismert tevékenységet – és annak vizsgálatát –, a Product Placement-et választottuk. Az 1989-es eseményeket követően nem csak termékek sokasága jelenhetett meg hazánkban, de gombamód növekedtek a vállalkozások is, és az internacionális cégek megjelenésével egyre több nyugati mintára épülő reklámozási mód került alkalmazásra. Ezek között említhető a termékmegjelenítés is, mely kiváló lehetőséget kínál a márkaérték növelésére, emellett az egyedi, reklámzaj mentes megjelenésre. Jelen dolgozatunkban - alapozva előzetes empirikus kutatási eredményeinkre, a pénzügyi oldalát is megvizsgáltuk ennek a reklámozási módnak. Nevezetesen a költség hatékonyságát és a forgalomra történő hatásgyakorlását.

Dolgozatunk első felében a témafelvetés indoklása alatt kifejtésre kerül, hogy milyen okok és célok vezettek bennünket a témaválasztás és a feldolgozás területén, és megfogalmazzuk kutatási kérdéseinket. Ismertetjük néhány értelmezését, majd típusainak elemzésével, és a klasszikus reklámhoz fűződő viszonyával folytatódik a tevékenység bemutatása. A jogi környezet, alkalmazásának kezdeti és jelenlegi szabályozása is helyet kap ebben a részben.

A dolgozat második felében a fogyasztói magatartást és a márkapreferenciát tárgyaljuk részleteiben. Véleményünk szerint, e tényezők működésének, mechanikájának megismerése elengedhetetlen a reklámozás e formájának alaposabb vizsgálata előtt. Korábbi kutatásainkban fogyasztói oldalról vizsgáltuk meg a termékmegjelenítést. A fogyasztói megítélése pozitív, megmarad a nézők emlékezetében.

Jelen dolgozatban a vállalati oldalra koncentrálunk. 2015 őszén sikerült kereskedelmi adatokat begyűjteni melyek segítségével lehetőségünk nyílt a Product Placement kereskedelmi/gazdasági hatékonyságának/hatásának vizsgálatára és az eddigi eredményeink mind hatás, mind értékbeni megerősítésére/megcáfolására. Hosszú utat tett meg a dolgozat, míg valós, kézzel fogható és ténylegesen kimutatható eredményekkel tudott szolgálni. Jelen dolgozatban így tehát a hangsúlyt – amellett, hogy átfogó képet adjon a termékmegjelenítés magyarországi milyenségéről az olvasónak – a reklámozás e módjának kimutatható és számszerűsíthető, valós eredményeinek szemléltetésére helyezzük.

Végül a kutatási kérdések igazolását, majd – a dolgozat zárásaként – jövőbeli alkalmazásának lehetőségeit fejlesztési irányait és ezekkel kapcsolatos gondolatainkat fogalmazzuk meg.

DÓRA TÍMEA BEATRICE

htimea805@gmail.com

vezetés és szervezés

MSc, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Petruska Ildikó

egyetemi docens, BME GTK

”Az egészségügy nem a kórházban kezdődik.” A marketing szerepe a prevenció magatartás ösztönzésében.

Kulcsszavak: egészség; prevenció; fogyasztói magatartás; egészségügyi marketing; egészségügy

Napjainkban az egészségügyön belüli eszközrendszer fejlettsége és a gyógyítás-megelőzés működési metódusainak komplexitása eljutott arra a szintre, hogy sok, akár halálos betegség megelőzhető, illetve kellő időben felismerve gyógyítható, vagy tünetei mérsékelt szintre redukálhatóak megfelelő kezelés alkalmazásával. Az emberek primer prevenció tájékoztatása, az egészségtudatosság növelése, illetve a szekunder prevenció szűrések fontosságának hangsúlyozása kiemelt szerepet kap, hiszen ezeken az utakon keresztül tudatosítható ”még időben” az egészségmegőrzés fontossága. Sajnos a prevenció tevékenységekről sokan nem tudnak, vagy nem tulajdonítanak nekik jelentőséget, s nem kerülnek kezelés alá olyan betegségek, életmódbeli defektusok, amelyek megfelelő időben detektálva gyógyíthatóak lettek volna.

A dolgozat célja bemutatni, hogyan viszonyulnak a hazai egészségügy ”fogyasztói” a prevenció tevékenységhez, szűréseken való részvételhez. Ráirányítja a figyelmet e kérdés fontosságára, és javaslatokat mutat be olyan marketingeszközök alkalmazására az egészségügyben, amelyekkel elérhető a korcsoportonkénti egészségtudatosság növelése, a szűréseken való gyakoribb részvétel.

Az elemzés szekunder és primer kutatásra épül. A szekunder kutatás eredményei alapján bemutatásra kerül a hazai prevenció területe, kitérve arra, hogy milyen tájékozási lehetőségek, megelőzési tevékenységek, szűrések érhetőek el hazánkban az egészségügy ”fogyasztói” számára. Primer kvalitatív kutatásként, a dolgozat mélyinterjúk alapján vázolja a prevenció, és az azt felmérő területen dolgozó szakértők álláspontját és tapasztalatait a témával kapcsolatosan. Kvantitatív kutatásként egy online, hólabda módszer alapján lefuttatott kérdőív eredményeit tartalmazza, amellyel a célpopuláció egészségtudatosságának általános képét igyekszik felvázolni. Bemutatja mely korcsoportok, hogyan viszonyulnak az egészségüghöz, jelenlegi életszakaszukban mennyire fontos szerepet tölt be az, hogy kellően odafigyeljenek épségükre, egészségükre.

A dolgozat végén javaslatok születnek a korábban is felvázolt prevenció tevékenységek marketing szempontból való népszerűsítésére, szerepének nyomatékosságára. Ezen marketing eszközök segíthetnek tudatosítani az emberekben, hogy az egészségügy középpontjában maga a páciens áll, akinek potenciális közreműködésével, és az egészségügy fejlettsége és eszközei által, egy megfelelően működő prevenció kapcsolat alakulhat a ”fogyasztók” és az egészséges életmód között.

LÁSZLÓ NÓRA

laszlo.nora91@gmail.com

Marketing

MSc, 4. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Törőcsik Mária
egyetemi tanár, PTE KTK*

AZ ONLINE VÉLEMÉNYVEZÉREK HATÁSA A FOGYASZTÓI MAGATARTÁSRA

Kulcsszavak: online véleményvezérek, fogyasztói magatartás, Social Media

OTDK dolgozatomban az online véleményvezérek fogyasztói magatartásra gyakorolt hatását vizsgálom. Véleményem szerint a mai világban elengedhetetlen, hogy az online véleményvezéreket, akik nagy számságban a bloggerek, sztárok, vagy épp elismert szakemberek, marketing szemmel is megvizsgáljuk. Az online véleményvezéreknek egyre nagyobb szerepük van, hiszen a fogyasztót számos különböző behatás éri, ezért a racionális döntés meghozatala problémákba ütközhet, amennyiben az egyén nem támaszkodik egy külső segítőre. Ezek a segítők a legtöbb esetben a véleményvezérek, akik saját tapasztalataik alapján igyekeznek tanácsot adni az átlagos fogyasztók számára.

Az online véleményvezérek fő megjelenési platformja a blog és különböző Social Media platformok egyike (vagy egyes esetekben akár mindegyike), mint a Facebook, az Instagram vagy épp a Youtube. A vállalati szféra már igen hamar felfedezte, hogy milyen hatalmas promóciós lehetőséget nyújtanak a különböző véleményvezérek, ezt pedig igyekeznek a lehető legjobban kihasználni, ezért előszeretettel ajándékoznak különböző termékeket a bloggereknek, azért, hogy később azokat megjelentessék platformjaikon. A dolgozatom célja, hogy a véleményvezérek, a blogok és a promóció ezen formáját minél jobban körüljárja, hiszen a marketing egy olyan rohamosan fejlődő területéről van szó, amely egyre nagyobb hangsúlyt kap a vállalati marketing során.

A dolgozatomban három hipotézist állítottam fel, amelyek vizsgálatát primer kutatással is igyekeztem alátámasztani a szekunder kutatás mellett. A dolgozat teljessége érdekében készítettem online fogyasztói kérdőívet, mélyinterjút két bloggerrel, valamint a kozmetikai termékek piacán egy igen nagy piaci részesedéssel rendelkező vállalat bloggerekkel is foglalkozó PR szakemberével is. A dolgozatom utolsó fejezetében ezen kutatást és annak eredményeit mutatom be.

KOCSISOVÁ BIANKA

kocsis.bianka1993@gmail.com

Nemzetközi tanulmányok

BSc, 8. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Konczosné Dr. Szombathelyi Márta
egyetemi docens, SZE GK*

Az ősi és jelenkori szimbólumok a logókban

Kulcsszavak: szimbólum, logó, vásárlói döntés, marketing, embléma

TDK dolgozatom témája a szimbólumok logókban való előfordulásának vizsgálata. Naponta töménytelen mennyiségű logó vesz körül bennünket. Noha már i. sz. 300-ban is bizonyíthatóan alkalmaztak logót, feladata az évek során kissé átalakult, mert napjaikban leginkább a vállalati identifikáció eszközeként funkcionál. Egy jó logó magában foglal minden információt és üzenetet, amit a vállalat közölni szeretne a külvilággal saját magáról. Ezek befolyással vannak az életünkre, mert egy megkapó, figyelemfelkeltő és a megfelelő üzenetet közvetítő embléma hatással van arra, hogy egy drágább terméket részesítsünk előnyben olcsóbb konkurensével szemben.

Dolgozatom célja feltárni, hogy valóban megtalálhatóak-e az ősi szimbólumok ezekben az identifikációs jelekben és befolyásolják-e vásárlási szándékunkat. A hipotéziseim szerint nem csak vásárlási szándékunkra, de a kedélyállapotunkra is hatással vannak, még ha ez nem is tudatos. A szimbólumok mögöttes értelme módosult ugyan az idők során, ám alapjelentésük a tudattalanunkban megmaradt. A régi vallásos eredetű szimbólumokat ma már nem feltétlenül kötik a valláshoz.

A kutatás módszerül a kérdőíves megkérdezést választottam, ahol a célcsoportom a felsőoktatásban résztvevő diákok voltak. A kérdőívben értékelő skálás illetve feleletválasztós kérdések szerepeltek, melyeknél ha szükséges volt, szimbólumokat és logókat ábrázoló képeket is felhasználtam.

A kérdőív kiértékeléséhez SPSS programot használtam, aminek segítségével a kapott eredményeket sikerült összevetnem a szakirodalom alapján megfogalmazott hipotéziseimmel.

TORONYI JANKA

janka.toronyi@gmail.com
kereskedelem és marketing
BSc, 5. félév

Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

TÖRÖK VIKTÓRIA MÁRIA

torok.viktoria95@gmail.com
kereskedelem és marketing
BSc, 5. félév

Széchenyi István Egyetem
Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Keller Veronika
egyetemi adjunktus, SZE GK*

Egészséges és egészségtelen élelmiszerek reklámüzeneteinek hatása az egészségre és a fogyasztói szokásokra Magyarországon

Kulcsszavak: egészség; élelmiszerreklámok; reklámeszközök; elérés

A KSH által végzett kutatások alapján Magyarországon a 15 év feletti lakosság 54%-a túlsúlyos vagy elhízott. Feltételezésünk szerint e rossz arány kialakulásában szerepet játszik az egészségtelen ételeket népszerűsítő reklámok magas száma, főként a televízióban. Kutatásunk célja az egészséges és az egészségtelen (snack) élelmiszerek reklámkonceptiójának összehasonlítása kreatív stratégia alapján. Olyan kérdésekre keressük a választ, mint hogy mi lehet a túlsúlyosak magas arányának oka és mekkora szerepet játszanak ebben a reklámok, mennyire befolyásolják az embereket fogyasztói döntéseikben a(z élelmiszereket népszerűsítő) hirdetések, mennyire sikerül elérni a célcsoportot az élelmiszerreklámokkal és milyen mértékben vannak jelen, valamint milyen hatással vannak a szegmensre az egészséges, illetve egészségtelen ételleket promotáló reklámok.

Szekunder adatgyűjtéssel térképeztük fel az egészséges életmód, az ahhoz való hozzáállás, testkép, táplálkozás témakörét, valamint az ezen területeken megfigyelhető trendeket. Kiemelten fontosnak tartottuk megvizsgálni a fogyasztói szegmensek szabadidőeltöltési- és TV-nézési szokásait, hiszen ezen a területen hatalmas eltérések mutatkoznak. Szintén szekunder kutatással vizsgáltuk meg az FMCG-szektor reklámozási trendjeit. A televízióban leadott reklámfilmekről tartalomelemzést is készítettünk (kvantitatív tartalomelemzés). A primer kutatás elengedhetetlen volt, hiszen így olyan ismeretekhez juthattunk és olyan hipotézisek kerülhettek megvizsgálásra (SPSS program segítségével), amik szekunder adatok alapján nem. Ehhez két módszert (mélyinterjú (kvalitatív kutatás) és kérdőíves megkérdezés (kvantitatív kutatás -141 fő)) alkalmaztunk, és mindkettő esetében az egészséges életmódról alkotott véleményt és az ahhoz való hozzáállást, valamint az élelmiszerreklámok által a fogyasztókra gyakorolt hatást vizsgáltuk.

A megszerzett ismereteinket felhasználva kidolgoztunk néhány megoldási javaslatot és következtetéseket vontunk le a kutatási témával kapcsolatban. Mivel a kutatásunk során bebizonyosodott, hogy a hagyományos TV reklámok kevésbé hatékonyak és érdekesebbek az emberek számára, ezért a kommunikációs javaslatoknál a hagyományos BTL promóciókat, illetve a fiatal generáció esetében az online applikációs megoldásokat helyeztük előtérbe.

POZSONYI TAMÁS

pozsonyitamas94@gmail.com

Műszaki Menedzser

BSc, 5. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Petruska Ildikó

egyetemi docens, BME GTK

Iványi Tamás

doktorandusz, BME GTK

Futásban az élmény

Kulcsszavak: Élménymarketing; Szolgáltatásmarketing; Futás; Szabadidő; Futóverseny

A fogyasztói élmény létrehozása a modern marketinggyakorlat egyik legfontosabb irányelve. A mai fogyasztók emocionális kötődése az őket személyesen megérintő élmények mentén jön létre, legyen szó termékekről, szolgáltatásokról, vagy magáról a vásárlásról. Az élményközpontúság a nonprofit szolgáltatásoknál is egyre nagyobb hangsúlyt kap.

Dolgozatomban a fogyasztói élmény, az élménymarketing szerepét a sportfogyasztás területén vizsgálom. Dolgozatom célja a futóversenyekhez kapcsolódó fogyasztói élmény elemzése, a rendezvénytervezők által alkalmazott élménynövelő marketingeszközök tükrében.

Minden túlzás nélkül állítható, hogy a futóversenyek kapcsán egy sikertörténetről beszélhetünk. A futás körül az utóbbi években fantasztikus fellendülés megfigyelhető. Futóklubok alakultak, versenyek, tömegsportrendezvények jöttek létre. A futók országszerte ellepték az utcákat, parkokat, a futós ruhák, kiegészítők pedig hétköznapi divattá váltak. A futók kialakították saját szubkultúrájukat, s ebből a közösségből évről évre egyre több versenyképes futó érett be.

Az úttörőszerepet a Budapest Sportiroda tölti be (BSI), akik napjainkban is a legnagyobb hazai tömegsportrendezvényeinket szervezik. Az elmúlt öt évben minden versenyükön megduplázódott az indulók száma, az elmúlt évben nevezőik létszáma elérte a 113000 főt.

Dolgozatomban azt elemzem, hogy a szabadidő eltöltését, a tömegsport rendezvényeket és magát a futást, mozgást korszerű marketingeszközök felhasználásával hogyan lehet élménnyé varázsolni. Az elemzés háttéréként vizsgálom a hazai társadalom szabadidőeltöltési szokásait, annak változásait és befolyásoló tényezőit.

Javaslataimat, észrevételeimet a szekunder kutatás mellett primer kutatásra is alapoztam: szakmai mélyinterjúkat készítettem a futóversenyek szervezőivel, így betekintést nyertem a versenyek háttér-munkálataiba, marketing világába. Kvantitatív kutatás keretében online kérdőíves megkérdezéssel tárom fel a versenyzők futóversenyekkel kapcsolatos motivációit, élményeit, tapasztalatait. Dolgozatom végén javaslatokat fogalmazok meg azzal kapcsolatban, hogy milyen további marketing eszközökkel növelhető az elégedettség és szerezhető minél több és emlékezetes élmény.

PAPP NIKOLETT

pppniki@citromail.hu

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

ROKOSZ ANDREA

andrea0417@citromail.hu

Kereskedelem és marketing

BSc, 5. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Ercsey Ida

egyetemi docens, SZE GK

Dr. Keller Veronika

egyetemi adjunktus, SZE GK

Hallgatói életút követése a munkaerő-piaci elvárások tükrében

Kulcsszavak: mesterképzés; munkaerő-piac; reklámkampány; hallgatók; egyetem

Kutatásunk háttérében az áll, hogy az utóbbi években megváltozott a felsőoktatásban résztvevők továbbtanulással kapcsolatos motivációja. Egyre többen döntenek úgy, hogy az alapképzés után nem a mesterképzési lehetőségeket választják, hanem minél hamarabb igyekeznek belépni a munkaerő-piac világába. Megfigyelhető az a trend, hogy akik alapképzés után munkába állnak, később munka mellett levelező tagozaton végzik el a mesterképzést, ha szükségesnek látják. Ennek megfelelően dolgozatunk három fő részből tevődik össze.

Egyrészt vizsgáljuk az alapképzésen lévő hallgatók diploma megszerzése utáni terveit. Másrészt azt, hogy milyen munkáltatói elvárásokkal találkoznak a hallgatók friss diplomásként, továbbá, hogy a mesterszakot miképp lehetne népszerűsíteni az ő körükben. Először szekunder adatokat gyűjtünk. A KSH és a felvi.hu oldaláról informálódunk az oktatásban részt vevőkről, illetve a mesterszakon végzett tanulókról. Emellett szakirodalmakból és a témában készített tanulmányokból tájékozódunk. Célunk, hogy megtudjuk, milyen terveik vannak a fiataloknak, miért választják a mesterképzés helyett a munkaerőpiacra való belépést. Ezt egy kérdőív segítségével vizsgáljuk meg, amit majd Excelben, és SPSS rendszerben értékelünk ki. A munkáltatókkal mélyinterjúkat készítünk, melyben arra vagyunk kíváncsiak, hogy milyen elvárásaik vannak egy pályakezdővel szemben, illetve mennyire tartják szükségesnek a mesterképzés elvégzését.

Mivel a vizsgált hallgatók nem kívánnak mesterképzésre menni, így kitérünk arra is dolgozatunkban, hogy mivel lehetne mégis motiválni őket arra, hogy a továbbtanulást válasszák mesterképzés keretében. Választ keresünk arra, hogy az egyetemek hogyan tudnának sikeresebben kommunikálni a hallgatók felé, népszerűsíteni a mesterképzést.

KELEMEN SÁNDOR
kelsan.09@gmail.com
Vállalkozásfejlesztés MSc
MSc, 4. félév

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Fehér András
ügyvivő-szakértő, DE GTK
Dr. Nagy Lajos
adjunktus, DE GTK

Szolgáltatás folyamatmenedzsment a blueprint modell alapján

Kulcsszavak: Fesztivál, Blueprint modell, Szolgáltatás, Folyamatmenedzsment

Dolgozatomat azért ebben témában írom, mert úgy vélem manapság számos fesztivált szerveznek, nemcsak Magyarországon, hanem az egész világon. Kutatásom célja, hogy bemutassam, milyen problémák merülnek fel egy kis és egy nagy fesztivál megszervezése során.

A dolgozat elkészítésekor hazai és külföldi szakirodalomra támaszkodtam. Erre alapozva egy empirikus kutatás került kidolgozásra és abszolválva. Primer vizsgálatokat végeztem, ami során a két cég szekunder adatait dolgoztam fel, ezen adatokra alapozva szakértői interjúkat készítettem. Egy fesztivál megszervezése egy egész éves munkát igényel és számos ember munkájára van ehhez szükség. A kutatásom további kérdései: ma a fogyasztók a rendezvényekről a közösségi médiából tájékozódnak és a rendezvényen a biztonság fontos szempont a kiadások tekintetében. Az elmúlt 15-20 évben a fesztiválok bevételei nagymértékben nőttek. Számos keresleti és kínálati oka van a nézőszám emelkedésének. Ennek az egyik fő oka a lemez eladások hanyatlása. A fesztiválok számára bevételi források: jegybevétel, vendéglátás, szponzoráció, állami támogatások és pályázatok, egyéb bevételek. Továbbá a vizsgált fesztiváloknál kiadásoknak tekinthetők: sztár programok, technika, reklám, biztonság, egyéb programok.

A blueprint modell segítségével fel tudtam tárni azokat a pontokat, ahol problémák adódhatnak egy rendezvény szervezésénél. A szűk keresztmetszeti pontok azonosak a fesztivál méretétől függetlenül, de a problémáknak a nagysága a fesztivál méretétől függ. Három fő terület van a fesztivál szervezés folyamatában marketingmunka, programszervezés és infrastrukturális munka. A marketing munkánál probléma, hogy az információt pontosan eljuttassuk a fogyasztók számára. Ezt a problémát a fogyasztó nem látja, csak azt, hogy a kért információt megkapta vagy sem. A programszervezést tekintve kis és nagy fesztivál esetén hasonló külső probléma számukra, hogy az előadó mikor ér rá és belső probléma, hogy számukra megéri-e azt az előadót olyan áron lehívni. A strukturális munkánál nagyon komplex feladatköröket kell elvégezni és ezekhez határidőket, és humán erőforrást kell hozzárendelni. A problémák komplexitása miatt számos feladatot okoz a szervezőknek, hogy időben elkészüljön minden. Számos olyan feladat van, amit a látogatók nem látnak a háttérben, de amit látnak annak tökéletesnek kell lennie, hogy megkapják a számukra ideális fesztivál élményt.

MINDUM LUCA

mindum.luca@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Piskóti Marianna
tanársegéd, BCE GTK*

Tehetsz róla, tehetsz ellene? Nemierőszak-ellenes kampányok fogyasztói megítélése

Kulcsszavak: társadalmi marketing, fogyasztói magatartás, nemi erőszak, mélyinterjú, fókuszcsoporthoz

Dolgozatomban az általam korábban is vizsgált problémát, vagyis a nemierőszak-ellenes kampányok hatékonyságát kutatom részletesebben a fogyasztói magatartás szempontjából.

Az elméleti háttér és az aktuális statisztikák ismertetése után korábbi dolgozatom eredményeit kiegészítem 12 mélyinterjú és 2 fókuszcsoporthoz beszélgetés elemzésével. A kutatásom részeként szakértői interjúkat készítettem, hogy a pszichológiai, hatósági, illetve az áldozatvédelmi szempontokat is megjelenítsem a témával kapcsolatban. Céлом, hogy megismerjem, mitől válhat hatékonyvá egy ilyen speciális és érzékeny témát feldolgozó kampány a társadalmi marketing területén, illetve hogy a fogyasztóknak milyen elvárásai, meglátásai vannak ezzel kapcsolatban.

Vizsgálom a kutatásban résztvevők informáltságát és a szexuális bűncselekményekkel kapcsolatos feltételezéseiket is. Dolgozatomban szintén külön kitérek a negatív hatású sztereotip véleményekre, illetve az áldozathibáztatás jelenségére a fogyasztói attitűd vizsgálatokor.

GERICS DOROTTYA BORBÁLA

gerics.dorka@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. András Krisztina

Tanszékvezető, BCE GTK

Az online versenypálya lehetőségei - Az autósport megjelenése a közösségi médiában

Kulcsszavak: autósport; közösségi média; szponzoráció; sportvállalat; kommunikáció

Dolgozatomban az autósport és a közösségi online média kapcsolatát vizsgálom, különös hangsúlyt fektetve arra, hogy az autósport melyik szervezeti szintjén helyezkedik el az adott szereplő, azaz egy versenysorozatról, egy csapatról vagy magáról egy versenyzőről van szó. Vizsgáltam, hogy milyen fajta kommunikációval ki, mekkora közönséget képes elérni, és hogy ezeket a lehetőséget milyen szponzorok tudják jelenleg és milyen lehetséges szponzorok tudnák a jövőben kihasználni.

Kutatásom során megfigyeltem, hogy miben tér el az internetes kommunikáció a sportban aktívan résztvevők egyes szintjein és mi a különbség egy nemzetközi és egy magyar (nemzetközileg elismert) sportoló esetében. Mind a három szinten két szereplő kommunikációs stratégiáját vizsgáltam tartalomelemzéssel. Kutatásom részeként az autósport három szervezeti szintjén elhelyezkedőket kérdeztem. Készítettem interjút Talmácsi Gábor világbajnok motorversenyzővel. A csapatok közül az All-Inkl.com Münnich Motorsportnak, a versenysorozatokról pedig a német túraautó bajnokság (DTM) médiamednedszerének tettem fel kérdéseket. Emellett interjút készítettem Bódi-Lestyán Rékával, Talmácsi Gábor egyik szponzorának marketing menedzserével és Várhegyi Ferencsel az Eurosport kommentátorával is, megismerve azt, hogy ők hogy tekintenek a közösségi média nyújtotta lehetőségekre. A fogyasztókat is megkérdeztem egy kérdőív segítségével, melyet összesen 126 fő töltött ki, ebből nagyjából azonos arányban vannak magyar és külföldi válaszadók is.

Kutatásom eredményeként megállapítottam, hogy a három szint eltérő kommunikációs stratégiát folytat, és a fogyasztók nagyjából elégedettek a megosztott információkkal. A versenysorozatok főleg csak képeket és videókat osztanak meg, míg a csapatok a versenyekről származó adatokat és a csapatra vonatkozó fontos információkat is. A versenyzők is a versenyekre helyezik a legnagyobb hangsúlyt, keveset mutatva a magánéletükből. Ők jelenítik meg legerőteljesebben a szponzoraikat, a többieknél inkább csak a fényképeken megjelenő logókon szerepelnek. A szurkolók hozzáállásáról elmondható, hogy hálásak a tartalomért, de azokat a posztokat nem kedvelik, ami egyértelműen csak szponzori célt szolgál.

Ezek alapján javasolnám a szponzoroknak az aktívabb, mégsem feltűnő megjelenést, hiszen a közösségi média meghatározó szerepet tölt be napjainkban. Ilyen lehet például az egyes szereplők mindennapjaiban való megjelenés, a rajongók bevonását vagy tematikus rovatok támogatása.

BEKE DIÁNA DÓRA

dia.beke.94@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Nagy Ákos
tanársegéd, PTE KTK*

„FACEBOOK RÉSZESÉDÉSTŐL” A PIACI SIKERIG? – A FACEBOOK MÁRKASIKER ÉS VERSENYPIACI ÖSSZEFÜGGÉSEI A MAGYAR SÖRIPARBAN

Kulcsszavak: piac; részesedés; közösségi; média; söripar

A „Facebook részesedéstől” a Piaci sikerig – A Facebook Márkasiker és versenypiaci összefüggései a magyar söriparban című munkámat az információ hatalma, a XXI. század rohamosan fejlődő, digitalizált világa, kommunikációs lehetőségeinek, online kommunikációs csatornáinak sokszínűsége hívta életre.

A gyors technológiai és információs fejlődés teszi lehetővé a közösségi média működését és fejlődését is. A fogyasztói társadalom életében és a munka világában napi szerepet játszik az online világ és annak egy igen kicsi, mégis meghatározó eleme, a közösségi média. Így a marketingnek is fontos eszközévé vált. Úgy vélem, hogy a közösségi médiában való jelenlét fontosságát a vállalatok nagy része felismerte, igyekeznek haladni az elvárásokkal, de a tudatos, hozzáértő megjelenés gyakran hiányzik. Empirikus tapasztalataim szerint azonban a legtöbben csak használják ezeket a platformokat, de nem értik azok szabályszerűségeit.

A téma iránt érdeklődve arra lettem figyelmes, hogy igen kevés az olyan szakirodalom, mely közösségi média marketinggel foglalkozik. A kutatás során azt tapasztaltam, hogy nem igazán létezik egy olyan egységes értékelési rendszer, a közösségi médiában való megjelenés sikertényezőit, legfontosabb szabályszerűségeit együttesen vizsgálná.

Dolgozatom célja, hogy szakirodalmi megalapozást követően egységes, egyszerű, fogyasztói szemszögű értékelési rendszert alakítsak ki egy iparágban a márkák közösségi médiában – szűkebben a legnépszerűbb médium, a Facebook-on – való megjelenésének értékelésére, a márkák rangsorolására. Kutatásomhoz a magyarországi söripar sörmárkáit választottam, hiszen Magyarországon jelentős iparág, továbbá a gyorsan mozgó fogyasztási cikkek egyik legérdekesebb példája lehet. Munkám utolsó fázisában kapcsolatot kerestem a Facebook siker és a piaci siker legfontosabb mutatói között. Úgy vélem, a médiahasználat végső célja valamilyen piaci cél, így a egy médium használatának értékelésekor elengedhetetlen a téma piaci alkalmazása módjának keresése.

PETHE ANIKÓ

pethe.aniko94@gmail.com

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnöki

BSc, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Fehér András
ügyvivő-szakértő, DE GTK*

Online hirdetési lehetőségek az élelmiszeriparban

Kulcsszavak: keresőmarketing; AdWords; közösségi média marketing; élelmiszeripar; kis- és közép-vállalkozások

Véleményem szerint a XXI. században elengedhetetlen eleme a vállalkozások marketingtevékenységének az online eszközök alkalmazása. Fontos, hogy a kis- és közepes vállalkozások saját online marketing stratégiával rendelkezzenek, hiszen az átlagos vásárló szívesebben vesz olyan terméket, melyről korábban már hallott, a tudatos vásárlás eszméjének egyre szélesebb körben való terjedése idején pedig a fő információforrás számukra az internet.

Dolgozatomban fő célkitűzésem a húsfeldolgozó ipar vállalatainak online marketing lehetőségeit megvizsgálni.

Szekunder kutatásom során az online marketing eszközök lehetőségeinek áttekintését tűztem ki célul, külön hangsúlyt fektetve a keresőoptimalizálásra, a keresőmarketingre és a közösségi média eszközökre. Előbbiek közül elsősorban a Google nyújtotta lehetőségeket vizsgáltam.

Primer kutatásomat három szempontból végeztem. A hirdetői oldal megismerése érdekében egy AdWords szakértővel készítettem szakértői mélyinterjút.

A húsfeldolgozó oldal vizsgálatához hat, az Észak-Alföldi régióban található húsfeldolgozó vállalkozás a témában kompetens képviselőivel készítettem interjút. Ezekből kiderült, hogy a cégek nem fordítanak elegendő figyelmet a marketingre, általános nézetük, hogy ez elsősorban a felvásárló kereskedelmi egységek feladata.

Véleményem szerint a húsfeldolgozó vállalkozások általános nézetén, miszerint a marketing tevékenység nem az ő feladatuk, mindenképpen változtatni kell. A márképítés alapköveként lehetetlen, hogy megfelelkezzünk a fogyasztók felé irányított marketingkommunikációról.

A fogyasztói oldalt egy nem reprezentatív online kérdőív segítségével igyekeztem megismerni, melyben a 30 éves és annál fiatalabb korosztály véleményét vizsgáltam. A kutatásban 446 kitöltő vett részt.

A fogyasztói kérdőívekből kiderült, hogy az internetezők bizalmatlanok magukkal a hirdetésekkel szemben, amely alól sem az online, sem az offline eszközök nem kivételek. Nagy arányban igyekeznek kihasználni az interneten a reklámok szűrésének ingyenes lehetőségét, de a hirdetésmentességért csak kevesen és keveset fizetnének.

Úgy vélem, optimális megoldás lenne, ha a vállalkozások minél több felületen jelen lennének. A honlap és a közösségi oldal mellett érdemes az AdWords kampány fenntartása. Így a fogyasztók gyorsabban elérhetik a cégeket, a hirdetők pedig több felületen teremthetnek kapcsolatot a potenciális vásárlókkal.

FARKAS GELLÉRT DÁNIEL

farkas.makik@gmail.com

Turizmus-Vendéglátás

BA, 5. félév

Pécsi Tudományegyetem

Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidék-

fejlesztési Kar

Témavezető:

Dr. Slezák-Bartos Zsuzsanna
egyetemi adjunktus, PTE KPVK

Tokaj borrégió marketingje a közösségi média oldalain

Kulcsszavak: Tokaj, borrégió, online marketing, közösségi oldalak

Kutatás célja a tokaji borrégió marketingjének a vizsgálata és a benne rejlő lehetőségek felderítése. Napjainkban kiemelkedő szerepe van a közösségi médiának és felmerült a kérdés, hogy lehet-e hasznosítani, mint egy marketing csatornát a tokaji borok számára.

A Tokaj borrégió nemzetközileg és országon belül is kiemelkedő szereppel bír, az itt készített borkülönlegességek egyedisége miatt. Viszont nem kap megfelelő figyelmet. Takaró Rita, aki a Tokaj Kereskedőház online marketingjével foglalkozik egy mélyinterjú alkalmával segített megválaszolni a kérdéseket és rávilágítani a hiányosságokra ezen a téren, illetve elmondta miben különbözik a közösségi médián való promotálás a többitől. Az online marketinget több, különböző tartalommal rendelkező oldalon keresztül is lehet végezni, de a legeredményesebb a közösségi oldalak használata, mivel itt az eredmény azonnal mérhető és figyelemmel követhető a közönség reakciója egy-egy új termék bevezetése alkalmával és nincsen országhatár által szabott korlát, mindenkinek eljuthat a közölni kívánt tartalom. Ezáltal sokkal gyorsabban eljut a vevőhöz az tájékoztatás, mint a hagyományos, nyomtatott hírközlésnél. A vizsgálatot egy kérdőíves kutatás követte, mely reprezentatív eredményeket tükröz a felmerült kérdésekben és az átlagos internetfelhasználót célozta meg. Kutatás során több korcsoport is vizsgálva volt, hogy összetett kép legyen látható, illetve, hogy a különböző korcsoportoknak mik az igényeik és az internetezési szokásaik.

A kutatás során megállapítható, hogy nagyobb potenciál van a közösségi média oldalaiban, mint azt először híhetnénk és ez által, egy kiváló marketing csatornát biztosít a termékek bemutatására, illetve népszerűsítésére.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Mikro- és makrogazdaságtan



CZECZELI VIVIEN

czeczelivivien@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Elekes Andrea

Egyetemi docens, NKE NEK

A FED quantitative easing politikájának egyes makrogazdasági hatásai

Kulcsszavak: monetáris politika, nullás kamatkörnyezet, quantitative easing, infláció, árfolyam

A 2007-ben kibontakozó gazdasági válság kirobbanásával egy olyan folyamat indult el, ami az utóbbi idők legnagyobb pénzügyi-gazdasági viharát eredményezte. A problémák a válság előrehaladtával egyre mélyültek, és hamar átterjedtek a reálgazdaságra is.

A Fed számára nyilvánvalóvá vált, hogy a fiskális ösztönzők mellett monetáris oldalról is elengedhetetlen egy megfelelő válságkezelési program kidolgozása. A laza, expanzív monetáris politikát célzó kamatlábcsökkentések sorozata 2008 végére a konvencionális monetáris politika lehetőségeinek bezárulását jelentette. A monetáris politikai döntéshozók ezzel egy eddig ismeretlen, új területre léptek, ahol újabb monetáris ösztönzést csak a nem konvencionális eszközök alkalmazásával lehetett elérni.

A Fed végül 2008-ban meghirdette a quantitative easing politikáját, melynek során nagyszabású eszközvásárlások segítségével igyekezett korlátlan likviditást pumpálni a gazdaságba; biztosítva ezzel a pénzügyi, illetve gazdasági rendszer stabilizálódását.

A monetáris politika eszköz- és célrendszerének áttekintésével indítva, a dolgozat meghatározó kérdésköre, hogy az Amerikai Egyesült Államok által alkalmazott legjelentősebb válságkezelési intézkedés, a quantitative easing mennyiben járult hozzá a recesszió utáni gazdasági felépüléshez, illetve milyen makrogazdasági hatások azonosíthatóak a programnak köszönhetően.

Az eredmények egyértelműen arra engednek következtetni, hogy a QE hatékonyan működött közre az USA gazdasági stabilitásának, illetve versenyképességének helyreállításában, melynek köszönhetően az Amerikai Egyesült Államok napjainkban is a világ legerősebb hatalmának tekinthető. A kedvező gazdasági adatok alapján mára az USA készen áll a fokozatos kamatemelés megkezdésére, melyre a következő kamatdöntések egyikén kerülhet sor.

PÁSZTOR SZABOLCS

pasztor.szabolcs93@gmail.com

Közgazdasági elemző

MA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Berde Éva

egyetemi tanár, BCE KTK

A gyermekvállalás árnyékára és a teljes termékenységi ráta Magyarországon

Kulcsszavak: Árnyékár; Gyermekvállalás; Halasztó magatartás; Teljes termékenységi ráta

Magyarországon a teljes termékenységi ráta a rendszerváltás óta meredeken csökken. Az arányszám az 1980-as évek második fele óta messze elmarad a reprodukciós szinttől, a népesség száma 1980 óta fogy. Releváns tehát a kérdés, hogy milyen tényezők húzódnak meg a ráta tartósan alacsony szintje és továbbra is csökkenő trendje mögött. Dolgozatomban *Walker (1995)* nyomán elkészítem a gyermekvállalás árnyékárának idősorát Magyarországra, amellyel empirikus adatok alapján becslést adok az első gyermek vállalása következtében felmerülő költségekre. Bemutatom az összefüggést a teljes termékenységi ráta alakulása és az átlagos anyai életkor kitolódása között. Az ütem és paritás szerint korrigált teljes termékenységi rátát először az árnyékárak idősorainak segítségével vizsgálom, majd parciális elemzésnek vetem alá. Az eredmények alapján ajánlásokat fogalmazok meg a gazdaságpolitikai döntéshozó számára a termékenység pozitív irányú ösztönzésére vonatkozóan.

HORVÁTH GÁBOR

gahorv@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

NAGY RÉKA KLÁRA

reka.klara@gmail.com

Pénzügy és Számvitel

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

KISS-DOBRONYI BENCE

bence.k@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Ilyés Márton
PhD hallgató, BCE GTK*

A kötelező gépjármű-felelősségbiztosítás piacának változásai a jogi környezet megváltozásának esetén

Kulcsszavak: szabályozás; árdiszkrimináció; kötelező gépjármű-felelősségbiztosítás; Magyarország

A kötelező gépjármű-felelősségbiztosítási piac jelentős piacszerkezeti átalakuláson mehet keresztül a 2016-tól változó szabályozásnak köszönhetően, ami megszünteti a korábbi – új szerződéseket kedvezményben részesítő – gyakorlatot. Dolgozatunkban ennek a szabályozási változásnak a piacszerkezeti következményeit vizsgáljuk. Megvizsgáljuk a jelenlegi árdiszkriminációs gyakorlatot és azt, hogy ezt figyelembe véve, hogy változhat a fogyasztók váltási hajlandósága. Illetve egy egyszerű, kétszereplős modellel vizsgáljuk, hogy a változásnak köszönhetően hogyan változhat a vállalatok viselkedése és a piac hatékonysága. Eredményeink alapján a KGFB piacon várhatóan 2016-tól bevezetett módosítás csökkentheti az árakat és erősítheti a piaci versenyt, de lelassítja a piaci folyamatok sebességét.

BIRÓ DÁNIEL

birodaniel8@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés

BA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
dr. Vincze János
egyetemi tanár, BCE KTK*

A lakás piac egy ágens alapú modellje

Kulcsszavak: lakás piac; ágens-alapú modellezés; hedonikus; városméret; lakásárak

A közgazdasági modellezésben a számítástechnika fejlődésével újabb módszerek alkalmazása vált lehetővé. Az egyik ilyen új megközelítés az ágens alapú modellek alkotása. Az ágens alapú modellekben a szereplők, vagy más néven ágensok saját döntéseik alapján határozzák meg a modell futásának eredményét. A módszer nagy előnye, hogy olyan közgazdaságtanban gyakran alkalmazott feltételek, mint például a szereplők homogenitása, a tranzakciós költségek és az externáliák hiánya, feloldhatók. A legutóbbi évtizedekben számos probléma vizsgálatára használták az ágens-alapú modellezést, dolgozatomban a lakás piac egy modelljét alkottam meg. Empirikusan megfigyelhető, hogy a magasabb lakosságszámú, nagyobb városokban a lakásokat magasabb árak jellemzik. A város lakossága, mely definiálható a város méretének, egy háztartás számára kevésbé releváns, viszont egy vállalat számára jelenthet előnyöket, például infrastrukturális szempontból. Így modellemben a haszonmaximalizáló fogyasztó (aki a lakásokat lakhatási céllal vásárolja és adja el) mellett megjelenik a profitmaximalizáló vállalat is. A modell elméleti alapját Wheaton (1990) lakás piacról szóló cikke, illetve a hedonikus árelmélet adja. A dolgozat kutatási kérdése, hogy milyen tényezők befolyásolják a városok közti lakásár-különbségeket. Hipotézisem szerint, azonos földrajzi adottságokkal rendelkező terület egységen lévő városok közül a többi városhoz képest nagyobb lakosságszámmal rendelkező városokra a többi város lakásáraihoz képest magasabb lakásár jellemző. A modell eredményeiből megfigyelhető, hogy a városméret-paraméternek szerepe van a lakásárak alakulására, ahogy ezt a hipotézisemben is feltettem. Továbbá megfigyelhető, hogy a városok közti, munkavállaló számára fontos ingázási költség növekedése, leginkább a kisebb lakosságú városok lakásárait befolyásolja. Valamint a háztartások átváltozásra való érzékenysége a költözési hajlandóság szempontjából hatással van az árdinamikára. A megalkotott modell a pontosabb elemzés érdekében további kutatásra és fejlesztésre szorul, viszont jelenlegi formájában is tartalmilag megfelelő eredményeket adott.

CSÓKÁSI LÁSZLÓ

csokasi.laszlo@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 4. félév

Zsigmond Király Egyetem

Témavezető:

Dr. Artner Annamária

főiskolai tanár, ZSKE

A makroökonómia és pénzügyi tankönyvekben ismertett banki pénzteremtés félrevezető leegyszerűsítéseken alapul. A bankok ténylegesen a semmiből teremtik a pénzt

Kulcsszavak: bank; pénzteremtés; pénzmultiplikáció; hitel; tartalékráta

Tudományos munkámban arra szeretném rávilágítani a figyelmet, hogy napjainkban a banki pénzteremtés folyamatát még mindig sok ellentmondás és értetlenség kíséri a végzett közgazdászok és gazdasági tanárok körében is.

Az uralkodó nézet szerint a kereskedelmi bankok a betétesek pénzét adják ki hitelként, azaz egyszerű közvetítők. A tankönyvek zöme is ezt erősíti. Ezzel szemben a bankok a hitelnújtás pillanatában egyszerűen felkötik a kért összeget a hitelfelvevő számlájára, azaz a hitellel egy időben betétet is teremtenek. A folyamatot a jegybanktól függetlenül képesek végrehajtani, ténylegesen a semmiből teremtik a pénzt, és nem a már létezőt kölcsönzik tovább.

A tankönyvek a pénzteremtést leggyakrabban a pénzmultiplikációs modellen keresztül ábrázolják, amelyben a pénzkínálat maximumát a kötelező tartalékráta határozza meg, az $1/rr$ képlet alapján (rr = tartalékráta). Ez a modell szöges ellentétben áll a modern jegybankok – beleértve az MNB – gyakorlatával, mert napjaink központi bankjai semmilyen közvetlen módon nem befolyásolják a pénzkínálatot, a tartalékelőírások sem ezt a célt szolgálják – szemben a tankönyvi pénzmultiplikációs modell bemutatásával.

Dolgozatomban igyekeztem részletesen, érthetően elmagyarázni, hogyan teremti a modern bankrendszer a pénzt a semmiből. Ehhez saját számításokat, függvényeket is bemutattam, számviteli mérleg ellenőriztem állításaimat. Ezt követően javaslatokat is tettem a tankönyvek modernizációjára.

AUGUSZTIN ANNA
anna.augusztin@gmail.com
Alkalmazott közgazdaságtan
BA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

VANCSA MIKLÓS MILÁN
milan.vancsa21@gmail.com
Gazdasági és pénzügyi matematikai elemzés
BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Zsoldos István
közgazdasági tanácsadó, MOL Zrt.*

Az Európai Központi Bank mennyiségi lazítási programjának vizsgálata

Kulcsszavak: Euróválság, mennyiségi lazítás, EKB, monetáris eszköz

Dolgozatunk témájaként, egy jelenleg is éppen releváns problémát, a válságra adott monetáris reakció sikerességét vizsgáltuk az Euróövezetben. Hipotézisünk szerint a mennyiségi lazítás nem a legjobb válságkezelő megoldás az Euróövezetben, melyet a program eddigi hatástalanságára alapozunk. Ennek megalapozott megválaszolására kezdetben magának a lazításnak elméleti keretrendszerét vázoljuk fel, mely szerint pozitív hatása van az inflációra, a gazdasági élénkülésre, a GDP-re és a munkanélküliség csökkentésére. Ezt gyakorlati példákkal is alátámasztjuk. Ám elengedhetetlen a kockázatok és a kritikák vizsgálata, melynek nagy része, például a bizonytalanság, a válság következtében fokozottan igaz a gazdaság szereplőire. A mennyiségi lazítás szükséges részletes elemzése után a dolgozatunk második részében specifikusan az Euróövezetre koncentrálnak. Megvizsgáltuk a jelenlegi helyzet előzményeit, kiemelve az Euróövezet nem tökéletesen működő optimális valutaövezetét is, és ennek lehetséges hatásait a mennyiségi lazítás eredményességére. Hipotézisünket erre a vizsgálatra alapozva elfogadottnak tekintettük. Kutatásunk záró szakaszában meghatároztuk a mennyiségi lazítással kapcsolatos aggályainkat, és konstruktív javaslatokat tettünk esetleges egyéb válságkezelő eszköz bevezetésével kapcsolatba.

BEBESI LÁSZLÓ

bebesilaci@gmail.com

Közgazdasági elemző

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Misz József
adjunktus, BCE KTK*

Az új EU tagállamok folyó fizetési mérleg egyenlegeinek panel ökonometriai elemzése

Kulcsszavak: Folyó fizetési mérleg, dinamikus panel modell, EU-n belüli egyensúlytalanságok

A dolgozat célja a keleti EU tagállamok folyó fizetési mérleg egyenlegeinek modellezése és az azokat mozgató folyamatok feltárása. A megközelítés alapját a strukturális folyó fizetési mérleg modellek és ez által a panel ökonometriai megközelítés jelenti az EU országok adatain az 1995 és 2013 közötti időszakon. A vizsgálatba bevont változók alapján több modell specifikáció (mind statikus, mind dinamikus panel modell) is felhasználásra kerül a dolgozatban, ennek megfelelően az elemzés kiinduló pontjaként egy nettó kibocsátás alapú, fogyasztói optimalizálást feltételező intertemporális modell (Bussière és szerzőtársai 2004) illesztése történik meg. Egy a rendszerváltó országok stilizált tényein alapuló strukturális modell is bevezetésre kerül. Az eredmények a két almintá (rég és új EU tagállamok) jelentős eltéréseire mutatnak rá. Az alkalmazott elméleti modell nehezen illeszkedik az új EU tagállamok adataira, az eredmények alapján ezen országsoport esetén a folyó fizetési mérleg egyenlege jóval kevésbé perzisztens, valamint az államháztartási egyenlegének és a magánszektor eladósodottságának jóval nagyobb hatása van a folyó mérleg deficitekre, mint a régi EU tagállamokban.

BALÁZS FLÓRA

balflora@gmail.com

Pénzügy

MSc, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Dombi Ákos

egyetemi adjunktus, BME GTK

Tartós stagnálás a fejlett gazdaságokban: Egy új korszak kezdete?

Kulcsszavak: gazdaságpolitika; monetáris politika; fiskális politika; gazdasági növekedés; makroökómia

Több mint nyolc évvel a 2008-as globális pénzügyi válság kitörését követően ha körbenézünk a fejlett gazdaságok között, azt látjuk, hogy az elmúlt évek extra laza monetáris politikája ellenére sem sikerült ezeknek a gazdaságoknak egészséges, fenntartható növekedési pályára állniuk. A válságból való lassú kilábalás okainak feltárására számos elemzés született, azonban a stagnálás okát illetően jelenleg sincs egységes álláspont a közgazdászok között. A közgazdászok egy köre a lassú növekedést a Lawrence Summers által 2013-ban újra felelevenített tartós stagnálás elméletével magyarázza, amely elmélet lényegében azt állítja, hogy az elmúlt évtizedekben strukturális változások hatására a megtakarítások és a beruházások egyensúlya felborult, ami a kereslet permanens elégtelenségét és a semleges reálkamat csökkenését eredményezte. A semleges reálkamat csökkenésének következtében a megtakarítások és beruházások egyensúlyát csak negatív reálkamat tudná biztosítani, amelyet jelenleg a monetáris politika nem tud biztosítani a nominálkamat alsó határa és az infláció alacsony szintje következtében. Egy másik megközelítés a probléma kínálatoldali voltát hangsúlyozza, amely szerint olyan változások eredményeként, mint a lassuló népességnövekedés és a technológiai fejlődés lassulása, a potenciális kibocsátás szintje jelentősen csökkent. Az első két megközelítés szerint a stagnálás nem csak átmeneti jellegű, hanem tartósan jellemezni fogja a fejlett gazdaságokat a következő évtizedekben. Egy harmadik megközelítés szerint a fejlett országok mérlegalkalmazkodási válságon mennek keresztül, amelyben a gazdasági szereplők a válság előtti években felhalmozott túlzott mértékű adósságállományuk leépítésére törekednek és ez okozza az elégtelen keresletet, lassú növekedést és alacsony inflációt. E megközelítés szerint a lassú növekedés addig fog fennállni, míg a mérlegalkalmazkodás folyamata le nem zárul. Dolgozatom legfőbb célja a meglévő megközelítések kritikai áttekintése és szintetizálása, valamint a lassú növekedést eredményező legfontosabb tényezők ismeretében minél specifikusabb gazdaságpolitikai ajánlások megfogalmazása.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció

Módszertan



TOMPA KRISZTINA ZSUZSA
krisztina.zs.tompa@gmail.com
Biztosítási és pénzügyi matematika
MA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:
Diószeghy Zoltán
Aktuáriusi kutatás és fejl. vezető, NN Biztosító Zrt.

A díjmentes leszállítási opció piaci értékének megállapítása hagyományos életbiztosítási termékeknél

Kulcsszavak: életbiztosítás; díjmentesítési opció; árazás

A dolgozatban a díjmentesítési opció, vagy más néven díjmentes leszállítási opció piaci értékének alakulását vizsgálom hagyományos életbiztosítási termékek esetén. Egy valósághoz közeli paraméterezésű biztosítási termék, egy vegyes szerződés példáján keresztül mutatom be a díjmentes leszállítási opció értékét. A vizsgálatok során figyelembe veszem a felszámított költség loadingot, a garantált technikai kamatot és az alkalmazott többlethozam visszajuttatási szabályokat. A modell kiértékelése részben sztochasztikus scenáriók alapján történik a termék díjmentési opciójára vonatkozóan. Az értékelési keretek kialakítása elméleti és gyakorlati megfontolások alapján történik.

KISS DÓRA

meggyfavirag@gmail.com

Biztosítási és pénzügyi matematika

MA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

TOMPA KRISZTINA ZSUZSA

krisztina.zs.tompa@gmail.com

Biztosítási és pénzügyi matematika

MA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Vékás Péter

tanársegéd, BCE KTK

A gyors Fourier-transzformáció aktuáriusi alkalmazása

Kulcsszavak: gyors Fourier-transzformáció; aggregált káreloszlás; biztosítás; matematika; statisztika

A dolgozatban a gyors Fourier-transzformáció rövid bemutatása után rátérünk annak aktuáriusi alkalmazására, az aggregált kárösszeg alakulásának modellezésére. Egy biztosító éves aggregált kárösszegének eloszlását modellezzük a Panjer-rekurzió és a gyors Fourier-transzformáció segítségével. Elemzést készítünk valós adatok alapján, továbbá kitérünk a két módszer közötti különbségek vizsgálatára különböző eloszlások feltételezése mellett. Ezen felül megvizsgáljuk a gyors Fourier-transzformáció alkalmazása során felmerülő hibákat, és azok lehetséges csökkentési módszereit.

PÁL ESZTER

pal.eszter94@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Ivanyos János

c. főiskolai docens, BGE PSZK

Nagy Kristóf

Junior tanácsadó, ABT Hungária Tanácsadó Kft

A kockázatkezelés és a munkavállalók kapcsolata

Kulcsszavak: Kockázat, kockázatkezelés, munkavállalók, vállalat

Biztonság... első a biztonság mindenhol. Természetes, hogy vigyázunk, ha lépcsőn közlekedünk, óvatosság vagyunk, ha egy titkunkat osszuk meg egy barátunkkal, és persze ha hideg van odakint melegebb ruhákat veszünk fel. Ezt mindet azért, hogy vigyázzunk testi és lelki épségünkre. Ha úgy vesszük, akkor egy cégnek is van teste és lelke ugyanúgy, mint nekünk és erre szintén vigyázni kell, ha hosszú és egészséges életet szeretne élni a működésén keresztül. Mondjuk úgy, hogy a vállalat teste az ingatlanok és egyéb kézzel fogható dolgai, még a lelke az üzleti titkok és egyéb módszerek, amik a sikereihez hozzájárulnak. Ezeket veszélyek fenyegetik, és a vállalat vezetőinek mindent meg kell tennie ezek védelme érdekében. Erre a megoldás a vállalati kockázatkezelés.

A dolgozatomban ennek elméleti részét járja körbe, azonban a kutatás most nem a vállalat szempontjából készült. Az nagyon szép dolog, hogy a vállalat érdekében intézkedéseket hoz a vezetőség, de ezeket valakiknek végre kell hajtani. Ők pedig a munkavállalók. A különféle kockázatokat enyhítő intézkedések bevezetése a munkavállalókra ró több terhet. Kutatásom fő célja az, hogy felmérjem a munkavállalók munkahelyén jelen lévő szabályozásokat (néhány kiválasztott kockázat csökkentésére tett intézkedés létének vizsgálatával) és a munkavállalók hozzáállását az ilyen jellegű intézkedésekhez. Próbálok feszegetni a határokat és megtalálni azt a pontot, amelyet a munkavállalók már nem lennének hajlandók elviselni.

A dolgozatomban elején a kockázatokról lesz szó, majd ennek egy konkrét fajtája, a vállalati kockázatok is ismertetve lesznek. Fontos azt is tisztázni, hogy ezek a kockázatok honnan eredhetnek, így a kockázatok forrásairól is szó esik. Ezek után a vállalati kockázatkezelés köre és módszere kerül ismertetésre, majd a kérdőívem kérdéseit mutatom be és természetesen a válaszok is kiértékelésre kerülnek. A dolgozat végen pedig próbálok majd a tapasztalatok alapján következtetést levonni, hogy mégis hol kellene meghúzni a határt a vállalati kockázatkezelés érdekében hozott intézkedéseknél, hogy a munkavállalók még ne érezzék azt tehernek vagy túlzásnak.

GYETVAI MÁRTON

gyetmarton@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Solymosi Tamás

egyetemi docens, BCE KTK

A mag csúcspontjainak meghatározása hozzárendelési játékokban

Kulcsszavak: kétoldalú párosítási piac; hozzárendelési játék; mag; extrémális pont

A hozzárendelési játékok a kétoldalú párosítási piacok alapmodelljei. Itt csak kétfajta játékos van (például eladók és vevők) és többlet csak páronkénti együttműködésből származhat. A társadalmilag leghatékonyabb együttműködés akkor valósul meg, ha a játékosok úgy választanak partnert, hogy az összesített hasznosság maximális legyen. A hozzárendelési piacokon stabil módon ez pontosan akkor érhető el, ha a játékosok többleteinek vektora a játék magjában van. Egy kooperatív játék magja egy (esetleg üres) konvex politóp, tehát a mag teljes leírásához az extrém pontjait kell kiszámolni. Általában ez egy igen hosszadalmas eljárás, mivel sok extrém pont van és az őket összekötő élek hálózata is bonyolult szerkezetű. Hozzárendelési játékokban a mag nem üres, és valamennyire szabályos szerkezetű. Hozzárendelési játékokban a mag extrém pontjainak számolására két módszer ismert. A Thompson féle módszer a mag minimális pontjából indulva a mag éleinek a maximális pont felé történő bejárása során határozza meg az extrém pontokat. A Nunez-Solymosi féle módszer a magnak a minimális, illetve a maximális pontjához kapcsolódó lapjait veszi sorra és azok extrém pontjait rekurzíven határozza meg, kihasználva, hogy mindegyik extrém pont egy ilyen lapra esik. A dolgozatban bemutatjuk mindkét módszert és összehasonlítjuk őket számítási összetettségük és időigényük alapján.

KÓNYA VIKTÓRIA ANETT

viktoria.konya@gmail.com

Alkalmazott közgazdaságtan

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Bakó Barna

tudományos segédmunkatárs, BCE KIK

A terrorizmus játékelméleti modellezése

Kulcsszavak: terrorizmus; játékelmélet; dinamikus játékok; nem kooperatív játékok

Dolgozatomban egy szekvenciális játékon keresztül mutatom be a terrorelhárításban aktívan és passzívan résztvevő nemzetek és egy nemzetközi terrorszervezet között kialakuló hármass interakciót. Vizsgálatom központjába a terrortámadások által fenyegetett nemzetek közötti koalíció-formálást helyezem. A szekvenciális modellen belül a nemzetek között kialakult interakció három egyensúlyi kimenetelét mutatom be. Első esetben a nemzet típusok egymás döntését adottságként kezelve, a külső fenyegetés mellett egymás autonóm intézkedéseivel is versengenek. Második esetben a védelmi túlköltekezés elkerülésére a defenzív biztonságpolitika szintjén összehangolják tevékenységüket. Harmadik esetben pedig létrejön a nemzetek feletti intézmény, amely koordinálja a nemzetek terrorizmus ellen folytatott harcát. A modellkimenetek egy elképzelt jövőbeni képet vázoltak a terrorellenes összefogás szorosabbá válásáról.

GÖRCSI GERGELY

gorcsi.gergely@nisz.hu

Vezetés és szervezés

MSc, 3. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Szalay Zsigmond Gábor
egyetemi docens, SZIE GTK

A VEZETŐI INFORMÁCIÓS RENDSZEREK DÖNTÉSTÁMOGATÓ KÉPESSÉGÉNEK MÉRÉSI LEHETŐSÉGEI, MÓDSZERTANI KIDOLGOZÁSA

Kulcsszavak: döntéstámogatás; információs rendszer; beszámolási rendszer; üzleti intelligencia; kontrolling

A vállalati menedzsment feladatok sikeres ellátása nem képzelhető el megfelelő minőségű döntéstámogató funkció biztosítása nélkül. A releváns, pontos és aktuális információ előállításának és elérésének fontossága megkérdőjelezhetetlen, önálló értéket képvisel. A tapasztalt tendencia szerint megnövekedett a sajátos elvárások alapján kialakított beszámolási rendszerek iránti igény, melyek használatával tartós versenyelőny kialakítására is alkalmas információk biztosíthatók a döntéshozók számára.

A gazdálkodó szervezet napi működése során keletkező, tranzakciós és egyéb informatikai rendszerekben rögzített adatok megeremtik a lehetőségét a vezetői információs szolgáltatásnak. A technológia folyamatos fejlődésének köszönhetően a feldolgozható adatok mennyisége és az informatikai rendszerek kapacitása is drasztikusan megnőtt. A vezetés igényeit kielégítő információ előállításához azonban szükség van az adatok elérésére, szűrésére és fogyaszthatóvá tételére, amely sok esetben nagy munkaigényű feladatot jelent. Egyre több vállalat dönt üzleti intelligencia (BI) megoldások bevezetése mellett, hogy gyorsabban és a kívánt formában álljanak elő az egyes jelentések, beszámolók vagy kulcsmutatók.

Jelen pályamunka keretén belül arra vállalkozom, hogy megvizsgáljam, miként mérhetőek a vállalati belső információs rendszer javítására tett intézkedések hatásai, azaz hogyan értékelhetőek az információs szolgáltatás jellemzőinek változásai. Dolgozatom első, elméleti részében a hazai és nemzetközi szakirodalom feldolgozása alapján részletesen ismertetem az üzleti intelligencia rendszerek felhasználásának lehetőségeit. Külön fejezetet szentelek a nagyfokú rugalmasságot biztosító, önkihasználó BI elemzésének. A második, gyakorlati rész keretében egy bővülő tevékenységű infokommunikációs szolgáltató vállalat belső információs rendszerét vizsgálom meg. Értékelem a meglévő funkciókat, feltárom a hiányosságokat, majd bemutatom a bevezetés előtt álló vezetői információs rendszer koncepcióját. Ezt követően a vállalati sajátosságokat és a menedzsment elvárásokat érvényesítve határozom meg azokat a mérési pontokat, melyek segítségével az implementációt követően lehetőség nyílik a korábbi és az új modell összevetésére.

Alkalmazott kutatásom eredményterméke egy négy szintű modell, mely alkalmas arra, hogy a vállalati belső információs rendszer minőségének javítása érdekében kifejtett erőfeszítések hatása megítélhetővé váljon.

BRAUN ERIK

be.braunerik@gmail.com

Közgazdasági elemelő

MSc, 4. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Sebestyén Tamás

Tudományos munkatárs, PTE KTK

Gazdasági szerkezet elemzése hálózatelméleti módszerekkel

Kulcsszavak: input-output; hálózatelemzés; gazdasági szerkezet;

Tanulmányom fő célja, hogy a közgazdaságtani vizsgálatokba bevonjam a hálózatelméleti módszereket, melynek köszönhetően alaposabb kutatásokat lehet végezni. Az OECD adatai alapján 44 ország input-output adatait felhasználva 4 különböző mutató segítségével elemezték a gazdasági szerkezeteket: fokszám centralitás, sajátvektor centralitás, sűrűség és klaszterezettség. Az eredményekből kiderül, hogy az iparágak hatványfüggvény-eloszlást követnek, tehát létezik néhány kiemelkedően fontos szektor. A vizsgált országok esetében a fokszám centralitás alapján megállapíthatóak az országok egyedi jellegzetességei, valamint a modern kori gazdaság tulajdonságai is. A sajátvektor centralitás elnevezésű mutató más eredményt hozott és az egyedi jellegzetességekre sem lehet következtetni. Választ kaphatunk viszont arra, hogy miért alakulhatott ki az egész gazdaságot érintő legutóbbi pénzügyi válság, melynek fő oka a gazdasági szerkezetben rejlik. A sűrűség és klaszterezettség alapján a vizsgált hálózatok alacsony szintű sűrűséget mutatnak. Fontos megemlíteni, hogy a dolgozatban használt különböző normalizálások nem hoztak más eredményeket.

JÁMBOR MÁTÉ

jambor.m@hotmail.com

kereskedelem és marketing

BA, 8. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

SZABÓ DÁVID

szabodavid93@gmail.com

kereskedelem és marketing

BA, 8. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Kovács Tamás

egyetemi docens, BGE KKK

Ki nyeri a 2016-os franciaországi labdarúgó-Európa-bajnokságot?

Kulcsszavak: többváltozós korreláció- és regressziószámítás; faktoranalízis; statisztikai előrejelzés; 2016-os labdarúgó Európa-bajnokság

Két futballt kedvelő hallgató vagyunk, ami nagy szerepet játszott abban, hogy dolgozatunk témájául a 2016-os labdarúgó Európa-bajnokságot válasszuk, amelynek végkimeneteléhez egy statisztikai módszerekkel megalapozott előrejelzést tűztünk ki célunknak.

A tanulmányunk lényege az volt, hogy egy olyan többváltozós modellt állítsunk fel, mely megbízhatóan képes leírni a nemzeti válogatottak legutóbbi kontinenstornán elért eredményeit. A statisztikai modell felállításához a 2012-es Európa-bajnokságnak mind a 31 mérkőzését megfigyeltük, a csoportmeccsektől kezdve, az egyenes kiesési szakaszon át, egészen a Spanyolország-Olaszország fináléig. Valamennyi válogatott mérkőzés esetében, mindkét csapat adott mérkőzésen nyújtott teljesítménymutatóit, a torna előtti odds-ok nagyságát és a közvélemény várakozásait, valamint az Élő pontrendszert, és többek között a saját magunk által megalkotott, úgynevezett átlagos csapaterősség indexet vettük figyelembe, tehát a modellünk összességében mintegy 2600 adaton alapszik. Az egész vizsgálatunknak tehát az volt az alapgondolata, hogy a válogatottak eredményességét – az előző tornán nyújtott teljesítménymutatókkal és egyéb változók figyelembe vételével – magyarázó modell alapján, a jelenlegi teljesítménymutatók figyelembe vételével előrejelezhető-e a mostani franciaországi torna végkimenetele. Ehhez nagy segítségünkre volt az InStat nevű, labdarúgással foglalkozó internetes adatbázis.

Dolgozatunkban bemutatjuk egyfelől a vonatkozó nemzetközi szakirodalom feldolgozását, másfelől pedig azt, hogy manapság a labdarúgó csapatok elemzéséhez, értékeléséhez nélkülözhetetlen eszköz egy statisztikai szoftverprogram igénybevétele, amely kellőképpen tudja segíteni a csapatok jövőbeli eredményességét.

Alkalmazott módszertan: többváltozós korreláció- és regressziószámítás, faktoranalízis.

FARSANG BENCE ISTVÁN

farsangbence@gmail.com

Közgazdasági elemző

MA, 2. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Elek Péter

adjunktus, ELTE TÁTK

Passzhálózatok a professzionális labdarúgásban

Kulcsszavak: hálózat; labdarúgás; ökonometria; passzhálózat; statisztika

A kutatásban a 2014-es labdarúgó világbajnokság mérkőzései alapján szomszédsági mátrix alapú passzhálózatokat hozok létre, illetve megvizsgálom komplex hálózatok eszköztárát felhasználva. Az elemzés során olyan hálózati tulajdonságokat, statisztikákat keresek, amelyek segítségével jól determinálható az egyes csapatok eredményessége. A tanulmányban a világbajnokságot megnyerő német csapat passzhálózatán keresztül mutatom be a mainstream hálózatelemzési eljárásokat. Később a centralitási mutatók segítségével értékelem az egyes játékosok fontosságát a hálózatban. Végezetül az ökonometria módszereivel megállapítom, hogy melyek azok a hálózati változók, amelyek pozitívan befolyásolják egy csapat győzelmi valószínűségét. A győzelem szempontjából legfontosabb változóknak a Kleinberg-centralitás, az asszortativitás, a PageRank legnagyobb értéke és az erőcentralitás szórása bizonyultak.

SZOKOLICS DÁNIEL

daniel.szokolics@gmail.com

Alkalmazott Közgazdaságtan

BA, 8. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Elek Péter
adjunktus, ELTE TÁTK*

Torzítások a sportfogadási piacon

Kulcsszavak: Sportfogadás; Labdarúgás; Ökonometria

A dolgozat célja a labdarúgással kapcsolatos sportfogadások hatékonyságának vizsgálata. A dolgozat azt tekinti hatékonynak, mikor a fogadás során kialakuló oddsok hűen tükrözik a valós erőviszonyokat. Ezt a hipotézist nagymintás statisztikai módszerekkel vizsgálja az írás. A dolgozat középpontjában álló másik fő hipotézis az, hogy a népszerűbb meccsekről több információ áll rendelkezésre, így azoknak az oddsai pontosabban jelzik előre az eredményt. A dolgozat az első hipotézist igazolja, míg a második hipotézisre nem talál elegendő bizonyítékot. Az írás ökonometriai módszerekkel dolgozik, és a plauzibilis megállapítások érdekében a vizsgálatokhoz több különböző modellt is használ.

ILOSKICS ZITA

ilos91zita@gmail.com

Közgazdasági elemző

MSc, 4. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Sebestyén Tamás

tudományos munkatárs, PTE KTK

Válságok és hálózatok – A GDP országok közötti korrelációs szerkezetének elemzése

Kulcsszavak: gazdasági válság; hálózatelmélet; skálafüggetlenség; fázisátmenet

Gazdaságunk összetett, skálafüggetlen rendszert alkot, ezért a hagyományos makroökonómiai szemlélet mellett vizsgálható komplex hálózatként. Ennek eszköze a napjainkban népszerű új tudományterület, a hálózatelmélet, amely segítségével a szociológiai és biológiai hálózatokon túl a gazdasági hálózatok is átláthatóvá válhatnak. A dolgozat célja a gazdaság egy részének hálózatelméleti mutatókkal való feltérképezése, topológiai elemzése. A 2008-as válság súlyos következményei miatt ismét előtérbe kerültek a válságokkal kapcsolatos elméletek. A válságok alatt megfigyelhető gazdasági hálózat szerkezetének átalakulása. Skálafüggetlen szerkezetéből csillaghálóból alakul a fázisátmenet során. Ezt az átalakulást vizsgáltam a világ országainak GDP adatainak korrelációs hálózatain. Negyedéves adatokkal dolgoztam, melyeket ötéves időszakokra osztottam. Az így kapott korrelációs és késleltetett korrelációs együtthatók hálózatát számos hálózatelméleti mutatóval elemeztem, megvizsgáltam fokszárait, átlagos elérési útját, klaszterezettségét. A mutatók között létezik olyan, amely már az összeomlást megelőző néhány periódusban mutatott változást. Az összes elemzés egyhangúan rámutat a 2008-as gazdasági összeomlás nagy, az egész hálózatot erősen érintő hatásaira.

HORVÁTH DIÁNA

diana.horvath93@gmail.com

Közgazdasági elemző

MA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Bakó Barna
adjunktus, BCE KTK*

Verseny kétoldalú piacon

Kulcsszavak: kétoldalú piac; verseny; exkluzív szerződés

A kétoldalú piacok irodalma viszonylag újkeletű. Ebben a tanulmányban három, a témához kapcsolódó modell kerül bemutatásra: egységnyire normált szakasz helyett θ nagyságú szakaszt vizsgálunk, a platform differenciálja a termékét és ez a differenciálás kihat a szolgáltatás nyújtásának költségére, illetve a fenti két változás egyidejűleg jellemzi a piacot. Kitérünk az exkluzív szerződések alkalmazásának lehetőségére is. Belátjuk, hogy a piac bővülése pozitívan hat a platform profitjára, az utazási költségére és a hálózati hatásra, a termékdifferenciálásnál az árazás módszere változatlan, azonban a szolgáltatásnyújtás költsége ellenkező irányba változik, mint a termékdifferenciálást megtestesítő paraméter. Ezt az eredményt az utazási költség növekedésével magyarázzuk.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Pénzügy – bankrendszer és pénzpiacok



BALOGH VIRGÍNIA

ginus0329@gmail.com

pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Csapi Vivien

egyetemi adjunktus, PTE KTK

Elővételi jogok tortája játékelmélet bevonattal

Kulcsszavak: befektetés;játékelmélet;opció

Dolgozatomban a befektetések világába evezek. Ezen belül a címben szereplő opciókat választottam ki. Bemutatom az alapvető árazási módszereiket, de a végén egy új területtel is összekapcsolom. Ez a terület a játékelmélet. Célom megmutatni, hogy egy másik terület felhasználásával hatékonyabban tudjuk kihasználni a módszerek adta lehetőségeket, és több információ alapján hozhatunk hatékony döntést.

Munkám során megismertem a játékelmélet adta lehetőségeket, és a legjobbat próbáltam kiválasztani az opcióárazáshoz kapcsolódóan. Korábbi tanulmányaimban megismerhettem az opciók területét, ezt a tudásomat alkalmaztam, illetve bővítettem tovább. A hazai irodalomban nem foglalkoznak ezzel a területtel, pedig rengeteg lehetőség rejlik benne a befektetések világára tekintve. Ezt próbálom orvosolni, és köztudatba hozni.

ANTAL FERENC ISTVÁN
ferenc.antal26@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 7. félév
Nyíregyházi Egyetem

Témavezető:
Balogh Ágnes
gazdasági tanár, NYE

Értékalapú befektetések vs. befektetési alapok

Kulcsszavak: 2008-as válság; értékalapú befektetés; befektetési alapok; hozam összehasonlítás

A szakdolgozat a 2008-as válság utáni tőkepiaci depresszív kereskedési kedv, majd az azt követő fellendülés által nyújtott lehetőségek kapcsán, vizsgálja a minél nagyobb profit realizálási lehetőségeket, illetve két befektetési stratégiát hasonlít össze. Ezek a következők: az alapkezelők által menedzselte befektetési alapokba történő befektetési stratégia illetve, a klasszikus értékalapú befektetési stratégia.

Hipotézisem, hogy az alapkezelők által nagyobb hozam érhető el, mint egy a befektető által összeállított hosszú távú értékalapú befektetési stratégiát alkalmazó portfólióval, arra alapozom, hogy az alapkezelők munkatársai vélhetően nagyobb szakmai tudással és tapasztalattal rendelkeznek, mint egy befektetni vágyó, aki mindezt csupán vagyon növelés céljából tenné.

Kutatásom szakirodalmi feldolgozásában kitérek a befektetési alapok és azok intézményi hátterére, főbb befektetési területeire, stratégiáikra. Ezt követően bemutatásra kerül az egyfajta fundamentális elemzésre támaszkodó értékalapú befektetési stratégia, és annak alapelvei.

Kutatómunkám folyamán a 2009.09.11. és 2016.09.11. közötti periódus vizsgálok a két befektetési stratégián alapuló egy-egy portfólió létrehozásával és az általuk tartalmazott értékpapírok historikus adataik alapján hasonlítom össze a két portfólió teljesítményét. A portfóliók összeállítása szigorúan a magyar piacra korlátozódott. Az értékpapírok kiválasztása során, elsősorban a különböző számviteli teljesítményeken alapuló eredményeik szolgáltattak összehasonlítási alapot. Míg a portfóliók hozamának összehasonlításakor a kumulált teljesítményük volt a mérvado.

Pályamunkámban betekintést nyújtok az említett időszak magyar tőkepiaci helyzetébe illetve a két befektetési stratégia vizsgálata és összehasonlítása után bárki szabadon eldöntheti, hogy számára affinitásához mérten, melyik az ideális befektetési stratégia.

NÉMETH VIKTOR

nemethviktor118@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BA, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Meyer Dietmar

egyetemi tanár, BME GTK

Fiskális-Monetáris játszmák

Kulcsszavak: Játékelmélet; döntéselmélet; gazdasági döntéshozás

A dolgozat a fiskális és monetáris politika kooperációját, stratégiáit és gazdasági döntéseik hatását mutatja be makroökonómiai és játékelméleti modellek segítségével. Az egymástól független intézmények saját költségeiket próbálják meg minimalizálni, amely viszont függ a másik fél döntésétől is. Zárt keynes-i gazdasággal, statikus modellel és teljes információs játékkal igyekszünk megoldást találni a játszma egyensúlyára. Vajon ösztársadalmilag is hasznosabb-e a két szereplő függetlensége? Kinek hasznos egyikük esetleges dominanciája?

Továbbá fő szerepet kap az állami keresletpolitika és a pénzpolitika találkozása. Mit célszerű tenni a racionális döntéshozónak? Milyen stratégiát kövessen? Járhat mindenki jól?

Mind ezekre adunk választ a tanulmány során. Természetesen célunk a játszma reális, életszerű közgazdaságtani modellezése, számszerű prezentálása.

A tanulmányban előforduló összefüggéséhez, feltételezésekhez az általános keynes-i közgazdaságtant, a folyamatábrákat és a játékelméletet hívjuk segítségül, így egy átfogó, összetett képet kaphatunk a modell működéséről.

BIRÓ DÁNIEL

birodaniel8@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
BA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

KOVÁCS BENCE KRISZTIÁN

kovacs.bence@heller.uni-corvinus.hu

Pénzügy és számvitel
BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Medvegyev Péter
egyetemi docens, BCE KTK*

Hozameloszlás-mutatók vizsgálata makrogazdasági hírek közlésekor

Kulcsszavak: tőzsde; makroökonómia; eloszlás; momentumok; kockázatkezelés

A kutatás a tőzsdei hozamok általános alakulását, valamint makrogazdasági hírekre adott reakcióit vizsgálja, eloszlási momentumok segítségével. Támaszkodunk a vastag farkú eloszlások elméletére, arra, hogy a befektetések értékének elemzésekor nem csak hozam-szórás térben érdemes gondolkodni, hanem magasabb momentumokat is figyelnie kell a kockázatkezelési osztályoknak. Szintén kiindulópont a hatékony piacok elmélete, az információk árba való beépülése miatt, melynek időtávját, éppen az elmélet részleges teljesülése miatt, rövidnek feltételezzük a választott piacokon. A kutatás központi kérdése az, hogy mennyire érzékenyek a fejlett részvénytőzsdék (esetünkben a legnagyobb részvényindexszel reprezentálva) országaik rendszeres makroökonómiai híreire. A téma korábban már sokféle oldalról volt vizsgálva, azonban kutatásunkban egy újszerű módszertannal, a hozamok adatsokaságára illesztett eloszlás paramétereinek megváltozásával igyekszünk jellemezni a hatást. Eljárásunk a matematikailag Aas és Haff (2006) által, valamint a dolgozatban is levezetett általánosított hiperbolikus Student-féle t-eloszlást tartja háttéreloszlásnak, illesztési algoritmus pedig az úgynevezett EM-algoritmus, amelyre szintén Aas és Haff cikke alapján írtunk R-nyelven programot. Az illesztett eloszlás 4 paraméterrel jellemezhető, amelyek változásai jelentik az értelmezhető megfigyeléseket. Választott mintáink az S&P 500, DAX és Nikkei 225 indexek voltak, az elmúlt évtizedből származó megfigyelésekkel. A "meglepetés" jellegű események körüli és egyéb időszakokra jellemző adatsokaságok eloszlásai közötti megváltozások vegyes eredményeket hoznak a kutatásban. Alapvetően megállapítható, hogy hírtípustól függ a piac reakciója, de ez is országonként eltérő intenzitású. A legtöbb megfigyelt piaci válasz megmagyarázható közgazdasági megfontolásokkal, azonban meglepő irányú reakciókat, valamint meglepő "nem-reakciókat" is találtunk a mintán. Megfigyeléseink egyik legfőbb tanulsága az, hogy valóban van értelme magasabb momentumokat is vizsgálni, ugyanis a hozam-szórás térben tapasztalt információk fontos kiegészítése lehet a ferdeség és a kurtózis alakulása is. Másodsorban megállapítunk néhány jellegzetességet is a megfigyelt piacokról, azok bizonyos hírtípusokra való érzékenységről. Harmadsorban pedig, matematikailag is érdekesség értelmezni a kutatás eredményeit, főként a bonyolult eloszlásokhoz kapcsolt illesztési algoritmus számítási nehézségei miatt.

HORTAI FERENC

hortai.frantisek@gmail.com

Vállati pénzügyek és üzlet

BA, 3. félév

Vysoké Učerní Technické v Brně (Műszaki

Egyetem, Brünn)

Témavezető:

prof. Ing. Petr Dostál, CSc.

Egyetemi professzor, HT

The Use of Artificial Intelligence on Financial Markets

Kulcsszavak: pénzügyi piac; fuzzy modell; neurális hálózatok; arany; predikció

A szakdolgozat ismerteti a mesterséges intelligencia és a pénzügyi piac rendelkezésre álló eszközöket és a hozzájuk kapcsolódó irodalmat. A munka bő mennyiségű határon túli irodalmi forrással rendelkezik. A munka elején a munka célját definiálja, majd a választott tudományágak külön-külön és szinergikus összehatásai és lehetőségeit ismerteti az elméleti részben. Az analízissel foglalkozó rész először röviden elemzi a pénzügyi piac lehetőségeit és hangulatát. Ebben a részben felmerül és érvelődik mely befektetési eszközök lettek megválasztva. A választott befektetési eszközök iránti kereslet fejlődését rövid- és hosszútávú perspektívából egyaránt elemzi a munka. A 4. fejezetben részletesen be vannak mutatva a kidolgozott applikációk és működési elveik. Végül a modellek tesztelése és gyakorlati alkalmazhatóságuk kiértékelése van vitatva.

SZILÁGYI BERNADETT

szilagyibernadett23@gmail.com

pénzügy-számvitel

BA, 6. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Mohácsi Bernadett
tanársegéd, PTE KTK*

Portfólió-biztosítási stratégiák: A CPPI stratégia elemzése

Kulcsszavak: Konstans hányadú portfólió biztosítás; CPPI; portfólió biztosítás; Monte Carlo szimuláció

A portfólió-biztosítás kifejezés azon portfólió menedzselési technikák összességére vonatkozik, amelyek arra hivatottak, hogy garantálják, hogy a portfólió lejáratkori értéke nagyobb, vagy legalább annyi lesz, mint a kezdeti beruházás százalékában megadott szint, amit védelmi szintnek nevezünk. Ezen módszerek célja, hogy védjék a befektetőt a negatív piaci hatásoktól, miközben fenntartják az upside potenciálban, vagyis az emelkedő piaci mozgások kedvező hatásában való részesedés lehetőségét. A három leggyakrabban használt portfólió-biztosítási technika: a Stop-Loss Portfolio Insurance (SLPI), az úgynevezett Option Based Portfolio Insurance (OBPI), illetve a Constant Proportion Portfolio Insurance (CPPI). Dolgozatom középpontjában az áll, hogy bemutassam hogyan hatnak a CPPI stratégia teljesítményére a piaci körülmények, illetve a legmeghatározóbb tulajdonságainak változtatása. Ezek után összevetem az eredményeket a valós piaci környezetben is megtalálható CPPI alapok teljesítményével.

PAP ZOLTÁN

zoz.pap@gmail.com

Pénzügy

MSc, 1. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Timotity Dusán

PhD hallgató, BME GTK

Tőkepiaci árazás és annak korrekciója a valószínűségi torzítás függvényében

Kulcsszavak: Kilitás elmélet, Valószínűségi torzítás, Mentális számlázás, Ferdeség, Csúcsosság

A kutatásom során bemutatom a piac viselkedését modellezni kívánó elméleteket. A piacon tapasztalható anomáliák és irracionális jelenségek ismertetésével a hatékony tőkepiacok elméletének ellentmondásaira hívom fel a figyelmet, ezzel a pénzügyi viselkedéstan elméletét felvezetve. A merőben eltérő megközelítése a kockázatos döntések meghozatalának egy újszerű irányzatot nyitott meg a kor közgazdászainak. Ezt kívánom a Kilitás elmélet című cikkel ismertetni. Ebben a teóriában bemutatott irracionális jelenségek, amelyek a kockázatos döntések során születnek, alátámasztást nyernek a pszichológiai tudományág magyarázatai által. Ezzel a másfajta megközelítéssel pedig a pénzügyi viselkedéstan rövidtávon mindenképp szembe megy a tőkepiaci hatékonyság elméletének axiómáival.

A tanulmány további célja, hogy a valószínűségi paramétereket vizsgáljam meg az eszközárzás során. Ezek a paraméterek a hozameloszlásra jellemző torzulásokat mérik, amelyek a pénzügyi viselkedéstan jelenségeket is interpretálhatóvá teszik. A pénzügyi viselkedéstan elméletében demonstrált anomáliák szerint várható lenne, hogy ezen paraméterek szignifikánsan kimutathatóak legyenek a modellek esetében.

Az empirikus tesztelés során elsősorban a valószínűségi torzítást és a mentális számlázást, mint viselkedéstan jelenségeket kívánom az eszközárzás során kimutatni. A tesztelés külön egy rövidebb 5 éves, egy hosszabb 30 éves időszakban, illetve a 2007-2008-as válság idején is el lett végezve. Mindemellett olyan kockázati paraméterek lettek bevonva a vizsgálatba, amelyek magasabb hatékonyságot mutatnak sztenderd Capital Asset Pricing Model féle béta paraméternél.

Az eredmények során a mentális számlázást sikerült igazolni, viszont a valószínűségi torzítást, mint viselkedéstan jelenséget nem sikerült bemutatnom az egyedi részvények esetén.

A paraméterek teljesítménye során a többfaktoros modelleknél előfordult néhány egészen kimagaslóan jól teljesítő modell, alapvetően mégis gyengén magyarázzák a hozamok alakulását a tőkepiacra.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Pénzügy – vállalati pénzügyek, vállalatfinanszírozás



FARAGÓ CSABA

pheyri@gmail.com

Gazdálkodási és Menedzsment

BA, 5. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

FEKETE CSILLA

design89@freemail.hu

Gazdálkodási és menedzsment szak

BA, 5. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezetők:

*Dr. Baranyi Aranka Dr. Racskó Péter
egyetemi docens, EKE GTK*

*Dr. Baranyi Aranka Dr. Racskó Péter
egyetemi docens, EKE GTK*

A KKV szektor elemzése különös tekintettel a csődmodellek alkalmazására

Kulcsszavak: kkv; csődmodellek; mesterséges intelligencia

Problémafelvetés: A fizetésképtelenség korai előrejelzése nem csak a bankok és hitelminősítő intézetek számára lehet elengedhetetlen tényező. Egy vállalkozásnak ugyanúgy előnyt jelenthet, ha képes partnerei esetleges fizetési problémáit előre látni és reagálni rá.

Kutatási célkitűzés: Elemzésünk célja a mikro-, kis- és középvállalkozások fizetésképtelenségének objektív előrejelzése pénzügyi mutatószámok segítségével. Egy olyan módszer kidolgozása a célunk, amely nyilvánosan használt mérleg- és eredmény-kimutatásokból származó adatokat alkalmaz és képes csőd közeli állapot megbízható előrejelzésére.

Kutatási kérdések: Témaválasztásunk alapötletét egy korábbi kutatásunk jelentette, melyben a KKV vállalkozások pénzügyi típusjelenségeit vizsgáltuk a kutatás-fejlesztés tükrében. Elemzésünk során olyan kérdések maradtak megválaszolatlanul, mint hogy a paraméterezett csődmutatók képesek-e napjainkban hatékonyan előrejelzést nyújtani. Illetve, hogy milyen alternatív megoldások léteznek fizetésképtelenség előrejelzésére.

Hipotézisek: A paraméterezett csődmodellek fizetőképesség megállapítására szolgáló előrejelzések évről évre romlanak. Mesterséges intelligenciára építkező csődmodellek képesek hosszú távon is reálisan előre jelezni a csőd közeli állapotot. A cég felszámolások számának csökkenése jelentősen befolyásolhatja a csődmodellek bizonytalanságát.

Anyag és módszer: Munkánk során kiemelt ágazatokat vizsgáltuk (Feldolgozóipar, Építőipar, Szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás) 2010-2014 közötti időszakban. A fizetésképtelenség megállapítása olyan összefüggések feltárására alkalmas módszerekkel történt, mint a diszkriminancia- analízis, logisztikus regresszió, valamint mesterséges intelligencia használatával.

Kutatási eredmények: Vizsgálataink során megállapítottuk, hogy a korai, paraméterezett csődelőrejelzők (Altman-, Springate modell) képtelenek a napjainkban érvényes finanszírozási szokásokat, készletezési technikákat figyelembe venni és ez által megfelelően előre jelezni a fizetésképtelenséget.

Következtetések, javaslatok: Az elemzés alapján úgy véljük, hogy eredményes csőd előrejelzésre csak a mesterséges intelligenciával megalkotott döntési fa alkalmas az általunk vizsgált módszerek közül.

FÁRÓ JENŐ

farojeno96@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás alapszak

BA, 5. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Karai Éva

egyetemi docens, BME GTK

A magyar mezőgazdasági vállalatok eszköz- és forrás szerkezete, valamint ezeknek az eredményességre gyakorolt hatása a gazdasági világválság és az eurózóna válsága idején

Kulcsszavak: világválság; számviteli elemzés; tőkeszerkezet; eredményesség; mezőgazdaság

Tanulmányom célja elsődlegesen az volt, hogy megvizsgáljam a címben említett két nagy horderejű válság magyar mezőgazdaságra gyakorolt hatását. Az Amadeus Adatbázis adatait, illetve leíró statisztikai módszereket használva megvizsgáltam, hogy miként befolyásolta a két krízis a vállalatok forrás szerkezetét és azon keresztül az eszközállomány összetételét 2007 és 2013 között. E tekintetben jelentős elváltozásokra lettem figyelmes: különösen a forrásoldalon mutatkozott meg a válságok hatása, a hitelezés visszaesése. A vállalatok kötelezettségállománya időszak közepén, az eladósodottsági mutató pedig az egész időszakon keresztül csökkent. Szintén tanulmányoztam mindezeknek az eredményességre gyakorolt hatását, valamint egy globális képet festve az ágazatról összehasonlítottam néhány más ország mezőgazdasági trendjeit a magyarországiakkal, megállapítva, hogy hazánk nem volt rosszabb helyzetben, mint a más európai országok.

Ismertettem az EU és annak talán legintegráltabb intézményének a Közös Agrárpolitikának a válság tompításában betöltött fontos szerepét, valamint az állam szerepvállalását az ágazat támogatásában.

A vizsgált vállalatokat a vállalatméret mint csoportképző ismérv szerint osztályozva komoly eltérésekre lettem figyelmes a csoportok között. A nagyobb méretű vállalatok kevésbé szenvedték meg a hitelezés visszaesését, kötelezettségállományuk nem csökkent a kisvállalatokéhoz hasonlóan. Mindez az eszközoldalon és az eredményesség terén is éreztette a hatását, a kisebb méretű vállalatok nehezen tudták megújítani az eszközeiket, amit a stagnáló nettó beruházás bizonyít. Ebből kifolyólag az eredményességük is elmaradt a legnagyobb méretű vállalatok mögött.

Az egyes csoportok költségszerkezetét elemezve kirajzolódott, hogy a nagyobb méretű vállalatoknál relatíve több anyagjellegű ráfordítás rontja az eredményt, míg az amortizáció aránya a költségszerkezeten belül fordított arányban áll a vállalatmérettel.

Figyelemreméltó tény ezen felül, hogy a pénzügyi eredmény majdnem minden esetben az adózott eredményt rontó tételként volt jelen a csoportátlagok szintjén.

Szót ejtettem a tőkeszerkezet különböző elméleteiről is, és empirikus adatok elemzésével, statisztikai módszerekre támaszkodva vizsgáltam, hogy hazánkban érvényesül-e valamelyik elmélet. Eredményeim alapján ezek az elméletek nem vagy csak korlátozottan érvényesülnek, ugyanis csak nagyon gyenge kapcsolatot sikerült kimutatnom a tőkeszerkezet és a jövedelmezőség mutatói között.

VIOLA IZABELLA

bizsu95@citromail.hu

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kiss Árpád

egyetemi adjunktus, SZE GK

Csőd a Kapuvári Hús Húsipari ZRT-nél

Kulcsszavak: csőd; felszámolás; beszámoló elemzés

Dolgozatomban a 2003-ban alapított és 2012-ben felszámolt Kapuvári Hús Húsipari Zrt. működését vizsgálom. Arra kerestem a választ, hogy voltak-e olyan jelek, amelyek alapján várható volt a csőd bekövetkezése. Három különböző módszert is alkalmaztam. Egyrészt mélyinterjúkat készítettem a volt műszaki vezetővel és a gazdasági igazgatóval. Továbbá beszámoló elemzést végeztem, mellyel képet kaptam a vállalat vagyoni, pénzügyi és jövedelmezőségi helyzetéről. Végül több csődelőrejelző modellel is megvizsgáltam a céget, hogy lássam, vajon tényleg előre jelezték-e a bajt.

CSIRINYI PÉTER

peter.csirinyi@gmail.com

Közigazgatás-szervező

BA, 4. félév

Nemzeti Közszolgálati Egyetem

Államtudományi és Közigazgatási Kar

*Témavezető:
Dr. Parragh Bianka
adjunktus, NKE ÁKK*

Kis-és középvállalkozások hitelezési körképe

Kulcsszavak: kis-és középvállalkozások, hitelezés, gazdaságpolitika

A magyar gazdaság és társadalom életében kiemelkedő jelentőséggel bírnak a mikro-, kis- és középvállalkozások. Jórészt hazai tulajdonviszonyuk, magas foglalkoztatási rátájuk és a bennük rejlő növekedési potenciál miatt elengedhetetlen szerepük van a nemzetgazdaságban, éppen ezért helyzetük és az őket sújtó nehézségek vizsgálata is nélkülözhetetlen. A vizsgálatok eredményeit felhasználva előmozdíthatjuk fejlődésüket, segítve ezzel a felzárkózást a fejlett államok azonos kategóriájú vállalkozásainak szintjére.

Dolgozatom témája a kis-és középvállalkozások finanszírozási helyzete. Kutatásomban a Kecskemét és vonzáskörzetében található vállalkozásokra összpontosítok a pontosabb lehatárolhatóság miatt. Azt vizsgálom, hogy a gazdasági válság alatt és után hogyan változott a hitelhez jutási lehetőség, és mekkora szerepe volt a változásban az állami segítség hiányának. Vizsgálatom további szempontjai kiterjednek a vállalkozások jövőbeni várakozásaira, informáltságukra és az őket érintő legjelentősebb akadályokra, melyek gátolják a növekedésüket és fejlődésüket.

Dolgozatom három fő szerkezeti részre bontható.

A dolgozatom első részében a téma szakirodalmi hátteret tekintem át. Ezen belül bemutatom a kis-és középvállalkozások történetét és jogszabályi hátterét. Ezen túlmenően prezentálom a Növekedési Hitelprogramot és a Széchenyi Kártyaprogramot. Bár van több olyan konstrukció is, ami állami támogatással bír, de véleményem szerint ebben a vállalati körben ez a két program a legrelevánsabb. Végezetül áttekintő képet adok Kecskeméti térség vállalkozási és működési sajátosságairól.

A dolgozat második nagy egységében a kérdőíves felmérés keretén belül kísérletet teszek egy olyan benchmarking vizsgálatra, mely bemutatja a Kecskeméti vállalkozások gazdasági és pénzügyi helyzetét, és rávilágít az állami szerepvállalás előnyeire.

A dolgozat befejező részében a konklúzió levonására kerül sor a jelenlegi hitelhez jutási lehetőségekkel kapcsolatban, továbbá kérdéseket vetek föl a helyzet jövőbeli alakulásával összefüggésben, és arról, hogy milyen irányok lennének a továbbiakban hasznosak.

FODOR PAPP GÁBOR

gaborfodorpapp@gmail.com
Gazdálkodási és Menedzsment
BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

HAJAS GERGELY

hajasgergo94@gmail.com
gazdálkodási és menedzsment
BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Kállay László
egyetemi docens, BCE GTK*

Lean szemlélet a magyarországi startup finanszírozásban

Kulcsszavak: startup; finanszírozás; kisvállalkozás; közösségi finanszírozás; kockázati tőke

Dolgozatunkban a magyarországi startupok finanszírozásának viszonyulását vizsgáljuk a lean filozófiájához. Először átfogó elméleti bemutatást adunk a magyar startupok számára elérhető finanszírozási formákról, részletesen bemutatjuk a kockázati tőkét, a közösségi finanszírozást, a startup versenyeket, valamint a jelenleg elérhető állami támogatásokat is. Ezt követően, egy több mint 800 magyarországi startupt tartalmazó adatbázisból választunk kilenc vállalkozást, amiknek bemutatjuk profilját és a finanszírozási történetét. A cégek kiválasztáskor ügyelünk arra, hogy minél több olyan vállalkozást vonjunk be a vizsgálatba, amelyek több finanszírozási formát is igénybe vettek.

A vállalkozások elemzését követően, a példákat összefoglalva, kitérünk arra, hogy az egyes finanszírozási formák hogyan viszonyulnak a lean szemléletéhez és milyen előnyökkel, illetve hátrányokkal járnak a startupok számára. Végül felvázolunk egy finanszírozási utat, ami szerintünk ideálisnak tekinthető egy magyarországi startup vállalkozás számára. A finanszírozási út kialakításakor figyelembe vesszük a lean elveket, a finanszírozási formák elméleti hátterét, a magyar startup ökoszisztéma sajátosságait és a bemutatott példákban levont gyakorlati tapasztalatokat.

PATTOGATÓ PÉTER

patesz9@gmail.com

Pénzügy

MSc, 3. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Szívós László

egyetemi tanársegéd, BME GTK

Magyar építőipari részvénytársaságok csődelőrejelzése logisztikus regresszióval

Kulcsszavak:

A tanulmány arra keresi a választ, hogy milyen megbízhatóság mellett lehetséges logisztikus regresszió alapuló csődmodell létrehozása a Magyarországi építőipari részvénytársaságok csődjének előrejelzésére.

A szakirodalom feldolgozása során a csődmodellek módszertani fejlődését követve, historikusan mutatom be a csődmodellezés egyes korszakainak legkiemelkedőbb tanulmányait illetve eredményeit, melyek a későbbi modellek elméleti vagy módszertani háttérét adták. Kvantitatív vizsgálataim során elsődleges célul tűztem ki, hogy a rendelkezésre álló adatok alapján megvizsgálom milyen besorolási pontosságú modell készíthető pusztán a vállalatok nyilvánosan elérhető beszámóiban található számviteli adatokból számított pénzügyi mutatók és arányszámok felhasználásával, míg a tanulmány másodlagos célja olyan modell készítése, mely könnyen adaptálható más iparági vállalatok csődjének előrejelzésére a magyarázóerő szignifikáns csökkenése nélkül.

Az adatbázis tekintetében 196 Magyarországon bejegyzett építőipari Nyílt-, illetve Zártkörűen működő részvénytársaság nyilvánosan elérhető beszámolójából képzett pénzügyi mutatóit használok fel az elemzéshez. A minta a 2008-2015 között csődbement és túlélő vállalatok adatait tartalmazza. Az elemzést az IBM SPSS statisztikai szoftvercsomaggal végzem.

KURUCZLEKI ÉVA

evakuruczleki@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás (angol nyelven) MSc

MA, 3. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kovács Péter

tanszékvezető egyetemi docens, SZTE GTK

Magyar társas vállalkozások pénzügyi kultúrájának vizsgálata

Kulcsszavak: pénzügyi kultúra, társas vállalkozások, Magyarország

A 2008-as világgazdasági válság óta sorra születnek a lakosság pénzügyi kultúráját elemző tanulmányok, azonban a vállalkozásokat, mint a gazdaság egy fontos mozgatórugóját, eddig elkerülték a szélesebb körű vizsgálatok. Tanulmányomban szerettem volna felmérni, a magyarországi társas vállalkozások körében milyen pénzügyi kultúra jellemző, eltér-e a lakosság pénzügyi kultúrájától?

A pénzügyi kultúra fogalmának értelmezése után áttekintettem a témában született hazai tanulmányokat, illetve azon külföldi tanulmányokat, amelyek szintén vállalkozásokat vizsgáltak. Kutatásom során kérdőíves adatfelvétellel vizsgáltam a magyar társas vállalkozásokat, és vizsgáltam meg hitel felvétellel, kockázatkezeléssel, inflációval és egyéb gazdasági területekkel kapcsolatos ismereteiket, illetve klaszterelemzéssel csoportosítottam a hazai vállalkozásokat pénzügyi kultúra szintjük alapján. Vizsgálatom eredménye a vállalkozások alacsony pénzügyi kultúrájára, a lakossáéhoz hasonló tulajdonságokra utal, kockázatkerülő magatartással és a hitelektől való tartózkodó magatartással, amely további fejlesztést igényel.

GYÁRFÁS ADORJÁN

adorjan.gyarfas@gmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás (angol nyelven)

BA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Váradi Kata
adjunktus, BCE GTK*

(Piaci) egységben az erő? Avagy a faktoring nagy esélye - A magyarországi implantátum és protézisgyártók likviditáskezelési megoldásainak vizsgálata

Kulcsszavak: vállalati likviditás; vállalati likviditáskezelés; faktoring

A magyar egészségügyi intézmények nehéz pénzügyi helyzete nemcsak az ország állampolgárainak megfelelő színvonalú egészségügyi ellátását veszélyezteti, hanem az iparágban tevékenykedő beszállító cégek likviditáskezelését is jelentősen megnehezíti. Mivel az egészségügyi szektor óriási méretű és összetettsége lehetetlenné tenné a teljes iparág vizsgálatát, a dolgozat fókuszát a Magyarországon aktív implantátum és protézisgyártó cégek likviditáskezelése képzí.

A magyarországi implantátum és protézisgyártók piacán kiemelt problémát jelent a követelésállomány kezelése. A faktoring, mint likviditáskezelési módszer pontosan a piacon tapasztalható hosszú fizetési határidejű, illetve bizonytalan és kockázatos követelések kezelésére alakult ki, így jogosan merülhet fel az a kérdés, hogy mennyire elterjedt a likviditáskezelési módszer a piacon. A dolgozat során bemutatásra kerül, hogy a piacon tapasztalható likviditáskezelési módszerek körében mennyire elterjedt a faktoring használata, illetve ennek okai is.

A dolgozat során vizsgálatra kerül a likviditáskezelés vállalati sikerességben betöltött szerepe is, ami összekapcsolható a faktoring térnyerésének lehetőségeivel.

Megállapítható, hogy ahhoz, hogy a faktoring elterjedtebb legyen a piacon, a piaci szereplők közötti bizalom növekedése, a fizetési morál jelentős javulása, illetve a pénzügyi intézetek költséghatékonyabb működési modelljére lenne szükség. Emellett kijelenthető, hogy a vállalati likviditáskezelés és az üzleti eredményesség pozitív kapcsolatban áll egymással a piacon, ami befolyásolja a vállalatfinanszírozás módszerét is.

A dolgozat fő kérdését a faktoring, mint likviditáskezelési módszer sajátosságai, gyakorlati haszna és lehetőségei jelentik a vállalatok eredményes működése során különös tekintettel a magyarországi implantátum és protézisgyártók piacára.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Regionális gazdaságtan és településfejlesztés



KRAJNYÁK EMMA

emma.krajnyak@gmail.com

Vidékfejlesztési agrármérnöki

MSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Nagy Géza
egyetemi tanár, DE GTK*

A települési fejlettség alakulása Harsányban

Kulcsszavak: települési fejlettség; időbeli változás; közérthetőség;

Hazánkban évtizedek óta foglalkoznak a magyar települések és kistérségek fejlettségi kategorizálásának kérdéskörével, az adott célnak megfelelően különböző fejlettségi mutatókat alkalmazva. Az Európai Unióhoz való csatlakozás velejárója, hogy hazánk számára is elérhetővé váltak a közösségi források. Ezáltal napjainkban is kardinális témakör a források helyes elosztása. Az Országgyűlés által elfogadott komplex fejlettségi mutató számítása mellett az évek során számos kutatást alapoztak a települései/térségi fejlettség kérdéskörére. A legtöbb kidolgozott módszertan és eljárás közös tulajdonsága, hogy a fejlettséget valamilyen nagyobb területi egység színvonalához méri, valamint, hogy általában statikus mutatókat alkalmaz.

Korábbi tevékenységem során egy adott település fejlesztésének eredményeivel, azok megítélésével foglalkoztam. Lakossági kérdőívek elemzése és a település vezetőjével készített mélyinterjúm során arra a megállapításra jutottam, hogy az ott élők pozitív képet alkotnak a községről és az elmúlt évek beruházásainak döntő hányada nagyban hozzájárult a falu fejlettségének javulásához.

Jelen munkámat a korábbi eredményeimre építkezve készítettem el. Kíváncsi voltam, hogy a helyi megítélést, a pozitív képet tükrözik-e az egyes területekre vonatkozó hivatalos statisztikai adatok, és hogy ezek alapján a település önmagához képest fejlettebb-e?

A szakirodalom rengeteg bonyolult, valamint egyszerű statikus módszert kínál a fejlettség megállapítására, a dolgozatban azonban a céloom az időbeli változás érzékeltetése, egyes esetekben a változás mértékének bemutatása. Az irodalmak alapmutatóit, a településen zajlott fejlesztéseket és korábban végzett primer adatgyűjtés eredményeit összevetve választottam ki azokat a mutatócsoportokat, melyek elemzésével képet kaptam a fejlettség alakulásáról.

Alkalmazott módszerek kiválasztásánál a követhetőség és a közérthetőség játszott szerepet, így elsősorban dinamikus viszonyszámokat alkalmaztam az idősorok elemzésére, állandó bázisú és változó bázisú viszonyszámokat egyaránt. Növekedési rátát számítottam, valamint a fejlődés átlagos ütemével foglalkoztam.

A dolgozat eredményeképp arra a következtetésre jutottam, hogy Harsány a legtöbb területen valóban fejlettebb lett az elmúlt évek alatt, ám a fejlődés mértéke sok esetben csupán minimális. Kirajzolódtak azok a települési feltételek, amelyekre a hosszú távú hatások érdekében érdemes lenne nagyobb hangsúlyt fektetni.

HARCZNÉ HEGYESHALMI ZSUZSANNA

hegyeshalmi.zsuzsa@citromail.hu

Nemzetközi Tanulmányok

MA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Külkereskedelmi Kar

Témavezető:

Dr. Antalóczy Katalin

főiskolai tanár, BGE KKK

Autóipari zöldmezős beruházás a válság kezdetén – Mercedes-Benz Kecskemét

Kulcsszavak: Mercedes; Kecskemét; FDI

A 2008-as pénzügyi válság rendkívül súlyosan érintette a külföldi közvetlentőke-beruházások (Foreign Direct Investment, FDI) mértékét: a 2008 őszi kirobbant globális pénzügyi válság következtében 2009-re jelentősen visszaesett az FDI mértéke a világgazdaságban.

Az UNCTAD 2009-es World Investment Report-ja alapján a 2008-as válság kirobbanását követően 2009-ben a közvetlentőke-beruházások értéke 900-1200 milliárd dollárral esett vissza a világgazdaságban, megszakítva ezzel a 2003 és 2007 között tapasztalható növekedést.

Ez a tendencia leginkább a fejlett országok gazdaságait érintette a világgazdaságban, amelyeknél 29%-os visszaesést tapasztaltak. Ugyanez a tendencia figyelhető meg Európában: a beáramló FDI értéke a kilenc újonnan csatlakozott EU tagállamban kisebb mértékben csökkent, mint az EU 15 tagállamokban, ráadásul Magyarország egyike volt azon négy tagállamnak Csehország, Szlovákia és Románia mellett, melyekben az FDI értéke növekedett 2008-ban.

Magyarországon a válságot követő időszakban két igazán nagy volumenű autóipari beruházás is történt, az első a 2008-as telephelyválasztást követő Mercedes beruházás Kecskeméten, a másik pedig 2 évvel később a motorgyárat autógyárral bővítő Audi beruházás Győr városában.

A dolgozat a kecskeméti Mercedes-Benz beruházást vizsgálja a nemzetközi befektetői döntéshozatal és a regionális gazdasági hatások aspektusából. Számos, a multinacionális vállalatok külföldi közvetlentőke-beruházásaival foglalkozó elmélet említi meg a zöldmezős beruházások előnyei között a munkanélküliség csökkenését, mint pozitív hatást. A tények azonban ezt nem támasztják alá maradéktalanul: a munkanélküliek abszolút száma Bács-Kiskun megyében 2010 és 2014 között alig egy százalékkal csökkent. Emellett a gazdaságilag aktív népesség növekedett, így a munkanélküliek aránya ugyan csökkent, az azonban nem állapítható meg, hogy a beruházás előidézte a munkanélküliek számának jelentős csökkenését.

HORVÁTH ZSÓFIA

zsofi.hor@gmail.com

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök

BSc, 7. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kassai Zsuzsanna

adjunktus, SZIE GTK

A várossá válás folyamata és annak hatásai Verpelétre

Kulcsszavak: településfejlődés; városfejlődés; várossá válás; Verpelét

A TDK dolgozatom célja az, hogy egyrészt bemutassam, hogyan fejlődött a magyar településhálózat, hogyan alakult ki és hogyan változott a városok szerkezete Magyarországon, másrészt ismertessem Verpelét várossá válásának folyamatát, valamint, hogy ennek milyen hatása volt a településre.

A szakirodalmi részben bemutatom hogyan alakult ki a középkori városokból a jelenlegi magyar városszerkezet, majd a várossá válás jogi hátterét és azt, hogyan szabályozták a települések várossá nyilvánítási kezdeményezését, mikor, milyen módon és milyen dokumentációt kell benyújtani ehhez. Ezt követően pedig magát a várossá válás gyakorlatát tárom fel: hogyan kezdődik a folyamat, egy aktív helyi szereplőnek, aki általában a polgármester, hogyan kell maga mellé állítania a település lakosságát, szervezeteit, majd hogyan kell sikeres dokumentációt összeállítania, amely nagy részben függ attól, hogyan szervezi meg a szükséges adatok összegyűjtését, hogyan menedzseli a dokumentációkészítést és hogy felfogad-e pályázatíró céget.

A kutatási részben bemutattam Verpelét városát, mennyit és hogyan fejlődött ez az egyes várossá nyilvánítási kezdeményezések során. A kezdeményezések közül szerintem már 2011-ben megszerezhetette volna a városi rangot a település, ha nem abban az évben kezdik el átalakítani az önkormányzati rendszert. 2011-re fejlődött a város talán a legtöbbet, például: nőtt a térségi szerepköre, új nagykereskedelmi lánc nyitott üzleteket, megvalósult több felújítás pályázatok révén, elkezdődött az Asiafood Kft. építkezése, nőtt a falusi szálláshelyek száma és bővült az óvodai férőhelyek száma. Végül a helyi falusi vendéglátókkal, vállalkozókkal civil szervezetek vezetőivel és a polgármesterrel folytatott interjúim eredményeit ismertettem, amelyek segítségével átfogó képet kaptam Verpelét várossá válási folyamatáról és ennek következményeiről.

UZONYI ANTAL

uzonyi93@gmail.com

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök

BSc, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Horváth Péter
adjunktus, DE GTK*

Az agrár- és vidékfejlesztési támogatások értékelése Hajdúböszörményben

Kulcsszavak: vidékfejlesztés; támogatások; koncentráció; Hajdúböszörmény; gazdálkodók

Magyarország 2014. május 1-én az Európai Unió tagjává vált, amelynek köszönhetően különböző pénzügyi források, illetve támogatási jogcímek nyíltak meg országunk előtt. A Közösséghez való csatlakozásunk mérföldkőnek tekinthető mezőgazdaságunk életében, hiszen jelenleg is a gazdálkodók jövedelmének 40%-át agrár- és vidékfejlesztési támogatások képezik. A témakör aktualitásán túl kiemelendő, hogy Hajdúböszörményben – mezővárosi rangjához méltóan – tradicionálisan nagy hagyományai vannak a mezőgazdaságnak.

Dolgozatom általános célkitűzéseként minél pontosabb képet szeretnék kapni a Hajdúböszörményben gazdálkodók támogatásokhoz kapcsolódó viszonyairól, továbbá kíváncsi vagyok a gazdálkodók személyes véleményére, meglátásaira is. A célok megvalósítása érdekében két hipotézis került felállításra. Az első hipotézis szerint Hajdúböszörményben az agrár- és vidékfejlesztési támogatások koncentráltasága az elmúlt 5 évet figyelembe véve egyaránt magas és kiegyenlített volt, míg a második hipotézis szerint a hajdúböszörményi gazdálkodók pozitívan értékelik a támogatásokat.

A hipotézisek bizonyítása érdekében szekunder, illetve primer adatgyűjtéseket egyaránt végeztem. A támogatások koncentráltaságának Hajdúböszörményben történő vizsgálata során az MVH közérdekű adatbázisában elérhető támogatási adatokat használtam fel. Ennek alapján a támogatások koncentráltaságának mérésére három koncentrációs mérési módszert (Lorenz-görbe, CR koncentráció, Hirschman-Herfindahl index) is alkalmaztam.

Primer kutatásom során pedig az MVH közérdekű adatbázisában fellelhető, a 2015-ös évre vonatkozóan Hajdúböszörményben támogatásban részesültek körében végeztem kérdőíves felmérést. A Lorenz-görbe alapján megállapítható, hogy települési szinten a vizsgált évek mindegyikében magas volt a támogatások koncentráltasága, míg a támogatások eloszlása kiegyenlített képet mutat, ugyanis minden vizsgált évben kevés gazdálkodó kapott nagy összegű támogatást. A CR koncentráció, valamint a HH index vizsgálata során pedig alátámasztást nyert a legkoncentráltabb évre vonatkozó Lorenz-görbe lefutása, amely vizsgálati eredmények alapján az első hipotézisben megfogalmazott állítást elfogadtam.

A kérdőíves felmérés eredményeinek a kiértékelését követően pedig elmondható, hogy a gazdálkodók körében megoszlanak a vélemények a jelenlegi támogatásokkal kapcsolatosan, így a hipotézisben megfogalmazott állítást részben fogadtam el.

KOVÁCS NIKOLETT

k.nikolett1994@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

POP KITTI

popkitti13@gmail.com

turizmus-vendéglátás

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

OTOTT KRISTÓF MIKLÓS

otottkristof13@gmail.com

Kereskedelem és Marketing

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

Témavezető:

Papp Judit

adjunktus, BGE KVIK

Egy kisváros nagy lehetőségei –Lébény fejlesztési terve

Kulcsszavak: Lébény; településfejlesztés; városimázs; lakosság megtartás; városmarketing

Gyönyörű templom, csodálatos természet, a Szent Jakab zárandokút és a Fertő-Hanság Nemzeti Park – ezt jelenti Lébény a turistáknak, akiknek a város minden évszakban nyújt látnivalót. De vajon mit tartogat saját lakói és a környéken élők számára?

Magyarország kisebb lélekszámú településeinek komoly feladatot jelent a lakosság megtartása és új lakók letelepítése, amely Lébényt is jelentős kihívások elé állítja. A települések lakosság megtartó erejének szerepe ugyanakkor nagyon fontos Magyarország fenntarthatósága és gazdasági stabilitása céljából, így korunk egyik kulcsfontosságú kérdésének tekinthető.

Dolgozatunk célja Lébény számára olyan stratégiai javaslatokkal szolgálni, amelyeket megvalósítva a Hanság és a Szigetköz találkozásánál fekvő kisváros még hívatottabb lakóhellyé, otthonná válhat.

Munkánk során felhasználtuk más, korábbi kutatások eredményeit, amelyek alapján választ kaptunk a településfejlesztés és (ezzel összefüggésben) a lakosság megtartó erő növelésének szempontjából elengedhetetlen kérdéseinkre, például: Mi a lakosság véleménye a településről? Milyen vonzóadottságokkal és kiaknázatlan lehetőségekkel rendelkezik? Hová pozícionálható a kistérségen belül? Emellett mélyinterjúkat készítettünk Kovács Gáborral, a város polgármesterével, melynek során még többet megtudhattunk Lébény helyzetéről, a fejlesztési lehetőségekről és azok körülményeiről, valamint ötleteink realitásáról.

A kutatás során kapott eredményekre támaszkodva megalkottunk egy megvalósítható fejlesztési tervet, amely figyelembe veszi korunk fontos értékeit, a környezetvédelmet, ökológiai szemléletet, esélyegyenlőséget és fenntarthatóságot. Ezen elvek mentén a fejlesztési terv hozzájárul Lébény még határozottabb városimázsának kialakításához és lakosság megtartó erejének növeléséhez. Emellett segítséget nyújt egy elérhető jövőkép kialakításához, amely megerősíti Lébény pozícióját a társadalmi felelősségvállalásban kiemelkedő magyar kisvárosok között.

OLÁH ILDIKÓ

olah.ildiko92@gmail.com

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök
BSc, 7. félév

Szent István Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Kassai Zsuzsanna
adjunktus, SZIE GTK*

GAZDASÁGFEJLESZTÉSI PROGRAMOK JÁSZBERÉNYBEN

Kulcsszavak: gazdaságfejlesztés; településfejlesztés; városfejlesztés

Pályamunkámban egy konkrét település gazdaságfejlesztési programját, városfejlesztési stratégiáját elemzem. Jászberényre személyes indíttatásból esett a választásom. Ez a szülővárosom, itt nőttem fel és jelenleg is itt élek. Érdekel, hogy milyen helyzetben van a város most, és milyen jövő vár rá. Én is szeretnék hozzájárulni ahhoz, hogy minél sikeresebb lehessen, egyre több vállalkozás települjön ide és az itt lakók életminősége javuljon.

A saját vizsgálatom egy rövid helyzetfeltárással indul. Elsőként a város elhelyezkedését, természetföldrajzi jellemzőit ismertetem. Ezt követi egy demográfiai helyzetfeltárás, majd a szociális jellemzők vizsgálata. Bemutatom a város gazdasági, valamint az infrastrukturális helyzetét is. Végezetül pedig a fejlesztési tervek elemzésével foglalkozom. A szekunder adatok elemzése mellett a dolgozat elkészítéséhez kérdőíves felmérést is végeztem a helyi vállalkozások, valamint a lakosság körében.

A primer kutatásból kiderült, hogy a lakosok nem elégedettek a városvezetéssel, úgy gondolják nincsenek megfelelően tájékoztatva, bevonva az aktuális kérdésekbe. Szükségesnek tartanak a munkahelyteremtést, valamint a vállalkozások fejlesztését és lehetőséget látnak a város turisztikai célú fejlesztésében is. A vállalkozói kérdőív eredményei azt igazolták, hogy a nagyobb vállalatok elégedettebbek mind a tájékoztatással, mind pedig az adókkal, lehetőségekkel kapcsolatosan. Az interjúból megtudtam, hogy a polgármester időnként gyárlátogatást tesz néhány nagyvállalatnál és egyeztetnek az igényeikről, elképzeléseikről. A kisvállalkozók azonban hiányolják a folyamatos kapcsolattartást. Továbbá sérelmezik, hogy az önkormányzat a helyi beruházásokat, elképzeléseket nem a helyi vállalkozókkal végezteti el. A legtöbb vállalkozás fontosnak tartaná egy az ipari park kialakítását, Jászberény területén ugyanis ilyen terület nem található. Ez nem csak a jelenlegi vállalkozásoknak segítene, de vonzó lehetne az így nyújtható kedvezmények miatt a betelepülni kívánó cégek számára is.

A város javarészt egy lábon áll, jelentősen függ az Electrolux Lehel Kft.-től. A jövőben fontos feladat, hogy ezt a függőséget lazítsák a helyi vállalkozások együttműködésének elősegítésével, valamint támogassák a magasabb hozzáadott értékű termék előállítását. Emellett a jövőben nagyobb hangsúlyt kell fektetni a vállalkozókkal való jobb kapcsolat kialakítására, valamint a megfelelő lakossági tájékoztatásra és a társadalmi részvétel erősítésére.

SZÜCS PETRA

petra.szucs94@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Lukovics Miklós

egyetemi docens, SZTE GTK

Innovatív városfejlesztési eszköztár: a "sétálható város" koncepcióban rejlő lehetőségek Szegeden és Valenciában

Kulcsszavak: sétálhatóság; helyi gazdaság; városi mobilitás; városfejlesztés

Dolgozatom célja az volt, hogy értelmezsem és alkalmazzam a sétálhatóság koncepcióját közepes méretű városokra vonatkozóan, valamint hogy a sétálhatóság szintjét, fejlesztési lehetőségeit és potenciális előnyeit kutassam két konkrét város példáján, Szegeden és Valencián keresztül. Mindez a helyi gazdaságfejlesztés szemszögéből történt.

Az alapvető probléma, amire ez a dolgozat szeretne megoldást nyújtani, az urbanizációs közlekedésből eredő negatív mellékhatások. Általában, a szakemberek erre a városi mobilitási problémára az elektromos közlekedési rendszerekkel próbálnak válaszolni, de a sétálhatóság is egy hasonló lehetőség, mely kevésbé ismert, de innovatívabb és előnyös megoldás, melynek számos pozitív hatása van a helyi gazdaságra.

A dolgozat áttekintést nyújt az elméleti és gyakorlati szakirodalomról, mely hozzájárult az empirikus kutatásom megalapozásához, amit személyesen végeztem el Szegeden és Valenciában. A módszertan felépítése három részből áll: résztvevő megfigyelés, kérdőív és mélyinterjúk. A mélyinterjúk két részre oszlanak: interjúk helyi stakeholderekkel és helyi döntéshozókkal. Az átfogóbb kép biztosítása érdekében, a két város nemzetközi dimenzióba is lett helyezve a kérdőív két kérdésénél.

A kutatás eredményei azt mutatják, hogy a sétálhatóság szintjét mindkét városban szükséges és kívánatos lenne emelni. Ennek városfejlesztési eszközökkel való véghezvitelére javaslatok lettek megfogalmazva, hogy a gazdasági előnyök elérhetőek legyenek. Az adatgyűjtésem és kutatásom eredményeképpen arra a következtetésre jutottam, hogy Szegednek és Valenciának multimodális közlekedési rendszert kellene létrehoznia nagy hangsúlyt fektetve a sétálhatóságra, a fenntartható városi mobilitási tervek fényében. Nyilvánvalóan, a sétálhatósági tervek minden város esetében különbözőek az adott körülmények alapján, de ez a cselekvési terv alkalmazható bármely olyan város esetében, mely fejleszteni szeretné a helyi gazdasági versenyképességét egy városfejlesztési eszköz segítségével.

ILLÉS GERGŐ

illesgergo716@gmail.com

Gazdasági és Vidékfejlesztési Agrármérnök
BSc, 7. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Némediné Dr. Kollár Kitti
adjunktus, SZIE GTK*

Jászfényszaru térgazdasági összefüggéseinek vizsgálata

Kulcsszavak: Jászfényszaru; térgazdaság; gazdaságfejlesztés; elégedettség

Jászfényszaru, az Észak-Alföldi régió nyugati csücskében fekvő kisváros napjaink egyik legkeresettebb erőforrásával, iparral rendelkezik. Közép-Kelet Európa legnagyobb televízió gyára a Samsung Electronics Magyar Zrt. óriási kincs a város számára. Gazdasági szempontból önmagában is jelentős bevétellel gazdagítja a település költségvetését, ezen felül a gyáróriás számos vállalatot vonzott a folyamatosan fejlődő Ipari Park területére és a környező településekre.

A töretlen gazdaságfejlesztés eredményei ugyan elvitathatatlanok a település önkormányzatától, azonban a város demográfiai mutatói aggodalomra adhatnak okot. Habár a népességszám csökkenése, valamint az előregedő társadalomszerkezet az egész országra jellemző folyamatok, Jászfényszaru az átlagnál jóval több lehetőségekkel rendelkezik a kihívások kezelésére.

Dolgozatomban a társadalmi-gazdasági tér több területét megvizsgáltam, amelyek esetében egy nem túl mélyre hatoló kutatás eredményeként is számos probléma került felszínre. A kutatási részben többféle módszert alkalmaztam, többek között dokumentumelemzést, kérdőíves adatgyűjtést, mélyinterjút illetve SWOT analízist. Ezen módszerek komplex alkalmazása alapján, meg kell említeni, hogy a megkérdezettek jelentős hányada elégedett Jászfényszaruval. A település jelentős fejlesztéseket valósított meg az elmúlt évtizedekben, amelyeket a gazdaságfejlesztés eredményei határoztak meg. A teljesség igénye nélkül, megszépült Jászfényszaru városképe, jelentős eredményeket ért el a szegregátumok felzárkóztatásában, a munkanélküliek arányában pedig jobb mutatókkal rendelkeznek valamennyi tágabb környezetüknél. Az infrastrukturális beruházásoknak köszönhetően jelentősen javult a település megközelíthetősége és a közlekedésbiztonság.

Jászfényszaru városára, döntéshozóira jellemző volt, hogy amely területen fejlődést szerettek volna elérni, ott sikerrel járnak. Véleményem szerint a település vezetői remekül mérték fel, hogy milyen kihívásokkal kell szembenézni a rendszerváltást és az ezredfordulót követően és milyen válasszal tudnak felülemelkedni gazdasági válságokon vagy éppen társadalmi konfliktusokon. Napjainkban a Thyssenkrupp Presta Hungary Kft. beruházásával újabb mérföldkőhöz érkezett Jászfényszaru városa. A sikeres fejlődés érdekében az eddig is széles horizontot a jövőben még komplexebb szemlélettel kell kiegészíteni. Úgy gondolom, hogy a következő évtizedekben a város jövőjét meghatározó tényezőként fog megjelenni a fenntarthatóság kérdése.

KATÓ RÉKA

katoreka@freemail.hu

Kereskedelem és marketing

BSc, 7. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Reisinger Adrienn
egyetemi docens, SZE GK*

Közösségfejlesztés és -tervezés Rajkán

Kulcsszavak: közösségfejlesztés; közösségi tervezés; társadalmi részvétel

Külföldön, Németországban, Amerikában, Spanyolországban és még több országban is egyre inkább terjedőben van a közösségi tervezés alkalmazása. Magyarországon is van rá egyre több példa, de még kevésbé kommunikálják a nagyközönség felé. Sokan talán még soha nem is hallottak arról, hogy létezik a tervezés egy ilyen módja is. Én hiszek benne, hogy ez egy kiváló lehetőség mindannyiunk számára, hogy együtt tervezzük meg a jövőt. Ezért is választottam ezt a témát a TDK-dolgozatomhoz. Remélem, hogy a következő oldalakon megfogalmazott gondolatok, több embert is ráébresztenek majd, hogy nem csak magunkra, hanem "ránk" is figyelni kell. Célom, hogy megvalósítsak egy olyan közösségi tervezést, amelyet a megfelelő módon mások számára is elérhetővé tehetünk, és amely másokat is motiválni fog e módszerek kipróbálására.

BALOGH GÉZA ATTILA

balogh.geza.attila@gmail.com

gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök
BSc, 7. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Urbánné Malomsoki Mónika

tanszéki mérnök, SZIE GTK

Lőrinci – Mátravidéki Erőmű városrészének helyzete és fejlesztési lehetőségei

Kulcsszavak: településfejlesztés; Lőrinci; lakótelep; park; csökkenő népesség

Ha az ember körülnéz egy térben, külső szemlélőként sok olyan dolgot vehet észre, amit más nem biztos, hogy meglátna, akkor sem, ha a saját településéről van szó. Velem is ez történik, ha Lőrinci városában járok. Sokmindent észrevettem, amit mások nem biztos, hogy látnak. Ez inspirált arra, hogy dolgozatomban ezzel a városrészrel foglalkozzak, különös tekintettel annak lakótelepére.

A tudományos szakirodalom feldolgozását követően Lőrinci város bemutatásával foglalkozom. Kitérek a város elhelyezkedésére, történetére, majd bemutatom a fontosabb mutatókat (pl. népességszám, munkanélküliek száma, vállalkozások száma). Ezt követően a Mátravidéki Erőmű városrészt mutatom be. Szólok magáról az erőműről, a hozzá tartozó lakótelepről és a hűtő létrehozásáról, majd a lakótelep életéről.

A kutatásomat, és annak kérdőívét – melyet 152-en töltöttek ki – a lőrinci emberek szokásaira, a szolgáltatások igénybevételére, illetve az erőműi városrészrel kapcsolatos kérdésekre fókuszáltam. Kíváncsi voltam, az emberek hova járnak bevásárolni, hol adják fel csekkjeiket, hová mennek igazolványt cserélni, művelődni, stb. Az erőműi városrészrel kapcsolatban érdekelt, hogy az ott élők szeretnek-e ott élni, illetve a többi lőrinci lakos szeretne-e ott élni. A kérdőívben lehetőség nyílt arra, hogy egy 1-től 6-ig skálán véleményezzék a válaszadók az erőműi lakótelep állapotát: többek között az útminőséget, a közlekedést, a kereskedelmet, az épületek állapotát, stb. értékelték, meglehetősen változatos eredménnyel. Megkérdeztem a lakosság véleményét arról, milyen fejlesztéseket preferálna az erőműi városrészen. A kérdőíves vizsgálat mellett készítettem egy mentális vizsgálatot is, amely a lakótelep épített környezetére irányult. A felmerült gondokat egy problémafán ábrázoltam annak érdekében, hogy ezek a problémák megoldásra kerüljenek. A dolgozat végén a kutatás elején megfogalmazott hipotéziseket vizsgáltam, valamint fejlesztési javaslatokat tettem az erőműi lakótelepre nézve. Véleményem szerint az erőműi lakosság közösségének kialakítása és annak fejlesztése, az utak, járdák felújítása, a volt óvoda- és iskolaépület hasznosítása, a lakóingatlanok felújítása elengedhetetlen fejlesztések lesznek rövid- és középtávon.

A dolgozat célja az erőműi városrész lejtmenetét megállítani és egy felfelé törekvő irányvonalat létrehozni azért, hogy a lakosság is elégedett legyen, újra aktív élet jöjjön létre a városrészben, illetve új, lehetőleg fiatal családok költözzenek a lakótelepre.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Regionális gazdaságtan és területfejlesztés



BURKA NIKOLETTA ZSUZSANNA

nikoletta.burka@gmail.com

Regionális és környezeti gazdaságtan

MSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Prof. Dr. G. Fekete Éva

egyetemi tanár, tanszékvezető, ME GTK

A hidegen sajtolt tökmagolaj, mint helyi termék szerepe a helyi fejlődési folyamatokban

Kulcsszavak: helyi termék; tökmagolaj; helyi fejlesztés; hatások

Manapság a helyi termékek egyre keresettebbek országszerte, ugyanis kezd visszatérni a globalizáció ellentrendje, próbálunk tudatosabban vásárolni, keressük azokat a termékeket, élelmiszereket, amelyek hazánkban vagy esetleg a régiókban készültek, onnan származnak. Ezeknek a termékeknek a vásárlása nem csak a fogyasztó tudatosságát tükrözi, hanem a hazai gazdaság fellendüléséhez is vezethet. Ha még szűkebb keresztmetszetben vizsgáljuk ezt, sok kistérség, település egyik esélye a gazdaságba való bekapcsolódásra a helyi termék. Ezzel egy időben a terület fejlődésében is szerepet játszanak a helyi termékek, ugyanis ahhoz hogy valamit előállítsanak meg kell termelni a nyersanyagot, el kell készíteni a terméket és értékesíteni azt, ez mind foglalkoztatással is jár.

Dolgozatomban a vizsgált helyi termék a hidegen sajtolt tökmagolaj, és célom, hogy a tökmagolaj előállításával kapcsolatos foglalkoztatási lehetőségeket feltárjam, illetve kutassam, hogy különböző vállalkozási formák esetén a helyi gazdaságra irányuló hatásokban milyen eltérések adódhatnak. A két vizsgált vállalkozási forma: a közfoglalkoztatáshoz kapcsolódó szociális szövetkezet és a hasonló terméket előállító családi vállalkozás. A két formában meglévő eltérő lehetőségeket feltárva kívánom bemutatni a tökmagolaj mint helyi termék előállításának hatását a helyi gazdaságra és társadalomra, elsősorban a foglalkoztatásra, a helyi vállalkozások közötti együttműködésre, valamint a fogyasztói szokások és a helyi identitás alakulására.

LAKATOS EDIT

edit@nsg-team.com

Vállalkozásfejlesztő

MSc, 5. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Gályász József
Egyetemi docens, DE GTK*

A Kohéziós Politika új eszköze, az ETT fejlődésének vizsgálata az EU-ban és egy működő ETT esetében

Kulcsszavak: kohéziós politika; ETT; interregionális együttműködések

Az ETT (Európai Területi Társulás) olyan, az Európai Bizottság által 2006-ban létrehozott csoportosulási forma, amely célja az interregionális együttműködések elősegítése a gazdasági és társadalmi kohézió megerősítése érdekében.

Az ETT nem csupán egy határon átnyúló együttműködési eszköz, hanem egy új szervezeti innovációs eszköz, amely új távlatokat ad az Európai regionális politika és irányítás, a helyi menedzsment rendszerek és a végrehajtási munkafolyamatokban. A szervezeti innováció kiváló lehetőséget biztosít, hogy összehasonlítsuk a helyi tapasztalatokat az uniós döntéshozattal.

A hipotézis szerint a legeredményesebb ETT-k Európában a szlovák-magyar határon működnek; valamint az Ister-Granum ETT a szlovák-magyar együttműködések egyik legsikeresebbje.

A kutatási eredmények alapján elmondható, hogy a vizsgált szlovák-magyar partnerségek a Közép-európai határon átnyúló együttműködések sikeres szereplői, de a rendelkezésre álló statisztikák alapján nem bizonyítható, hogy ezek a csoportosulások tényleg Európa legeredményesebbjei. Bizonyítást nyert viszont az, hogy alapítás terén a legaktívabb Európában a szlovák-magyar oldal, hiszen a térségben alapított ETT-k aránya másfélszer meghaladja a többi magyar részvételű ETT-k számát és egyötöde az összes működő ETT-nek. Bizonyítást nyert, hogy az Ister-Granum a szlovák-magyar együttműködések egyik legsikeresebb tagja, több részről is kiemelkedve mind a többi európai, mind a szlovák-magyar együttműködések közül.

Végül a vizsgálati eredmények segítségével szolgáltak javaslatokat tenni arra vonatkozóan, hogyan lehetne még jobban növelni a szlovák-magyar oldal együttműködéseinek eredményességét, amelyek hozzásegíthetik a csoportosulásokat pozitív gazdasági hatásokat növelő további projektek megvalósításához.

MOLNÁR TÍMEA

timo95@freemail.hu

gazdálkodás és menedzsment

BA, 5. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

SCHÄFFER ENIKŐ NOÉMI

enikonoemis@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 5. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

*Dr. Málovics György
egyetemi docens, SZTE GTK*

*Méreiné Berki Boglárka
tudományos segédmunkatárs, SZTE GTK*

A szegények piacának szerepe egy helyi konfliktus elemzésén keresztül

Kulcsszavak: helyi gazdaságfejlesztés, képességszemlélet alapú helyi gazdaságfejlesztés, piac

A globalizáció növekedésével a lokális térségek is felerősödtek, mivel a vállalatok csak így tudnak beavatkozni a folyamatokba. Ezért a helyi gazdaságfejlesztés napjainkban egyre nagyobb hangsúllyal jelenik meg a hazai fejlesztési politikában. A helyi gazdaságfejlesztés egy olyan folyamat, amely a területi egységek között zajlik és célja a régiókban, városokban élők jóllétének növelése a regionális, helyi gazdaság fejlődésének elősegítésével. Ennek tükrében kezdtünk el vizsgálni egy szegedi akut gazdaságfejlesztési dilemmát, a Cserepes Sori piac körül kialakult konfliktust. Kutatási kérdésünk, hogy mi a szegények piacának szerepe a helyi gazdaságban? Ki nyerne, és ki veszítené, ha ez eltűnne? Hogyan befolyásolja ez a helyiek jóllétét?

Dolgozatunk első felében bemutatjuk a konvencionális és a seni képességszemlélet alapú helyi gazdaságfejlesztést. Majd a következő fejezetben a képességszemlélet alapú elemzési módszertant írjuk le. Elemzésünk módszerül a helyi sajtóban megjelent cikkekre támaszkodtunk, résztvevő megfigyeléssel egészítettük ki az információs bázisunkat. A piac megismerése után félig strukturált interjúkon keresztül szeretnénk átadni, az érintettek nézőpontját a konfliktussal kapcsolatban. Végül arra a következtetésre jutottunk, hogy fontos a helyieknek a piac. Ha eltűnne, akkor az önkormányzat (nyertes) más beruházásra használhatná a területet és a kereskedők (vesztések) elveszítik munkájukat. A helyiek életét is befolyásolná, ha a piac megszűnik sok lehetőségtől esnének el a helyiek, mind gazdaságilag, mind kulturálisan.

POZSÁR ZITA

pozsarzita95@gmail.com

Gazdaság és vidékfejlesztési agrármérnök

BSc, 7. félév

Szegedi Tudományegyetem

Mérnöki Kar

*Témavezető:
Prof. Dr. Gulyás László
egyetemi tanár, SZTE MK*

Az autóipar klaszterizációjának elemzése Magyarországon

Kulcsszavak: autóipar; klaszter; klaszterizáció

Magyarország egyik legfontosabb iparága az autóipar, a hazai gazdaság elsősorú mozgatórugójának tekinthető. Húzóágazat révén, nagy jelentősége van a gazdasági folyamatok alakulásában, mind országos, mind regionális, mind lokális szinten. Szintén kitörési pontnak számít a gazdaságfejlesztésben a klaszterek szerveződése. Napjainkban a gazdaság egyik mozgatórugójának tekinthetőek azok a térségek, régiók, melyek szervezetei, intézményei között szoros együttműködés tapasztalható, nagyfokú ipari koncentráció van jelen, a klaszterek. A klaszterorientált fejlesztés az egyik legmeghatározóbb gazdaságfejlesztési irányzattá nőtte ki magát, hiszen rendkívül fontos szemponttá vált a különböző vállalatok, szervezetek, intézmények közötti együttműködés elmélyítése.

Az autóipar és a klaszterorientált fejlesztés kombinációja rendkívüli lehetőség lehet a vállalatok számára. Dolgozatom arra keresi a választ, hogy a vállalatok mennyire tudják a klaszterek által ténylegesen nyújtott lehetőségeket kihasználni és mennyire mozgathatók ebben a folyamatban.

Kutatásom az autóipar területére fókuszál, vizsgálatom fő célterülete az autóipari klaszterek. Ezen belül a valaha volt jelentős klaszterre, a Pannon Autóipari Klaszter esettanulmányára épül, továbbá az Észak-magyarországi Autóipari Klaszter, a Hírös Beszállítói Klaszter, valamint a Vértes-Duna Járműipari Klaszter elemzésére kerül sor.

Dolgozatom célja a klaszterek bemutatásán, és jelentőségük felvázolásán túl, feltérképezni az autóipar magyarországi helyzetét, az autóipar klaszterizációjának jelentőségét, fejlődéstörténetét a kezdetektől napjainkig. Annak hatását a hazai gazdaságfejlesztésre, akadályozó tényezőit, valamint sikereit és lehetőségeit a négy fentebb említett klaszter vizsgálata révén. Kutatásom során az alábbi hipotéziseket állítottam fel:

1. Az autóipari vállalatok nem használják ki kellőképpen a klaszterek adta lehetőségeket.
2. A PANAC klaszter tapasztalatai mintaként, tanulságként szolgálnak a többi (autóipari) klaszter számára.
3. A klasztertámogatási politika nem terjed ki minden fontos területre, nem támogatja kellőképpen a klaszterek fejlődését.
4. A tagvállalatok szerepvállalása, aktivitása a klaszteren belül nem egyenlő, amely megint csak fejlődésbeli problémákat, nézeteltéréseket okozhat.
5. A megújuláshoz, az innovativitáshoz szükséges felismerés képessége a legtöbb vállalatból hiányzik, felsőbb szervezőerő szükséges ehhez.

A fenti öt hipotézisből kutatásom során négyet igazoltam.

KOVÁCS CSABA JÓZSEF

b.kovacs.csaba@gmail.com

Regionális és környezeti gazdaságtan

MA, 3. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Nagy Henrietta

egyetemi docens; nemzetközi kapcsolatokért felelős dékánhelyettes, SZIE GTK

AZ M0 AUTÓÚT HATÁSA A KÖZÉP- ÉS NAGYVÁLLALATOK TELEPHELYVÁLASZTÁSÁRA A BUDAPESTI AGGLOMERÁCIÓBAN

Kulcsszavak: közlekedés; telephely; vállalat; M0 körgyűrű; Budapesti agglomeráció

Kutatásom a területi gazdaságtan egy kedvelt témájával foglalkozik. A közlekedési infrastruktúra, különösen a gyorsforgalmi úthálózatok területszerkezetre gyakorolt hatásait mind a hazai, mind pedig a nemzetközi szakirodalom gyakran vizsgálja. A téma népszerűsége nem véletlen, hiszen az Európai Unió regionális politikájában a közlekedésfejlesztési beruházások kiemelt jelentőségűek, amelyek rendre a legköltségesebb és legnagyobb volumenű beruházások az európai uniós költségvetési ciklusokban. Éppen emiatt fontos feladat megvizsgálni, hogy ezeknek a projekteknek valójában mekkora hatása lehet a területfejlesztésben, azonban ezt megbecsülni rendkívül nehéz. Magyarország esetében sincs ez másképp, hiszen az M0 körgyűrű építése kapcsán évtizedek óta megoszlanak a vélemények annak tényleges társadalmi-gazdasági hasznossága kapcsán.

Pályamunkámban a budapesti körgyűrű hatásainak egy szűkebb aspektusát, a közép- és nagyvállalatok telephelyválasztására gyakorolt befolyását és azt vizsgálom, hogy az milyen mértékben támogatja a környező településeken megfigyelhető szuburbanizációs folyamatokat. A kutatás elsődleges célja bővíteni a körgyűrűről rendelkezésre álló szakmai háttéranyagok sorát. A kutatás első részét a témához szorosan kapcsolódó szakirodalmi anyagok összegyűjtése és szintetizálása jelenti. Ezt követően a tanulmány legfontosabb részét az adatok kiértékelése és a következtetések levonása képezi. A vizsgálatokhoz saját kérdőíves felmérést és a rendelkezésre álló hazai statisztikai adatokat használok fel.

KÖVESDI DÁNIEL

kodani91@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MA, 3. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Pozsgai Tamás

egyéni vállalkozó, BCE GTK

Bezár a Kelet kapuja? Az orosz-ukrán válság hatása a záhonyi térség versenyképességére

Kulcsszavak: záhony; versenyképesség; regionális

Munkám során arra a kérdésre keresem a választ, hogy az orosz-ukrán konfliktusnak van-e - és ha igen mekkora - befolyása az Észak-Alföldi Gazdasági Régió, azon belül is a Záhonyi járás versenyképességére. Az ukrán kérdés relevanciája vitathatatlan, azonban annak jelentősége a magyarországi - kiváltképp a keleti térség - kereskedelmének volumenére sokak számára nem szembetűnő. Dolgozatomban a módszertani elemzést, valamint a térség átfogó gazdasági vizsgálatát követően célom megoldási javaslatokat, rövid akcióterveket is megfogalmazni, amit az érintett KKV-k, területi képviselők felhasználhatnak.

KÁPOLNAI ZSOMBOR

kapolnaizsombor@freemail.hu

Regionális és Környezeti Gazdaságtan

MA, 3. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Bakosné Dr. Böröcz Mária

adjunktus, SZIE GTK

KISKERESKEDELMI SZOLGÁLTATÁSOK VIZSGÁLATA A HELYI GAZDASÁGFEJLESZTÉS ASPEKTUSÁBÓL NÓGRÁD- ÉS PEST MEGYÉBEN

Kulcsszavak: Helyi gazdaságfejlesztés, kereskedelem, szolgáltatás, kistérség

A helyi gazdaságfejlesztés lényegében egyfajta sajátos útkeresés azon térségek, települések számára, melyek rendelkeznek kiaknázható helyi erőforrással. Tanulmányomban hét Pest- és Nógrád megyei kistérség településeit vizsgáltam (Balassagyarmati-, Pásztói-, Rétsági-, Szécsényi-, Szobi-, Váci, Veresegyházi-kistérség.) Kutatásom során törekedtem a települések között meglévő kiskereskedelmi és szolgáltatási szerkezetben megmutatkozó hasonlóságok és különbségek feltárására. A munka egyfajta láttelep a 21. század második évtizedének Pest és Nógrád megyéjéről.

OROSZ DÁNIEL

daniel.orosz77@gmail.com

Regionális és környezeti gazdaságtan

MSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Péter Zsolt

egyetemi docens, ME GTK

Lakóingatlanok piacának területi dimenziói a XXI. századi Magyarországon

Kulcsszavak: ingatlan, lakóingatlan, területi dimenziók,

A lakóingatlan sok magyar háztartás legjelentősebb vagyontárgya, a lakásvétel vagy eladás pedig életünk egyik legfontosabb pénzügyi döntése. Befolyásolja a korábbi generációk által felhalmozott vagyon, a jövedelem, az elhelyezkedés, a méret, az állapot és még számos jól vagy kevésbé jól mérhető tényező.

Dolgozatom célja, a lakóingatlanok piacának területi dimenzióinak elkülönítése a XXI. századi Magyarországon. Igazolni szeretném hipotézisemet, miszerint az egy főre jutó jövedelem minél magasabb egy településen, annál magasabb az ingatlan ára. A gazdasági helyzetet tekintve minél fejlettebb egy település, annál nagyobb a lakás ára, és ha a társadalmi helyzetet nézzük, ha kedvezőbb a demográfiai helyzet egy-egy településen, akkor valószínűleg az ingatlan értékének középsőértéke is nagyobb lesz. A vizsgálat során arra szeretnék választ kapni, hogy mely tényezők vannak leginkább hatással a lakóingatlanok árára. Ilyen indikátor lehet például a nyilvántartott álláskereső száma vagy pedig a vállalatok száma.

A kutatás részét fogja még képezni az is, hogy a XXI. században milyen fontosabb trendeket azonosíthatunk Magyarországon. Az elemzés Magyarország harminc legnagyobb városát célozza meg Budapest kivételével. A kutatás segítségével néhány olyan elsősorban területi dimenzióval rendelkező tényezőt szeretnék kiemelni, amely segíthetné a már fent említett fontos döntést, a lakóingatlan eladását vagy vételét.

SAMU TAMÁS

samu.tams@gmail.com

Alkalmazott Közgazdaságtan

BA, 4. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

SZOKOLICS DÁNIEL

daniel.szokolics@gmail.com

Alkalmazott Közgazdaságtan

BA, 4. félév

Eötvös Loránd Tudományegyetem

Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Lengyel Balázs

külsős, ELTE TÁTK

Magyar régiós elemzés az úrből

Kulcsszavak: Műholdkép; fényszennyezés; szektoronkénti bontás; keresztmetszeti regresszió; térökonometria

A dolgozatban az a célunk, hogy a GDP éjszakai fényszennyezéssel való becslését a gazdaság szektorális eloszlása alapján pontosítsuk. Ehhez magyarországi adatokat vizsgálunk műholdképek alapján, városokra lebontva, egy időszakból. Az elemzést három hipotézis mentén végezzük. Az első, hogy a fejlettebb régióknak nagyobb a fényszennyezése. A második, hogy a gazdaság szektorális megoszlása befolyásolja a fényszennyezést, pontosabban az ipari szektor nagyobb mértékben hozzájárul ehhez, mint a mezőgazdaság, de kisebb mértékben, mint a szolgáltatások. A harmadik feltevés, hogy a népsűrűség pozitívan hat a fényszennyezés mértékére. A kérdések vizsgálatához a dolgozatban OLS becslést, és térökonometriai regressziót használtunk. A modellek eredményei alapján mind a három hipotézisünket alá tudtuk támasztani.

BODÓ PÁL BENCE

bodobence95@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 3. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

Témavezető:

*Dr. Szabóné Dr. Erdélyi Éva
egyetemi docens, BGE KVIK*

Vidéki járásaink balsorsa, vagy jövője?

Kulcsszavak: Fehérgyarmati járás; helyi gazdaságfejlesztés; vidék; határmentiség; cirkuláris gazdaság

A globális gazdaság kiteljesedése a tartós iparági versenyelőnyök térbeli koncentrációjának révén a fejlett országokban is egyre élesebb területi különbségeket hoz felszínre, melyet a piaci mechanizmus az eltérő társadalmi és természeti környezet korlátozó tényezői miatt képtelen kiegyenlíteni. A probléma különösen azokat a külső gazdasági függésnek kiszolgáltatott rurális térségeket érinti, melyek gazdasági szerkezetére a többnyire egyoldalú mezőgazdasági termelés jellemző, lakosságuknak pedig alacsony az iskolázottsági színvonala.

A dolgozatban a hazai periférikus elhelyezkedésű vidéki járások kialakulásának gyökérokai, felzárkózásának lehetőségei és kihívásai kerülnek a kutatás kiemelt fókuszpontjába a Fehérgyarmati járás komplex helyzetelemzésén keresztül. A széles hazai és nemzetközi regionális tudományi szakirodalom mellett a KSH T-STAR és a TeIR adatbázisa, valamint az MTA KRTK Erőforrástérkép v2.5 programja volt segítségemre.

A kutatás során a helyi gazdaságfejlesztés mellett érvelek, vagyis a hangsúlyt a helyi adottságokhoz való alkalmazkodásra, az endogén erőforrásokra építő stratégiák kidolgozására és az integrált alulról építkező közösségi fejlesztésekre helyezem. A fenntartható jövőkép meghatározása előtt azonban számos összetett kérdés megválaszolása szükséges, mint például az alábbiak: melyek azok a térségi erőforrás-tényezők, amelyek versenyképessé tehetik a leghátrányosabb helyzetű rurális tereket. Kik tekinthetők a fejlesztések katalizátorainak és milyen eszközök, illetve feltételek szükségesek a fejlődés és a növekedés előmozdításához? Hogyan vonható a lakosság minél szélesebb rétege a tervezési folyamatok előkészítésébe? Milyen szerepe van a hálózatiságnak, illetve a kollaboratív vállalati magatartásnak? Röviden megfogalmazva, először arra kell keresni a választ, hogy milyen módon mérsékelhető egy térség piaci, állami és pénzügyi függősége, azaz hogyan teremthető meg a belső erőforrások feletti önrendelkezés, mint kitörési lehetőség.

Az eredmények egyértelműen azt igazolják, hogy leszakadó térségeink nem feltétlenül vannak balsorsra ítéelve, hanem fenntartható jövő elé is nézhetnek ugyanis számos olyan felértékelődő erőforrással rendelkeznek még, amelyeket a centrum térségek napjainkra már feléltek. Ezen helyzeti előnyök kiaknázása azonban gondos, innovatív közösségvezérelt programok sorozatának kidolgozását igényli, ami kutatásom további céljaként fogalmazható meg.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció

Sharing economy / közösségi gazdaság



LOSONCZI RÉKA

r.losonczi@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Buzder Lantos Gábor

PhD hallgató, BCE GTK

A jövő harca: Vélhető válaszreakciók az inkumbensek felől az Uber, mint megszakító innovátor hatására

Kulcsszavak: taxi; Uber; disruptive innovation; reguláció

Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy a magyar taxi piacra, illetve a piacon régebb óta jelen levő taxi társaságokra, hogyan hatnak az új és innovatív megoldásokkal bíró belépők. Kutatási kérdésemben a fókusz az inkumbensek válaszreakciójában áll. Az állam által bevezetett regulációs intézkedések jelenleg Magyarországon minden, ún. „hagyományos” taxis társaságra érvényesek. További kérdésként merül fel az, hogy az új belépőkre e regulációs intézkedések is egyaránt érvényesek lesznek, vagy, mivel más szerkezetben működnek, kikerülhetik-e ezen szabályozásokat. Dolgozatomban csak azt a scenáriót vizsgálom, mely szerint az Uberre, mint új belépőre, nem vonatkoztathatók a regulációs szabályozások. Hipotézisem az, hogy ebben az esetben, biztosan várhatóak válaszreakciók az inkumbensek felől. Ezek a válaszreakciók egy bizonyos defenzív stratégiában összpontosulnak, melynek megfelelő alkalmazásával a megszakító innovátorok versenyelőnyét redukálhatják, illetve túlteljesíthetnek azon.

BODOR ESZTER ZSUZSANNA

esztobodor@gmail.com

Emberi Erőforrások

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Meretei Barbara

PhD hallgató, BCE GTK

A sharing economy jelenség modellezése és a munkaerőpiacra gyakorolt hatásának vizsgálata

Kulcsszavak: sharing economy; emberi erőforrás; munkáltatás; megszakító innováció; bizalom

Az egyre fejlődő gazdaságnak köszönhetően, új gazdasági formák jelennek meg. Ilyen a sharing economy jelenség is, magyarul a közösségi gazdaság. A sharing economy és az innováció metszetére fókuszál a dolgozatom, ami egy piacra belépő munkáltatással foglalkozó új startup-ot mutat be, a TaskRabbitot. Christensen megszakító innováció elméletét és a kétoldalú hálózatos modell elemzését használom fel. Ezek kapcsolatát vizsgálva keresem a választ a sharing economy jelenség, illetve TaskRabbit hatásaira. Kitérek arra, hogy lehet-e a bizalom mozgatórugója a közösségen alapuló gazdaságnak. A dolgozatom végső fókuszát az emberi erőforrás szektor adja. Elemzésemben kitérek, az új gazdasági jelenség, hogyan változtatja meg a klasszikus munkaerőpiacot és ez miért valósul meg. A válasz a versenyelőny és a felhasználói bázis növekedésében és ezek szoros összefüggésében rejlik. Ez a jelenséges képes megváltoztatni a munkavállalók motivációját és egy új munkaerőpiaci trendet kialakítani.

BUCSI KARINA EMÍLIA

karinabucsi@hotmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 3. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

SZÚCS FANNI

szucs.fanni0329@gmail.com

nemzetközi gazdálkodás

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Horváth Dóra

egyetemi docens, BCE GTK

A sharing economy piacátrendező hatása Magyarországon - Az Airbnb térnyerésén keresztül szemlélítve

Kulcsszavak: közösségi fogyasztás; új jelenség; jólét; kínálati oldal; Airbnb

Dolgozatunk során egy közel sem új, de napjainkban feltörekvő jelenség – a sharing economy – egyes vonatkozásaival foglalkozunk. A témát rendkívül érdekes kutatási témának találjuk, hiszen a jelenség néhány éve indult csupán térhódító útjára, viszont mára teljesen átrendezte a gazdasági világot. A sharing economy-nak mindenképpen vannak pozitív tulajdonságai, ha a fogyasztók szemszögéből vizsgálódunk, hiszen növeli számukra a választási lehetőségek számát. De mi a helyzet a versenytársakkal? Miként hat a közösségi fogyasztás a “hagyományos” módon működő versenytársakra? Ez alapján fogalmazódott meg bennünk kutatási kérdésünk: „Valójában hozzájárul-e a sharing economy a kínálati oldal társadalmi jólétéhez?” Kutatási területünk Magyarország, azon belül Budapest, valamint kiválasztottunk egy turisztikai vállalatot – az Airbnb-t – , a téma mélyebb megértése érdekében. Kutatásunk során kvalitatív módszertanra támaszkodtunk. Mélyinterjúk által tártuk fel a versenytársakként azonosított piaci szereplők – hosszú távú lakáskiadók és a szállodaipar – véleményét, hogy releváns és újszerű képet kaphassunk a sharing economy paradigmáról hazánkban.

Kutatásunk során a három aspektus – szállodaipar, hosszú és rövid távú lakáskiadás – vizsgálata elengedhetetlen. A szállodaiparbeli hatásokat három mélyinterjú segítségével tártuk fel. A Continental Hotel Budapest értékesítési igazgatójával, a Soho Boutique Budapest értékesítési igazgatójával, valamint a Royal Park Boutique Hotel értékesítési igazgatójával végeztük el kutatásunk. Önkényes mintavételi módszert, valamint hó-labda mintavételi módszert alkalmaztunk. Továbbá kutatást végeztünk a hosszú távú lakáskiadók körében is. Egy frekvenciált budai, egy belvárosi pesti és egy külvárosi pesti lakástulajdonost kerestünk fel. Szintén önkényes mintavételi módszert alkalmaztunk annak érdekében, hogy a területi eloszlás megfelelő legyen. Végül Airbnb kiadók véleményét is feltártuk. A kutatás releváns volta érdekében a belvárost vettük górcső alá.

Kutatásunk eredményeként megállapítottuk, hogy az Airbnb összességében hozzájárul a kínálati oldal jólétéhez.

HERR DÁVID

herrdaveed@gmail.com

Marketing

MSc, 1. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Barancsuk János

egyetemi professzor, PTE KTK

AUTOMATIZÁLT BARTER MODELL

Kulcsszavak: barter

Az ember alapvető gazdasági tevékenysége az általunk és mások által felkínált javak értékének összevetéséből ered. Ez egy olyan emberi tulajdonságunk, amely evolúciós sikerünk egyik kulcsa volt. A gazdaság fejlődésével elengedhetetlen volt egy közvetítő, univerzális csereeszköz megjelenése, melynek nyomán kialakult a ma jól ismert pénzrendszer, ez azonban több szempontból is támadható hibákkal rendelkezik. A bartergazdaság méltatlanul feledésbe merült. Viszont a csere folyamatát leíró folyamatok továbbra is változatlanok, egy üzleti megállapodás két értékítélet összevetéseként jön létre. Ha alkothatnánk egy online barteroldalt, ahol egy algoritmus képes hatékonyan összekapcsolni a keresletet a kínálattal és ahol a hosszú farok elfekvő készleteit lehet mozgósítani, úgy bebizonyíthatnánk, hogy a cserekereskedelem az információs korszakban ismét létjogosultságot nyerhet.

CSEPREGI DÁNIEL

tucson10101@gmail.com

Gazdaságinformatikus

BSc, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Kis Gergely
tanársegéd, BCE GTK*

Az vagy amit elérsz – a magyar megosztásra épülő vállalatok kézikönyve

Kulcsszavak: közösségi megosztás; startup; megvalósítás; budapest

A dolgozat célja, hogy a korai megvalósítás fázisában lévő közösségi kezdeményezések számára az üzleti folytonosság, és a profitalitás szempontjából kritikus, az üzleti potenciál értékelésére alkalmas keretrendszert biztosítson. Ehhez magyarországi központú két közösségi megosztáson alapuló vállalkozást vizsgáltam, majd egy kezdeti fázisban lévő kezdeményezés példáján a jövőbeli működést gátló tényezőket a keretrendszer segítségével azonosítottam.

A közösségi megosztás pontos definiálásához főként angol nyelven elérhető szekunder forrásokat, valamint a közösségi megosztással foglalkozó szaksajtót és hírforrásokat használtam. Ideálként találtam a magas fokúan kiépített szülői közösségi megosztást. Ezt követően röviden bemutattam a tanulmány szempontjából releváns három piaci magyar szereplőt, az Oszkár-t, a LOFFICE-t és a Miutcánk-at.

A közösségi gazdaságot három kiemelt fontosságú szempont szerint tanulmányoztam. Elsőként szociológiai szempontból a dél-koreai „Pum-a-si” fogalmat ismertettem, és állítottam párhuzamba a magyar „kaláka” kifejezéssel. Ezt követően a budapesti demográfiai trendeket elemeztem 1980 és 2011 között. Drasztikusan lecsökkent a társadalom gerincét alkotó családok száma a fővárosban. Gazdasági tekintetben a pénzügyi világválság előzményeit és hatásait vizsgáltam. A 2000-es évek túlfogyasztása miatt számos kihasználatlan eszközt (lakás, iroda, autó) áll rendelkezésre. A megnövekedett hitelállomány visszafizetési igénye indukálja az embereket az eszközök hatékonyabb kihasználására. Harmadik pontban a technológiai környezet facilitáló előnyeit ismertettem. Az okostelefonok elterjedése, és a hazai internetpenetráció aktuális értékeit, valamint az e-kereskedelmi szektor jellemző üzleti modelljeit mutattam be.

A kutatás vázát a keretrendszerem adta. Az eszköz kritikus pontjait az elméletből származtatom. A legfontosabb tényezői a bizalom, a technológia, a létjogosultság, a realizált gazdasági és társadalmi haszon, valamint a bizonság. Először az Oszkár, majd a LOFFICE vállalkozásán alkalmaztam a keretrendszert. Ennek segítségével mind két esetben az arra az eredményre jutottam, hogy a jelenlegi formájában a körülmények változatlansága esetén, mind a két vállalkozás megállja az üzleti életben a helyét, és profitabilisan tud működni. Végül a Miutcánk kezdeményezésén alkalmaztam a keretrendszert, ahol a jövőbeli pénzügyi megalapozatlanságot érintő problémát azonosítottam, és megoldási lehetőségeket vázoltam.

CZIGLER ENIKŐ JUDIT

czigler.eniko@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 6. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Kuti Mónika

egyetemi adjunktus, PTE KTK

Galambosné dr. Tiszberger Mónika

egyetemi adjunktus, PTE KTK

Bevezetés a közösségi finanszírozás rejtelseibe

Kulcsszavak: közösségi finanszírozás; startup; magvető szakasz;

Dolgozatom a közösségi finanszírozás témára fókuszál. Bemutatom a crowdfunding kialakulását, továbbá az egyes üzleti modelljeit. Ismertetem a jelenlegi kutatásokat a jutalom-alapú közösségi finanszírozás tárgykörében, ezután kitérek a saját vizsgálatomra is. Megfigyeltem 120 darab projektet a kezdetétől a végéig, melyeket elemzek a sikertényezők alapján. A dinamikára is külön kitérek. Ezek után összehasonlítom az eddig olvasottakat a saját kutatásommal és levonom a következtetéseket. Javaslatokat teszek, melyekben megfogalmazom a további kutatási irányokat. A csapattal a közeljövőben indítunk egy crowdfunding kampányt, így az olvasottakon kívül a saját tapasztalataimra, továbbá más projektgazdák személyes tanácsaira is alapozom a dolgozatomat.

TESZÁRIK ESZTER

teszti5@gmail.com

Gazdálkodási és Menedzsment

BA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

ÁMANN RÓBERT

amann.robert93@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Buzder Lantos Gábor

PhD hallgató, BCE GTK

Közösségi gazdálkodás: a XXI. század alternatív gazdasági modellje

Kulcsszavak: Vállalatgazdaságtan, Közösségi gazdálkodás, gazdasági rendszer, romboló innováció, tranzakciós költségek

A közösségi gazdálkodásában íródott dolgozat kutatási kérdése, hogyan tudnak a közösségi gazdálkodás modelljében működő vállalatok hatékonyabban működni, mint tradicionális versenytársaik, illetve milyen eszközök állnak rendelkezésükre, amik a tradicionális vállalatoknak nem. A dolgozat hipotézise szerint a tranzakciós költségeik csökkentésével tudnak nagyobb hatékonyságot elérni, mely mögött elsősorban a virtuális platform áll. A konklúzió levonásához a dolgozat három részt különít el, (1) az elméleti bemutatását a közösségi gazdálkodásnak, (2) a tranzakciós költség elmélet ismertetését, valamint annak közösségi gazdálkodás modelljére való alkalmazását és (3) egy esettanulmányt, mely keretein belül bemutatja, hogy egy konkrét vállalat, hogyan képes hatékonyabban működni tradicionális versenytársainál. A vizsgált vállalat a fuvarszervezés területén működő Uber, londoni piacán. A kutatás szerint £0,16 tranzakciós költséget spórol meg a hagyományos formában működő versenytársaihoz képest, £1 nyereség elérése érdekében.

KEREZSI GABRIELLA

gabriella.kerezsi@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BA, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bartha Zoltán

egyetemi docens, ME GTK

Megosztás vagy jövedelemszerzés? A sharing economy jelenség bemutatása az Oszkár telekocsi rendszeren keresztül

Kulcsszavak: sharing economy; Oszkár; megosztás; jövedelemszerzés

A fogyasztás új formát ölt napjainkban, és egyre inkább felgyorsul. A kívánt terméket vagy szolgáltatást azonnal és minél kedvezőbb konstrukció mellett szeretnénk megvásárolni. Ennek köszönhetően terjedt el az online kereskedelem. Ma már a fogyasztók egymás között is kereskednek, egymásnak is nyújtanak szolgáltatásokat, és ennek népszerűsége napjainkban folyamatosan növekszik.

A sharing economy rendszerben a magántulajdonban felhalmozódott felesleget hasznosítás céljából értékesítjük azoknak, akiknek erre szüksége van. A gazdasági modellről napjainkban közvetve egyre többet lehet olvasni, ugyanis a nemrég Magyarországról kivonult Uber is ezen a módon működött. Az Uber-en túl találhatunk magyar illetőségű sharing economy alapon működő vállalkozásokat, például az Oszkár telekocsi is ezen az alapon szerveződik.

Dolgozatomban a már említett Oszkár telekocsi hatását vizsgáltam. A kutatás célja az, hogy feltárja a rendszerben résztvevők helyzetét, és megmutassa, hogy részvételükkel mekkora jövedelemre tehetnek szert. Felmerülhet a kérdés, hogy mennyire tekinthető legálisnak és rendeltetésszerű használatnak a naponta többszöri utaztatás. Ha az utasoktól egyforma összeget kér el hozzájárulásként a szolgáltató fél valóban csak a megosztás a cél? A felmerült kérdésekre számításokkal adtam meg a választ, amelyek fő fókuszpontja maguk a sofőrök, akiknek költségeit összegezve vizsgáltam a megtett utakat. Dolgozatomban bemutatom a valódi költségmegosztás esetén az utasra és a sofőrre eső költségeket. Közel 2000 út útdíját vizsgáltam. Az útdíjak figyelembevételével a jövedelemszerzés céljából fuvarozó sofőröket emeltem ki, azt számszerűsítve, hogy 48 út megtételével mekkora jövedelmet realizálhat egy Oszkár felhasználó. Ez a jövedelem havi 200 utassal számolva (ami 12 munkanap alatt teljesíthető átlag 4 utassal, napi 2 oda-vissza úttal) megközelíti, akár túl is lépi a jelenleg megszerezhető minimálbér nettó összegét. Tehát egyértelműen megállapítható, a nagyobb utaslétszámmal rendszeresen hirdető a jövedelemszerzés céljából utaztatnak.

Azt is megvizsgáltam, miként befolyásolja a sofőrök eredményét, ha a megszerzett jövedelem után adót kell fizessenek. Bár egy leegyszerűsítő modellt használtam, az megállapítható, hogy az adófizetés jelentősen visszavetné a megszerezhető jövedelmet. Fontos lenne ezért egy olyan adózási és szabályozási mód megtalálása, ami megőrzi a szolgáltatást, amiből sok utas profitál, de egyben a legális működésre ösztönzi az utaztatókat.

KÁNTOR SZILVIA

kantorszilvi@gmail.com

Turizmus-menedzsment

MA, 2. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Lőrincz Katalin

egyetemi docens, PE GTK

Megoszt vagy megerősít? - A megosztáson alapuló gazdasági modell hazai vonatkozásai

Kulcsszavak: közösségi gazdaság; megosztás; turizmus; együttműködés

Kutatásom középpontjában a sharing economy jelensége és a közösségi gazdasági modell alapján működő vállalatok turizmusban betöltött szerepe áll.

Vizsgálódásaim során arra kerestem a választ, hogy milyen az ebben a modellben működő vállalatok hazai megítélése, illetve, hogy milyen tapasztalati vannak azoknak a turistáknak, akik utazásaik során már vettek igénybe közösségi megosztáson alapuló szolgáltatásokat. A fogyasztói oldal mellett kíváncsi voltam arra is, hogy hogyan látják a jelenséget maguk a szolgáltatók. Érdeklődtem továbbá az iránt is, hogy számukra milyen konkrét előnyökkel jár a rendszerben való részvétel a hagyományos üzleti modell szerinti működéshez képest.

Kutatásom során értékes tapasztalatokkal gyarapodtam, hiszen a közösségi gazdasággal kapcsolatban nagyon sok az olyan kérdés, melyre az eddigi kutatások még nem adtak választ. A szálláshely szolgáltatókkal és a sofőrökkel lefolytatott beszélgetések során rájöttem arra, hogy a jelenség a gyakran hangoztatott pozitívumok mellett, számos negatív tulajdonsággal is rendelkezik. Ennek egyik oka talán éppen a fogyasztók hozzáállása, vagyis, hogy a megosztáson alapuló gazdasági modellben működő vállalkozásokkal szemben is a hagyományos vállalatoknál megosztottakat az elvárások. Emellett érdemes kiemelni azt is, hogy Magyarországon ezek a szolgáltatások jelenleg szinte csak a fővárosban, valamint egy-két vidéki nagyvárosban tudnak igazán eredményesen működni, hiszen itt mutatkozik rájuk fizetőképes kereslet. A kisebb települések ennek ellenére folyamatos próbálnak felzárkózni, hiszen ők is szeretnék kiélvezni a rendszer által kínált lehetőségeket.

Összességben úgy gondolom, hogy hazánkban mindenképpen érdemes támogatni az ilyen üzleti modellben működő vállalkozásokat, hiszen integrációjuk megvalósulása hosszú távon gazdasági fellendülést idézhet elő.

SZOTA SZABOLCS

szota.szabolcs@gmail.com

Gazdálkodás és Menedzsment

BA, 7. félév

Budapesti Metropolitan Főiskola

Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

Témavezető:

Dr. Horváth Attila PhD

főiskolai docens, MET HFTGK

Sharing economy, a megosztáson alapuló üzleti modellek

Kulcsszavak: sharing economy; megosztás; mesh; üzleti modellek

Szakedolgozatom témájául egy újfajta gazdasági irányzatot, a sharing economyt, azaz a megosztáson alapuló üzleti megoldásokat választottam. Ez a fajta üzleti modell a 2008-as gazdasági világválságot követően kezdett elterjedni világszerte. Az ilyen jellegű megoldások fejlődésében nagy szerepe van a válság kapcsán megváltozott szemléletnek, mely a XX. században felerősödött tulajdonlás helyett a használatot részesíti előnyben. A sharing economyra építő vállalkozások dinamikus fejlődése az internet elterjedése által felgyorsult információ áramlásnak, az okostelefonok megjelenésével biztosított folyamatos online jelenlétnek, valamint a social media oldalak aktív használatával a felhasználókról rendelkezésre álló információs halmaznak köszönhető. Mindez együtt egy újfajta, mérhető bizalmi rendszer kialakulását tette lehetővé, mellyel olyan oldalak és alkalmazások jöttek létre, ahol egymás számára idegen emberek hajlandóak lakásukat, autójukat megosztani egymással. Dolgozatomban foglalkozom a fenti üzleti megoldások kialakulásával, legjellemzőbb üzleti modelljeivel, valamint a bizalom fenntartására kialakított ún. D.R.E.A.M.S keretrendszerrel. A 2008-as válságot követően elindult sharing economy vállalkozások közül azonban sok mára már megszűnt, vagy jelentősen átalakult. Kutatásom során összefoglaltam milyen célpiacon, illetve milyen szolgáltatásokkal tud sikeres lenni jelenleg a megosztásra építő üzleti modell. Saját online felmérésemmel választ kerestem azokra a hipotéziseimre, melyek a forrásként felhasznált könyvek alapján felmerültek. Többek között, hogy hazánkban mennyire van jelen ez a fajta bizalom, mennyire nyitottak az emberek a saját tárgyaik, eszközeik, idejük megosztására, valamint mennyire nyitottak arra, hogy ilyen szolgáltatást igénybe vegyenek. Foglalkoztam továbbá a sharing economy megoldások problémáival, melyek közt a legnagyobb, hogy általában ezek a vállalkozások piacra lépésükkor egy jogilag tisztázatlan, vagy részben rendezett területre lépnek be, mellyel meglévő „hagyományos” üzleti csoportokat sértenek. Dolgozatom zárásaként arra kerestem a választ, hogy mi lehet a jövője ezeknek a típusú üzleti megoldásoknak.

LENGYEL LEVENTE

lengyel.levente@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

*Dr. Szegedi Krisztina
egyetemi docens, ME GTK*

*Dr. Szilágyi Rolnád
egyetemi docens, ME GTK*

Új üzleti modell? – A közösségi gazdaság kihívásai Magyarországon

Kulcsszavak: közösségi gazdaság; klaszteranalízis; fogyasztói struktúrák; stratégia; megosztás

A kutatási témám az elmúlt években egyre nagyobb teret hódító és napjainkban egyre nagyobb sajátvisszhangot generáló üzleti modell, az úgynevezett „sharing economy”, vagyis a közösségi gazdaság vizsgálata volt. Célom volt a szakirodalom szintetizálása, valamint a közösségi gazdaság nemzetközi gyakorlatának áttekintése után a magyarországi közösségi gazdaság térképének elkészítése, és ezek szereplőinek vizsgálata.

A szekunder kutatás eredményeképpen fontosnak tartottam definiálni a közösségi gazdaságot és elhelyezni a jelenlegi üzleti modellek között. Bemutattam a közösségi gazdaság hajtóerőit, működési elveit, különböző típusait és nemzetközi fejlődését. Összefoglaltam továbbá a korábbi nemzetközi empirikus kutatások eredményeit és összegyűjtöttem közel száz hazai és nemzetközi platformot, amelyek a közösségi gazdaság elvén működnek.

A primer kutatásom célja volt a közösségi gazdaság vizsgálata Borsod-Abaúj-Zemplén megyében. Ezen belül a keresleti oldalra fókuszáltam, feltárva a szereplők összetételét, motivációit és igényeit. Ennek érdekében reprezentatív kérdőíves felmérést végeztem és a megállapításaimat leíró és induktív statisztikai elemzésekre alapoztam.

A felmérés alapján megállapítható, hogy a megkérdezettek alig több mint harmada ismeri a közösségi gazdaság fogalmát, azonban több mint háromnegyede már találkozott megosztás alapú szolgáltatással. A felhasználók struktúrájának elemzését a fenntarthatósági szempontok, azaz a társadalmi, gazdasági és környezettudatossági tényezők mentén hierarchikus klaszteranalízissel végeztem, és ennek eredményeképpen négy homogén csoportot azonosítottam. A szolgáltatást nyújtók között három, a fogyasztókhoz hasonló tulajdonságokkal rendelkező csoport alakult ki. A kapcsolódó kockázatok, különösen a fogyasztóvédelmi kérdések tisztázása érdekében szakértői mélyinterjút készítettem egy fogyasztóvédelmi szakemberrel. Továbbá, becslést készítettem a Borsod-Abaúj-Zemplén megyei közösségi gazdaság méretére vonatkozóan.

A kutatásom eredményei az elméletben és a gyakorlatban is hasznosíthatók. Az elméleti szakirodalom és az empirikus kutatások szintetizálásán túl az üzleti gyakorlatban a szolgáltatások fejlesztői, ötletgazdái képet kaphatnak a fogyasztói csoportokról és azok igényeiről, amire alapozva sikeres stratégiát alakíthatnak ki.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Stratégiai menedzsment



PORTELEKI BALÁZS

balazsporteleki@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MA, 4. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Kelemen Imre Gábor

Egyetemi tanársegéd, ME GTK

A legnagyobb autógyártók stratégiai elemzése a 2008-as gazdasági válságtól napjainkig

Kulcsszavak: Autóipar; vállalati stratégia; SWOT analízis; Piac elemzés; Válságkezelés

A mai felgyorsult világunkat kevés technikai vívmány határozza meg jobban, mint a személygépkocsi. Az autó nagyon sok embernek több mint egy egyszerű használati tárgy. Egy átlagos magyar háztartásnak a legnagyobb értékű ingósága, az önkifejezés egyik eszköze lehet. A környezetünkben biztos ismerünk olyan embert, aki vallásszerűen dicsőít egy-egy márkát vagy típust. Mindemellett szinte nincs olyan család, vagy baráti társaság az országban, ahol ne lenne valaki, aki részt vállal ebben a hatalmas globalizált iparágban, operátorként, mérnökként vagy éppen gazdasági szakemberként.

Dolgozatom küldetése, hogy mélyrehatóbban megismertessem az olvasóval a három legnagyobb autógyártót, illetve választ találjak arra, milyen stratégia segítségével kezelték a 2008-as gazdasági világválságot.

Munkám első felében a három legnagyobb autógyártó vállalat keletkezésének körülményeit és környezetét ismertetem és bemutatom azt a sokszor rögzös és hosszú utat, amelynek köszönhetően feljutottak saját iparáguk csúcsára. Pár sorban kiemelem az egyes autómárkákhoz tartozó innovációkat, melyek megkülönböztették ezeket az óriásvállalatokat a versenytársaiktól.

A dolgozat második részében a 2008-as gazdasági világválság autóiparra gyakorolt hatásait ismertetem egy esettanulmány keretében. Részletesen kívánom elemezni, hogy hogyan reagált a három vállalat a válságra, milyen stratégiai megoldásokkal próbált javítani saját pozícióján.

Végezetül ismertetni szeretném, miben is látják ezek a vállalatok a jövőt, milyen irányba fejlesztenek, illetve, hogy a víziójuk és a gyakorlati termékpalettájuk mennyire állnak összhangban egymással.

SURMAN VIVIEN

surmanvivien@gmail.com

Műszaki menedzser

MSc, 4. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Topár József

c.egyetemi docens, BME GTK

Felsőoktatási szak minőség értékelési lehetőségei a műszaki menedzser szak példája alapján

Kulcsszavak: felsőoktatás, minőség, minőség indikátor, műszaki menedzser

A dolgozatom során összefoglalom és elemzem a magyar műszaki menedzser alap- és mesterképzési szak sajátosságait, eltéréseit.

Különböző értékelések, adatelemzések és interjúk alapján összehasonlításokat végzek a magyar felsőoktatási intézmények által oktatott műszaki menedzser szak minőségi jellemzőivel kapcsolatban. A külföldi egyetemeken folyó hasonló képzések felépítését és tapasztalatait összehasonlítom a hazai helyzettel, megerősítve e szak szerepének fontosságát a műszaki képzési területen.

Megvizsgálom a BME műszaki menedzser hallgatóinak és a szakot már elvégzetteknek a véleményét a szakról általánosságban, az egyetemen elsajátított tudásról és az elhelyezkedési lehetőségeikről. Bemutatom a diplomások kilátásait, végzés utáni lehetőségeiket, és kutatásokat végzek a szakkal kapcsolatban a BME állásbörzén.

Végül összegzem a főbb tapasztalatokat, problémákat, és javaslatokat teszek a képzés fejlesztésének lehetőségeire. Általános megállapításokat fogalmazok meg a szakok képzésének minőségi értékelésére az adott elemzések tapasztalatai alapján.

SÖLCH TAMÁS GYÖRGY

soelcht@outlook.com

Nemzetközi gazdálkodás (magyar nyelven)

BA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Bakonyi Zoltán

Tanácsadó, IFUA Horváth & Partners

Hogyan tudnak a kelet-közép-európai bankok megbirkózni a pénzügyi szolgáltatásokban végbe menő diszruptív innovációval?

Kulcsszavak: fintech; financial technology; innováció; diszruptív;

A dolgozatomban azt vizsgálom meg, hogy a bankok a pénzügyi szolgáltatásokban végbemenő diszruptív innovációra hogyan reagálnak. A központi kérdés az, hogy a közép-kelet-európai bankok hogyan próbálnak meg lépést tartani a digitalizációval és az ún. FinTech start-upokkal által jelentett fenyegetettséggel. Kutatásom célja az, hogy stratégiaileg elemezzem a valós példákat. Az elméleti áttekintés során az innovációmenedzsmenthez szorosan kapcsolódó elméleteket mutatom be. Először az innovációt és az innováció hiányára adott reakciókat vizsgálom meg. Ezután az ún. corporate venturinget választam, mint azt a reakciót, amelyik a leginkább megfelelő a bankok számára. Annak ellenére, hogy a legtöbbször technológiai cégek fektetnek saját start-upokba és befektetési alapokba. Jelenleg a FinTech piaca fejlődik, és az én véleményem szerint a piac egy szakadék után van, éppen azelőtt, hogy általánossá váljon. Ez azt is jelenti, hogy ez a legmegfelelőbb pillanat arra, hogy az inkumbens szereplők belépjenek az új piacra. Az OTP Bank és Raiffeisen Bank corporate venturing aktivitását fogom megvizsgálni. Mindkét bank saját direktbankot indított, és az OTP Bank még egy másik saját start-upba is fektetett. Kutatásom során olyan vezetőkkel készítettem interjút, akik aktívan részt vesznek vagy vettek az új vállalat beindításában, vagy megbízható rálátással rendelkeznek, vagy mély iparági ismerettel rendelkeznek. Az elemzések során az derült ki, hogy maguk a vezetők sem tudják azt, hogy ezek az új vállalatok pénzügyileg megtérülnek-e, de ugyanakkor abban egyetértettek, hogy piaci tapasztalat szerzés céljából muszáj innoválniuk és jelen lenni az új, digitális piacon.

DOBÁK ZITA ANNA

d_zita@hotmail.com

Nemzetközi Gazdálkodás

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Dunavölgyi Mária
tanársegéd, BCE GTK*

Innováció és kettős képességű szervezetek

Kulcsszavak: innováció; kettős képességű szervezet; felfedezés és kiaknázás; innovatív szervezeti struktúra és kultúra; innovatív vezetés

A dolgozat fókuszában a kettős képességű (ambidextrous) szervezetek állnak, melyek a rövid és hosszú távú érdekeket egyaránt figyelembe véve olyan működési modellt alkalmaznak, melyben a jelenlegi üzleti tevékenységek maximális kihasználása mellett képesek létrehozni a jövő innovációit is.

A kutatás arra enged következtetni, hogy az innovációt ösztönző legfontosabb tulajdonságok a rugalmasság, valamint a gyors helyzetfelismerési és alkalmazkodási képesség. Az innovációkat leginkább támogató organikus szervezeteket pedig legtöbbször decentralizált működés, lapos konfiguráció, hálószerű struktúra, valamint delegált feladat-és hatáskörök jellemzik. A kettős képességet leginkább támogató struktúrában az innovációval foglalkozó terület szervezetenként ugyan elkülönülhet a többi egységtől, de vezetési szinten integrálódik a meglévő szervezetbe.

Mindennek feltétele egy változást elősegítő, innovációt támogató szervezeti kultúra. A szervezeti kulturális tényezők tekintetében ez elsősorban a következőket jelenti: megfelelő ösztönzés, elismerés és az előrelépés lehetőségének biztosítása, az erőforrásokhoz való hozzáférés garantálása, azonosulás a közösen vallott értékekkel, továbbá a kockázatvállalás, az ötletelésre való belső készítés, a dinamikus környezethez és az új kihívásokhoz való alkalmazkodás képessége, valamint a folytonos tanulásra való törekvés.

Az innovatív, „egyensúlyozó” vezetőktől leginkább elvárt képességek a motiválás, a környezethez való gyors alkalmazkodás, illetve az innováció természetéből fakadó bizonytalanság kezelése. Továbbá szükséges az innováció felé való érzelmi és pénzügyi elkötelezettség, a széleskörű piacismeret, valamint a kettős képességéből adódó feszültségek, mint például a strukturális és személyi dichotómiák, vagy az erőforrásokért való verseny megfelelő kezelése.

SZARVAS NIKOLETT

nikolett.szarvas95@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás BA

BA, 5. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Rózsa Andrea
adjunktus, DE GTK*

Intellektuális tőke hatékonysága, mint meghatározó innovációs tényező - a legsikeresebb magyar IT vállalatok elemzése

Kulcsszavak: intellektuális tőke; innováció; VAICTM; IT

Dolgozatom témájaként az innováció versenyképességben és értékteremtésben betöltött szerepét választottam. A nemzetközi és hazai szakirodalom részletes tanulmányozása alapján világossá vált számomra, hogy ez a témakör két egymástól merőben eltérő tudományos területre visz annak függvényében, hogy termelő vagy szolgáltató ágazatról van-e szó. A termelő vállalatok esetében az innováció értékteremtő erejét leginkább K+F ráfordításaikon és beruházásaikon keresztül lehet számszerűsíteni, míg a szolgáltató szférában az innováció első sorban a humán tőke függvénye, ez pedig szoros összefüggésben van a vállalat értékét is befolyásoló nem pénzügyi értéktényezők szerepével.

Kutatásom során egy meghatározó szolgáltató ágazaton belül, a legsikeresebb magyarországi IT vállalatok példáján vizsgálom az intellektuális tőke felhasználásának hatékonyságát és az intellektuális tőke felhasználásából származó innovációs potenciált. Vállalati mintámat a Heti Világgazdaságban évente megjelenő, a Creditreform Kft. céginformációs vállalat által kigyűjtött Top500 (árbevétel és nyereség) adatsorainak felhasználásával választottam ki és ez alapján alakítottam ki a végül 17 elemű mintát, amely a legsikeresebb magyar IT vállalatokat tartalmazza.

Ezen vállalatok intellektuális tőkehatékonyságának mérésére a VAICTM modellt választottam, amelynek tudományos relevanciáját számos nemzetközi publikációval támasztottam alá. Az elemzés adatbázisát a mintavállalatok nyilvános pénzügyi beszámolóinak (eredménykimutatás, mérleg) adatai képezték 2012-2015 időintervallumban. Legfontosabb kutatási kérdéseim a következők voltak: hogyan jellemezhető a mintavállalatok intellektuális tőke hozzáadott értékének hatékonysága, milyen az évenkénti rangsorok alakulása, a kapott adatok hogyan függenek össze a vállalati mérettel és milyen fő okokkal magyarázhatók a kiugró és nagyon ingadozó értékek. Kutatási célom volt még, hogy tudományos következtetéseket vonjak le mind az egyes vállalatok adatainak alakulására, mind a teljes minta értéksorozatára nézve.

Kutatási eredményeim rámutattak, hogy a VAICTM mutatók a tulajdonosok és a befektetők számára is fontos kiegészítő többletinformációként funkcionálhatnak, hiszen azok tükrözik a versenyképességben és értékteremtésben fontos szerepet betöltő innovációs potenciált.

TESZÁRIK ESZTER

teszti5@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

TÓTH BENEDEK

benedek.toth2@gmail.com

Pénzügy és Számvitel

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Guóth Patrik

PhD hallgató, BCE GTK

Kiszervezett innováció? - Új utak a nagyvállalati értékteremtésben

Kulcsszavak: Corporate Venture Capital; innováció; startup; megtérülés; stratégiai befektetés

A dolgozat a vállalati innovációs képességek versenyelőnyhöz való hozzájárulását és az azt akadályozó tényezőket vizsgálja. Kiemelten foglalkozik ennek kapcsán a vállalati kockázati tőkealapokkal, mint kiegészítő innovációs formával, mely megfelelő használata esetén hozzájárulhat a versenyelőny megteremtéséhez és fenntartásához. A dolgozat állításai szerint a vállalati kockázati tőkebefektetők minimumként várnak el befektetéseiktől pénzügyi megtérülést, illetve jellemzően stratégiai szempontok alapján választják ki befektetéseiket. A dolgozat azt állítja, e befektetések megértésének szempontjából a két legfontosabb dimenzió a vállalat jelenlegi stratégiájától való távolság és a befektetés időtávja. Ezek alapján a dolgozat egy olyan mátrixot ajánl, mely hasznos a vállalati kockázati tőkebefektetőknek portfóliójuk áttekintéséhez és megértéséhez. Az eszköz segítségével átláthatóvá válik a vállalat innovációs tevékenysége: segít azonosítani annak erősségeit és hiányosságait. A dolgozat állításai szakértői interjúkkal kerülnek alátámasztásra, továbbá az eszköz bemutatására egy esettanulmány szolgál a telekommunikációs iparágról és egy abban működő kulcsszereplőről, a Deutsche Telekom-ról.

FULAI VIKTÓRIA

fulai.viktoria@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

NAGY DALMA

nagydalm@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

JANKÓ DÁNIEL

jdeniel8@gmail.com

Vezetés és Szervezés

MA, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Szabó Zsolt Roland

adjunktus, BCE GTK

Tudásmenedzsment, és menedzsment kihívások extrém gyorsan változó szervezetekben

Kulcsszavak: tudás; tudásmenedzsment; menedzsment; változásvezetés; szervezeti tanulás

A napjainkra jellemző gyorsuló világban, és a dinamikus változó gazdasági és társadalmi környezetben egyre inkább előtérbe kerül a tudás, mint tőke, erőforrás, valamint az egyéni és a vállalati versenyképesség alapja. (Dobák, Ferincz, & Hortoványi, 2014) Újszerű jelenség az egy munkahelyen eltöltött időszak rövidülése, a munkavállalók gyors cserélődése. A lerövidülő ciklus alatt hatékony betanításra, effektív motivációs, valamint tudásmenedzsment rendszerekre van szükség. Kihívást jelent a saját szervezeti tudás létrehozása, annak megőrzése, tárolása, valamint későbbiekben történő előhívása, felhasználása és fejlesztése.

Jelen kutatás arra keresi a választ, hogy egy extrém gyorsan változó környezetben milyen tudásmenedzsment kihívásokkal szembesül egy szervezet és hogyan lehet ezeket leküzdeni. Fontos, hogy a szervezet méretének a növekedésével ezen kihívások is változnak, így más és más tudásmenedzsment megoldásokra van szükség. További kérdés, hogy egy ilyen szervezet esetén pusztán egy jól működő tudásmenedzsment rendszer képes-e a szervezeti növekedés katalizátora lenni. A kutatás során esettanulmányos kvalitatív, valamint kvantitatív módszertanok kerültek alkalmazásra és a vizsgálati egység a Budapesti Corvinus Egyetemen működő MKT Corvinus diákszervezet volt.

A kutatás végül azt az eredményt hozta, hogy egy ilyen szervezet esetén a megfelelő tudásmenedzsment stratégia és eszköztár megválasztása a szervezeti növekedés katalizátorává válhat. Azonosításra került, hogy jelentős az összefüggés a tudástipológiák, a szervezeti tanulási folyamatok, a tudásmenedzsment stratégiák és a szervezet növekedési fázisai között. A kutatás eredményei alapján két új modell is született, amely ezen összefüggéseket hivatott bemutatni.

NÁDAS NIKOLETTA

nadas.nikoletta@gmail.com

Gazdálkodás és menedzsment

BA, 7. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Lukovics Miklós
egyetemi docens, SZTE GTK

Dr. Udvari Beáta
egyetemi adjunktus, SZTE GTK

Új irányok az innováció menedzsmentben: a felelősségteljes innováció gyakorlata és a jövő kutatógenerációja

Kulcsszavak: innováció menedzsment; felelősségteljes kutatás és innováció; Társadalmi-Technikai Integrációs Kutatás; fiatal kutatógenerációk; természet- és társadalomtudományi integráció

Napjainkban a 21. század kihívásai következtében az innováció szerepe megkérdőjelezhetetlen, viszont a felgyorsult technológiai fejlődés következtében egyre többször szembesülünk a kutatások, innovációk későbbi, nem szándékolt, negatív hatásaival. Ezek megelőzésére tett kísérlet hívta életre a felelősségteljes kutatás és innováció (Responsible Research and Innovation, RRI) gondolatkörét. Az RRI fogalmi háttere egyre inkább letisztult, így napjaink kiemelt tudományos és innovációpolitikai kérdése az RRI gyakorlati alkalmazásának lehetősége, mely fontos kihívásokat fogalmaz meg az innováció menedzsment számára. Az RRI gyakorlati alkalmazásának egyik széles körben alkalmazott, több éves dokumentált múlttal rendelkező innováció menedzsment eszköze a Társadalmi-Technikai Integrációs Kutatás (Socio-Technical Integration Research, STIR), mely a társadalom- és természettudósok integrációján alapszik. A STIR-t eddig csak fejlett országokban, aktív kutatók körében végezték el. A relatíve fejletlen országok esetében két magyar pilot kutatás szolgál alapul, mely olyan összefüggéseket tárt fel, amelyek a fejlett országokban nem merültek fel. Ezek olyan kérdéseket vetettek fel, amelyek megválaszolása kutatásunk alapja.

Ebből kifolyólag kutatásunk célja, hogy az elmaradott térségek sajátosságaira is tekintettel olyan innováció menedzsment módszert fejlesszünk ki, amely alkalmas a fiatal, természettudományi területen kutatók gondolkodásába az RRI gondolatkörét integrálni. Ennek érdekében megvizsgáltuk, hogy a kései Y valamint Z generációba tartozó potenciális kutatók hogyan viszonyulnak az RRI-hez.

E kutatás során az eredeti STIR-módszert adaptáltuk, módszertanfejlesztés is szükséges volt a természettudományi területen tanuló hallgatók körében végzett vizsgálat során. A laborlátogatások helyett kerekasztal beszélgetésekre került sor a hallgatókkal, valamint egy másik hallgatói körben (kontrollcsoport) tantermi keretek között történt a társadalomtudományi ismeretek átadása. Mindkét esetben a cél az volt, hogy a kezdeti helyzethez képest bekövetkezett gondolkodásbeli változásokat fel térképezzük.

A kutatás eredményei rámutattak arra, hogy a módszer alkalmas arra, hogy a fiatal potenciális kutatók gondolkodásmódjában az RRI témaköre is megjelenjen. Ugyan a STIR megfelelő keretet adhat arra, hogy új eszközt helyezünk az innováció menedzsment kezébe, azonban eredményeink rámutattak arra is, hogy még további fejlesztések szükségesek a módszer hatékonyságának növelése érdekében.

HORVÁTH DÓRA

carmendorin21@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Szabó Zsolt Roland
adjunktus, BCE GTK*

Versenyben a fogyasztókért

Kulcsszavak: decentralizált energia; lakossági szegmens; vállalati stratégia; üzleti modellek

Dolgozatomban a hazai decentralizált energiapiacot vizsgáltam, a lakossági fogyasztók szegmensében. Arra a fő kérdésre kerestem a választ, hogy a fogyasztói preferenciák alapján, a vállalatoknak milyen teljesítménydimenziók mentén kell működniük, hogy a fogyasztók megnyeréséért folytatott versenyben győzelmet arathassanak? Annak érdekében, hogy választ tudjak erre adni és egy átfogó képet kapjak a hazai piacról, további alkérdéseket is vizsgáltam, amelyek a következők: Milyen fogyasztói szegmenseket különíthetünk el a lakossági fogyasztók esetében? Milyen üzleti modellel vannak jelen a piacon működő vállalatok? Milyen okok állnak a beruházási döntések mögött és mely technológiákat preferálják a fogyasztók? Kutatásomban olyan cégeket vizsgáltam, akik a teljes érték-lánc mentén nyújtanak szolgáltatásokat, a tervezéstől át egészen a kivitelezésig.

A kérdések megválaszolására integrált módszertant alkalmaztam, kvalitatív és kvantitatív technikákat ötvöztem. A piacon működő szereplők üzleti modelljeinek bemutatására pedig a Business Model Canvas keresztrendszert használtam. Ezt követően a meghatározásra került teljesítménydimenziókat és fogyasztói szegmenseket összehangoltam az egyes csoportok elvárásai alapján.

Mindezek mellett három irányt fogalmaztam meg a vállalatok számára, amellyel növelhetik versenyképességüket. Először is fontos koncentrálniuk a jövő potenciális vásárlói csoportját képező, környezettudatos fiatalokkal való kapcsolat kialakítására, továbbá maguknak is törekedniük kell a K+F-re, a különböző innovatív megoldások kidolgozására, harmadik irányként pedig nem szabad figyelmen kívül hagyniuk az egyes ügyfelek részéről jelentkező egyedi rendszerspecifikációs igényeket.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Számvitel



LUKÁCS LÁSZLÓ ISTVÁN

lukacs.laszlo87@gmail.com

Számvitel

MSc, 2. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Dr. Sisa Krisztina A.

főiskolai docens, BGE PSZK

Dr. Veress Attila

egyetemi docens, BGE PSZK

A közösségi költségvetési számvitel fejlődése és kihívásai a 21. században

Kulcsszavak: költségvetés; számvitel; nemzetközi; standard; államháztartás

A nyugat-európai és az angolszász országokban már évtizedek óta a vállalkozásokhoz hasonlóan a költségvetési szervek eredményszemléletben készítik a beszámolóikat. Az utóbbi években megfigyelhető tendencia, hogy az Európai Unió tagállamok is sorra térnek át az államháztartás területén az elhatárolás alapú számviteli módszertanra. Jelenleg ezen a területen is nagyon fontos szerep jut a standard alkotásnak, ennek eredményeként születtek az IFRS bázisú Nemzetközi Költségvetési Számviteli Standardok (IPSAS).

A dolgozatom megírása során arra törekedtem, hogy megismerjem az államszámvitel elméleteit, fejlődési állomásait, az IPSAS standardok filozófiáját, alkalmazási területeit és szintjeit. Továbbá célom volt a jelenlegi Európai Unió helyzet felmérése, megismerése a költségvetési szervek számviteli gyakorlatát tekintve. A kutatás ezen szakaszában szekunder kutatási módszert alkalmaztam. A szekunder kutatómunka során elsődlegesen a releváns nemzetközi tanulmányok kutatási eredményeire támaszkodtam.

Tagállamonként eltérő vélemények alakultak ki egy – az európai uniós közösség tagállamaira kiterjedő – egységes államháztartási számviteli szabályozás alkalmazhatóságáról. Az Európai Költségvetési Számviteli Standardok (EPSAS) létrejötte elkerülhetetlennek látszik, ezzel az IPSAS standardok hiányosságai is kiküszöbölhetővé válnak. A kutatás utolsó részében empirikus kutatómunkát végeztem, mellyel a hazai jogszabály alkotói oldal véleményére irányuló vizsgálattal az EPSAS-ok magyarországi alkalmazásának lehetőségeire és veszélyeire hívtam fel a figyelmet. A primer kutatási eredményeimre alapozva arra a következtetésre jutottam, hogy a hazai szakemberek véleménye nagyfokú szórást mutat egy esetlegesen megvalósuló közösségi szintű államszámviteli egységesítési reform iránt.

DÁVID CSENGE

david.csenge.hun@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás BA

BA, 6. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Karai Éva

egyetemi docens, BME GTK

A magyar és a német számviteli rendszer összehasonlító elemzése

Kulcsszavak: összehasonlítás; beszámoló; értékelés

Dolgozatomban a magyar és a német számviteli rendszert hasonlítom össze a magyar Számviteli törvény és a német Kereskedelmi Törvénykönyv (HGB) alapján. Kutatómunkám célja a két számviteli rendszerben található különbségek bemutatása, esetenként értékelése, magyarázata. Az összehasonlítást a tőketársaságokra, azon belül a korlátolt felelősségű társaságokra és a részvénytársaságokra korlátozom.

Először az eltérő történeti fejlődés és a számviteli alapelvek bemutatásával igyekszem felhívni a figyelmet a számvitel szabályozottságában mutatkozó különbségekre. A magyar számviteli rendszer sokkal újabb keletű, mint a német. A Számviteli törvény a rendszerváltás után jelent meg, és annak ellenére, hogy német mintára készült, előíró jellegű, míg a német Kereskedelmi Törvénykönyv harmadik könyvében kodifikált szabályozás inkább kerettörvényként szolgál. A német törvény esetében sokszor számviteli szakemberek értelmezésére kell támaszkodni, így van ez a számviteli alapelvek esetében is.

A dolgozat további részében a mérleg, az eredménykimutatás és a kiegészítő melléklet, mint a beszámoló alapvető részeivel foglalkozom. Az összehasonlítás alapja a beszámoló ezen részeinek felépítése és tartalma. A mérlegen belül vizsgálom az egyes mérlegtételek mérlegképességét és értékelését. Az aktiválási és passzíválási kritériumok egybevágóak a két szabályozásban, ezeknek azonos a kiindulópontja. Az értékelésben ezzel szemben alapvető különbséget jelent, hogy a hazai szabályozás szerint általában mérlegkészítéskori piaci értéket veszünk figyelembe a követő értékelés során, míg Németországban inkább a fordulónapi valós érték játszik fontos szerepet. Ebből a különbségből kifolyólag eltérést tapasztalhatunk a mérleg sorokban is. A mérlegben továbbá kiemelendő eltérés a negatív tételek megjelenítése, az időbeli elhatárolások kezelése, a halasztott tételek kimutatásának gyakorlata, illetve a saját tőke felépítése.

Az eredménykimutatás és a kiegészítő melléklet felépítése és tartalma 2016 óta nem mutat számottevő különbséget. Fontos azonban megjegyezni, hogy a cash flow kimutatás nem képezi a kiegészítő melléklet részét a német gyakorlatban.

Dolgozatomban igyekszem felhívni a figyelmet a két rendszer eltéréseire, szem előtt tartva azonban a hipotézisemet, mely szerint a nemzetközi sztenderdekhez való igazodás által a két számviteli rendszer közeledik egymáshoz. Így az Európai Unió 34. számú irányelvének a két ország gyakorlatába való átültetésére is kitérek a vonatkozó részeknél.

HAJDU DÁNIEL

hajdudaniel.hd@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Budai Eleonóra
egyetemi adjunktus, PTE KTK*

A SZÁMOK NEM HAZUDNAK – VAGY MÉGIS? A KREATÍV SZÁMVITEL NYOMÁBAN

Kulcsszavak: kreatív számvitel, TDI-módszer, kreatív könyvelés,

A számviteli beszámolók lehetővé teszik a gazdasági szereplők számára, hogy megismerjék a vállalatok vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetét. Az elmúlt évtized során azonban többször is megfogalmaztak kritikákat a vállalatok számviteli tevékenységével és a számviteli rendszerből származó adatok megbízhatóságával kapcsolatosan. Ennek egyik oka, hogy a vállalatok „trükköket” alkalmazhatnak, amelyekkel manipulálhatják a beszámolóikban szereplő adatokat, a törvényesség keretein belül.

Kutatásom célja kettős, egyik célom a kreatív számvitel elméleti hátterének feltárása, annak vizsgálata, milyen kreatív technikákkal érhetőek el a manipulációk, illetve ezek alkalmazása mögött milyen indokok, motivációk húzódnak meg. A kutatásom másik célja összefüggést keresni a vállalatirányítás és a kreatív számvitel között. Ezen kapcsolat tesztelésére Mudel (2016) modelljét alkalmaztam, amely a vállalatirányítás és a kreatív számvitel közötti összefüggés meglétét vizsgálja. A vizsgálat adatbázisául 17 telekommunikációs vállalat általam összegyűjtött adatai szolgáltak.

Mudel (2016) modellje a vállalatirányítás jellemzésére a TDI-módszert alkalmazza, amely 30 tényezőt keresztül vizsgálja a vállalatok átláthatóságát, figyelembe véve az igazgatótanácsra, a közzetételre és a részvényesekre vonatkozó információkat. A kreatív számvitelt a modell különféle számviteli mutatókon keresztül közelíti meg, mint pl. a ROA, a ROE, vagy a Tobin-féle q , amelyeket 5 éves időtávon vizsgál. A két tényező közötti kapcsolatot pedig korrelációanalízis segítségével elemzi.

A kutatásom eredményeként megállapítható, hogy a vizsgált vállalatok transzparenciáját befolyásolja a kreatív számviteli technikák alkalmazása.

HAMAD MIRJAM
hamad_maryam@hotmail.com
Számvitel MA
MA, 1. félév

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

SZEKERES ALEXANDRA
szekeresszandi@gmail.com
Számvitel
MA, 1. félév

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:
Dr. Tarnóczy Tibor
egyetemi docens, DE GTK
Dékán Tamásné Dr. Orbán Ildikó
egyetemi docens, DE GTK

A USGAAP szerinti számviteli rendszerben alkalmazott vállalatértékelési modell bemutatása

Kulcsszavak: vállalatértékelés, McKinsey modell, US GAAP, DCF modell,

Az üzleti világ globalizációja következtében számos lehetőség nyílt meg azon befektetők előtt, akik tőkéjük vállalati befektetésével megfelelő hozamra kívánnak szert tenni. Az általuk elvárt hozam elérése, és az ahhoz kapcsolódó megfelelő döntéshozatal érdekében szükség lehet a vállalatértékelésre. A vállalatérték meghatározása segítséget nyújthat a befektetés jövedelmezőségének a meghatározásában. A befektetők megalapozott döntéshozatalához fontos egy olyan vállalatértékelési modell kiválasztása is, amely egyaránt figyelembe veszi a vállalat jelenlegi helyzetét és a jövőbeli lehetőségeit

Dolgozatunkban azt tűztük ki célul, hogy egy kiválasztott USA-beli gazdasági társaság vállalatértékelését bemutassuk a – szintén az USA-ban készült - Mckinsey modell alapján. A modell felhasználásával a vállalatértékelést a Flowserve Corporation US GAAP szerint elkészített konszolidált beszámolóival felhasználásával készítettük el. Ezt figyelembe véve, először bemutattuk az US GAAP számviteli szabályozási rendszerét, illetve ismertettük a Mckinsey-féle vállalatértékelési modellt. Az USA-beli számviteli szabályozási rendszer bemutatása során fontosnak tartottuk bizonyos tételeknél kiemelni a magyar számviteli törvény és a US GAAP előírásai közti különbségeket, mivel a dolgozat végén, egy rövid összegző fejezet keretein belül, összehasonlítottuk egy magyar vállalatra elkészített korábbi értékelést a Flowserve Corporation vállalatértékelésével.

A vállalatok értékelésére alkalmazott modell figyelembe veszi az adott társaság előző éveinek eredményeit (mérleg, eredménykimutatás), felhasznál egy kialakított előrejelzési feltételezést, és ezek segítségével meghatározza a jövőbeni eredményeket, és ezen eredmények felhasználásával megállapítja a vállalat jelenlegi értékét.

Az általunk végzett értékelés alapján kijelenthetjük, hogy a modell alkalmazása a US GAAP rendszerében pontosabb eredményhez vezet, mint az előzőleg elkészített értékelés, amely a magyar számviteli rendszer környezetében előállított adatokra épült.

Az értékelés eredményét összehasonlítva a Flowserve Corporation New Yorki tőzsdén jegyzett árfolyamával megállapítható, hogy az általunk kapott érték és a Flowserve árfolyama közötti különbség nem jelentős.

MOLNÁR PETRONELLA

molnarpetronella92@gmail.com

Pénzügy

MSc, 4. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Prof. Dr. habil Zéman Zoltán

egyetemi tanár, intézetigazgató, SZIE GTK

Az államháztartási számvitel változásának vizsgálata különböző költségvetési szervek példáin keresztül

Kulcsszavak: államháztartási számvitel; költségvetési szerv; rendezőmérleg

Az államháztartás körébe tartozó állami feladatot az állam részben, vagy egészben a költségvetési szerveken keresztül látja el. 2014-ben a költségvetési szervek életében jelentős változás következett be a számviteli rendszer tekintetében. 2014. január 1-jétől vált hatályossá az államháztartás számviteléről szóló 4/2013. (I. 11.) Kormányrendelet (új Áhsz.), és annak módosításai: az államháztartás szabályozásával összefüggő egyes rendeletek módosításáról szóló 307/2013. (VIII. 14.) Kormányrendelet, valamint az államháztartás szabályozásával összefüggő egyes rendeletek módosításáról szóló 497/2013. (XII. 29.) Kormányrendelet. Pályamunkám központi témája az államháztartás egészére egységesen bevezetett számviteli változások voltak.

Dolgozatom elméleti részében bemutattam az államháztartás rendszerét, részletesen kitérve a központi és helyi alrendszerre. Ezt követően kifejtettem az államháztartási számvitel és annak változásait 2014-től, illetve a 2014. évi változás előtti előkészítő feladatokat. Részleteztem az Áht.-ban (2011. évi CXCV. törvény az államháztartásról) előírt beszámolóképzési és adatszolgáltatási kötelezettségeket, a számviteli politika és a hozzájuk tartozó szabályzatok, a számlarend felépítését, az éves beszámoló, a költségvetési jelentés, a maradványkimutatás tartalmát, illetve a mérleg és eredménykimutatás felépítését.

Munkám második részében egy költségvetési szerv, a Nemzeti Adó és Vámhivatal szerkezeti felépítését, alaptevékenységét, intézményeit mutattam be. Kutatásom során leíró módszerrel ismertettem, hogy miként alakult egy államigazgatási költségvetési szerv beszámolója, illetve a rendezőmérlegek elkészítésével mennyiben változott a szervezet eszköz- és forrásszerkezete az új államszámvitel bevezetésével. Pályamunkám zárásaként kvalitatív kutatást végeztem. Négy költségvetési szerv gazdasági vezetőjét kérdeztem meg, hogy miként történt a változás bevezetése és hogyan értékelik azt. A mélyinterjút egy államigazgatási költségvetési szerv vezetőjével, egy egészségügyi- és egy oktatási ágazatban tevékenykedő költségvetési szerv vezetőjével, valamint egy önkormányzati fenntartású szociális intézmény vezetőjével végeztem. A dolgozatom eredményeként képet kaphatunk, miként ítélték meg e nagy horderejű változást a költségvetési szervek szakemberei.

HRUBIÁK VIVIEN

hrubiak.vivien@gmail.com

pénzügy és számvitel

BA, 8. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

Témavezetők:

Bán Erika

adjunktus, BGE PSZK

Dr. Sisa Krisztina A.

főiskolai docens, BGE PSZK

Filmfinanszírozás és filmes költségvetés tervezés - Magyarország a nemzetközi filmgyártás térképén

Kulcsszavak: film; finanszírozás; költségvetés tervezés; controlling

Dolgozatom célja, hogy bemutassam a filmszakma szereplőit (kiemelt figyelmet fordítva a finanszírozással összefüggő szervezetekre), a filmfinanszírozás és filmes költségvetés-tervezés lépéseit, illetve ismertessem Magyarország kedvező helyzetét, és annak kialakulását a nemzetközi filmszakmában.

Előzetes kutatásaimra támaszkodva azt tapasztaltam, hogy hazánkban a fokozatosan növekvő mennyiségű forgatások ellenére sem találkozhatunk szak specifikus, kifejezetten a filmgyártás könyvelésével, vagy költségvetés tervezésével foglalkozó kutatásokkal, szakirodalmakkal vagy akár oktatási célú tananyagokkal. Ezért úgy gondolom, hogy a vizsgált téma még kevésbé körbejárt területe a számvitelnek és a controllingnak.

Általánosságban elmondható, hogy míg a magyar felsőoktatási rendszer – számos területet magába foglalva – igen magasan képzett közgazdászokat enged a munkaerőpiacra, hazánkban még sincs olyan, aki tudatosan produkciós könyvelőnek tanulhatna, mivel ilyen típusú képzés nincs, pedig a kereslet évek óta egyre magasabb. Dolgozatomban arra is szeretnék rávilágítani, hogy milyen feladatai vannak egy gyártási könyvelőnek, és ezáltal milyen más típusú ismeretekkel (is) kell rendelkeznie más közgazdász kollégáihoz képest.

A dolgozat megírása során elsődlegesen külföldi (főként amerikai) tapasztalatokra, és tudásanyagokra támaszkodhatom, valamint elsődleges kutatásomban egy, már évtizedek óta a szakmában dolgozó szakember segítségére, akivel mélyinterjút készítettem. Az idegen nyelvű publikációk között számos nézőpontbeli eltérés van, ami lehetőséget ad ezek ütköztetésére, illetve a hazánkban ismert vállalati tervezési és ellenőrzési gyakorlattal történő összehasonlításra. Végezetül ismertetni szeretném a valódi magyar gyártási könyvelési gyakorlatot.

Kutatásom feltételezéseinek további megerősítésére a primer kutatási módszerek egy igen elterjedt fajtáját is alkalmaztam. Kutatási kérdőívet is készítettem, amelyben arra kerestem a választ, mennyire ismert manapság, hogy mennyi (egyre nagyobb) produkció készül hazánkban, illetve megtudjam, hogy ez mennyiben befolyásolja a filmnézési szokásokat.

A filmes szakma egy rendkívül zárt világ, amelybe csupán kevesen láthatnak bele. Nekem 2015 júliusa óta van szerencsém néhány Magyarországon forgatott film stábtagjának lenni, és kicsit a részesévé válni az alkotó folyamatnak. Dolgozatomban a filmkészítési szakma számvitel-tervezés területén tapasztalható kuriózumainak feltárására törekszem.

DEME ADRIENN

adrienn.deme@gmail.com

Számvitel

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dékan Tamásné Dr. Orbán Ildikó

egyetemi docens, DE GTK

Hogyan kezelhető a kockázat az IFRS rendszerében?

Kulcsszavak: IFRS; pénzügyi instrumentum; fedezeti ügylet; kockázat; veszteség elkerülése

Dolgozatom témájának a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok (International Financial Reporting Standard, IFRS) széleskörű és kiterjedt témakörén belül az egyik legösszetettebb témakört választottam, nevezetesen a pénzügyi instrumentumok témakörét. Ezen belül is egy konkrét területre fókuszáltam, mégpedig a fedezeti ügyletekre, vagy hedge ügyletekre. Bonyolultsága ennek a területnek abban rejlik, hogy nemcsak számviteli ismereteket igényel, hanem mélyen összefonódik a pénzügytan ismereteivel.

A témám aktualitását az adja, hogy az elmúlt évtizedekben a világgazdaságban megfigyelhető erősödő globalizáció hatására, folyamatos változásoknak lehetünk tanúi. Ezáltal természetes, hogy a pénzügyi piacok világa és a számvitel területe is folyamatos fejlődésen megy keresztül annak érdekében, hogy lépést tartson a folyamatosan megújuló gazdasági környezettel. A nagyobb vállalkozások, melyek a jelentős gazdasági súlyt képviselik, egyre szélesebb körben terjeszkednek. Azonban ennek kapcsán problémák merültek fel, hiszen a világ különböző országaiban más - más szabályoknak kell megfelelniük az egyes társaságoknak. Az egységes szabályozás hiányában azonban a különféle országokban működő vállalatok összehasonlítása szinte lehetetlen. Így kialakult az igény egy egységes, nemzetközileg is elfogadott rendszer létrehozatalára, mely alapján a vállalkozásokról egységes képet kapnak a gazdaság egyes szereplői, mint például a befektetők.

A világgazdaságban bekövetkező fejlődéssel együtt azonban a kockázati kitettségek is emelkedtek. A fedezeti ügyletek alkalmazásának lehetősége azonban segíti a vállalkozásokat a kockázatokból adódó esetleges nagymértékű veszteségek elkerülésében.

Legfőbb célom annak bemutatása, hogy a fedezeti ügyletek alkalmazásával a társaságok, milyen módon ellentételezhetik a kockázati tényezők kedvezőtlen alakulása miatt bekövetkező, negatív hatásokat az eredményükben. A fedezeti ügyletek elméleti hátterének bemutatása mellett egy fiktív vállalkozáson keresztül, gyakorlati példákkal is illusztrálom a fedezeti ügyletek típusainak elszámolását az IFRS szerinti szabályoknak megfelelően.

A feldolgozott példák alapján azt tapasztaltam, hogy a vállalkozásoknak előnyére válhat, ha élnek a fedezeti ügyletek adta lehetőségekkel. Ugyanis a fedezeti ügyletek alkalmazásával a kockázati tényezők ingadozása miatti, eredményben jelentkező kilengéseket sikeresen ellentételezhetik.

SZABÓ NÓRA RÉKA

szabonorareka@hotmail.com

Számvitel

MSc, 1. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Várkonyiné Dr. Juhász Mária

egyetemi docens, ME GTK

IFRS, avagy a nemzetközi irányelvek hatásai egy KKV beszámolójára

Kulcsszavak: nemzetközi; irányelvek; kisvállalat; beszámoló; standardok

A számvitel területén napjainkban végbemenő változások főirányvonala, az egyes nemzetek saját számvitelébe történő nemzetközi irányelvek beépítését jelenti. Ezzel kapcsolatban folyamatosan merülnek fel előnyök-hátrányok az egyes országok számvitelét illetően.

Hátrányok elsősorban a bevezetés kivitelezésében merülnek fel, Magyarországon ezt a Big4 tanácsadó vállalatok próbálják könnyebbé tenni. Ez elsősorban szellemi energiát és ráfordítást igényel, ami alapján előre látható, hogy az átállási idő elején nem várható haszon az adott vállalatoknál, ez csak a későbbiekben fog megtérülni.

A 2015. évi CLXXVIII. törvény az IFRS-ek bevezetését az éves beszámoló készítésénél nem egyszerre írta elő, hanem az egyes gazdálkodói csoportokra vonatkozóan eltérő időütemezéssel 2016. és 2018. között. A nemzetközi pénzügyi beszámolási standardok egyedi beszámolási célokra történő hazai alkalmazásának bevezetése, valamint az egyes pénzügyi tárgyú törvények módosítása elsősorban a nagyobb vállalatok, illetve a hitelintézetek számvitelét érintik, mivel ezen gazdálkodók számára már előre meghatározott éves ütemezési kötelezettségeket és lehetőségeket tartalmaz. A vállalatok versenyképességének fenntartásához jelentősen hozzájárulhat, ha beszámolójukat nemzetközi standardok szerint készítik el, hiszen emiatt vonzóbbak lehetnek a befektetők számára, akik a befektetési döntéseikhez nemzetközileg is összehasonlítható és transzparens adatokat igényelnek, hatékonyabban kiküszöbölve a befektetésben rejlő potenciális üzleti kockázatokat. Ugyan a KKV –k esetében az IFRS használata csak lehetőségként merül fel, azonban én mégis úgy vélem, hogy érdemes megnézni egy ilyen jellegű vállalat esetében is, hogy az IFRS alapvető befektetés ösztönző célja teljesül-e. Ezen elemzés körbejárását mutatja be a dolgozatom, amely során összehasonlításra kerül egy magyar számviteli törvény szerinti és az IFRS szerinti beszámoló.

MOLNÁR ZSÓFIA

zsofiamolnar1027@gmail.com

Számvitel

MA, 3. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
dr. Adorján Csaba
adjunktus, BCE GTK*

Kopogtat az IFRS? A Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardokra való áttérés egyedi beszámolóknál.

Kulcsszavak: pénzügyi számvitel; IFRS; nemzetközi számvitel; áttérés; egyedi beszámoló

A számviteli rendszerek harmonizációja, és a számviteli szabályozás egységesítése már régóta fontos, kitűzött célként jelenik meg a gazdasági szereplők és törvényalkotók számára. A harmonizáció irányába való elmozdulást elősegítette a nemzetközi számviteli beszámolási standardok egyre szélesebb körű alkalmazása, valamint a nemzeti szinteken erősödő igény az egységesítés iránt. Ennek a folyamatnak a szükségessége több szempontból is releváns manapság. A globalizáció teljedésével, a befektetők már nem csupán hazai befektetési lehetőségek után kutatnak, hanem regionális, majd nemzetközi szintű befektetéseikben is gondolkodnak. Ehhez szükség van olyan beszámolókra, amelyek azonos elvekre épülnek, tehát összehasonlíthatóak és átláthatóak. Ez főként a nagy méretű (tőzsdén jegyzett, kapcsolt viszonyban áll) vagy kockázatos (hitelintézetek, biztosítók) vállalatokat érinti, azonban az utóbbi időben a harmonizáció nem állt meg ezen a szinten. Emellett az IFRS standardok egyedi beszámolóknál történő alkalmazása nem csupán a vállalatok számára tágítja a lehetőségeket, hanem az ország egésze számára is.

Mindezek következtében, Magyarországon, a 2015. évi CLXXVIII. számú törvény teszi lehetővé először azt, hogy meghatározott vállalkozói kör, a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok szerint készítse el egyedi beszámolóját, a magyar számviteli törvény helyett. A törvény pontosan meghatározza az áttérés legfontosabb részleteit (az ütemezést és a folyamatot), valamint azt is előírja, hogy mely vállalatok számára kötelező, és melyek számára választható az IFRS szerinti egyedi beszámoló összeállítása. Az igazán érdekes kérdés azonban annak vizsgálata, hogy azoknak a vállalatoknak, amelyek számára csupán lehetőségként jelenik meg ez az opció, valóban érdemes-e élni ezzel. Vajon kiemelhető-e néhány kritikus tényező, vagy egy konkrét elem, amelyből egyértelműen következik, hogy az IFRS standardokra való áttérés megéri-e a vállalatnak? Miben lehet mérni az áttérés sikerességét, és vajon mikor jelentkeznek ezek az elemek? Dolgozatomban tehát kitérek az egyedi beszámolóknál IFRS standardok szerinti elkészítésének pontos elemzésére, és főként arra keresem a választ, hogy azok számára, akik választási lehetőséget kapnak, milyen elvek mentén érdemes dönteni az áttérésről. Az előnyök, hátrányok és az áttérés folyamatának pontos ismertetése után megvizsgáltam, hogy kiemelhető-e néhány olyan tényező, amelyek alapján egyértelműen eldönthető, hogy ez a változás megéri-e hosszú távon.

GERGELY ZITA

ger.zitaa@gmail.com

Számvitel

MSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Várkonyiné Dr. Juhász Mária
egyetemi docens, ME GTK*

„Megrendült bizalom?” - A könyvvizsgálat minőségellenőrzésének kiemelt szerepe

Kulcsszavak: könyvvizsgálat, minőségellenőrzés, Magyar Könyvvizsgálói Kamara, vállalati botrányok, fejlesztési javaslat

A Tudományos Diákköri Konferenciára elkészített dolgozatom témája a könyvvizsgálat minőségellenőrzése, mert véleményem szerint mind a szabályozást, mint pedig a gyakorlati vonatkozását tekintve nagy relevanciával bír jelenleg.

A kutatásom célja, hogy az elméleti háttér és a szakirodalom feldolgozásának segítségével, valamint saját véleményemre alapozva megfelelő képet adjak a könyvvizsgálati minőség-ellenőrzés fontosságáról. A közelmúltban megtörtént, szakmát negatívan érintő események fényében bemutatásra kerüljön könyvvizsgálói hivatás jelenlegi helyzete, megítélése. A továbbiakban megpróbálom feltárni, hogy milyen hibákat követnek el általánosságban a könyvvizsgálók, és a minőségellenőrzés mit tár fel ezekben az esetekben. Fontosnak tartom a minőségbiztosítási rendszer lehető leghatékonyabb működésének elérését, melynek révén a könyvvizsgálat minősége is javul, és ezáltal feltehetően a szakma megbecsülése is. Ennek elérése érdekében konkrét megoldási javaslatot fogalmazok meg a minőségellenőrzésre vonatkozóan.

A hipotézisem, mely szerint a szakmába vetett bizalom helyreállítható a minőségellenőrzés fejlesztésével.

Módszertant tekintve elsősorban szekunder kutatást alkalmazok. A szakirodalom, jogszabályi háttér, valamint a minőségellenőrzésre vonatkozó releváns alapszabály és kézikönyv bemutatásával alapozom meg dolgozatom elméleti részét. Másodsorban pedig az általam feltárt problémakör megoldására javaslatokat fogalmazok meg.

Várható eredmények:

A kamarai könyvvizsgálati minőségellenőrzés rendszerén belül a humán erőforrás bázisának átalakítására vonatkozó javaslatom révén úgy gondolom, hogy egy kellőképpen hatékony és eredményes rendszer, illetve következetes és egységes munkavégzés valósulhatna meg. Ha a minőségbiztosítási rendszer jól működik, akkor annak hatására erősödne a minőségi könyvvizsgálat, és feltehetően csökkennének a könyvvizsgálók által elkövetett hibák is. A jövőre nézve nagyobb biztonságot nyújtana egy jól működő háttérrendszer a szakmának is, és minden bizonnyal a piac többi szereplője számára is bizalomnövelő hatást eredményezne.

NYÍRÓ ORSOLYA

nyiro.orsi@gmail.com

Számvitel

MA, 3. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Gyenge Magdolna
egyetemi docens, BCE GTK*

Szabályozott kockázatok - A biztosító társaságok tevékenységére és a biztosítási szerződésekre vonatkozó magyar, uniós és nemzetközi szabályozások

Kulcsszavak: biztosítási szerződés; Szolvencia II.; IFRS 4; biztosítási tevékenység

Dolgozatom célja az volt, hogy bemutassam a biztosítási szerződések megkötésének, a biztosítási tevékenység folytatásának és a biztosító társaságok működésének szabályozását. A témakört érintő kérdéseket több nézőpontból közelítettem meg. Ezért az elemzésemet a kockázatok, a hozzájuk kapcsolódó kockázatkezelés, majd a biztosítás, mint speciális szolgáltatás közgazdaságtani értelmezésének levezetésével kezdtem. Ezután tértem rá a jogszabályi háttérre. A vizsgálatot a nemzeti szinten szabályozó magyar jogszabályokkal kezdtem, amelyek közül kiemeltem a nemrég megújult, a biztosítási tevékenységekről szóló 2014. évi LXXXVIII. törvényt, (Bit) illetve a 192/2000. (XI.24.) Kormányrendelet által felállított speciális beszámolási kötelezettségekre is kitértem. Ezek vizsgálata után léptem tovább először az uniós, majd a nemzetközi szabályozásokra. Röviden ismertettem a közelmúltban hatályba lépő Szolvencia II.- t, ami egy Uniós direktíva és hazai alkalmazásáról szintén a Bit. rendelkezik. A dolgozat meghatározó részében az IFRS 4: „Biztosítási szerződések” standardnak követelményrendszerét részleteztem. Annak érdekében, hogy gyakorlatból vett esetet is szemléltessék, a CIG Pannónia Csoport IFRS-ek szerint elkészített konszolidált pénzügyi kimutatásaiból elemeztem különleges eseteket.

SCHREINER BIANKA

schreiner.bia@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kiss Árpád

egyetemi adjunktus, SZE GK

Vállalati kapcsolatok kezelése az információmenedzsmentben

Kulcsszavak: Számviteli törvény; KKV törvény; PTK; kapcsolt vállalkozás; konszolidáció

Dolgozatom elején megvizsgáltam a különböző törvények szerint (PTK, Számviteli törvény, KKV törvény), hogy melyik vállalkozás lehet kapcsolt vállalkozás, illetve vállalatcsoport tagja. A számviteli törvényt jobban megvizsgálva észlelhető, hogy információk veszhetnek el a kapcsolt vállalkozásokra vonatkozóan az éves beszámolókból. Ezek után azt vizsgáltam, hogy a gyakorlatban is elvesznek-e ezek az információk. A Figyelő TOP 500-as listájából 170 vállalkozást kiválasztottam véletlenszerűen és megnéztem a kapcsolt vállalkozásokkal szembeni tranzakciók alakulását. A vállalatcsoporton belüli kapcsolatok hatásának bemutatására, Magyarországon működő két nagy vállalkozás (Audi, MOL) éves beszámolóit dolgoztam fel. Összegzésképp elmondható, hogy ellentmondások figyelhetők meg a vizsgált törvények között, továbbá az Audi Hungaria Kft. és a MOL Nyrt. az információk közzététele alapján a vállalatok azon csoportjába tartoznak, akik a kapcsolt vállalkozásaikkal kapcsolatos adataikat átlátható módon osztják meg.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Termelés- és szolgáltatásmenedzsment



NAGY ÁKOS

nagy.akos91@yahoo.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 7. félév

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Kállay Balázs PhD.
adjunktus, NYME KTK*

Egy kiválasztott adminisztrációs folyamat karcsúsítása Lean Six Sigma módszertan segítségével irodai környezetben

Kulcsszavak: lean six sigma; karcsúsítás; folyamatszervezés; adminisztráció

Napjainkban az adminisztráció és az adminisztrációs folyamatok egyre nagyobb terhet jelentenek a vállalatok számára, éppen ezért komoly hatást gyakorolhatnak egy-egy versenyelőnyre, illetve annak forrásaira. Jelen esettanulmányban egy olyan projektet írok le, amelyben az Aegon Magyarország Zrt. adminisztratív folyamatainak egyikét részletesen elemeztem, mellyel célom egy kiválasztott adminisztratív folyamat fejlesztése volt a lean és a six sigma eszközzrendszerét, és szemléletmódját felhasználva. A kutatás hipotézise: a lean six sigma módszertan sikeresen alkalmazható adminisztrációs folyamatok fejlesztésére.

A tanulmányban górcső alá vettem a témához kapcsolódó szakirodalmi háttérrel, a kitűzött célt megfelelő mennyiségű hazai és nemzetközi, idegen nyelvű szakirodalommal kívántam alátámasztani. Illusztráltam a biztosító társaság egy a gyakorlatban működő példáján, hogyan lehetséges hasznosítani a lean és a six sigma alapelveit, módszereit. Megvizsgáltam, hogy a vállalkozás adminisztrációs környezetében hogyan és miért valósult meg a karcsúsítás. A módszertan bevezetéséről, és annak háttéréről személyes interjúk útján gyűjtöttem információt. Továbbá érintőlegesen ismerttettem szakirodalmi segítséggel a biztosítási alapfogalmakat, illetve rövid helyzetelemzést készítettem a magyar biztosítási piac jelenlegi helyzetéről.

A dolgozat utolsó harmadában tértem ki a választott folyamat bemutatására, és vizsgálatára. Az ügymenettel kapcsolatban felmerült problémákat definiáltam, és mérésekkel világítottam rá annak hiányosságaira. Az adatok szemléltetésére a vállalkozás integrált rendszeréből automatikusan képződő időpecsételés statisztikai adatsorokat vettem igénybe, melyek elemzésével objektív képet kaptam a vizsgált procedura átfutási idejéről, és azok megoszlásáról. Az optimalizálás céljából kidolgozott folyamat lépéseit kereszt-funkcionális ábrán prezentáltam, és az azóta bevezetett karcsúsított folyamatra tett javaslatomat számokkal támasztottam alá. A fejlesztés hatásaira bővebben kitértem, gyakorlati példát adva ezzel a lean tökéletesítés alapelveire.

FEKETE RÉKA

frekucy@gmail.com

Menedzsment

BA, 6. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

Témavezető:

Dr. Szász Levente

egyetemi docens, RO BBTE

Folyamatok fejlesztése vállalati és vevői szempontból az Agro Prod Com Dósa vállalatnál

Kulcsszavak: folyamatok; fejlesztés; fontosság-teljesítmény mátrix; rendelésnyerő kritérium; kérdőív

Dolgozatom célja, hogy a vállalatvezetői és vevői nézőpont összehasonlításával megvizsgáljam a rendelésnyerő kritériumok szerepét az Agro Prod Com Dósa vállalatnál, hogy ezzel a vállalat teljes képet alkothasson arról, hogy mely folyamatait kell fejlessze a magasabb vevői elégedettség elérése érdekében.

A vállalati nézőpontot félig strukturált interjú alapján térképezem fel, majd a vásárlói oldal véleményét kérdőíves kutatás segítségével mérem fel. A kutatás a vállalat vezetőjével készített interjúra alapoz, majd az interjú során begyűjtött adatokat kiegészítem a kérdőívekből leszűrt információval. A két különböző nézőpont alapján elhelyezem a vállalat lehetséges versenyelőnyforrásait a teljesítmény-fontosság mátrixban, majd ennek segítségével meghatározom, hogy milyen működési teljesítménymutatókat szükséges javítani és milyen mértékben. Ezen eredményekre alapozva a legsürgősebb fejlesztési prioritásokhoz kapcsolódóan konkrét javaslatokat dolgozok ki a teljesítmény javítására.

FALLER NÓRA

norakrob@gmail.com

Műszaki menedzser

BSc, 6. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Sebestyén Zoltán

egyetemi docens, BME GTK

Hatékony vállalati projektportfólió-menedzsment rendszer kialakítása és alkalmazása

Kulcsszavak: menedzsment; projektmenedzsment; projektportfólió-menedzsment

Kutatásom során a projektmenedzsment egyik ágazatával, a projektportfólió-menedzsmenttel foglalkoztam részletesen, melynek legfőbb célja a vállalati kockázatok, valamint a hatékonyság- és erőforrás veszteségek csökkentése volt, egy innovatív módszer kidolgozásának segítségével.

Napjainkban a sok projekttel rendelkező szervezetek számára elengedhetetlen egy projektportfólió-menedzsment rendszer bevezetése, hiszen segítségével a vállalatok jelentős előnyökhöz juthatnak. Tulajdonképpen elmondható, hogy a vállalatok értékét a projektjei értékének összege adja, ezért is érdemes nagy hangsúlyt fektetni a projektmenedzsmentre. A technika egy folyamatos tevékenységnek tekinthető, ezért a vállalatok lehetőségei és korlátai alaposan megvizsgálhatók.

Dolgozatomban javaslatot teszek egy saját projektportfólió-menedzsment rendszer létrehozására, melynek alapját a szakirodalmi kutatásaim adták. A módszertan egyik nagy előnye, hogy a projektek rangsorolása két szinten történik, melynek köszönhetően hatékonyabbak és kevésbé időigényesek a folyamatok. Az első szinten csak a legfontosabb kritériumok vizsgálatára kerül sor, melyek meghatározása sokkal könnyebb, mint a második szintű értékelés esetén. Ezeket összesítve pedig a végső portfólió összeállítására is sor kerül. Kutatásom során egy innovatív vállalatot és annak különböző projektjeit is megvizsgáltam, melyekre alkalmaztam a kidolgozott technikát.

A javaslatom alapján levontam a szükséges következtetéseket a projektpriorizálással és kiválasztással kapcsolatban, például, hogy a folyamatokat átfogóan kell megvizsgálni annak érdekében, hogy végeredményként egy valós és optimális eredményt kaphassuk.

BATHÓ BARBARA

barbara.batho@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Külkereskedelmi Kar

Témavezetők:

Mosonyiné Ádám Gizella

adjunktus, BGE KKK

Pudleiner Rezső

Lean menedzser, TE Connectivity (Esztergom)

Lean menedzsment és six sigma alkalmazása a szupermarketek dinamikus méretezésében

Kulcsszavak: six sigma; lean menedzsment; szupermarket; kanban

Napjaink folyamatosan erősödő piaci versenyhelyzetében egy egyre nagyobb népszerűségnek örvendő japán termelés kultúra tört be a multinacionális termelő cégek életébe. Ez a kultúra pedig a Lean menedzsment, amelynek a célja a gazdaságosság, hatékonyság és a veszteségmentesség teljes körű kialakítása a vállalat minden területén. A sikeresség érdekében érdemes ötvözni a Lean filozófiát a Six Sigma megközelítéssel. A Six Sigma a folyamatok elemzésére, majd azok stabilitásának kialakítására, különböző statisztikai és matematikai módszereket alkalmaz. Így a termelés optimális sebességét a Lean, míg a magas minőségét a Six Sigma biztosítja.

Ennek a két szemléletnek a kombinációját alkalmazom a kanban jelvezérelt anyagáramlást ki-egyenlítő szupermarketek méretezésének és karbantartásának vizsgálatokor. A szupermarketek a termelési területen kihelyezett polcos, csővázis alapanyag, és félkész termék tároló rendszerek, melynek a mérete függ az újratöltési időtől és a jövőbeni vevői igények alakulásától.

A kutatásomat az esztergomi autóiipari szektorban tevékenykedő TE Connectivity cég egyik termelési területének szupermarket állományán végeztem el. A dolgozatomban az eddig használt statikus kanban számítási módszer helyett egy dinamikus megközelítést fogok bemutatni.

Mind ez ideig a kanban számítást alkalmanként, vagy adott időközönként hajtották végre, melynek az a veszélye, hogy a vevői igények változása esetén, a termelés igényét nem elégíti ki a kihelyezett anyagmennyiség. Dolgozatomban feltárásra kerülnek azok a tényezők, melyek jelentős mértékben befolyásolják a szupermarketek méretét, továbbá a vevői igények alakulásának elemzésével meghatározásra kerül az a jövőbeli időpont, amikor át kell alakítani az igényeknek megfelelően a szupermarketeket.

Következésképpen, ha azt a kérdést szegezik nekem, hogy „Milyen időközönként kerülnek felülvizsgálatra a szupermarketek méretei az igény függvényében?” arra bátran azt a választ tudom adni, hogy „Majd, amikor a rendszer jelez.”

TÓTH FANNI

fannittt@gmail.com

Műszaki Menedzser

BSc, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Tóth Zsuzsanna Eszter
egyetemi docens, BME GTK*

Létezik-e „minőségi” szolgáltatás? A minőség mérhetőségének kérdései a szolgáltató ágazatban

Kulcsszavak: minőségmenedzsment, minőség, szolgáltatás, szolgáltatásminőség

A minőség és mérésének, szabályozásának kérdésköre a termelő folyamatok mellett egyre nagyobb szerepet kap számos más, vevői igényeket kielégítő üzletági folyamat esetében is. A több mint fél évszázados múltra vissza tekintő gyártósori minőség szabályozás kiforrott és jól bevált módszereket vonultat fel a szakirodalomban és a gyakorlatban egyaránt.

Napjainkban azonban a szolgáltatási szektor egyre nagyobb teret nyer, így egyre nagyobb az igény arra, hogy ezekben az iparágakban is megjelenjenek a minőséget meghatározó, elemző, és döntéstámogató mérési eszközök.

A szolgáltatások esetében a minőséggel foglalkozó ismeretanyag jelentős része az utóbbi 30 év eredménye. Ekkor jelentek meg az első elméleti modellek, melyek egymásra épülő, egymást kiegészítő vagy épp újradefiniáló gondolatokat hordoznak. E modellek közül a legkiemelkedőbb, mégis a legvitatottabb modell egyértelműen a SERVQUAL modell, mely szinte az összes további modell alapja. Azonban megfigyelhető e modellek mindegyikén, hogy hiányzik egy átfogó, mindenre kiterjedő nézet, így e kor kutatói számára kihívást jelenthet további, mindenekelőtt a mai kor igényeire adaptálva, a gyakorlatban is minden tekintetben működő modellek kidolgozása. A modern statisztikai minőség szabályozás és – fejlesztés kihívása egyértelműen olyan eszközök, módszerek fejlesztése, melyek termelő és nem termelő folyamatokra egyaránt használhatók.

Célként tűztem ki a szolgáltatásminőség, mint stratégiai kérdés vizsgálatát egy multinacionális vállalatnál. Az általam választott cég esetében elindult ugyan egy törekvés a szolgáltatásminőség, azon belül is a belső szolgáltatásminőség szabályozására, azonban kifejezetten a szolgáltatásminőséget célzó eddig ismertett modellek és rendszerek hiányoznak a mindennapi gyakorlatból. A szolgáltatások sok iparágban még elmaradnak a termelő vállalatoknál megszokott tudatos minőség szemlélettől és a gyártósori folyamat- és minőség szabályozás bevált rendszerétől.

SZUBOTIN PÉTER

peter@szubotinpeter.hu

Logisztikai menedzsment

MSc, 1. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Gyenge Balázs

Egyetemi docens, SZIE GTK

Lineáris programozás-alapú beszerzési döntéstámogatás

Kulcsszavak: lineáris programozás, beszerzés, döntéstámogatás, készletanalitika, kohorsz

A kereskedelemmel foglalkozó cégek tevékenységei közül a legfontosabb azon termékek megválasztása, amelyeket a legrövidebb időn belül és a lehető legnagyobb haszonnal képes értékesíteni.

Egy olyan speciális tulajdonságokkal rendelkező piacon, mint az értékezésben taglalt lakberendezési cikkeké és ajándéktárgyaké a megfelelő vevőkiszolgáláshoz nagy szortimentű termékkörre van szükség. A vállalatnál a beszerzési tevékenység fejlesztése során igény merült fel egy olyan döntéstámogató rendszerre, amely optimálisan képes meghatározni a beszerzendő termékek körét. Teszi ezt olyan megkötésekkel, mint a haszon maximalizálása valamint a forgási sebesség minimalizálása, mindezt a menedzsment által meghatározott maximális készletértékek figyelembevételével.

A program az átlagosan 20.000 tételes beszállítói termékpalettából választja ki azokat az cikkeket, amelyeket a vállalat később viszonteladó és végfelhasználó partnerei részére a legnagyobb valószínűséggel értékesíteni fog. Ezen információgyűjtő, feldolgozó és értékelő rendszer segítségével így a beszerzői munkaidő-ráfordítás csökkenthető valamint hibaesélyek is minimalizálhatóak.

Dolgozatomban leírom ezen rendszer fejlődésének fontosabb lépéseit és a korábban használt metodikákat, egészen a jelenleg alkalmazásban lévő verzióig amely már a George Dantzig és Neumann János által kidolgozott lineáris programozás eszközével végzi a kalkulációkat, amely matematikai eljárások feladata lineáris függvények szélsőértékének keresése bizonyos feltételek mellett, amelyek egyenlőségek vagy egyenlőtlenségek segítségével határoznak meg egy konvex poliédert.

Mindez, és a rendszer jövőképeként bemutatott további fejlesztési területek előremutatnak olyan modern döntéstámogató és menedzsment irányzatok felé, mint például a Big Data, amely a tömeges adatkezelés és adatelemzés tudományága. A Big Data pedig meghatározó része az Internet of Things („Dolgok internete”, IoT) technológiáknak, amely egyike a legújabb gyártási és szolgáltatási menedzsment-irányzatoknak.

MOGYORÓSI GÁBOR

mogyorosigabor15@gmail.com

Logisztikai menedzsment

MSc, 3. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Molnár Viktor

egyetemi docens, ME GTK

Termék komplexitás a gyakorlatban

Kulcsszavak: termék komplexitás; komplexitás számítás; piacelemzés; komplexitás csökkentés;

A vállalatokat területeik, funkcióik, eredményeik szerint össze lehet hasonlítani más vállalatokkal, annak érdekében, hogy a minőségi, teljesítménynövelési és gyártási módszerein fejleszteni tudjunk. A vállalatok több piacra gyártott termékeit is összehasonlíthatjuk előállításuk, alapanyag-szükségletük alapján. Minden piacnak saját igényei vannak, minden ország más-más kultúrával rendelkezik, más trendek érvényesülnek. Ezek hogyan jelennek meg egy vállalat termékgyártásában? Egy készterméket, ha összetevőire bontunk szét, megkapjuk azokat a nyersanyagokat, csomagolóanyagokat, félkész termékeket amik a terméket alkotják. Ezek alapján nem hagyományos számítási módszerekkel meghatározhatjuk azt, hogy egy késztermékbe hány összetevő épül, és az összetevők összesen mennyi késztermékbe épülnek bele, és ezek hány piacon jelennek meg. Ezekkel a számításokkal kiszűrhetjük azt, hogy mely termékek és azok összetevői vannak negatív gazdasági hatással a vállalatra, mennyire éri meg ezeket előállítani, valamint meghatározhatjuk a termelés logisztikáját is.

Dolgozatomban egy élelmiszeripari vállalat termékeit vizsgálom meg komplexitás szempontjából. Kutatásom egy gyakorlati feladatra épül, amely arról szól, hogy az összes késztermék darabjegyzékét megvizsgálom, összegzem a beépülések számát, és összehasonlítom a piacokat. Kutatásom módszer-tani elemei: adatgyűjtés, és egyedi, vállalat-specifikus statisztikai számítások.

Dolgozatom fejezeteit a következő fő témák alapján strukturáltam: irodalmi áttekintés a termék komplexitással kapcsolatban; termék komplexitás számítás; piacelemzés. Az eredményeket pont diagramon ábrázolom, és a nem megfelelő értékkel rendelkező termékek komplexitás csökkentésére megoldásokat keresek.

A kutatómunka eredménye, hogy a gyártási és gazdaságossági szempontból kritikus termékeket megjelenítem és elemzést készítek piaconként, ami stratégiai jelentőségű információt szolgáltat a vezetés részére.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Turisztikai termékfejlesztés, turizmusfejlesztés, élményturizmus



ÓRY KINGA ESZTER

orykinga725@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

Témavezetők:

Dr. Petykó Csilla

főiskolai docens, BGE KVIK

Lovaszé Dr. Avató Judit

adjunktus, BGE KVIK

A hazai bunkerek, óvóhelyek helyzete és lehetőségei Magyarország turizmusában

Kulcsszavak: bunker; óvóhely; turizmus; egyediség; élmény

Az 1956-os forradalom és szabadságharc 60. évfordulójának évében járunk. Erre való tekintettel szerettem volna egy olyan témát választani, ami kapcsolódik a XX. század hadi történelmi eseményeihez, és amit korábban még nem vizsgáltak az idegenforgalom területén. Kutatásom tárgyai, a bunkerek, óvóhelyek ugyan nem a legsötétebb háborús emlékeink képviselői, de elválaszthatatlanul hozzátartoznak a múlt század hadi örökségeihez.

Kutatásom fő célja az volt, hogy megvizsgáljam a világháborúk és a hidegháború idején, Magyarországon épített katonai, hadi bunkerek, illetve vezetési, üzemi óvóhelyek ismertségét, valamint látogatottsági jellemzőiket. Választ kellett keresnem arra, hogy a hazai lakosságból kik érdeklődnek az objektumok iránt, és milyen információforrásokra támaszkodva szereznek tudomást a bunkerek helyszíneiről. Hangsúlyt fektettem arra is, hogy megismerjem a téma iránt érdeklődést mutató, potenciális látogatók motivációit, igényeit, hiszen ők jelenthetik a bunkerek új vendégkörét.

Három hipotézist fogalmaztam meg kutatásomhoz: 1. Az óvóhely látogatás inkább olyan desztinációkon valósul meg, amelyek idegenforgalmi kínálatukból adódóan frekvenciált területeknek számítanak. 2. A férfiak óvóhely felkeresési motivációja inkább a katonai-hadi érdeklődésen alapul. 3. Az emberek elsősorban azokat a bunkereket és óvóhelyeket keresik/keresnék fel, amelyek korhű rekonstrukcióval rendelkeznek. Kutatásom során az adatgyűjtéshez internetes kérdőívet használtam, melyet közösségi oldalakon és e-mail felületen terjesztettem. Az adatokat kvantitatív, statisztikai módszerekkel elemeztem. SAP-LAP analízist alkalmaztam a vizsgált óvóhelyek jelenlegi helyzetének bemutatására, illetve a fejlesztési és hasznosítási tervek kialakítására.

A kutatásom során megállapítottam, hogy a közismert óvóhelyek a Közép-magyarországi régióból kerülnek ki, közülük leglátogatottabb és legismertebb a Sziklakórház Atombunker Múzeum. A látogatók fő motivációja a kíváncsiság volt, és a programokkal, élményekkel általánosságban elégedettek voltak. A válaszadók többsége azonban nem látogatott még efféle létesítményt, de érdeklődők az óvóhelyekkel kapcsolatosan. Meglátásom szerint érdemes volna beépíteni az óvóhelyeket és bunkereket hazánk turisztikai kínálatába, mert egyrészt tapasztalható az érdeklődés irányukban, másrészt pedig titkaikkal, múltjukkal egyedi élményeket nyújtanak, ami a turisták számára meghatározó.

KATONA FRANCISKA DORINA

katonafranciska@citromail.hu

Turizmus-vendéglátás

BA, 6. félév

Eszterházy Károly Főiskola

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Tóthné Igó Zsuzsanna

mestertanár, EKE GTK

A molnárkalács borsodnádasi hagyományának szerepe a turizmus fejlődésében

Kulcsszavak: molnárkalács; Borsodnádasi; néphagyomány

Tudományos munkám témájaként a molnárkalács borsodnádasi hagyományának turizmusra gyakorolt hatását választottam. Azért választottam ezt a témát, mert kezdettől fogva én is részt veszek a hagyomány újjáélesztésében, ápolásában és továbbadásában, mindemellett fontosnak tartom városom jövőjét és fejlődését.

Borsodnádasi az ország halmozottan hátrányos helyzetű települései közé tartozik. A régió többi településéhez hasonlóan, a legnagyobb gondot a munkanélküliség okozza. A város turisztikai terméke, ezzel együtt a turisztikai kínálat alapja a molnárkalács. Az egyik kitörési pont a település számára a néphagyományban rejlő turisztikai lehetőségek kihasználása. Ezt szem előtt tartva próbálják a város civil szervezetei és csoportjai népszerűsíteni és mindenki számára kedvelté tenni ezt a hagyományt.

Primer kutatásom során a kérdőíves felmérés és az interjúkészítés módszerét alkalmaztam. Ennek során külön készítettem kérdőívet a helyi és külön a nem borsodnádasi lakosok részére, valamint interjút készítettem a helyi szállásadókkal, a sütőcsoportok vezetőivel, illetve a Molnárkalács Ház dolgozóival. Személyes tapasztalataimra építve, valamint a kapott eredményeket felhasználva olyan turisztikai kínálat kidolgozására törekedtem, mely hozzájárulhat a település ismertségének növeléséhez, illetve munkahelyeket is teremthet a lakosság számára, ezzel biztosítva a hosszú távú fejlődést.

Borsodnádasi a környező településekkel együtt az Ózdi járáshoz tartozik. A járás turisztikai vonzereje a természeti környezet. Véleményem szerint a turizmus fejlesztése szempontjából, a szolgáltatások kétféle irányzatát lehet kialakítani a városban. Egyik megoldás, ha a település saját rendezvényeivel, programjaival, természeti környezetével és építészeti vonzerejével válik a turisták célpontjává. Másik lehetőség, olyan csomagok kialakítása, melyek a járás többi településével és néhány járáson kívüli községgel együttműködve valósulnak meg, így a turisták megismerhetik a környező települések kultúráját, szolgáltatásait és látnivalóit.

Kutatási eredményeim alapján úgy gondolom, hogy a néphagyomány ismertségének növeléséhez nagyban hozzájárulnak a bemutatósütések. Az édességnek nincs versenytársa a piacon, így szervezett keretek közötti értékesítése gazdaságélénkítő lehet a város számára. A Molnárkalács Fesztivál programkínálatának bővítése, a turisztikai programcsomagok kidolgozása, valamint a szálláshelyek fejlesztése segíthet abban, hogy fellendüljön a turizmus Borsodnádason.

LEÉ DÓRA

leedora16@gmail.com

Turizmus- vendéglátás

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-

galmi Kar

Témavezetők:

Dr. Remenyik Bulcsú

főiskolai docens, BGE KVIK

Dr. Kovácsné Dr. habil Székely Ilona

főiskolai tanár, BGE KVIK

A Tisza-tó, mint a tóturizmus kiemelkedő példája

Kulcsszavak: Tisza-tó; ökoturizmus; ornitológiai turizmus; élmény; madár

Hazánk nagy tavainak élővilága sokkal nagyobb lehetőségekkel bír, mint azt elsőre gondolnánk. A természet csodái a turizmus alapját is jelenthetik, mindez a Tisza-tónál tökéletesen körvonalazódik. A dolgozat legfőbb célkitűzése, hogy statisztikai elemzésekkel bizonyítsa azt az alaptézist, hogy a Tisza-tavi turizmus a fenntartható turisztikai termékeknek köszönheti gyors, dinamikus fejlődését. A tóturizmus területén a korábban erőltetett tömegturizmussal szemben egyre inkább előtérbe kerül az alternatív turizmus és közöttük egy egészséges arány kezd kialakulni. Vizsgáltam a Tisza-tónál fellelhető turisztikai termékeket, a legkiemelkedőbbeket részletesen elemeztem. Kiemelt szerepet kapott ezen belül az ökoturizmus és annak egy speciális terméke az ornitológiai turizmus.

A turisztikai termék vizsgálata azonban némi nehézségbe ütközött, mert a természetföldrajzi határokat igen nehéz megfeleltetni a közigazgatási határokkal. A Tisza-tó összehasonlításra került versenytársaival, számolva lett Hoover-index, elemzésre került továbbá a szálláshelyek kapacitás-kihasználtságának az (kereskedelmi és egyéb) adatai. A vizsgálat során kiemelkedtek az ökoturisztikai termékek. Mindez eredményezi, hogy madártanilag is kiemelkedő helyszín, a területén található madárrezervátumok szigorúan védettnek minősülnek. Nemzetközi jelentőségű vizes élőhely, mely a vendégforgalomra is hatással van. Kedvez az amatőr és a profi ornitológusoknak is. Terepbejárások alkalmával pontosabb képet kaptam a jelenlegi helyzetről, helyzetelemzést végeztem a Tisza-tavi Ökocentrum és a Tisza-tavi Vízi Sétány területén.

Kérdőíves kutatásom specifikusan az ornitológiai turizmusra terjedt ki. Ebben a motivációkra, a hétköznapi emberek véleményére voltam kíváncsi, majd ezt vetítettem ki a Tisza-tó területére.

A kutatás konklúziójaként megállapítható, hogy hazánk nagy tavai közül a Tisza-tó az, mely a legjobb adottságokkal rendelkezik, kifejezetten az ökoturizmus területén. Megfigyelésekkel, statisztikai elemzésekkel bebizonyításra került, hogy a Tisza-tó sokszínűségével kiemelkedő példa a vizsgált tényezők tekintetében.

MAUSCH ERIKA MAGDOLNA

akirehcsuam@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Budapesti Metropolitan Egyetem

Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

Témavezető:

Tütüinkov-Hrisztov Jordán

Főiskolai adjunktus, Budapesti Metropolitan Egyetem

Budapesti séták egy idegenvezető szemével - Személyre szabott séták külföldiek számára

Kulcsszavak: kulturális turizmus; idegenvezetői tevékenység; személyre szabott séták; élmény

“Az emberek rosszul mérik az időt –
egyetlen mérték van, az átélés sebessége.”
(Karinthy Frigyes)

Ezen dolgozat “Az idegenvezetői tevékenység helye és szerepe a turizmusban” témakörben, a Budapesti séták egy idegenvezető szemével - Személyre szabott séták külföldiek számára témában íródott.

Célja, hogy az idegenvezetés szakirodalomra épülő elméleti áttekintése után, az egyénre szabott séták egyre növekvő népszerűségének okát vizsgálja kérdőív és interjúk segítségével.

A dolgozat feltevése szerint a személyre szabott séták mélyebb élményt nyújtanak és a turisták szívesebben vesznek részt egy a látogató által “kreált” túrán, mint egy átlagos, “futószalagon előregyártott” városnézésen.

A kitöltött kérdőívek elemzésének során világossá válhat az olvasó számára, hogy Budapest, mint komoly történelmi örökséggel rendelkező úticél megállja ugyan a helyét, de az elkészített interjúk során kiderül, hogy ehhez mindenképpen szükséges az idegenvezető személye, aki jelentősen befolyásolja e desztinációban a séta sikerét. Megállapítható, hogy a kettő szét nem választható egészlet alkotnak, és a mindig megújuló város, valamint az egyre nagyobb tudású fiatal idegenvezető generáció együtt képesek minőségi módon kielégíteni a globalizálódó világ nyugati típusú igényeit.

A személyre szabott minőségi séták új színfoltja a turizmusban még több embert készíthet arra, hogy ismerősétől tájékozódva Budapestre jöjjön és igényeinek megfelelően egy színvonalas, megismételhetetlen élményt éljen át.

VÉKONY GYÖRGYI

gyorgyi.vekony@gmail.com

Gazdasági és Vidékfejlesztési Agrármérnök

BSc, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Godáné Dr. Sörös Anett
adjunktus, DE GTK*

Geocaching, az alternatív turizmus sajátos formája

Kulcsszavak: geocaching; turizmus; fenntarthatóság

A szakdolgozatomban a geocaching turisztikai és fenntarthatósági kapcsolatával foglalkoztam. A kutatás célja, hogy felhívja a figyelmet egy speciális turisztikai attrakcióra, amely kreatívan elégíti ki a turisták felmerülő igényeit. Kapcsolatot véltem felfedezni az alternatív turizmus ágaival, és érdekesnek találtam ilyen kontextusban megvizsgálni a geocachinget, amellyel ilyen formában a Debreceni Egyetemen senki sem foglalkozott.

A kutatás elkészítéséhez primer és szekunder adatgyűjtést végeztem. A szekunder adatgyűjtés során igyekeztem a különböző tanulmányokból és külföldi szakirodalomból származó ismeretanyagot keretbe foglalni. A primer kutatás során többféle módszert alkalmaztam. Saját tapasztalataimra építve bemutattam a geocachinget és feltérképeztem a játszó és nem játszó közösségeket. Primer adatgyűjtési módszerként kérdőívet töltöttem ki mindkét célcsoporttal (játszó, nem játszó). Ezen kívül mélyinterjút készítettem a Geocaching Cacher Club profi tagjaival.

Hipotéziseket állítottam, amelyek megvizsgálása során érdekes eredményekre jutottam. Voltak olyan felvetéseim, amelyeket alá tudtam támasztani, és volt, amely nem igazolódott be.

A kutatás kezdeti fázisában az ökoturisztikai és kulturális turizmus egyfajta találkozási pontjaként tekintettem rá, ám ahogy egyre jobban beleástam magamat a témába, egyértelművé vált, hogy több szempontból is meg lehet közelíteni. Egyfelől ténylegesen egy alternatív turisztikai attrakció, amely felhívja a turista figyelmét az ismert és kevésbé ismert értékekre, másfelől viszont hobbi ez, amellyel szívesen szakadhatunk ki a hétköznapi életből. A játék következő megközelítése, hogy ötvözhető általa a modern digitális eszközök használata és a természetjárás, valamint a gyerekek és egyúttal minden korosztály számára egy nevelési és tanulási eszköz.

SULYOK KITTI

sulyok.kitty@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

*Témavezető:
Sipos Erika
adjunktus, BGE KVIK*

Lovak a gyógyulás szolgálatában

Kulcsszavak: turizmus, lovasturizmus, gyógyturizmus, turizmusfejlesztés, lovasterápia

TDK dolgozatom témájaként a turizmus egyik ágát, a lovasturizmust szeretném elemezni.

Arra keresem a választ, hogy a lovasterápia segítségével, és az abban rejlő fejlesztési lehetőségek kihasználásával, milyen módon élénkíthető a lovasturizmus.

2012-ben megszületett egy nemzetközi fejlesztési program, a Kincsem – Nemzeti Lovas Program, melyben a fejlesztendő területek között megjelenik a lovasterápia. A lovasturizmus az évszázadok során hanyatlásnak indult a megfelelő marketingtevékenység hiánya miatt. Úgy gondolom, a lovasterápia segítségével még több résztvevő kapcsolható be a turizmus ezen ágazatába.

Szeretném bemutatni, mi a lovasterápia lényege, hiszen a lovaságazat egy rendkívül fontos területét képi. Bizonyított tény, hogy az állatokkal való törődés elősegíti egyes betegségek megelőzését, javulását, szinten tartását. Ugyanakkor összetett fogalmat takar, nem csak az állatokkal való foglalkozást és lovaglást jelenti, mivel a lóval kialakított kapcsolatnak pszichés és fizikális vonzata is van. Ehhez kapcsolódóan részletesen ismertetem azt a három területet, melyben a lovasterápia kifejtheti gyógyító hatását.

A Magyar Lovasterápia Szövetség létrejötte elősegítette e tevékenységgel foglalkozó intézmények és személyek együttes összefogását, így bemutatom szerepét ebben a témakörben. A tevékenység végzéséhez azonban fontos áttekinteni a jogszabályi hátteret.

Majd a lovasturizmus múlt és jelenbeli helyzetét vizsgálom, illetve feltérképezem milyen lehetőségeket rejt a jövő számára. Ehhez fontos értelmezni a turizmus e területének fogalomrendszerét.

Felvetésem alapgondolata tehát a lovasterápia és a lovasturizmus kapcsolata. Meghatározó, hogy e szolgáltatáshoz milyen prioritások és források szükségesek, milyen intézkedések, kezdeményezések jöttek létre, ezekből eddig mi valósult meg, és mindemellett ez hogyan járul hozzá a turizmus fejlődéséhez.

Mindezek megválaszolásához szekunder és primer kutatási módszereket alkalmazok. Szakirodalmi anyagok és esettanulmányok felhasználása mellett SWOT-analízissel, valamint szakértői mélyinterjúk segítségével keresek válaszokat a felmerülő kérdésekre.

Az eredmények alapján bizonyítani szeretném, hogy a lovasterápia jelentős szerepet tölthet be a lovasturizmus mellett. Fontos a kitűzött célok megvalósítása és a magyarországi lovasturizmus magasabb szintre emelése. Mindehhez elengedhetetlen a megfelelő marketingtevékenység.

A lovaskultúra nemzeti értékünk, így annak fenntartása és megőrzése kulturális örökségünk részét képi.

PELLÉRDY NÓRA

pellerdy.nora@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

Témavezető:

Sipos Erika

adjunktus, BGE KVIK

Nemzeti értékeink, a hagyományos magyar lófajták a turizmus versenypályáján

Kulcsszavak: lovasturizmus; lovaságazat; ménesgazdaság; lovas kultúra

A lovakkal való kapcsolat nem csak egy mozgásformát jelent, hanem magába foglalja a természet és az állat szeretetét, gondoskodást és a harmóniát, mely lovas és lova között kialakulhat. Mindezen értékek tudatában elmondható, hogy a lovasturizmus egy különleges ága, ám speciális igényeket ki-elégítő formája a turizmusnak, amely napjainkra újra virágzik. Kutatásom fő kérdése, hogy kilenc hagyományos magyar lófajtánkat és a körük épült lovas kultúrát milyen módon lehetne támogatni a turizmuson keresztül.

Céлом bebizonyítani, hogy Magyarország olyan egyedi adottságokkal rendelkezik, ami versenyképesé teszi a nemzetközi lovas turisztikai piacon. A keresleti oldal elemzése során megvizsgálom a fogyasztói szokásokat és a magyar lovas kultúrára való igényt a hazai lakosság körében. Emellett elemzem azt a feltevést, hogy a családokra a jövőben egy lehetséges fő szegmensként kell tekinteni, hiszen a gyermekek megnyerése kulcsfontosságú az ágazat jövőjét tekintve. A kínálati elemekből feltérképezem a ménesgazdaságok, a lovas szolgáltatók és a turisztikai szolgáltatásban résztvevő lovak összetételét és piaci helyzetét. Céljaim közé tartozik, hogy bebizonyítsam, napjainkban a lovasturizmusban már nem csak a lovakkal való túrázásról beszélhetünk hazánkban, hanem egy sokkal szélesebb termékkálát érdemes vizsgálni. Szekunder kutatási anyagként felhasználok a legfrissebb fejlesztési stratégiákat, a különböző szakmai szervezetek és a Magyar Turizmus Zrt. statisztikai kimutatásait, szakirodalmat és szakmai folyóiratokat és a legnagyobb hazai lovas fórum (Lovasok.hu) adatbázisát. Kutatásomhoz tartozik egy, a Lovasok.hu által összeállított kérdőív is, melyet összesen 2131 fő töltött ki. Primer kutatásom egy általam összeállított online kérdőív, 670 fős kitöltéssel és egy SWOT analízis saját szempontrendszer alapján. Dolgozatomat tizenkét szakemberrel készített mélyinterjúval szeretném alátámasztani, melyben szerepel többek között három kisebb hazai lovas létesítmény és több állami ménesgazdaság vezetőjével készített mélyinterjú.

A célkitűzésekhez szükséges megvizsgálni a hazai szakemberképzést, a lovaságazati marketingtevékenységet és a nemzetközi lovas turisztikai piacot is. Az eredmények tükrében megoldásokat keresek arra, hogy a hagyományos magyar lófajták a tradíciók megőrzése mellett milyen módon tudnának hatékonyan nyitni a turizmus felé, így hozzájárulva nemzeti értékeink megőrzéséhez, ezáltal Magyarország minőségi kínálatának szélesítéséhez.

TÓTH VIRÁG JUDIT

tothvirag93@gmail.com

Turizmus vendéglátás

BA, 3. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Papp Zsófia Márta
egyetemi docens, PE GTK*

Turisztikai beerodalmak, avagy a kézműves sörre épített tematikus út piacelemzése és megalakítása

Kulcsszavak: sör; kulturális turizmus; tematikus út

A dolgozatomban a kulturális turizmussal, azon belül is a kézműves sörre alapuló tematikus úttal foglalkozom. Először az alapfogalmakat tisztázom, mindenképp a kulturális turizmus definícióját, fajtáit, különböző csoportosítási formáit, magyarországi tendenciáit, illetve a kulturális turisztikai kínálatának és keresletének elemeit, amelynek során nemzetközi kitekintést is teszek. Ismertetem ezt követően a tematikus út fogalmát, keresletének és kínálatának jellemzőit, téma szerinti csoportosítását, valamint az európai és magyarországi trendjeit.

Felmerül a kérdés, hogy a szolgáltatónak miért áll érdekében egy tematikus út részévé válni? Interjú készítettem jól működő tematikus utakkal, érdeklődtem, hogy melyek az első lépések, hogyan tették magukat ismertté és milyen kapcsolat van a tagok között.

A dolgozatom további részében összefoglalom a sör, mint fogyasztási termék történetét és a sör magyar gazdaságban betöltött szerepét. Továbbá a kézműves sör egyre szélesebb körű forgalmazásával és annak egyes speciális eseteivel támasztom alá, hogy ez a termék mind a fogyasztók, mind a forgalmazók számára egyaránt kiemelten közkedvelt. Fontosnak tartom mindemellett, hogy a magyar kézműves sörök nem csak Magyarországon, hanem nemzetközi szinten elismert és nívós díjakkal jutalmazottak.

Érdeklődésem középpontjában azonban a sörre alapuló tematikus út áll, ennek az elemeiről, többek között a fesztiválokról, sörfőzdekről, kézműves sörözőkről nyújtok átfogó képet. A primer kutatásom fő célja az általam összeállított tematikus út iránti kereslet felmérése.

Témaválasztásomat a borutak népszerűsége ihlette, mivel úgy vélem egy kézműves sörre épülő tematikus út is hasonló sikereket érhetne el.

UNGOR BEÁTA

ungor.bea@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Budapesti Metropolitan Főiskola

Heller Farkas Turisztikai és Gazdasági Kar

Témavezető:

*Dr. Behringer Zsuzsanna
főiskolai docens, MET HFF*

A „TÉMA” DEBRECEN: a város turizmusának lehetséges fejlesztése tematikus utak kidolgozásán keresztül

Kulcsszavak: Debrecen; régió- és településfejlesztés; desztináció marketing; tematikus út; imázs

Dolgozatomban azokra a kérdésekre kerestem a választ, hogy melyek a turizmus főbb trendjei; mit vár el a fogyasztó egy turisztikai terméktől; továbbá hogyan lehet egy mindezeknek megfelelő, új terméket beilleszteni egy adott desztinációba? Ehhez vizsgálati területnek, személyes kötődésem miatt is, Debrecen választottam, a fejlesztés eszközeként pedig a tematikus utakat. Kutatásom szekunder és primer módszereket is tartalmaz.

Dolgozatom első részében az ide vonatkozó szakirodalmat tekintettem át. Mivel dolgozatom témaköre egy desztináció lehetséges fejlesztése, vizsgálatomat a régió- és településfejlesztés területéről indítottam. Kutatásom célja továbbá a termékfejlesztés, amely a marketing tudomány körébe tartozik, ezért szakirodalmi vizsgálatomat a település-, turizmus- és desztináció marketing tudományágakban folytattam. Fontosnak tartottam azt is, hogy képet kapjak az idegenforgalmi kereslet és kínálat aktuális trendjéről, és elhelyezzem benne a tematikus utakat.

Dolgozatom második részében Debrecen tágabb környezete, az Észak-Alföld Régió, majd a város turizmusát tekintettem át szekunder adatok ismeretében, kiegészítve a saját értékeléssel.

Mivel csupán szekunder adatok vizsgálatával nem jutottam el dolgozatom céljához, ezért empirikus kutatást is végeztem, amelyben kérdőíves módszer segítségével debreceni és nem debreceni lakosokat kérdeztem tapasztalataikról a város turizmusával kapcsolatban. Itt volt lehetőségem a városnéző tematikus utak iránti kereslet feltérképezésére is.

Szekunder és primer vizsgálatom azt az eredményt hozta, hogy a tematikus utak napjainkban divatos turisztikai terméknek számítanak, és Debrecenben is megvan rájuk a kereslet. Az eredményekre építve dolgozatom végén javaslatot tettem két tematikus városnéző útvonal kidolgozására.

KÁNTOR SZILVIA

kantorszilvi@gmail.com

Turizmus-menedzsment

MA, 2. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Lőrincz Katalin

Egyetemi docens, PE GTK

Együttműködés és kooperáció a turizmusfejlesztés érdekében- Kőszegi esettanulmány

Kulcsszavak: stratégiai szövetségek; partnerség; településfejlesztés; turizmus

Kutatásom középpontjában a kőszegi vállalkozások között kialakult együttműködések és partnerségi viszonyok állnak. A témához kapcsolódó szakirodalmak feldolgozása során meggyőződtem arról, hogy ez effajta együttműködések számos előnnyel járnak mind a helyi vállalkozók, mind pedig a város számára. Az összefogás hatására a szolgáltatók komplex, jelentős hozzáadott értékkel bíró turisztikai termékeket és szolgáltatásokat képesek nyújtani vendégeiknek, ami egyedivé teszi a várost a versenytársai között.

Kutatásom során arra kerestem a választ, hogy miként jellemezhetőek a Kőszegen már több évtizede működő szövetségek, illetve, hogy hogyan dolgoznak együtt a különböző területeken tevékenykedő cégek. Továbbá kíváncsi voltam arra is, hogy milyen eszközökkel koordinálja az Írott-kő Natúr-parkért Egyesület a helyi vállalkozások partnerségi kapcsolatait, illetve miként látják ezt az érintett tagok. Ezekre a kérdésekre strukturált mélyinterjúk és egy lakossági kérdőív segítségével kerestem a választ.

A dolgozat megírása előtt azt feltételeztem, hogy a városban működő számos kisebb vállalkozás könnyedén szövetkezik egymással közös, mindenki számára előnyös célok elérése érdekében. A kutatási eredmények ettől eltérő helyzetet mutattak. Nagy hibák rejlenek a jelenlegi állapotokban, hiszen a jól működő, rendszeresnek tekinthető partnerkapcsolatok száma igen alacsony.

Kutatásom során értékes tapasztalatokkal is gyarapodhattam, ugyanis felfedeztem a közösség összetartásában rejlő hatalmas erőt. A helyiekkel folytatott beszélgetésekből kiderült, hogy a lakosság nagy része szívesen segít, ha a város fejlesztéséről vagy különböző rendezvények lebonyolításáról van szó. Ez az erőteljes lokálpatriotizmus pedig nagymértékben hozzájárul a város értékeinek növeléséhez, kulturális életének színesítéséhez. Az összefogás tehát nélkülözhetetlen eleme Kőszegnek, melyre mindig lesz igény a lakók körében. A kutatási eredmények alapján elmondható, hogy a lakosok közötti összetartás és szoros kapcsolat teszi a várost egyedivé más történelmi kisvárosok között és a továbbiakban is ez lehet a sikerének legfőbb eleme.

STRACK FLÓRIÁN

stracker06@gmail.com

Turizmus-menedzsment

MA, 2. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Lőrincz Katalin

egyetemi docens, PE GTK

Hazai gyógyszállodák 2.0 - a medical wellness piaci kihívásai Magyarországon

Kulcsszavak: gyógyszálloda; medical wellness; egészségturizmus; gyógyturizmus; trendek

Az egészségturizmusban megjelenő fogyasztói igények az elmúlt évek során átalakultak, új trendek váltak egyre elterjedtebbé. A medical wellness, mint a gyógy-, és wellness turizmus határán egyensúlyozó, a vendéglátás és a gyógyászat összefonódásaként megjelenő terület lesz az elkövetkező évek egyik meghatározó fejlődési iránya.

Dolgozatom témájául a medical wellness magyarországi gyógyszállodákat érintő piaci kihívásainak elemzését választottam. Célom, hogy a szakorvosokkal és az állami intézményekkel készített strukturált interjúk, a hazai gyógyszállodák számára elérhető online kérdőívekre épülő, reprezentatív kutatás, valamint a felépítésének köszönhetően minden fogyasztó számára elérhető online kérdőívek segítségével választ találjak kérdéseimre. Arra, hogy milyen módon üzemelnek gyógyszállodáink, mennyire széles körben ismert a medical wellness fogalma, illetve milyen trendszerű változások és kihívások várnak a magyar gyógyszállókra. Fontosnak tartottam, hogy kutatásom során a kínálati és a keresleti oldalt is megvizsgáljam, valamint figyelembe vegyem a hazánkban jelenleg hatályos, gyógyszállodákhoz kapcsolódó szabályozásokat is.

A dolgozat elkészítése során primer kutatást és elemzést végeztem a gyógyszállodák minősítési és nyilvántartási rendszerét illetően, valamint felmérést végeztem a kereslet egy részét jelentő magyar személyek gyógyszállodával és medical wellness-szel szemben támasztott ismereteinek és elvárásainak részletes megismerése érdekében.

Az elvégzett kutatások eredményesek voltak, hiszen a megkérdezett szakorvosok véleménye, a szállodáktól érkező adatok, az anonim, online formában elérhető strukturált kérdőívekre beérkezett közel 400 darab válasz, valamint az eredmények saját hipotéziseimmel való összevetése után lehetőségem volt következtetések levonására a medical wellness-szel kapcsolatos piaci helyzetet és fejlesztési lehetőségeket illetően.

A kutatás során bizonyítást nyert, hogy az egészségturizmus hazai rendszerének vannak hiányosságai, a medical wellness pedig hazánk egy növekvő, azonban még nem kellőképpen kiaknázott terméke.

ROMHÁNYI ÁGNES

agnes.romhanyi@gmail.com

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök

BSc, 8. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Prof. Dr. Szabó Lajos

professor emeritus, SZIE GTK

Nógrád megye turisztikai helyzetének és a fejlesztés lehetőségeinek bemutatása egy program-csomag tervezésén keresztül

Kulcsszavak: turizmus fejlesztés; turisztikai csomag; aktív turizmus; TDM

A turizmus a XXI. században az egyik legtöbbet említett gazdasági ágazat. Az emberek egyre jobban igénylik a természetben eltöltött aktív kikapcsolódást és pihenést. A dolgozatomban vizsgált Nógrád megye bővelkedik az aktív pihenéshez szükséges vonzerőkben. 2009-től kezdődően a különböző pályázati források és a megfelelő turisztikai szakember gárda (TDM) segítségével elindult a fejlődés útján.

A kutatásom alapkérdése, hogy a kiváló adottságok, a megfelelő intézményrendszer, a képzett humán erőforrás megléte ellenére miért nem növekszik a vendégforgalom és a turizmusból származó bevételek. Erre a kérdésre egy általam megtervezett, Nógrád megye jelentősebb turisztikai desztinációit lefedő aktív szabadidős program csomag tervezésével próbálok meg választ adni.

A vizsgálatom eszközei: kérdőíves felmérés, mély interjú és PEST-SWOT elemzés. A kérdőíves megkérdezés célja, hogy fény derüljön a mai potenciális turisták aktív szabadidő eltöltéssel kapcsolatos igényeire, a megye turisztikai kínálatának ismertségére. A Salgótarjáni TDM Közhasznú Egyesület menedzserével készített mély interjú során, a turisztikai vezetőség által a TDM megalakulása óta tapasztalt pozitív és negatív eredményekre helyeztem a hangsúlyt. A PEST-SWOT elemzést pedig a turizmusra valamilyen formában hatást gyakorló tényezők összegyűjtésével készítettem.

A kutatásom során arra a következtetésre jutottam, hogy a megye északi és nyugati turisztikai fogadóterületei között együttműködés még nem jött létre. A salgótarjáni és a rétsági TDM között nincs közvetlen kapcsolat. Véleményem szerint, viszont ez lenne az egyik kulcsa az igazi fejlődésnek. A program csomagot is eszerint terveztem, két napos aktív időtöltést a Karancs-Medves vidékén, és két napot Nyugat-Nógrád megyében. Mindkét területen megfelelő szintű turisztikai infrastruktúrával találkoztam.

Összefoglalva véleményem szerint a megye alpinfrastruktúráját jellemző hiányosságokat, valamint a gazdasági és társadalmi problémáit a turizmus nem tudja egyedül megoldani. A pályázati forrásokból megvalósult infrastruktúra és egyéb fejlesztések a megyében lassabb ütemben haladnak, mint az idegenforgalmi kínálat bővülésének üteme. Ez azt eredményezi, hogy a turizmus csak akkor lesz működőképes, ha valamilyen módon teljesen elkülönítik a fejlődő desztinációkat és a hátrányos helyzetű területeket. Megfontolandó lehet a hazai keretek között leginkább csak a szakirodalomból ismert „turisztikai gettó területek” létrehozásának kérdése.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Turizmusgazdaságtan



BOROS KITTI

bkitti89@gmail.com

Turizmus-menedzsment

MA, 4. félév

Kodolányi János Főiskola

Témavezető:

Dr. Hinek Mátyás

főiskolai tanár, MET HFTGK

A Daimler AG cégcsoporthoz tartozó Mercedes-Benz Manufacturing Hungary Kft. hatásvizsgálata

Kulcsszavak: Mercedes-Benz Manufacturing Hungary Kft.; Kecskemét; turizmus; járműipar; hatásvizsgálat

Tanulmányom célja, hogy bemutassam Kecskemét személygépkocsi gyártásának történetét, és a járműipari fejlesztés hatását a város életére. Témaválasztásomat indokolja, hogy Kecskeméten az autógyártás megjelenése óta, mely a település egyik vezető termelő iparágává vált, a vidéki központ látványos fejlődése kezdődött meg. Fontosnak tartom az autógyár városra gyakorolt hatásának vizsgálatát, mert így megismerhetők a Kecskemét turisztikai életében már megvalósult folyamatok és a bekövetkező potenciális változások.

Kutatásomban bemutatom azt a környezetet és időtávot, amelybe a Mercedes-Benz Manufacturing Hungary Kft., mint globális vállalat beilleszkedett, valamint ismertetem a letelepedés mérföldköveit és intézményi hatásait. Dolgozatomban további célkitűzésként fogalmaztam meg, hogy Kecskemét gazdasági hatásvizsgálata mellett a primer kutatás keretein belül elemezzem a vonzáskörzetben élők és a belföldi látogatók véleményét a Mercedes autógyárról, mint turisztikai attrakcióról. Mindezek megvalósításához turisztikai GDP becslést, kvalitatív és kvantitatív kutatást végeztem, és a helyzetértékelés során összegyűjtött adatokból SWOT analízist készítettem.

Kecskeméten az elmúlt években komoly beruházások jöttek létre számos területen, de jelen kutatásomban törekedtem vizsgálatomat leszűkíteni a turizmus szektorra. Az ágazaton belül részletesen kitértem a város három darab négycsillagos szállodájának turisztikai kereslet-elemzésére, melyek főszereplői a Mercedes gyár révén egyre erősödő hivatásturizmusnak.

A gyár megnyitása és az új modellek bevezetése minden esetben pozitívan hatottak a külföldi vendégforgalom alakulására. A gyárlátogatások száma nem elhanyagolható. 2014-ben több mint 35.000 látogató kereste fel az autógyárat, és a tervek szerint még idén köszöntik az 50.000. látogatót. Erőteljesebb marketinggel, széleskörű tájékoztatással a látogatószám továbbnövelhető lenne.

Tudományos munkámban említésre kerültek olyan tovagyűrűző gazdasági és társadalmi folyamatok, amelyek nem csak a turizmus szektort érintették, hanem más területeket is. Kutatásom zárásaként célom olyan javaslatok megfogalmazása, amelyek tovább ösztönzik Kecskemét és a Mercedes-Benz Manufacturing Hungary Kft. sikeres együttműködését. Az eredményes kooperáció fenntartása továbbra is kívánatos, hiszen Kecskemét és az autógyár kapcsolata: „Sikertörténet, nem csak a Mercedes-Benz, hanem a kecskeméti régió és Magyarország számára is.” (Manfred Schulz, 2014)

SZIJJÁRTÓ VIRÁG

viragszijjarto@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

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

A lovassportrendezvények turizmusa

Kulcsszavak: lovassport; sportturizmus; lovasturizmus; sportrendezvény; turizmus

A dolgozatban a Magyarországon rendezett lovassportrendezvényeket és a hozzájuk kapcsolódó turizmust vizsgáltam, a szakágak közötti különbségeket is kiemelve. Egy tartalomelemzéssel a lovassportrendezvények számának alakulását szemléltettem és elemeztem szakáganként, míg egy primer kutatással a 2015-ben lezajlott lovassportrendezvények turizmusát térképeztem fel. 12 különböző méretű és helyszínű rendezvény látogatottságát, fő vonzerejét, célszegmensét és az általuk generált vendégéjszakák számát vizsgáltam, emellett a szervezők turizmushoz való hozzáállása is bemutatásra került.

A szekunder kutatás során azt vizsgáltam, hogy hogyan alakult a versenyek, a versenynapok és a startok száma szakáganként az elmúlt 6 évben. A díjugrató szakág versenyének számánál az egyre népszerűbb fogathajtási versenyek száma magasabb, azonban a díjugrató versenyeken több mint hétszer annyian indulnak, mint a fogathajtási versenyeken, így a díjugratás generálja a legnagyobb belső turizmust. A lovastusa és távlovagló versenyek száma alacsony, de évről évre állandó, 12 körül mozog. A díjlovagló versenyeken regisztrált startok száma lassan csökkenő tendenciát mutat, azonban a versenyzők száma alacsony ütemben növekszik. 2015-ben összesen 99 legalább országos szintű lovassportrendezvény került megrendezésre, és ebből 14 volt nemzetközi.

A 12 lovassportrendezvény vizsgálata alapján általánosságban megállapítható, hogy nincs vagy minimális az adatgyűjtés a versenyeken, hogy a nézők legnagyobb részét a versenyzők hozzátartozói teszik ki, a vendégéjszakák legnagyobb részéért is ők felelősek. Általában megfigyelhetőek verseny melletti egyéb programok, de a szervezők fele nem foglalkozik a nézők szórakoztatásával, így a nézők is csak ételre, italra költenek a rendezvény ideje alatt.

A fenti problémák orvoslására a következő lehetséges javaslatokat fogalmaztam meg a dolgozat zárásaként: a lovassport rendezvényeket alakítsák át fesztivál jellegű rendezvényekké, valamint kössék össze őket a szervezők vásárokkal, kiállításokkal. A nézők aktívabb bevonása is segíthet, akik így közelebb kerülhetnek a sporthoz. Végül pedig a szakágakat is érdemes lenne reformálni annak érdekében, hogy érdekesebb legyen a közönség és média számára is.

FÖRGETEG LÍVIA

forgetegl@gmail.com

Informatikus és szakigazgatási agrármérnöki

BSc, 7. félév

Szegedi Tudományegyetem

Mérnöki Kar

Témavezető:

Dr. Kis Krisztián

Főiskolai docens, SZTE MK

A Szent Erzsébet Mórahalmi Gyógyfürdő helyi gazdasági fejlődésre gyakorolt hatásainak értékelése

Kulcsszavak: gyógyturizmus; gyógyfürdő; Mórahalom; helyi gazdaságfejlesztés; gazdasági hatásvizsgálat

„Homokország” fővárosa, Mórahalom az ország egyik legdinamikusabban fejlődő települése. A kisváros a gyógyfürdőfejlesztéssel a térség egyik meghatározó egészségcentrumává vált. Tanulmányomban ismertetem a város turisztikai keresletét, kínálatát és a vendégforgalom fejlődését, melynek fókuszában a gyógyfürdő működésének, helyi gazdaságfejlesztési szerepének értékelése áll. További vizsgálatom a helyi vállalkozói szféra és a szállásadók fürdőfejlesztéshez való viszonyára irányult. Kérdőíves felmérésem fő célja az volt, hogy megvizsgáljam, hogy a helyi vállalkozások, szállásadók hogyan viszonyulnak a fürdőbe érkező turistákhoz, ezen emberek városba áramlása, hogyan befolyásolja a helyi cégek, magánszállások bevételeit, jövedelmét, valamint a növekvő vendégforgalom hogyan alakította a vállalkozások és foglalkoztatottaik számát. Vizsgálataim során arra a következtetésre jutottam, hogy a fürdő, és az általa indukált turistaérkezések Mórahalom gazdaságára jelentős hatást gyakorolnak.

KISS EVELIN

evelin.kiss.sziegtk@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

*Témavezető:
Nagy Adrienn
tanársegéd, SZIE GTK*

A Sziget Fesztivál kulturális és gazdasági hatása Magyarország turizmusára

Kulcsszavak: Kulturális turizmus; fesztivál; gazdasági hatás; Sziget Kft; Európa

OTDK dolgozatom témája a Sziget Kft. által szervezett fesztiválok, azokon belül is kiemelten a Sziget fesztivál gazdasági és kulturális hatása a magyarországi turizmusra.

A dolgozat első felében röviden bemutatom mi is az a kulturális turizmus és jelenleg hazánkban milyen szerepet tölt be a turizmus tekintetében. Ezután részletesen írok arról, mi is az a fesztiválturizmus, miért fontos ez és miért tartom a mai Magyarország legfontosabb turisztikai szegmensének.

A dolgozat további részében bemutatom a cég történetét, illetve az általuk szervezett fesztiválok majd mindegyikéről adok egy-egy rövidebb bemutatást. Ezek után bővebben kifejtem a Sziget fesztivál történetét, gazdasági hatásait, a magyarországi és európai fesztiválpiacon betöltött szerepét. Kiemelt szerepet kapnak azok a szempontok, melyek alapján meg tudom határozni, milyen hatása van ennek a fesztiválnak hazánk és Európa kulturális turizmusára.

A dolgozat közben mindvégig arra keresem a választ, hogyan hat hazánk turizmusára ez a fesztivál, illetve hogyan lehetne még jobbra tenni. Mi az, amiben az elmúlt évek során folyamatosan fejlődtek, mitől lett ez egy olyan rendezvény, amire külföldiek tízezrei látogatnak el évről évre. Többek között olyan kérdésekre kerestem a választ, hogy:

- Mennyire képes egy ekkora rendezvény akár a külföldi piacon megélni?
- Hogyan lehetne visszacsábítani a magyar látogatókat egy ennyire nemzetközivé vált fesztiválra?
- Milyen módon használhatnánk ki még jobban a fesztivál nyújtotta lehetőségeket Magyarország gazdasági fejlődését illetően?

Az átláthatóság érdekében igyekeztem minél több képpel és diagrammal illusztrálni dolgozatom számokkal és adatokkal alátámasztott részeit. Így tettem még érthetőbbé és követhetőbbé azt a fejlődést, melyet Magyarország legnagyobb és Európa egyik legnagyobb fesztiválja az elmúlt huszonhárom év során elért.

TÓTH RÉKA

rekatoth9208@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Karai Éva

egyetemi docens, BME GTK

Az idegenforgalom szerepe a nemzetgazdaságban a Magyar Turizmus Zrt. számviteli elemzésének tükrében.

Kulcsszavak: turizmus; Magyar Turizmus Zrt.; számvitel; elemzés; iparági elemzés

A XX. század második felétől a turisztikai szektor egyre meghatározóbb szerepet tölt be egy adott ország gazdasági-, társadalmi- és kulturális életében. Globalizálódó világunk figyelemre méltó jelensége az idegenforgalom fellendülése, mely életre hívja a nemzetállamok közötti együttműködést. A turizmus mára tömegeket érintő, komplex világjelenséggé nőtte ki magát, melyben Földünk népességének közel 10%-a vesz részt. Interszektorális jellegéből kifolyólag állandó kooperációt igényel számos más gazdasági területtel és szakmával, amelyekkel folyamatos kölcsönhatásban van. A turizmus ágazatának nagymértékű összetettsége megnehezíti a pontos statisztikák összeállítását. A belföldi és külföldi utasforgalom által kiváltott gazdasági hatások mérésének problémáját a szatellit számlarendszer megalkotása küszöbölte ki. A turizmusból fakadó hatások tovagyűrűzőek, így az idegenforgalom a gazdaság több területén is érezteti erőteljes befolyását. A növekvő versenyhelyzet és a piaci igények folyamatos változása miatt a turizmus jelentős átalakulásokon ment át az utóbbi évtizedekben, mely új kihívások elé állítja a kormányokat az állami beavatkozás terén. Az ágazat intézményrendszerén belül Magyarország turisztikai marketing szervezete a Magyar Turizmus Zrt., melynek legfőbb funkciója a hazai turizmus élénkítése és országunk ismertségének, imázsának növelése külföldön. A vizsgált időszakban (2007-2014) a Magyar Turizmus Zrt. számviteli beszámolóinak elemzésén keresztül igyekszem feltárni az iparági jellemzőket. A piaci sajátosságok tanulmányozásánál hazai és külföldi statisztikai források felhasználásával összefüggéseket keresek a Zrt. tevékenysége és a turisztikai mutatók között.

FAZEKAS ESSZTER

feszti1104@gmail.com

Egészségügyi szervező

BSc, 9. félév

Széchenyi István Egyetem

Egészség- és Sporttudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Zakariás Géza
egyetemi docens, SZE ESK*

Pápa város programkínálata és rekreációs lehetőségei

Kulcsszavak: Pápa; turizmus; programturizmus; rekreáció; rendezvény

Dolgozatom témájaként Pápa város szabadidős programturizmusának bemutatását választottam, annak tükrében, hogy az itt lakók milyen rekreációs lehetőségek közül választhatnak, valamint a különböző programoknak, rendezvényeknek mekkora szerep jut a város életében.

Magyarországon egyre nagyobb figyelmet kapnak a különböző rendezvények, ez jellemző Pápa városára is. Megjelenik a gasztronómia, a sport, a kultúra, az egészség és a rekreáció is egyaránt. Leendő turisztikai szakemberként foglalkoztat a hazám, a városom ilyen jellegű kínálata.

Választásom közel áll a szívemhez, hiszen Pápán lakom születésem óta. Széles és színes programpalettával rendelkezik a város, minden korosztály megtalálhatja a maga számára tökéletes kikapcsolódási lehetőséget. Az elmúlt években rendszeresen részt vettem a különböző kulturális és gasztronómiai kisvárosi fesztiválokon. A programok népszerűsége évről évre töretlen, rengeteg látogató érkezik a közeli településekről is. Hatalmas vonzerőnek számít, hogy a városi rendezvények majdnem mindegyike ingyenesen látogatható.

Dolgozatomban célja, hogy megvizsgáljam milyen szórakozási, kikapcsolódási lehetőségek adóttak a városban. Fő hipotéziseim: az itt élők és ideérkezők életében fontos szerepet tölt be a rekreáció, valamint rendszeresen élnek a város által kínált programok lehetőségeivel.

Primer kutatásom során egy kérdőívet készítettem, melyet a városi és környékbeli emberekkel, (társadalmi rang és szerep nélkül kiválasztva) tölttettem ki a minél pontosabb eredmények végett. A szociológiai arculatot jellemző kérdések után a rekreációs tevékenységeikre, a város rendezvényeivel, kulturális kínálatával kapcsolatosan tettem fel kérdéseket.

Dolgozatomban bemutatom a kutatási munkám eredményét, valamint további fejlesztési lehetőségeket, javaslatokat dolgoztam ki.

ILYÉS NOÉMI

ilyes.noemi222@gmail.com

Turizmus-Vendéglátás BA alapszak

BA, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Michalkó Gábor

egyetemi tanár, BCE GTK

Turizmus Budapest árnyékában: Láthatatlan turisták Szentendrén

Kulcsszavak: Láthatatlan turizmus; Szatellit város; Turizmus statisztika; Árnyékszóna; Szentendre

Dolgozatom célja egy esettanulmányon keresztül bemutatni a nagy városok vonzáskörzetében elhelyezkedő, kisebb településeken kialakuló turizmust. Ezek a kisebb települések turizmus szempontjából a nagyvárosok árnyékában léteznek: nem számítanak fő turista célpontnak, azonban a turisták ezekbe a városokba is szívesen ellátogatnak általában egy egynapos kirándulás vagy átutazás során. Hazánkban jellemzően ilyen terület a főváros és a környékén megtalálható települések, amelyek könnyen megközelíthetőek és kiváló egynapos kirándulási lehetőséget nyújtanak. Ha Budapestről beszélünk, kiváló példa erre a jelenségre Szentendre városa. Ahogyan azt nemzetközi példák is mutatják a nagyvárosok agglomerációjában kialakuló turizmusnak egyre nagyobb létjogosultsága van a turizmus fogalomrendszerében. Így kísérletet teszek arra, hogy az esettanulmányon keresztül megfogalmazzam, milyen adatok segítségével lehet mérni ezeken a településeken a turizmus jelenlétét és mértékét. Illetve a kiskereskedelmi egységek vizsgálatával arra a kérdésre keresem a választ, hogy milyen fejlesztésekkel lehetne ott tartani a turistát hosszabb időtartamra, egyáltalán van-e erre igény és lehetséges-e?

VARGA KAROLINA

varga.karolina1993@gmail.com

Turizmus-Vendéglátás

BSc, 8. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

*Naárné Dr. Tóth Zsuzsanna
egyetemi docens, SZIE GTK*

Velencei-tó aktív turizmusa

Kulcsszavak: aktív turizmus, Velencei-tó, fejlesztések, felújított kerékpárút

Dolgozatom témájának a Velencei-tó aktív turizmusát választottam, mert nyaranta nagyon sokat tartózkodtam ott, és nagyon szeretem ezt a részt. Mivel nagyon szeretek sportolni, ezért kipróbáltam a tó körüli kerékpárutat, ami 2013-ban felújításra került és egy Nadap felé tartó pár kilométeres szakasszal ki is egészítettek.

A kutatásom kérdéskörei e témakör köré csoportosultak. Célom az volt, hogy bebizonyítsam, a kerékpárút felújítása óta jelentősen megnőtt a térség turizmusa. Munkám során kitértem a vendégéjszakák növekedésének kérdésére és a fejlesztés alatt álló turisztikai kínálatok sokszínűségére is.

Dolgozatom első részében a szakirodalmi feldolgozást végeztem el. A turizmust és az aktív turizmust általánosságban és hazai vonatkoztatásban taglaltam. Ezt követően magát a Velencei-tavat, látóvonalait, sportéletét sportolási lehetőségeit és végbement fejlesztéseit mutattam be, majd pedig a Velencén immáron másodjára megrendezett EFOTT fesztivált.

A kutatásom során felállított hipotézisek vizsgálatára a módszertani lehetőségek közül a kérdőívezést, az interjúkészítést és a SWOT analízis elkészítését választottam. A kérdőívezést internetes felületen hoztam létre, majd szintén a világhálón osztottam meg. Az interjú alanyom Velence Resort & Spa igazgatója volt. Neki köszönhetően rengeteg információt szereztem mind a szálloda életéről, mind a térség turizmusában végbement változásokról. A kutatásomat SWOT analízis elkészítésével zártam, ahol a térséget turisztikai szempontból vizsgálva elemeztem erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit és veszélyeit.

Mindezek után arra a következtetésre jutottam, hogy a kerékpárút befektetései méltán térültek meg, az épület beruházásokkal egyetemben, hiszen egy virágzóban lévő gazdasági helyzetet alakítottak ki. Nőtt a foglalkoztatottak aránya, magasodott az életszínvonal és bővültek a szolgáltatások körei is. Kijelenthető, hogy a turisztikai kínálat jelentősen emelkedett. Ezt a kutatásaim alapján is alá tudtam támasztani, és a rendelkezésemre álló statisztikai adatbázisok segítségével is.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Turizmusmarketing



LAKATOS LÍVIA
liviii116@gmail.com
Turizmus-vendéglátás
BA, 7. félév

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Kozmáné Csirmaz Éva
ügyvivő-szakértő, DE GTK*

A fogyatékossgal élő gyermeket nevelő családok utazási szokásainak, szállodai tapasztalatainak és a szállodák akadálymentességének vizsgálata Hajdú-Bihar megyében

Kulcsszavak: akadálymentes turizmus; turizmus; esélyegyenlőség; szálloda

Az esélyegyenlőség megvalósítása napjainkban egy igen fontos alapelv, amivel már egyre többen és egyre magasabb szinten foglalkoznak országunkban. Az esélyegyenlőséghez hozzátartozik az akadálymentes turizmus, amely hazánkban még kezdetleges, sem elméleti, sem gyakorlati kivitelezése nem kap elegendő figyelmet.

Az akadálymentes turizmus iránti elhivatottságom saját családi kötődésemből fakad. Testvéreimen kívül Magyarországon közel fél millió fogyatékossgal élő tartanak számon, ezért elengedhetetlennek tartom, hogy számukra is hozzáférhetővé tegyük a turizmust.

Dolgozatom célkitűzése, hogy vizsgálataim során meghatározzam a Hajdú-Bihar megyében lévő fogyatékossgal élő gyermeket nevelő családok magyarországi szálláshelyekkel szemben támasztott szükségleteit és igényeit. Bemutatom továbbá, hogy a megkérdezett szállodák miként vélekednek az akadálymentes turizmusról.

Vizsgálataim során primer és szekunder adat- és információgyűjtést végeztem a célkitűzéseim megvalósítása érdekében. Szekunder kutatásomban a fogyatékossgal élő emberek bemutatásával, az akadálymentesítés elméleti megvalósításával foglalkoztam. A primer kutatásom egyik része a fogyatékossgal élő gyermeket nevelő családok utazási, szállodai tapasztalatait és igényeit vizsgáló kérdőívem, amelyet 135 olyan család alkot, ahol önálló életvitelre nem alkalmas gyermeket nevelnek. A másik része, a megyében található szállodákkal készített 6 mélyinterjú, ahol az akadálymentesség megvalósulását és a fogyatékossgal élő vendégek fogadására való felkészültségüket vizsgáltam.

Kutatásaimból arra a megállapításra jutottam, hogy a megkeresett családok nagyrésze anyagi helyzetéből adódóan nem engedheti meg magának, hogy utazzon, ezért számukra megfelelő állami támogatást kellene kialakítani. Aki megteheti, hogy utazzon azok az akadálymentes infrastruktúra és speciális igényeik kielégítése mellett, nagyfokú vendégszeretetet és elfogadást igényelnek a szolgáltatóktól. A szállodák versenyképességének javítását szolgálná, ha kiterjesztenék szolgáltatásaikat a fogyatékossgal élők felé. Egyediséget, új irányvonalat kezdhetnének el, mellyel elősegíthetik, hogy az akadálymentes turizmus teret nyerjen a megyében.

KISS MÁTÉ TAMÁS

kissmatetam@gmail.com

Vezetés és Szervezés

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Michalkó Gábor

Egyetemi tanár, BCE GTK

A jó helyé válás tényezői a szálloda- és vendéglátóiparban

Kulcsszavak: jó hely; hűség; vélemény; szálloda; Tripadvisor

A turizmus krónikája a jó helyek megismerésének és feltérképezésének története. Egy olyan képzeletbeli könyv, melynek lapjaira bárki leírhatja történetét, s ezzel saját képére formálva azt. Egészen a kezdetektől fogva az ember részét képezi az újabb, a jobb után való vágyódás. Nincs ez másképpen az utazás világában sem.

Dolgozatomban, arra vállalkoztam, hogy felkutatom a "jó helyeket" és áttekintem a hatást gyakorló tényezőket. Többek között arra a kérdésre kerestem a választ, hogy mely tényezők befolyásolják az embereket, hogy azt mondják egy szállásra, avagy egy vendéglátóhelyre, hogy "jó hely". Megvizsgáltam a faktorokat, amelyek hatással lehetnek a jó helyé válás folyamatára, valamint összehasonlítottam a kutatási eredményeimet az általam készített kérdőív eredményeivel. 846 db véleményt gyűjtöttem össze a Tripadvisor honlapjáról a világ különböző éttermeiről és szállodáiról, melyek aztán értékelésre kerültek. Kérdőívemet 227 fő töltötte ki, melyben szintén a jó szállodák és éttermek ismérveit kutattam. Végül egybevettem a Tripadvisorról gyűjtött eredményeket a kérdőíves választással és levontam a következtetéseket.

POLGÁR GINA GENOVÉVA

polgina2@gmail.com

Turizmus és Vendéglátás

BSc, 8. félév

Széchenyi István Egyetem

Apáczai Csere János Kar

Témavezető:

Ivancsóné Dr. Horváth Zsuzsanna

egyetemi docens, SZE GK

A külföldi csereprogramokban résztvevők profiljának vizsgálata turisztikai megközelítésből

Kulcsszavak: turizmus; ifjúság; erasmus; táboroztatás; profil

A TMDK dolgozatom témája egy egyre népszerűbb és fontosabb jelenség a felsőoktatásban tanulók körében: külföldi csereprogramban való részvétel. A témaválasztásnál személyes tapasztalataim motiváltak. Úgy gondolom, hogy a téma nagyon aktuális és nagyon jól kutatható. A külföldi csereprogramok mellett, hogy külföldi munka és tanulási lehetőséget nyújtanak a résztvevőknek, nagyban hozzájárulnak személyiségfejlődésükhöz is. Dolgozatomban kétféle csereprogramot vizsgáltam: az amerikai táboroztatást és az Erasmus programot. A résztvevők profilját turisztikai megközelítésből vizsgáltam, kérdőív segítségével. Angol nyelvű kérdőívem több, mint 30 különböző nemzetiséghez eljutott, összesen 202-en töltötték ki. A kutatás során elsősorban az utazási motivációkra, az utazási magatartásra és az attitűdre koncentráltam. Minél komplexebb képet igyekeztem kapni arról, hogy a résztvevők milyen motivációkkal indulnak el, utaznak-e a program alatt/után és mit profitálnak egy ilyen programból. A kapott eredményeket korábbi statisztikákkal összehasonlítottam, és egy friss képet igyekeztem adni a csereprogramokon résztvevőkről. A dolgozatban végig párhuzamot vontam az ifjúsági turizmussal, hiszen az ilyen programokban való részvétel számos aspektusa a turizmushoz kapcsolódik. Eredményeimet korábbi statisztikákkal is összevettem.

KÁRÁSZ ANNA

krszanna@gmail.com

Vezetés és szervezés mesterszak

MA, 3. félév

Nyugat-magyarországi Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Némethné Dr. Tömő Zsuzsanna PhD.

egyetemi docens, NYME KTK

A Sopron Régió nemzetközi turisztikai desztinációvá válásához szükséges marketingtevékenységek

Kulcsszavak: Sopron Régió, nemzetközi turisztikai desztináció, turizmusmarketing

TDK-dolgozatom célja, hogy elemezzem a Sopron Régióban jelenleg alkalmazott marketingtevékenységeket, ezek fejlesztési irányvonalait, a nemzetközi turisztikai desztinációvá válásához szükséges marketingeszközöket, továbbá, hogy az eredményeim alapján konkrét javaslatokat fogalmazzak meg a térség turisztikai marketingjének fejlesztésére. Célom, hogy rávilágítsak, a desztináció területe a hazai turisták mellett a külföldi vendégek számára is jelentős vonzerővel rendelkezik, melyek megfelelő marketingtevékenységekkel ötvözve elősegíthetnék a nemzetközi fogadóterületté válást.

Témaválasztásom indoka, hogy helyi lakosként, illetve a turisztikai szektorhoz is kötődő hallgatóként szeretnék hozzájárulni tudományos munkámmal a Sopron Régió turisztikai marketingjében lévő potenciál kiaknázásához. Sopron és a Fertő-táj turizmusa a folyamatban lévő beruházási pályázatok révén dinamikusan fejlődik, továbbá a gazdasági-társadalmi-politikai viszonyok, a fogyasztói és utazási szokások folyamatos átalakulásának hatására a turizmus tradicionálisnak tekinthető célterületei áthelyeződnek.

Azért, hogy a témáról pontosabb képet adhassak, a szekunder források feldolgozása és kritikai ütköztetése mellett primer kutatásokat is végeztem, melyek során hét turisztikai szakemberrel készítettem mélyinterjút, illetve a térségbe érkező külföldi vendégek (n=282) kérdőíves megkérdezését is megvalósítottam.

Kutatásom eredményeképpen elmondható, hogy a jelenleg alkalmazott marketingtevékenységek nem elegendőek a régió nemzetközi szintre emeléséhez, ehhez termékfejlesztésekre, az online marketing arányának emelésére és további marketingeszközök bevonására is szükség van. További fontos fejlesztési javaslatom a Soproni TDM szervezeti átalakítása, egy marketingcsoport kialakítása, illetve egy, a térség turisztikai szervezeteinek munkáját, üzenetét, arculatát összefogó és összehangoló, egy-egy desztinációs marketingterv kidolgozása.

SISKA ESZTER

eszterke0417@gmail.com

Kereskedelem és marketing

BSc, 6. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

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

A Tokaj-hegyaljai borfesztiválok hatása a régió marketingjére, turizmusára

Kulcsszavak: Tokaj-Hegyalja; borfesztivál; fesztivál; tokaji borvidék

Tokaj-Hegyalja az egyik legkiemelkedőbb borvidék Magyarországon. A Tokaji borok mindig nagy népszerűségnek örvendtek, a királyok kedvelt ajándékeszközöként is tartották számon. Manapság egyre inkább előtérbe kerül a kulturált hazai borfogyasztás, és egyre több kezdeményezés indul, amely ezen elképzelést hivatott terjeszteni.

Magyarországon szinte minden vidéken, településen rendeznek valamilyen kulturális eseményt, fesztivált, amely az adott térségre jellemző. Tokaj-Hegyalján mi más lenne ez, mint a borfesztivál. Ilyenkor az adott település rengeteg turistát vonz, megnövekszik vendégéjszakák száma, és az ott élő vállalkozások is jelentős mértékben profitálnak az esemény kapcsán. Illetve ami még nagyon fontos, hogy ezáltal a régió marketingje is javul. Azonban nem csak ezen a borvidéken rendeznek ilyet, hanem az ország más vidékein is (pl. Villány, Etyek stb.)

A dolgozatom egyik nagy feladata, hogy kiderítsem, a hegyaljai borfesztiválok miben különböznek az ország más fesztiváljaitól. Mik azok a tényezők, amelyek miatt szívesen utaznak ide akár az ország más területéről is a fizetőképes kereslettel rendelkező látogatók. Vizsgálom, hogy a legjelentősebb fesztiváloknak milyen hatása van helyi és regionális szinten. Az elemzés során mélyinterjúkat és kérdőíves reprezentatív kutatást végeztem – a tudományos módszertani alapokat előtérbe helyezve.

Ezen a vidéken töltöttem a gyerekkorom egy részét. Számomra fontossá vált a tokaji bor és a térség javítása különféle marketingeszközök segítségével. Úgy gondolom, a kiválasztott 4 borfesztivál (Bor, mámor, Bénye; Mádi Furmint Ünnepe; Tokaji Borfesztivál; Tolcsvai Borfesztivál) a legmeghatározóbb a térség számára. Mind-mind más célcsoportot céloz meg, és más programokat nyújt az odalátogatók számára. Céлом, hogy ezeket még jobban megismerjem, illetve megtudjam, miként pozicionálja magát a 4 település az ország borfesztivál térképén. A dolgozatomban a szakirodalmi megközelítés mellett, leginkább az egyéni kutatás játssza a főszerepet.

MOLICH KITTI

kitty.mksz@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

STEFÁN ÁDÁM

adam.9406@gmail.com

Turizmus-Vendéglátás

BA, 7. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Gyurácz-Németh Petra

egyetemi docens, PE GTK

Check-in a jövőbe, avagy robotizálás a szállodai recepción

Kulcsszavak: innováció; robot; robotizálás; szálloda; recepció

A XXI. században az innováció és megújulás természetesnek tűnik, s gyakran észre sem vehető, mert a mindennapi élet részévé vált. Ezek a folyamatok a legtöbb területre, így a turizmusra, azon belül a szállodaiparra is nagy hatást gyakorolnak, oly mértékben, hogy az ITB1 egyik vezető témája 2016-ban a speciális rendeltetésű robotok térhódítása volt a világ szállodáiban. Ez a témakör olyannyira friss, hogy sok tudományos jellegű cikk és folyóirat a jelenlegi, 2016-os évben íródott, és a szakértők maguk is gyakran egymással ellentétes nézeteket vallanak.

A hotelek esetében a minőségi kiszolgálás, az élmény és a siker, a szállodai szolgáltatás megfoghatatlanságából adódóan nagyban a személyzet professzionalizmusából és perszonalitásából eredeztethető, de vannak, akik az emberi tényezőt inkább feláldoznák a gazdaságosság és a hatékonyság oltárán. Prognózisok alapján valóban elképzelhető, hogy a személyes interakció a robotok elterjedésével megszűnik a hotelekben, de az igazi kérdés, hogy a fogyasztók és a szállodai menedzserek erre hogyan reagálnak.

Az alapfogalmak tisztázása után tanulmány nagy része a magyar potenciális utazóközönség adaptivitását elemzi a témában (attitűdvizsgálat keretein belül), emellett láthatóvá válik a menedzserekkel készített mélyinterjúk elemzéseiből az, ahogyan a magyarországi, felsőkategóriás hotelek vezetői vélekednek a robotok megjelenéséről a szállodaszektorban. A kutatás során vizsgált terület a Front Office részleg, azon belül is a recepció. A fogyasztók esetében kérdőíves vizsgálat alapján elmondható, hogy 251 emberből 188-an (a vendégek $\frac{3}{4}$ része) elutasítja a robotizálást a szállodai recepción, ennek fő oka a személyes interakció hiánya. A szállodák esetében 9 darab, októberi mélyinterjú alapján megállapítható, hogy a vezetők és menedzserek nagy része nem hallott, és nem is tud elképzelni a saját szállodájának recepcióján robotot, akár budapesti, akár vidéki szállodáról van szó. A legtöbben tartanak attól, hogy a robotok megjelenése a recepción a vendéglátás legfontosabb részét, a humán tényezőt számolná fel.

Az eredményeket tekintve, a dolgozat a magyar utazók és szállodai vezetők nyitottságát, ezen témához való általános hozzáállását hivatott szemléltetni és ismertetni, új kutatási eredményt rögzítve.

POP KITTI

popkitti13@gmail.com
Turizmus-Vendéglátás
BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

VIDA ÁGNES

agnesvida93@gmail.com
Turizmus-Vendéglátás
BA, 7. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenfor-
galmi Kar

*Témavezető:
Sipos Erika
adjunktus, BGE KVIK*

Élmény mindenek felett?

Kulcsszavak: élménygazdaság, élmény, turizmus, turizmustrend, posztmodern turizmus

Valóban igaz lenne felgyorsult világunk turistáira az egyedi turisztikai kínálat keresése a könnyen és tömegek által elérhető termékekkel és szolgáltatásokkal szemben? A trendkutatók egyre gyakrabban alkalmazzák a posztmodern kifejezést marketingkutatás, fogyasztói magatartás, turizmus kontextusában. De mit is takar ez a fogalom?

Kutatásunk középpontjában az aktuális turisztikai trendek és a fogyasztói magatartások tükrében a fogyasztó, azaz a turista élményközpontúságának vizsgálata áll. Vizsgáltuk továbbá azt is, hogy a megváltozott, illetve folyamatosan módosuló keresleti oldal motivációit, preferenciáit hogyan és milyen gyorsan képes a kínálati oldal adaptálni. Dolgozatunkban az y és z generációs korosztály utazási szokásait, motivációit igyekeztünk feltárni. Kutatásunk célja, hogy ezen generációk behatóbb vizsgálatával megértsük a korosztály fogyasztói preferenciáit a turizmusban, amelyek ismerete elengedhetetlen a turizmus kínálati oldalát képző szolgáltatók szemszögéből.

Alkalmazott primer kutatási módszereink között mind a mélyinterjú, mind nagyszámú kérdőíves megkérdezés szerepel. Nem csak a kvantitatív, hanem a kvalitatív, szoft kutatási módszerekre is nagy hangsúlyt fektettünk annak érdekében, hogy feltárjuk az általunk vizsgált korosztály turisztikai döntéseit befolyásoló tényezőket, indítékokat, motivációkat.

BÓNIS ZSÓFA

bonis.zsofia@gmail.com
turizmus-vendéglátás
BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

PARTI ESZTER NIKOLETTA

partieszter@gmail.com
turizmus-vendéglátás
BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

NAFFA NÓRA

nora.naffa@ymail.com
turizmus-vendéglátás
BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Zátori Anita
adjunktus, BCE GTK*

Gyula Újratöltve- desztinációmarketing 2.0

Kulcsszavak: újragondolás, desztinációmarketing, imázs, brand, kreativitás

Dolgozatunkban Gyula város desztináció-marketingjét és imázsát mértük fel. Csapatunkkal részt vettünk a VI. Országos Városmarketing Versenyen, a desztináció választás során nem volt kérdéses, hogy Gyula a mi városunk. Úgy gondoljuk, hogy Gyula a kelet-magyarországi régió egyik legimpozánsabb, és legtöbb lehetőséget kínáló városa. Személyes ügyünknek tekintjük a város népszerűsítését mind külföldi, mind belföldi körökben. A téma alapos körüljárása és elemzését követően számos kreatív ötlettel, fejlesztési javaslattal álltunk elő. Dolgozatunkban az aktuális helyzetet mértük fel, kutatásainkat a jelenre alapoztuk, azok elemzésével jutottunk az ötleteinkhez.

Kutatási módszertanunk kvalitatív és kvantitatív jellegű volt. Készítettünk interjút a helyi TDM szervezettel, illetve helyi lakosokkal, továbbá online kérdőíves felmérést és végeztünk Gyula ismertségével kapcsolatban. Elmondhatjuk, hogy a válaszadók többsége a fiatalok köréből volt, ez nagy előnyt jelenthet az információgyűjtésben, hiszen pár év múlva ez a korosztály adja majd a fizetőképes kereslet nagy hányadát. Ezek eredményeként azt kaptuk, hogy pozitív a városról alkotott vélemény a válaszadók közül szinte mindenki jó élményeket társít Gyulához.

Dolgozatunkban Gyula város brandjét vizsgáljuk, javaslatokat teszünk annak változtatásra és fejlesztésekre, valamint egy több elemből álló marketingstratégiát készítettünk, melyet számos elemzés, kutatás előzött meg.

UJLAKÁN VANESSZA

vanessza.ujlakan@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Szent István Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezetők:

*Naárné Dr. Tóth Zsuzsanna
egyetemi docens, SZIE GTK*

*Tóthné Dr. Lőkös Klára
egyetemi docens, SZIE GTK*

Japán turizmusa

Kulcsszavak: japán; turizmus; statisztika; hipotézis; kérdőív

Japán, a Felkelő Nap Ország, egy olyan szigetvilág, amelyről mindenki tud valamit, mégis titokzatosan hat a nagy távolság miatt. Kultúrája is egyedülálló, hiszen sok ellentmondást lehet felfedezni ugyanazon az országon belül.

Volt szerencsém ebben a csodálatos országban eltölteni egy évet egy tanulmányi ösztöndíj elnyerésével, így megadatott számomra az a lehetőség, hogy bepillantást nyerjek egy ilyen egyedülálló országban élők mindennapjaiba. Elsősorban ez motivált abban, hogy dolgozatomat megírjam, hiszen bele tudtam szőni saját tapasztalataimat.

Kutatásom célja az volt, hogy választ kapjak arra a kérdésre, hogy a magyar emberek vajon mennyire ismerik ezt az országot? Megegyeznek az elképzeléseik, gondolataik az általam tapasztalt tényekkel? Szívesen utaznának-e oda, illetve milyen tényezők befolyásolják az oda történő utazásukat?

Dolgozatomban szakirodalmi feldolgozás során bemutatom Japánt, ismertetem a nevezetességeit, jellegzetességeit, kultúráját. Egyéni kutatásom során azt vizsgáltam, hogy milyen Japán a magyarok szemével nézve. Ehhez a kérdőívezés módszerét választottam. Vizsgálataim elvégzéséhez matematikai statisztikai módszereket alkalmaztam, és különböző statisztikai próbákkal ellenőriztem hipotéziseim helytállóságát.

Ezen kívül interjúkat is készítettem japán nemzetiségű tanárokkal, akiknek az óráit hallgattam a kint töltött egyetemi tanulmányaim alatt.

Kutatásom során a feltett kérdéseimre választ kaptam, és érdekes összefüggések tárultak fel előttem többek között a magyar és a japán kultúrában felfedezhető hasonlóságokról; valamint azt illetően, hogy Japán népszerű úti cél-e valójában.

MOHAY RÉKA

mohay.reka@gmail.com

kereskedelem és marketing

BA, 7. félév

Pécsi Tudományegyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Bakucz Márta
egyetemi docens, PTE KTK*

Megszentelt turizmus A zarándokturizmus jelentősége és marketingkommunikációs sajátosságai

Kulcsszavak: zarándokturizmus; marketingkommunikáció; vallási turizmus; egyházmarketing

Dolgozatomban a valláshoz kötődő turizmust, ezen belül a zarándokturizmust vizsgálom a marketingkommunikáció szemszögéből. Egyre növekvő az érdeklődés az ilyen utazások iránt hazánkban és világszerte. Dolgozatomban a katolikus zarándokturizmus marketingkommunikációs sajátosságaira helyezem a hangsúlyt. Emellett bemutatom a nemzetközi és hazai katolikus zarándokcélpontokat, illetve kitérek a vallási turizmus fogalmi meghatározásának nehézségeire és bemutatom a saját megoldásomat.

A kutatásomat három előzetes feltevéssel kezdtem:

1. A zarándoklatok esetében a személyes ajánlás a legfontosabb.
2. A zarándokok involvement szintje magas, ezért számukra a tényleges információtartalom a fontos, a kommunikáció külsődleges elemei kevésbé, és hajlandóak maguktól utánajárni a zarándoklattal kapcsolatos tudnivalóknak.
3. A zarándoklatok egyfajta evangelizációs eszközként is működhetnek.

Az első és a harmadik minden bizonnyal igaz a kutatásom alapján, a második viszont helyesbítésre szorul: a zarándokok számára fontosabb az, hogy az ismerőseik mit mesélnek az adott útról, s milyen lelki élményre számíthatnak.

Háromféle módon végeztem saját kutatást: zarándoklatszervezőkkel készítettem szakértői interjúkat, zarándokok körében végeztem online kérdőíves kutatást, illetve mélyinterjúkat készítettem zarándokokkal és érdeklődő, de nem kifejezetten vallásos potenciális zarándokokkal.

A szakértői interjúk segítségével azt mutatom be, hogy a zarándoklatok szervezői milyen marketingkommunikációs eszközökkel, és hogyan kommunikálnak a célcsoporttal. Igen fontos a személyes ajánlás, de a tömegmédiák használata is megfigyelhető, fontos az online jelenlét. A kérdőív eredményei többek között rávilágítanak arra, hogy milyen csatornákból tájékozódnak a zarándokok. Ezek alapján azt láthatjuk, hogy legtöbben a családtagoktól, barátoktól, vagy plébánostól értesülnek a zarándoklatokról, de a részletesebb tájékozódásban nagy az internet szerepe. A zarándokokkal és potenciális zarándokokkal készített interjúk segítik elmélyíteni a kérdőívben vizsgáltakat, s a zarándoklatok evangelizációban való használatára is kitérnek. Fontosnak tartom ugyanis, hogy a katolikus egyház a még nem elkötelezett hívőket is meg tudja szólítani: ennek eszköze lehet egy tágabban értelmezett zarándoklat, mely segíthet az evangéliumot szélesebb körökben megismertetni.

PÁSZTÉLYI CSENGE

pasztelyi.csenge@gmail.com

Turizmus-Vendéglátás

BA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Michalkó Gábor
Egyetemi tanár, BCE GTK*

„Nem ezt ígérték!” – a turisztikai szálláshelyek okozta csalódások és feldolgozásuk

Kulcsszavak: elvárás; csalódás; csalódásmenedzsment; csalódásfeldolgozás

A mindennapi munka és elfoglaltságok közepette az ember gyakran álmodik arról, hogy elutazik valahova, ahol kipihenheti fáradalmait, s ahol figyelmét és energiáit nem terelik el az otthoni feladatok (főzés, takarítás) hada.

Mikor végre eljön az utazás ideje, melyre tudatosan előkészültünk, mindennek utána nézve, (programok, szállás, ételek stb.) az ember tele van elvárásokkal és izgalommal az elkövetkező időszakra vonatkozóan.

De mi történik akkor, ha a dolgok nem úgy alakulnak ahogy azt mit elképzeltük: a szálláshely nem hiteles fotókat töltött föl a szobákról, esetleg messzebb van a tengerparttól mint ahogy azt írta, vagy az alkalmazottak viselkedése nem megfelelő?

Dolgozatomban azokat az eseteket tanulmányoztam, amikor a turisták elvárásai nem találkoztak a valósággal és csalódás érte őket egy adott szálláshellyel kapcsolatban.

Melyek azok a faktorok melyek megléte/hiánya a legtöbb esetben vezet elégedetlenséghez, s milyen mértékben hatnak ki ezek a csalódások az utazásra, mennyi ideig tart feldolgozni őket (a rossz szájíz akár évekkel később is megmarad az utasokban).

Napjainkban a közösségi média ereje megkerülhetetlen s a szálláshely szolgáltatóknak alkalmazkodniuk kell a változásokhoz. Ehhez tiszta kommunikációra, megelőzésre (hiányosságok feltárása és kompenzálása) valamint gyors cselekvés (negatív élmény esetén kompenzáció) van szükség, mert a figyelmetlen szálláshelyek nem maradnak versenyben az egyre nagyobb erővel rendelkező vendégek körében.

ERDŐS MENTA BERNADETT

ementi24@gmail.com

Turizmus-vendéglátás

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Fehér András
ügyvivő-szakértő, DE GTK*

Speciális étrendűek fogyasztói magatartásának vizsgálata a vendéglátásban

Kulcsszavak: vendéglátás, ételallergia, fogyasztói magatartás, ételintolerancia, speciális étkezési szokások

Napjainkban egyre többet találkozunk a táplálékallergia és táplálékintolerancia kifejezésekkel, valamint az aktuális „divat diétákkal”, amik a házon kívüli étkezési formákra is hatással vannak. A vendéglátóegységek piacképessége mára már függ attól, hogy mennyire tudja kielégíteni a speciális étrendet követő fogyasztók igényeit. Ez az éppen aktuális rendeletek betartásán túl, nagyban függ attól is, hogy a vendéglátóhelyen dolgozók mennyire szakképzettek a témában.

Dolgozatom célja, hogy megismerjem a speciális igényű fogyasztók szokásait és feltérképezzem, hogyan viszonyulnak a debreceni vendéglátóhelyek ezekhez a vendégekhez.

Kutatásom sikeressége érdekében először a témában releváns szekunder forrásokat vizsgáltam szakkönyvek, folyóiratok és internetes források segítségével. A szakirodalmi elemzés adott támpontot a hipotéziseim felállítására.

A feltevéseim igazolására két szemszögből végeztem primer kutatásokat. A két nem reprezentatív online kérdőíves megkérdezés mellett, a debreceni vendéglátóhelyeket vizsgáltam 10 szakértői mélyinterjú segítségével. A kérdőívet 528 magyar nyelvű és 59 német nyelvű fogyasztó töltötte ki. Utóbbi referencia csoportként szolgált a hazai eredmények mellé. A kérdőívben az általános étterembe járási szokásokat mértem fel, illetve a speciális étrendet követők preferenciáit vizsgáltam. A kérdőív eredményeiből kiderült, hogy a vendéglátóegységek felkészültsége a speciális igények kielégítésére korántsem mondható megfelelőnek. A témában mutatkozó szakképzettség hiánya miatt sok esetben a vendég negatív élménnyel távozik az adott helyről. A szakértői mélyinterjúk alanyai minden esetben étterem vezetők voltak, akik saját éttermeiket értékelték különböző témakörökben. Ebben az esetben is a kérdések legnagyobb százaléka a speciális étrendet követő fogyasztók igényeire és annak kielégítésére vonatkozott. Úgy gondolom, hogy a fogyasztók elégedetlensége nem alaptalan, hiszen a vezetők 90%-a közepesre értékelt saját éttermét a felkészültséget illetően. Ők azt állították, hogy nem ez az étterem fő profilja, így nem helyeznek rá komolyabban hangsúlyt.

Úgy gondolom, a vendéglátásnak ez a formája még nagyon kezdetlegesen van jelen, és további szigorú előírásokra van szükség ahhoz, hogy a speciális étrendet követők is biztonsággal étkezzenek házon kívül is.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Vállalatgazdaságtan



KOROKNAY ZSUZSA

koroknayzs@gmail.com

Sportszervező

BA, 5. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Bácsné Dr. Bába Éva
egyetemi docens, DE GTK*

A Ferencvárosi Torna Club labdarúgó szakosztályát működtető gazdasági társaság sport és gazdasági eredményességének vizsgálata

Kulcsszavak: futballvállalkozás, tulajdonosváltás, vezetői döntések, gazdasági és sport sikerek

Létezik-e Magyarországon olyan futballvállalkozás, amely mind sportsikerekkel, mind gazdasági sikerekkel rendelkezik az elmúlt időszakban? A válasz elsőre talán az lenne, hogy igen, ilyen hazai klub a Ferencvárosi TC. De ahhoz, hogy ezt biztosan állíthassam több oldalról is megvizsgáltam az egyesületet, pontosabban a labdarúgó szakosztályt működtető részvénytársaságot, az FTC Labdarúgó Zrt-t.

Kutatási módszerként a dokumentumelemzést, esettanulmányt választottam. Ennek során a klub működéséhez kapcsolódó dokumentumokat, éves beszámolókat, sajtó anyagokat tekintettem át. Az éves beszámolók gazdasági elemzésekor az elmúlt öt évben közzétett mérlegeket és eredménykimutatásokat vizsgáltam, abból a szempontból, hogy feltárjam, hogy az egyes mérleg- és eredménykategóriák értékükben és összetételükben hogyan változtak.

Megállapítottam, hogy az elmúlt öt év során bekövetkezett az ország egyik legnagyobb sportlétesítményének, a klub stadionjának átadása, valamint a részvénytársaság tulajdonosváltása. A tulajdonosváltás következtében a gazdasági társaság az anyaegyesület tulajdonába került. Ezek után egyre nagyobb sportsikereket ért el a labdarúgó csapat, valamint gazdasági növekedés is tapasztalható volt. A gazdasági eredmény növekedésének hátterében leginkább a szponzori bevételek növekedése állt. Ezzel egy időben a szurkolói részvétel csökkenésével a bérlet- és jegybevételek csökkenése is megfigyelhető volt, ami mögött az MLSZ biztonsági szabályozásának bevezetése állhat, amely keretében szurkoló kártya használatát írták elő eredetileg abból a célból, hogy megkönnyítsék a szurkolók mérkőzésre való beléptetését, de sajnos éppen ellentétes hatást értek el, amint a vizsgált szervezet példája is mutatja.

A kutatásom során a klub sportstratégiáját is sikerült beazonosítanom. Magyarországon a sportstratégiák keverten jelennek meg, így a Ferencvárosra is leginkább a sikerkör, a transzfer, valamint a L'art pour l'art stratégiatípusok keveredése jellemző.

Össességében elmondható, hogy az egyesületi tulajdonlás sport és gazdasági sikereket hozott a ferencvárosi labdarúgó csapat számára. Működését tekintve példa, és tanulság lehet a többi NB I-es labdarúgó csapat számára.

PUSZTAI PETRA

p.petra95@gmail.com

kereskedelem és marketing

BA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. András Krisztina

Egyetemi adjunktus, BCE GTK

A Győri Audi ETO KC sportvállalati működése, avagy hogyan lett Magyarország legsikeresebb klubcsapata?

Kulcsszavak: sportvállalkozás; menedzsment; hatékonyság; Győri Audi ETO KC

Versenydolgozatom témájának a sportvállalkozásokat választottam, valamint működésüknek és eredményességüknek meghatározó momentumait, tényezőit fogom vizsgálni. A kettős célrendszer és értékteremtés sportvállalati szempontból is kiemelten fontos kérdés, illetve nélkülözhetetlen szerepet játszanak az érintettek is, így az érintett elemzés során bemutatásra kerül a velük való kapcsolat minél hatékonyabb kialakítása és fenntartása. Ezeknek a tényezőknek a működését harmonizálja, koherenssé, egységes egészé teszi, s ezzel irányt ad a szervezetnek a stratégia, melynek megalkotása, menedzselése jelentősen befolyásolja, meghatározza a sportvállalat jövőjét.

A jobb szemléltetés érdekében egy kiválasztott klubcsapaton keresztül szeretném az imént felsorolt szempontokat ismertetni, valamint saját kutatásom által mérlegelni. A Győri Audi ETO KC női kézilabdacsapatot választottam, s versenydolgozatommal törekszem ennek a sportvállalatnak minél részletesebb bemutatására, valamint az elért eredményekhez nélkülözhetetlen üzleti háttér munkák feltárására. Célom, hogy a Győri Audi ETO KC-t az olvasó vállalatgazdaságtani szemszögből is megismerje, s ne csak világklasszis játékosok és edzők keretként gondoljon az egyesületre, hiszen ez a csapat több mint Görbicz Anita, több mint Ambros Martin-bár kétség kívül nélkülözhetetlen szerepet játszottak ők is valamint a többi játékos és szakember is az elért sikerekben. Dolgozatommal tehát fel szeretném hívni a figyelmet a tulajdonosi és menedzseri teendők fontosságára, melyeket hajlamosak vagyunk elfelejteni egy nyertes Bajnokok Ligája döntő után, pedig kiemelt szerepet játszanak a hatékonyság, eredményesség területén.

VIDA MÁTÉ ZSOMBOR

mate.zs.vida@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Buzder Lantos Gábor

PhD hallgató, BCE GTK

A társadalmi tőke szerepe a KKV-k versenyképességében

Kulcsszavak: társadalmi tőke; KKV; versenyelőny; versenyképesség

A kis- és közepes vállalkozások (KKV) versenyhelyzete és versenyképességüket befolyásoló tényezők vizsgálata egy fontos téma, mivel hazánk gazdaságában e vállalkozások alkotta szektor súlya jelentős. Emellett e vállalatoknak egy erősödő versenykörnyezetben kell helytállniuk, amely csak hangsúlyozza elemzésük relevanciáját. A kutatás az egyik ilyen tényezőt, a kapcsolatok szerepét vizsgálja. Elemzésükhöz a társadalmi tőke koncepció nyújt keretet.

A kutatás központi kérdése, hogy miként járul hozzá a társadalmi tőke a KKV-k versenyelőnyének megőrzéséhez. A kutatás során a társadalmi tőke a vállalatok kapcsolatrendszerét és az általa elérhető erőforrások összességét kifejező fogalom. Ez egy erőforrás alapú megközelítés, amely megengedi a társadalmi tőke és így a kapcsolatok értelmezését a stratégiai menedzsment versenyképességgel foglalkozó ágának fogalom- és keretrendszerében. A kutatás először a szakirodalom áttekintésével azonosítja a társadalmi tőke versenyképességet befolyásoló jellemzőit, majd összefoglalja az elméleti meglátásokat kiegészítő primer, kvalitatív kutatás eredményeit. Egy inverz logisztikai szolgáltató vállalkozás, a Returpack Kft. példája illusztrálja, miként szolgálhatja a helyi kapcsolatrendszerre építő üzleti modell egy KKV helytállását.

A Returpack kezdeti sikere az innovatív megoldásában rejlik, amellyel az elsők piacra lépő előnyéhez jutott a vállalkozás. Ezt később a cég további versenyelőnyökre volt képes lefordítani (pl. technológiai tudás). Pozícióját a több érintett-csoport integrálására építő üzleti modell teszi fenntarthatóvá, olyan mechanizmusok által, mint a kapcsolatrendszerben kialakult bizalom vagy az útfüggőség. A kutatást a szerző a minta bővítésével fejlesztette egy másik munkájában. További izgalmas fejlesztési irány a hálózatelemzési módszertan alkalmazása a kapcsolatrendszerek kvantitatív vizsgálatához.

HEROLD BARNABÁS JÓZSEF

barnabas.herold@evk.hu

Nemzetközi Gazdálkodás

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Vecsenyi János Sándor
egyetemi tanár, BCE GTK*

Kismama vállalkozások- avagy egy új gazdasági szegmens bemutatása

Kulcsszavak: Kismama, vállalkozás, potenciál, működési háttér

A TDK dolgozatom egy jelenleg még nem igen érintett szegmens kutatásáról szól. Nővérem példájára, aki kb. 1 éve indította vállalkozását és szép eredményeket ért már el vele. Azokat a női vállalkozásokat szeretném bemutatni, melyek a szülési szabadság ideje alatt kezdik meg működésüket a munkaerő-piaci nehézségek és az átlagosnál több szabadidő megléte miatt. Egyre nagyobb számban indulnak el tehát, ezek az ún. "kismama" vállalkozások és egyes országokban már külön állami támogatási program is működik ezek támogatására.

Egyre nagyobb trend tehát ez a vonal és egyre nagyobb méreteket ölt a gazdaságban, ebből kifolyólag úgy gondolom, hogy a jelenleg nagyon divatos start-up vonallal szembe menve érdekes ennek a piacnak a kutatása, a háttér, volumen, a tendenciák és a bennük rejlő potenciál megvizsgálása. Különösen is érdekes ez Magyarország szempontjából, hiszen Európában itt a leghosszabb a GYES időszaka, ennek kialakulása pedig a rendszerváltás előtti időszakra vezethető vissza, mely korszakot szintén érintek dolgozatomban.

Lehetőségem volt Vida Ágnessel közvetlenül is konzultálnom, aki a női vállalkozások legfőbb pártfogója itt Magyarországon, valamint nagy segítségemre volt konzulensem, Dr. Vecsenyi János is, aki a kisvállalkozások területének egyik legkiválóbb szakértője.

Kutatásom célja tehát, hogy egy átfogó képet nyújtsak a "kismama" vállalkozások háttéréről és működéséről, szociológiai és gazdasági szemszögből vizsgálódva.

BIHARY BARBARA

bihary.barbara@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Csubák Tibor Krisztián

Adjunktus, BCE GTK

Profit és társadalmi cél, ellenségek vagy barátok? – Mérjük teljesítményt!

Kulcsszavak: társadalmi vállalkozás; stratégiai teljesítményértékelés; pénzügyi és társadalmi fenntarthatóság; Social Enterprise Scorecard-modell; üzleti modell vászon

A társadalmi vállalkozások szerepe kettős: a gazdaságban hozzáadott értéket teremtenek gazdálkodási aktivitásuk és munkahelyteremtésük révén, valamint szociális értéket képviselnek felkarolva és megoldást találva egy-egy társadalmi problémára.

A versenyben, de még inkább az életben maradáshoz azonban a pénzügyi és társadalmi fenntarthatóság elengedhetetlen, amennyiben hosszú távon is célkitűzés számukra a két célt egyesítve szinergikusan fejlődni.

Az üzleti alapon működő vállalkozásokhoz hasonló működés mennyire összeegyeztethető a vállalkozás által felkarolt társadalmi cél fenntarthatóságával?

Az imént megfogalmazott kérdés mellett kutatásom során szeretném feltárni, hogy önfenntarthatóak-e a társadalmi vállalkozások, illetve hogyan mérhető a teljesítményük. Komplex kutatásom során három társadalmi vállalkozás működését és üzleti modelljét vizsgáltam meg, valamint kétféle teljesítménymérési eszközzel végeztem el hatékonyságuk mérését.

Első ránézésre talán könnyűnek tűnnek kutatási kérdéseim, de ne feledjük, hogy két egymással szemben álló ellenfél harca ez: profit vagy társadalmi cél. Vagy ez az ellentét csak látszólagos lenne? Nézzünk a dolgok mélyére.

KROKOS ANITA
krokosne@gmail.com
pénzügy-számvitel
BA, 3. félév

Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

LÁBAS ILDIKÓ
ildikolabas@gmail.com
Pénzügy-Számvitel
BA, 3. félév

Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Süveges Gábor
tanársegéd, ME GTK*

Sikeres társadalmi vállalkozások nyomában - MIPRODUKT Kft. hátterének, működésének és eredményének elemzése

Kulcsszavak: társadalmi vállalkozás, Miproduct Kft, nonprofit szervezet, finanszírozás

A társadalmi vállalkozás kifejezés idegenül hangozhat sokak számára, így dolgozatunk megírása során arra törekedtünk, hogy az emberek fejében kialakult elgondolásokat megpróbáljuk szélesíteni elemzésünkkel. A vizsgálatunk magában foglal egy előzetes helyzetelemzést, melynek első lépéseként mikrokörnyezeti elemzést végeztünk. A későbbi fejlesztésekre való tekintettel horizontálisan és vertikálisan végeztünk elemzést, likviditási, jövedelmezőségi és hatékonysági mutatók segítségével. A gazdálkodó külső és belső elemzésére azért került sor, hogy a működési keretrendszer megismerésével felmérjük az adaptálás lehetőségeit. A társadalmi vállalkozások egyre fontosabb szerepet töltenek be az Európai Unió gazdaságában. Évtizedek óta működnek valamilyen közösségi cél megvalósítása érdekében és több mint 11 millió embert foglalkoztatnak, ami az aktív népesség 4,5%-át teszi ki. A termelésben oly mértékben vesznek részt, hogy az Unió GDP-jének 10% -át állítják elő. Véleményünk szerint a nonprofit szervezetek részéről fokozott érdeklődés mutatkozik, azonban mégis azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a társadalmi vállalkozások tömeges jelenlétével még nem szembesülünk. Dolgozatunk megírása során egy sikeres társadalmi vállalkozás, a Miproduct Kft. nyomába eredtünk. Alapvető célkitűzéseink között szerepelt annak megállapítása, hogy a vállalkozás sikerességét milyen tényezők árnyékolják be. Kutatásunk fő problémájaként definiáljuk azt, hogy a társadalmi vállalkozások nagy részének- beleértve az általunk vizsgált céget- fenntarthatósága bizonytalan lábakon áll. Hipotéziseinket primer és szekunder kutatásokkal támasztottuk alá. Az utóbbi esetben az információszerzés egy mélyinterjú segítségével történt, amit az ügyvezetővel, Orosz Gáborral folytattunk. A primer kutatásunk alkalmával számszakilag magyaráztuk a következtetéseinket különféle gazdasági mutatók számolásával. A kapott eredmények arra engednek következtetni, hogy a vállalat fő célja nem a profitszerzés, hiszen a jövedelmezősége jelentősen elmarad a piaci vállalatokétól. A vizsgálat során a gyors előrehaladást a szekunder kutatás jelentette számunkra, melynek során már meglévő adatokra támaszkodva tudtuk ismereteinket bővíteni. Összességében megállapítható, hogy a társadalmi vállalkozások zöme finanszírozását tekintve kiszolgáltatott, hiszen egy-egy finanszírozótól függ a létezése. Tehát a finanszírozási források egyoldalúsága gátolja azt, hogy a legégetőbb társadalmi problémákat fenntartható módon oldják meg.

PISTRUI BENCE LÁSZLÓ

pbence0202@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés

MA, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Matyusz Zsolt
adjunktus, BCE GTK*

Szegmentált Mobilhálózatok

Kulcsszavak: MVNO; MNO; szegmentáció; üzleti modell; telekommunikáció

Dolgozatomban megvizsgálom a jelenlegi virtuális mobilszolgáltatói üzleti modelleket. Bemutatom ezek klasszikus típusait és kitérek a jelenlegi innovációs irányzatokra. Emellett kiemelem a szegmentálás fontosságát a klasszikus modellek esetében. Rávilágítok az MVNO-k magyarországi helyzetére és kérdőíves kutatás segítségével elemzem, hogy a bemutatott modellek közül melyiknek lenne relevanciája a 18-25 éves korosztály számára, hiszen belőlük válik rövid távon fizető képes fogyasztói réteg, akikre építve sikeresen lehetne működni a magyar piacon.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Vezetés és szervezés I.



HENTER SAROLTA ZSUZSANNA

henter.sarolta@gmail.com

Emberi erőforrások

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Meretei Barbara

PhD hallgató, BCE GTK

A flow élmény hatása az egyéni fejlődésre

Kulcsszavak: Flow; munkahelyi boldogság; pozitív pszichológia; egyéni fejlődés

TDK dolgozatomban arra keresem a választ, hogy vajon a flow állapotban levő emberek jobban törekednek-e önmaguk fejlesztésére, és ebben nagyobb sikerrel járnak-e, mint társaik. Sokan írnak blogot, publikálnak, vagy akár ingyenesen tartanak tréningeket, továbbképzéseket egy adott témában, melyben elmerültek, és amiben magabiztosnak tartják magukat. Róluk nem mondható el, hogy ezt a „munkát” csak, mint kötelezettséget végzik. Sokszor ezek az emberek a legsikeresebbek és a legboldogabbak, a képzés-fejlesztés pedig, mint eredetileg HR folyamat, automatikusan teljesül saját munkájuk részeként. Az elméleti alapokat a flow elmélet alapjaira, valamint a képzés-fejlesztés HR folyamatára helyezem, a kutatási részben pedig az egyéni fejlődés és a flow élmény kapcsolatát vizsgálom.

FODOR BALÁZS

balazs.fdr@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

KÁRPÁTI ZOLTÁN

karpati_z@msn.com

Vezetés és szervezés

MA, 8. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Taródy Dávid

PhD hallgató, BCE GTK

A vezető magatartásának vizsgálata - A leadership hatásai egy magyar középvállalat esetében

Kulcsszavak: leadership; karizmatikus vezető; vezetői stílus; vezetői magatartás; követők

A dolgozatunkban bemutatásra kerül, hogy a felső vezetői magatartásforma, és főképp a leadership hogyan határozza meg a szervezet működését, miképp másolják a középvezetők és a szervezeti tagok a vezetőt, és ez milyen berögzült szervezeti szintű viselkedéshez vezet.

A dinamikus növekvő vállalkozások elsődleges hajtóereje a karizmával rendelkező leader, aki leginkább a személyes útmutatása által befolyásolja a szervezeti teljesítményt. A szakirodalomban számos példát találhatunk arra, hogy a karizmatikus leadership pozitív hatást gyakorol a szervezet egészére, koordinációs és strukturális szempontokból egyaránt. A kontingenciaelmélet mellett Yukl transzformációs leadership modelljét is felhasználjuk a minél mélyebb elemzés érdekében, és ezt a kettőt össze is kapcsoljuk egymással. Ezen túl Hersey-Blanchard szituatív leadership modellje alapján kategorizáljuk az alkalmazottakat érettségüknek megfelelően, és ehhez megvizsgáljuk a vezető által alkalmazott stílus megfelelőségét is.

Elemezzük, hogy a szervezeti változások hatására a vezetőnek szükséges-e változtatni magatartásán, és milyen hatása van annak, ha a folyamatos növekedés közben nem változtat. Kutatási kérdésünk az, hogy ha a beosztottak követik a vezetőt, másolják és átveszik annak értékeit és viselkedési mintáit, az hogyan vezethet negatív eredményre, miként lehet akár romboló hatású is, és hogyan gátolhatja a szervezetet a fejlődésben.

A kvalitatív, mélyinterjúk felhasználásával készült kutatás és elemzés eredményeként arra jutottunk, hogy a szervezeti tagok egyértelműen követik a leadert. Ezért elsődleges céljuk a karizmatikus vezető elvárásainak való megfelelés, aki mivel nem változtatott a megszokott, és eddigiekben a vállalkozást sikeressé tevő magatartásán, így a vállalkozás további fejlődését hátráltatja. Ennek oka, hogy - a cégméret növekedésén túl - már egy másfajta érettségi dimenzióban tartanak az alkalmazottak, azonban a vezető még a kezdetek óta folyamatosan alkalmazott módszerekkel irányít. A végső következtetés tehát az, hogy a vezető változatlan magatartása a gátja a szervezet további növekedésének, és ha ezt képes felismerni, változtatni rajta és kinevelni egy más szemléletű középvezetői réteget, akkor elhárulnak a szervezeten belüli akadályok a további növekedés elől.

HETESI ZSÓFIA

zsofi417@gmail.com

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök
BSc, 7. félév

Kaposvári Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Berke Szilárd
egyetemi docens, KE GTK*

Eltérő vezetési stílusok- és magatartás vizsgálata primer kutatással

Kulcsszavak: vezetés; mélyinterjú; magatartás

Egyetemi tanulmányaim során, többször találkoztam vezetéstudománnyal és eltérő viselkedési modellekkel. Egyre inkább foglalkoztatott a kérdés, vajon egy közép- vagy felsővezető, hogyan viselkedik munkája során.

Primer kutatásom során a Szakály és környékén dolgozó közép- és felsővezetőkkel készítettem mélyinterjút, mely nyolc kérdésből állt. Segítségével megtudhattam, hogy elsősorban milyen feladatokat látnak el vezetőként és ezek közül melyeket nem kedvelik igazán. Hogy milyen vezetőnek tartják magukat és mit gondolnak, mi a siker alapja, mivel kell rendelkeznie egy vezető pozíciót betöltő személynek. Megkérdeztem vajon honnan gyűjtik információikat és konferenciákra is járnak-e.

Ahogy minden szakma, iparág és tudomány napról napra fejlődik, úgy a vezetéstudomány is. Ezért tettem fel a kérdést, vajon nyomon követik-e a vezetők ezt a fejlődést.

Az utolsó kérdésnél egy igen globális problémára kerestem a választ, hogy milyen kihívásokkal kell szembenézniük a vezetőknek az emberi erőforrás területén.

Kutatásom második felében két kérdőívet töltöttem ki ugyanazon vezetőkkel.

Az első kérdőív alapján, megtudhattam, hogy ki milyen vezetési stílust gyakorol a három klasszikus közül: autokratikus, demokratikus vagy laissez-faire. A szakirodalmak előre jelezték számomra, hogy nagyobb azok aránya, akik kettő vagy akár a három stílus keveredését együtt gyakorolják. Ezt a kiértékelés alapján megerősíthetem, ugyanis csupán 25 százalék az, akik egy stíluscsoportba tartoznak.

Második kérdőívem igazán különleges, bár rövidített változat, de így is helytálló értékekkel szolgál, mely Epstein több évtizedes kutatása alapján került összeállításra. Ő a mindent elérő, legsikeresebb vezetőket vizsgálta, hogy vajon miben különbözik a gondolkodásuk, az átlag emberéhez képest. Véleményem szerint, az eredmények egészen jók lettek, ugyanis egyharmaduk mondhatja magát átlagon felüli gondolkodásúnak a kutatás alapján.

A mélyinterjúk megmutatták számomra, hogy a vezetőknek rengeteg feladatuk van és a papírmunka az, amit szívesen másra bíznanak. Akad, aki meg van elégedve saját vezetési stílusával, mások pedig tisztán látják, mi az, amin még változtatniuk kellene. A legfontosabb kérdésben pedig igen sokszínű mégis hasonló válaszokat kaptam, ugyanis a legnehezebb feladat mindenki számára a megfelelő munkaerő megtartása és felkeresése.

CSÁSZÁR KRISTÓF
csaszki1998@gmail.com
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 1. félév

Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

SZABÓ TAMARA
szabotamara@t-online.hu
Nemzetközi gazdálkodás
BA, 1. félév

Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

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

Etikus vezetés

Kulcsszavak: Üzleti etika; Vezetés; Etikus vezetés

A társadalmilag felelős, illetve etikus vállalatok társadalmilag felelős és etikus vezetőket feltételeznek. Az etika nagyon jelentős tényezője egyes vezetési típusoknak, mint az átalakító, kiszolgáló, autentikus, paternalista és a spirituális vezetés. Az etika nemcsak egyik eleme a vezetésnek, de az etikus vezetés egy önálló vezetési típusként is értelmezhető. Az elmúlt évek vállalati botrányai és a 2008-as gazdasági válság hatására jelentősen megnövekedett az etikus vezetés iránti érdeklődés.

Kutatásunk célja, hogy feltárjuk az etikus vezetés jellemzőit, kritériumait, és megvizsgáljuk, hogy mennyire tekinthető a hazai nagyvállalatok vezetése etikusnak. Kutatási kérdések: Mik az etikus vezetés kritériumai? Mennyire tekinthető etikusnak a hazai nagyvállalatok vezetése? Hogyan hat az etikátlan vezetés a vállalatra? Hogyan hat az etikus vezetés a vállalatra? Hogyan lehet emelni a vezetés etikai színvonalát?

A kutatásunk egyrészt az elmúlt 5 évben megjelent elméleti és empirikus kutatások eredményeit elemző szekunder kutatás volt, másrészt primer kutatásunk a magyar nagyvállalatok etikai / compliance / CSR / fenntarthatósági vezetőinek, illetve szakértőinek fókuszcsoportos megkérdezésére irányult.

Kutatásunk alapján az etikus vezetés kritériumai az integritás, a példamutatás, a hitelesség, a transzparencia és a következetesség. Az etikus vezető betartja a jogszabályokat, akkor is, ha ez esetleg versenyhátrányt okoz, és nemcsak a jogszabály betűjét, hanem annak a szellemét is. Kutatásunk fő üzenete, hogy „az embernek mindig van választási lehetősége”.

BATA MILÉNA

batamilena@gmail.com

gazdálkodási és menedzsment

BA, 5. félév

Eszterházy Károly Egyetem

Agrártudományi és Vidékfejlesztési Kar

Témavezetők:

Prof. Dr. Takácsné Dr. György Katalin

egyetemi tanár, OE KGGK

Szabóné Dr. Benedek Andrea

adjunktus, EKE GTK

Hogyan lehet élmény a munkavégzés? - Áramlat a munkahelyen

Kulcsszavak: flow; munka; szükségletek

Életünk nagy részét a munkahelyen töltjük, de hogyan lehet ezt az időt produktív, értékteremtő munkavégzésre fordítani? Mely tényezők járulnak hozzá ahhoz, hogy a munkát ne szükséges rosszként, hanem énünk egyfajta értékmérőjeként fogjuk fel? Összeegyeztethető-e a boldogság és a munkavégzés? Dolgozatomban ezekre a kérdésekre keresem a választ.

A munka fogalma mára felértékelődött a pár generációval ezelőtti felfogáshoz képest, de a kérdés továbbra is fennáll: azért élünk, hogy dolgozzunk, vagy azért dolgozunk, hogy éljünk? Míg évtizedekkel ezelőtt elmosódott a határ a munka és a szabadidős tevékenységek között, manapság az előbbi azonban egyre inkább csak eszköz a megélhetés biztosítására és kezdi elveszíteni azt a többletértéket az emberek számára, mely önbecsülésük alapját képezheti.

Csikszentmihályi Mihály méltán legismertebb és legelismertebb boldogságkutató többek között olyan jellegű kutatásokat is végzett, melyek az általa „flowként” definiált áramlatélmény munkahelyi megélésére irányultak. Mára követőivel együtt számos eredményt tudhat magáénak a témában és számos tréner, tanácsadással foglalkozó cég ismeri és alkalmazza elméletét.

Kutatásom során eddigi tanulmányaimra és szakirodalmi forrásokra támaszkodva vizsgálom a munkavállalók munkahely választási attitűdjeit, személyes motivációit és ezek egyes összefüggéseit. Ehhez szekunder és primer kutatási módszereket is felhasználok kérdőívezés és mélyinterjú készítés formájában, melyek alátámaszthatják azt az elképzelést, miszerint a pénz manapság a munkavállalók egyik fő motiváló tényezője, illetve, hogy a válaszadók által fontosnak ítélt személyes szükségletek munkahelyen való kielégíthetősége alapvetően meghatározza a flow munka közben való megélését. Eredményeimet leíró statisztikával és az egyes tényezők közötti összefüggések feltárására alkalmas statisztikai módszerekkel igazolom, hogy minél szélesebb képet kapjak ennek az igen szubjektív jelenségnek munkahelyi vonatkozásairól. Jelen kutatásomat a jövőben is szeretném tovább vinni és a vezetők ösztönzési módszereit, illetve azok hatékonyságát szeretném vizsgálni a munkavállalók körében.

LINZENBOLD DORISZ

dorisz.linzenbold@gmail.com

Vezetés és szervezés

MA, 4. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Réthi Gábor
tanársegéd, ME GTK*

Kultúra és versenyképesség

Kulcsszavak: kultúra; gazdasági fejlődés; versenyképesség; GLOBE kutatás

A közgazdaságtani kutatások egyik központi témája a gazdasági fejlődés mozgatórugóinak vizsgálata. Vannak olyan általánosan elfogadott tényezők, melyek érzékelhetően, közvetlenül befolyásolják a gazdasági teljesítményt, vannak azonban kevésbé kézzelfogható faktorok is, melyek közvetett módon gyakorolnak hatást a fejlődésre. Ilyen a kultúra is, mely a nemzetekbe kódolva észrevehetetlenül befolyásolja a gazdaságot alakító tényezőket. A gazdasági szereplők cselekedeteit a saját kultúrájuk szerinti értékek, világnézetek és probléma megoldási módok mozgatják, ezért eltérőek a különböző országok gazdasági kihívásokra adott reakciói, hiszen más számukra az elfogadott, más a természetes. A kultúra a nemzetek eltérő gondolkodásmódjának következményeként az országok világgazdasági pozíciójára és versenyképességére is hatást gyakorol, közvetetten indokolva ezzel a világgazdasági egyenlőtlenségeket is.

A kultúra tehát észrevétlenül befolyásolja a gazdasági fejlődést. Kutatásom célja e kapcsolat számszerűsítése. Kimutatható-e a kultúra gazdaságra gyakorolt hatása, és ha igen, milyen mértékben érvényesül? Mely komponensek fokozzák és melyek gátolják a fejlődést? A kulturális sajátosságok hatására kialakulnak-e gazdasági sajátosságok? Dolgozatomban ezekre a kérdésekre keresem a választ.

SOLYMOS ESZTER

esztsol@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 7. félév

Kaposvári Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Berke Szilárd

egyetemi docens, KE GTK

Munkahelyi motiváció, elismerés és a bérezési rendszerek kapcsolata

Kulcsszavak: Motiváció; elismerés; bérezés; továbbfejlesztés

Úgy gondolom általános, talán elsődleges problémaforrások a munkahelyen a dolgozók elégedettsége, munkához való hozzáállása, illetve a munkahelyi kapcsolatai. Rendkívül fontosnak tartom, hogy a különböző munkahelyeken megfelelő bérrendszert alkalmazzanak, a jól teljesítő dolgozókat emberileg és szakmailag is ismerjék el. Különböző motiváló módszereket alkalmazva sarkallják törekvésre a gyengébben teljesítőket.

Daniel H. Pink módszerei véleményem szerint hasznos eszközöket ad arra, hogy a dolgozó motíváltabbá váljon. Az eszközök elsősorban nem a pénzről, hanem sokkal inkább a tiszteletadásról, felelősségátadásról, vélemény meghallgatásról szólnak. Ezeket a módszereket kérdőív segítségével értékelttem. Dr. Gary D. Chapman és Dr. White tanulmánya alapján bemutattam azokat az eszközöket, melyet a munkáltató és munkavállaló egyaránt használhat az elismerés kifejezőeszközeként. A munkámhoz primerkutatóként használt kérdőív első blokkjában személyiségtesztet végeztem. 183 fő válasza alapján összeállítottam egy bővített, 157 fő alapján pedig egy szűkített esetet. A bérezési kategóriákhoz személyiségtípusokat rendeltem, változó tényező szintén az általános munkahelyi elégedettség volt. Bővített esetben minden kitöltő részt vett a vizsgálatban, szűkített esetben csak a főcsoportok, és a feltételnek megfelelő kombináció.

A vállalatoknak a profithajszolás mellett legalább akkora figyelmet kellene fordítani a dolgozókra, hiszen a munkaerő elvándorlásnak hatalmas költségei vannak. A dolgozók munkájának versenyképes fizetésekkel való elismerése, a béren kívüli anyagi és nem anyagi juttatások, komplex-felelős feladatok, jó munkahelyi körülmények gyakran megoldást adnak a dolgozók megtartására. De hosszú távon mégsem az előbb említettek a megoldások. A elismerésnyelv alkalmazása bizalmat kelt mind a dolgozóban és a vezetőkben. Az elismerésnyelvek különböző dialektusait alkalmazva javítható a munkahelyi légkör, jobban megismerik egymást a kollégák. A kiegyensúlyozott, egymást segítő légkörben az alkalmazottak sem félnek véleményt nyilvánítani. Így kevesebb félreértés adódhat a különböző munkahelyi osztályok között. Ezen átalakítások eredményeként a versenyképesség javulhat a piacon, megkönnyítheti az üzletszerzést.

PÖSTÉNYI ÁGOTA

agota.postenyi@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment BA
BA, 7. félév

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar

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

Munkahelyi motiváció vizsgálata a munka jellemzői modell alkalmazásával

Kulcsszavak: motiváció; munkakör; munka jellemzői modell

A motiváció jelentős szerepet tölt be életünkben, tulajdonképpen a sorsunkat végigkísérő tényezőről van szó. A sikereket szolgálja a munkahelyi motiváció, ami ha jelen van a munkavállalók életében, akkor sokkal hatékonyabban és lelkesebben dolgoznak, ezáltal több elismerést kapnak, így még inkább motiváltak lesznek. A munkamotiváció jelentőségét nem lehet alulbecsülni, ez mindig is aktuális téma marad a vállalatok, munkáltatók számára.

Dolgozatomban a munkahelyi motivációt vizsgálom a munka jellemzői modell által egy adott vállalatnál. A modell a munkakör újratervezésre épül, ezáltal motiválóbb és elégedettséget kiváltó munkahelyeket lehet kialakítani. Célul tűztem ki a vállalatnál az adott munkakörökben dolgozók motivációjának vizsgálatát és a munkakörök összehasonlítását a motivációs potenciál faktor alkalmazásával. Az eredeti modellben szereplő változók közötti kapcsolatot szándékoztam vizsgálni statisztikai mutatószámokkal és próbákkal.

A vizsgálatom egy már létező, Hackman és Oldham nevéhez köthető felmérésen alapszik. Az említett kutatásra építve kérdőívet készítettem, amelyet nyomtatott formában, személyesen juttattam el a vállalat adott munkaköreiben dolgozó egyénekhez. Így egy primer, kvantitatív kutatást hajtottam végre. A modell alapvető jellemzői által eredményezett kritikus pszichológiai állapotok és a személyt és munkát érintő eredmények, valamint a növekedési mutató közötti függőségi viszonyt korrelációs együttható alkalmazásával vizsgáltam. Az egyes munkakörök motivációs potenciáljainak átlagait t-próbával hasonlítottam össze.

A kutatás során keletkezett eredményeket értékeltem, összehasonlítottam a négy munkakört- adminisztrátorok, fizikai munkások, kereskedők és gépjárművezetők- a motivációs potenciál faktor alapján. Javaslatokat tettem azon munkakörök esetében, ahol az alapvető jellemzők alacsonyabb mértékben voltak jelen.

A vizsgálat alapján kimondhatom, hogy a modellben több változó is függő viszonyban van egymással, valamint a munkakörök hasonló motiváló erővel bírnak. A kereskedők a leginkább motiváltak, őket követik a gépjárművezetők, a fizikai munkások majd az adminisztrátorok.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Vezetés és szervezés II.



SZIRMAI DÁNIEL

szirmai.szakdolgozat@gmail.com

gazdálkodás menedzsment

BA, 4. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Pénzügyi és Számviteli Kar

*Témavezető:
Németh Krisztina
tanársegéd, BGE PSZK*

A family capital és a family governance manifesztációi a feltörekvők körében

Kulcsszavak: családi; feltörekvők, vállalkozás; kutatás

Dolgozatomban a családi vállalkozások és a nem családi vállalkozások közötti különbségek elméleti és gyakorlati szempontú vizsgálatát szeretném elvégezni, egyrészt a vonatkozó hazai és nemzetközi szakirodalomra építve, másrészt a fuvarozó iparra vonatkozó konkrét vállalati gyakorlatra alapozva. Célul tűzöm ki a családi vállalkozói létből adódó sajátos üzleti magatartás vizsgálatát, ennek előnyeit és hátrányait kvalitatív és kvantitatív technikákra építve.

A dolgozat első egységében rá szeretnék világítani a családi vállalkozások sokszínűségére, ezáltal a pontos definiálásukkal kapcsolatba régóta fennálló problémákra, illetve kitérni a családi vállalkozások nemzetgazdasági fontosságára hazánkban és az Európai Unió tagországaiban egyaránt (Mandl, 2009). A dolgozat elméleti részéhez kapcsolódva a családi vállalkozások különböző típusainak főbb sajátosságait kívánom hangsúlyozni, valamint a családi jelenlétből adódó sajátos erőforrásokat és esetleges hátrányokat igyekszem bemutatni a feldolgozott irodalmak alapján.

A munkám második egységében a Figyelő Feltörekvő 200-as listáját fogom elemezni. Kitérek a listára való felkerülési feltételekre, valamint a rangsorolás szempontjaira, és a listán szereplő közepes méretű vállalkozások pénzügyi és egyéb (pl. földrajzi/regionális struktúra) jellemzőire különböző leíró statisztikai metodikákra alapozva. Elemzem a dinamikusan fejlődő cégeket tulajdonosi és menedzsment struktúra, növekedési és pénzügyi mutatók (jövedelmezőség, tőkestruktúra) alapján, rámutatva a listán szereplő állandó/visszatérő szereplők jellemzőire és az újonnan felkerültek körére is.

Bemutatom az általam alkalmazandó ún. kevert kutatási módszer jellemzőit, sajátosságait. Kvantitatív elemzés során vizsgálom a pénzügyi mutatószámokat a vagyoni, pénzügyi és jövedelmezőségi, illetve növekedési indikátorok alapján a dinamikusan fejlődő toplistas magyarországi cégek körében. Értékelem a vagyoni helyzetet, a tőkestruktúrát, a növekedést, valamint a nemzetközi teljesítményt, a 2011-2014. év mutatószámai alapján, rámutatva a családi és nem családi vállalkozások teljesítménydifferenciáira.

Ezt követően a kvalitatív elemzéshez, a Figyelő Feltörekvő 200-as listájáról kiválasztott három családi vállalkozás vezetőjével végzett mélyinterjút fogom elemezni. Bemutatom a családi jelenlét különböző formáit, valamint az ezekből adódó előnyöket és sajátosságokat.

BARCSAY ZSOMBOR

barcsay.zsombor@gmail.com

Műszaki menedzser

BSc, 7. félév

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi

Egyetem

Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Pataki Béla

egyetemi docens, BME GTK

A Müpa Budapest Kft. szervezetének bemutatása és változtatási kapacitásának vizsgálata

Kulcsszavak: Müpa; Változtatás; Kultúra; Menedzsment;

Dolgozatomban a Müpa (Művészetek Palotája) Budapest Nonprofit Kft. szervezeti felépítésének ismertetése, makro- és versenykörnyezetének bemutatása után, a szervezet változtatási kapacitását vizsgáltam. A vizsgálat során Buono és Kerber kérdőíves módszerét alkalmaztam, mely segítségével felmérhető, hogy a szervezet egy adott (akár még nem fennálló) probléma fellépése esetén, tud-e alkalmazkodni, illetve változni, reagálva a kihívásokra, nehézségekre.

A vizsgálat megkezdése előtt meg kellett határoznom, hogy mi számít innovációnak egy kulturális intézményben. Ennek az volt az oka, hogy a vizsgálat elvégzése közben arra a következtetésre jutottam, hogy a Müpa szervezetének változtatásai többnyire egy-egy újfajta, az alapító okiratoktól eltérő produkció létrehozatala közben, vagy az ügyvitel racionalizálása alatt történik meg. Ezeket azért volt fontos megállapítanom, mert így tudtam meghatározni a vizsgálatomban megkérdendők körét is.

A kérdőíves módszert, mely alapvetően iparvállalati környezetre lett kifejlesztve, átalakítottam a Müpa speciális környezetére úgy, hogy megfogalmazásai értelmezhetők legyenek az ott dolgozók számára, miközben a változtatási kapacításra vonatkozó szakmai tartalma sértetlen marad. Az általam átdolgozott kérdőívet a Müpában különböző területeken vezető tisztséget betöltő menedzserekkel tölttettem ki. Az eredmények vizsgálata során több meglepő érvényű következtetésre jutottam, az egyes részlegek vezetőinek eltérő gondolkodásmódját illetően, továbbá megállapítottam, hogy mely területekre kellene több figyelmet fordítania a Müpának, hogy tovább tudja emelni a jelenleg is színvonalas szakmai munka szintjét.

BILICZ DÁVID

bilicz.david@gmail.com

Vezetés és Szervezés

MA, 3. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

BÉRES HANGA

hanga92@gmail.com

Vezetés és Szervezés

MA, 3. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Mészáros Ádám

Adjunktus, BCE GTK

Egy korty növekedés: At AB InBev-SABMiller felvásárlás mögötti döntés elemzése

Kulcsszavak: Felvásárlások és összeolvadások; Növekedési potenciál; SABMiller; AB InBev

2015 végén a piacvezető sörgyártó AB InBev hivatalos árajánlatot tett egyik legnagyobb versenytársa, a SABMiller felvásárlására, s mint kiderült, az ügylet végül a söripar történetének legnagyobb felvásárlását eredményezte. Jelen dolgozat célja e felvásárlás mögötti motiváció, illetve a felvásárlásról való döntéshozatal elemzése. Kutatásunk során azt elemeztük, hogy milyen szempontokra alapozva választotta ki az AB InBev felvásárlásának alanyát, illetve más versenytársak mennyire lettek volna kielégítő választás. Hogy a témakör komplexitását kellően meg tudjuk ragadni, az alábbi két hipotézist állítottuk fel:

Az AB InBev számára a SABMiller felvásárlása biztosította a legnagyobb növekedési potenciált.

Amikor az ABInBev különböző felvásárlási célpontok között mérlegelt, a SABMiller választásában különösen erős szerepet játszottak a jövőbeli növekedési lehetőségek.

Elemzésünkhöz elsősorban közelmúltbeli pénzügyi indikátorokat és adatokat használtunk, kiemelkedő figyelmet fordítva például profitabilitási mutatóknak és az immateriális eszközértéknek, ezen felül pedig jövőbeli növekedési lehetőségeket is számításba vettünk, így vonva le következtetést arra vonatkozólag, hogy mi lehetett volna a legjobb döntés az AB InBev számára. Kutatásunk alapjául forrásként egyrészt söripari vállalatok éves beszámolóit, valamint az iparág növekedésével foglalkozó előrejelzések szolgáltak, másrészt további primer forrás gyanánt iparági és területi szakértővel is készítettünk interjút. Az összegyűjtött adatok elemzéséből azt a következtetést vontuk le, hogy a SABMiller valóban a legjobb felvásárlási célpontnak mutatkozott az AB InBev számára – mind az iparágban szokásosan használt mutatókat, mind pedig a kutatásunk során kidolgozott saját mutatószámainkat figyelembe véve.

PAPP BRIGITTA NIKOLETTA

p.brigus11@gmail.com

Vezetés és szervezés

MSc, 3. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

*Dr. Konczosné Dr. Szombathelyi Márta
egyetemi docens, SZE GK*

Családi társasjáték: A generációváltás mérföldköveinek vizsgálata családi vállalkozások esetében

Kulcsszavak: vezetés; menedzsment; vállalkozás; család; generációk

A családi vállalkozási forma különlegessége vitathatatlan. Kettőssége az összefonódás során megszűnik és eggyé válik: a család, a társadalom egységeként, a vállalkozás a gazdaság egységeként jelenik meg a családi vállalkozásokban (Bogáth, 2013). Az összefonódás következménye, hogy a családi vállalkozásoknak gyors stratégiai változásokon kell átesniük, amennyiben az utódlás kopogtat ajtajukon (LeMar, 2014). Mind változásmenedzsment szempontból, mind tudásmenedzsment szempontból szükséges a tervezés (Smyrnios et al., 2013). Fontos, hogy ez az előkészítő folyamat mindkét területen megalapozott módon történjen. Ha számolnak az utódlás érintett szereplői a tervezéssel, nagyobb valószínűséggel járnak sikerrel (Bogáth, 2014).

Az egyes generációk értékrendje más és más, ám minden generáció együtt kell, hogy dolgozzon, fókuszba kell helyezni az igényeket (Schlippe et al., 2011). Olyan optimális helyzetre kell tehát törekedni, hogy a kooperáció során mindjárt fél win-win helyzetbe kerüljön (Groth et al., 2013), amelynek megoldó kulcsa az értékközpontú menedzselés. A fiatal munkatársaknak másfajta vezetésialapelvekre van szükségük, mint a korábbi nemzedékeknek. Egyre fontosabbá válnak az olyan vezetői készségek, mint az empátia, párbeszéd és coaching (Stock & Homburg, 2013). A holnap vezetőjének emellett egy digitális gondolkodásmódot is ki kell alakítania magának: az egyre fokozódó digitalizáció miatt a digitális kompetencia a vezetői lét egyik alapfeltétele lesz (Weigel, 2016). Nem vonatkoztathatunk el az időeltolódás jelenségétől, amely szerint a generációváltás a digitalizáció kiteljesedésével érkezik hazánkba. A hazai családi vállalkozások felzárkóztatásához használnunk kell a technológiát, de nem válhatunk azzá (Biró, 2016).

Szinte minden nemzetgazdaságban a legeredményesebb vállalkozási formaként jelennek meg a családi vállalkozások (Klett, 2005). Mind a nemzetközi piac színterén, mind hazai viszonylatban gazdaságélénkítő hatással bírnak, így fontos az állami szintű támogatások finanszírozása, amelyet az Európai Unió is sürget.

HAJDU ÉVA

hajduevi15@gmail.com

Vállalkozásfejlesztés szak

MSc, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Gályász József

Egyetemi docens, tanszékvezető, PhD, DE GTK

Klaszterszolgáltatás fejlesztés a Pharmapolis Innovatív Élelmiszeripari Klaszter vizsgálatán keresztül

Kulcsszavak: klaszter; innováció; fejlesztés; önértékelés; K+F

A gazdasági, társadalmi és politikai folyamatok hatásai a világ minden pontján változáson mentek keresztül a globalizáció során, melyek új fejlődési tendenciákat indítanak el és idéznek elő. Az innováció korunk újdonsága, mely ma már alapjait képezi a vállalkozások működési filozófiájának. Fontos lépés az egyetemek, vállalatok, kutatóintézetek részéről, hogy részt vegyenek, valamint bekapcsolódjanak a mindennapi fejlesztésekbe és lépést tartsanak a fejlődéssel. Dolgozatomban az innovációs fejlődésre alapozva fogalmaztam meg kutatási kérdéseimet. A Pharmapolis Innovatív Élelmiszeripari Klaszter együttműködésével arra kerestem a választ, hogy egy klaszterszervezet miként tud segítséget nyújtani klaszter tagvállalataink, és milyen szolgáltatásokra van szüksége, hogy versenyképes, erős szervezetként jelenjen meg az iparág piacán, mint klasztervállalat. Feltérképeztem már működő hazai és nemzetközi klaszterszervezetek szolgáltatásnyújtási struktúráját, ezzel benchmark módszerrel keresve az új ötleteket a fejlesztéshez. Továbbá azt vizsgáltam, hogy melyek azok a területek egy vállalaton belül, amelyek alapvetően meghatározóak a vállalat fejlődése és innovatív jövője szempontjából. Vizsgálatomban egy saját modellt létrehozva foglaltam össze, hogy melyek a legfontosabb értékláncon és innovációs folyamaton alapuló tevékenységek. A komponenseket részekre osztottam és vállalkozásfejlesztő szemszögből értékeltem, hogy miként válhat egy vállalatból modern vállalat napjainkban. Javaslatteleimben egy önértékelési ajánlás elkészítését vázoltam fel, amely segítséget nyújt a tagvállalatok fejlődéséhez. Következtetésemben meghatároztam, hogy a klasztervállalatok számára leginkább fejlesztendő terület a belső kommunikáció fejlesztése és a tudásáramlás korszerűsítése a klaszteren belül.

HOFFMANN JANKA ENIKŐ

janka210@gmail.com

Pénzügy MSc

MSc, 5. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

MOLNÁR ZSÓFIA

zsofiamolnar1027@gmail.com

Számvitel

MSc, 1. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bodnár Viktória

egyetemi docens, BCE GTK

Kontrolling a non-profit szektorban - kórházi esetek

Kulcsszavak: kontrolling, nonprofit szektor, teljesítménymérés, egészségügy, kórház

A nonprofit szektor egyre nagyobb szerepet játszik a társadalomban, mind a munkavállalók arányát tekintve, mind azt, hogy a megtermelt szolgáltatásoknak hányadrésze származik innen. Ennek ellenére számos botrány lát napvilágot újra meg újra arról, hogy visszaéltek alapítványi erőforrásokkal (többnyire pénzzel), és nem arra használták, amire rendeltetése szerint kellett volna. Bár a nonprofit szektor természetében más, felmerül a kérdés, hogy vajon a hagyományos kontrolling módszerek is nehezebben alkalmazhatóak-e vagy sem. Úgy gondoljuk, hogy ebben a szektorban is elengedhetetlen a célok kijelölése, tervszámokban való leképezése és riportolása. Ez teremt ugyanis lehetőséget annak, hogy racionális alapokon szülessenek a beruházási döntések, a nettó tőkebeáramlás értéke, időzítése és bizonytalansága mérhető legyen, és hatékonyan használják fel a vállalat erőforrásait. Ezek alapján kijelenthető, hogy a kontrolling általános szükségessége nem függ a finanszírozástól és gazdasági irányultságtól, a kérdés inkább az, hogy mi ennek a megfelelő formája. Dolgozatunkban tehát főként arra a kérdésre kerestük a választ, hogy használható-e a hagyományos kontrolling definíció és eszköztár a nonprofit szektorban is, és ha nem akkor mit kell tenni ahhoz, hogy a működés és a teljesítmény ellenőrizhető legyen.

A dolgozatban a kontrolling fogalmának és a nonprofit szektor főbb jellemzőinek rövid bemutatása után, bemutatjuk a főbb eltéréseket a nonprofit, forprofit és a közszféra között. Majd ez után megvizsgáltuk a hagyományos kontrolling eszközök működőképességét a szektorban, valamint a kontrolling alapvető funkcióit torzító jellemzőket. Az elméleti keretet egy gondosan felépített gyakorlati vizsgálattal egészítettük ki, mely során az egészségügyi iparág szereplőit vizsgáltuk meg, három különböző és működésében jelentősen eltérő kórház példáján keresztül. A készített interjúk, és a vizsgálat során tapasztalt kontrolling rendszerek összehasonlítása után, levontuk a következtetéseinket a nonprofit szektor teljesítménymérésének jelenlegi helyzetével és potenciális lehetőségeivel kapcsolatban.

PÁL MÁRIA

pal.maria135@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 5. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Kosztyán Zsolt Tibor

Egyetemi docens, PE GTK

Mátrixos projekttervezés - Kiút a hagyományos szemlélet hálójából

Kulcsszavak: projektmenedzsment, multiprojekt tervezés, erőforráskorlátok

Napjainkban a vállalkozásoknak egyre több kihívással kell megküzdeniük projektjeik kezelése során. Míg a projektek sikeres végkimenetele kiemelkedően fontos a gazdasági célkitűzések elérése szempontjából, sajnos a "sikertörténetnek" tekinthető projektek aránya gyakran alacsony marad. Nemcsak a gyakran változó gazdasági környezet kihívásainak való megfelelés nehézsége, hanem a projekt sajátosságainak megfelelő menedzsment szemlélet, és ezzel együtt az alkalmazott projekttervezési eszközök helytelen kiválasztása is állhat a sikertelenség hátterében.

A projektmenedzsment nagy múltra tekint vissza, hagyományos eszköztárát mintegy 50 éve alkalmazzák projekttervezésre. Az újonnan előtérbe került megközelítések azonban új kihívások elé állították a projektmenedzsmentet, világossá vált a hagyományos módszerek alkalmazásának elégtelensége. Ennek eredményeképpen kifejlesztésre került a mátrixos projekttervezés. Mátrixok segítségével a projektek tervezésénél már olyan problémákat is meg tudunk oldani, amelyek a hagyományos eszköztárral nem voltak lehetségesek.

A vállalkozásoknál azonban jellemzően nemcsak egy projekt fut egyidejűleg. A multiprojektek meghatározott számú erőforráson és rendelkezésre álló költségvetésen osztoznak, mely korlátoknak a multiprojekt-menedzsment hatékonyabban tud megfelelni, mintha egyedileg terveznék az egyes a projekteket a komplex és többszintű környezetben.

Dolgozatomban a projektek és a projektmenedzsment, a projekttervezési eszközrendszer ismertetése mellett a gyakorlati részben egy patológiai projektekből álló multiprojekten keresztül mutattam be a mátrixos projekttervezés alkalmazásának lehetőségét és előnyeit. A lehetséges projektváltozatok generálását, mátrixban való megjelenítését követően létrehoztam egy 6 alprojektből álló multiprojektet, melybe véletlenszerűen kerültek be az alprojektek, és a lehetséges késleltetések. A multiprojekteken vizsgálatokat, összehasonlításokat végeztem, kiemelt figyelmet fordítva az erőforrásigényekre. Azért erre a területre helyeztem hangsúlyt elemzéseim során, mert a választott projektet a mindennapi tevékenysége során gyakran megvalósító cégnek, az optimális erőforrásfelhasználás okoz leginkább nehézséget a működés során. Az erőforrás-optimálásra szimulációt végeztem, és az elért eredményeket a dolgozatomban összefoglaltam és értékeltem.

SZILÁGYI ZSUZSA

sz.zsumert@hotmail.com

Vezetés és szervezés MA

MA, 4. félév

Miskolci Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Berényi László

egyetemi docens, ME GTK

STAGE – egy szervezeti struktúra-váltás színtere

Kulcsszavak: változásmenedzsment; szervezetefejlesztési projekt; autóiipari beszerzés; központosítás; decentralizálás

„Gondolkodjunk portfólióban!” – jellemző manapság. Ez annyit tesz, hogy egy vállalat egyes üzletágai is egy-egy egységét képezik ennek a portfóliónak. Így „minden további nélkül” leválaszthatóak az anyavállalatról. Ez történik az egyik miskolci érdekeltséggel is rendelkező multinacionális cég életében is, amelynek egyik autóiipari üzletága fél-egy éven belül önálló gazdasági társasággá alakul. Komoly strukturális átalakítást von maga után az átszervezés, különösen a shared service-ek esetében, mint amilyen az autóiipari központosított beszerzési szervezet. A kérdés, hogy hogyan lehet ezt jól csinálni?

Mivel jómagam is ennek a szervezetnek a munkatársa vagyok, a dolgozatban tapasztalataimat és a tanultakat egybevetve kívánok erre a kérdésre választ adni. A beszerzési szervezet már működött divízionális és centralizált formában is, most egy olyan divízionális megoldás kidolgozása a cél, amely magába foglalja a centralizált szervezet lehető legtöbb előnyét. Az első oldalakon ennek megfelelően a különböző működési megvalósulások kerülnek kritikai értékelésre. Valamint a változásmenedzsmentről is szót kell ejteni, hiszen nemcsak a strukturális tényező van jelen egy szervezet életében.

Az elméleti kérdések rövid összefoglalása után a dolgozat inkább a gyakorlatra helyezi a hangsúlyt, a következő nagyobb gondolati egységben röviden bemutatásra kerül a bázisszervezet, annak is specifikáltan a beszerzési tevékenysége. Különböző megoldási javaslatokat lehet készíteni azokból a szempontokból, hogy hogyan osztjuk fel a feladatokat az új szervezetben, milyen költségekkel jár a változás, hogyan kezeljük eközben az embereket, a központi adatbázisokról hogyan lehet leválni és mindezt a változást milyen időtartamra ütemezzük be. A feladat-felelősség-hatáskör felosztás kérdésében bevonom kollégáim véleményét is az értékelésbe, valamint a végső ajánlás megalkotásába.

A dolgozatban vizsgált projekt – az új szervezet kialakítása – jelenleg is zajlik, pontosabban tervezési fázisban van. A változás kezelésére és az új szervezeti formára tett ajánlás valódi értékkel bírhat a döntéshozók számára. Zárásként ezt a koncepciót és a dolgozat következtetéseit foglalom össze.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Világgazdaság



LANTOS LILI

lililantos4@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Erdey László
egyetemi docens, DE GTK*

A BRICS országok jelenléte Afrikában

Kulcsszavak: BRICS; vállalatok; beruházások; Afrika; energiaforrások

Dolgozatom célja, hogy a különböző BRICS országok Afrikával való kapcsolatát bemutassam. Azért ezekre az országokra esett a választásom, mert egyre nagyobb szerepet töltenek be a világgazdaságban, aktívan részt vesznek annak alakításában, elsősorban beruházásaik révén. Az afrikai kontinens pedig rengeteg lehetőséget nyújt a befektetők számára (nyersanyagok, hatalmas felvevőpiac a feltörekvő gazdaságok iparcikkei számára).

Az általam tanulmányozott gazdasági dimenziók főleg az országok közti történelmi kapcsolatok alakulására, a külföldi közvetlen tőkeberuházásokra (FDI) és az azokat végrehajtó legjelentősebb állami vagy magánvállalatok konkrét befektetéseire terjedtek ki. Itt a legtöbb helyen külföldi forrásokat, valamint az UNCTAD és az OECD adatbázisát használtam. Ezek mellett, minden ország esetében megvizsgáltam azokat az ösztönzőket, amik a háttérből irányítják ezen feltörekvő országok afrikai behatolás-politikáját; valamint az általuk, a térségben alkalmazott stratégiákra is kitértem.

Kutatómunkám során az alábbi következtetést tudtam levonni: a BRICS országok mindegyikének 3 alapvető célja van a régióban – minél több nyersanyagot szerezni, felvevőpiacot biztosítani termékei számára és világhatalmi pozícióját erősíteni az ENSZ segítségével –, ezen felül megállapítást nyert, hogy az Afrikába irányuló befektetések nagy részét a BRICS országok multinacionális vállalatai végzik, gyakran a helyi cégek bevonásával, vegyesvállalati formában. A különböző országok Afrikában alkalmazott stratégiái között azonban akadnak eltérések.

Végső következtetésként pedig kitűnt, hogy amennyiben a fekete kontinens országai követnék Dél-Afrika példáját, erős központi irányítást és fejlett jogrendszert sikerülne kiépíteniük, sikeresebben tudnák hasznosítani a BRICS országokból a régióba érkező tőkét.

BIRÓ FLÓRA PANNA

biro.flora92@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MA, 4. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezetők:

Dr. Erdey László

tanszékvezető egyetemi docens, DE GTK

Márkus Ádám

PhD hallgató, DE GTK

A jó kormányzás hatása a közvetlen külföldi tőkebefektetésekre Latin-Amerikában

Kulcsszavak: FDI; kormányzás; gravitációs modell; PPML; Latin-Amerika

Dolgozatomban a jó kormányzást mérő mutatók külföldi közvetlen tőkebefektetésekre gyakorolt hatását tanulmányoztam latin-amerikai országok példáján keresztül. A fellelhető szakirodalom szerint a kapcsolat alapvetően pozitív, tehát a jó kormányzás vonzó tényező. Latin-Amerika és egyéb fejlődő országok vizsgálatánál, viszont nem egyértelmű a kapcsolat, ellentmondásos eredményeket tapasztalnak a kutatók. A tanulmányban pozitív kapcsolatot vártam a Worldwide Governance Indicators és az FDI között a küldő országok, és ellentétes vagy pozitív kapcsolatot a fogadó országok esetében.

Több elmélet foglalkozik annak magyarázatával, hogy miért lehet vonzó, ha például magas a korrupció a fogadó országban, ugyanígy indokolható taszító hatása is. Ahhoz, hogy jól értelmezhető eredményeket kapjunk szükséges leszűkíteni a vizsgált országok csoportját. Ilyen módon esett a választásom Latin-Amerika országaira mint fogadó országokra, és a legnagyobb FDI exportőrökre mint küldő országokra.

Annak ellenére, hogy a régóta beáramló FDI viszonylag magas, amit magyarázhat az országok fejlettsége, nyersanyagtartalékaik és történelmi kapcsolataik fejlett nyugati országokkal, mégis kevés vizsgálat foglalkozik azzal, hogy milyen egyéb tényezők határozhatják meg a beáramló tőkét. Jelen esetben az is fontos tényező lehet, hogy milyen időintervallumot vizsgálunk, ugyanis a 20. század végén a tőkeáramlásokat más viszonyok jellemezték, mint a 21. század első évtizedében.

Kutatásomban arra kerestem a választ, hogy továbbra is érvényesek-e a legtöbb elmélettel és empirikus vizsgálattal ellentétes eredmények a régióban. Korábbi tanulmányokra alapozva kívántam pontosabb képet alkotni arról, hogy mi a magyarázat az ellentmondásos kapcsolatra, főként a korrupció és FDI között. A vizsgálathoz a gravitációs modellt használtam, ami szintén újszerűnek számít az FDI tanulmányozásában. Az alapmodell változóin kívül bevontam a WGI mutatókat, melyeket külön modellekben teszteltem a multikollinearitás elkerülése végett. Különböző modellspecifikációkat és panelbecslési eljárásokat hasonlítottam össze. A legjobb modell eredményei szerint nem minden esetben számít a jó kormányzás, de többnyire vonzó tényező.

LOVAS VIKTÓRIA

ninohungary@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Erdey László

egyetemi docens, DE GTK

A kínai működőtőke-befektetések szerepe a világgazdaságban

Kulcsszavak: Kína; működőtőke-befektetés; kínai működőtőke-befektetések; a működőtőke-befektetések hatásai; kínai vállalatok a világban

A világ második legnagyobb nemzetgazdaságának jelentőségét nemcsak a világkereskedelemben, a globális pénzpiacokon és a nemzetközi szervezetekben betöltött szerepének köszönheti, hanem tőkepiaci szerepvállalásainak is, amelyekből különösen jelentősek működőtőke-befektetései.

A kínai FDI befektetések megértésének érdekében először a legfontosabb működőtőkével kapcsolatos elméleteket és az FDI globális trendjeit, majd a kínai gazdasági fejlődés szempontjából kiemelkedő jelentőséggel bíró gazdasági nyitást vizsgáltam.

Ezt követően kutatásom során arra kerestem a választ, hogy melyek azok a legfontosabb motivációk, érdekek és egyéb tényezők, amelyek meghatározó szerepet játszanak a befektetések szempontjából, milyen trendek jellemzik a befektetéseket, valamint milyen hatással vannak a különböző célországokra a befektetések.

Kína sajátosságának köszönhetően közvetítő szerepet tölt be a fejlődő és fejlett országok között, emellett jellegüknél fogva az FDI befektetéseket két csoportra lehet osztani – a „hagyományos” és az „új keletű” befektetések csoportjára. Így elsőként az Afrikába és Latin-Amerikába irányuló befektetéseket vizsgáltam, amelyek jellemzően a különböző nyersanyag- és energiahordozók kinyeréséért, illetve a helyi infrastruktúra fejlesztéséért folynak, szorosan összeolvadva a különböző energiahordozók megszerzéséért nyújtott kedvezményes hitelekkel (tehát „hagyományos befektetések”). Ezt követően az USA-ba és az EU-ba irányuló befektetéseket tanulmányoztam, amelyek jellemzően a tudásintenzív iparágakba irányulnak, a különböző fejlett termelési eljárások, technológiák, vezetési rendszerek, szakképzett munkaerő, elosztási csatornák és egyéb fontos tényezők megszerzésének érdekében, hogy a globális értékláncban mára magasabb helyet elfoglaló kínai vállalatok képesek legyenek megőrizni versenyképességüket a világpiacon (azaz „új keletű” befektetések).

A vizsgált célországokat érő hatásokkal kapcsolatosan legfontosabb pozitívumként kiemelhető, hogy a működőtőke-befektetéseknek jellemzően jólétnövelő és kereskedelem teremtő hatása van, emellett fontos szerepet játszanak a fejlődő országok integrálásában is. A legfontosabb negatívum pedig az, hogy ha az adott országba túl sok kínai működőtőke-befektetés érkezik, az ország elveszítheti szuverenitását, emellett a fejlődő országok esetében különösen fennáll az eladósodás veszélye is.

PARÓCZAI ANIKÓ

aniko.paroczai@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 7. félév

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Czeglédi Pál

egyetemi docens, DE GTK

A szingapúri csoda: növekedés egy politikailag csak részben szabad országban

Kulcsszavak: politikai szabadság; gazdasági szabadság; gazdasági fejlődés; növekedés

Vajon van-e kapcsolat a demokrácia illetve a gazdasági fejlődés között, ha igen akkor milyen, ha nem akkor miért nincs? Kutatásom során arra keresem a választ, hogy az autokráciákban elérhető-e gazdasági fejlődés. A politikai szabadság és a gazdasági növekedés között pozitív korrelációt fedezhetünk fel. Azonban ez nem jelenti azt, hogy a nagyfokú politikai szabadság szükséges feltétele a gazdasági növekedésnek, hiszen láttunk már országokat, ahol alacsony politikai szabadsághoz magas gazdasági növekedés társult. Erre tökéletes példa Szingapúr. Az oroszánváros az 1960-as évek elején még inkább a harmadik, semmint az első világhoz tartozó államnak minősült, azonban néhány évtized alatt a világon az egyik leggyorsabb növekedési pályáját bejárt ország lett. Szingapúr a Freedom House indexe szerint politikailag csupán részben szabad ország.

A politikai szabadság mellett a gazdasági szabadság mértékével is foglalkoznunk kell, ha a gazdasági növekedést szeretnénk elemezni. A gazdasági szabadság és a gazdasági növekedés között sokkal szorosabb a korreláció, a magasabb gazdasági szabadság, magasabb gazdasági növekedéshez vezet. Szingapúr pedig gazdasági szabadságát tekintve a dobogó második helyén áll.

Dolgozatomban arra kerestem a választ, hogy Szingapúr milyen feltételek mellett járhatta be például értékű növekedési pályáját. Megvizsgáltam a rendelkezésre álló statisztikai adatokat, történelmi példákat, és ezekből igyekeztem következtetéseket levonni.

Az ország gazdaságát megvizsgálva arra a következtetésre jutottam, hogy Szingapúr gazdasága alapvetően a közvetlen külföldi tőkebefektetésekre épül. Az ország növekedéséhez szükség volt az aktuális világgazdasági tendenciák gyors felismerésére, előrejelzésére, illetve az ezekhez a folyamatokhoz igazodó stratégiák kialakítására. Az aktív kormányzati szerepvállalás az éppen élénkítendő kormányzati szektorokban, a különböző kormányzati ösztönzők is motivációt jelenthettek a külföldi befektetőknek. Továbbá fontos még kiemelni a nagyfokú gazdasági szabadságot, illetve a befektetőbarát közeget. Utóbbit a Doing Business jelentés is alátámasztja, ahol Szingapúr évek óta az első helyen szerepel.

STEFKA DIÁNA

stefkadia@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BSc, 5. félév

Széchenyi István Egyetem

Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Bándy Katalin

egyetemi adjunktus, SZE GK

Az Egyesült Arab Emírségek gazdasági fejlődése

Kulcsszavak: gazdaság; olaj; diverzifikálás; külkereskedelem; fejlődés

Az OTDK dolgozatom témája az Egyesült Arab Emírségek gazdasági fejlődésének bemutatása, amelynek a legfontosabb kérdése, hogy az olajkorszak után fenntartható-e az ország gazdasági és társadalmi növekedése. A dolgozatomat három fő részben mutatja be, az ország eddigi fejlődését és a jövőre vonatkozó legfontosabb célkitűzéseket.

Az első részben a Golf-öböl menti ország gazdasági mérőföldkövei bemutatják az eddigi gazdasági és társadalmi fejlődést, illetve a 2008-as gazdasági világválság negatív hatásait az Emírségek gazdaságára.

A második rész az Egyesült Arab Emírségek jövőbeni célkitűzéseit mutatja be, azaz a legfontosabb gazdasági programokat és fejlesztéseket, amelyek középpontjában a gazdaság diverzifikálása áll. Az ország az elmúlt 10 évben kezdte el a nem olaj ágazatok fejlesztését, amelyek 2015-ben már a GDP 70%-át adták. A gazdaság megosztása mellett kiemelt szerepe van az a gazdasági és társadalmi egyenlőtlenségek csökkentésének a hét Emírség között, amelynek az oka, hogy az egyes Emírségek eltérő olajkészletekkel rendelkeznek, így míg Abu Dhabiban folyamatosan növekedett az életszínvonal Umm Al Quwain és Ras al-Khaimah leszakadt a növekedésben.

A harmadik része a dolgozatomnak Magyarország és az Emírségek kapcsolatát mutatja be. Az Egyesült Arab Emírségek egyre nagyobb hangsúlyt fektet a külkereskedelmi kapcsolatok bővítésére. A két nemzetgazdaság kapcsolata 2014-óta folyamatosan növekszik, amely remek lehetőséget nyújt a magyarországi KKV-k számára, hogy az exportlehetőségeiket kibővítsék.

Habár az Egyesült Arab Emírségek gazdaságában még ma is nagy részesedése van az olajnak, a jövőre vonatkozó programok és fejlesztések lehetővé teszik, hogy az új húzóágazatok bevételeire alapozzák a gazdasági és társadalmi fejlődést és a gazdasági kitettség veszélyeit megszüntessék.

STIRBER TAMÁS

stirbi77@gmail.com

Közgazdaságtan és vállalati menedzsment

MSc, 9. félév

Selye János Egyetem

Témavezetők:

\$temavezeto_nev\$

\$temavezeto_beosztas\$, \$temavezeto_munkahely\$

Az Európai Unió és Kína közötti kereskedelem elemzése

Kulcsszavak: nemzetközi kereskedelem; behozatal; kivitel; külföldi működőtőke beruházás

Sokakban felmerülhetett a kérdés, hogy miért épp Kína és az Európai Unió nemzetközi kereskedelmét választottam a Tudományos diákköri munka témájának. A válasz egészen egyszerű: Kína a XXI. században olyan rohamosan fejlődik és terjeszkedik, hogy befolyása a világgazdaságban egyre nagyobb. Idők kérdése és a többi nagyhatalmat a háta mögött hagyva világhatalomra törhet. A Tudományos diákköri munkánkban a terjedelmi korlátok miatt csak a főbb gazdasági mutatókkal szeretnénk szemléltetni Kína és az Európai Unió közt zajló nemzetközi kereskedelem nagyságát és az Európai Unió gazdaságára kifejtett hatását. A Tudományos diákköri munka kitér Kína folyamatos gazdasági fejlődésére, valamint az Európai Unióval kialakított kereskedelmének folyamatos növekedésére. A köznapis emberek ebből a gyors fejlődésből csak annyit tapasztalnak, hogy nap mint nap egyre többször találkoznak "Made in China" felirattal rendelkező fogyasztási cikkekkel, ugyanakkor ez ennél jóval több, komoly hatással van mindez a világgazdaságra. Az Európai Unión belül egyre több országban jelennek meg kínai multinacionális vállalatok, amelyek egyaránt Kína „messzire nyúló kezét” sejtetik, melynek tapasztalhatók pozitív és negatív hatásai egyaránt. Pozitív hatásként megemlíthetjük az új munkahelyek teremtését, mely napjainkban nagyon fontos tényezővé vált. Kína a világ "feldolgozó üzemének" nevezett országa a sikeres reform politikának köszönhetően beáramoltatta a külföldi tőkét és így szépen lassan, de folyamatosan elindult a modern kornak megfelelő fejlett ipart tulajdonló ország rögzös útján. Ez az átváltozás legfőképpen a dél-keleti part mentén található nagy városokban volt szemmel látható, melyek a szocialista képet mutató gyárakkal körülölelt városokból fejlett metropoliszokká alakultak át. Lehet, hogy Kína az egyik leggyorsabban fejlődő ország a világban, viszont ennek negatív hatásairól még nem tettünk említést. Vegyük példának az egyre erősödő korrupciót és a társadalmi egyenlőtlenségek növekedését, melyek mellett ott van még a hatalmas környezetszennyezés, amely napjainkban jelentős kulcskérdéssé vált, és ez globális problémát jelent a világ maradék részére nézve.

DRABAN CZ ÁRON

aron.drabancz@gmail.com

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Berde Éva
egyetemi docens, BCE KIK*

Kína a demográfiai átalakulás tükrében

Kulcsszavak: demográfia, Kína, egygyermekes politika

A kínai GDP várható növekedési kilátásait az utóbbi egy évben komolyan visszavágták. 2015 augusztus óta a kínai „hard-landing” körüli félelem a tőzsdei mozgások egyik meghatározó fundamentuma és így fontos hatással van az összes ország monetáris döntéseire is (pl. FED kamatemelés elhalasztása szeptemberben). Kínához kapcsolódó másik friss hír, hogy az egygyermekes politikát véglegesen eltörölték, a csökkenő teljes termékenységi mutató már a gazdaságot is alapvetően befolyásolja a munkaerő-utánpótlás beszűkülésével. Dolgozatom kutatási motivációját ezen aktualitások adták. Dolgozatomban megvizsgálom, hogy a lassuló kínai GDP növekedésben mennyire jelentős a munkaképes korúak lassan tetőző száma és az „előregedő Kína” gyors megjelenése. Továbbá elhelyezem globális térben, hogy valójában mekkora teher az előregedés Kínában. Bemutatom a kínai demográfiai átrendeződés gazdasági következményeit egy egyszerű Solow-moddal, valamint a jövőbeli folyamatokat is elemzem. Ezen túl két, a demográfiai átalakuláshoz köthető jelenséget veszek górcső alá (megtakarítási ráta, oktatás), megpróbálom megvizsgálni ezen két tényező növekedéshez való hozzájárulását. A kutatásban összességében megállapítom, hogy az egygyermekes politikai érdeemben növelhette az egy főre jutó GDP növekedését az elmúlt években, ám mára már az egygyermekes politika negatívan hat a gazdaságra a túl gyors előregedéssel párhuzamban.

PAULITSCH MARCELL
marcell.paulitsch@evk.hu
Gazdálkodás és menedzsment
BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:
Dr. Kállay László
Egyetemi docens, BCE GTK

Lehet-e India a következő Startup-nemzet - megismételhető-e az Izraelben látott "gazdasági csoda"?

Kulcsszavak: startup, startup nemzet, Izrael, India, innováció

Ha azt tekintjük, hogy a mindössze 8 millió lakossal rendelkező Izrael milyen teljesítményt vitt véghez az elmúlt évtizedek alatt, akkor elmondhatjuk, hogy India - amelynek lakossága 1,2 milliárd fő - , még rettentően le van maradva a versenyben.

Ahogy azonban Izrael esetében láthattuk, - bár most már az egész országra áttért a startup kultúra, korábban még csak egy- két város volt a fejlődés és innováció vezetője -, jelenleg ugyanaz a folyamat zajlik Indiában is. A két állam a fejlődés két különböző szakaszában van, amely szakaszok között legalább 15 év tapasztalat- és tudásbeli különbség van. India számára két olyan fontos tényezőt lehet beazonosítani, amelyek pozitív irányba történő változásai jelentős mértékben hozzájárulhatnak a jövőbeli sikerhez.

Ezek közül az első a finanszírozási hiány megoldása. Hiába éri el és haladja meg ugyanis az ország ugyanazokat az éves összegű befektetéseket, mint Izrael, egyszerűen a méretekből adódóan ez még szinte elenyészőnek számít. Ahogy Izraelben a Yozma adta a legnagyobb löketet, Indiának is szüksége lenne arra, hogy minél több és több befektetőt vonzzon az országba. Ehhez szükség van a kormány kezdeményezésére. Azonban itt látható az eltérés, mely szerint Izraelt a folyton dúló háborúk csak még inkább összekovácsolták, Indiában a különálló államok szövetsége miatt egy felülről jövő kezdeményezés megvalósítása sokkal nehezebb.

A másik fontos tényező annak a bürokratikus rendszernek a leépítése, amely miatt India ennyire hátrасorolódott a könnyű üzleti lehetőségeket biztosító országok listáján.

Ha lehetne rangsorolni, a két probléma közül ez utóbbi megoldása égetőbb, hiszen addig a befektetők sem jönnek szívesen az országba, amíg azt látják, hogy csupán a vállalkozás megalapítása is mérhetetlen sok időt vesz igénybe.

Véleményem szerint, amennyiben Indiának sikerül a fent említett akadályozó tényezők kiküszöbölése, úgy robbanásszerű növekedést és fejlődést érhet el, majd válhat a következő „Startup nemzeté”.

FLANEK SZILVIA

flanek.szilvia@heller.uni-corvinus.hu

Gazdaság- és pénzügy-matematikai elemzés
BA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar

KIS BÁLINT ARTUR

balint.tau@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás alapszak
BA, 2. félév

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Sárvári Balázs
tanársegéd, Mikroökonómia Tanszék*

M-PESA. A kenyai sikertörténet kulcsa vajon nyitja-e az európai bevezetés kapuját?

Kulcsszavak: M-Pesa; Kenya; mobil; politikai; gazdaságtan

Kutató munkánk célja a kevésbé ismert, ellenben annál összetettebb M-PESA múltjának, jelenének és jövőbeli lehetőségeinek bemutatása, annak nemzetközi és hazai aspektusait a politikai gazdaságtan szemszögéből vizsgálva. Az M-PESA egy olyan kiemelkedően innovatív mobil pénzátviteli rendszer, amely pénzüsszegek virtuális mozgását teszi lehetővé felhasználói számára. A szolgáltatás célcsoportját azok a telefonkészülékkel rendelkező személyek alkotják, akik bankszámla hiányában más módon nem tudnak pénzüsszegeket utalni, így az M-Pesa által tudnak bekapcsolódni a világ pénzügyi körforgásába. A dolgozatban a szolgáltatás részletes bemutatását követően a kenyai siker kulcsának megkeresésével foglalkoztunk, komoly figyelmet szentelve a politikai, társadalmi és gazdasági körülményeknek és hatásoknak. Ezután az európai fogadtatás és a hazai bevezethetőség mellett kitérünk a kockázatok értékelésére mind vállalkozói, mind szabályozói szemszögéből. Zárásként az általunk összegyűjtött kulcsfontosságú gazdasági és társadalmi tényezők mentén értékeltünk az itthoni lehetőségeket, végül egy javaslatot megfogalmazva.

RÓZEMBERCZKI BENEDEK ANDRÁS

benedek.rozemberczki@gmail.com

Közgazdasági Elemző

MSc, 4. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

*Témavezető:
Dr. Julius Horvath
Egyetemi tanár, KEE*

Trade Barriers After the New Millennium

Kulcsszavak: áru kereskedelem; kereskedelmi akadály; gravitációs modellek; kereskedelempolitika

Az elmúlt évtizedekben egy megnövekedett gazdasági integráció volt megfigyelhető. Ezt a megnövekedett integrációt kiválóan méri a kereskedelem nagysága és létezése. Ez a tanulmány a különböző adminisztratív és nem adminisztratív kereskedelmi akadályok várható hatását vizsgálja a kereskedelmi kapcsolatokra 136 ország között. Két különböző időszakból rendelkezésre álló adatok alapján (a 2008-as gazdasági világválság előtt és után) az alábbi egymáshoz erősen kapcsolódó kutatási kérdésekre keresem a választ:

- A kereskedelmi akadályok kereskedelem nagyságára gyakorolt hatása erősödött-e 2002 és 2013 között?
- A kereskedelmi akadályok kereskedelem létezésére gyakorolt hatása erősödött-e 2002 és 2013 között?

A kutatási kérdések megválaszolásához különböző gravitációs modelleket becsültem a két év adatai alapján (keresztmetszeti megközelítés). A modelleket nem-lineáris legkisebb négyzetekkel becsültem meg, amely biztosítja, hogy az eredmények kellően robusztusak és a becsült paraméterek nem torzítottak. Az így becsült paraméterek összehasonlításával a különböző akadályok kereskedelemre gyakorolt hatása mérhetővé válik. Továbbá az időszakokon átívelő összehasonlítást is lehetővé teszi ez a módszer. A kereskedelemre gyakorolt hatást a közös nyelv, közös gyarmati történelem, osztott határszakasz, vámok nagysága, tengeri határszakasz hiánya és a földrajzi távolság esetében is kvantifikálom. A tanulmány egyik legfontosabb eredménye, hogy a vizsgált időszakban a kereskedelmi akadályok szerepe szignifikánsan csökkent. Ez mind igaz a kereskedelem mértéke tekintetében, de akkor is, ha a kereskedelmi kapcsolat meglétét vizsgálom.

JEL besorolás: F14, F17, F53, F54

SZPISJÁK NÓRA

szpisjak.nora@gmail.com

nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MA, 5. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Udvari Beáta

egyetemi adjunktus, SZTE GTK

Új remény az elmaradottság csökkentésére? - Az innovatív fejlesztésfinanszírozás

Kulcsszavak: innovatív fejlesztésfinanszírozás; Nemzetközi pénzügyi alap a védőoltásokért; Fekete-Afrika; regresszióelemzés

A fekete-afrikai országok számára évtizedek óta problémát okoznak a betegségek, melyeket a donorok már próbáltak orvosolni különböző segélyekkel, de továbbra is évente több millió ember halálát okozzák a térségben. Az innovatív fejlesztésfinanszírozás eszközei a 2000-es években jelentek meg a nemzetközi segélyezés területén, újabb lehetséges megoldásként az egészségügyi problémákra. Azóta számos mechanizmus lépett már működésbe, valamint néhány eszköz bevezetéséről a jelenben is folynak tárgyalások.

Az innovatív fejlesztésfinanszírozási eszközök a már meglévő segélyeket hivatottak kiegészíteni, innovatív voltak abban rejlik, hogy nem csak új finanszírozási forrást hoznak létre, hanem a már rendelkezésre álló forrásokat újszerű módon használják fel, és a magánszektor szereplői is egyre nagyobb számban vesznek részt a kezdeményezésekben. Az innovatív finanszírozási módok közé többféle eszköz sorolható, az eddigi tapasztalatok alapján elmondható róluk, hogy jelentős összegeket juttatnak a fejlődő országoknak, legtöbbször az egészségügyi szektort célozva. Mindezek alapján a dolgozat azt vizsgálja, hogy ezen eszközök mennyire tudnak hatékonyan működni a fekete-afrikai egészségügyben. A dolgozat az IFFIm (Nemzetközi pénzügyi alap a védőoltásokért) eszközre fókuszál, melynek célja az immunizációs problémák megoldása, ezáltal a gyermekhalandóság csökkentése.

A tanulmányban céлом volt az IFFIm hatékonyságának elemzése, így azt vizsgáltam, hogy az 5 éven aluli gyermekhalandóság hogyan változik a kiválasztott 6 indikátor – mint például az egészségügyi szektor támogatását célzó segély, valamint az IFFIm donorok általi felajánlások összege – függvényében. Az elemzés lineáris regresszióelemzésre épül, 31 fekete-afrikai ország bevonásával vizsgálok a 2009-2013 közötti időszakot.

A kutatás meglepő eredménnyel zárult. Mind az egészségügyi segély, mind az IFFIm összegének növekedésének ellenére sem csökkent az 5 éven aluli gyermekhalandóság Fekete-Afrikában. Következésképp az IFFIm működése nem tűnik hatékonynak az 5 éven aluli gyermekhalandóság csökkentésében Fekete-Afrikában. Az empirikus elemzés eredménye alapján arra lehet következtetni, hogy az IFFIm nem, vagy nem csak a 0-4 év közötti gyermekek immunizálását tűzi ki céljául, hanem az ennél idősebb népesség egészségügyi állapotát is szeretné javítani. Ezen kívül az IFFIm „fiatalsága” is állhat a váratlan eredmény hátterében.

HRABOVSZKI DOROTTYA

dorottya.hrabovszki@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 4. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

Témavezetők:

Dr. Kruppa Éva

főiskolai tanár, BGE KKK

Dr. Szekeres Diána

egyetemi adjunktus, BME GTK

Zöld-foki Köztársaság - Kis ország, kis nemzet, nagy csoda

Kulcsszavak: Külföldi működő tőke; Loméi egyezmények; Cotonou Partnerségi Megállapodás; Fejlődő ország

Sem grandiózus történelmi szerepvállalása, sem gazdasági súlya nem teszi indokolttá ennek a kis szigetországnak az ismeretét. Ellenben kutatásom során azt tapasztaltam, hogy több területen lehetne gazdasági fejlődését és gazdaságpolitikáját modellként értékelni, és ajánlani azt más hasonló gazdasági helyzettel rendelkező országnak. A szigetország Nyugat-Afrika partjaitól nem messze a Csendes-óceánban fekszik. Földrajzi elhelyezkedése miatt fontos logisztikai állomás az Afrikát Európával és Amerikával összekötő útvonalakon. Kicsivel több, mint 500 ezren laknak a szigeteken. Nyersanyagokban és termőföldben szegény állam, főként turizmusból fedezi a nagy élelmiszerimport- és üzemanyag igényét. Belátható, hogy jelentős hátrányból indul.

Dolgozatomban bemutatom, hogy a Zöld-foki szigetek 1975-ös függetlenedése Portugáliától milyen úton indította el őket. Legnagyobb kereskedelmi partnere az Európai Unió, így egészen 1975-től (az első közös egyezmény Loméban) napjainkig vizsgálom, hogy a megállapodások során hogyan mélyült el a partnerségi kapcsolat, mennyiben befolyásolta a politikát és gazdaságot a szoros szerződéses kötelék, illetve hogy a 2000-ben megkötött és 2020-ig érvényes Cotonou Partnerségi Megállapodás milyen szerepet játszott a fejlődésben. Természetesen ezen megállapodások keretében az ország jelentős támogatásokhoz jutott hozzá, mind közvetlen segélyekhez, mind kedvezményes elbíráláshoz export esetén. A kivitel még így is tizede (!) a behozatalnak, ellenben a reál GDP növekedés átlagosan évi 7,7%. Hogyan lehetséges ez?

Erre a kérdésre a válasz a külföldi működő tőke. A válság kezdetétől napjainkig vizsgáltam, hogyan áramlott az FDI. Mivel a turizmus szektor nagyrészt az eurózóna tagállamaira támaszkodik, ide is akkor ért el a válság, amikor ott kiteljesedett, ráadásul nemcsak a vendéglátóipar sínylette meg, hanem a külföldön élő és dolgozó zöld-fokiak által hazautalt pénz is jelentősen megfogyatkozott.

Tragédia mégsem történt – sikeres gazdaságpolitikával (gazdasági ösztönzők, stabil politikai háttér, liberalizált befektetési környezet) fájdalommentesen kilábalta a nehéz helyzetből. Olyannyira sikeresnek bizonyultak, hogy 2008-ra a világon másodikként az ENSZ átsorolta őket a legfejletlenebbek közül a fejlődő országok közé.

TDK dolgozatomat a téma makrogazdasági jellege miatt a szekunder kutatás módszereinek felhasználásával készítettem el.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Világgazdaság – EU I.



CSESZLAI RÓBERT GERGŐ

cseszlaierobert@gmail.com

Gazdálkodási és menedzsment

BA, 5. félév

Nyíregyházi Egyetem

Témavezető:

*Béresné Mártha Bernadett - Oroszné Ilcsik Bernadett
főiskolai adjunktus - főiskolai adjunktus, NYE*

A Visegrádi országok gazdaságának elemzése, a működőtőke áramlásának vizsgálata 2000-től napjainkig

Kulcsszavak: Visegrádi négyek; FDI; Versenyképesség

Napjaink globalizált világában a közgazdász szakmai berkekben igen sokat hallhatunk akár mikro vagy éppen makro szinten a versenyképességről és hatékonyságról. Akár egy vállalkozás, vagy egy ország gazdaságának hatékony, fenntartható, fejlődőképes, ezáltal versenyképes működését szeretnénk elérni, gazdasági tőkére van szükség. Ezt elő lehet teremteni belső forrásokból, illetve külső segítséggel egyaránt. Ez utóbbi minden országban megjelenhet hitel, segély, támogatás, portfólió befektetés éppen külföldi működőtőke formájában. Ez utóbbi tőkebevonási forma hosszú távon a legelőnyösebb az említettek közül, ugyanis egy ország szempontjából nézve a hitel elsősorban államadósságot generál, ha a megszerzett forrást nem megfelelő irányba injektálják.

Tudományos diákköri dolgozatom célja a „Visegrádi négyek” külföldi működő-tőke áramlásának szemléltetése, az országok fejlődési lehetőségeinek és korlátainak „boncolgatása”, különösen hazánkra.

Hipotéziseim:

1. Egy ország gazdasági dinamikájának növekedése vonzza magához a külföldi működőtőkét, ez igaz a V4-ekre is.
2. Lineáris trendszámítással megbecsülhető az FDI befektetések forgalma 2017. 2018, 2019 és 2020-ra.
3. A kiválasztott mutatók (1 főre jutó FDI, 1 főre jutó GDP, IMD 216 rangsor, a működőtőke állománya és a 2015-ben az országokba befolyt működőtőke) alapján az országok rangsora között viszonylagos egyezőség áll fent, (külön vizsgálva a V4-ekre is).
4. Kimutatható kapcsolat van:
 - az 1 főre jutó FDI és az 1 főre jutó GDP között a V4-eknél.
 - FDI (forgalom alapján) és a munkanélküliek számának alakulása között.

Versenyképességünk a Visegrádi országokhoz képest elmaradott, de talán az újabb működőtőke befektetések „bevonzása” és az oktatásunk fejlesztése különösen a mérnöki végzettségű fiatalok elvándorlásának a megállításával, felzárkózásunk elérhető célként jelenhet meg a szemünk előtt. Vonzó lehet még a Moodys, S&P, Fitch felminősítése és a politikai stabilitás.

MERZA ÁDÁM

adammerza3@gmail.com

Gazdaságinformatika

MSc, 3. félév

Szegedi Tudományegyetem

Természettudományi és Informatikai Kar

*Témavezető:
London András
egyetemi tanársegéd, SZTE TTIK*

Az európai kereskedelem és munkaerő vándorlás összefüggései hálózatos megközelítésből

Kulcsszavak: kereskedelem, migráció, hálózatok, korreláció, közösségek

Jelen tanulmányban komplex hálózatos modelleket alkalmaztam a nemzetközi kereskedelem, valamint a munkaerő vándorlás összefüggéseinek feltérképezésére. A két vizsgált rendszer egy úgy nevezett multiplex gráffal reprezentálható, ahol ugyanazon a ponthalmazon értelmezett, többféle interakciót különböztetünk meg, ez esetben az éves kereskedelmi volument és a munkaerő-áramlást. Először az így kapott irányított és súlyozott gráf szerkezetét és időbeli fejlődését vizsgálom az 1995-2015 periódusban, külön-külön tekintve az egyes interakció típusok által meghatározott gráfokat. A felhasznált adatok az Egyesült Nemzetek Szervezete Árukereskedelmi Adatbázisából (UN Comtrade Database) és Népesség nyilvántartó adatbázisából (UN DESA Database) származnak. Fő motivációm a hálózatok időben történő változásainak vizsgálata mellett az volt, hogy megvizsgáljam, hogy a két hálózat között milyen hasonlóságok, különbségek jelentkeznek, van-e korreláció olyan tulajdonságokra vonatkozóan, mint a fokszám eloszlás, közösségszerkezet vagy mag-periféria tulajdonság. Egyes korábbi tanulmányok szerint a kereskedelem és a migráció teljesen függetlenek egymástól, míg mások szerint léteznek olyan termékcsoportok, amelyek kereskedelme erős összefüggéseket mutat a munkaerő migrációval szemben.

Az említett tanulmányokból kiindulva vizsgáltam meg az európai országok népvándorlását, valamint egymással folytatott kereskedelmének adatsorait statisztikai és gráf-bányászati eszközökkel egyaránt. Eredményeim rámutatnak, hogy a két jelenség között erős összefüggés található. A modellezett hálózatok erős mag-periféria szerkezetet alkotnak. Regressziós eljárásokat, valamint közösségkereső algoritmusokat használva jól látszik, hogy mind a kereskedelmi, mind a migrációs hálózatokban egymáshoz nagyon hasonló közösségek alakulnak ki, továbbá erős a korreláció az egyes hálózatok kvantitatív jellemzői között.

MORVAI TIZIANO

tiziano.morvai@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Kürthy Gábor

Tanszékvezető, Egyetemi docens, BCE KTK

Az eurózóna kereskedelmi bankjainak likviditási problémájának bemutatása a görög válságon keresztül

Kulcsszavak: Görögország; görög válság; EKB; ELA; TARGET2

A Sürgösségi Likviditási Segítség (ELA) az Európai Gazdasági és Monetáris Unió (GMU) átmeneti fizetési problémával küzdő pénzügyi intézményeinek, illetve intézménycsoportoknak nyújthatja az EKB. Jelenleg a görög válság során merült fel az ELA használata, ezért érdemes megvizsgálni a válság hatásait. Kitérek arra, hogy milyen következményei lehetnek az ELA folyósításának a veszteségek teherviselésével kapcsolatban, hiszen egy nagymértékű tőkeáramlás jelentősen befolyásolhatja a csőd költségek megoszlását az országok között a TARGET2 egyenlegek alakulásának függvényében. Amelynek következtében egy esetleges államcsőd esetén a veszteségeket az euróövezet adófizetői fizetik meg.

Dolgozatom fő fókuszában az áll, hogy egy esetleges görög államcsőd esetén ki(k) viselné(k) a veszteségeket. Azon országok bankjai szorulnak az ELA hitelezési programba, amelyeknek a fedezetként szolgáló eszközei a befektetésre nem ajánlott kategóriába süllyednek. Viszont a veszteségek megoszlása között nagy különbség van. Az ELA tekintetében kizárólag az adott ország adófizetői viselik a bedőlt hitelek terhet. Az eszközzel az EKB segítséget nyújt az adott intézménynek, miközben más országok adófizetőinek veszteségét próbálja minimalizálni. Az eszköz jellegét tekintve ez egy fiskális természetű monetáris intézkedés, amely esetében akár az EKB függetlensége is megkérdőjelezhető.

ORBÁN ERZSÉBET-MIRJÁM

mirjam_15@yahoo.com

Pénzügy és Bank

BA, 6. félév

Babeş-Bolyai Tudományegyetem

*Témavezető:
dr.Dézi-Benyovszki Annamária
egyetemi docens, RO BBTE*

Inflációs célkitűzések az útkereszteződésben: monetáris politikák teljesítményének az összehasonlítása Közép-Kelet Európában a gazdasági válságot megelőző, illetve az ez utáni időszakban

Kulcsszavak: inflációs célkövetés, rögzített árfolyamrendszer, gazdasági válság, feltörekvő piacgazdaságok, nominális árfolyam

A 2007-2008-as gazdasági válság továbbgyűrűző hatást fejtett ki úgy a pénzügyi piacokra, mint a reálgazdaságra. Amennyiben az inflációs célkövető monetáris politikai stratégia megnöveli a központi bankok hitelességét, lehorgonyozva ezzel a várakozásokat, az inflációs célkövető országok várhatóan jobban teljesíthetnek az infláció szemszögéből, és a sokkok következményei az árfolyamokon keresztül kevésbé kihangsúlyozottak.

A dolgozat célja megvizsgálni azt, hogy a posztkommunista kelet-közép-európai országok központi bankjai inflációs célkövető monetáris politikai stratégia által jobban teljesítettek-e a gazdasági sokk után, mint a más monetáris stratégiával rendelkező országok. A transzmissziós mechanizmust vizsgálva fontos kérdés az, hogy a különböző monetáris politikai stratégia milyen mértékben hatott a gazdaság teljesítményére, az árfolyamokra és az infláció volatilitására.

POPPER DÁVID

davidpopper91@gmail.com

Közgazdasgátan

MA, 2. félév

Közép-Európai Egyetem

Témavezető:

Oblath Gábor

Tudományos főmunkatárs, Magyar Tudományos Akadémia - Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont - Közgazdaság-tudományi Intézet

Reálárfolyam és gazdasági növekedés: empirikus elemzés az EU tagállamainak mintáján

Kulcsszavak: Reálárfolyam; Konvergencia; Gazdasági növekedés;

A dolgozat az Európai Unió tagállamainak 1996 és 2013 között mintáján vizsgálja a reálárfolyam és a gazdasági növekedés közti összefüggést. Egyensúlyi reálárfolyamként az egy főre jutó GDP EU15 országokhoz viszonyított árszintjének Penn-hatással kiigazított értékét definiálja, a félreértelmség mutatóját pedig az ettől való százalékos eltérésként határozza meg. Az elemzés a reálárfolyam félreértelmségének reálgazdasági növekedésre gyakorolt hatását panel adatbázison futtatott regressziók segítségével becsli meg.

Az eredmények alátámasztják a fő hipotézist, miszerint a reálárfolyam alulértelmsége pozitívan hat a gazdasági növekedésre, míg a felülértelmség hátráltatja azt. A modellek azt a következtetést implikálják, hogy a később csatlakozott tagállamok felzárkózási folyamatában szignifikáns szerepet játszott az átlagban alulértelmebb árfolyam az időszak során. Ez az összefüggés azonban nem feltétlenül jelent egyértelmű, a gazdaságpolitika számára közvetlenül kiaknázható kapcsolatot. A hatás csatornájának pontos azonosításához további, ország specifikus tényezők és folyamatok vizsgálata szükséges.

LENCSES RITA

lencses.rita3@gmail.com

Pénzügy és számvitel

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Gazdálkodástudományi Kar

Témavezető:

Pitti Zoltán

Tudományos kutató, BCE KTK

Társasági adó harmonizációs folyamatok az Európai Unióban

Kulcsszavak: társasági adó; KKTA; Európai Unió; adórendszerek; harmonizáció

Napjainkban számos feladattal kell szembenéznie az Európai Uniónak. Azonban vannak olyan célkitűzések, melyek a harmonizáció alapját képezik, ilyen a négy alapvető szabadságelv biztosítása is. Kezdetektől cél az egységes belső piac felállítása valamint annak stabil működtetése. Ehhez fontos az adópolitika, az adórendszerek és azt ezeket támogató mechanizmusok közelítése a tagállamokban. Dolgozatom célja ezen a folyamaton belül megvizsgálni a Közös Konzolidált Társasági Adóalapot (továbbiakban KKTA), valamint ennek bevezetési körülményeit, továbbá megvizsgálni Magyarország helyzetét a harmonizációs folyamatok tükrében.

A közösségi társasági adózás vizsgálatát először a rendszerek működésének bemutatásával kezdem, arra reflektálva, hogy a tagállamok mennyire eltérő módon biztosítják adóikkal a költségvetési bevételeiket. Ezt követően az Európai Bizottság javaslatát, a Közös Konzolidált Társasági Adóalapot vettem górcső alá. Megvizsgáltam ennek előnyeit és hátrányait, valamint a szabályozás jelenlegi állapotát.

A továbbiakban a KKTA kiszámítási módszere, valamint az elméleti következtetések alapján meghatároztam négy paramétert, melyekkel csoportokat alkottam a tagországokból. A vizsgálatom fő gondolata az volt, hogy olyan csoportokat hozzak létre, amelyek tagjai közös érdekeket képviselhetnek egy esetleg kialakuló konszenzusos megállapodásban a KKTA bevezetését illetően.

Az általam készített klaszterbesorolás alapján Magyarország a keletebben fekvő európai országok közé került. Ennek oka a hasonló gazdasági szint és a közteherviselési rendszerek fejlődésében keresendő. A csoport tagjaiban közös, hogy az Európai Unióhoz később csatlakozó országok alkotják, ezáltal a harmonizációs folyamatok kiemelten fontosak lehetnek szempontjukból.

Az Európai Unió számára a társasági adók szabályozása csak egy lépcsőfok. Számos más területen is szükség van még harmonizációra, amelyek további megoldásra váró problémákat vetnek fel.

Országos Tudományos Diákköri Konferencia - Közgazdaságtudományi Szekció
Világgazdaság – EU II.



LASANCZ ESZTER

lasancz.eszter@gmail.com

Nemzetközi Tanulmányok

BA, 4. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

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

A "független" és az "integrálódó"

Kulcsszavak: Svájc; Európai Unió; bilaterális kapcsolatok;

Dolgozatom Svájc és az Európai Unió között fennálló, kivételes kapcsolatrendszerrel hivatott bemutatni. Úgy vélem, hogy az ország és az integráció együttműködési mechanizmusát a címben szereplő „független” és „integrálódó” megnevezésekkel lehet a legjobban jellemezni. A kapcsolat egyik végén ugyanis Svájc áll, az örök kívülálló, aki saját, független módján kíván más országokkal és szervezetekkel kapcsolatokat kialakítani; a képzeletbeli kapcsolati híd másik oldalán pedig ott áll az Európai Unió, aki fejlődő integrációja érdekében még szuverenitásának egy bizonyos részét is hajlandó feláldozni.

Dolgozatom elsődleges célkitűzése az volt, hogy átfogó képet adhasson arról a folyamatról, melynek eredményeként ma egy sokrétű, jól működő, biztos alapokon nyugvó bilaterális kapcsolatról beszélhetünk az Unió és Svájc között. Munkámban ennek értelmében bemutatásra kerülnek azok a legfontosabb megállapodások, amelyeket Svájc és az EU kötött egymással az 1972-es szabadkereskedelmi megállapodás óta.

Mivel munkám során többnyire a múltban megvalósult és lezárt megállapodásokról és programokról készítettem elemzést, így a leíró kutatás módszertant alkalmaztam. Ezáltal lehetőségem nyílt külső megfigyelőként olyan szekunder szakirodalmakkal dolgozni, mint például a Világgazdasági Fórum Versenyképességi Jelentése, mely szinte minden szakterületre kiterjedő kutatási anyaggal segítette munkámat, vagy mint például a svájci külügyminisztérium EU specifikus analízisei, melyek a legfrissebb adatokkal szolgáltak az EU és Svájc kapcsolatának vizsgálata közben. Forrásaim között tudhatom még az OECD, az IMF és az Eurostat gazdasági, pénzügyi és társadalmi statisztikáit, részletes indikátorait, melyek sok esetben segítettek összehasonlítani az Unió és Svájc működési mechanizmusait, valamint azok sikerességét és hatékonyságát.

Örülök, hogy kutatásom végeztével pozitív konkluziót vonhattam a „Független” és az „Integrálódó” kapcsolatrendszerének miértjeiről és minőségéről. Összességében sikeresnek találom Svájc és az Unió bilaterális úton való együttműködését, habár természetesen vannak még olyan együttműködési területek, melyeknek a jövőben fejlődniük kell.

HARSÁNYI HENRIETTA

henrietta.harsanyi26@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás alapképzési szak

BA, 8. félév

Pannon Egyetem

Gazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Neumanné Dr. Virág Ildikó
egyetemi docens, PE GTK*

A magyar kis- és középvállalkozások nemzetköziesedése, helyállásuk a nemzetközi piacokon

Kulcsszavak: KKV, internalizáció

A nemzetközi gazdasági tendenciákat már jó ideje a globalizáció jellemzi, azonban az 1990-es évek második felétől a nemzetköziesedés fogalma rendkívüli gyorsasággal kezdett terjedni. Makrogazdasági szinten a nemzetköziesedés egy adott ország nyitottságával mérhető, és amellett, hogy a külgazdasági nyitottság megnövelheti az ország kiszolgáltatottságát, képes lehet jelentős szerepet játszani annak növekedésében is. Szem előtt kell tartani, hogy a globalizáció következtében a helyi piacok is egyre jobban ki vannak téve a nemzetközi hatásoknak, nemzetközi befolyás alá kerülnek, így a kis- és közepes vállalkozásoknak (továbbiakban KKV-k) sem tudnak csak helyi szinten tevékenykedni, hiszen a nemzetközi verseny ezeken a területeken is megjelenik, meghatározóan befolyásolhatja a vállalkozások működését.

A nemzetköziesedést hosszú ideig a nagyvállalatok privilégiumának tartották, azonban a KKV-k a gazdasági szerepvállalásuk kiszélesedésével számukra is lehetőség nyílt kilépni a nemzetközi piacokra. Az Európai Unió gazdaságának is kulcsfontosságú szereplői a kis- és közepes vállalatok, ezzel összhangban pedig egyértelmű politikai szándék figyelhető meg, amely a szektor fejlődésének támogatására irányul. (Némethné, 2010) Éppen ezért, dolgozatom témája alapvetően a kis- és középvállalkozások nemzetközi piacra való kilépési lehetőségeit vizsgálja meg, elsősorban Európára, illetve hazánkra fókuszálva.

Munkámban a szektor internacionalizálódásának folyamatára fókuszálva 2004-től veszem sorra a vállalkozások lehetőségeit a nemzetközi piacra lépés terén, ugyanis a magyar KKV-k jelentős részének sem az export sem az import tekintetében nincsenek külföldi kapcsolatai. A KKV-k nemzetközi piacokon való megjelenésének lehetőségei, az ezzel kapcsolatos kihívások, akadályok és azok leküzdésének alternatíváinak megismerése különösen fontosak a gazdasági- és pénzügyi válságok következtében. Ezek feltérképezésével ugyanis lehetőségünk lesz a megfelelő gazdaságpolitikai stratégia meghatározására a gazdaság fejlesztése érdekében, mivel a megnyíló exportlehetőségek következtében a hatékonyabban működő vállalatok jelentős mértékben növelhetik kibocsátásukat valamint foglalkoztatási szintjüket, míg a kevésbé hatékony vállalatok elveszíthetik, és akár be is fejezhetik piaci működésüket.

SZÜCS KRISZTIÁN

szucsiba@mailbox.hu

Közgazdasági elemző

BA, 6. félév

Budapesti Corvinus Egyetem

Közgazdaságtudományi Kar

*Témavezető:
Németh András Olivér
tanársegéd, BCE KTK*

A visegrádi országok gazdasági konvergenciája a rendszerváltástól napjainkig

Kulcsszavak: konvergencia; felzárkózás; visegrádi négyek; Közép-Európa;

Jóformán megegyező politikai rendszerek, hasonló kulturális berendezkedés és történelmi múlt, valamint közel azonos gazdasági szerkezet jellemezte a visegrádi négyeket az elmúlt évszázadok során. A kilencvenes években bekövetkező rendszerváltozás során a megváltozott környezetben új kihívásokkal néztek szembe a régiós országok. Mind a négy állam elsődleges hosszú távú célként jelölte meg a jóléti felzárkózást a nyugat-európai államokhoz, amit a kereskedelem liberalizálásával és a szabad piacgazdasági feltételek megteremtése mellett kívánták abszolválni. Bár a visegrádi négyek gazdasági fejlődésének és felzárkózásának vizsgálata közkedvelt és gyakori kutatási téma napjainkban, azonban a relatívan rövid idősor adatai és az eltérő módszertanok miatt nem minden esetben születtek egységes következtetések.

Dolgozatomban arra kerestem a választ, hogy létezik-e gazdasági konvergencia a visegrádiak és a fejlettebb nyugat-európai államok között, illetve ennek jellegét szándékoztam megállapítani. Kizárólag a négy régiós országot vettem alapul az elemzésem során, mivel a teljes kelet-európai blokkot sajátos gazdasági tulajdonságaik miatt nem tekintem homogén csoportnak. A vizsgálatot az egyetemen tanult makroökómia, statisztika és alapszintű ökonometria tárgyak eszköztárával végeztem el, ennek keretében modell segítségével rámutattam a konvergenciát meghatározó tényezőkre és saját számításokkal elemeztem a visegrádi gazdaságok alakulását.

Kiemelt figyelmet áldoztam arra, hogy a gazdasági felzárkózást minél több magyarázó aspektusból vizsgáljam, beleértve a makrogazdasági paraméterek (GDP/fő) mellett a nominális konvergencia (árszínvonal) folyamatát, a növekedési tényezők alakulását (tőke, munka, termelékenység) és a lakossági jövedelmek közeledését (Engel-törvény). Emellett ökonometriai vizsgálattal a felzárkózást segítő növekedés magyarázóerőit is kutattam, illetve kitértem a fundamentális, intézményi jellemzőkre. Vizsgálatom eredménye alapján a visegrádi gazdaságok és a fejlettebb európai államok között egy feltételes konvergenciát figyelhetünk meg.

SÁNDOR LÁSZLÓ

slaszlo92@gmail.com

Nemzetközi gazdálkodás

BA, 5. félév

Budapesti Gazdasági Egyetem

Külkereskedelmi Kar

*Témavezető:
Dr. Szekeres Diána
óraadó, BME GTK*

Élet a Brexit után, avagy követi-e Hollandia Nagy-Britanniát?

Kulcsszavak: Hollandia; EU-kilépés; BREXIT; NEXIT

Az olvasó számára furcsa lehet a fent megfogalmazott kérdés, azonban témám realitását és aktualitását jelzi, hogy 2017 márciusában parlamenti választásokat tartanak Hollandiában, ahol a közvélemény-kutatások jelenlegi állása szerint a Partij voor de Vrijheid párt rendelkezik a legtöbb szavazattal és ez a politikai erő népszavazást szeretne kezdeményezni az EU-kilépésről. A 2015/2016-os tanév első szemeszterében Utrechtben tanulhattam az Erasmus program keretében és azóta Amszterdamban, Hollandiában élek. Különösen érdekel a világgazdaság és az aktuálpolitika, ezért döntöttem úgy, hogy kihasználom a hollandiai tartózkodásom helyzeti előnyeit annak érdekében, hogy egy hiteles dolgot tudjak írni a holland emberek EU-val való kapcsolatáról. Az Európai Unió nagy megpróbáltatásokkal kell megküzdenie a következő időszakban és egy újabb tag elvesztése közösségünk jövőjébe kerülhet. Dolgozatom célkitűzése az volt, hogy átfogó képet adhasson azokról a tényezőkről, amelyek befolyásolták a hollandokat az Európai Unióhoz való hozzáállásukkal kapcsolatban.

Kutatásom két fő kérdése, hogy van-e realitás arra, hogy Hollandia elhagyja az Európai Uniót, a második pedig, hogy hogyan erősödtek meg a kilépést támogatók. Dolgozatommal választ szerettem volna találni azokra a részletekre, hogy a holland állampolgárok hogyan viszonyulnak az Európai Unió intézményéhez, hogyan formálta a véleményüket egy esetleges EU-kilépésről az elmúlt évek történései.

Kutatásomban használtam primer és szekunder információgyűjtést egyaránt. Munkám első felében megvizsgáltam Hollandia társadalmát, gazdaságát, politikai rendszerét illetve kapcsolatát az Európai Unióval. Itt rendelkezésemre álltak a Holland Statisztikai Hivatal részletes jelentései, elemzései. E mellett olyan forrásokat használtam, mint az EUROSTAT, OECD, és WTO gazdasági, pénzügyi és társadalmi statisztikái. A primer vizsgálatnál öt egyedi mélyinterjút, illetve egy nem reprezentatív nagymintás kérdőíves kutatást alkalmaztam kizárólag holland állampolgárok közreműködésével. A félig strukturált mélyinterjúk fókuszja azon volt, hogyan éleződött ki az EU-ellenesség Hollandiában és miként gondolkodnak az EU-ról a megkérdezettek. A kérdőíves információgyűjtésnél olyanokról kérdeztem a válaszadókat, mint az EU-val való elégedettség, a 2005-ös és 2016-os holland referendum, illetve a BREXIT.

CZÉKUS CLAUDIA

czeclau@gmail.com

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás

MA, 2. félév

Szegedi Tudományegyetem

Gazdaságtudományi Kar

Témavezető:

Dr. Pelle Anita

egyetemi docens, SZTE GTK

Finnország új(ra) válságban?

Kulcsszavak: Finnország; versenyképesség; oktatás; válság

Kutatásom témája a jelenleg nehéz helyzetben lévő Finnország gazdasága. Választott módszertanom szekunder adatok elemzésén alapul. Céлом megismerni az országban végbemenő folyamatokat, amelyek az elmúlt két évtizedben a gazdaságot jellemezték.

Kérdés, hogy vajon az elmúlt évtizedek két nagy negatív eseménye – az 1990-es évek skandináv válsága, illetve a 2008-2009-es gazdasági válság – mennyire különbözik egymástól Finnország vonatkozásában. Mindkettő nagymértékben megviselte a finn gazdaságot, azonban az utóbbinak láthatólag nagyobb hatása volt, hiszen a hátráltató folyamatok még mindig látszódnak a gazdasági mutatókon. Elemzésemben az ország versenyképességét a Globális Versenyképességi Index adatai, míg a makrogazdasági helyzetet az Európai Bizottság előrejelzései alapján vizsgálom. Úgy találtam, hogy a folyamatosan romló versenyképességi helyezéssel együtt az ország makrogazdaságára vonatkozó mutatók is egyre rosszabb értékeket vettek fel. Ábrákon szerepeltetve a felsorolt változókat azt láthatjuk, hogy az egyes évek előrejelzései évről évre hasonló görbét mutatnak, amiből azt a következtetést vontam le, hogy az elemzéseket készítőik rendre optimistán tekintenek előre a jövőbe, azonban a gazdaság még mindig nem épült fel a válságból.

Ezen kívül dolgozatomban vizsgálom Finnország PISA-felmérések alatt elért eredményeit, a vállalkozói szektort, és az oktatás vállalkozásokkal való kapcsolatát. Úgy találtam, hogy habár a finn tanulók eredményei az elmúlt években romlottak, a finn oktatás még mindig az élen jár, ami valószínűleg a jövőben is így marad, hiszen oktatásukat újra és újra innovatív ötletekkel reformálják meg, ami által a finn diákok tudása messze meghaladja az európai átlagot. Sajnos azonban az általános iskolai oktatásban valamint a középiskolákban nincs jelen a vállalkozásokkal kapcsolatos ismeretanyag, így ennek a reformja még várat magára. Finnország egyesek szerint a „start up-ok” országa, tehát ha továbbra is versenyképességre törekszik, akkor érdemes a diákok oktatását a vállalkozói ismeretek, készségek felé mozdítani. Ráadásul Finnország Európa „peremgazdaságaként” nehéz helyzetben is lehetne, azonban megfelelő stratégiákkal és üzleti kapcsolatokkal múltbeli válságok kezelése során képes volt a lehetőségekből előnyt kovácsolni magának, és a földrajzi elhelyezkedése okozta hátrányokat ellensúlyozni.

JÓZSA RITA ROZÁLIA
rita.jozsa@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 5. félév
Dunaújvárosi Egyetem

KATONA TÜNDE ZSUZSANNA
kat.tunde@gmail.com
Gazdálkodási és menedzsment
BA, 5. félév
Dunaújvárosi Egyetem

*Témavezető:
Dr Veres Lajos
főiskolai tanár, DUE*

Nagy-Britannia Európai Unióból való kiválásának hatása gazdasági aspektusból

Kulcsszavak: Brexit; Nagy-Britannia; Egyesült Királyság; Európai Unió; font

Dolgozatunk egy aktuális, sokakat foglalkoztató témát, az Egyesült Királyság Európai Unióból való kilépését dolgozza fel.

Vizsgálódásuk során elsősorban a gazdasági következményekre helyezték a hangsúlyt, de szót ejtettek a várható társadalmi hatásokról is. Az Egyesült Királyság sajátos pozíciót tudhat magáénak mind az egész világon, mind az Európai Unión belül. Kapcsolata az EU-val sosem volt zökkenőmentes. A britek mindig is elleneztek a szorosabb integrációt. Ebből kifolyólag nem léptek be sem az eurózónába, sem a schengeni övezetbe. De az unióval szembeni bizalmatlanság a globális gazdasági válságot követően lángolt fel igazán. Egyre népszerűbbé vált az Egyesült Királyság EU-ból való kilépésének gondolata, amit az angolszász sajtó egyszerűen csak Brexit-ként emleget. Idén júniusban megtartott uniós tagságról szóló referendum a kilépés javára, szoros eredménnyel zárult, mely jól mutatja az ország megosztottságát a témával kapcsolatban. Dolgozatunkat általános, ugyanakkor fontos ismertetőkkel igyekeztünk bevezetni. Bemutattuk a csatlakozás időszakát, gazdasági tevékenységét és az idők folyamán alakuló szeszélyes kapcsolatát az Európai Unióval.

Ezek után következett a dolgozat törzs része, maga a brexit. Okokat és okozatokat igyekeztünk feltárni. Majd a négy szabadság elvén végigvezetve eljutottunk azonnali és időben elhúzódó hatásokig, melyek nem csak az Egyesült Királyságra, hanem az EU közösségre is hatást gyakorolnak majd. Záró attitűdként néhány érdekes, nyitott kérdést is felvetettünk, így ösztönözve az olvasókat arra, hogy jobban elgondolkodjanak a témával kapcsolatban

