

DEBRECENI EGYETEM  
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR

TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI TANÁCS

***KARI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI  
KONFERENCIA***

**REZÜMÉ KÖTET**

*Debrecen, 2024. november 26.*

*A program az NTP-HHTDK-24 „Az Országos Tudományos Diákköri Konferencián, valamint tudományos műhelyein való részvétel és a lebonyolítási feladatok ellátása” címmel kiírt pályázat keretében "A DE GTK tudományos diákköri tevékenységének támogatása" című, NTP-HHTDK-24-0006 számú pályázat támogatásával valósul meg.*



KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS  
MINISZTERIUM

 Nemzeti  
Tehetség Program

*A konferencia fővédnöke:*

Prof. Dr. Fenyves Veronika  
dékán

*Szerkesztette:*

Dr. Szöllősi László  
Boros József  
Berencsi Alexa  
Pelyák Lejla



## A KONFERENCIA PROGRAMJA

- 08:00–08:30 ZÁRT ÜLÉS** *(TVK Tanácsterem)*  
Tájékoztató a bíráló bizottságok elnökei és titkárai részére.
- 08:30–08:50 MEGNYITÓ** *(TVK 104. előadó)*  
Prof. Dr. Dajnoki Krisztina, dékánhelyettes  
Dr. Szöllősi László, kari TDT elnök
- 08:50–09:00 SZÜNET**
- 09:00–12:30 TAGOZATI ÜLÉSEK**  
Párhuzamos előadások a TVK, a Teknős, a Fényház és a MAG ház épületben.  
Az előadások időtartama 15 perc, amelyet 5 perc kérdések, hozzászólások követ.
- 11:30–13:00 EBÉDSZÜNET** *(Kazánház Egyetemi Klub)*  
A diákkörös hallgatók, a konzulensek, a bíráló bizottsági tagok és a meghívott vendégek számára.
- 13:00–13:30 ZÁRT ÜLÉS** *(TVK Tanácsterem)*  
A bíráló bizottságok elnökei és titkárai részvételével.
- 15:30–16:00 EREDMÉNYHIRDETÉS ÉS A KONFERENCIA ZÁRÁSA** *(TVK 104. előadó)*  
Prof. Dr. Fenyves Veronika, dékán  
Prof. Dr. Nábrádi András, DI vezető  
Dr. Szöllősi László, kari TDT elnök

## TAGOZATI ÜLÉSEK

- Ágazati és vállalati gazdaságtan tagozat *(TVK 10. előadó)*
- Gazdaságpolitika és regionális gazdaságtan tagozat *(TVK 13. előadó)*
- Kereskedelem és marketing tagozat *(TVK 104. előadó)*
- Menedzsment tagozat *(Teknős 101-102. előadó)*
- Pénzügy és számvitel I. tagozat *(Magház F01-02. előadó)*
- Pénzügy és számvitel II. tagozat *(Magház F17-18. előadó)*
- Sportmenedzsment tagozat *(Teknős 103. előadó)*
- Világgazdaságtan tagozat *(TVK 12. előadó)*
- DETEP tagozat *(Fényház Tárgyaló)*
- Középiskolai tagozat *(TVK Tanácsterem)*

**ÁGAZATI ÉS VÁLLALATI GAZDASÁGTAN TAGOZAT**  
(TVK 10. előadó)

**Bíráló Bizottság:**

Elnök: **Prof. Dr. Nábrádi András**, egyetemi tanár  
Társelnök: **Dr. Tóth Szabolcs**, vezérigazgató  
(DKV Debrecen Közlekedési Zrt.)  
Titkár: **Nagy-Tóth Boglárka**, doktorandusz  
Tagok: **Dr. Csipkés Margit**, egyetemi docens  
**Dr. Füzesi István**, egyetemi docens  
**Dr. Gabnai Zoltán**, adjunktus

**Előadók:**

- 09:00 **Dajka Balázs Kristóf**  
Agrárközgazdász MSc II. évfolyam  
*A magyarországi élelmiszer-előállító vállalatok koncentrációja és jövedelmi helyzete 2022-ben*  
Konzulens: Dr. Szöllősi László, egyetemi docens
- 09:20 **Darányi Renáta Erika**  
Vállalatgazdaságtan MSc II. évfolyam  
*A magyar járműipari vállalatok gazdasági helyzete 2019 és 2022 közötti időszakban*  
Konzulens: Dr. Szöllősi László, egyetemi docens
- 09:40 **Havasi Márton Zsombor**  
Gazdálkodási és menedzsment BA III. évfolyam  
*A debreceni szuburbanizáció negatív hatásainak enyhítése egy új közösségi közlekedési formával, a tram-trainnel*  
Konzulens: Dr. Karcagi-Kováts Andrea, egyetemi docens
- 10:00 **Orosz Nikoletta**  
Gazdálkodási és menedzsment BA IV. évfolyam  
*Agrofotovoltaikus rendszerek telepítésének lehetőségei Magyarországon*  
Konzulens: Prof. Dr. Bai Attila, egyetemi tanár

10:20 **Sarkadi Barnabás**

Ellátásilánc menedzsment MSc I. évfolyam

***Út a jövő ellátási láncához: A mesterséges intelligencia  
alkalmazási lehetőségei a zöld ellátási láncokban***

Konzulensek: Dr. Gál Tímea, egyetemi docens

Buglyó-Nyakas Erzsébet Tünde, doktorandusz

10:40 **Ványi Gréta Zulejka**

Ellátásilánc menedzsment MSc II. évfolyam

***Gyártást támogató ERP rendszerek összehasonlítása***

Konzulens: Dr. Lengyel Péter József, egyetemi docens

**GAZDASÁGPOLITIKA ÉS REGIONÁLIS GAZDASÁGTAN**  
**TAGOZAT**  
(TVK 13. előadó)

**Bíráló Bizottság:**

Elnök: **Prof. Dr. Balogh Péter**, egyetemi tanár  
Társelnök: **Dr. Kovács István**, pénzügyi vezető (UD Catapult Kft.)  
Titkár: **Feketéné Ferenczi Aliz**, doktorandusz  
Tagok: **Dr. Nádasi Levente Sándor**, adjunktus  
**Dr. Nagy Adrián Szilárd**, egyetemi docens  
**Dr. Sigér Fruzsina**, adjunktus

**Előadók:**

- 09:00 **Ortea Hanz Stephen Konahap**  
Rural Development Engineering BSc III. évfolyam  
*The Role of E-commerce and Digital Financial Services in Expanding Economic Opportunities for Rural Households in Central and Eastern Visayas, Philippines*  
Konzulens: Dr. Szenderák János, adjunktus
- 09:20 **Pala Martin**  
Gazdálkodási és menedzsment BA III. évfolyam  
*Megélhető költségek Magyarországon 'a gazdasági növekedés árnyékában'*  
Konzulens: Tarnóczi Tamás Bence, doktorandusz
- 09:40 **Kész Bianka**  
Nemzetközi gazdálkodás BA IV. évfolyam  
*Rendkívüli idők rendkívüli intézkedéseket követelnek – avagy a Fed, az EKB és a BoE koronavírusválságra adott monetáris válasza*  
Konzulens: Szendrey Orsolya, tanársegéd
- 10:00 **Székelyhidi Dávid**  
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás MA II. évfolyam  
*Országértékelés a 10. Fenntartható Fejlődési Cél alapján*  
Konzulens: Dr. Karcagi-Kováts Andrea, egyetemi docens



10:20 **Porcsin Zsombor**

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás MA I. évfolyam

*Bérszabályozás, dereguláció, és a keynesi-neokonzervatív dilemma: Nixon, Ford, illetve Carter gazdaságpolitikai örökségei az 1968-1981 közötti időszakban*

Konzulens: Dr. Tökés Tibor, egyetemi docens

10:40 **Horváth Bence Tibor**

Nemzetközi gazdálkodás BA IV. évfolyam

*Az infláció érzékelése és mérési módszerei*

Konzulensek: Dr. Huzsvai László, egyetemi docens

Dr. Czine Péter, adjunktus

**KERESKEDELEM ÉS MARKETING TAGOZAT**  
(TVK 104. előadó)

**Bíráló Bizottság:**

Elnök: **Dr. Soós Mihály**, egyetemi docens  
Társelnök: **Gyarmati Gábor**, cégvezető (Ripassa Kft.)  
Titkár: **Rácz Adél**, doktorandusz  
Tagok: **Dr. Fenyves Noémi Dóra**, adjunktus  
**Dr. Földi Kata**, főiskolai docens  
**Dr. Kontor Enikő**, egyetemi docens  
**Dr. Szűcs Róbert Sándor**, egyetemi docens

**Előadók:**

09:00 **Silling Szintia Adriána**

Turizmus-vendéglátás BA III. évfolyam

***Hasznosságmaximalizálás vagy megbánás minimalizálás – A racionális döntéshozatal két eltérő megközelítése***

Konzulensek: Dr. Czine Péter, adjunktus

Prof. Dr. Dajnoki Krisztina, egyetemi tanár

09:20 **Pintér Réka**

Nemzetközi gazdálkodás BA III. évfolyam

***Fast fashion termékekkel kapcsolatos fogyasztói preferenciák vizsgálata a környezettudatosság tükrében***

Konzulensek: Dr. Czine Péter, adjunktus

Dr. Kiss Marietta, egyetemi docens

09:40 **Balogh Gergely**

Nemzetközi gazdálkodás BA IV. évfolyam

***Az „AAA” videójátékok népszerűségét befolyásoló tényezők vizsgálata hazánkban***

Konzulens: Dr. Lengyel Péter József, egyetemi docens

10:00 **Bánszki Fruzsina Flóra**

Marketing MA I. évfolyam

***Az egészségesnek vélt élelmiszerek és az online élelmiszer-vásárlás kapcsolatának vizsgálata különös tekintettel a fehérje tartalmú termékekre***

Konzulens: Boros Henrietta Mónika, doktorandusz

- 10:20 **Fehér Regina**  
Kereskedelem és marketing BA III. évfolyam  
*Az egyéni és ügynökségi marketingkommunikációs stratégiák fontossága és szerepe a KKV-szektor vállalkozásainak sikerében*  
Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens
- 10:40 **Nagy Noémi Nóra**  
Ellátásilánc menedzsment MSc II. évfolyam  
*A "Greenwashing" azaz a zöldre mosás hatása a fogyasztói preferenciákra*  
Konzulens: Kovács Evelin, tanársegéd
- 11:00 **Puskás Bálint**  
Marketing MA II. évfolyam  
*Az email marketing hatékonysága és optimalizálási lehetőségei a társasjáték-piacon: A Kidologic Kft. esettanulmánya*  
Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens
- 11:20 **Thomka Balázs**  
Kereskedelem és marketing BA IV. évfolyam  
*Az élménymarketing hatása a levendulatermékekkel kapcsolatos fogyasztói szokásokra*  
Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens
- 11:40 **Török Barbara**  
Marketing MA II. évfolyam  
*Hogyan kommunikáljunk zölden és meggyőzően? Reklámozási stratégiák a fenntarthatóságban*  
Konzulens: Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes, adjunktus

## MENEDZSMENT TAGOZAT

(Teknős 101-102. előadó)

### Bíráló Bizottság:

Elnök: **Dr. Kun András István**, egyetemi docens  
Társelnök: **Szabó Lilla**, HR Szolgáltatásvezető (Deufol Hungary Kft.)  
Titkár: **Dr. Véghné Madarasi Veronika**, doktorandusz  
Tagok: **Barizsné Dr. Hadházi Edit**, egyetemi docens  
**Dr. Gergely Éva**, egyetemi docens  
**Dr. Kovács Sándor**, egyetemi docens

### Előadók:

09:00 **Csatári Veronika**

Gazdálkodási és menedzsment BA IV. évfolyam

***Mi ösztönzi a modern munkavállalót? - Motiváció és innováció összefüggései a munkahelyen***

Konzulens: Dr. Filep Roland, adjunktus

09:20 **Jacsó Zsanett**

Emberi erőforrás tanácsadó MA II. évfolyam

***Személyes és munkavégzéssel kapcsolatos jellemzők vizsgálata a Z-generáció tagjai körében***

Konzulens: Olvasztó Zsófia, doktorandusz

09:40 **Szabó Réka**

Vezetés és szervezés MA II. évfolyam

***A harmadik országból érkező munkavállalók integrációs kihívásai***

Konzulensek: Prof. Dr. Dajnoki Krisztina, egyetemi tanár  
Dr. Czine Péter, adjunktus

10:00 **Szögyényi Réka**

Nemzetközi gazdálkodás BA IV. évfolyam

***Döntéseinket befolyásoló zajok - esettanulmány egy vállalat példáján keresztül***

Konzulens: Dr. Futó Judit Edit, adjunktus

10:20 **Nyircsák Anna**

Nemzetközi gazdálkodás BA IV. évfolyam

***A kognitív torzítások hatásának vizsgálata a döntéshozatal  
eredményeire egy vállalat példáján keresztül***

Konzulens: Szendrey Orsolya, tanársegéd

10:40 **Zrinyi Timót**

Gazdálkodási és menedzsment BA III. évfolyam

***A jövő munkaereje: A közösségi média hatása a diákok  
vezetői szerepelvárásaira***

Konzulens: Dr. Filep Roland, adjunktus

**PÉNZÜGY ÉS SZÁMVITEL I. TAGOZAT**  
(Magház F01-02. előadó)

**Bíráló Bizottság:**

Elnök: **Dr. Darabos Éva**, egyetemi docens  
Társelnök: **Kis Tünde**, igazgató (PwC Magyarország)  
Titkár: **Póta Cserne Panka**, doktorandusz  
Tagok: **Dr. Fazekas Balázs**, adjunktus  
**Dr. Lőrinczi Krisztián**, adjunktus  
**Dr. Szentesi Ibolya**, adjunktus

**Előadók:**

- 09:00 **Al-Awamleh Jana Wahab Adel Latif**  
BA in Business Administration and Management IV. évfolyam  
*Enron Unraveled: A Corporate Giant's Fall from Grace*  
Konzulens: Dr. Hamad Mirjam, tanársegéd
- 09:20 **Aranyos Bence**  
Nemzetközi gazdálkodás BA IV. évfolyam  
*More likes, more trouble; the panic-inducing and disruptive role of social media in bank runs*  
Konzulens: Szendrey Orsolya, tanársegéd
- 09:40 **Gerda Dorina**  
Pénzügy és számvitel BA IV. évfolyam  
*A lízing, mint finanszírozási forrás szerepe napjainkban*  
Konzulens: Dr. Rózsa Attila, egyetemi docens
- 10:00 **Jobbágy Anna**  
Gazdálkodási és menedzsment BA IV. évfolyam  
*A jövedelmezőségi mutatók szerepe az osztalékdöntések előrelézésében*  
Konzulensek: Dr. Tömöri Gergő, adjunktus  
Dr. Hamad Mirjam, tanársegéd

10:20 **Kovács Anna**

Gazdálkodási és menedzsment BA IV. évfolyam

***A magyarországi lakosság értékpapír vásárlási szokásai***

Konzulens: Dr. Nagy Tünde Orsolya, adjunktus

10:40 **Gyulai Ádám**

Pénzügy és számvitel BA IV. évfolyam

***Átgyűrűzési hatások vizsgálata a Visegrádi Négyek  
tőzsdeindexei között***

Konzulensek: Prof. Dr. Fenyves Veronika, egyetemi tanár  
Dr. Szenderák János, adjunktus

11:00 **Seres Máté Zsolt**

Vezetés és szervezés MA II. évfolyam

***Munkavállalói értékpapírprogramok adózásának folyamata és  
kapcsolatuk az Amerikai Egyesült Államok és Magyarország  
között létrejött kettős adóztatás elkerüléséről szóló egyezmény  
megszűnésével***

Konzulens: Prof. Dr. Fenyves Veronika, egyetemi tanár

11:20 **Varga Laura**

Pénzügy és számvitel BA IV. évfolyam

***A digitális fizetési megoldások kockázatai***

Konzulens: Dr. Becsky-Nagy Patrícia, egyetemi docens

**PÉNZÜGY ÉS SZÁMVITEL II. TAGOZAT**  
(Magház F17-18.)

**Bíráló Bizottság:**

Elnök: **Dr. Túróczi Imre**, főiskolai tanár  
Társelnök: **Soós Adrienn**, igazgató  
(Deloitte Könyvvizsgáló és Tanácsadó Kft.)  
Titkár: **Bartha Dániel**, doktorandusz  
Tagok: **Dr. Gazdag-Kerecsi Dóra**, adjunktus  
**Dr. Kiss Anita**, adjunktus  
**Dr. Kotormán Annamária**, adjunktus

**Előadók:**

09:00 **Gulyás Dávid János**

Vezetés és szervezés MA I. évfolyam

*Az ESG hazai bajnokai az üzleti világban avagy a magyar nagyvállalati ESG közszételek összehasonlító vizsgálata*

Konzulensek: Szendrey Orsolya, tanársegéd

Prof. Dr. Fenyves Veronika, egyetemi tanár

09:20 **Do Quang Hieu**

BA in Business Administration and Management IV. évfolyam

*Assess financial health of a company using financial ratios and textual analysis in annual reports: An applied case study*

Konzulens: Dr. Lakatos Vilmos, egyetemi docens

09:40 **Bedő Gábor Áron**

Vezetés és szervezés MA II. évfolyam

*A kontrolling szerepe egy potenciális integrációs folyamat tervezésében*

Konzulens: Prof. Dr. Fenyves Veronika, egyetemi tanár

10:00 **Puskás Orsolya**

Számvitel MA III. évfolyam

*Feldolgozóipari vállalatok kiegészítő mellékleteinek elemzése*

Konzulensek: Prof. Dr. Fenyves Veronika, egyetemi tanár

Dr. Tarnóczi Tibor, külső óraadó



10:20 **Bíró Bence**

Pénzügy és számvitel BA IV. évfolyam

*Az IFRS 17 standard hatásának vizsgálata két biztosító társaság példáján keresztül*

Konzulens: Dr. Szekeres Alexandra, tanársegéd

10:40 **Balasa Zoltán**

Pénzügy és számvitel BA III. évfolyam

*Az ESG jelentés hatása a külső finanszírozási források koncentrációjára és a hitelezői kamatelvárásokra*

Konzulensek: Dr. Szekeres Alexandra, tanársegéd  
Dr. Tömöri Gergő, adjunktus

11:00 **Váradi Lúcia**

Számvitel MA II. évfolyam

*Számviteli beszámolási rendszerek összehasonlítása az intellektuális tőke tükrében*

Konzulensek: Dr. Hamad Mirjam, tanársegéd  
Dr. Kiss Ágota, tanársegéd

11:20 **Virág Magdolna Ágota**

Számvitel MA II. évfolyam

*A közös szerveződések megjelenése az IFRS-ek szerint elkészített konszolidált beszámolóknak Magyarországon*

Konzulens: Dr. Orbán Ildikó, egyetemi docens

## SPORTMENEDZSMENT TAGOZAT

(*Teknős 103. előadó*)

### Bíráló Bizottság:

Elnök: **Dr. Bácsné Prof. Dr. Bába Éva**, egyetemi tanár  
Társelnök: **Becsky András**, ügyvezető igazgató  
(Debreceni Sportcentrum Közhasznú Nonprofit Kft.)  
Titkár: **Molnár Anikó**, doktorandusz  
Tagok: **Prof. Dr. Müller Anetta**, egyetemi tanár  
**Dr. Ráthonyi-Ódor Kinga**, egyetemi docens

### Előadók:

- 09:00 **Kecskeméti Csenge**  
Sportszervező BSc III. évfolyam  
*Versenysport abbahagyásának okai kosárlabda sportágban*  
Konzulens: Dr. Pfau Christa Sára, adjunktus
- 09:20 **Macskín László**  
Sportközgazdász MSc II. évfolyam  
*Az UEFA klubverseny-rendszerek bevétel-elosztási mechanizmusai*  
Konzulens: Bács Bence András, tanársegéd
- 09:40 **Nagy Károly Mihály**  
Sportközgazdász MSc I. évfolyam  
*A Bajnokok Ligája reform hatása a sportfogyasztói szokásokra és elégedettségre*  
Konzulens: Dr. Balogh Renátó, adjunktus
- 10:00 **Szabó Panna**  
Rekreáció és életmód BA III. évfolyam  
*Tanulás vagy élsport? Kettős életpálya a kézilabda elitjében*  
Konzulens: Dr. Pfau Christa Sára, adjunktus

10:20 **Török Emese**

Sportszervező BSc III. évfolyam

***Sportolás és Önértékelés a Digitális Korban: A Közösségi  
Média Szerepe***

Konzulens: Dr. Szalánczi-Bartha Éva Judit, adjunktus

**VILÁGGAZDASÁGTAN TAGOZAT**  
(TVK 12. előadó)

**Bíráló Bizottság:**

Elnök: **Dr. Erdey László**, egyetemi docens  
Társelnök: **Dr. Pásztor Szabolcs**, egyetemi docens  
(Nemzeti Közszolgálati Egyetem)  
Titkár: **Abuczki Marianna**, doktorandusz  
Tagok: **Dr. Márkus Ádám**, adjunktus  
**Dr. Szabó Andrea**, adjunktus  
**Dr. Tóth Eszter**, adjunktus

**Előadók:**

09:00 **Sultanbekova Asiya**

BA in Business Administration and Management IV. évfolyam

***How did Russian colonization strategies differ and impact the quality of institutions in post-Soviet countries?***

Konzulens: Prof. Dr. Czeglédi Pál, egyetemi tanár

09:20 **Barta Inez**

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás BA III. évfolyam

***Az ukrán gabona megítélése a fogyasztói szempontoktól a nemzetközi kereskedelmi tendenciáig***

Konzulens: Dr. Popovics Péter András, egyetemi docens

09:40 **Kiss Zoltán**

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás MA II. évfolyam

***A hatalom pillérei***

Konzulens: Dr. Tókécs Tibor, egyetemi docens

10:00 **Krivanics Attila**

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás BA IV. évfolyam

***Energiahelyzet Európában – rövid- és hosszú távú megoldások***

Konzulens: Dr. Czine Péter, adjunktus

10:20 **RÁCZ DÓRA LAURA**

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás MA III. évfolyam

***A gazdasági szabadság hatása a jövedelmi egyenlőtlenségre:  
A politikai rendszer számít?***

Konzulens: Prof. Dr. Czeglédi Pál, egyetemi tanár

10:40 **UNGAI SZEBAZTIÁN**

Nemzetközi gazdálkodás BA IV. évfolyam

***FDI a feltörekvő piacokon***

Konzulens: Dr. Trón Zsuzsanna, adjunktus

## DETEP TAGOZAT

(Fényház Tárgyaló)

### Bíráló Bizottság:

Elnök: **Prof. Dr. Rákos Mónika**, egyetemi tanár  
Titkár: **Szántó Gerda**, doktorandusz  
Tagok: **Dr. Mihály-Karnai Laura**, adjunktus  
**Dr. Vida Viktória**, egyetemi docens

### Előadók:

09:00 **Unyi Dominik Vajk**

Marketing MA I. évfolyam

***A férfi bőrápolási piac vizsgálata Magyarországon***

Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

09:20 **Benke Lili**

Kereskedelem és marketing BA III. évfolyam

***Rebranding megvalósításának szempontjai esettanulmányok elemzésével***

Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

09:40 **Melcher Máté**

Kereskedelem és marketing BA IV. évfolyam

***Bioversee: Úttörő vállalkozás egy innovatív ipari automatizációs webalkalmazás fejlesztésére és értékesítésére***

Konzulens: Dr. Nagy Adrián Szilárd, egyetemi docens

10:00 **Benedek Roland Csaba**

Nemzetközi gazdálkodás BA III. évfolyam

***Paraméteres vagy nemparaméteres elemzés? A Likert-skála értékelésének kulcskérdése***

Konzulens: Dr. Czine Péter, adjunktus

10:20 **Silling Szintia Adriána**

Turizmus-vendéglátás BA III. évfolyam

***Szállodák jövője: Az ember és robot versenye a vendégélményért***

Konzulensek: Prof. Dr. Dajnoki Krisztina, egyetemi tanár

Dr. Czine Péter, adjunktus

**KÖZÉPISKOLAI TAGOZAT**  
(TVK Tanácssterem)

**Bíráló Bizottság:**

Elnök: **Dr. Varga Zsolt**, tudományos igazgató  
(DE Tudományos Igazgatóság)  
Titkár: **Varga Máté**, doktorandusz  
Tagok: **Dr. Bittner Beáta**, egyetemi docens  
**Mándy Zsuzsanna**, ügyvivő-szakértő  
(DE Tudományos Igazgatóság)

**Előadók:**

**09:00 Benő Kristóf**

Nyíregyházi SZC Széchenyi István Technikum, XI. évfolyam  
***A pénzügyi innováció fontossága a makrogazdaságban***  
Konzulens: Póta Cserne Panka, doktorandusz

**09:20 Bozó Panna Boglárka**

Hajdúnánási Kőrösi Csoma Sándor Református Gimnázium, XII. évfolyam  
***Gazdasági kihívások és túlélési stratégiák a küzdősportok világában***

**09:40 Kerezi Eszter**

Báthory István Óvoda, Két Tanítási Nyelvű Általános Iskola és Gimnázium,  
XII. évfolyam  
***Digitális útkeresés, az online marketing lehetőségei a felsőoktatásban***

Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

**10:00 Mokánszki Eszter**

Tóth Árpád Gimnázium, XII. évfolyam  
***A világ a fast fashion fogságában***  
Konzulens: Dr. Tóth Eszter, adjunktus

**10:20 Muresan Adrienn Rozália**

Nyíregyházi SZC Széchenyi István Technikum és Kollégium, XII. évfolyam  
***Fenntartható élelmiszerfogyasztás – Az élelmiszerpazarlás elleni küzdelem jógyakorlatai***  
Konzulensek: Bauerné Dr. Gáthy Andrea, egyetemi docens  
Huriné Verdes Tímea, középiskolai szaktanár

- 10:40 **Szakály Máté Szabolcs**  
Svetits Gimnázium, XII. évfolyam  
*Sportvállalkozások / futballvállalkozások fejlesztése*  
Konzulens: Bács Bence András, tanársegéd
- 11:00 **Szamos Panna Eszter**  
Gyulai Erkel Ferenc Gimnázium, XII. évfolyam  
*Befektetések a tőzsdén: elmélet, stratégia és gyakorlat*  
Konzulens: Dr. Fazekas Balázs, adjunktus
- 11:20 **Tömpe Adél**  
Nyíregyházi Vasvári Pál Gimnázium, XI. évfolyam  
*A Fast Fashion világa: Influenzszerek és tudatos vásárlás*  
Konzulens: Dr. Trón Zsuzsanna, adjunktus
- 11:40 **Vágner Lara**  
Tóth Árpád Gimnázium, XI. évfolyam  
*A fast fashion környezetre gyakorolt hatása*  
Konzulens: Dr. Sigér Fruzsina, adjunktus



# **TDK PÁLYAMUNKÁK ÖSSZEFOGLALÓI**

## **ENRON UNRAVELED: A CORPORATE GIANT'S FAIL FROM GRACE**

Szerző: Al-Awamleh Jana Wahab Adel Latif,  
BA in Management and Business Administration IV. évfolyam  
Konzulens: Dr. Hamad Mirjam, tanársegéd

The downfall of Enron Corporation is still known as one of the most infamous cases of corporate scandals, highlighting the severe outcomes of dishonest financial behaviors. This study seeks to examine the primary reasons behind Enron's collapse, with a specific focus on the fraudulent alteration of financial records, its effects on energy markets, specifically in California, and the wider implications for corporate oversight. The study aims to investigate how Enron's deceitful actions and false accounting disrupted markets, resulted in significant financial losses, and triggered substantial regulatory changes.

The methodology used involves a thorough examination of primary and secondary sources on Enron's business practices, financial manipulation, and the resulting legal consequences. Analysis was done by reviewing Enron's accounting practices and the energy trading tactics that took advantage of market vulnerabilities. Furthermore, an analysis was conducted comparing Generally Accepted Accounting Principles (GAAP) and International Financial Reporting Standards (IFRS) to illustrate how deficiencies in accounting standards contributed to Enron's risk management breakdowns.

The results of this research show that Enron's distortions of energy markets, specifically during the California energy crisis, led to over \$40 billion in debt for the state. The deceptive behavior led to a notable fluctuation in the market, driving up energy costs and causing instability in the energy industry. The examination also indicates that by utilizing intricate financial tools like Special Purpose Entities (SPEs), Enron managed to hide debt and financial losses from investors.

In conclusion, this study confirms that Enron's collapse was not only a result of internal management failures but also a reflection of broader systemic flaws in corporate governance and accounting regulations at the time. The findings highlight the need for stronger regulatory frameworks and accounting transparency to prevent such corporate misconduct in the future.

## **MORE LIKES, MORE TROUBLE; THE PANIC-INDUCING AND DISRUPTIVE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN BANK RUNS**

Szerző: Aranyos Bence, Nemzetközi gazdálkodás BA IV. évfolyam  
Konzulens: Szendrey Orsolya, tanársegéd

Bank runs represent one of the most destabilizing events that can occur in a financial system. They are a phenomenon that happens when a large number of depositors concomitantly withdraw their funds. There are numerous things that can trigger a bank run, but in general, depositors withdraw because they fear that their bank will become insolvent. When a bank run occurs, the panic can spread to other institutions as well, causing a bank run contagion. Since banks are deeply embedded in the economy, a bank-run contagion can cause a widespread economic crisis. Throughout the thesis, numerous well-known game theory models will be analyzed. The relevance of the topic is underlined by the failure of Silicon Valley Bank in 2023, which was the second-biggest bank run in the history of the United States. I conducted a comprehensive analysis of the underlying factors that caused the unprecedented speed and size of the failure. The contagion effects after the fall of SVB are analyzed in the U.S. banking system and on a global scale as well. The thesis highlights the importance of social media as a new layer of risk for banks. Social media revolutionized communication among depositors, which can substantially increase the likelihood of bank runs. Therefore, it is essential for regulators to assess the risks technological improvements hold. I also examine how social networks can affect depositors through a game theory model by Kiss et al. (2013). In my primary research, I extended this model and conducted a laboratory experiment with external information stimuli in the form of social media posts to determine whether social media can affect the likelihood of bank runs. The social media posts had different characteristics, and they were trying to simulate the most common types of posts depositors can see during financial crises. In my thesis, I assessed how the credibility of the posts and the number of views, likes, and comments can influence the depositors' behavior. After analyzing the data, I concluded that the posts, which were written in a formal tone by experts, significantly increased the likelihood of bank runs. The goal of the thesis is to raise awareness of social media's disruptive role in the context of bank runs. The thesis examines the advantages and disadvantages of a number of strategies that can prevent bank runs, such as deposit insurance, suspension of convertibility, education, and regulation.

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

Szerző: Balasa Zoltán, Pénzügy és számvitel BA III. évfolyam  
Konzulensek: Dr. Szekeres Alexandra, tanársegéd  
Dr. Tömöri Gergő, adjunktus

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

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

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

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

## AZ „AAA” VIDEOJÁTÉKOK NÉPSZERŰSÉGÉT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK VIZSGÁLATA HAZÁNKBAN

Szerző: Balogh Gergely, Nemzetközi gazdálkodás BA IV. évfolyam  
Konzulens: Dr. Lengyel Péter József, egyetemi docens

A videojáték-iparban az AAA (Triple-A) egy szakszó, amelyet a közepes vagy nagy kiadó által gyártott vagy forgalmazott videojátékok osztályozására használnak, amelyek jellemzően magasabb fejlesztési és marketing költségvetéssel rendelkeznek, mint a játékok többi rétege. Kutatásomban arra kerestem a választ, hogy hazánkban mely tulajdonságok a legfontosabbak a felhasználóknak az „AAA” játékokban. Ezzel a műfajjal kapcsolatos fogyasztói preferenciák vizsgálatához egy nemzetközi téren elterjedt, Best-Worst Scaling-ként ismertté vált preferenciaértékelő eljárást, annak „object” esetét alkalmaztam. A következő hét szempontot tartottam a legjelentősebbnek: ár, folytatás, kiadó, műfaj, platform, kritikus értékelések, felhasználói értékelések. A dolgozatom elkészítése során szekunder és primer kutatásokat végeztem. A primer piackutatásomban kvantitatív online kérdőíves megkérdezést alkalmaztam 914 fő bevonásával.

A válaszadók a műfajt tartották a legfontosabb szempontnak. A második és a harmadik legfontosabbnak választott szempont az ár és a platform, ezeket követte a folytatás tulajdonság. A kiadó, a felhasználói értékelések és a kritikus értékelések voltak a három utolsó szempont a rangsorban. A preferenciaheterogenitás vizsgálata érdekében az egyén szintű Best-Worst értékekkel további statisztikai elemzéseket végeztem. A végső elemzésemben a K-közép klaszterezési eljárás során kapott három klaszter eredményeit vizsgáltam, amit kiegészítettem korrespondencia elemzéssel is. Az első klaszterbe a kevésbé árérzékeny, kiadóra és műfajra nem nagy hangsúlyt fektető, platformot és felhasználói értékeléseket preferáló játékosok tartoztak. A második klaszterbe az árérzékeny, folytatásokkal és platformmal nem foglalkozó, kiadót és műfaj preferáló, alacsony életkorú, főleg női válaszadók kerültek. Továbbá ők költenek a legritkábban és a legkevesebbet a 3 klaszter közül. A 3. klaszterbe a folytatásokat preferáló, értékeléseket elutasító, magas életkorú és régóta videojátékozó férfiak tartoztak.

Meg kell jegyezni azonban azt, hogy a jövőben az általam vizsgált preferenciák változhatnak, mivel az „AAA” videojátékok iparága nagyon gyorsan fejlődik, ezért a játékosok igényeinek kielégítéséhez folyamatosan alkalmazkodnia kell a játék kiadóknak ezen a területen.

## **AZ EGÉSZSÉGESNEK VÉLT ÉLELMISZEREK ÉS AZ ONLINE ÉLELMISZER- VÁSÁRLÁS KAPCSOLATÁNAK VIZSGÁLATA KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A FEHÉRJE TARTALMÚ TERMÉKEKRE**

Szerző: Bánszki Fruzsina Flóra, Marketing MA I. évfolyam  
Konzulens: Boros Henrietta Mónika, doktorandusz

A digitális korszakban az egészségtudatos táplálkozás és az online élelmiszer-vásárlás iránti kereslet egyre növekvő figyelmet kap. Jelen kutatásom célja, hogy feltárjam, milyen tényezők befolyásolják a fogyasztók döntéseit, kifejezetten a fehérjealapú termékek vásárlását, különös tekintettel a GymBeam és MyProtein webáruházakra. A kutatás központi kérdései között szerepel, hogyan vonzza a termékek ábrázolása a vásárlók figyelmét, milyen szempontokat vesznek figyelembe az online élelmiszer-vásárlás során, és melyik márka termékeit részesítik előnyben.

A kutatásom során szemkamerás vizsgálatot végeztem, amelyet utókérdőívvel és fókuszcsoportos kutatással egészítettem ki. Első lépésként szakirodalmi elemzést készítettem a kutatás megalapozása érdekében az egészségtudatos vásárlói magatartásról, illetve az online vásárlásról. Ezt követően a szemkamerás vizsgálat 40 résztvevőjének az eredményeit elemeztem, ahol a GymBeam és MyProtein weboldalak kezdőlapjait, termék kategória oldalait és két kiválasztott termékoldalt tekintetek meg. A vizsgálat után utókérdőívet töltöttek ki a demográfiai háttér hozzátársítása érdekében, majd 8 fő segítségével fókuszcsoportos kutatással mélyebb információt gyűjtöttem a fogyasztói preferenciákról, a termékekkel kapcsolatos nyomásokról és az online vásárlási szokásokról.

Az eredmények alapján a fogyasztók döntéseit leginkább az íz, az ár és az ajánlások befolyásolják. Kiderült, hogy az online vásárlás során nagyobb mennyiségben vásárolnak a megkérdezettek, és különösen figyelnek a márkák által kínált akciókra és promóciókra. A fogyasztók számára továbbá fontos az egyszerű, jól érthető és kezelhető weboldal, valamint a termékek világos és pontos leírása, különösen az ízvilág és a tápanyagösszetétel tekintetében. A kutatásból kiderült, hogy a vizuális megjelenés, a csomagolás és a weboldali promóciós felületek figyelemfelkeltő ereje szintén magas arányban befolyásolja a vásárlói döntést.

A kutatásom javaslatai között szerepel, hogy a webáruházak helyezzenek nagyobb hangsúlyt a vásárlói vélemények megjelenítésére, tegyék egyértelműbbé a termékek ismertetését, különösen az ízvilág leírását, és alkalmazzanak figyelemfelkeltő promóciós megoldásokat a vásárlók figyelmének megragadása érdekében.

## AZ UKRÁN GABONA MEGÍTÉLÉSE A FOGYASZTÓI SZEMPONTOKTÓL A NEMZETKÖZI KERESKEDELMI TENDENCIÁKIG

Szerző: Barta Inez, Nemzetközi gazdálkodás BA III. évfolyam  
Konzulens: Dr. Popovics Péter András, egyetemi docens

Miért éppen a gabonakereskedelem és miért Ukrajna? – jogos kérdésként merülhet fel ez a téma választásakor. A válasz túlmutat egy egyszerű gazdasági kérdésen, vagy személyes kutatási motiváción. Ukrajna szerepe a globális gabonapiacra évtizedek óta meghatározó, különösen napjainkban, a geopolitikai feszültségek közepette. Az ukrán gabonával kapcsolatos felvetések a globális élelmiszerbiztonság és a nemzetközi kereskedelem középpontjába kerültek. A jelenlegi információáramlás ellenére a magyar társadalom továbbra is bizonytalan az ukrán gabonatermékekkel kapcsolatban.

A magyar fogyasztók ukrán gabonához való viszonyulása kulcsfontosságú annak érdekében, hogy a kereskedelmi döntések és stratégiák összhangba kerüljenek a fogyasztói elvárásokkal. Dolgozatomban megvizsgáltam a kereskedelemmel kapcsolatos fogyasztó attitűdöket, valamint a nemzetközi kereskedelmi irányvonalakat. Célom volt továbbá az is, hogy párhuzamot vonjak az ukrán és a magyar gabona közötti minőségi kérdésekben, illetve, hogy feltárjam milyen gazdasági és társadalmi tényezők befolyásolják az ukrán gabona megítélését.

Ahhoz, hogy vizsgálataimat megalapozottan tudjam elvégezni, szekunder kutatás keretében elemeztem a releváns szakirodalmakat, valamint különböző adatbázisokat és statisztikai információkat.

A primer kutatás keretében kérdőíves felmérést és mélyinterjúkat végeztem. A kérdőíves felmérés során összesen 232 válaszadó segítségével gyűjtöttem adatokat, amelyek átfogó képet nyújtanak a fogyasztói preferenciákról, véleményekről és szokásokról. Ezen túlmenően mélyinterjúkat is folytattam olyan hazai és nemzetközi szakemberekkel, akik a gabonakereskedelem valamely területén dolgoznak. A szakmai tapasztalatok és vélemények értékes kiegészítést nyújtottak a kérdőíves kutatás eredményeihez, és lehetővé tették, hogy a problémát több nézőpontból is megvizsgálhassam.

A kutatásom eredményei alátámasztották, hogy az ukrán gabonakereskedelem jelentős hatással van a globális élelmiszerpiacra, és a magyar fogyasztók attitűdjei összefüggésben állnak a geopolitikai eseményekkel. Bízom benne, hogy a feltárt releváns információk hozzájárulnak a gabonakereskedelem fejlődéséhez, előmozdíthatják a fenntarthatóbb, fogyasztóbarátabb kereskedelmi gyakorlatok kialakulását, mind Magyarországon, mind nemzetközi szinten.

## A KONTROLLING SZEREPE EGY POTENCIÁLIS INTEGRÁCIÓS FOLYAMAT TERVEZÉSÉBEN

Szerző: Bedő Gábor Áron, Vezetés és szervezés MA II. évfolyam  
Konzulens: Prof. Dr. Fenyves Veronika, egyetemi tanár

A kontrolling mára már nem egyenlő csupán a pénzügyi kontrollinggal, annál már sokkal komplexem szakma. Egy kontrollernek ma sokrétű feladatköre van, benne a teljesség igénye nélkül a megfelelő szervezeti kommunikáció kiépítésével, a teljesítményértékeléssel vagy épp a tervezéssel. A tervezés egy rendkívül összetett folyamat, gondos körültekintést igényel, a PDCA ciklus alapján pedig nem csupán a tervek elkészítését jelenti, hanem a megvalósítást, nyomon követést, visszacsatolást is. Ez jól nyomon követhető egy integrációs folyamat esetében, egy új divízió elindítása során.

Kutatásomban a tervezést, mint kontrolleri feladat szeretném vizsgálni, ezért a Debreceni Sportcentrum Sportiskolája kapcsán fogom vizsgálni egy potenciális e-sport szakosztály elindítását. (Dolgozatom kapcsán fontos kiemelni, hogy csupán egy gondolat kísérlet, a szervezet nem foglalkozik jelenleg egy e-sport szakosztály bevezetésének kérdésével. Emellett fontos kitétel, hogy tanulmányom nem sportszakmai jellegű, hangsúlyja inkább a tervezésen, a teljesítményértékelésen és a különböző sportszakmai és gazdasági jelenségek számszerűsítésén van.) A Debreceni Sportcentrum évtizedek óta Debrecen sportéletének meghatározó szereplője. A hosszú évek alatt a Sportiskola szakosztályainak száma folyamatosan bővült. Az e-sport pedig egy rendkívül dinamikusan fejlődő szellemi sport, joggal merülhet fel a kérdés, hogy a Sportiskola keretében miért is ne indulhatna el egy külön e-sport szakosztály.

A munkámban tehát egy általános integrációs folyamatot tervezek meg, annak 2 fontos lépését kiemelve: a kiválasztási folyamatot, illetve a stratégiai célok kitűzését egy új divízióval szemben. Mindezt egy potenciális e-sport szakosztályra alkalmazva válik a tanulmányom gyakorlatiassá. A kiválasztási folyamathoz egy saját mutatószámrendszert alkotva értékelek 9 sportágat, majd az e-sporton belül 15 játékot, az eredmények alapján javasolva ebből a legkiemelkedőbbeket további elemzésre. A célkitűzés során a SMART-elvek figyelembevétele mellett a Balanced Scorecard rendszert alkalmazva tűzök ki egy potenciális e-sport szakosztállyal szembeni követelményeket, elérendő célokat. A meghatározott követelményrendszert aztán egy már létező szakosztályra vetítve vizsgálom annak realitását.

Az elemzésem alapján összességében elmondható, hogy bár egy e-sport szakosztály létrehozásának lehetne realitása a Debreceni Sportcentrum életében, azonban előbb a szervezet értekeivel kellene összehangba hozni a sportágat, egy megfelelő rendszert kidolgozva közelíteni azt a Sportiskolához.



## **AZ IFRS 17 STANDARD HATÁSÁNAK VIZSGÁLATA KÉT BIZTOSÍTÓ TÁRSASÁG PÉLDÁJÁN KERESZTÜL**

Szerző: Bíró Bence, Pénzügy és számvitel BA IV. évfolyam

Konzulens: Dr. Szekeres Alexandra, tanársegéd

Kutatásom témája a 2023. január 1-jén hatályba lépő IFRS 17 standard hatása egy vállalatcsoport pénzügyi kimutatásaira. Az IFRS 17 a 2005 óta érvényes IFRS 4 – Biztosítási szerződések standardot hivatott felváltani. Az IASB célja a standard kibocsátásával az volt, hogy transzparencia legyen a biztosítási szerződéseket kibocsátó gazdasági társaságok pénzügyi kimutatásai között. Ez az új beszámolási egység alapjaiban változtatja meg a biztosítási szerződésekhez kapcsolódó követelések és kötelezettségek elszámolását, a pénzügyi kimutatásoknak a formáját és tartalmát.

Az általam vizsgált CIG Pannónia cégcsoport két vállalatán keresztül, a CIG Pannónia Nyilvánosan Működő Részvénytársaságon és a CIG Pannónia Első Magyar Általános Biztosító Zártkörűen Működő Részvénytársaságon keresztül fogom bemutatni az új standard hatását a pénzügyi kimutatások vonatkozásában. A CIG Pannónia Nyrt. egy tőzsdén jegyzett vállalat, emiatt az IFRS-ek szerint köteles elkészíteni a pénzügyi kimutatásait. A kutatásom célkitűzése feltérképezni azt, hogy mekkora és milyen minőségű változást okozott a CIG Pannónia cégcsoport pénzügyi kimutatásaiban az új standard. Az előzetes feltételezéseim szerint jelentős eltérést okozott a biztosítási szerződések elszámolására vonatkozó standard az általam elemzett cégcsoport kimutatásaiban. A dokumentumelemzéssel végrehajtott kutatásom során többféle pénzügyi kimutatást is vizsgáltam. Elsősorban a mérlegben, illetve az átfogó eredménykimutatásban tapasztalható változásokat vizsgáltam az érintett vállalatoknál. A dolgozatomban valamennyi felállított hipotézist elutasítottam.

Ezzel egyidejűleg megállapítottam, hogy az IFRS 4 standardhoz képest az IFRS 17 standard jelentős előrelépést jelent, ugyanis átláthatóságot biztosít a pénzügyi kimutatások felhasználói számára, egyértelműsíti az aktuális tárgyévben elszámolható bevételek és ráfordítások mértékét, előtérbe kerül a CSM (szerződéses szolgáltatási profit), amely a biztosítók egyik legfontosabb mutatója, indikátora a jelenben, valamint a pénzügyi kimutatások formáját, tartalmát alapjaiban változtatta meg az új standard.

## **Mi ÖSZTÖNZI A MODERN MUNKAVÁLLALÓT? - MOTIVÁCIÓ ÉS INNOVÁCIÓ ÖSSZEFÜGGÉSEI A MUNKAHELYEN**

Szerző: Csatári Veronika, Gazdálkodási és menedzsment BA IV. évfolyam  
Konzulens: Dr. Filep Roland, adjunktus

Életünk jelentős részét kitölti a munkavégzés, így fontos azonosítani, hogy milyen tényezők segítik elő, hogy motiváltan, elégedetten, hatékonyan és eredményesen végezzük munkahelyi feladatainkat. A helyzetet bonyolítja, hogy az elmúlt évtizedben számos innováció jelent meg, amely a munkakörülményeket és a munkaszervezést jelentősen átalakította. Kutatásomban ezek közül elsősorban a home office lehetőségére és a négynapos munkahétre fókuszáltam, illetve igyekeztem ezeket a klasszikus motivációelméletekkel összefüggésben vizsgálni.

Kutatásom fő célkitűzése az volt, hogy felmérjem, hogy milyen irányú kapcsolatban állnak ezek a modernizációk a fiatalabb és az idősebb munkavállalók motivációjával. Célom volt továbbá feltérképezni az ideálisnak tartott munkahely jellegzetességeit, az anyagi és társas ösztönzők fontosságát, kitérve a nemek közötti különbségekre is.

A vizsgálatban 165, 17-65 év közötti, munkahellyel rendelkező személy vett részt (86 nő, 79 férfi, átlagéletkor: 26,5 év). A résztvevők egy online kérdőívcsomagot töltöttek ki, amely az ideális munkahelyre, a különböző motivációs tényezőkre és munkahelyi innovációkra vonatkozó kérdéseket tartalmazott. A munkamotiváció méréséhez a Többdimenziós Munkamotiváció Skálát alkalmaztam, melynek segítségével a motiváció extrinzik, illetve intrinzik összetevőiről is adatokhoz jutottam.

Eredményeim alapján a home office lehetőségét a férfiak és az extrinzik motivációjúak jobban preferálják, mint a nők és az intrinzik motivációjúak, generációk között azonban a várt eredménytől eltérően nem mutatkozott szignifikáns eltérés. A négynapos munkahét bevezetésének a nők jobban örülnének a férfiaknál, valamint a külső motivációjúak a belső motivációjúaknál. A legfontosabb motiváló tényezőknek a kitöltők Herzberg kéttényezős modelljével összhangban az emberi megbecsülés érzését, a szakmai fejlődés lehetőségét, illetve a tiszteletet és elismerést tartották. Az ideális munkahely három leglényegesebb kritériumaként a támogató környezet, az emberi megbecsülés érzése és a bér azonos értékkel jelent meg.

A kutatás során sikerült azonosítani a home office és a négynapos munkahét munkavállalói motivációval való kapcsolatának néhány összefüggését, amelyek hasonló innovációk bevezetésekor támpontként szolgálhatnak.

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

Szerző: Dajka Balázs Kristóf, Agrárközgazdász MSc II. évfolyam  
Konzulens: Dr. Szöllősi László, egyetemi docens

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

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

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

## **A MAGYAR JÁRMŰIPARI VÁLLALATOK GAZDASÁGI HELYZET 2019 ÉS 2022 KÖZÖTTI IDŐSZAKBAN**

Szerző: Darányi Renáta Erika, Vállalatgazdaságtan MSc II. évfolyam  
Konzulens: Dr. Szöllösi László, egyetemi docens

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

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

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

## ASSESS FINANCIAL HEALTH OF A COMPANY USING FINANCIAL RATIOS AND TEXTUAL ANALYSIS IN ANNUAL REPORTS: AN APPLIED CASE STUDY

Szerző: Do Quang Hieu,

BA in Management and Business Administration IV. évfolyam

Konzulens: Dr. Lakatos Vilmos, egyetemi docens

The study has investigated the financial health of the company Gedeon Richter as a case study using two different method financial ratios analysis which focus on the Altman Z-score and textual analysis with focus on CEO's letters in the period of 5 year from 2019 to 2023. With the primary aim of assessing if the two methods give a more comprehensive view of the company's financial health by using both quantitative and qualitative data.

The finding revealed that while financial ratios reflect the past financial operation of the company, textual analysis gives attention to important topics, management's tone which affected by market condition and internal situation including non-financial aspects. In some case even though company gain more risk it could be positive due to the alignment with the strategy and some case, the negative tone is not affecting the financial operation as it is market situation which not directly affect financial operations, but it is still a risk to be considered.

In conclusion, while the two methods are fundamentally different, they could work well with each other in giving holistic understanding of the financial health situation of the company through analyzing both quantitative, historical data and subjective outlook and sentiment.

There are some limitations to be considered on the subjectivity, complexity and unstructured nature of textual data and the bias could be from the only point of view of CEO and the generalization of the method due to the different in the textual data is not always available and the finance and industry specific vocabulary could cause a lot of difficulty of analyzing.

In conclusion, the use of combined methods is suggested and there is a need for further research to develop better tools for textual analysis and explore the potential of making textual data as a required component of financial reporting.

## **AZ EGYÉNI ÉS ÜGYNÖKSÉGI MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIÁK FONTOSSÁGA ÉS SZEREPE A KKV-SZEKTOR VÁLLALKOZÁSAINAK SIKERÉBEN**

Szerző: Fehér Regina, Kereskedelem és marketing BA III. évfolyam  
Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

A dolgozat fő témája a KKV szektorhoz tartozó vállalkozások marketingtevékenységének feltárása. Több mint 1 100 000 db működő KKV van Magyarországon, azonban ezen cégek harmada nem éli meg az 5 éves működési időt. Ez sokszor helyes marketinggel - feltételezve, hogy a termék piacképes, és az üzleti tevékenység folytatásához szükséges alapfeltételek teljesülnek - elkerülhető lenne. Akadnak olyanok is, akik bár felismerik a fontosságát, nem tudják, miképp folytassanak marketingtevékenységeket. Kutatásom során szekunder adatokkal és információkkal alapoztam meg témám, figyelve arra, hogy hasonló arányban mutassak be hazai és külföldi forrásokat. Bár a hazai KKV szektort vizsgáltam, a nemzetközi trendek egyfajta előrejelzésként szolgáltak a Magyarországon várható tendenciákban. Primer kutatásként cégtulajdonosok tapasztalatait vizsgáltam a cégek marketingtevékenységével elért sikerek tükrében. Az interjúk során meghatározott témák adták a marketingszakemberekkel folytatott interjúk alapját. A két adatgyűjtés kiterjedése egy szemkamerás kutatás volt, melyben a reklámozási folyamatok harmadik résztvevőjének, a fogyasztónak meglátásait, reakcióit vizsgáltam internetes hirdetésekre. Kutatásom egyik fő célja az volt, hogy megmutassam, milyen mértékben járul hozzá a sikerhez egy profi marketingügynökség által menedzselte online jelenlét. A másodlagos fókuszban az állt, hogy megértsem a vezetők mennyire értik a cégek sikerében a marketingfolyamatokat. Az látszik, hogy a marketing fontosságát már felismerte a cégek nagy százaléka, azonban ezen folyamatok elindítása problémát okoz számukra. Így a továbbiakban a cégek és marketingügynökségek kapcsolatát, dinamikáját vizsgáltam. Célom volt rávilágítani a különböző szolgáltatások nyújtotta előnyökre, a teljesítmények közötti különbségekre, együttműködések dinamikájára. Munkám bizonyította kiindulási hipotézisemet: „A tudatos marketingtervezés és stratégia elengedhetetlen egy sikeres vállalkozáshoz.” A tudatos stratégia mentén haladó vállalkozások eredményei mutatják a sikerek folyamatos növekedését - a feszített hirdetési verseny ellenére is-. Ezen tevékenységeket cégen belüli osztály munkájával, marketingügynökségnek való kiszervezéssel lebonyolítani - bár anyagi áldozatokkal jár - megéri.

## A LÍZING, MINT FINANSZÍROZÁSI FORRÁS SZEREPE NAPJAINKBAN

Szerző: Gerda Dorina, Pénzügy és számvitel BA IV. évfolyam  
Konzulens: Dr. Rózsa Attila, egyetemi docens

Kutatásom fókuszában a hazai lízingpiac alakulásának, aktuális helyzetének, elemzése áll. Az elmúlt öt évben számos társadalmi, gazdasági és politikai változás történt, mint például a COVID-19 pandémia, az ennek következtében kialakuló anyag- és chiphiány, vagy az orosz-ukrán konfliktus. Arra kerestem a választ, hogy milyen szerepet tölt be a lízing a hazai gazdaságban, milyen trendek figyelhetők meg a lízingpiacon, valamint hogyan alakult az új szerződések száma, a lízingelt eszközök értéke. Fontosnak tartom, hogy a trendek alakulásán túl feltárjam a lízingpiacon bekövetkezett változások hátterét is.

A vizsgálathoz a PESTEL elemzést és a statisztikai adatok elemzésének módszerei közül a viszonyszámokat és az idősorok elemzését választottam. Ennek célja az volt, hogy azonosítsam azokat makrogazdasági változásokat, amelyek potenciális lehetőségeket vagy veszélyeket jelentenek a lízingágazat jelenlegi vagy jövőbeli stratégiájára. Az elemzésnél a 2019-2023 közötti időszakra vonatkozóan, a Központi Statisztikai Hivatal és a Lízingszövetség adatbázisaira támaszkodtam.

Az eredmények alapján elmondható, hogy az elmúlt öt évben a járműlízingpiac alakításában a makrogazdasági tényezők közül a COVID-19 járvány, az orosz-ukrán konfliktus, illetve abból eredő energiaválság és az igencsak magas infláció meghatározó szerepet játszott. Véleményem szerint a jövőben sem várható a szegmens nagyarányú növekedése amiatt, hogy drága finanszírozási forrásnak tekinthető, másrészt a környezetvédelmi törekvések miatt a járműhasználatban más tendenciák fognak érvényesülni, ami végsősoron annak hatékonyabb használatát eredményezi. Ez összeségében azt eredményezheti, hogy kevesebb gépjárműre, főleg a személygépkocsira lesz szükség a nem túl távoli jövőben.

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

Szerző: Gulyás Dávid János, Vezetés és szervezés MA I. évfolyam  
Konzulensek: Szendrey Orsolya, tanársegéd  
Prof. Dr. Fenyves Veronika, egyetemi tanár

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

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

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

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



## ÁTGYŰRÜZÉSI HATÁSOK VIZSGÁLATA A VISEGRÁDI NÉGYEK TŐZSDEINDEXEI KÖZÖTT

Szerző: Gyulai Ádám, Pénzügy és számvitel BA IV. évfolyam  
Konzulensek: Prof. Dr. Fenyves Veronika, egyetemi tanár  
Dr. Szenderák János, adjunktus

A nemzetközi pénzügyi piacok közötti átgűrűzési hatások, illetve a válságidőszakok alatti piaci összekapcsolódás főleg a 2008-as gazdasági világválság után került előtérbe. Ezek a hatások különösen erősen befolyásolhatják az olyan fejlődő területeket, mint a Visegrádi országok pénzügyi piacai. TDK dolgozatomban a Visegrádi Országok, azaz Magyarország, Lengyelország, Csehország és Szlovákia tőkepiacát, valamint ezek legfontosabb tőzsdeindexeit (BUX, WIG, PX és SAX) vizsgáltam a 2010. január 1. és 2024. szeptember 30. közötti időszakban. A szakirodalmi áttekintésben bemutattam a tőzsdék és tőzsdeindexek gazdasági szerepéről szóló hazai és nemzetközi kutatások eredményeit, valamint áttekintettem a Visegrádi Országok tőzsdéi között eddig feltárt kapcsolatokat és az átgűrűzési (spillover) hatások kutatásának nemzetközi eredményeit is.

A primer és szekunder kutatás során bemutattam a tőzsdeindexek összetételét és a bennük meghatározó szerepet betöltő vállalatokat és iparágakat. Az elemzések során vizsgáltam az ár- és hozamalakulásukat, majd összehasonlítottam őket, különös figyelmet fordítva a napi hozamok eloszlására, a korrelációkra és a napon túli árfolyamváltozások valószínűségére.

A kutatás során központi szerepet kapott az átgűrűzési hatások vizsgálata, amelyhez kiszámoltam és elemeztem a különböző spillover indexeket összességében és az eltérő piacok között. Ezek segítségével részletesen elemeztem a Visegrádi Országok tőzsdéi közötti kapcsolatok dinamikáját, különös tekintettel az átgűrűzési hatások változására a piaci dinamika függvényében. Az eredmények világosan megmutatták, hogy a régió tőzsdei piacai milyen mértékben és módon hatottak egymásra, különösen olyan válsághelyzetekben, mint például a Covid-19 járvány vagy az orosz-ukrán konfliktus.

A vizsgálatok alapján megállapítottam, hogy a 2020-as évben a spillover hatások drámai módon felerősödtek, ami a globális piaci pánik és az erős piaci összefonódások jele volt. Összességében az eredményeim igazolták, hogy a visegrádi piacok közötti kapcsolatok időben változnak, és az átgűrűzési hatások fontos szerepet játszanak a régió piacainak összefüggéseiben, különösen krízisidőszakokban.

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

Szerző: Havasi Márton Zsombor,  
Gazdálkodási és menedzsment BA III. évfolyam  
Konzulens: Dr. Karcagi-Kováts Andrea, egyetemi docens

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

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

A szekunder és primer adatok összegyűjtését követően átfogóan elemeztem a témát. A primer kutatásom rámutatott arra, hogy a jelenlegi forgalom mellett hol lenne érdemes kiépíteni a tram-train rendszert. Ezek mellett fontosnak tartottam a környezetterhelés mértékét is megvizsgálni (gCO<sub>2</sub>), amit sikerült minden felmért út mentén a szakirodalom adatai alapján megbecsülni.

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

## AZ INFLÁCIÓ ÉRZÉKELÉSE ÉS MÉRÉSI MÓDSZEREI

Szerző: Horváth Bence Tibor, Nemzetközi gazdaság BA IV. évfolyam  
Konzulensek: Dr. Huzsvai László, egyetemi docens  
Dr. Czine Péter, adjunktus

Az elmúlt néhány évtizedben a statisztikai adatokkal kapcsolatban egyre nagyobb figyelmet kap a minőség szerepe. Ez a trend a világvárvány és a jelenlegi instabil gazdasági helyzet hatására még inkább felerősödött. A pandémia okozta lezárások és korlátozások drasztikusan megváltoztatták a háztartások fogyasztási szerkezetét. Az intézkedések okozta változások a statisztikai hivatalok számára lényegesen megnehezítették a minőségi adatgyűjtés menetét, ezzel szemben az emberek számára egyre fontosabb, hogy pontos, egyszerűen értelmezhető és rendszeresen frissülő adatokat közöljenek számukra.

A mai közgazdaságtan egyik legfontosabb makrogazdasági jelensége a fogyasztói árak alakulása. Az árindexek módszertana állandó vita tárgyát képezi, hiszen folyamatosan változnak az igények, a gazdasági háttér, illetve a XXI. század technikai fejlődése, ami során teljesen új termékek jelennek meg.

A dolgozatom első felében bemutatom, hogy a statisztikai hivatalok által használt hivatalos mérési módszereknek milyen korlátai vannak az árak növekedésének pontos mérésében. Kiindulási pontként a Boskin-bizottság 1996-os jelentésében összefoglalt inflációs torzításokat vettem. Megnézem, hogy ezek a torzítási hatások az idő előrehaladtával hogyan változtak, továbbá összegzem, hogy a 21. század technológiai fejlődése és a világgazdasági eseményei milyen további kihívásokat jelentenek az infláció mérésére.

Dolgozatom második felében egy empirikus kutatáson keresztül mérem fel a fogyasztók pénzügyi alapismereteit, inflációs érzékeléseit és az inflációs várakozásait. Kutatásom során célom, hogy megismerjem a fogyasztók inflációs kilátásait, illetve választ akarok kapni arra, hogy milyen egyéb tényezők befolyásolhatják a fogyasztók által érzékelt inflációt és a rövid távú inflációs várakozásokat. A primer kutatásom során a kérdőíves felmérés módszerét választottam. Kérdőívem első részében a válaszadók általános pénzügyi ismereteit mértem fel egy általam kialakított teszt segítségével. Ezután a kitöltőknek az általuk érzékelt inflációról és a rövid távú inflációs várakozásairól kellett beszámolniuk. A teszt a szociodemográfiai jellemzők felmérésével zárult.

Eredményeim alapján elmondható, hogy szinte az összes demográfiai tényező szignifikáns hatással volt a válaszadók inflációs kilátásaira, míg az általános pénzügyi ismeretek kapcsolata az inflációs becslésekkel kevésbé volt egyértelmű.

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

Szerző: Jacsó Zsanett, Emberi erőforrás tanácsadó MA II. évfolyam  
Konzulens: Olvasztó Zsófia, doktorandusz

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

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

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

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

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

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

## A JÖVEDELMEZŐSÉGI MUTATÓK SZEREPE AZ OSZTALÉKDÖNTÉSEK ELŐREJELZÉSÉBEN

Szerző: Jobbágy Anna, Gazdálkodási és menedzsment BA IV. évfolyam  
Konzulensek: Dr. Tömöri Gergő, adjunktus  
Dr. Hamad Mirjam, tanársegéd

Napjainkban az osztalékkifizetések a befektetők által leginkább mérvadó szempontnak minősülnek a részvénybefektetések megítélése során. Kutatásom célja volt, hogy feltárjam, hogy a különböző jövedelmezőségi mutatók változásai milyen hatással vannak az osztalékkifizetésre a US GAAP-ben, illetve IFRS-ek szerint beszámolójukat készítő tőzsdei vállalatok körében. Ez a két vállalatcsoport két különböző gazdasági környezetben helyezkedik el, így célszerűnek találtam annak vizsgálatát is, hogy ez hatással van-e a két rendszer elvei szerint eredményüket prezentáló vállalatok saját tőke arányos osztalékkifizetéseinek eltéréseire.

A szakirodalmi áttekintés során bemutatásra került a vállalatértékelés elméleti alapjai, az eredmény és a cash flow alapú jövedelmezőségi mutatók szerepe, illetve az osztalékpolitika alapkérdései.

A kutatásomhoz felhasznált szekunder adatok a fenti indexkörbe tartozó tőzsdei vállalatok nyilvánosan elérhető pénzügyi beszámolóiból származnak. Az adatok leíró statisztikai elemzéssel történő rendszerezésével megvizsgáltam a fő jövedelmezőségi indikátorok legfőbb paramétereit a két mintasokaságban. Továbbá faktoranalízist és panelregressziós analízist alkalmaztam annak megállapítására, hogy van-e összefüggés a vállalatok jövedelmezőségi helyzete és a saját tőke arányos osztalékkifizetés között. A rendelkezésre álló számos magyarázó változót faktoranalízis segítségével redukáltuk, így az eredeti változók mögött rejlő közös tényezőket, az úgynevezett faktorokat azonosítottuk. Ezeket a faktorokat ezután panel regressziós modellben használtuk magyarázó változókként, hogy felmérjük, mely tényezők gyakorolnak hatást a saját tőke arányos osztalékkifizetésre.

Az elemzés eredményei azt mutatták, hogy bár a DAX index körbe tartozó vállalatok esetében a cash flow alapú változókat sikerült szignifikánsként azonosítani, a teljes modell általános illeszkedése nem volt megfelelő ahhoz, hogy az eredmények alapján megbízható következtetéseket vonjunk le belőle. Ezzel szemben a DJIA körbe tartozó vállalatok esetében már kifejezetten erős kapcsolatot lehetett kimutatni a magyarázó és a függő változó között. Így az európai vállalatok osztalékpolitikájára feltételezhetően – szemben az amerikai versenytársaikkal – sokkal inkább jellemzőek voltak az óvatossági és a növekedést előtérbe helyező motívumok.

## VERSENYSPORT ABBAHAGYÁSÁNAK OKAI KOSÁRLABDA SPORTÁGBAN

Szerző: Kecskeméti Csenge, Sportszervező BSc III. évfolyam

Konzulens: Dr. Pfau Christa Sára, adjunktus

A sportolói szokásokat vizsgálva sajnos megállapítható, hogy a sportolói kedv folyamatosan csökken hazánkban a felnőtt lakosságra vetítve. A hazai versenyrendszerben résztvevők száma szerint a harmadik legnépszerűbb sportág a kosárlabda, ahol egyre korábban lépnek ki és hagyják a versenyzést a gyerekek. Napjainkban jellemzően serdülőkorúak döntenek emellett, hogy esetleg meghatározó sikeres játékos múltjuk ellenére abbahagyják a versenyzést. Kutatásom fő célja, hogy be tudjam határolni mely korosztályban a legjellemzőbb a lemorzsolódás kosárlabdában, miért hagyják abba a versenyszerű kosárlabdát, illetve van valamilyen más szabadidős tevékenység, amely elsőbbséget élvez vagy esetleg más sportágot választottak-e. Milyen változtatásokra lenne szükség, amely elősegíti a nagyobb sportolói számot? Megkapják-e a sportolók az elvárt szakmai hozzáértést, a megfelelő edzői háttérrel?

A válaszadók csak legalább 5 éves versenyzői múlttal rendelkeznek, amely feltétele volt a kitöltésnek. Az adattisztítást követően 115 kiértékelhető válasszal tudtam dolgozni. Az adataimat Microsoft Excel függvényeivel és diagrammjaival összesítettem, valamint az IBM SPSS Statistics 26 statisztikai program segítségével értékeltem ki.

Kutatásom eredményéből kijelenthető, hogy a megkérdezettek 13-17 éves korban 43,5%-a hagyta abba a versenysportot, 56,5%-a pedig már 18 éves kor felett. Tovább vizsgáltam a korosztály és az abbahagyás okainak összefüggéseit, amely kimutatta, hogy a fiatalabb korosztályban legjellemzőbb probléma az edzőváltás, közösség romlás, illetve sikertelenség érzete. Kitöltők 17,4% iskolai csapatban, 52,2% egyesületi csapatban, 30,4% pedig akadémia csapatban játszott/játszik. Vizsgáltam a versenysport abbahagyásának okait, ahol szignifikánsan különbség van az egyesületi és akadémiai versenysport abbahagyásának okainál. A közösség romlás, illetve edzőváltás a legjellemzőbb ok. Külön kérdésben vizsgáltam sportág élvezeti oldalát, ahol az eredmények azt mutatják, hogy az egyesületnél szignifikáns eltérés figyelhető meg „az új barátok miatt” válasznál.

Az eredmények alapján megállapítható, hogy a megfelelő szakemberképzés és közösségre való odafigyelés meghatározó tényező lehet a kosárlabda versenyzés abbahagyásának szempontjából.

**RENDKÍVÜLI IDŐK RENDKÍVÜLI INTÉZKEDÉSEKET KÖVETELNEK –  
AVAGY A FED, AZ EKB ÉS A BOE KORONAVÍRUSVÁLSÁGRA ADOTT  
MONETÁRIS VÁLASZA**

Szerző: Kész Bianka, Nemzetközi gazdálkodás BA IV. évfolyam  
Konzulens: Szendrey Orsolya, tanársegéd

A Tudományos Diákköri Konferenciára készített dolgozatomban a Federal Reserve, az Európai Központi Bank és a Bank of England által alkalmazott nemkonvencionális intézkedéseket mutatom be a koronavírus válság alatt. A pandémiát a historikusan alacsony kamatok időszaka előzte meg, így annak kirobbanásakor a jegybankok fő monetáris politikai eszköze, az alapkamat hatástalannak bizonyult a gazdaság további élénkítésére, melyből adódóan a jegybankok úgynevezett nemkonvencionális intézkedéseket vezettek be. A tanulmány elsődleges célja, hogy bemutassa a jegybanki eszköztár elemeinek, azon belül is a nemkonvencionális intézkedések elméleti működését, valamint az általuk elérni kívánt gazdasági célok és a bennük rejlő kockázatok, akadályok ismertetése. A dolgozat sorra veszi az egyes jegybankok által implementált válságkezelő intézkedéseket, mint az eszközvásárlási és likviditást nyújtó programokat, melyek célja a koronavírus járvány negatív gazdasági hatásainak mérséklése és a gazdasági stabilitás megőrzése volt egy rendhagyó és rendkívül megpróbáltató helyzetben. Az intézkedések részletes bemutatásával az olvasó betekintést nyerhet abba, hogy a központi bankok miért szorultak rá ezen eszközökre és hogyan váltak végül a válságok során a jegybankok kulcsfontosságú eszközeivé.

## A HATALOM PILLÉREI

Szerző: Kiss Zoltán, Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás MA II. évfolyam  
Konzulens: Dr. Tökés Tibor, egyetemi docens

A kor nemzetközi kapcsolatrendszerének vizsgálata hosszú történelemmel rendelkező kérdések sorozatával gazdagította sok különböző társadalomtudományt gyakorló szakember életét. Világunk megértéséhez szükséges eszközök, a kérdésekre adott válaszok egy olyan interdiszciplináris utazás részei, melynek során felfedhetjük a hatalmak működésének és viselkedésének komplexitását, ezáltal magyarázatot kaphatunk arra vonatkozóan, hogy a közelmúlt nemzetközi kapcsolatai milyen módon változtak és érték el mai formájukat, illetve, hogy a jövő folyamán ebben a keretrendszerben a hatalmak számára milyen ajtók állnak nyitva, illetve milyen akadályokat kell leküzdeniük a hegemoniához vezető úton.

Ezen tanulmány során betekintést nyerhetünk a hatalmak alapjait képező tényezők, úgynevezett „pillérek”, sajátos felépítésébe, ezen keresztül magyarázatot kaphatunk arra, hogy a különböző politikai entitások, környezetüktől és célrendszereiktől függően milyen prioritásokkal rendelkeznek, milyen lehetőségek tárulnak eléjük, illetve milyen veszélyekkel kell szembenézniük. Ennek érdekében a pillérek különálló vizsgálata statisztikai elemzésen keresztül összevetésre kerül a kor olyan geopolitikai és nemzetközi gazdaságtani szakértőinek gondolataival, a közelmúlt történelmi eseményeinek vizsgálatával, melyből a pillérek természetére vonatkozó következtetések vonhatók le. Láthatjuk, hogy a történelmi események, a stratégiai erőforrások feletti ellenőrzés, a politikai instabilitás, vagy a társadalom támogatása milyen kulcspozíciót foglalnak el abban, hogy az adott hatalom nemzetközi vállalkozásait, törekvéseit siker koronázza, vagy akár a hatalom fennmaradását kockáztatja.

A négy pillér, a hadászat, a gazdaság, az ideológia és a kormányzat egymástól rendkívül különböző formában megtestesülő pillérek. Némely prioritása konstans, míg másoké reakciószerű, és bár minden pillér egyedi értéket képvisel aktív és passzív módon, a modern nemzetközi környezetben uralkodó trendek, mint a kereskedelem és a tőkeáramlás hálózatának kiterjedése a globalizáció által, kiemelik a pillérek közötti harmónia fontosságát. A hatalom érvényesüléséhez az egyes pillérek megléte szükséges, azonban nem elégséges feltétel, ehhez minden pillérré szükség van.



## A MAGYARORSZÁGI LAKOSSÁG ÉRTÉKPAPÍR VÁSÁRLÁSI SZOKÁSAI

Szerző: Kovács Anna, Gazdálkodási és menedzsment BA IV. évfolyam

Konzulens: Dr. Nagy Tünde Orsolya, adjunktus

A dolgozatomban egy olyan témát igyekeztem feldolgozni, ami a jelenlegi világban nagyon aktuális, mivel a pénz a mindennapjaink részét képezi. A pénzért dolgozunk nap, mint nap, hogy minél többet tudjunk előteremteni, ezzel növelve az életszínvonalunkat. Azonban sokan úgy gondolják, hogy csak a havi bérezésen keresztül tudják előteremteni a szükséges pénzösszeget. Azonban a különböző befektetések segítik, hogy a havi szintű jövedelem mellett, valamilyen másodlagos jövedelemforrást is ki tudjanak építeni. Azonban feltételezésem szerint a legtöbb magyarországi lakos nem él ezen lehetőségekkel. Dolgozatomban a befektetéseken belül az értékpapír vásárlásra helyeztem a hangsúlyt és igyekeztem felmérni a lakosság ezen témával kapcsolatos hozzáállását.

Az ezen témát feldolgozó tanulmányomat két részre osztottam fel, melynek első felében az álláspontomat fejtettem ki a jelenlegi magyarországi helyzetről. Ebben a részben megkezdtem a szakirodalmi áttekintést, ahol a magyarországi lakosság közkezdvelt értékpapír típusait mutattam be csoportosítás útján. Kitekintettem az értékpapír vásárlást befolyásoló belső tényezőkre, valamint marketing szemléletmóddal a külső befolyásoló tényezőket is megvizsgáltam.

A dolgozatom második részében egy empirikus vizsgálaton keresztül felmértem a lakosság befektetési és megtakarítási szokásait. A vizsgálatot megelőzően felállítottam az előzetes feltevéseim alapján négy hipotézist. Mindegyik feltételezést igyekeztem különböző statisztikai módszerekkel elemezni. Az összefüggések vizsgálata után értékelttem a kapott válaszokat, így megállapítottam, hogy az adott hipotézist igazolni tudom, vagy esetlegesen megcáfolni. Összességében feltevéseim sok helyen igaznak minősültek, azonban sok esetben eltérő választ kaptam, mint amire számítottam. A részvenyvásárlás, valamint a magas szintű végzettség és a havi bruttó jövedelem közötti szoros kapcsolatra irányuló feltételezéseimet bebizonyítottam az elemzések segítségével. Azonban a nemekhez, valamint az életkorhoz kapcsolódó hipotéziseket megcáfoltam.

Úgy gondolom, hogy a dolgozatomban szereplő elemzés tekintetében elmondható, hogy a magyarországi lakosságnak még sok területen fejlődnie kell, hogy elérje a pénzügyi tudatosság azon szintjét, mellyel előre tudja mozdítani pénzügyi helyzetét és megkönnyítse a mindennapi életét.

## ENERGIAHELYZET EURÓPÁBAN – RÖVID- ÉS HOSSZÚ TÁVÚ MEGOLDÁSOK

Szerző: Krivanics Attila, Nemzetközi gazdálkodás BA IV. évfolyam

Konzulens: Dr. Czine Péter, adjunktus

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

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

A célok vizsgálata érdekében mind szekunder, mind pedig primer kutatást végeztem. Utóbbi esetében egy online kérdőíves felmérést hajtottam végre, ahol a résztvevők (n=156) energiahordozókkal kapcsolatos általános ismereteit és preferenciáit, a környezetvédelemmel kapcsolatos attitűdjeiket és szociodemográfiai jellemzőiket mértem fel. Az adatok elemzéséhez leíró statisztikán túl hipotézisvizsgálatokat is végeztem, Pearson-féle  $\chi^2$ -próba alkalmazásán keresztül.

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

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

## **AZ UEFA KLUBVERSENY-RENDSZEREK BEVÉTEL-ELOSZTÁSI MECHANIZMUSAI**

Szerző: Macskín László, Sportközgazdász MSc II. évfolyam  
Konzulens: Bács Bence András, tanársegéd

Az UEFA által szervezett európai futball versenyrendszerek átalakulóban vannak, amit a 2021-ben bejelentett Európai Szuperliga is ösztönzött. Bár a Szuperliga koncepciója a szurkolók és szereplők tiltakozása miatt nem valósult meg, az UEFA reformokra kényszerült. A 2024/2025-ös szezonban változások léptek életbe a Bajnokok Ligája, az Európa Liga és a Konferencia Liga lebonyolítási és bevétel-elosztási rendszereiben. A dolgozat célja ezen rendszerek pénzügyi folyamatainak részletes elemzése, különös tekintettel a résztvevő kluboknak juttatott kifizetésekre. Véleményem szerint a sportrajongók kevésbé vannak tisztában az elosztási mechanizmusokkal, és a dolgozat ezt a hiányosságot kívánja orvosolni.

Kutatásom során szekunder adatgyűjtést végeztem az UEFA Club Financial Report és az UEFA hivatalos tájékoztatói alapján. A Bajnokok Ligája, az Európa Liga és a Konferencia Liga rendszereit vizsgáltam a korábbi 2023/2024-es és az új lebonyolítás szerinti 2024/2025-ös szezonokra vonatkozóan. A dolgozat külön figyelmet fordít arra, hogyan befolyásolja a változó lebonyolítási struktúra a klubok részesedését.

Eredményeim szerint a bevétel-elosztás rendszerében jelentős eltérések tapasztalhatók a különböző versenysorozatok között. A Bajnokok Ligája, az Európa Liga és a Konferencia Liga résztvevői négy fő forrásból jutnak bevételhez az UEFA által: indulási díjak, teljesítményhez kötött összegek, koefficiens alapú elosztás és market pool bevételek alapján. A változó koefficiensok, valamint az adott klub országának közvetítési piaci részesedése befolyásolja a klubok bevételeinek nagyságát. Ezen 4 pillér alakult át a 2024/2025-ös szezonra 3-ra a koefficiens és a market pool bevételek újragondolásával. A Bajnokok Ligájában a klubok összesen több, mint 4-szer akkora összeghez tudnak hozzájutni, mint az Európa Ligában. A Konferencia Ligában ez az elérhető összeg lényegesen kevesebb, majdnem 1/9-e a BL kifizetésekhöz képest.

Következtetésem szerint az UEFA átalakuló versenyrendszerei és bevétel-elosztási mechanizmusai továbbra is jelentős hatással lesznek az európai futballklubok gazdasági helyzetére. A versenyrendszer újragondolása plusz mérkőzéseket is jelentett és a kluboknak, valamint a játékosoknak ezen a téren végesek a kapacitásai. A reformokat részben külső nyomás generálta, így a jövőben további változások várhatóak, amelyek akár egy Európai Szuperligához hasonló versenyrendszer kialakítását is eredményezhetik.

## A BAJNOKOK LIGÁJA REFORM HATÁSA A SPORTFOGYASZTÓI SZOKÁSOKRA ÉS ELÉGEDETTSÉGRE

Szerző: Nagy Károly Mihály, Sportközgazdász MSc I. évfolyam  
Konzulens: Dr. Balogh Renátó, adjunktus

A kutatásom témája az UEFA Bajnokok Ligája megreformálása, valamint a változás hatása a fogyasztók szokásaira és elégedettségére. A téma aktualitását bizonyítja, hogy az idei, 2024/2025-ös Bajnokok Ligája szezontól kezdődően eltörlésre került az eddig megszokott csoportkörös lebonyolítás. Az új struktúrában nincsenek csoportok, hanem egy nagy összesített tabellán helyezkednek el a csapatok. Ezt a formátumot svájci rendszernek nevezzük. Az idei szezontól ráadásul a Bajnokok Ligája közvetítésében megjelent az RTL+ streaming platform is, amely vélhetően szintén kifejti hatását a nézők szokásaira. Kutatási célkitűzésem, feltárni, hogy mely generációra jellemzőbb, hogy streaming platformon követik a mérkőzéseket, megvizsgálni, hogy a streaming előfizetésnek van-e szerepe a fogyasztási szokások alakulásában, illetve befolyásolja-e a Bajnokok Ligája reformmal kapcsolatos attitűdöket és az elégedettséget, valamint feltárni, hogy melyik generációhoz tartozó nézők nyitottabbak és elégedettebbek az UEFA Bajnokok Ligája lebonyolításának reformjával.

Kutatásom célkitűzéseinek teljesítése érdekében szekunder és primer kutatási módszereket egyaránt alkalmaztam. A Bajnokok Ligája reform hatására vonatkozó vizsgálatot kvantitatív módszerrel, ezen belül is kérdőíves felméréssel végeztem el (N= 430). A vizsgálati mintámba bekerülő szurkolók 94%-a néz jelenleg is, 6%-uk pedig már nézett korábban Bajnokok Ligája mérkőzéseket, döntő többségük pedig több, mint 10 éve követi figyelemmel a kupasorozatot. A keresztábra-elemzések eredménye alapján a fővárosi Bajnokok Ligája követőkre szignifikánsan jellemzőbb, hogy rendelkeznek streaming előfizetéssel, míg a Z generáció tagjairól a magasabb fizetési hajlandóság mondható el. A Kruskal-Wallis-próba jelentős generációs különbségeket tárt a Bajnokok Ligája reform hatásaival kapcsolatban, míg a Mann-Whitney-teszt pedig a streaming előfizetéssel rendelkezők esetében mutatott pozitívabb hozzáállást.

Eredményeim alapján arra a következtetésre jutottam, hogy a Bajnokok Ligája megváltozott lebonyolítása, illetve a közvetítési jog részben streaming platformra való kerülése már rövidtávon befolyásolta a fogyasztói szokásokat és elégedettséget, amely vélhetően hosszabb távon még inkább kifejti hatását.

## A "GREENWASHING" AZAZ A ZÖLDRE MOSÁS HATÁSA A FOGYASZTÓI PREFERENCIÁKRA

Szerző: Nagy Noémi Nóra, Ellátásilánc menedzsment MSc II. évfolyam  
Konzulens: Kovács Evelin, tanársegéd

Dolgozatom témája a Greenwashing vagyis a „zöldre mosás” jelenségének a vizsgálata. Manapság egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a vállalatok a környezetbarát alapanyagok, előállítási- és szállítási módok alkalmazására, mivel a fogyasztók egyre tudatosabban fordulnak olyan márkákhoz, melyek a "zöldebb" megoldásokat preferálják.

Éppen ezért egyre nagyobb figyelmet kap a Greenwashing azaz a "zöldre mosás" jelensége, mely alapjaiban változtatja meg a fogyasztási trendeket, vásárlási szokásokat és a vállalatok tényleges környezetbarát törekvéseit.

Kutatásom célja egyrészt felmérni a fogyasztók fenntarthatósággal kapcsolatos attitűdjét, másrészt pedig rávilágítani, hogy a vállalatok sok esetben hamis, megtévesztő és félrevezető információkat közölnek a "zöldnek" tűnő folyamataikkal vagy termékeikkel kapcsolatban.

Primer kutatásom során kérdőíves felmérést végeztem, melyben a vásárlói magatartásra fókuszáltam a környezettudatosság jegyében. A kérdőív kizárólag online, a Google Forms felületén volt elérhető. Adattisztítást követően 200 kitöltő választ dolgoztam fel. Microsoft Excel, illetve SPSS 28.0 statisztikai programok segítségével értékeltem az eredményeket. Kutatásom során három célkitűzést fogalmaztam meg, miszerint (1) a jövedelem befolyásolja a környezettudatos termékek iránti többletfizetési hajlandóságot, (2) a fiatalabb fogyasztók tájékozottabbak és tudatosabbak, ha a fenntarthatóságról van szó, valamint (3) a vásárlók tudatossága az adott termék környezeti hatásairól befolyásolja a vásárlási döntésüket a vásárlás pillanatában.

Kutatásom során gyakorisági táblákat, korrelációt, Post-hoc tesztet, keresztábra elemzést, valamint varianciaanalízist végeztem a célkitűzések alátámasztására.

Bizonyítást nyert, hogy a jövedelem és a fenntartható módon előállított termékek iránti többletfizetési hajlandóság között szignifikáns kapcsolat van. Nem csak a fiatal, az idősebb korosztály is figyelembe veszi a környezeti hatásokat vásárláskor, valamint egyre nagyobb mértékben utasítják el az etikátlan üzleti magatartást folytató cégeket. Kijelenthető, hogy a környezettudatos fogyasztók nagyobb hajlandóságot mutatnak arra, hogy többet fizesse a bio/öko termékekért és az ökocímkével ellátott termékek iránti hitelességérzetük is pozitívan összefügg a fenntarthatósági szempontok figyelembevételével a vásárlás során.

## A KOGNITÍV TORZÍTÁSOK HATÁSÁNAK VIZSGÁLATA A DÖNTÉSHOZATAL EREDMÉNYEIRE EGY VÁLLALAT PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Szerző: Nyircsák Anna, Nemzetközi gazdálkodási BA IV. évfolyam  
Konzulens: Szendrey Orsolya, tanársegéd

A viselkedési közgazdaságtan a XVIII-XIX. században kezdett kialakulni, empirikus és elméleti eredményei pedig mára a fogyasztói magatartás vizsgálatának alappillérvé váltak. Ennek köszönhetően a döntéshozók racionálisabb döntések meghozatalára képesek. A viselkedési közgazdaságtan alapvetően azzal foglalkozik, hogy az emberek hogyan viselkednek döntéshozatali helyzetekben, hogyan lehet javítani a döntéseiket azért, hogy növekedjen a jólétük. Egyik fő területe a döntési heurisztikák és torzítások, a másik pedig a döntési helyzet vagy környezet konkrét hatásai, más néven a „zajok”.

Először bemutatom az ellátási lánc folyamatait, illetve a beszerzés szerepét és rendszerét, részletezve a csoportosítási lehetőségeket. Ezt követően ismertetem a direkt és indirekt beszerzés általános jellemzőit, valamint az operatív és stratégiai beszerzési folyamatokat. Következő lépésként a viselkedési közgazdaságtan kialakulását és jelentőségét tárgyalom, majd bemutatom a döntéshozatali torzításokat. Különbőféle kutatások, folyóiratcikkek alapján megvizsgálom, hogy mely torzítások jelenhetnek meg multinacionális környezetben, közbeszerzésben és általános beszerzési folyamatokban.

A következő fejezetben bemutatom, hogy milyen módszerekkel vizsgáltam a kognitív torzítások megjelenését. A kutatás egy vállalat beszerzési osztályán zajlott, különböző módszerek alkalmazásával. Első lépésként kérdőíves felmérés segítségével azonosításra kerültek az előzetes kutatás és saját tapasztalataim alapján kiválasztott torzítások megjelenésének aránya, majd két fókuszcsoportos interjú során részletesen megvitatásra kerültek a felmerült problémák és a lehetséges megoldások. Az eredményeket és megfigyeléseket ezen folyamatok mentén mutatom be a dolgozatban.

Összességében megállapítható, hogy a viselkedési közgazdaságtan vizsgálta szükséges és megállja a helyét termelő vállalatok beszerzésének körében is. Véleményem szerint a kognitív torzítások ismerete egyre elterjedtebb, ennek köszönhetően pedig sokkal tudatosabban és racionálisabban hozzuk meg mindennapi döntéseinket, valamint az üzleti életben is törekednek a meghatározott folyamatok betartására és betartatására, amellyel csökkenthetők azon döntések meghozatala, melyek negatív irányban torzítottak.

## AGROFOTOVOLTAIKUS RENDSZEREK TELEPÍTÉSÉNEK LEHETŐSÉGEI MAGYARORSZÁGON

Szerző: Orosz Nikoletta, Gazdálkodási és menedzsment BA IV. évfolyam  
Konzulens: Prof. Dr. Bai Attila, egyetemi tanár

Az agrofotovoltaika (APV) ötvözi az agrárgazdálkodást és a napelemes energiatermelést. Lényege, hogy a termőterületek kettős hasznosításával nagyobb hatékonyság legyen elérhető, és megoldást biztosíthat a jobb termőföld-hasznosításra és az egyre növekvő energiaigényünkre. Kutatásom célja a tudományos trendek bibliometrikus elemzése, a téma elméleti potenciáljának vizsgálata, valamint egy kérdőíves felmérés segítségével annak elemzése, hogy mennyire nyitottak a válaszadók az APV technológia alkalmazására.

A technológiával kapcsolatos publikálás a 2011-es évektől indul, bibliometrikus vizsgálatom során az eddigi leggyakoribb kulcsszavakat használva a téma kapcsán végül 259 db publikációt vizsgáltam VOSviewer szoftverrel. Három fő témaegység rajzolódott ki: az első leginkább a zöld energiával, a második a növénytermesztési oldallal, a harmadik pedig a kettős hasznosítással foglalkozik, mindezek középpontjában a fenntarthatóság áll. A vizsgált cikkek majdnem  $\frac{1}{4}$  része készült az USA-ban, de jelentős mértékben foglalkozik a témával Németország és Kína.

Moreda et al. (2021) meghatározta, hogy a termőterület 32%-ának megfelelő mennyiségű napelem elhelyezése optimális a termelési szintek megtartása mellett, így ezt vettem alapul potenciálszámításomban. A világszintű 4,8 milliárd ha mezőgazdasági terület APV integrációjával a jelenlegi globális igény több, mint hétszeresét, Magyarországon az energiafogyasztásunk mintegy hatszorosát lennének képesek megtermelni.

Akad viszont néhány korlátozó tényező: a napelemek legyártása szűkösségi kérdést vet fel, illetve az elméleti potenciál részben magában foglalja a napos órákkal való számítást, de a szezonális erősen befolyásolja a napelemes rendszerek energiatermelését, az elraktározás pedig nehézkes. Egy villamosenergia-alapú gazdaság kiépítése pedig hatalmas infrastrukturális terhet róna a lakosságra, vállalati és állami szereplőkre.

A hajdúnánási lakosok APV rendszerekhez való viszonyulását vizsgálva az derül ki, hogy többségük tájékozott a fotovoltaika kapcsán, akik rendelkeznek napelemmel otthonukban, azok elégedettek és akár a kertükben való telepítést (APV) is megfontolnák.

Jövőbeni kutatásaimat a téma gazdasági vonatkozásában szándékozom majd továbbfejleszteni. Eddigi eredményeim hasznosak lehetnek ezek megalapozásához, valamint a jövőben várható elterjedés becsléséhez is.

**THE ROLE OF E-COMMERCE AND DIGITAL FINANCIAL SERVICES IN  
EXPANDING ECONOMIC OPPORTUNITIES FOR RURAL HOUSEHOLDS IN  
CENTRAL AND EASTERN VISAYAS, PHILIPPINES**

Szerző: Ortea Hanz Stephen Konahap,  
Rural Development Engineering BSc III. évfolyam  
Konzulens: Dr. Szenderák János, adjunktus

The digital revolution has introduced significant opportunities for economic development, particularly in rural areas where access to traditional infrastructure is limited. This study explores the role of e-commerce and digital financial services in improving economic opportunities for rural households in the Central and Eastern Visayas region of the Philippines. The research is guided by the hypothesis that the use of digital financial services enhances economic opportunities by expanding income sources, improving market access, and fostering financial inclusion.

To investigate this, the study utilized a survey distributed to rural households across seven provinces. The survey aimed to capture respondents' usage of e-commerce platforms and digital financial services, the perceived economic benefits, and the challenges faced in adopting these technologies. The data was analyzed using descriptive statistics and qualitative insights to understand the broader economic impact.

The study found that a significant portion of the respondents are already engaged in both e-commerce and digital financial services. Furthermore, the majority of the participants believe that enhanced access to these services could improve economic opportunities in their communities. However, challenges such as limited internet connectivity, lack of digital literacy, and concerns about service fees were noted as barriers to further adoption.

Overall, the study suggests that while e-commerce and digital financial services are contributing to rural economic development, addressing barriers such as infrastructure limitations and providing digital literacy training will be crucial in maximizing their full potential for rural households in Central and Eastern Visayas.



## MEGÉLHETÉSI KÖLTSÉGEK MAGYARORSZÁGON 'A GAZDASÁGI NÖVEKEDÉS ÁRNYÉKÁBAN'

Szerző: Pala Martin,

Gazdálkodási és menedzsment III. évfolyam

Konzulens: Tarnóczy Tamás Bence, doktorandusz

A kutatásomban a Magyarországon tapasztalható inflációs folyamatok hatásait vizsgáltam az átlag- és mediánberek vásárlóerejére 2019 és 2023 között. Az Európai Unió belső inflációs trendjeinek figyelembevételével, különös tekintettel a magyar gazdaság kihívásaira, a dolgozat célja, hogy feltárja, hogyan változtak az átlagos magyar jövedelemmel megvásárolható termékek mennyisége és minősége az emelkedő árak és az infláció hatására.

A vizsgált időszakban Magyarországon jelentős inflációs nyomás volt tapasztalható, amely a lakosság pénztárcáját érintette. Az átlag- és mediánberek közötti szignifikáns különbségek azt mutatják, hogy a reálberek változása nem tudott lépést tartani az áremelkedések ütemével. Ennek következtében az átlagos fogyasztói kosarak összetétele és a vásárolható mennyiség jelentős mértékben módosult az elmúlt években.

A kutatás során szekunder adatokat használtam, amelyeket a Központi Statisztikai Hivatal biztosított. Ezeket az adatokat felhasználva számoltam ki a különböző termékek és termékcsoportok árváltozásait, valamint azok ütemét láncviszonyszámokkal, és összehasonlítottam az átlagos inflációs rátával. A nagyobb termékcsoportokban is elemeztem, hogy milyen mértékben változtak az árak és ezeknek milyen hatása volt a fogyasztói kosarak tartalmára.

Emellett saját mutatószámokat állítottam össze, amelyek segítségével kiszámítottam az átlag- és mediánberek vásárlóerejét az egyes termékek esetében, majd elemeztem ezeknek a mutatószámoknak a változását az időszak során.

A kutatás eredményei alapján jelentős árnyomás nehezedett az autonóm fogyasztáshoz legszorosabban kapcsolódó cikkekre, például az élelmiszerekre és a háztartási energiára. Ez azt sugallja, hogy az alacsony jövedelmű rétegek fogyasztói kosarában az autonóm fogyasztási cikkek aránya emelkedett, míg az ezen felüli fogyasztási cikkek - például szeszes italok, közlekedés, hírközlés, kultúra, oktatás - részaránya csökkent.

Az elemzésem által bemutatott ábrák és összefüggések rávilágítanak arra, hogy az infláció hogyan befolyásolta az átlagos magyar fogyasztók mindennapi életét és vásárlási szokásait az elmúlt években. A kutatás eredményei fontosak lehetnek a gazdaságpolitika és a szociálpolitika tervezésében, hogy azok jobban megértsék és kezeljék a lakosság életszínvonalát érintő változásokat.

## FAST FASHION TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI PREFERENCIÁK VIZSGÁLATA A KÖRNYEZETTUDATOSSÁG TÜKRÉBEN

Szerző: Pintér Réka, Nemzetközi gazdálkodási BA III. évfolyam  
Konzulensek: Dr. Czine Péter, adjunktus  
Dr. Kiss Marietta, egyetemi docens

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

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

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

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

**BÉRSZABÁLYOZÁS, DEREGULÁCIÓ, ÉS A KEYNESI-NEOKONZERVATÍV  
DILEMMA: NIXON, FORD, ILLETVE CARTER GAZDASÁGPOLITIKAI ÖRÖKSÉGEI  
AZ 1968-1981 KÖZÖTTI IDŐSZAKBAN**

Szerző: Porcsin Zsombor,  
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás MA I. évfolyam  
Konzulens: Dr. Tókécs Tibor, egyetemi docens

Az 1968 és 1981 közötti időszak meghatározó szerepet játszott az Egyesült Államok gazdasági fejlődésében. Richard Nixon, Gerald Ford és Jimmy Carter elnöksége alatt az amerikai gazdaságpolitikát folyamatos átmenetek és ellentmondások jellemezték, amelyek hatást gyakoroltak az ország gazdasági stabilitására. Nixon elnöksége alatt bevezetett jegybanki felügyelet és árszabályozási intézkedések, Ford inflációellenes „Whip Inflation Now” programja, valamint Carter energiahatékonyságot és takarékoságot hirdető politikája mind-mind jelentős változtatásokat eredményeztek. E döntések nemcsak az amerikai gazdaságot formálták, hanem komoly belpolitikai hatást hagytak maguk után, amely Ronald Reagan neokonzervatív fordulatában csúcsosodott ki.

A TDK dolgozatom e három elnök konkrét gazdaságpolitikai örökségét vizsgálja, különös tekintettel a bérszabályozások, adóreformok és deregulációk hatásosságának elemzésével. Dolgozatom ugyancsak kitér, hogy az elnökök határozatai miként illeszkednek a keynesi-neokonzervatív dilemmába, és a két ideológia közti elfogadottság paradigmaváltásába. A kutatás célja, hogy megvilágítsa ezen politikai intézkedések rövid és hosszú távú hatásait az amerikai gazdasági stratégiára és társadalmi struktúrákra. Az alkalmazott módszerek között szerepel szakirodalmi elemzések, kormányzati jelentések feldolgozása, valamint a kabinetekben résztvevő közgazdászok korszakban íródott, illetve utólagos véleményeinek feltüntetése.

A primer és szekunder adatgyűjtés elvégzését követően az alábbi megállapításokra jutottam: Nixon gazdaságpolitikája javarészt rövid távú megoldásokat kínált az infláció és munkanélküliség kezelésére, de ezek a közgazdászok véleménye szerint döntő mértékben csődöt mondtak. Az adatok tükrében viszont kijelenthető, hogy a Nixon-sokk által bevezetett szabad árfolyam lebegtetés biztosította a dollárközpontú világ fennmaradását. Ford elnökségét alapjaiban határozta meg a két gazdasági ideológiának a harca kabinetjén belül, melyből végül legfőbb tanácsadója Alan Greenspan és köre által képviselt neokonzervatív irányvonal jön ki győztesen. A vizsgált adatok számomra meglepő módon az elnöki reformok sikerességét támasztják alá. Carter deregulációs intézkedései a tömegközlekedésben lefektették az alapját a hosszú távú gazdasági növekedésnek. Ezzel szemben az elnök hiányos gazdaságpolitikai ismeretei, a rossz adatokon alapuló döntésmeghozatala, és vezetésének ellentmondásai súlyos negatív hatással voltak az ország gazdaságára. Mindhárom elnök gazdaságpolitikai öröksége vita tárgyát képezi, amely indokolja a további kutatások elvégzését.

## **AZ EMAIL MARKETING HATÉKONYSÁGA ÉS OPTIMALIZÁLÁSI LEHETŐSÉGEI A TÁRSASJÁTÉK-PIACON: A KIDOLOGIC KFT. ESETTANULMÁNYA**

Szerző: Puskás Bálint, Marketing MA II. évfolyam

Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

A dolgozatom célja a hírlevelek szerepének és hatékonyságának elemzése volt a társasjáték-piacon, különösen a Kidologic Kft. esetében. A dolgozat kutatási kérdései, többek között arra vonatkoznak, hogy a hírlevelek tartalma, vizuális felépítése mennyire befolyásolják a felhasználókat? A demográfiai tényezők mennyire hatnak ki a hírlevelek fogyasztására? Továbbá milyen módon lehetne optimalizálni a Kidologic Kft. e-mail marketingjét az eredmények alapján?

A szekunder kutatás során bemutattam a digitális marketing alapvető jellemzőit, kitérve az e-mail marketing fontosságára. Megvizsgáltam az online vásárlói magatartás főbb jellemzőit, amely alapján kiderült, hogy mennyire fontos szerepe van a felhasználói élménynek.

A primer adatgyűjtés során egy online kérdőívet állítottam össze, amely a hírlevelekről, azon belül a társasjáték-piac hírleveleivel foglalkozott. A Kidologic Kft. hírleveleiben kiküldtem a kérdőívet, így N=291 fő töltötte ki. Az eredményeket a JASP statisztikai elemző program segítségével elemeztem, többek között szignifikáns eltéréseket keresve különféle változók között. Ezzel párhuzamosan készítettem egy interjút a vállalkozás vezetőivel, amelynek fő témája az online marketing és a hírlevelek témaköre volt. Az eredmények alapján elkészítettem egy hírlevél sablont a Figma vektorgrafikus program segítségével. Fix szemkamerás vizsgálat alá vettem az elkészült terveket egy 36 főből álló csoporttal.

Az eredmények rámutattak arra, hogy a hírlevelek hatékonysága számtalan tényezőtől épül fel. Többek között szoros összefüggés figyelhető meg a demográfiai tényezők, a vizuális tényezők és az eszközhasználat esetében. A fiatalabb korosztály (18-35) a mobiltelefonon olvasható, vizuálisan vonzó, színes és játékos tartalmakat részesíti előnyben. Az idősebb korosztály a strukturált, információgazdag hírleveleket részesíti előnyben, de hasznosabbnak tartják a hírleveleket, mint a fiatal korosztály. A kutatás során kiderült, hogy a nemek esetében is eltérés figyelhető meg. A nők számára fontos a promóciók és az árak, a férfiak kisebb arányát érdeklik a vásárlói vélemények a hírlevélben.

Összességében a hírlevelek okostelefonra optimalizálása, célzott szegmentálása, vizuális és interaktív elemek alkalmazása és promóciók biztosítása növelné a hatékonyságot. A személyre szabottabb hírlevelek növelhetnék a vásárlók lojalitását és aktivitását, így a Kidologic Kft. hosszútávon eredményesebb lehetne.

## FELDOLGOZÓIPARI VÁLLALATOK KIEGÉSZÍTŐ MELLÉKLETEINEK ELEMZÉSE

Szerző: Puskás Orsolya, Számvitel MA III. évfolyam  
Konzulensek: Prof. Dr. Fenyves Veronika, egyetemi tanár  
Dr. Tarnóczy Tibor, külső óraadó

A 21. században az egyik legfontosabb erőforrás az információ. A jelenlegi, gyakran bizonytalan gazdasági helyzetben elengedhetetlen, hogy pontos információkkal rendelkezzenek a döntéshozók, azonban ezen adatok megszerzése gyakran nagy kihívást jelent. Ellenben a modern kor nem csak bizonytalanságokat hozott magával, hanem jelentős technikai vívmányokat is, mint a mesterséges intelligencia, ami az információk megszerzését és feldolgozását jelentősen felgyorsítja és megkönnyíti.

A pénzügyi információk elsődleges forrása a vállalatok által készített számviteli beszámoló. A beszámoló részeként a mérleg és az eredménykimutatás a vállalat vagyoni, pénzügyi és jövedelmezőségi helyzetéről nyújt számszerű adatokat. Azonban a döntések nem hozhatóak meg önmagukban a számok alapján, lényeges ismerni a mögöttes tartalmat is. A beszámoló részeként közzé kell tenni a kiegészítő mellékletet is, ami szövegesen magyarázza az előbbi két részt. A kiegészítő mellékletek vizsgálata éppen ezért hosszadalmas feladat lehet, azonban a mesterséges intelligencia segítségével egyszerre több kiegészítő melléklet elemzése vált lehetővé hatékonyan és jelentősen gyorsabban.

Szekunder kutatásom keretein belül hazai és nemzetközi szakirodalmakat dolgoztam fel. Primer kutatásként 3207 hazai feldolgozóipari vállalkozás kiegészítő mellékleteit vizsgáltam szövegbányászat segítségével. A kiegészítő mellékletekben használt kifejezések gyakoriságát különböző statisztikai módszerekkel vizsgáltam.

Fő célkitűzésem az volt, hogy megvizsgáljam a vállalatok mennyire adnak részletes és pontos képet a működésükről a kiegészítő mellékletükben. Arra kerestem a választ, hogy milyen tényezők befolyásolják a kiegészítő melléklet terjedelmét és tartalmát. Ehhez kapcsolódóan megvizsgáltam a következő tényezők hatnak-e a kiegészítő mellékletre: a beszámolás éve, a vállalati méret, a vállalatok kora, a beszámoló típusa, a könyvvizsgálat és az alágazat. Ez alapján arra a következtetésre jutottam, hogy a hazai feldolgozóipari vállalkozások közepes adattartalommal teszik közzé kiegészítő mellékleteiket, inkább a nagyobb méretű és régóta működő vállalkozásokra jellemző a részletesebb tartalom és terjedelem. Ezenkívül az is megállapítható, hogy a beszámoló típusa és a könyvvizsgálat jelentős hatással van a közzétett információkra.

A kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a mesterséges intelligenciát használó módszerek alkalmasak lehetnek a beszámolók elemzésére és felülvizsgálatára.

## **A GAZDASÁGI SZABADSÁG HATÁSA A JÖVEDELMI EGYENLŐTLENSÉGRE: A POLITIKAI RENDSZER SZÁMÍT?**

Szerző: Rác Dóra Laura,  
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás MA III. évfolyam  
Konzulens: Prof. Dr. Czeplédi Pál, egyetemi tanár

A közgazdasági és politikai gazdaságtani szakirodalom vegyes képet mutat arról, hogy a gazdasági szabadság és a demokrácia milyen hatást gyakorol a jövedelemeloszlásra. Az empirikus szakirodalom egyik irányvonala szerint a gazdasági szabadság hatása a jövedelmi egyenlőtlenségre annak függvénye, hogy egy ország milyen politikai rendszerrel rendelkezik, pontosabban, hogy egy ország berendezkedése demokratikus vagy autokratikus. Elméleti érvek szerint azonban a demokráciák között is jelentős különbségek lehetnek az újraelosztás tekintetében, és empirikus bizonyítékok alátámasztják, hogy a parlamentáris demokráciákban szignifikánsan alacsonyabb a jövedelmi egyenlőtlenség, mint az elnöki demokráciákban.

Kutatásommal arra a kérdésre keresem a választ, hogy vajon a gazdasági szabadság jövedelmi egyenlőtlenségre gyakorolt hatása függ-e attól, hogy egy ország parlamentáris demokrácia vagy más típusú politikai rendszerrel rendelkezik, és ha igen, hogyan függ tőle. A kutatás hipotézisét két állításban fogalmazom meg: (1) A gazdasági szabadság hatása a jövedelmi egyenlőtlenségre függ attól, hogy egy ország parlamentáris demokrácia vagy sem. (2) A parlamentáris demokráciákban a gazdasági szabadság növekedése egyenlőbb jövedelemeloszlást eredményez más típusú politikai rendszerekhez képest.

A hipotézis teszteléséhez többszörös lineáris regressziókat futtatok le kontrollváltozók nélkül és kontrollváltozók bevonásával a gazdasági szabadság összetett indexére vonatkozóan, és emellett megvizsgálom, hogy a gazdasági szabadság egyes területeinek milyen hatása van a jövedelmi egyenlőtlenségre attól függően, hogy egy ország parlamentáris demokrácia vagy más típusú politikai rendszerrel rendelkezik.

Az eredmények bizonyítékot szolgáltatnak a hipotézis mindkét állítására vonatkozóan. A robusztussági vizsgálat eredményei megerősítik, hogy a parlamentáris demokráciákban jelentősen eltér a gazdasági szabadság jövedelmi egyenlőtlenségre gyakorolt hatása más politikai rendszerekhez képest.

## ÚT A JÖVŐ ELLÁTÁSI LÁNCÁHOZ: A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA ALKALMAZÁSI LEHETŐSÉGEI A ZÖLD ELLÁTÁSI LÁNCSOKBAN

Szerző: Sarkadi Barnabás, Ellátáslánc menedzsment MSc I. évfolyam  
Konzulensek: Dr. Gál Tímea, egyetemi docens  
Buglyó-Nyakas Erzsébet Tünde, doktorandusz

Napjaink logisztikai folyamatai egyre nagyobb hatást gyakorolnak a környezetre, amelyek fakadhatnak a zöld logisztika ismeretének hiánya vagy esetleg ezen hiány háttérbe szorítása miatt. A szállítás során keletkező környezeti hatások kiemelkedőek, főként az üzemanyag-fogyasztás és kibocsátások miatt. Maga a termelés és a termeléshez szorosan kapcsolódó raktározás és anyagmozgatás szintén jelentős energiafelhasználással jár, míg a csomagolás során keletkező hulladék csökkentése és a környezetbarát megoldások alkalmazása pozitívan befolyásolhatja a vállalatok imázsát. A zöld ellátási lánc (GSCM) célja nem csak a termékek és szolgáltatások eljuttatása a végső fogyasztóhoz, hanem a környezeti terhelés csökkentése is, miközben szem előtt kell tartani a hatékonyságot és megbízhatóságot. Az értékteremtő folyamatokhoz kapcsolódó fenntarthatósági stratégiák közé tartozik többek között a szénlábnyom csökkentése, az energiahatékonyság növelése és a hulladék minimalizálása.

A téma feltáró kutatásához először szekunder kutatást végeztem hazai és nemzetközi szakirodalmak, főként szakkönyvek, folyóiratcikkek és internetes források alapján. A primer kutatást szisztematikus irodalomelemzéssel végeztem, mely során a Web of Science Core Collection (WoS) adatbázisát használtam. A lekérdezés során a 2014 és 2024 közötti időszakban megejelent angol nyelvű cikkeket vizsgáltam meg. Az eredményeket szisztematikusan tanulmányoztam a PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses) ajánlást alkalmazva, a publikációk jellemzőit megvizsgálva. A kulcsszavak elemzést a Vos Viewer szoftverrel végeztem el, mely alkalmas a hálózati adatokon alapuló térképek létrehozására és vizualizálására is.

A legfőbb eredmények alapján megállapítható, hogy 2021-től egyre sűrűbben megjelennek a digitális és technológiai innovációval kapcsolatos kulcsszavak (blockchain, industry 4.0, big data, artificial intelligence, machine learning), vagyis a legfrissebb kutatások ezekre a témákra irányulnak. Ezeknek az új technológiáknak a bevezetése és alkalmazása, amely bemutatásra kerül a dolgozatban is, nagyban hozzájárulhat a zöld logisztika jövőjének fejlődéséhez, illetve kijelöli a jövőbeli kutatási és fejlesztési irányokat is.

**MUNKAVÁLLALÓI ÉRTÉKPAPÍRPROGRAMOK ADÓZÁSÁNAK FOLYAMATA ÉS  
KAPCSOLATUK AZ AMERIKAI EGYESÜLT ÁLLAMOK ÉS MAGYARORSZÁG  
KÖZÖTT LÉTREJÖTT KETTŐS ADÓZTATÁS ELKERÜLÉSÉRŐL SZÓLÓ  
EGYEZMÉNY MEGSZŰNÉSÉVEL**

Szerző: Seres Máté Zsolt, Vezetés és szervezés MA II. évfolyam  
Konzulens: Prof. Dr. Fenyves Veronika, egyetemi tanár

Mind internacionális, mind hazai szinten a munkavállalói értékpapírprogramok elengedhetetlen részévé váltak a nagyvállalatok működésében. A munkavállalók, illetve felsővezetők motiválásához, kedvező adómegettarítási kérdésekhez, a vállalkozói szemlélet és az érdekegyezőségek fellendülésében nagy szerepet kapnak a munkavállalói értékpapírprogramok és opciós programok. Mindezeket vizsgálva fontos egy magánszemély számára, hogy nem magyarországi cég által kibocsájtott részvényeket szerevezve ezen programokon belül, hogyan és milyen adókötelezettség vonatkozik rá az 1995. évi CXVII. törvény a személyi jövedelemadóról és az OECD modellegyezményeknek megfelelően, illetve az Amerikai Egyesült Államok és Magyarország között létrejött bilaterális, azaz a kettős adóztatás elkerüléséről szóló egyezmény megszűnése milyen következményeket von maga után. Maga az OECD modellegyezmények és a személyi jövedelemadó törvény külön fejezetekben taglalja ezen programok adózását, illetve a fontosabb rendelkezéseket, valamint egy bilaterális egyezmény megszűnésének következményeit is tartalmazza. Dolgozatom fő célkitűzése annak vizsgálata, hogy a magyarországi adóügyi illetékességgel rendelkező magánszemély/munkavállalónak milyen adókötelezettsége keletkezik egy ilyen programban történő részvételekor, illetve hogyan változik az adózási folyamat az Amerikai Egyesült Államok és Magyarország között létrejött kettős adóztatás elkerüléséről szóló egyezmény terminálása után.

A témához kapcsolódóan szekunder kutatást végeztem el, amelynek keretében nemzetközi és hazai szakirodalmat dolgoztam fel, illetve megvizsgáltam az esettanulmányok középpontjában álló vállalatok programjainak információit. Vizsgálatom alapján, továbbra is fennáll ezen programoknál az adókedvezmények hatása magyarországi adóilletékességgel rendelkező magánszemély esetében függetlenül a kettős adóztatás elkerüléséről szóló egyezmény megszűnését. Az alacsonyabb készpénzkompenzációs igény, az elérhető osztalék és árfolyamnyereség lehetősége, illetve a munkavállalói vagyonepítés és pénzügyi biztonság további pozitívumokat jelentenek a munkavállalók és a programban résztvevők számára. Továbbá egy jól meghatározott munkavállalói értékpapírprogram tovább erősíti a vállalati kultúrát, növeli a vállalathoz való kötődést, és pénzügyi ösztönzést és motivációt nyújt.



## HASZNOSSÁGMAXIMALIZÁLÁS VAGY MEGBÁNÁS MINIMALIZÁLÁS – A RACIONÁLIS DÖNTÉSHOZATAL KÉT ELTÉRŐ MEGKÖZELÍTÉSE

Szerző: Silling Szintia Adriána, Turizmus-vendéglátás BA III. évfolyam  
Konzulensek: Dr. Czine Péter, adjunktus  
Prof. Dr. Dajnoki Krisztina, egyetemi tanár

A fogyasztói preferenciák mélyebb megértése érdekében gyakorta alkalmazott diszkrét választási modellezések szinte kivétel nélkül a véletlen hasznosság maximalizálásán (random utility maximization – RUM) alapulnak. Ezzel szemben a szakirodalomban kevés figyelmet kapnak a nem RUM alapú modellezések. Utóbbiak közé tartozik a véletlen megbánás minimalizálásán (random regret minimization – RRM) alapuló megközelítés is, melynek alapkoncepcióját már nem a hasznosság maximalizálása, hanem a megbánás minimalizálása jelenti.

Kutatásom célja, hogy összehasonlítsam a RUM és az RRM modellezési megközelítéseket, melyhez egy hazai szálláshely választási preferenciák vizsgálatára irányuló diszkrét választási kísérlet adatait használok fel. Az adatbázis 200 magyar belföldi utazó választásait tartalmazza, a kísérlet attribútumai között pedig a szálloda ára, a személyzet rugalmassága, a megközelíthetőség, az elérhető szolgáltatások és a vendégek általi értékelés szerepelnek.

A vizsgált modellezési megközelítések tesztelésének eredményei alapján megállapítottam, hogy (1) a szignifikáns paraméterbecslések azonos következtetésekre vezetnek mind az alap (pl. az ár negatívan befolyásolja a fogyasztói preferenciákat, míg az üzleti szolgáltatások és a magas vendégértékelések pozitív hatást mutatnak), mind pedig az interakciókat is szerepeltető modellek esetében (a négy és öt csillagos értékelések preferáltabbak a női kitöltők által), függetlenül attól, hogy RUM vagy RRM kontextusban becsültük őket; (2) a modellek illeszkedésének hipotézisvizsgálaton alapuló összehasonlítása során az RRM alapú modell szignifikánsan jobb illeszkedést mutat, mint a RUM alapú; (3) a helyettesítési határány kalkulációk interpretálása a RUM alapú modellezés esetében rendkívül egyszerű, míg az RRM alapú modellezésnél már jóval összetettebb, nagyban függ a döntési halmaz további opcióit jellemző tulajdonságok változásától.

Annak ellenére, hogy kutatásom következtetései között kiemeltem, hogy az RRM megközelítés még kevésbé kiforrott, modell összehasonlításaim alapján megállapítható, hogy nem indokolt a szakirodalom egyértelmű eltolódása a RUM felé. Amennyiben a kutatás célja nem helyettesítési határány kalkulációra irányul, az RRM alapú modellezés jobban illeszkedik a specifikációhoz vezethet.

## **HOW DID RUSSIAN COLONIZATION STRATEGIES DIFFER AND IMPACT THE QUALITY OF INSTITUTIONS IN POST-SOVIET COUNTRIES?**

Szerző: Sultanbekova Asiya,

BA in Business Administration and Management IV. évfolyam

Konzulens: Prof. Dr. Czeglédi Pál, egyetemi tanár

Hidden forms of Russian colonialism are not obvious to a layman, and by far are not talked about enough in the Western scientific community. In the new reality of today, Russia challenges the credibility and authority of the West more and more often, initiating one military intervention after another, annexing territories, and, ultimately, launching a full-scale invasion of Ukraine in 2022. In this paper, I am uncovering a long history of Russian imperialism, comparing it to traditional European colonialism, and analyzing the features of Russian colonization. I argue that a long history of Russian influence starting from the time of the Russian Empire and lasting throughout the Soviet period largely shaped the direction of development for nations, that experienced Russian colonialism. Weak institutions, hindering economic development, establishment, and consolidation of democracy, were transferred through economic, political, and cultural channels of influence. For empirical assessment of the Russian colonization strategy and evaluation of its impact on the quality of institutions in the former Soviet Union (FSU) countries, I present a self-constructed indicator of Russian Colonial Impact (RCII), covering cultural, economic and political factors constituting colonial interest and effort, considering the duration of relations with Russia and external impact from other major powers. I, then, compare RCII to modern measures of institutional quality in the FSU countries. The RCII is not aimed to explain all variations in economic freedom, corruption control, government accountability, rule of law, freedom, and democracy scores, as there are several factors defining a country's path. However, I observe a general trend of Russian colonial presence being associated with lower institutional quality. I believe, this condition should not be overlooked and needs a further research.

## TANULÁS VAGY ÉLSPORT? KETTŐS ÉLETPÁLYA A KÉZILABDA ELITJÉBEN

Szerző: Szabó Panna, Rekreáció és életmód BA III. évfolyam

Konzulens: Dr. Pfau Christa Sára, adjunktus

A kettős karrier építés és a visszavonulás utáni megélhetés aktuális téma a hivatásos sportolók körében. Az elit sportolói karrier különböző szakaszokra osztható: a sportban való belépéstől kezdve a tehetség továbbfejlesztésén keresztül a sportoló csúcsteljesítményét elérve a befejező, visszavonulást közvetlen megelőző szakaszra. Általában 15-20 évig tart a duális pálya egy élsportoló életében. A kettős karrier a sportban azt jelenti, hogy a sportolói karrier mellett tudatosan törekszenek a sporton kívüli, vagy a sportpályafutásuk befejezése utáni életpályájuk kiépítésére is. A civil szférában való elhelyezkedéshez elengedhetetlen valamilyen képzés megkezdése vagy elsajátítása. Kutatásom fő célja, hogy megvizsgáljam, a duális pálya jelenségét azok az élsportolók között, akik a legmagasabb szinteken kézilabdáznak. Célcsoportomba tartoznak azok a játékosok is, akik válogatott kerettagok, Bajnokok Ligája szereplők is, amellet, hogy NBI-es játékosok. Kutatásomban többoldalú vizsgálatokat végeztem, kvalitatív és kvantitatív módszert is alkalmaztam. Megállapítottam, hogy a hivatásos sportoló munkaideje 2700-3200 órát jelent évente. Összevetve a normál munkavállalókkal szemben ez jelentős eltérést eredményez. Az adataimat a Microsoft Excel függvényeivel és diagrammjaival összesítettem, valamint az IBM SPSS Statistics program segítségével értékeltem ki. Az összefüggések vizsgálatánál szignifikáns különbséget kaptam az életkor és a munkatípus preferálása összefüggésében, illetve a pályafutás befejezése és a sportolási szint kapcsolatában. Az interjúkérdéseket kizárólag elit sportolók választották meg, ahol azt vizsgáltam, hogy azok a kézilabdázók, akik felsőfokú tanulmányokat folytatnak, vagy folytattak, hogyan osztották meg az idejüket és figyelmüket a két terület között. Az interjúkat összesítve megállapítható, hogy az elit kézilabda sportolóknál a kettős életpálya fenntartásához, kialakításához nélkülözhetetlen a felsőoktatási intézmények támogatása.

## A HARMADIK ORSZÁGBÓL ÉRKEZŐ MUNKAVÁLLALÓK INTEGRÁCIÓS KIHÍVÁSAI

Szerző: Szabó Réka, Vezetés és szervezés MA II. évfolyam  
Konzulensek: Prof. Dr. Dajnoki Krisztina, egyetemi tanár  
Dr. Czine Péter, adjunktus

Az utóbbi években a harmadik országból érkező munkavállalók integrációja a magyar munkaerőpiacon kulcsfontosságúvá vált. Ennek számos oka van, melyek közül kiemelhető a munkaerőhiány, a demográfiai kihívások, mint például a népesség elöregedése, vagy akár a bérköltségek optimalizálása. Az integráció azonban számos akadályba ütközik, ami megjelenhet például a kulturális és társadalmi különbségek áthidalásának nehézségeiben. Ez nehezítheti a munkavállalók beilleszkedését, bizonyos társadalmi rétegekből pedig ellenséges érzéseket és félelmet (xenofób attitűdöt) válthat ki.

A kutatás célja egyrészt hazai és nemzetközi szakirodalom alapján átfogó képet adni a harmadik országból érkező munkavállalókat érintő kihívásokról, valamint a munkaerőpiaci helyzetet értékelve megállapítást tenni a munkaerőimport szükségletére és az integrációs folyamat eredményességére. A specifikus célok közé tartozik a xenofóbia munkaerőpiacra és szervezeti kultúrára gyakorolt lehetséges hatásainak vizsgálata (1), valamint annak feltárása, hogy a harmadik országbeli munkavállalók és a magyar munkáltatók közötti együttműködést elősegítő szervezetek miként értékelik a munkaerőimport jelentőségét, illetve az integráció hatékonyságát és megvalósíthatóságát (2).

A célok megvalósítása érdekében kvantitatív és kvalitatív primer kutatást végeztem. Egyrészt kérdőíves felmérés segítségével tártam fel a válaszadók véleményét arra vonatkozóan, hogy hogyan látják a jelenlegi munkaerőpiaci helyzetet, illetve a xenofóbia szintjének mérésére szolgáló állítások, előítéletek és integrációs tapasztalatok is szerepeltek a kérdőívben a demográfiai kérdések mellett. Adatelemzésem során mind leíró statisztikai módszereket, mind pedig hipotézisvizsgálatokat (szimpla és többváltozós eljárásokat) alkalmaztam. Emellett szakértői interjúkat készítettem terciér szektorban dolgozó HR szakemberekkel, hogy átfogó képet kapjak az integráció kihívásairól és a gyakorlati megvalósítás tapasztalatairól.

Megállapításaim alapján a xenofóbia szintje szignifikáns hatást gyakorol a harmadik országból érkező munkavállalók megítélésére és beilleszkedésére. A xenofób attitűd magyarázata érdekében végzett elemzések rávilágítottak arra, hogy az attitűd szintjében lévő heterogenitás forrása nem köthető csupán demográfiai jellemzőkhöz és munkaerőpiaci státuszhoz. Az interjú során megkérdezett szakemberek hangsúlyozzák, hogy a helyi munkaerő nem tudja teljes mértékben kielégíteni a munkaadók igényeit, az integráció azonban kihívásokkal jár, különösen a kulturális és nyelvi különbségek miatt, ezért célzott oktatási és beilleszkedési programokra van szükség.

## ORSZÁGÉRTÉKELÉS A 10. FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉSI CÉL ALAPJÁN

Szerző: Székelyhidi Dávid,

Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás MA II. évfolyam

Konzulens: Dr. Karcagi-Kováts Andrea, egyetemi docens

Dolgozatom központi témája az ENSZ által 2015-ben elfogadott Fenntartható Fejlődési Célok, azaz az SDG-k közül a 10. cél, amely az egyenlőtlenségek csökkentésére összpontosít. A globális és nemzeti szintű egyenlőtlenségek nem csupán erkölcsi és szociális szempontból aggasztóak, de veszélyeztetik a gazdasági növekedés hosszú távú fenntarthatóságát és a társadalmi stabilitást is. Az SDG 10 keretében megfogalmazott célok elérése tehát alapvető feltétele annak, hogy egy méltányosabb és igazságosabb gazdasági-társadalmi környezetet hozzunk létre.

A kutatásom alapvető kérdése az, hogy az SDG 10 célkitűzései hogyan valósultak meg eddig, elhagyva a célok elérésére szánt 15 év felét. Dolgozatomban az SDG-k rendszerének áttekintése után ismertettem az egyenlőtlenségek fogalmát és elemeztem azok különböző típusait és hatásait. Korrelációanalízis segítségével megvizsgáltam az egyenlőtlenségek kapcsolatát a gazdasági fejlettséggel, az emberi fejlettséggel és a politikai stabilitással, elméleti háttérrel biztosítva ezzel az SDG 10 törekvéseinek a megértéséhez. Végül bemutattam az SDG 10 specifikus alcéljait és az ezekben eddig elért eredményeket, kitérve az egyes alcélokat érintő trendekre országos, regionális és kontinentális szinten. Összességében a dolgozatom célja az, hogy rávilágítson a jelenlegi helyzetre és ajánlásokat fogalmazzon meg a jövőbeli fejlesztési stratégiákra, figyelembe véve az eddigi eredményeket és a fennálló hiányosságokat.

Az eredményeim igazolták, hogy az országon belüli jövedelmi egyenlőtlenségek gyenge negatív együttjárást mutatnak az egy főre eső jövedelemmel, az emberi fejlettséggel és a politikai stabilitással is. Ez rámutat az egyenlőtlenségek társadalmi és gazdasági hatásainak a súlyára. A kutatásom során megállapítottam, hogy az SDG 10 célkitűzéseinek elérése globálisan lassú előrehaladást mutat. Habár néhány területen tapasztalható fejlődés, az eredmények többsége nem kielégítő, több célkitűzés elérését továbbra is komoly kihívások nehezítik. A legsebezhetőbb országok felének a gazdasága például lassabban növekszik, mint a gazdag országoké. A fejlődő országok pedig továbbra sincsenek méltányosan képviselve a nemzetközi döntéshozatalban. A migráció eközben napjaink egyik legnagyobb kihívásává vált. Ezt jól szemlélteti a menekültek számának és a migráció közben elhunytak számának történelmi csúcsa is világszerte.

## DÖNTÉSEINKET BEFOLYÁSOLÓ ZAJOK - ESETTANULMÁNY EGY VÁLLALAT PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Szerző: Szógyényi Réka, Nemzetközi gazdálkodás BA IV. évfolyam  
Konzulens: Dr. Futó Judit Edit, adjunktus

Dolgozatom központi témája az operatív beszerzési folyamatok döntéshozatali zajának elemzése egy vállalat példáján keresztül. Kutatásom célja, hogy megértsük, hogyan befolyásolják a pszichológiai tényezők, mint a stressz, kognitív terhelés és időnyomás a beszerzők döntéseit, valamint hogyan csökkenthető az a zaj, amely akadályozza a vállalat hatékony működését.

Az elméleti részben összehasonlítom a közgazdasági megközelítéseket: a klasszikus közgazdaságtan racionalitást feltételező modelljeit és a viselkedési közgazdaságtan pszichológiai tényezőkre fókuszáló irányzatát. Míg a klasszikus modellek racionális döntéshozatalt feltételeznek, a viselkedési közgazdaságtan hangsúlyozza, hogy a bizonytalanság, korlátozott információfeldolgozási kapacitás és heurisztikák zajos döntésekhez vezetnek, különösen a beszerzési folyamatokban.

Empirikus kutatásom az általam választott vállalat operatív beszerzési osztályára összpontosított. Kérdőíveket és személyiségteszteket használtam annak felmérésére, hogy a beszerzők milyen helyzetekben találkoznak döntéshozatali zajjal. A kutatás során megfigyeltem, hogy a stressz, időnyomás és kognitív túlterhelés jelentős hatással van a döntésekre, gyakran hibás vagy nem optimális döntésekhez vezetve, ami az ellátási lánc hatékonyságát csökkentheti.

Hipotéziseim azt sugallják, hogy bár a zajos döntéshozatal gyakori a beszerzési folyamatokban, bizonyos stratégiák alkalmazásával csökkenthető. Fontos megállapításom, hogy a zaj csökkentésére irányuló intézkedések, mint a standardizált döntéshozatali eljárások, automatizált rendszerek és a feladatok személyiségjegyek alapján történő optimalizálása, jelentős javulást hozhatnak.

Záró részemben javaslatokat fogalmazok meg a vállalatok számára a döntéshozatali zaj csökkentésére, ami javíthatja az operatív beszerzés hatékonyságát. A standardizálás minimalizálja a hibákat, míg a technológiai fejlesztések és automatizáció lehetővé teszik a megalapozott döntések meghozatalát. A személyiség alapú munkamegosztás optimalizálása szintén hozzájárulhat a hatékonysághoz.

Összegzésül, dolgozatom kimutatja, hogy a döntéshozatali zaj nemcsak a beszerzési folyamatok elkerülhetetlen tényezője, hanem a vállalat működésére is kihat. Megfelelő eszközökkel és stratégiákkal a zaj csökkenthető, javítva ezzel a vállalat versenyképességét és hatékonyságát.

## **AZ ÉLMÉNYSZOLGÁLTATÁS HATÁSA A LEVENDULATERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI SZOKÁSOKRA**

Szerző: Thomka Balázs, Kereskedelem és marketing BA IV. évfolyam  
Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

Az élményszolgáltatás napjainkban egyre növekvő figyelmet kap mind hazai, mind nemzetközi vállalatok körében, hiszen új utakat nyit az ügyfélkapcsolatok mélyítésében és a fogyasztók érzelmi kötődésének erősítésében. Különösen releváns lehet ez a természetes termékek piacán, így a hazai gyógynövénytermelésben, és azon belül a levendula termesztésében is. A levendula ismert nyugtató és stresszoldó tulajdonságairól, kellemes illatáról, valamint egyéb jótékony hatásairól. A mai fenntarthatósági és egészségorientált trendekhez igazodva a fogyasztók egyre inkább keresik azokat a termékeket, amelyek egészségesek, környezettudatosak és fenntarthatóak.

Kutatásomban azt vizsgálom, kérdőíves megkérdezés és szakértői interjúk segítségével, hogy hogyan lehet az élményszolgáltatást hatékonyan felhasználni a levendulatermékek piaci pozicionálásában, valamint, hogy a fogyasztók milyen élményeket keresnek ezekkel a termékekkel kapcsolatban. Emellett fontos kutatási témakör volt a potenciális piacbővítési lehetőségek feltárása akár földrajzi akár termékdifferenciálás szintjén is. A primer és szekunder kutatásaim során választ kerestem arra, hogy az élmények hogyan befolyásolják a fogyasztói döntéseket, és milyen szerepet játszanak a vásárlási folyamatban.

Az eredmények azt mutatják, hogy az élményszolgáltatás kiváló eszköz lehet a levendulatermékek piacán, mivel a termelők tudatosan építhetnek a fogyasztók élményszolgáltatására mind a termékek, mind a kapcsolódó szolgáltatások terén. A fogyasztók különösen keresik az eszközpista élményeket, a természetességet és a harmóniát. Az interjúk alapján az élményszolgáltatás alkalmazása jelentős piaci előnyt biztosíthat, segítheti a brandépítést és elősegítheti a levendulatermékek piaci pozíciójának erősödését, különösen a gasztronómia területén.

Összefoglalva, az élményszolgáltatás marketingstratégia hatékony eszközként szolgálhat a levendulatermékek piaci növekedéséhez és a fogyasztói kapcsolatok erősítéséhez, különös tekintettel az új célcsoportok megszólítására és a termékek diverzifikációjára, illetve elősegítheti a vidéki turizmus fejlődését a különböző hazai régiókban vagy akár piacbővítési lehetőséget rejthet a hazai vagy külföldi piaci terjeszkedés tekintetében.

## HOGYAN KOMMUNIKÁLJUNK ZÖLDEN ÉS MEGGYŐZŐEN? REKLÁMOZÁSI STRATÉGIÁK A FENNTARTHATÓSÁGBAN

Szerző: Török Barbara, Marketing MA II. évfolyam  
Konzulens: Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes, adjunktus

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

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

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

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

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



## SPORTOLÁS ÉS ÖNÉRTÉKELÉS A DIGITÁLIS KORBAN: A KÖZÖSSÉGI MÉDIA SZEREPE

Szerző: Török Emese, Sportszervező BSc III. évfolyam  
Konzulens: Dr. Szalánczi-Bartha Éva Judit, adjunktus

A mai modern, felgyorsult világunkban a közösségi média jelentősége folyamatosan növekszik, és egyre inkább átszövi mindennapjainkat. Szinte elképzelhetetlennek tartjuk életünket nélküle, hiszen ezek a platformok nem csupán információforrásként szolgálnak, hanem meghatározzák társas kapcsolatainkat, viselkedésünket és önmagunkhoz való viszonyulásunkat is. Ezzel párhuzamosan az egészségtudatosság, az önfejlesztés iránti igény és az önértékelés is kiemelt fontosságot nyert a 21. századi ember életében, és ezek a tényezők egymással is szoros kapcsolatban állnak.

Napjainkban különösen lényegessé vált annak megértése, hogy ezeken a platformokon látott tartalmak miként befolyásolják az egyének viselkedését. Ennek fényében kutatásom célja az volt, hogy feltárjam a közösségi médiahasználat, a sportolási szokások és az önmagunkról alkotott kép közötti összefüggéseket.

A munkám során szekunder és primer kutatást alkalmaztam. Szekunder kutatásomban mind a hazai, mind a nemzetközi rendelkezésre álló szakirodalmakat és kutatásokat összegyűjtöttem és elemeztem, hogy megértssem a közösségi platformok és az önértékelés kapcsolatának hátterét. Primer kutatásom keretében kérdőíves felmérést végeztem, amelyben az emberek közösségi médiahasználatát, sportolási szokásait és önképét vizsgáltam. A kérdőív erre a három fő témakörre oszlott, így átfogó képet kaptam ezen területek jelenlegi viszonyáról. A kérdések többek között vizsgálták a közösségi médiában látott tartalmak hatását az egyének edzésmotivációjára, valamint azt, hogy ezek a tartalmak milyen mértékben formálják önmagukról alkotott képüket.

Ezen kutatásommal igyekeztem rávilágítani arra, hogy a közösségi média nem csupán szórakoztató platform, hanem jelentős társadalmi és pszichológiai tényező is, amely befolyásolja az emberek viselkedését, döntéseit és mentális egészségét.

## FDI A FELTÖREKVŐ PIACOKON

Szerző: Ungai Szebasztián, Nemzetközi gazdálkodás BA IV. évfolyam  
Konzulens: Dr. Trón Zsuzsanna, adjunktus

Tekintve a közvetlen külföldi tőkebefektetés (FDI) globális trendjeit, megfigyelhető a feltörekvő országok egyre erősödő világgazdasági szerepe. Ezekbe az országokba egyre több FDI áramlik, amely dinamikusabb és kiegyensúlyozottabb, mint a fejlett országok FDI-beáramlása. Köszönhetően az utóbbi években bekövetkezett fordulópontnak, a feltörekvő piacokra érkező külföldi működőtőke összértéke meghaladta a fejlettekét. A világ legnagyobb FDI-t fogadó országai között a fejlett gazdaságok mellett számos feltörekvő országot látunk.

Látva azt, hogy ezek az országok egyre vonzóbb célpontok az FDI számára, a kutatásom középpontjában a feltörekvő országok irányába történő közvetlen külföldi tőkebefektetések áramlásának megértése áll.

A dolgozat alapkérdése az, hogy a különböző FDI elméletekkel meg lehet-e magyarázni a feltörekvő piacokra áramló FDI-t.

Ezt a kérdést szekunder kutatással és induktív módszerrel fogom megválaszolni. Ezek alapján a dolgozat általános célkitűzése az empirikus vizsgálatok visszavezetése a közvetlen külföldi tőkebefektetés elméletekhez (Hymer elmélet, internalizációs elmélet, termékéletciklus-elmélet, eklektikus paradigma, FSA/CSA mátrix, horizontális és vertikális FDI-modell, intézményi FDI-alkalmassági elmélet).

A feltörekvő piacokra áramló FDI meghatározó tényezőit az FDI-elméletek keretében vizsgálom meg.

Ennek érdekében először a meghatározó tényezőkre vonatkozó felkutatott szakirodalmak empirikus eredményeit áttekintem. Ezt követően ezeket a tényezőket beazonosítom az FDI-motivációk szerint (piac-, erőforrás-, hatékonyság- és eszközkeresés), ezáltal egy átfogó képet alkotva arról, hogy az elméletek mennyire adnak magyarázatot a feltörekvő országokba áramló FDI jelenségére.

## **GYÁRTÁST TÁMOGATÓ ERP RENDSZEREK ÖSSZEHASONLÍTÁSA**

Szerző: Ványi Gréta Zulejka, Ellátásilánc menedzsmenet MSc II. évfolyam  
Konzulens: Dr. Lengyel Péter József, egyetemi docens

Az elmúlt évtizedben az ERP rendszerek fontossága rohamosan növekszik, egyre inkább jellemzőbb, hogy már a kis- és középvállalatok köreiben is a szigetmegoldások lecserélése mellett döntenek és megkezdik egy integrált vállalatirányítási rendszer bevezetését. Ezek a rendszerek különböző funkcionalitásokkal, költségekkel és bevezetési követelményekkel rendelkeznek, így a megfelelő rendszer megtalálása kritikus fontosságú stratégiai döntésnek számít egy vállalat életében.

Dolgozatom elsődleges célja egy olyan összehasonlítási folyamat kidolgozása és bemutatása, amely segíti a vállalatokat az ERP rendszer bevezetése során. Az elemzés során Magyarországon elérhető gyártó vállalatoknak, különös tekintettel a kis- és középvállalatok igényeinek megfelelő ERP rendszereket vizsgáltam, köztük olyan népszerű rendszereket is, mint a SAP, Oracle, Microsoft Dynamics. Továbbá megfogalmaztam azokat a pontokat, olyan intő jeleket, amelyek esetén egy vállalatnak szükséges elgondolkodnia egy ERP rendszer bevezetésén, annak érdekében, hogy megőrizze a hatékony működést és a versenyképességét.

A szekunder és primer adatgyűjtést követően a kapott adatok alapján készítettem egy olyan módszert, amely segítségével az ERP rendszerek összehasonlíthatóak. Az értékelési szempontok a következők: telepítési lehetőségek, testreszabhatóság, skálázhatóság, integráció, felhasználói felület, költség, karbantartási és frissítési politika, szabályozási megfelelés, bevezetési idő és adatbiztonság. Ezt követően elvégeztem az általam választott 7 ERP rendszer értékelését egy tömeggyártást és projektgyártást folytató vállalatot figyelembe véve.

A vizsgálatot követően egyértelmű sorrendet lehetett felállítani az ERP rendszerek között, azonban a jövőben fontosnak tartom egy olyan index kidolgozását, amely széleskörűen használható az ERP rendszerek értékelésére és összehasonlítására.

## SZÁMVITELI BESZÁMOLÁSI RENDSZEREK ÖSSZEHASONLÍTÁSA AZ INTELLEKTUÁLIS TŐKE TÜKRÉBEN

Szerző: Váradi Lúcia, Számvitel MA II. évfolyam  
Konzulensek: Dr. Hamad Mirjam, tanársegéd  
Dr. Kiss Ágota, tanársegéd

A kapitalizmus által kialakult szabad versenynek köszönhetően a vállalkozások indítása napjainkban egyre egyszerűbb, amelynek köszönhetően a vállalatok száma egyre növekszik, ami a szabad versenyt is erősíti. A versenyben maradáshoz, és a többi vállalathoz viszonyítottan a kiemelkedéshez, megkülönböztetéshez ezáltal versenyelőnyhöz jutás jegyében a vállalkozások próbálnak a jelenlegi vagyonukon felül valamilyen plusz értékre szert tenni, amellyel piaci értéküket tudják növelni. Ebből adódóan a könyv szerinti érték és a piaci érték között egyre nagyobb különbségek fedezhetőek fel a vállalkozásokat illetően, amelyből napjainkban egy új kutatási terület is született, amely az intellektuális tőke. Az intellektuális vagy éppen a szellemi tőke mérési módszerében még nem született egységesen elfogadott mutató, ebből adódóan több szempontból is meg tudjuk vizsgálni a láthatatlan értékét a vállalkozásoknak. Az intellektuális tőke mérési módszerei általában a pénzügyi kimutatások adatiból indulnak ki és azokat korrigálják, amely kapcsán felmerült bennem a kérdés, hogy melyik beszámolási rendszer a legalkalmasabb a szellemi tőke kimutatására, melyik az, amely a legvalósabb képet mutatja, ugyanis beszámolási rendszerenként eltérő lehet egy adott adat, amiből kiindul a számítás. Ennek kapcsán a hazánkban megtalálható két beszámolási rendszert, a magyar számviteli beszámolási rendszert a 2000. évi C törvény alapján és a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardokat (IFRS-eket) hasonlítom össze az intellektuális tőke mérési módszereinek segítségével. Az általános célkitűzésem szerint az IFRS szerinti beszámolási rendszer adatiból kiindulva magasabb intellektuális tőkét tud kimutatni a vállalat a beszámolási rendszerben szereplő jelen és jövőérték számításnak és az eszközök értékelésének részletesebb és valósabb érték kimutatásának törekvéseiből adódóan, mint a magyar számviteli rendszer alapján számítva.

A hipotézisem megvalósításához a következőekben szeretném ismertetni a lépéseket, amelyeket meghatároztam. Első lépésként kiválasztottam három különböző iparágban tevékenykedő vállalkozást, amelyek ugyanazon évben tértek át a magyar számviteli rendszerről az IFRS-ek készítésére az összehasonlíthatóság jegyében. Ezt követően adatgyűjtést végeztem a pénzügyi kimutatásokat és a részlet információkat illetően, majd kiválasztottam három intellektuális tőke mutatót, amelyek különböző szemszögből világítják meg az intellektuális tőke értékét a vállalatoknál, majd elvégeztem a szükséges számításokat. A számítások során a három mutató három különböző szempont szerint vizsgálja az intellektuális tőkét: az első mutató méri magát az intellektuális tőke értékét a saját teljesítményéhez viszonyítottan; a második mutató azt vizsgálja, hogy a vállalat piaci értéke hányad része a könyvekben kimutatott értéknek; a harmadik és egyben utolsó mutató a hatékonyságát méri a vállalkozásoknak.

Az általános célkitűzésem beigazolódott, amely alapján három vállalkozás három mutató szerinti mérése alapján háromból három mutató szerint többségében nagyobb intellektuális tőkét tudtak kimutatni a vállalkozások ugyanazon üzleti évben ugyanazon vagyonnal az IFRS-ek szerint készített beszámoló adatai alapján, mint a magyar számviteli szabályok által elkészített beszámoló adatai alapján.

## A DIGITÁLIS FIZETÉSI MEGOLDÁSOK KOCKÁZATAI

Szerző: Varga Laura, Pénzügy és számvitel BA IV. évfolyam

Konzulens: Dr. Becsky-Nagy Patrícia, egyetemi docens

A mai felgyorsult világban napról napra találkozunk számos innovációval az élet minden részén. Ez a rohamos fejlődés a pénzügy területén is megfigyelhető, legyen szó akár a mesterséges intelligencia használatáról, a mobilpénztárcákról vagy a mobilbankolásról. Olyan mértékben felkeltette az érdeklődésemet a pénzügynek ez a területe, hogy elhatároztam, mindenképpen ezt választom dolgozatom témájául.

Kutatásomnak az volt a célja, hogy a Fintech újításokat, azon belül a digitális fizetési megoldásokat és az ezekhez kapcsolódó területeket, beleértve az adatvédelmet is, vizsgáljam. Hipotéziseimet ezeknek a célkitűzéseknek megfelelően alakítottam ki.

A kutatásomat először egy primer kérdőíves felméréssel kezdtem, majd azt követte az adataim kiértékelése IBM SPSS-es programmal. A megfelelő statisztikai próbák kiválasztásához először kijelöltem a hipotéziseimet, amelyeket vizsgálni szeretnék. A különböző feltételezések a kérdőívem egy-egy szegmenséhez tartoznak, melyek a Fintech újítások, az adatvédelem, a META pénzügyi szolgáltatásai, a mesterséges intelligencia pénzügyi alkalmazása és a Revolut felhasználók köré csoportosult. Ezeknek a hipotéziseknek a vizsgálatához keresztábra elemzéseket, khí-négyszet próbákat, Kruskal-Wallis-próbákat, Kolmogorov-Szmirnov-próbákat, valamint Cramer-féle asszociációs együtthatót alkalmaztam.

Összességében eredményeim által azokra a következtetésekre jutottam, hogy a Fintech cégek célközönsége a fiatal generáció, de ezekre a fajta újításokra az iskolázottság is fontos szereppel bír, szemben a mesterséges intelligencia nyújtotta innovációkra, valamint a fizetési módokra, ahol csupán az életkor meghatározó tényező. Az adatvédelmi tájékoztatók kapcsán is megfigyelhető, hogy a közösségi médiában nem olyan tudatosak az emberek, mint online vásárlás, valamint a Revolut használat terén. Az eredményeim rávilágítottak a pénzügy ezen területének a fejlesztendő lehetőségeire, valamint irányvonalat mutatnak a pénzügyi szolgáltatók számára.

## **A KÖZÖS SZERVEZŐDÉSEK MEGJELENÉSE AZ IFRS-EK SZERINT ELKÉSZÍTETT KONSZOLIDÁLT BESZÁMOLÓKBAN MAGYARORSZÁGON**

Szerző: Virág Magdolna Ágota, Számvitel MA II. évfolyam  
Konzulens: Dr. Orbán Ildikó, egyetemi docens

Az utóbbi száz évben lejátszódó globalizációs folyamatoknak és a multinacionális vállalatok térnyerésének fontos szerepe volt abban, hogy felerősödött az egységes szabályok alapján elkészített pénzügyi kimutatások iránti igény, amelyek általánosan összehasonlítható információkat biztosítanak a felhasználók számára. Mindennek eredményeképpen kidolgozásra kerültek, majd világszerte elterjedtek a Nemzetközi Számviteli Standardok (International Accounting Standards, a továbbiakban IAS-ek), illetve Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok (International Financial Reporting Standards, a továbbiakban IFRS-ek).

Dolgozatomban a Budapesti Értéktőzsdén (BÉT) jegyzett vállalkozások konszolidált beszámolóit vizsgálom az IFRS 11 standard alkalmazásának tekintetében. Vizsgálatom során arra voltam kíváncsi, hogy hány vállalat rendelkezik Magyarországon közös szerveződéssel, hogyan kezelik és jelenítik meg a vállalatok a közös szerveződéseket a konszolidált beszámolójukban, milyen mennyiségű és minőségű információt nyújtanak a beszámolóik felhasználói számára a közös szerveződésekkel kapcsolatban.

A szekunder adatgyűjtés után, kvalitatív kutatási módszereket, dokumentumelemzést, illetve módszertani összehasonlítást használtam, hogy megvizsgáljam a tizenhárom, jelenleg közös szerveződéssel rendelkező BÉT-en jegyzett vállalatcsoport konszolidált beszámolóját. Ezáltal párhuzamot tudtam vonni az egyes közös szerveződéssel rendelkező vállalatok között, és elemezni tudtam a köztük található hasonlóságokat és különbségeket.

Kutatásom során arra az eredményre jutottam, hogy Magyarországon jellemzően a nagy tőkeigénnyel rendelkező iparágakban tevékenykedő vállalatok preferálják a közös vállalkozások alapítását, mint például az ingatlansectorban vagy a kőolaj- és földgáziparban működő vállalatok.

A vállalatok egy másik része a saját adminisztrációs, igazgatási feladatainak megoldására hoz létre közös szerveződést, ezáltal megosztva az erőforrásokat és növelve a költséghatékonyt.

A vállalatcsoportok egy kisebb része új piacokra való belépés, a tevékenységi köre bővítése miatt vesz részt közös szerveződésben.

A közös tevékenységek Magyarországon kevésbé preferált vállalkozási forma.

## **A JÖVŐ MUNKAEREJE: A KÖZÖSSÉGI MÉDIA HATÁSA A DIÁKOK VEZETŐI SZEREPELVÁRÁSAIRA**

Szerző: Zrinyi Timót, Gazdálkodási és menedzsment BA III. évfolyam  
Konzulens: Dr. Filep Roland, adjunktus

A digitális technika fejlődése nem csak a tudásunkra, hanem az emberi kapcsolatainkra is folyamatos hatással van. A kommunikáció online közösségi platformokon folyik manapság, ahol gyorsan lehet átadni az üzenetünket potenciálisan több ezer embernek is akár. Ezen platformok nem csak üzenetátadási eszközök, hanem digitális közösségek is. A közösségi média platformok elterjedése elsősorban a 2010-es években kezdődött a Facebook 2008-as berobbanásával a köztudatba. A Z generáció első „hulláma” még a kiforrásban lévő platformokon nőtt fel. Azonban a Z generáció utolsó tagjai, illetve az Alfa generáció tagja a mai kiforrott közösségi médiába születtek bele. Ezen generáció tagjai otthonosan mozognak az online térben. Mivel az idejük túlnyomó részüket ilyen online közösségi tereken töltik, egyértelműen nagy befolyással vannak eme felületek a személyiségük fejlődésére, gondolkodásmódjukra, döntéshozatalukra és vezetési képességeikre és ezzel szembeni elvárásaira. Eme folyamatok hosszútávon erősödhetnek, mely hatására a közel-jövőben azt eredményezheti, hogy más fajta vezetési stílus, szükséges annak érdekében, hogy ez a korosztály a leghatékonyabban és legeredményesebben tudjon munkát végezni.

Jelen dolgozatom célja a közösségi média hatásának vizsgálata az általános-, és középiskolai korosztályt vizsgálva, elsősorban vezetői szerepekkel szembeni elvárásokat figyelembe véve. Eme témakör érdekében kérdőívet készítettem, majd szülői beleegyező nyilatkozat kitöltése után a diákok kitöltötték mindezt. A kérdőívben egy Likert típusú skálán tettem fel a kérdéseket. Ezt a kérdőívet online, Google Forms-on töltötték ki a diákok. A kérdések összeállításai miatt a fent említett okokból arra törekedtem, hogy olyan formában tegyem fel a kérdéseimet, melyet a fiatalabb korosztályok is biztosan megértenek. A kérdésekkel a diákok szerepelvárásait, továbbá a közösségi médiával kapcsolatos fogyasztásukat, szokásaikat is egyaránt vizsgáltam.

A kitöltések után 130 fős mintát elemeztem, mely elemzéshez leíró statisztikát, Spearman-rho rangkorrelációt és keresztábra-analízist használtam.

A felmérésből kiderült az, hogy a kitöltők a hatásokat magukon kevésbé, míg társaikon nagyobb mértékben veszik észre. Ezen felül megfigyelhető, hogy a fiatalok a Win-Win megoldásokat keresik elsősorban.

**PÁLYAMUNKA NÉLKÜLI DETEP  
HALLGATÓK ELŐADÁSAINAK  
ÖSSZEFOGLALÓI**



**PARAMÉTERES VAGY NEMPARAMÉTERES ELEMZÉS?  
A LIKERT-SKÁLA ÉRTÉKELÉSÉNEK KULCSKÉRDÉSE**

Szerző: Benedek Roland Csaba, Nemzetközi gazdálkodás BA III. évfolyam  
Konzulensek: Dr. Czine Péter, adjunktus  
Dr. Szenderák János, adjunktus

A szubjektív emberi vélemények mérésének kihívásai katalizátorként hatottak olyan pszichometriai eszközök kialakítására, amelyek minimalizálni próbálják a mérési folyamat inherens szubjektivitását. Az egyik ilyen eszköz a Likert-skála, amely széles körben alkalmazott eszköz az attitűdök kvalitatív dimenzióinak mérésére. Számos korábbi kutatásban találkozhatunk a Likert-skála skála változóként történő elemzésével, fontos tisztában lennünk viszont azzal, hogy a mérési szint valójában ordinális, ami több kérdést is felvet az említett kutatások következtetéseinek megalapozottságával kapcsolatban.

Az említettek alapján kutatásom célja egy komplex, átfogó statisztikai vizsgálat lefolytatása annak érdekében, hogy megtudjam a módszertani megközelítés megválasztása milyen mértékben befolyásolja a kutatási eredményeket.

Kutatási céloom vizsgálatához (szimulált) Likert-skála alapú változókat elemezek egy átfogó módszertani keret alkalmazásával, hogy feltérképezzem, vajon szignifikáns eltérés figyelhető-e meg a paraméteres statisztikai tesztek (független kétmintás t-próba és egyszempontos varianciaanalízis) és azok nemparaméteres alternatívái (Mann-Whitney U-teszt és Kruskal-Wallis-teszt) között. Összehasonlításom dimenziói között olyan szempontok szerepelnek, mint a szignifikáns következtetések egyezősége, a hatásnagyságmutató értéke, és a mintaelemszám változtatásának hatása. Mindemellett az adatok eloszlása esetében a szimmetrikus eset mellett aszimmetrikus (jobbra és balra ferde) és bimodális eseteket is vizsgálok.

Kutatásom következtetései megválaszolhatják azt a kérdést, hogy a vizsgált paraméteres tesztek robusztussága valóban felülmúlja-e a különböző feltételek, például a skálaváltozók hiányának következtében fellépő torzítás hatását. Mindemellett iránymutatást nyújthatnak a kutatók számára arra vonatkozóan, hogy a statisztikai módszerek helytelen megválasztása nem csupán technikai következményekkel járhat együtt, hanem alapvetően befolyásolhatja az eredmények integritását és érvényességét, különösen az emberi attitűdök elemzése kapcsán.

## REBRANDING MEGVALÓSÍTÁSÁNAK SZEMPONTJAI ESETTANULMÁNYOK ELEMZÉSÉVEL

Szerző: Benke Lili, Kereskedelem és marketing BA III. évfolyam  
Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

A rebranding, vagyis újramarkázás olyan stratégiai folyamat, amelynek során a vállalatok módosítják márkaidentitásukat, akár egész céges kultúrájukat, hogy jobban igazodjanak üzleti céljaikhoz, a piaci igényekhez vagy a tulajdonosi változásokhoz, például fúziókhoz. Ez manapság már egy általános, mindennapi folyamatnak tekinthető, cégek jönnek létre, tűnnek el vagy akár olvadnak egybe. Dolgozatom a rebranding dinamikáját vizsgálja, különösen a márkaváltások és egyesülések összefüggésében, kulcsfontosságú esettanulmányok elemzésével, valamint mérhető eredményeinek vizsgálatával.

A rebrandinghez kapcsolódó kulcselemek változása többféle lehet: új célok elérése érdekében módosulhat maga a márka, például a vizuális elemei, logó, színséma, tipográfia, mindez azért, hogy a márka arculata, a vállalat frissüljön vagy új értékekhez igazodjon. Ez a fogyasztók által leginkább érzékelt aspektusa a rebrandingnek, azonban ezen kívül még módosulhat a vállalat piaci pozícionálása, a márkahűség biztosításának módja, vagy akár történhet kulturális integráció is, mikor megteremtődik egy egységes márka-, és céges kultúra.

A rebranding sikerének mérése teljesítménymutatókkal mérhető, ilyenek a márkaismertség, ügyfelek hűsége, lemorzsolódási arány, piaci részesedés, pénzügyi teljesítmény és nem utolsósorban a munkavállalók helyzete, az elköteleződés.

A rebranding folyamatait már ismert nagyvállalatok egyesüléseinek példáival mutatom be. A példák között vegyesen szerepelnek nemzetközi és hazai nagyvállalatok több iparágból is, közös bennük, hogy olyan esetek ezek, mikor két nagy cég egyé válik, nem pedig egyszerű márkaujtásról van szó.

Kitérek előadásomban a kutatás folyamatára, elérni kívánt eredményekre és felvázolom, milyen eszközökkel szeretném alátámasztani, vagy éppen megcáfolni a rebranding taktikáival kapcsolatos hipotéziseimet.

Kutatásom jövőbeni célja, hogy példák elemzésével és vizsgálatokkal feltérképezzem, két vállalat egybeolvadásakor mik a kulcsfontosságú tényezők, amelyek az új céget sikeressé tehetik mind a piacon, mind a fogyasztók megítélésének szempontjából.

Az elemzés kimenetele és az eredmények megmutathatják, hogy milyen fontos elemek azok, amik nem elhanyagolhatóak rebranding esetén és akár útmutatóul szolgálhatnak.

## **BIOVERSEE: A PIONEER STARTUP TO DEVELOP AN INNOVATIVE WEB APPLICATION FOR INDUSTRIAL AUTOMATION AND CONTROL**

Szerző: Melcher Máté, Kereskedelem és marketing BA IV. évfolyam  
Konzulens: Dr. Nagy Adrián Szilárd, egyetemi docens

A szakdolgozat célja egy innovatív termék és az azt forgalmazó vállalkozás létrehozásának dokumentálása, amely az ipari automatizáció modernizálását tűzte ki küldetéséül. A dolgozat elején részletesen bemutatom a bioreaktorok (fermentorok) működését, valamint a jelenleg gyártási környezetekben leggyakrabban alkalmazott vezérlési struktúrákat. Ezt követően ismertetem az üzleti és marketing terv megalkotásához felhasznált irányelveket, amelyeket a Harvard Business Review „How to Write a Winning Business Plan” című cikke inspirált. Az innováció technológiai bemutatása során először a szoftveres struktúrát részletezem, majd a teszteléshez használt hardver működési elvét tárgyalom. A termék bemutatása után a dolgozat az üzleti terv egyes elemeinek kidolgozásával folytatódik. A jogi keretek meghatározásánál a korlátolt felelősségű társaság (Kft.) formáját választottam, mivel ez a forma megfelelő vagyoni felelősségi szabályozást biztosít. A piac elemzése során meghatároztam a célpiacot, azonosítottam a fő piaci szereplőket, amelyek a Sartorius, a Thermo Fischer Scientific, az Applikon és a Securecell. Vizsgálom ezen cégek termékeit és SWOT-elemzést végeztem a saját termékről. Kidolgoztam a vállalkozás növekedési fázisait, az árazási stratégiát, meghatároztam legfontosabb promóciós csatornákat. Az induló szervezeti struktúra keretében meghatároztam a tervezett alkalmazotti pozíciókat, azok feladatköreit, valamint azokat a csatornákat, amelyeken keresztül szeretném elérni a megfelelő munkaerőt. Kidolgoztam a napi működési rendet, és összegyűjtöttem a munkavégzéshez szükséges eszközöket. A dolgozat egy részletes pénzügyi elemzéssel zárul, amely bemutatja az elérni kívánt célhoz szükséges kiadásokat és bevételeket. Az elemzés alapján arra a következtetésre jutottam, hogy amennyiben alkalmazottakat szeretnék felvenni, elengedhetetlen lesz egy kezdeti befektető bevonása, aki támogatja a termékciklus fejlesztési és bevezetési szakaszát.

## **SZÁLLODÁK JÖVŐJE: AZ EMBER ÉS ROBOT VERSENYE A VENDÉGÉLMÉNYÉRT**

Szerző: Silling Szintia Adriána, Turizmus-vendéglátás BA III. évfolyam

Konzulensek: Prof. Dr. Dajnoki Krisztina, egyetemi tanár

Dr. Czine Péter, adjunktus

A technológiai innovációk folyamatos fejlődése új dimenziókat nyit a turizmus és vendéglátás területén, ahol a szolgáltató robotok szerepe egyre jelentősebbé válik. A szállodák nem csupán szálláshelyek, hanem élményközpontok is, ahol a vendégek elvárásai folyamatosan változnak. A robotikai szolgáltatások integrálása forradalmi lehetőségeket kínál a vendégélmény gazdagítására, miközben új kihívások elé állítja a szállodai menedzsmentet.

A kutatásom célja e kihívások és lehetőségek feltárása, különös figyelmet fordítva a robotok hatására a vendégélmény, a szolgáltatás minősége és a szállodai működés hatékonysága szempontjából. A magyar szállodapiacra végzett kutatás lehetőséget ad arra, hogy mélyebb betekintést nyerjünk a robotikai szolgáltatások bevezetésének sajátos kihívásaiba és előnyeibe. Magyarország, mint fejlődő turisztikai célpont, egyedülálló piaci jellemzőkkel rendelkezik, amelyek formálják a vendégek elvárásait és a szállodai menedzsment döntéseit.

A PRISMA protokoll alkalmazásával egy szisztematikus irodalmi áttekintést végeztem, amely 11 releváns tanulmányra épült, a 2020 és 2024 közötti időszakban publikálva. Az eredmények azt mutatják, hogy a robotikai szolgáltatások integrálása jelentős potenciált hordoz a vendégélmény forradalmasítására, ám a magyar piacon e téma még viszonylag új, és a kutatások száma korlátozott.

A PRISMA protokoll alapján a kutatásomat négy fő területre összpontosítom. Először a robotikai szolgáltatások vendégélményre gyakorolt hatását vizsgálom, kiemelve a vendégek elégedettségét. Másodsor, rávilágítok a szolgáltatás minőségének javulására és a működés hatékonyságára. Harmadszor, a szállodai menedzsment kihívásait és lehetőségeit is elemzem a robotok integrálása során. Végül, a vásárlói attitűdök és technológiai affinitás vizsgálata segít megérteni, hogyan befolyásolják ezek a robotikai szolgáltatások elfogadását és az ár-érték arány megítélését.

Ezek alapján az alábbi hipotéziseket vizsgálom:

1. A magyarországi szállodákban a robotok használata pozitívan befolyásolja a vendégek elégedettségét és élményeit.

2. A magyarországi vendégek technológiai affinitása pozitívan korrelál a robotikai szolgáltatások iránti hajlandóságukkal.

## A FÉRFI BŐRÁPOLÁSI PIAC VIZSGÁLATA MAGYARORSZÁGON

Szerző: Unyi Dominik Vajk, Marketing MA I. évfolyam

Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

A kutatásom középpontjában a férfiak bőrápolási szokásai és motivációi állnak. Mindenkinek lehetnek bőrproblémái nemtől függetlenül, például irritált, pattanásos vagy zsíros bőr. A kutatásom alapját az a felvetés adta, hogy a kozmetikai ipar és a különböző bőrápolással foglalkozó márkák a marketingtevékenységük során túlzott mértékig a nőkre fókuszálnak. Kevés kutatás foglalkozik a férfiak bőrápoló készítményekkel szembeni attitűdjével. A személyes motivációm is hozzájárul a téma fontosságához, mivel serdülőkorom óta problémás bőröm van.

Fontosnak tartom feltárni, hogy milyen tényezők befolyásolják a férfiakat abban, hogy milyen gyakran és milyen mértékben foglalkoznak bőrápolással, és hogyan változik az ehhez fűződő attitűd az életkor és a társadalmi helyzet függvényében. Rá szeretnék világítani arra is, hogy a gyártók marketingtevékenysége során a férfi célcsoport kevés hangsúlyt kap.

Kutatásom megalapozásaként szekunder kutatás keretein belül mértem fel a férfi bőrápolási piacot. Az általam vizsgált statisztikai adatok rávilágítanak a téma jelentőségére: Az elkövetkezendő öt évben az előrejelzések szerint a piac átlagos éves növekedési üteme világviszonylatban várhatóan 9% körül fog alakulni.

Ezen kívül netnográfiai vizsgálatot is végeztem, amelyet a későbbiekben folytatni kívánok. Ennek során a magyarországi férfi bőrápoláshoz köthető közösségi média oldalak aktivitását figyeltem meg. Megállapítottam, hogy inkább passzív megfigyelést folytatnak a férfiak a témában, kevés aktivitást mutatva a like-ok vagy a hozzászólások terén.

A piac feltérképezését követően kutatásom további primer módszerekkel fogom kiegészíteni, többek között terveim között szerepel kérdőíves, fókuszcsoportos és szemkamerás vizsgálat elvégzése is. Ezen módszerek kombinálása széleskörű betekintést adhat a férfiak bőrápolási szokásainak megértéséhez. Így választ kaphatok a férfiak motivációira és ezen termékekkel szembeni attitűdjeikről.

# **KÖZÉPISKOLAI TANULÓK ELŐADÁSAINAK ÖSSZEFOGLALÓI**

## A PÉNZÜGYI INNOVÁCIÓ FONTOSSÁGA A MAKROGAZDASÁGBAN

Szerző: Benő Kristóf,

Nyíregyházi SZC Széchenyi István Technikum XI. évfolyam

Konzulens: Póta Cserne Panka, doktorandusz

Az előadásom témájának aktualitását az adja, hogy a pénzügyi innováció és a FinTech jelenség szerepe a makrogazdaságban kiemelkedő fontosságúvá vált.

Előadásomban bemutatom, hogy hazánkban és más európai országokban mekkora a pénzügyi innováció előrehaladottságának mértéke, valamint azt, hogy ezen szektor milyen előnyöket, hátrányokat és esetleges veszélyeket hordoz magában. Továbbá azt is demonstrálni szeretném, hogy ezen szektor fejlettségi szintje milyen hatással van a makrogazdaság különböző szereplőire.

Kutatásomban nagy hangsúlyt fektettem arra, hogy elemezsem és összehasonlítsam a különböző európai gazdaságok és hazánk pénzügyi innovációs fejlettségi szintjét. A felhasznált adatokat a Nordic FinTech Magazine 2024-ben publikált European Fintech Index (EFI) jelentéséből, valamint az Eservice 2022-ben közzétett kutatásából nyertem. Magyarországon kívül két európai országot, Szlovákiát és Észtországot elemeztem tüzetesebben, és ezen három ország statisztikai eredményeit hasonlítottam össze. Az ehhez szükséges adatokat a Magyar és Szlovák Nemzeti Bank, valamint az Észtországi Nemzeti Bank által támogatott, a TalTech üzleti iskola által publikált FinTech jelentések által szereztem.

A kutatásban elemzett adatok azt mutatják, hogy 2020 óta a pénzügyi innováció fejlettségi szintje drasztikus emelkedésbe kezdett szinte minden európai országban. Ezt nagymértékben befolyásolták a COVID-19 idején a készpénz használatának hanyagolása, ami kényszerítő hatással volt a fogyasztók és a vállalkozók nyitottságára az alternatív fizetési formák felé.

Elemzésem alapján kijelenthető, hogy a FinTech fejlettségi szintet hatalmas mértékben befolyásolja egy adott ország kultúrája, szokásai valamint a fogyasztók és nem mellesleg vállalkozók nyitottsága az alternatív fizetési módok felé.

Megállapítható, hogy Magyarországon egyre nagyobb mértékbe adaptálja a FinTech technológiákat a lakosság és a vállalkozások. Az állam is nagy hangsúlyt fektet a pénzügyi innovációs szektor fejlesztésének támogatására, azonban hazánk még így is elmaradottnak számít számos európai országgal szemben.

Összegezve, a FinTech szektora a makrogazdaságban mára fontos tényezővé vált és hatása a világgazdaságra megkérdőjelezhetetlen

Annak ellenére, hogy a magas FinTech fejlettségi szint és pénzügyi innováció számos előnyt ad a makrogazdaság szereplőinek, hiszen nagyban megkönnyíti a fogyasztók és vállalkozók közötti pénzügyi interakciót megvannak a maga kihívásai és potenciális veszélyei, amikre megoldást kell találni.

## GAZDASÁGI KIHÍVÁSOK ÉS TÚLÉLÉSI STRATÉGIÁK A KÜZDŐSPORTOK VILÁGÁBAN

Szerző: Bozó Panna Boglárka,  
Hajdúnánási Kőrösi Csoma Sándor Református Gimnázium XII. évfolyam

A sportegyesületek gazdasági helyzete a bevételi források sokféleségétől, a fenntartási költségektől és a támogatási lehetőségektől függ. A legtöbb klub három fő bevételi forrást használ: jegyértékesítést, szponzori támogatásokat és merchandise-értékesítést. A nagyobb népszerűségű sportágak, mint a futball, több bevételt termelnek, míg a kisebb, amatőr egyesületek gyakran nehezen fedezik költségeiket. A COVID-19 különösen súlyosan érintette a sportegyesületeket, mivel a nézők nélküli versenyek és az elmaradt események jelentős bevételkiesést okoztak.

A küzdősportok, mint a bokszt, muay thait, judót és karate sajátságos gazdasági kihívásokkal néznek szembe. Míg a profi sportágak, mint az MMA, jelentős bevételt hoznak, az amatőr küzdősportok, például a judó és karate, kevesebb támogatáshoz jutnak. A küzdősportok egyre inkább az online jelenlétre fókuszálnak, a közösségi médián keresztül próbálva bevonzani a szponzorokat és népszerűsíteni a sportágot. Az amatőr sportolók gyakran saját maguk finanszírozzák a felkészülésüket, ami hosszú távon megterhelő.

A karate különösen nehéz gazdasági helyzetben van. Bár a sportág globálisan ismert, a 2024-es párizsi olimpiai programból való kimaradása csökkentette a láthatóságát és a szponzorok érdeklődését. Ez leginkább az amatőr karatekákat érinti, akik így kevesebb verseny- és szponzori lehetőséget kapnak. A karateklubok bevételének fő forrása a tagsági díjak, de ezek nem mindig fedezik a szükséges kiadásokat, például a létesítmény bérleti díját, az edzők bérét és az utazási költségeket.

A karate számára gazdasági stabilitás érdekében elengedhetetlen, hogy új bevételi forrásokat találjon, például online oktatással és merchandise értékesítéssel. Fontos a közösségi média aktív használata is, hogy új szponzorokat vonzzon és növelje a sportág ismertségét. Az olimpiai programba való visszatérés hosszú távú cél, mivel ez a sportág nemzetközi ismertségét és támogatottságát jelentősen növelné. Az állami és nemzetközi szintű támogatások kulcsszerepet játszhatnak a karate jövőjében, segítve a sportág fenntarthatóságát és az utánpótlás fejlődését.

Összefoglalva, a karate és más küzdősportok gazdasági helyzete gyakran bizonytalan, különösen amatőr szinten, ahol a sportolók saját erőforrásaikra támaszkodnak. A stabil jövő biztosításához szükséges új bevételi források kiaknázása és a láthatóság növelése, hogy vonzóbbá tegyék a sportágot a fiatal sportolók és támogatók számára.



## DIGITÁLIS ÚTKERESÉS, AZ ONLINE MARKETING LEHETŐSÉGEI A FELSŐOKTATÁSBAN

Szerző: Kerezsi Eszter, Báthory István Óvoda,  
Két Tanítási Nyelvű Általános Iskola és Gimnázium XII. évfolyam  
Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

Mára jelentősen csökkent a felsőoktatási intézményekbe jelentkezők száma. Míg a 2000-es évek elején körülbelül: 150000 ember jelentkezett, 2022-re ez lecsökkent 120000 főre. Ennek oka, hogy évről évre egyre kevesebb gyermek születik. Illetve sokan külföldi egyetemet választanak, a tanulmányaik folytatására. Ezen okból különösen fontos a hazai felsőoktatási intézmények marketinges tevékenysége.

Napjainkban először általában, az interneten érdeklődnek a felsőoktatási intézmények felől. Hiszen az elmúlt években nagy szerepet kapott mindannyiunk életében az internet jelenléte. Számos felsőoktatási intézmény online marketinges kampányokkal hirdeti magát különféle internetes platformokon, mint például Facebook, Instagram vagy Tiktok. Ezek a hirdetések, számos információval szolgálnak a felvételizők számára, illetve jobban megismerhetik az intézményeket. Általában rövid videó vagy kép formájában teszik közé ezeket a hirdetéseket. A legtöbben ezen népszerűsítések alkalmával találkoznak először az intézmények közvetlen információival, ezért fontos, hogy meggyőzőek legyenek.

A kutatásom során egy fókuszcsoport beszélgetés keretein belül ismerhettem meg 8, végzős gimnazista gondolatait ezen témáról. A 8 résztvevőből, 3 nő volt és 5 férfi. A beszélgetés alatt számos vélemény és gondolatot hallhattam tőlük. Szinte majdnem minden résztvevő találkozott már, valamilyen formában felsőoktatási intézmények hirdetéseivel, viszont volt olyan résztvevő is, aki még nem, vagy csak osztálytársaitól, vagy tanáraitól hallott róluk. Arról is kérdeztem őket, hogy milyen gyakran találkoznak ezen hirdetésekkal. A legtöbben napi szinten találkoznak felsőoktatási intézményeket reklámozó posztokkal, akár naponta több alkalommal is. A platformokat tekintve, a legtöbb hirdetés Facebookon vagy Tiktokon jön velük szembe. Illetve, a legnagyobb érdeklődést a rövid, találó videók felé mutatták.

Meglátásaim és a kutatás eredményei alapján, arra a következtetésre jutottam, hogy ezek a hirdetések szinte majdnem minden továbbtanulás előtt állóhoz eljutnak. Illetve, nagy segítséget nyújtanak sok diák számára, ezen témában való tájékozódásban. Ezért, a legtöbb ember szívesen találkozik ilyen témájú hirdetésekkal, de vannak információk, amikkel bővítenének egy-egy hirdetést.

Véleményem szerint, rendkívül fontos, hogy a felsőoktatási intézményeket népszerűsítő hirdetéseik sokszínűek, érdekesek és figyelemfelkeltőek legyenek, hogy fenntartsák az érdeklődést és ez által, jobban utánaérzenek az adott intézménynek.

## A VILÁG A FAST FASHION FOGSÁGÁBAN

Szerző: Mokánszki Eszter,  
Tóth Árpád Gimnázium XII. évfolyam  
Konzulens: Dr. Tóth Eszter, adjunktus

A fast fashion maga egy üzleti modell, ami a trendek gyakori váltakozásán, a ruhák gyors és olcsó előállításán alapszik, így hoz nagy profitot. Számos előnye és hátránya van. De mi lehet az oka a népszerűségének?

A vásárlási szokásaink nagyon átalakultak az elmúlt évszázadokhoz képest. Nőtt a választék és minden elérhetővé vált. Ezzel ellenben az ember ösztönei, érzései, gondolkodása nem változott, csak más formában jelenik meg. Vásárlás során ugyanúgy próbálunk „vadászni” – akciókat lesünk, a jó üzletek kérését keressük. Ez szokás nem csak a ruhavásárlásra, de bármilyen más dolog beszerzésére is igaz. Nézzük a divat hajtóerőit. A divathoz való hozzáállásunk is sokat változott az utóbbi évtizedekben. A ruhából, mint eszközből használati tárgy lett, ami által közvetíteni szeretnénk a külvilág felé. Gyakran a társadalmi státuszunk (vagy legalábbis a kívánt státusz) kifejezése a cél, amelynek az eszköze lett az öltözködés. Ugyanakkor érzéseinket, lelkiállapotunkat, véleményünket is ki tudjuk fejezni vele, így a külsőnk az önkifejezés egyik formája is lehet. Ebből következik, hogy minél nagyobb, színesebb a ruhatárunk, annál több eszközünk van a kommunikációra. A folyamatos megfelelési kényszer érzése is válhat ki belőlünk igényt a ruhákra. „Ha követem a trendeket, mindig jól öltözött vagyok, akkor jobban a társadalom elismert, kedvelt, népszerű tagja lehetek”. A megfelelési kényszer kialakulásához az online tér megjelenése is jelentősen hozzájárult. A közösségi oldalakkal együtt megjelentek a „tökéletes” influenszerek is, akik a szponzor termékek által azt mutatják, amit mutatniuk kell a vállalatok megbízásából. Az öltözködésük, kinézetük is erősen véleményformáló a nem-influenszerek számára. A többi emberben ezeknek a véleményvezéreknek a megjelenése, viselkedése szorongást válthat ki, mert hozzájuk szeretnének bármi áron hasonlítani. Ehhez a szorongáshoz kapcsolom a 'fomo' (fear of missing out) érzését. Ez annyit tesz, hogy az emberek félnek lemaradni dolgokról: eseményekről, hírekről, trendekről stb. Ha ez a lemaradás mégis megtörténik, (márpedig nagy valószínűséggel meg fog, hiszen nem tudunk ott lenni mindig mindenhol), akkor az belső feszültséget, rossz érzést okozhat. Megoldási lehetőségek egyik fajtája, a fast fashion mellőzése és alternatívák keresése (pl: turi, Vinted). Esetleg a javíttatás, újrashasznosítás. Második lépés a gondolkodáson való változtatás. Tudatos vásárlás, saját stílus kialakítása, trendek követésének mellőzése, hobbiban és kapcsolatokban megtalálni a boldogságot.

## FENNTARTHATÓ ÉLELMISZERFOGYASZTÁS – AZ ÉLELMISZERPAZARLÁS ELLENI KÜZDELEM JÓGYAKORLATAI

Szerző: Muresan Adrienn Rozália,

Nyíregyházi SZC Széchényi István Technikum és Kollégium XII. évfolyam

Konzulensek: Bauerné Dr. Gáthy Andrea, egyetemi docens

Huriné Verdes Tímea, középiskolai szaktanár

Az élelmiszerpazarlás mára világszinten jelentős problémává vált, hiszen hatalmas mennyiségű, még fogyasztható étel kerül a szemétkosárba. Az Európai Unió adatai szerint 2020-ban egy főre vetítve átlagosan 127 kg élelmiszerhulladék keletkezett. Az egyes tagországok között jelentős eltérések figyelhetők meg: Cipruson például fejenként 397 kg étel veszett kárba ezzel szemben Magyarország kedvezőbb adatokat mutatott (93 kg/fő). Bár Magyarország jobban teljesít ezen a téren, az élelmiszerpazarlás még mindig aggasztó szintű, és az elmúlt években nem mutatott jelentős javulást. Az EU-ban az egy főre jutó élelmiszerhulladék 2021-re már 131 kg-ra nőtt. Hazánk azonban kivételt képez: 2021-ben az egy főre eső élelmiszerhulladék 91 kg-ra csökkent.

A változás több tényezőnek köszönhető, jelen tanulmány célja ezeknek a jógyakorlatoknak az összegyűjtése és bemutatása. A Lidl például 2021-től nagy figyelmet fordított az élelmiszermentésre, kezdetben a rászorulókat támogatásával, majd 2022-től kedvezményes áron értékesítette a már nem tökéletes, de fogyasztható gyümölcsöket és zöldségeket. 2023 augusztusában pedig már a pékáru is bekerült a programba. Emellett a Munch nevű szolgáltatás is fontos szereplővé vált az ételpazarlás elleni küzdelemben, mivel szintén még fogyasztható, de kedvezményes árú ételhez juttatja a vásárlókat, ezáltal hozzájárulva az élelmiszerhulladék csökkentéséhez.

Az oktatás szintén hozzájárult a javuláshoz, hiszen egyre több verseny és pályázat hívja fel a fiatalok figyelmét az élelmiszerpazarlás problémájára, így elősegítve a hosszú távú tudatosság növekedését.

Az élelmiszerpazarlás visszaszorítása érdekében tett lépések ellenére sajnos még mindig nagy mennyiségű élelmiszerhulladék keletkezik. Például az iskolai menzákban sok gyerek nem fogyasztja el az egész adagot, mert nem szereti a teljes ételt, amit kap. Külföldön sok évtizede elterjedté váltak a svédasztalos étkezések az iskolákban és más intézményekben, amelyek rugalmasabbá teszik az étkezést (kísérleti jelleggel néhány hazai iskolában is bevezetésre került már ez a módszer). Ilyen rendszerben a tanulók szabadabban választhatnak az ételek közül, saját maguk dönthetik el, hogy milyen adagot szeretnének elfogyasztani, ezáltal kevesebb étel kerül a kukába. Az ilyen típusú étkezések bevezetése a gyakorlatban is jelentősen csökkentheti az élelmiszerhulladék mennyiségét, és hosszabb távon fenntarthatóbb megoldásokat kínál.

## SPORTVÁLLALKOZÁSOK / FUTBALLVÁLLALKOZÁSOK FEJLESZTÉSE

Szerző: Szakály Máté Szabolcs,  
Svetits Gimnázium XII. évfolyam  
Konzulens: Bács Bence András, tanársegéd

A prezentációm témája a magyar első osztályban szereplő futballklubok pénzügyi helyzete, illetve a működtetés alapfeltételei. A labdarúgás behálózza a világ szórakoztatóiparát. Egy labdarúgó klub működtetéséhez és fejlesztéséhez bevételek szükségesek, de ezek minden esetben kiadással járnak. A témakör feldolgozása során arra a következtetésre jutottam, hogy nyereséges működés eléréséhez mindenféleképpen egy jól felépített stratégia és pénzügyi terv szükséges. A prezentáció során bemutatom a bevételek forrásait és ezek százalékos megoszlását az NB1-es klubokat illetően, illetve az UEFA 55 tagállamához és a nemzetközi mintához viszonyítva.

Ok-okozati összefüggéseket kerestem a bevételek és a sport-eredmények között, illetve fejlesztési területeket a hatékonyság javítása érdekében. A magyar labdarúgó klubok bevételi forrásai meglepően összetettek, valamint kimutatható, hogy nincs egyenes arányosság a csapatok bevételei és a megszerzett pontok között. A bevételek és költségek összehasonlítása alapján meghatározható, hogy a magyar bajnokság összességében profitot képes-e termelni.

A bevételi adatok feldolgozását követően a magyarhoz hasonló bajnokságokkal összehasonlítva mutatok be statisztikát a költségek alakulásáról. A magyarhoz hasonló bajnokságok összességében mind bevételben, mind kiadásokban és piac méretét illetően hasonlóak a hazai értékekhez. A kiadásokat jellegük szerint csoportosítva, azok a ráfordítási kosárban lévő százalékos megoszlásában mutatom be. A költségek mértékének tekintetében az átlagba tartozik hazánk bajnoksága, épp úgy, mint a bevételeknél. Az NB1-ben a kiadásokon belül a bérek aránya a legmagasabb a ráfordítások 73,6%-a. A bérköltségek mértékén változtatás szükséges, hogy profitot termeljen a bajnokság, ugyanakkor arra is figyelni kell, hogy ne menjen a minőség rovására.

A vizsgált év (2022) bevételeit és kiadásait összevetve veszteséges volt a bajnokság, azonban a hasonló bajnokságokat tekintve az élményben helyezkedik el a magyar bajnokság a nemzetközi mintában. Végezetül, nem egy-egy év jövedelemtermelését látom fontosnak, hanem azt, hogy hosszútávon fenttartható, és fejleszthető legyen a bajnokság. Ehhez a Magyar Labdarúgó Szövetség egy megfelelő alapot teremt meg, és az általuk kiadott „professzionális futballkörkép” alátámasztja a stabilitásra való törekvést és a kidolgozott gazdálkodási terveket.

## BEFEKTETÉSEK A TŐZSDÉN: ELMÉLET, STRATÉGIA ÉS GYAKORLAT

Szerző: Szamos Panna Eszter,  
Gyulai Erkel Ferenc Gimnázium XII. évfolyam  
Konzulens: Dr. Fazekas Balázs, adjunktus

Az előadásom célja, hogy bemutassa a tőzsdén alkalmazott alapvető elemzési módszereket, stratégiákat és kockázatkezelési technikákat. Az előadás négy fő részből áll, amelyik középpontjában a fundamentális és technikai elemzés, a Day trade és a vásárlás-tartás stratégiák, valamint a kockázatkezelés áll.

A fundamentális elemzés a gazdasági adatok és vállalati eredmények alapján segít előre jelezni a piaci mozgásokat. Például egy vállalat negyedéves jelentése jelentős hatást gyakorolhat a részvényárfolyamára, és hosszú távú befektetési döntések alapját képezheti. Ezzel szemben a technikai elemzés az árfolyamok múltbeli mintázatait, például grafikonokat, japán gyertyaformációkat és indikátorokat használ, hogy előre jelezze a jövőbeli irányokat. Az RSI és az MACD mutatók kulcsfontosságú eszközök a technikai elemzők számára a piaci trendek azonosításában.

A fundamentális és technikai elemzés szoros kapcsolatban áll egymással, és gyakran kombinálják őket a befektetők. A fundamentális elemzés segít megérteni a vállalatok mögötti gazdasági tényezőket, míg a technikai elemzés az ármozgások rövid távú előrejelzésére összpontosít. Az elemzések együttes alkalmazása különösen hasznos olyan helyzetekben, ahol a gyors és megalapozott döntéshozatal kulcsfontosságú.

A Day trade rövid távú kereskedést jelent, amely a technikai elemzés eszközeire támaszkodik. Ez a stratégia gyors döntéseket igényel, mivel a kereskedők napi szinten próbálják kihasználni az árfolyamok apró változásait. Fontos az érzelmek kontrollálása, hiszen a napi szintű kereskedés során a piaci ingadozások komoly stresszt okozhatnak. A vásárlás-tartás stratégia ezzel szemben hosszú távú befektetés, amely stabil vállalatok részvényeire épít, és a fundamentális elemzést helyezi előtérbe.

Egy táblázatban négy részvény fordulópontjait mutatom be, amelyek a fundamentális és technikai elemzés összefüggéseit illusztrálják. Például az S&P 500 októberi fordulópontja a piaci pszichológia változását tükrözte, míg a Bitcoin árfolyamának technikai mozgása az ETF-bevezetés hírére adott reakciót. Ezek az események jól példázzák, hogy a fundamentális és technikai elemzések miként egészítik ki egymást.

A kockázatkezelés fontosságát hangsúlyozva kiemelem a stop-loss megbízások és a pozíciómérétezés jelentőségét. A stop-loss megbízások segítenek minimalizálni a veszteségeket, míg a diverzifikáció biztosítja, hogy egyetlen rossz befektetés se befolyásolja túlzottan a portfólió teljesítményét.

## A FAST FASHION VILÁGA: INFLUENZEREK ÉS TUDATOS VÁSÁRLÁS

Szerző: Tömpe Adél,  
Nyíregyházi Vasvári Pál Gimnázium XI. évfolyam  
Konzulens: Dr. Trón Zsuzsanna, adjunktus

A fast fashion jelenség az utóbbi évtizedekben forradalmasította a divatipart, lehetővé téve a legújabb trendek gyorsan elérhetővé váljanak a fogyasztók számára. Ez a modell a vásárlási szokásaink formálása mellett komoly környezeti és etikai kérdéseket is felvet, amelyekre érdemes reflektálni. Az influenzerek szerepe a fast fashion világában kulcsfontosságú, mivel ők képesek gyorsan eljuttatni a legújabb trendeket a fiatal vásárlókhöz. A közösségi platformokon való aktív jelenlétük révén az influenzerek nemcsak divatot népszerűsítenek, hanem életstílust is, amely a fast fashion márkák termékeinek gyors eladásához vezet. Ezt a jelenséget kutattam, hogy megértsük, hogy az embereket mennyire befolyásolják az influenzerek ruhavásárlás során.

Sok influenszer által készített tartalom elősegíti a túlfogyasztást. Az általuk készített haul videók először a 2000-es években a Youtube-on lettek felkapottak. Mostanra a Tiktokon a legelterjedtebb videók a Shein haul videók, a hashtag alatt önmagában több mint 1millió bejegyzés található. Az emberek 86%-a vásárol meg egy ruhadarabot, miután látta azt egy influenszeren. Az UNEP szerint a globális szén-dioxid-kibocsátás mintegy 10%-áért felelős a divatipar. Az ENSZ Éghajlatváltozási Keretegyezménye szerint csak a textilgyártásból származó kibocsátás várhatóan 60%-kal emelkedik 2030-ra.

A kutatásom során arra is kerestem a választ online közzétett kérdőív segítségével, hogy az emberek mennyire vásárolnak tudatosan és fenntarthatóan. A 100 kitöltő közül 79 volt nő és 21 volt férfi. A korcsoportokat tekintve a 35-55 év közöttiek töltötték ki a legtöbben. Kevesen vásárolnak fenntartható márkáktól. A kitöltők által felsorolt fenntartható márkák, valójában fast fashion márkák. A legtöbben mindig megnézik milyen anyagból készült a ruhadarab, de ezzel szemben azt nem nézik meg, hogy hol készült. Az influenszer fogalmát 95% ismerte, de azt vallották, kevésbé tudják őket befolyásolni.

Kérdőív alapján arra a következtetésre jutottam, hogy az influenzereknek nagy hatása van a vásárlásunkra, még akkor is, ha ezt nem vesszük észre. Az emberek nem foglalkoznak azzal, hol- milyen körülmények között, kik készítették a ruhákat, csak azok olcsósága, divatosága a fontos.

Véleményem szerint nagyobb hangsúlyt kellene fektetni arra, hogy az influenzerek ne a túltermelésre ösztönözzék az embereket, hanem az újrahasonosításra. Több fenntartható márkától kellene vásárolni.

## A FAST FASHION KÖRNYEZETRE GYAKOROLT HATÁSA

Szerző: Vágner Lara,  
Tóth Árpád Gimnázium XI. évfolyam  
Konzulens: Dr. Sigér Fruzsina, adjunktus

A korábban strapabíró anyagokkal szemben, mára már kevésbé időtálló textíliákkal találkozhatunk a boltok polcain, hiszen a hagyományos lineáris gazdasági modell egyszeri fogyasztással számol. Emiatt a termékek olcsó, könnyen hozzáférhető alapanyagokból készülnek, az alacsonyabb minőségük miatt pedig nem is olyan tartósak. Ennek következtében, az emberek egyre gyakrabban kényszerülnek újabb és újabb ruhák megvásárlására. Statisztikák szerint évente 100-150 milliárd új ruha vagy még ennél is több kerül ki a piacra, amik eredményeképp túltermelés alakul ki.

Sajnálatos módon a textiltermékek gyártása és fogyasztása jelentős hatást gyakorol a környezetre és az éghajlatra. Az Európai Unió textilt fogyasztásának átlagosan a negyedik legnagyobb hatása van a környezetre és az éghajlatváltozásra, illetve a víz- és földhasználat tekintetében is a harmadik helyet foglalja el.

Szintén problémát jelent, hogy az emberek többsége a felesleges ruhákat inkább kidobja, mintsem eladományozza. Vannak, amiket az EU-n kívülre exportálnak, viszont többnyire (87%) jelenleg a települési hulladék részét képezik, majd energiatermelés céljából elégetik őket. A használt ruhák kevesebb mint felét gyűjtik össze újrahasználatra vagy újrahasznosításra, és csak 1 %-át hasznosítják ténylegesen újra új ruhákká. Az európaiak évente átlagosan közel 26 kg textilt vásárolnak és körülbelül 11 kg-ot dobnak ki.

Az EU ezt a helyzetet próbálja orvosolni többek között a fenntartható és körkörös textíliára vonatkozó stratégiájával, ami arra törekszik, hogy egyszeri fogyasztás helyett a termékek élettartamát a lehető legjobban meghosszabbítsák. Az említett stratégia környezetbarát tervezési követelményeket tartalmaz a textíliákra vonatkozóan, egyértelműbb tájékoztatást és digitális termékútlevelet vár, valamint arra szólítja a vállalatokat, hogy vállaljanak felelősséget, és tegyenek lépéseket a környezetszennyezésük minimalizálása érdekében.

Mi is tehetünk a környezeti károk megelőzése érdekében lépéseket. A tudatos vásárlás, ruhakölcsönzés is segíthet. Mind ezek mellett a már megvásárolt termékeknek második esélyt adhatunk azzal, hogy kreatitásunkat szabadjára engedve megjavítjuk, átalakítjuk, esetleg továbbadjuk őket.

A fenntartható divat nagyon sokat jelentene a felesleges ruhavásárlás, ruhakidobás és környezetszennyezés problémáját illetően.

