

DEBRECENI EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR

TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI TANÁCS

***KARI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI
KONFERENCIA***

REZÜMÉ KÖTET

Debrecen, 2026. május 7.

A program az NTP-HHTDK-25 „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-25-0041 számú pályázat támogatásával valósul meg.



KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS
MINISZTERIUM

 Nemzeti
Tehetség Program

A konferencia fővédnöke:

Prof. Dr. Fenyves Veronika
dékán

Szerkesztette:

Prof. Dr. Szöllősi László
Dr. Boros József
Berencsi Alexa
Nagy-Tóth Boglárka
Pelyák Lejla

A KONFERENCIA PROGRAMJA

- 08:00–08:30 ZÁRT ÜLÉS** *(TVK Tanácsterem)*
Tájékoztató a bíráló bizottságok elnökei és titkárai részére
- 08:30–09:00 MEGNYITÓ** *(TVK 104. előadó)*
Prof. Dr. Dajnoki Krisztina, tudományos dékánhelyettes
Prof. Dr. Szöllősi László, kari TDT elnök
- 09:00–09:15 SZÜNET**
- 09:15–12:30 TAGOZATI ÜLÉSEK**
Párhuzamos előadások a TVK, a Teknős és a MAG ház épületben
Az előadások időtartama 15 perc, amelyet 5 perc kérdések, hozzászólások követnek
- 11:30–13:00 EBÉDSZÜNET** *(Agrár Étterem)*
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
- 15:30–16:30 EREDMÉNYHIRDETÉS ÉS A KONFERENCIA ZÁRÁSA** *(TVK 104. előadó)*
Prof. Dr. Dajnoki Krisztina, tudományos dékánhelyettes
Prof. Dr. Szöllősi László, kari TDT elnök

TAGOZATI ÜLÉSEK

- Emberi erőforrás menedzsment tagozat (*Magház F17-18. előadó*)
- Marketing tagozat (*TVK 104. előadó*)
- Nemzetközi gazdaságtan, gazdaságpolitika tagozat (*TVK 10. előadó*)
- Pénzügy, számvitel és ESG (*Magház F04-05. előadó*)
- Sportmenedzsment I. (*Teknős 103. előadó*)
- Sportmenedzsment II. (*Teknős 101-102. előadó*)
- Vállalatgazdaságtan (*Magház F01-02. előadó*)
- DETEP I. tagozat (*TVK 109. előadó*)
- DETEP II. tagozat (*TVK 110. előadó*)
- DETEP III. tagozat (*TVK 13. előadó*)
- Középiskolás tagozat (*TVK Tanácssterem*)

EMBERI ERŐFORRÁS MENEDZSMENT TAGOZAT
(Magház F17-18. előadó)

Bíráló Bizottság:

Elnök: **Dr. Juhász Csilla**, egyetemi docens
Társelnök: **Asztalnok Arnold**, HR vezető (Schaeffler Debrecen Kft.)
Titkár: **Szántó Gerda**, tanársegéd
Tagok: **Dr. Fenyves László**, adjunktus
Dr. Gál Zsuzsa, adjunktus
Kósáné Dr. Bilanics Ágnes, főiskolai tanár

Előadók:

09:15 Jackánics Zsófia

Emberi erőforrás tanácsadó MSc, II. évfolyam

A vezetési stílusok hatása a munkavállalói jóllétre

Konzulensek: Olvasztó Zsófia, tanársegéd

Pelyák Lejla, doktorandusz

09:35 Vass Veronika

Emberi erőforrás tanácsadó MSc, II. évfolyam

Az utánpótlásmenedzsment szervezeti aspektusainak vizsgálata a HR-funkciók tükrében

Konzulens: Olvasztó Zsófia, tanársegéd

09:55 Gordán Roland

Gazdaságinformatikus BSc, IV. évfolyam

Digitális infrastruktúra és közösségi mechanizmusok gazdasági hatásai a co-working irodákban

Konzulens: Holbné Dr. Nábrádi Zsófia Ildikó, adjunktus

10:15 Czipa Hanna

Emberi erőforrás tanácsadó MSc, II. évfolyam

A home office hatása a munkavállalók jóllétére, rezilienciájára és motivációjára

Konzulens: Dr. Gergely Éva, egyetemi docens

10:35 **Csige Mónika Mária**

Gazdálkodási és menedzsment BSc, IV. évfolyam

*Az interkulturális menedzsment előnyei és kihívásai
multikulturális vállalati környezetben*

Konzulens: Dr. Filep Roland, adjunktus

10:55 **Molnár Anna Erzsébet**

Vezetés és szervezés MSc, II. évfolyam

*Sötét tulajdonságok pályaválasztásra gyakorolt hatásának
vizsgálata egyetemi hallgatók körében*

Konzulens: Barizsné Dr. Hadházi Edit, egyetemi docens

11:15 **Yuan Rongxue**

MA in International Economy and Business, 2nd year

Web openness of universities as a signal of quality

Supervisor: Prof. Dr. András István Kun, professor

MARKETING TAGOZAT

(TVK 104. előadó)

Bíráló Bizottság:

Elnök:	Dr. Soós Mihály , egyetemi docens
Társelnök:	Gyarmati Gábor , vezérigazgató (Ripassa Zrt.)
Titkár:	Boros Henrietta Mónika , doktorandusz
Tagok:	Dr. Földi Kata , főiskolai docens Dr. Szilágyi Róbert , egyetemi docens Dr. Szűcs Róbert Sándor , egyetemi docens

Előadók:

09:15 **Bretka Dorina**

Nemzetközi gazdálkodás BSc, IV. évfolyam

A FOMO (Fear of Missing Out) hatása a vásárlói döntésre

Konzulens: Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes, adjunktus

09:35 **Biri Marcell András**

Agrár- és üzleti digitalizáció BSc, IV. évfolyam

A Nagy Nyelvi Modellek használata és megítélése az egyetemi hallgatók körében

Konzulens: Dr. Kovács Tamás, adjunktus

09:55 **Bohus Evelin**

Nemzetközi gazdálkodás BSc, IV. évfolyam

A körforgásos gazdaság és a re-commerce szerepe a könnyipiacon: fogyasztói motivációk és piaci változások Magyarországon

Konzulens: Dr. Czine Péter, adjunktus

10:15 **Béres László**

Kereskedelem és marketing BSc, IV. évfolyam

A short-form videós platformok és az influenzszerek fogyasztókra gyakorolt hatása nemzetközi összehasonlításban

Konzulens: Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes, adjunktus

- 10:35 **Pázmándi Regő**
Kereskedelem és marketing BSc, III. évfolyam
A színek szerepe a marketingben: színpreferenciák és személyiség
Konzulens: Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes, adjunktus
- 10:55 **Madar-Horváth Emese**
Agrár- és üzleti digitalizáció BSc, III. évfolyam
Digitális egészségügyi monitoring kisállatok számára
Konzulens: Dr. Péntek Ádám, adjunktus
- 11:15 **Andriychuk Alexandra**
Gazdaságinformatikus BSc, IV. évfolyam
Sportmarketing, mesterséges intelligencia és generációs különbségek hatása az úszás sportfogyasztására
Konzulens: Holbné Dr. Nábrádi Zsófia Ildikó, adjunktus
- 11:35 **Thomka Balázs**
Marketing MSc, II. évfolyam
A „vidék élmény” avagy az élménymarketing integrációja a település- és régiómarketingbe
Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

NEMZETKÖZI GAZDASÁGTAN, GAZDASÁGPOLITIKA
TAGOZAT
(TVK 10. előadó)

Bíráló Bizottság:

Elnök: **Dr. Csapóné Dr. Riskó Tünde**, egyetemi docens
Társelnök: **Dr. Kovács István**, pénzügyi vezető (UD Catapult Kft.)
Titkár: **Abuczki Marianna**, tanársegéd
Tagok: **Dr. Kőmíves Péter Miklós**, adjunktus
Dr. Oláh Tamás, adjunktus
Dr. Szabó Andrea, adjunktus

Előadók:

09:15 Bukovenszki Máté

Nemzetközi gazdálkodás BSc, IV. évfolyam

Venezuela és a fekete arany: a nyersanyagfüggőség és a populista gazdaságpolitika hatásai

Konzulens: Prof. Dr. Erdey László, egyetemi tanár

09:35 Havanyecz Lilian

Nemzetközi gazdálkodás BSc, IV. évfolyam

A csecsemőhalandóság alakulását befolyásoló társadalmi és gazdasági tényezők a Visegrádi csoport országában

Konzulens: Dr. Szöllösi Gergő József, adjunktus

09:55 Herczeg Judit Evelin

Nemzetközi gazdálkodás BSc, IV. évfolyam

Jövedelmi szint és intézmények: Mi áll egy ország fenntarthatósági teljesítménye mögött?

Konzulens: Dr. Futó Judit Edit, adjunktus

10:15 Kerekes Márkó

MA in International Economy and Business, II. évfolyam

Macro level determinants of corruption and their economic effects: a cross country quantile regression analysis

Konzulens: Dr. Trón Zsuzsanna, adjunktus

- 10:35 **Kobeissy Fatima**
MA in International Economy and Business, 2nd year
The Impact of the Exchange Rate Volatility on Foreign Direct Investment in Emerging European Economies: Empirical Evidence from Hungary, Poland, and Romania
Supervisor: Dr. Levente Sándor Nádasi, senior lecturer
- 10:55 **Qasim Muhammad**
BA in Management and Business Administration, 3rd year
Sustainability of public pension systems in the european union under demographic aging: challenges and policy responses
Supervisors: Dr. Levente Sándor Nádasi, senior lecturer
Dr. Zsuzsanna Trón, senior lecturer
- 11:15 **Révay Gréta**
Nemzetközi gazdálkodás BSc, IV. évfolyam
A Nyugat-Balkán gazdasági integrációja az Európai Unióba
Konzulens: Dr. Trón Zsuzsanna, adjunktus
- 11:35 **Tran Hong Giang**
MA in International Economy and Business, 1st year
The Dual Impact of Automation and Digitalization on Comparative Advantage: Evidence from ASEAN-EU Trade
Supervisor: Dr. Ádám Márkus, senior lecturer

PÉNZÜGY, SZÁMVITEL ÉS ESG TAGOZAT
(Magház F04-05. előadó)

Bíráló Bizottság:

Elnök: **Prof. Dr. Orbán Ildikó**, egyetemi tanár
Társelnök: **Fehér Sándor**, osztályvezető (MGFÜ Közhasznú
Nonprofit Kft. Fenntartható Versenyképességi Osztály)
Titkár: **Póta Cserne Panka**, tanársegéd
Tagok: **Dr. Fazekas Balázs**, adjunktus
Dr. Rózsa Attila, egyetemi docens

Előadók:

09:15 Gulyás Dávid János

ESG - Környezeti, társadalmi és irányítási szakember MSc, I. évfolyam
*Az ESG élmezőnye Közép-Európában – Nagyvállalati
fenntarthatósági közvételek összehasonlítása és értékelése*
Konzulensek: Dr. Szendrey Orsolya, adjunktus
Prof. Dr. Fenyves Veronika, egyetemi tanár

09:35 Rozsos Kinga Lara

ESG - Környezeti, társadalmi és irányítási szakember MSc, II. évfolyam
*Európai hagyományos és diszkont légitársaságok vizsgálata
ESG és gazdasági szempontok szerint*
Konzulens: Dr. Szendrey Orsolya, adjunktus

09:55 Jobbágy Anna

Számvitel MSc, II. évfolyam
Az ESG dimenziók szerepe az osztalékfizetésben
Konzulensek: Dr. Hamad Mirjam, adjunktus
Dr. Tömöri Gergő, adjunktus

10:15 Varga Laura

Számvitel MSc, II. évfolyam
*Az eredménymanipulációs mintázatok vizsgálata az ESEF
bevezetésének tükrében*
Konzulensek: Dr. Szekeres Alexandra, adjunktus
Dr. Tömöri Gergő, adjunktus

10:35 **Kiss Konrád**

Gazdálkodási és menedzsment BSc, III. évfolyam

Kifizetődő felelősség? A fenntarthatóság és a jövedelmezőség kettőssége az európai piacon

Konzulens: Prof. Dr. Becsky-Nagy Patrícia, egyetemi tanár

10:55 **Szombat Szilárd Bálint**

Pénzügy és számvitel BSc, II. évfolyam

Effektív adóterhelés vizsgálata az energiaszektorban és a gyógyszergyártásban

Konzulens: Dr. Kiss Ágota, adjunktus

SPORTMENEDZSMENT I. TAGOZAT

(Teknős 103. előadó)

Bíráló Bizottság:

Elnök: **Dr. Szabados György Norbert**, egyetemi docens
Társelnök: **Becsky András**, ügyvezető igazgató
(Debreceni Sportcentrum Közhasznú Nonprofit Kft.)
Titkár: **Kanyó Krisztina Zsófia**, doktorandusz
Tagok: **Dr. Szalánczi Zoltán**, tanársegéd
Molnár Anikó, tanársegéd

Előadók:

09:15 **Korbel Ábel**

Sportszervezés BSc, III. évfolyam

A darts professzionalizálódásának gazdasági szempontú elemzése

Konzulens: Dr. Ráthonyi-Odor Kinga, egyetemi docens

09:35 **Majzik Péter**

Sportszervezés BSc, III. évfolyam

Márkaépítési és marketinglehetőségek a sportban – Egyes NBA és európai labdarúgóklubok összehasonlító vizsgálata

Konzulens: Dr. Ráthonyi-Odor Kinga, egyetemi docens

09:55 **Szathmári Szilveszter**

Sportszervezés BSc, III. évfolyam

Több mint videójáték: A hazai Counter-Strike közösség vizsgálata

Konzulens: Dr. Ráthonyi Gergely Gábor, adjunktus

10:15 **Nagy Károly Mihály**

Sportközgazdász MSc, II. évfolyam

Az UEFA Bajnokok Ligája reformjának fogyasztói percepciói: időbeli összehasonlító elemzés

Konzulens: Dr. Balogh Renátó, adjunktus

- 10:35 **Szabó Bence Pál**
Sportszervezés BSc, III. évfolyam
Fenntarthatósági lehetőségek és kihívások a sportlétesítmények menedzsmentjében
Konzulens: Dr. Szendrey Orsolya, adjunktus
- 10:55 **Lóczy Hajnal Ilka**
Sportszervezés BSc, III. évfolyam
A környezettudatosság térnyerése a nagyszabású sporteseményeken
Konzulens: Jáhn Alexandra Noémi, doktorandusz
- 11:15 **Szeleccki Anna**
Sportközgazdász MSc, II. évfolyam
Mi mozgatja a szurkolókat? – A mérkőzéslátogatás meghatározó tényezői a magyar kosárlabdában
Konzulens: Dr. Balogh Renátó, adjunktus
- 11:35 **Téring Máté**
Sportszervezés BSc, III. évfolyam
Mítosz vagy mérhető valóság? – A hazai pálya előnyének vizsgálata három magyar labdarúgó klub példáján
Konzulens: Prof. Dr. Rákos Mónika, egyetemi tanár

SPORTMENEDZSMENT II. TAGOZAT

(Teknős 101-102. előadó)

Bíráló Bizottság:

Elnök: **Prof. Dr. Balogh Péter**, egyetemi tanár
Társelnök: **Lóczy Lászlóné Kovács Marianna**, ügyvezető
(Debreceni Egyetemi Atlétikai Club, DEAC)
Titkár: **Kinczel Antonia**, doktorandusz
Tagok: **Dr. Boruzs Klára**, adjunktus
Dr. Kalasné Dr. Bíró Klára, egyetemi docens

Előadók:

09:15 **Banka Dániel Zsolt**

Rekreáció és életmód BSc, III. évfolyam

Nikotin tartalmú termékek fogyasztási szokásai jégkorongozók körében: magyar-svéd összehasonlító vizsgálat

Konzulens: Dr. Pfau Christa Sára, egyetemi docens

09:35 **Tóth Eszter Zsófia**

Rekreáció és életmód BSc, III. évfolyam

Táplálkozási szokások vizsgálata kosárlabdázók körében

Konzulens: Dr. Pfau Christa Sára, egyetemi docens

09:55 **Mázik Laura**

Gazdálkodási és menedzsment BSc, III. évfolyam

Fogyasztói magatartás a magyar sporttáplálék-kiegészítők piacán

Konzulens: Prof. Dr. Müller Anetta Éva, egyetemi tanár

10:15 **Szilágyi-Farkas Zsanett**

Rekreáció és életmód BSc, II. évfolyam

A testkép- és evészavarok kockázata az esztétikai sportokban

Konzulens: Prof. Dr. Müller Anetta Éva, egyetemi tanár

10:35 **Mester Norbert**

Sportközgazdász MSc, II. évfolyam

A labdarúgó utánpótlás, mint családi beruházás – ráfordítás és szülői elvárások kapcsolata a debreceni labdarúgó egyesületeknél

Konzulens: Dr. Ráthonyi Gergely Gábor, adjunktus

10:55 **Szenteszki Anna**

Sportszervezés BSc, III. évfolyam

Egyetemi hallgatók életmódbeli szokásainak komplex vizsgálata

Konzulensek: Dr. Ráthonyi-Odor Kinga, egyetemi docens

Dr. Ráthonyi Gergely Gábor, adjunktus

11:15 **Darányi Csenge**

Rekreáció és életmód BSc, III. évfolyam

Sportolási szokások összehasonlító vizsgálata Európában és Magyarországon

Konzulens: Dr. Bácsné Prof. Dr. Bába Éva, egyetemi tanár

VÁLLALATGAZDASÁGTAN TAGOZAT
(Magház F01-02. előadó)

Bíráló Bizottság:

Elnök: **Prof. Dr. Szűcs István**, egyetemi tanár
Társelnök: **Pécskay Zoltán**, ügyvezető (EDC Debrecen Nonprofit Kft.)
Titkár: **Arany László**, tanársegéd
Tagok: **Dr. Bittner Beáta**, egyetemi docens
Dr. Gabnai Zoltán, adjunktus
Dr. Szenderák János, adjunktus

Előadók:

09:15 Afghan Syeda Ghania Firdous

BA in Management and Business Administration, 4th year

Analysis of Project Management Methods in BMW

Supervisor: Dr. Viktória Vida, associate professor

09:35 Bakó Lőrinc István

Gazdálkodási és menedzsment BSc, III. évfolyam

A mesterséges intelligencia alkalmazási lehetőségei a stratégiai tervezés feltáró elemzésében – esettanulmány: Next Bistro

Konzulens: Prof. Dr. Nábrádi András, egyetemi tanár

09:55 Housseem Zairi

Environmental Engineering MSc, 2nd year

IonTwin: A Social Digital Twin Platform for the Na-ion and Li-ion Battery Circular Economy

Supervisor: Dr. Dénes László Kocsis, associate professor

10:15 Ibnat Labiba

BA in Management and Business Administration, 5th year

Strategic Management in a Microcredit Institution: An Analytical Study

Supervisor: Dr. Hajnalka Madai, associate professor

10:35 **Pink Gréta**

Vállalkozásfejlesztés MSc, II. évfolyam

A HES platform relevanciája és alkalmazhatósága a digitális egészségügyi szolgáltatások piacán

Konzulens: Nagy-Tóth Boglárka, tanársegéd

10:55 **Sarkadi Barnabás**

Ellátásilánc-menedzsment MSc, II. évfolyam

Zöld utak, okos döntések – a logisztika jövője a szállítási módok tükrében

Konzulens: Dr. Gál Tímea, egyetemi docens

11:15 **Tölli Tilda**

Gazdálkodási és menedzsment BSc, IV. évfolyam

A fast fashion ipar és a fenntarthatóság kapcsolata - Az Inditex csoport esettanulmánya

Konzulens: Dr. Tóth Eszter, adjunktus

DETEP I. TAGOZAT

(TVK 109. előadó)

Bíráló Bizottság:

Elnök: **Dr. Szakács Attila**, főiskolai docens
Titkár: **Hegedűs Bence**, doktorandusz
Tagok: **Dr. Kertész-Molnár Szilvia**, adjunktus
Dr. Horváth Péter, egyetemi docens

Előadók:

09:15 **Farkas Fanni**

Marketing MSc, II. évfolyam

Neuromarketing az üdítőitalok tekintetében

Konzulens: Dr. Balsa-Budai Nikolett, adjunktus

09:35 **Májér Dézi Vivien**

Marketing MSc, I. évfolyam

*Az egészségtudatosság és a közösségi média hatása az
élelmiszerfogyasztási döntésekre - generációs különbségek az
X és a Z generáció között*

Konzulens: Dr. Balsa-Budai Nikolett, adjunktus

09:55 **Dézi Eszter**

Kereskedelem és marketing BSc, III. évfolyam

*A keserű likőr márkák influenzszer marketingjének és
hatásának a vizsgálata a fogyasztói szokásokra vonatkozóan*

Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

10:15 **Fehér Regina**

Marketing MSc, I. évfolyam

*A hálózati marketing digitális reprezentációja: Forever Living
tanácsadók vizsgálata*

Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

- 10:35 **Kerezi Eszter**
Kereskedelem és marketing BSc, I. évfolyam
Tudatosság vagy trendkövetés? A Vinted platform hatása a Z és Y generáció ruhavásárlási szokásaira és fenntarthatósági attitűdjére
Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens
- 10:55 **Sebestyén Viktória**
Kereskedelem és marketing BSc, III. évfolyam
A vegetáriánus és vegán élelmiszerek pszichológiai hatása a vásárlói döntésekre
Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens
- 11:15 **Juhász Eszter**
Kereskedelem és marketing BSc, III. évfolyam
A fogyasztói etnocentrizmus szerepe a helyi élelmiszerekkel kapcsolatos vásárlási döntésekben
Konzulens: Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes, adjunktus
- 11:35 **Plébán Kristóf**
Kereskedelem és marketing BSc, III. évfolyam
A politikai marketingeszközök alkalmazásának módszerei, és azok hatása a választópolgárok megítélése szerint
Konzulens: Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes, adjunktus
- 11:55 **Szabó Patrik**
Marketing MSc, II. évfolyam
A szálláshelyfoglaló weboldalak felhasználói élményének vizsgálata
Konzulens: Dr. Kontor Enikő, egyetemi docens

DETEP II. TAGOZAT

(TVK 110. előadó)

Bíráló Bizottság:

Elnök: **Prof. Dr. Lengyel Péter**, egyetemi tanár
Titkár: **Bálint Péter Levente**, doktorandusz
Tagok: **Dr. Bányai-Márton Gábor**, mesteroktató
Dr. Mihály-Karnai Laura, adjunktus

Előadók:

- 09:15 **Baccari Mohamed Amine**
BA in Management and Business Administration, 2th year
The AI Lie Detector: Uncovering Greenwashing in the European Energy Sector using Natural Language Processing (NLP) and Forensic Accounting
Supervisor: Dr. Mirjam Hamad, senior lecturer
- 09:35 **Domján Dominika Gréta**
Rekreáció és életmód BSc, II. évfolyam
Nők az egészség tükrében
Konzulens: Dr. Bácsné Prof. Dr. Bába Éva, egyetemi tanár
- 09:55 **Gyöngyösi Letícia**
Egészségügyi Menedzser MSc, I. évfolyam
A robotasszisztált, a laparoszópos és a nyitott műtétek összehasonlító elemzése egészségügyi erőforrás-felhasználás és betegkimenetel alapján
Konzulensek: Papp Annamária, tanársegéd
Dr. Kanyári Zsolt, adjunktus
- 10:15 **Farkas Dzszenifer**
Agrár- és üzleti digitalizáció BSc, III. évfolyam
Mesterséges intelligencia, mint stratégiai eszköz - lehetőségek és kihívások a projektmenedzsmentben
Konzulens: Dr. Vida Viktória, egyetemi docens

- 10:35 **Guj Lóránt László**
Kereskedelem és marketing BSc, III. évfolyam
Prémium autómárkák marketingstratégiáinak összehasonlító elemzése: A Mercedes-Benz és a BMW példáján keresztül
Konzulens: Dr. Vida Viktória, egyetemi docens
- 10:55 **Tóth Noémi Gréta**
Nemzetközi gazdálkodás BSc, II. évfolyam
Játék vagy Tanulás? A gamifikáció valódi ereje
Konzulens: Dr. Kovács Tamás, adjunktus
- 11:15 **Silling Szintia Adriána**
Vezetés és szervezés MSc, I. évfolyam
A szállodai robotok elfogadottsága az utazási motiváció és a technológiai affinitás jegyében
Konzulensek: Prof. Dr. Dajnoki Krisztina, egyetemi tanár
Dr. Czine Péter, adjunktus
- 11:35 **Racsav Nikolett Szilvia**
Sportszervezés BSc, II. évfolyam
Megatrendek és a sport kapcsolata
Konzulens: Dr. Ráthonyi-Odor Kinga, egyetemi docens

DETEP III. TAGOZAT

(TVK 13. előadó)

Bíráló Bizottság:

Elnök: **Dr. Karcagi-Kováts Andrea**, egyetemi docens
Titkár: **Rácz Dóra Laura**, tanársegéd
Tagok: **Dr. Fróna Dániel**, adjunktus
Dr. Lőrinczi Krisztián, ügyvivő-szakértő

Előadók:

09:15 **Aya Ziregue**

International Economy and Business MSc, 1st year

It's not how much, but how well: government effectiveness and the macroeconomic impact of allocation, distribution, and stabilization functions in OECD countries

Supervisor: Dr. Levente Sándor Nádasi, senior lecturer

09:35 **Hasnaa Marey Gaber Elgndey**

International Economy and Business MSc, 1st year

Migration and the Convergence Puzzle: Closing the Global Income Divide

Supervisor: Dr. Levente Sándor Nádasi, senior lecturer

09:55 **Hour Youlinsereyronich**

Business Administration and Management BSc, 3rd year

Saving and Investment Behaviour Among International Students at the University of Debrecen

Supervisor: Prof. Dr. Patrícia Becsky-Nagy, professor

10:15 **Chowdhury Tanjim Istiaque**

International Economy and Business MSc, 1st year

From Forecasts to Reality: A Comparative Analysis of Migration and Labour Market Outcomes Before and After Brexit

Supervisor: Dr. Ádám Márkus, senior lecturer

- 10:35 **Hiba Abidi**
International Economy and Business MSc, 1st year
Beyond the Pledge: How Firms Can Effectively Implement the “S” in ESG Strategies
Supervisor: Dr. Eszter Tóth, senior lecturer
- 10:55 **Nagy Levente**
Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás MSc, I. évfolyam
Az Európai Unió versenyképessége a kreatív rombolás és az intézményi merevség fényében
Konzulensek: Dr. Sigér Fruzsina, adjunktus
Prof. Dr. Czeglédi Pál, egyetemi tanár
- 11:15 **Gábor Emese**
Pénzügy és számvitel BSc, III. évfolyam
Transzferárazási anomáliák a könyvvizsgálatban: A 45/2025 NGM rendelet átmeneti évének kockázatai
Konzulens: Dr. Szekeres Alexandra, adjunktus
- 11:35 **Nagy Vanessza Ilona**
Pénzügy és számvitel BSc, III. évfolyam
Az IFRS és a magyar számviteli rendszer összehasonlítása a TEVA Gyógyszergyár Zrt. és a Richter Gedeon Nyrt. immateriális javai és készletei tekintetében
Konzulens: Dr. Szekeres Alexandra, adjunktus
- 11:55 **Bíró Bence**
Számvitel MSc, II. évfolyam
Monte Carlo-szimuláció alkalmazása az IFRS-ekre történő áttérés vizsgálatában
Konzulensek: Dr. Szekeres Alexandra, adjunktus
Dr. Tömöri Gergő, adjunktus

KÖZÉPISKOLÁS TAGOZAT
(TVK Tanácsterem)

Bíráló Bizottság:

Elnök: **Dr. Lakatos Vilmos**, egyetemi docens
Titkár: **Nagy Péter**, tanársegéd
Tagok: **Dr. Gazdag-Kerecsi Dóra**, adjunktus
Dr. Harazin Piroska, adjunktus

Előadók:

09:15 Nagy Márton Péter

Debreceni Egyetem Kossuth Lajos Gyakorló Gimnáziuma, XI. évfolyam

***A kőolajipari járadék- és nyereségalapú adórendszerek
összehasonlító elemzése***

Konzulens: Dr. Kiss Ágota, adjunktus

09:30 Dézsi Krisztián Dávid

Debreceni Egyetem Balásházy János Gyakorló Technikuma, Gimnáziuma és
Kollégiuma, XI. évfolyam

***A digitális marketing szerepe és hatékonysága a modern üzleti
környezetben***

Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

09:45 Baranyi Eszter

Debreceni Egyetem Kossuth Lajos Gyakorló Gimnáziuma és Általános Iskolája,
IX. évfolyam

Botránytól a milliárdokig: A Skims útja a sikerig

Konzulens: Dr. Vida Viktória, egyetemi docens

10:00 Lovász Lőrinc István

Debreceni Egyetem Kossuth Lajos Gyakorló Gimnáziuma és Általános Iskolája,
XI. évfolyam

Zenei karrier, mint atipikus munkavégzési forma

Konzulens: Pelyák Lejla, doktorandusz

10:15 Munkácsi Alexa

Nyíregyházi SZC Széchenyi István Technikum és Kollégium, XI. évfolyam

***Vezetői készségek és a gamifikáció, mint motivációs módszer
kapcsolata***

Konzulens: Olvasztó Zsófia, tanársegéd

TDK PÁLYAMUNKÁK ÖSSZEFOGLALÓI

ANALYSIS OF PROJECT MANAGEMENT METHODS IN BMW

Author: Afghan Syeda Ghania Firdous,
BA in Management and Business Administration, 4th year
Supervisor: Dr. Viktória Vida, associate professor

The automotive industry is undergoing a fundamental transformation driven by electrification, digitalisation, and evolving sustainability requirements. This shift imposes unprecedented demands on how large-scale industrial projects are planned and executed. The central research question of this study is whether hybrid project management is suitable for the development and manufacturing of electric vehicles in a large-scale industrial context, examined through the case of BMW Group and its Neue Klasse programme at Plant Debrecen. The primary objective is to analyse how BMW combines traditional stage-gated governance with Agile methodologies to manage the simultaneous development of hardware and software in its iFactory strategy. Secondary objectives include mapping the external competitive environment through PESTEL and Porter's Five Forces analyses, conducting an internal audit using SWOT and VRIO frameworks, and evaluating the role of Digital Twin technology and sustainability governance as project management tools. The study employs a qualitative, exploratory research design based on secondary data sources including corporate reports, academic literature, and industry publications, supplemented by a primary survey of twelve to fifteen project management professionals. The findings confirm that BMW operates a hybrid model, termed the Balance Model, which integrates sequential hardware gates with iterative software sprints. Key results include a reduction in collision-check times from four weeks to three days through NVIDIA Omniverse-based digital simulation, a 30 percent decrease in planning costs, and the operationalisation of sustainability as a compulsory project constraint through Green Decision Gates. Survey data show that 67 percent of professionals already work in hybrid environments, while cost pressure and the hardware-software speed gap remain the primary industry challenges. The study concludes that the hybrid approach, rather than resolving the inherent tension between physical and digital development cycles, provides a structured governance framework for navigating it, constituting a source of sustainable competitive advantage for BMW.

SPORTMARKETING, MESTERSÉGES INTELLIGENCIA ÉS GENERÁCIÓS KÜLÖNBSEGEK HATÁSA AZ ÚSZÁS SPORTFOGYASZTÁSÁRA

Szerző: Andriychuk Alexandra, Gazdaságinformatikus BSc, IV. évfolyam
Konzulens: Holbné Dr. Nábrádi Zsófia Ildikó, adjunktus

A kutatás témája az úszással kapcsolatos sportfogyasztói magatartás vizsgálata, különös tekintettel a sportmarketing, a mesterséges intelligencia és a generációs különbségek szerepére. A modern sportiparban a digitális marketingeszközök, az innovatív technológiai megoldások és az AI-alapú sportteljesítmény-mérő alkalmazások alapjaiban formálják át a sportolói bázis motivációit. A kutatás elsődleges célja annak feltárása, hogy ezek a technológiai és marketingtényezők milyen módon befolyásolják az úszás iránti érdeklődést és a részvételi hajlandóságot a különböző korosztályok esetében. A vizsgálat kiemelt hangsúlyt fektet a különböző generációk (Baby boomer, X, Y, Z és Alfa generációk) eltérő attitűdjeinek, technológiai affinitásának és sportmotivációinak összehasonlítására. A kitűzött célok elérése érdekében szekunder kutatás után 7 félig strukturált interjút és kvantitatív online kérdőíves felmérést alkalmaztam. A kutatás eredményei alapján feltételezhető, hogy a digitális sportmarketing és az AI-alapú technológiai megoldások szerepet játszanak a sportfogyasztói magatartás és motiváció alakulásában. A válaszok alapján az élményalapú, személyre szabott tartalmak, valamint a teljesítménymérést és visszacsatolást támogató digitális eszközök több esetben is releváns tényezőként jelentek meg. A generációs különbségek szintén kirajzolódni látszanak: a fiatalabb, technológia iránt nyitottabb korosztályok esetében erőteljesebbnek tűnik a digitális megoldások iránti fogékonyság, míg az idősebb generációk esetében ez kevésbé hangsúlyos. Az eredmények szerint a különböző generációk más és más marketing eszközökkel vonhatók be úszósporthoz. Az Alfa és a Z generáció tagjai elsősorban a vizuális ingerek (Tiktok, videós trendek), az Y generáció számára részvétel segítő mobil applikációk (például pályafoglalás) és az úszással kapcsolatos életmódtartalmak, az X és baby boomer generációk számára a hagyományos csatornák által közvetített marketing üzenetek és a különböző úszó bérlet kedvezmények növelnék az aktivitást. Következtetésként megállapítható, hogy a generációs sajátosságokra épülő digitális sportmarketing szerepet játszhat az úszósporthoz népszerűsítésében. Az eredmények alapján az élményt és teljesítménymérést támogató technológiai megoldások alkalmazása szintén hozzájárulhat az érdeklődés növeléséhez.

A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA ALKALMAZÁSI LEHETŐSÉGEI A STRATÉGIAI TERVEZÉS FELTÁRÓ ELEMZÉSÉBEN – ESETTANULMÁNY: NEXT BISTRO

Szerző: Bakó Lőrinc István, Gazdálkodási és menedzsment BSc, III. évfolyam
Konzulens: Prof. Dr. Nábrádi András, egyetemi tanár

Napjaink gazdasági-társadalmi környezetének egyik legmeghatározóbb folyamata a mesterséges intelligencia (MI) villámgyors fejlődése. Bár a nagyvállalatok már rutinszerűen építenek a technológiára, a hazai KKV-szektorban az MI alkalmazása legtöbbször még kimerül az operatív részfeladatok elvégzésében. Dolgozatom alapkérdése: vajon képes-e az MI meghaladni az asszisztensi szerepkört és megbízható partnerként funkcionálni a stratégiai tervezés feltáró szakaszában is? A kérdés megválaszolása érdekében egy debreceni prémium gasztronómiai szereplő (Next Bistro) komplex stratégiai elemzését végeztem el, miközben a gyakorlatban is teszteltem az MI döntéstámogató képességét. Kutatásom során egy sajátos metodikát, a párhuzamos vizsgálat módszerét alkalmaztam. Saját elemzésem mellett, megegyező paraméterek betáplálásával a mesterséges intelligencia segítségével is felállítottam a stratégiai modelleket (Külső és Belső Faktor Értékelő Mátrix, Versenyképességi Mátrix, IE Mátrix). Ezt követően a kapott eredményeket egy validációs mélyinterjú keretében ütköztettem a tulajdonos gyakorlati tapasztalataival. A párhuzamos vizsgálat kimagasló korrelációt mutatott, az eredmények közötti különbség marginális volt. Az MI sikeresen ismerte fel a Next Bistro alapvető értékajánlatát, miszerint a fókusz nem a volumenmaximalizáláson, hanem a prémium minőségen van. A validációs interjú ugyanakkor lényeges korlátokra is rávilágított. Kiderült, hogy a hazai vendéglátásban domináló informális, bizalmi alapú beszállítói kapcsolatok és lokális áringadozások az algoritmusok számára jelenleg láthatatlanok, így a vezetői rutin ezen a téren nem helyettesíthető. A kutatás másik kiemelkedő eredménye az étterem piaci pozíciójának meghatározása volt. Az helyzetértékelés alapján a Next Bistro a „növekedés és építkezés” fázisban van, amelynek megtartásához a háttér folyamatok optimalizálása szükséges. Végül bebizonyosodott, hogy a komplex rendszerek integrációjának elsődleges gátja a hazai KKV-k esetében nem a technológiától való vezetői félelem, hanem a specifikus implementációs tudás hiánya. Összegzésként megállapítható, hogy az MI kiválóan alkalmazható a stratégiai tervezésben, de a humán tapasztalat és a kapcsolati tőke egyelőre nélkülözhetetlen.

NIKOTIN TARTALMÚ TERMÉKEK FOGYASZTÁSI SZOKÁSAI JÉGKORONGOZÓK KÖRÉBEN: MAGYAR-SVÉD ÖSSZEHAJONLÍTÓ VIZSGÁLAT

Szerző: Banka Dániel Zsolt, Rekreáció és életmód BSc, III. évfolyam

Konzulens: Dr. Pfau Christa Sára, egyetemi docens

Kutatásom célja a nikotintartalmú termékek fogyasztási szokásainak feltárása volt magyar és svéd jégkorongozók körében, valamint a jégkorongkultúra összehasonlítása e jelenség mentén. A vizsgálat középpontjában a nikotinhasználat mögött álló társas és pszichológiai tényezők elemzése áll, továbbá hogyan értékelik a játékosok a snüssz szerepét. A kutatás során szekunder és primer módszereket egyaránt alkalmaztam. A primer kutatás kvantitatív módszere online kérdőíves adatfelvétellel épült, amelyet kvalitatív módszert használva két interjú egészített ki. Az adatelemzés Microsoft Excel és IBM SPSS Statistics szoftverek felhasználásával zajlott, leíró statisztikai eljárások és keresztáblás vizsgálatok alkalmazásával. A kérdőíves felmérés magyar és svéd nyelven is elérhető volt. Az adatbázis összesen 350 fő adatait tartalmazta, ebből 250 fő magyar, 100 fő svéd jégkorongos háttérrel rendelkezett. Az eredmények alapján a nikotintartalmú termékek kipróbálása mindkét mintában magas arányban jelent meg, azonban a snüssz használata a svéd jégkorongozók körében gyakoribb és erősebben beágyazott. A napi használók aránya Svédországban 54%, míg Magyarországon 37,2% volt. A használát megkezdésében mindkét országban meghatározó szerepet játszott a kíváncsiság (magyar 42%, svéd 52%), a baráti társaság (magyar 42%, svéd 52%) és a sportközeg (magyar 38%, svéd 33%) hatása, ami az öltözői szocializáció jelentségére utal. Az eredmények szignifikáns kapcsolatot jeleznek a két változó között ($p < 0,001$), miszerint a korábban nikotint használók nagyobb valószínűséggel használnak snüsszt. Az életkor és a snüssz használát közötti kapcsolat vizsgálata során a khi-négyzet próba is szignifikáns eredményt mutatott, eszerint az életkor szerepet játszik a snüssz használát alakulásában, azonban nem tekinthető kizárólagos magyarázó tényezőnek. A nem használók válasza alapján a snüssz a jégkorongos közegben széles körben látható, nagyrészt elfogadott, és különösen Svédországban erősen normalizált jelenség. A kutatás eredményei összességében megerősítették, hogy a snüssz használát a jégkorong kultúrájához szorosan kapcsolódó, társas mintázatok által fenntartott viselkedésforma, amelynek sportegészségügyi és prevenciósz szempontból is kiemelt jelentősége van.

A SHORT-FORM VIDEÓS PLATFORMOK ÉS AZ INFLUENZEREK FOGYASZTÓKRA GYAKOROLT HATÁSA NEMZETKÖZI ÖSSZEHASONLÍTÁSBAN

Szerző: Béres László, Kereskedelem és marketing BSc, IV. évfolyam
Konzulens: Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes, adjunktus

A digitális kor Z generációja körében az influenzerek és a rövid formátumú videós platformok meghatározó szerepet töltenek be a mindennapi tartalomfogyasztás során. Dolgozatomban arra keresem a választ, hogy a short-form videós platformok és az influenzerek milyen módon befolyásolják a Z generáció attitűdjeit, fogyasztói magatartását és online vásárlási döntéseit - mindezt nemzetközi összehasonlításban. A téma aktualitása, hogy a rövid videós tartalmak mára már a figyelemfelkeltés, a márkaépítés és a döntés-előkészítés meghatározó eszközei. Mindeközben az influenzerek hitelessége és közvetlensége egyre nagyobb szerepet kap a fogyasztói döntésekben. Általános célkitűzésem volt, hogy átfogó képet kapjak a Z generáció attitűdjeiről, vásárlási szokásairól az online térben, valamint, hogy rávilágítsak az esetleges különbségekre nemzetek között. A kutatás szekunder és primer módszertanra épült. A szakirodalmi áttekintés az online marketing, a fogyasztói magatartás, a közösségi média, az influencers marketing, a hitelesség és a short-form videós platformok főbb összefüggéseit dolgozta fel. A primer kutatás két online kérdőíves megkérdezés segítségével valósult meg, mindkét esetben hólabda módszer alapú mintavétellel. Az elemzésbe 200 magyar és 111 külföldi, Z generációba tartozó válaszadó került be. Az adatok feldolgozása leíró statisztikai elemzéssel történt az SPSS statisztikai program segítségével. Az eredmények alapján a vizsgált platformok közül a TikTok gyakorolja a legerősebb marketinghatást a Z generációra, de a vásárlási döntéseket nem elsősorban az influencers népszerűsége, hanem inkább a hitelesség, a szakértelem, az őszinte hangvétel és a termék valós bemutatása befolyásolja. A külföldi válaszadók nyitottabbnak mutatkoztak az influencers által támogatott reklámokra, míg a magyar kitöltők tudatosabb és elkerülő attitűdöt jeleztek. A dolgozat fő következtetése, hogy az integrált marketing stratégiában a Z generáció eléréséhez platformspecifikus stratégia, hiteles influencers-együttműködés és informatív, vizuálisan erős tartalom szükséges.

A NAGY NYELVI MODELEK HASZNÁLATA ÉS MEGÍTÉLÉSE AZ EGYETEMI HALLGATÓK KÖRÉBEN

Szerző: Biri Marcell András, Agrár- és üzleti digitalizáció BSc, IV. évfolyam
Konzulens: Dr. Kovács Tamás, adjunktus

A kutatás célja az egyetemi hallgatók mesterséges intelligenciával (MI) kapcsolatos attitűdjeinek, használati szokásainak és elfogadási hajlandóságának vizsgálata volt. A 109 fős mintán végzett elemzés alapján megállapítható, hogy a hallgatók többsége napi szinten használ digitális eszközöket, és technológiailag felkészültnek érzi magát, ami kedvező alapot teremt az MI-eszközök elfogadásához. Az eredmények azt mutatják, hogy a hallgatók hasznosnak tartják az MI alkalmazását tanulmányaik során, különösen szövegalkotás, információgyűjtés és feladatmegoldás területén. A vizsgálat megerősítette, hogy a ChatGPT a legismertebb és leggyakrabban használt MI-eszköz, ami összhangban áll a nemzetközi trendekkel. Ugyanakkor a hallgatók bizalmi szintje közepesnek bizonyult, ami arra utal, hogy az MI által generált tartalmakat kritikusan kezelik. Ez pozitív jelenségnek tekinthető az információkritikai szemlélet szempontjából. A Spearman-féle rangkorreláció eredményei alapján két hipotézis is igazolást nyert. Egyrészt a technológiai felkészültség és az MI hasznosságának megítélése között pozitív, gyenge erősségű, de szignifikáns kapcsolat mutatható ki ($r_s=0,344$, $p<0,01$). Másrészt a digitális kompetencia szintje és az MI-eszközök használatának gyakorisága között szintén gyenge, de szignifikáns pozitív összefüggés áll fenn ($r_s=0,363$, $p<0,01$). Az eredmények alapján javasolt az MI-eszközök tudatos és célzott integrálása a felsőoktatási tantervekbe, elsősorban a tanulási folyamat támogatása érdekében. Emellett kiemelten fontos az etikus MI-használat oktatása, amely hozzájárulhat a tudatos felhasználói magatartás kialakításához és a visszaélések csökkentéséhez. Az oktatók szerepe szintén meghatározó, ezért indokolt az MI-vel kapcsolatos képzések erősítése és népszerűsítése körükben. A kutatás korlátját jelenti a viszonylag alacsony elemszám és az önkitöltős kérdőíves módszerekből fakadó szubjektivitás, ezért az eredmények általánosíthatósága korlátozott. A jövőbeni vizsgálatok során érdemes nagyobb mintán, valamint longitudinális megközelítésben elemezni a hallgatók MI-elfogadásának alakulását.

A KÖRFORGÁSOS GAZDASÁG ÉS A RE-COMMERCE SZEREPE A KÖNYVPIACON: FOGYASZTÓI MOTIVÁCIÓK ÉS PIACI VÁLTOZÁSOK MAGYARORSZÁGON

Szerző: Bohus Evelin, Nemzetközi gazdálkodás BSc, IV. évfolyam
Konzulens: Dr. Czine Péter, adjunktus

A fogyasztói szokások átalakulása és a digitális platformok térnyerése alapjaiban formálja át a hazai könyvkereskedelem szerkezetét. A könyvpiacot érintő gazdasági nehézségek és az elmúlt évek áremelkedése hozzájárultak ahhoz, hogy a fogyasztók egy része a re-commerce platformok, különösen a Vinted felé forduljon, amelyek népszerűvé váltak. Kutatásom célja a magyarországi könyvvásárlók fogyasztói magatartásának és a fenntarthatósághoz való viszonyának vizsgálata, különös tekintettel az elmúlt évek piaci változásaira és az árköttétési szabályozásra. A kutatás során kiemelt figyelmet fordítottam a Vinted-használat és több tényező közötti összefüggések feltárására, így a könyvpiaci drágulás érzékelése, az életkori sajátosságok, valamint a környezettudatos attitűdök kapcsolatára. A dolgozat elméleti hátterét a körforgásos gazdaság koncepciója, a fenntarthatósági megközelítések, illetve a könyvpiac sajátos jellemzői adják. A primer kutatás egy online kérdőívés felmérésre épül ($n=155$), amelynek adatait leíró statisztikával és Pearson-féle χ^2 -próbákkal elemeztem. Az eredmények alapján szignifikáns kapcsolatot mutatható ki a könyvpiaci drágulás érzékelése és a re-commerce platformok használata között ($p=0,044$). A demográfiai elemzések ($p=0,003$) megerősítették a fiatalabb korosztályok digitális dominanciáját, ugyanakkor rámutattak az idősebb (51 év feletti) fogyasztók körében rejlő jövőbeni növekedési potenciálra. A fenntarthatósági attitűdök vizsgálata ($p=0,0007$), valamint a Pearson-féle maradékok elemzése ($-2,60$) azt jelezte, hogy a környezettudatosabb fogyasztók szignifikánsan nagyobb nyitottságot mutatnak a használt könyvek iránt, ugyanakkor a környezeti szempontok nem bizonyultak elsődleges vásárlási motivációnak. További eredmény, hogy a nagyobb vásárlási volumenű fogyasztók (évi 6-nál több könyv) tudatosabban integrálják a másodlagos piacot beszerzési stratégiájukba ($p=0,08$).

A kutatás eredményei alapján javaslatot fogalmaztam meg hibrid üzleti modellek bevezetésére a másodlagos piac integrálása érdekében. Összességében megállapítható, hogy a re-commerce nem a hagyományos könyvpiac versenytársa, hanem annak egyre fontosabb kiegészítő eleme, amely hozzájárulhat a fenntarthatóbb fogyasztási minták és a vásárlói lojalitás erősítéséhez.

A FOMO (FEAR OF MISSING OUT) HATÁSA A VÁSÁRLÓI DÖNTÉSRE

Szerző: Bretka Dorina, Nemzetközi gazdálkodás BSc, IV. évfolyam
Konzulens: Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes, adjunktus

Az online környezetben gyakran alkalmazott vásárlásösztönző eszközök egyre fontosabbá válnak a megnövekedett információs zajban. A felgyorsult digitális világban a fogyasztók gyorsabb döntéshozatalra kényszerülnek, amelyben kiemelt szerepet kap a FOMO (Fear of Missing Out) marketing. Ez a megközelítés a lemaradástól való félelemre építve ösztönzi a vásárlói döntéseket és a technológiai fejlődés hatására egyre szélesebb körben terjed. Magyarországon a jelenség vizsgálata még viszonylag ritka, ugyanakkor mind a vállalatok, mind a fogyasztók szempontjából releváns. Dolgozatom célja annak feltárása, hogy egyes FOMO alapú vásárlásösztönző eszközök hatékonysága eltér-e egymástól, valamint az eszközök milyen pszichológiai és érzelmi hatásokat váltanak ki a fogyasztókból. A kutatás alapját az online vásárlási felületek és az ott megjelenő ösztönző elemek adták. A célkitűzésem megvalósítása érdekében szekunder adatgyűjtést követően primer kutatást végeztem. Tekintetkövetéses vizsgálat eredményeit és 35 év alatti és feletti korcsoportok bevonásával készített fókuszcsoportos interjúk elemzését vettem össze. A vizsgálat során weboldalakhoz hasonló ingeranyag segítségével elemeztem a vásárlásösztönző eszközök vizuális hatását, valamint összehasonlítottam a dinamikus és statikus elemek hatékonyságát is. Ezután online fókuszcsoportos interjúk során feltártam a résztvevők online vásárláshoz kapcsolódó attitűdjeit, a FOMO jelenséghez kapcsolódó viszonyukat, valamint kitértünk generációs eltérésekre is. Az eredmények alapján a vizuális figyelem szempontjából a leghatásosabb eszköz a visszaszámláló volt, ezt követte a nézőszám jelzése, a kedvezmény, majd a készletjelzés. Ugyanakkor megállapítható, hogy az eszközök gyakorlati hatékonyságát több tényező is befolyásolja, mint például az életkor, a termék kategória, illetve az adott ünnepi vagy akciós időszak. A dinamikus elemek egyértelműen nagyobb vizuális figyelmet váltottak ki, mint a statikus megoldások, azonban ez a figyelem nem minden esetben párosul pozitív attitűddel. A manipuláció észlelése negatív hozzáállással, bizalomcsökkenéssel és akár a márka elutasításával is együtt járhat. Ugyanakkor a tudatos megítélés ellenére ezek az eszközök a gyakorlatban továbbra is képesek befolyásolni a fogyasztói döntéseket.

VENEZUELA ÉS A FEKETE ARANY: A NYERSANYAGFÜGGŐSÉG ÉS A POPULISTA GAZDASÁGPOLITIKA HATÁSAI

Szerző: Bukovenszki Máté, Nemzetközi gazdálkodás BSc, IV. évfolyam
Konzulens: Prof. Dr. Erdey László, egyetemi tanár

A kutatás központi célkitűzése annak feltárása, hogy a kőolajfüggőség miként határozta meg Venezuela gazdasági, társadalmi és politikai fejlődését az 1980 és 2024 közötti időszakban. Dolgozatom arra a kérdésre keresi a választ, hogy a nyersanyagbőség önmagában vezetett-e a jelenlegi humanitárius katasztrófához, vagy a válság valódi oka az intézményromboló, populista gazdaságpolitika volt. A kutatás hipotézise szerint a válság nem kizárólag az olajfüggőség lineáris következménye, ugyanis a valódi összeomlás akkor következett be, amikor a nyersanyagbőség találkozott az autoriter politikai berendezéssel és az intézményi fékek leépítésével. Módszertani szempontból a dolgozat egy kvalitatív, szakirodalmi alapú esettanulmányt és egy ökonometriai vizsgálatot foglal magában. Az empirikus vizsgálat alapját egy 1980 és 2024 közötti éves, determinisztikus adatbázis adja. A dinamikus összefüggések elemzéséhez OLS-HAC becsléseket, ARDL hibakorrekciós modelleket és kisméretű VECM rendszereket alkalmaztam, továbbá egy háromszintű bizonyítékhierarchiát (Tier 1-3) is bevezetésre került a statisztikailag szignifikáns, illetve csak magyarázó jelenségek elkülönítése végett. A legfontosabb megállapítások közé tartozik, hogy bár az olajár és a cserearányok között szoros és stabil kapcsolat áll fenn (Tier 2), a válság valódi mélysége a belföldi abszorpció drasztikus visszaesésében mutatkozott meg. A kutatás legerősebb statisztikai bizonyítéka (Tier 1) szerint a magánfogyasztás reagált a legérzékenyebben a külső sokkokra, ami a lakosság életszínvonalának közvetlen kitétséget igazolja. A 2014-es olajár-zuhanás strukturális törést okozott a beruházási kedvben, végérvényesen megroppantva az ország tőkefelhalmozó képességét. Az eredmények továbbá igazolták, hogy a reál effektív árfolyam nem piaci mechanizmusok, hanem az állami beavatkozások és a devizakorlátozások (CADIVI) miatt torzult el. Következtetésként megállapítható, hogy Venezuela esete egy intézményileg mediált katasztrófa példája, ahol a populista hatalomkoncentráció felülírta a gazdasági racionalitást. A fenntartható stabilizációhoz elengedhetetlen egy ellen-ciklikus fiskális szabályrendszer, a PDVSA nemzeti olajvállalat szakmai autonómiájának helyreállítása, valamint a devizapiac liberalizációja és egy átlátható, rászorultsági alapú szociális támogatási rendszer kiépítése.

A HOME OFFICE HATÁSA A MUNKAVÁLLALÓK JÓLLÉTÉRE, REZILIENCIÁJÁRA ÉS MOTIVÁCIÓJÁRA

Szerző: Cziba Hanna, Emberi erőforrás tanácsadó MSc, II. évfolyam
Konzulens: Dr. Gergely Éva, egyetemi docens

A COVID-19 járvány hatására a home office széles körben elterjedt munkavégzési formává vált, amely jelentős változásokat eredményezett a munkaszervezésben és a munkavállalók mindennapjaiban. A kutatás központi kérdése, hogy a home office milyen hatást gyakorol a munkavállalók jóllétére, rezilienciájára és motivációjára, valamint, hogy ezek az összefüggések milyen egyéni és szervezeti tényezők mentén alakulnak. A dolgozat célja annak feltárása, hogy a távmunka milyen pozitív és negatív következményekkel jár a munkavállalók pszichológiai állapotára. A vizsgálat során kvantitatív és kvalitatív módszerek kombinációját alkalmaztam. Az adatgyűjtés kérdőíves felmérés segítségével történt, melyet félig strukturált interjúkkal egészítettem ki, amelyek lehetővé tették az egyéni tapasztalatok és attitűdök mélyebb megértését. A kérdőívcsomag a PERMA Jólét Profil kérdőívből, a 10 tételes Reziliencia Kérdőívből és a Többdimenziós Munkamotiváció Skálából állt. Az adatok feldolgozása során leíró statisztikai módszereket, korrelációelemzést és összehasonlító vizsgálatokat alkalmaztam az összefüggések feltárására. A kvalitatív interjúk elemzése tematikus megközelítéssel történt, amely lehetővé tette az egyéni tapasztalatok mélyebb megértését. Az eredmények rámutatnak arra, hogy a home office egyszerre hordoz előnyöket és kihívásokat. A rugalmas munkavégzés és az autonómia növekedése pozitívan hat a jóllétre és a motivációra, ugyanakkor a társas kapcsolatok csökkenése és a munka–magánélet határainak elmosódása negatív következményekkel járhat. A reziliencia szintje jelentős szerepet játszik abban, hogy a munkavállalók hogyan alkalmazkodnak ezekhez a változásokhoz. A kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a home office hatásai nem egységesek, hanem nagymértékben függenek az egyéni jellemzőktől és a szervezeti támogatástól. A vizsgálat gyakorlati szempontból hozzájárulhat olyan szervezeti megoldások kialakításához, amelyek elősegítik a munkavállalók mentális egészségének megőrzését otthoni munkavégzés esetében is.

AZ INTERKULTURÁLIS MENEDZSMENT ELŐNYEI ÉS KIHÍVÁSAI MULTIKULTURÁLIS VÁLLALATI KÖRNYEZETBEN

Szerző: Csige Mónika Mária, Gazdálkodási és menedzsment BSc,
IV. évfolyam
Konzulens: Dr. Filep Roland, adjunktus

A globalizáció hatására létrejött multinacionális vállalatok mára gyakorlatilag tömegeket foglalkoztatnak akár több tucat országban is egyszerre. A hagyományos vállalati sikerességi tényezők mellett ezért ezeknél a vállalatoknál jelentős szerepet játszik a kultúrák közötti együttműködés is, amely jelentős mértékben van hatással a vállalati eredményekre. A hatékony együttműködés egyik alappillére az egyes kultúrák megismerése, tagjainak egy vállalati szervezettel szembeni elvárásainak, kapcsolati viszonyainak, a munkavégzés stílusának és temperamentumának elfogadása és integrálása a közös vállalati értékek mentén. A dolgozatomban arra kerestem a választ, hogy a kultúrák közötti együttműködés hogyan működik, és bizonyos tényezők befolyásolják-e ezt. Azt is vizsgáltam, hogy a munkahelyi interkulturális környezet segít-e az esetleges kulturális ellentéteket feloldásában, és egy elfogadóbb, egységesebb szemléltet felé vezet-e. Ezen kérdések megválaszolására egy kérdőívet készítettem, amely alapján végül 5 ország válaszadóinak visszajelzését elemezhettem. A különböző kulturális háttérrel rendelkező munkavállalók hatékony együttműködésében a vezetők kulcsfontosságú szerepet játszanak, ezért olyan vezetőkkel készítettem interjúkat, akik nemzetközi csapatokat irányítanak. A kutatási kérdéseket is szem előtt tartva választottam ki magyar és német, valamint női és férfi vezetőket. Az összegyűjtött adatokat a nemek, korcsoportok és a külföldön töltött idő alapján elemeztem, külön kitérve a szignifikáns eltérést mutató kérdések válaszaira. A különböző országokból érkezett válaszokat kulturális dimenziók mentén hasonlítottam össze, vizsgálva azt, hogy a multikulturális környezet milyen mértékben van hatással bizonyos kulturális sajátosságokra, valamint azt, hogy ezek mennyire vannak jelen az aktuális szervezetben. Ugyanígy tettem a három vizsgált interkulturális kompetenciát feltételezeten befolyásoló tényező esetében. A multikulturális háttér egyértelműen kedvező hatással van a mintában szereplők interkulturális együttműködésre való nyitottságára, és ugyanez a helyzet az általam vizsgált fiatalabb korcsoportnál is. Emellett a válaszadóimnál a nemek között nem találtam lényegi eltérést, de a kulturális ellentétek enyhítésére vonatkozó kérdés tekintetében sem született egyértelmű válasz.

SPORTOLÁSI SZOKÁSOK ÖSSZEHASONLÍTÓ VIZSGÁLATA EURÓPÁBAN ÉS MAGYARORSZÁGON

Szerző: Darányi Csenge, Rekreáció és életmód BSc, III. évfolyam

Konzulens: Dr. Bácsné Prof. Dr. Bába Éva, egyetemi tanár

A fizikai aktivitás és a sport szerepe napjainkban egyre nagyobb hangsúlyt kap, mind az egyéni egészségmegőrzés, mind a társadalmi jóllét szempontjából. A modern életmódra jellemző mozgásszegény mindennapok, az ülőmunka elterjedése és a technológiai fejlődés következtében csökkenő aktivitás számos egészségügyi kockázatot hordoz magában. Ezzel szemben a rendszeres testmozgás komplex védőfaktorként jelenik meg, amely nemcsak a fizikai állapot javításához járul hozzá, hanem pozitív hatást gyakorol a mentális egészségre és a társas kapcsolatok alakulására is. A dolgozatom célja az volt, hogy összetett képet kapjak a sportolási szokások alakulásáról európai és hazai vonatkozásban. A kutatásom során dokumentumelemzésre és kérdőíves adatfelvételre támaszkodtam, amelyek segítségével lehetőségem volt a mozgásban való részvétel jellemzőinek, illetve az azt befolyásoló tényezőknél feltárására. Dokumentumelemzésem során az Eurobarometer 2010, 2014, 2018 és 2022-es sportolási felméréseit elemeztem. Kérdőíves vizsgálatomban (N=123) szabadidős testmozgás mögött álló motivációs tényezők vizsgálatára a PALMS nemzetközileg alkalmazott mérőeszközt használtam. Az eredmények alapján elmondható, hogy Magyarországon a sportolási aktivitás szintje jelentősen elmarad az európai uniós átlagtól, a nem sportolók aránya viszonylag magas. Hogyha a sportolás formáját megnézzük, akkor megállapítható, hogy a legtöbben nem szervezett keretek között, hanem személyre szabott módon végeznek valamilyen sporttevékenységet. A kérdőívem válaszadóinak nagy része sem tagja sportegyesületnek vagy más szervezett közösségnek, ami arra utal, hogy az egyéni, rugalmasan végezhető mozgásformák nagyobb szerepet kapnak. A motivációs szempontok közül az egészségmegőrzés kiemelkedő szerepet játszott. Emellett lényeges tényezőkként jelent meg a fizikai állapot javítása és a jó közérzet fenntartása is. Ugyanakkor a sportolást hátráló tényezők között leggyakrabban az idő és motiváció hiánya jelent meg. Fontos kiemelnem, hogy az idősoros adatok vizsgálata alapján nem volt egyértelműen kimutatható, hogy a sportoló egyének aránya folyamatos növekedést mutatna Magyarországon. Bár egyes évek között látható némi eltérés, nem mutatható ki egyértelmű pozitív változás. Ezt jelzi azt, hogy a sportolási szokások alakulását több tényező együttesen befolyásolja, így nem beszélhetünk lineáris fejlődésről.

DIGITÁLIS INFRASTRUKTÚRA ÉS KÖZÖSSÉGI MECHANIZMUSOK GAZDASÁGI HATÁSAI A CO-WORKING IRODÁKBAN

Szerző: Gordán Roland, Gazdaságinformatikus BSc, IV. évfolyam
Konzulens: Holbné Dr. Nábrádi Zsófia Ildikó, adjunktus

Jelen vizsgálat a coworking irodák vonzerejét meghatározó tényezőket elemzi a modern munkaerőpiaci trendek tükrében. Kutatásom középpontjában a digitális infrastruktúra és a közösségi mechanizmusok gazdasági, valamint szociális hatásai állnak. A tanulmány célja annak feltárása volt, hogyan teremthető meg az egyensúly a technológia-orientált és a személyes kapcsolódást kereső bérlői igények között. Kiemelt figyelmet fordítottam a Z generáció elvárásaira, mivel az ő belépésük alapjaiban írja át a munkakörnyezettel szembeni követelményeket. A munkafolyamat során először szekunder kutatást végeztem a nemzetközi szakirodalom feldolgozásával. Ezt saját primer kutatás követte, amelyhez kevert módszertant alkalmaztam. A kvalitatív szakaszban félig strukturált mélyinterjúkat készítettem, a kvantitatív részben pedig online kérdőíves felmérést folytattam. Így a bérlői motivációkat és a technológiai igényeket számszerűsíthető és mélyebb összefüggéseiben is elemezni tudtam. A kutatás során négy alapvető hipotézist vizsgáltam. Az eredmények igazolták, hogy a tudatos közösségépítő programok és a digitális platformok érdemben csökkentik a szabadúszók szakmai elszigeteltségét. A legfiatalabb munkavállalók számára az iroda egyfajta biztos szociális horgonyként funkcionál a home office izolációjával szemben. Bebizonyosodott, hogy a megbízható okosirodai infrastruktúra és a zavartalan környezet a fókuszált munka és a flow-élmény elérésének alapfeltétele. A huszonévesek számára a munkatér esztétikája és stílusa fontosabb a pusztá funkcionalitásnál, mivel az iroda megjelenése a szakmai önkifejezésük szerves részévé válik. A magas technológiai színvonal növeli a felhasználók szakmai presztízsét, ami közvetlenül és pozitívan hat a szolgáltató iránti lojalitásra. A modern munkaterület így már nem csupán egy asztalbérlet, hanem egy komplex szolgáltatás. A kutatás rávilágított, hogy a coworking szektorban a hosszú távú gazdasági fenntarthatóság kulcsa a technológiai kiválóság és a közösségi menedzsment ötvözése.

AZ ESG ÉLMEZŐNYE KÖZÉP-EURÓPÁBAN – NAGYVÁLLALATI FENNTARTHATÓSÁGI KÖZZÉTÉTELEK ÖSSZEHASONLÍTÁSA ÉS ÉRTÉKELÉSE

Szerző: Gulyás Dávid János,

ESG - Környezeti, társadalmi és irányítási szakember MSc, I. évfolyam

Konzulensek: Dr. Szendrey Orsolya, adjunktus

Prof. Dr. Fenyves Veronika, egyetemi tanár

A klímaváltozás, társadalmi egyenlőtlenségek és a vállalati korrupció elleni küzdelem részben hozzájárult az ESG keretrendszer kialakulásához, amely a környezeti („Environmental”), társadalmi („Social”) és vállalatirányítási („Governance”) tényezőket foglalja magába. Az ESG célja a vállalatok mindennapi tevékenységében rejlő nem pénzügyi kockázatok és lehetőségek nyomon követése. Az elmúlt évtizedben az ESG szempontok jelentősége folyamatosan növekedett a vállalati működés és befektetői döntések területén. A fenntarthatóság és társadalmi felelősségvállalás iránti elvárások erősödése, valamint az Európai Unió által szorgalmazott szabályozási reformok - így például a CSRD és a Taxonómia Rendelet - hatására a vállalatok ESG közzétételi teljesítménye egyre inkább a vállalati érték és hitelesség megítélésének központi tényezőjévé vált. Különösen fontos ez a közép-európai régióban, ahol a szabályozói megfelelés és a vállalati fenntarthatósági kultúra eltérő érettségi szinteken áll az egyes országokban. A nagyvállalatok – mint a gazdasági és társadalmi hatások meghatározó szereplői - különös figyelmet érdemelnek abból a szempontból, hogy ESG szempontból mennyire transzparens módon számolnak be tevékenységükről. Jelen kutatás célja, hogy egy általam kifejlesztett ESG közzétételi index segítségével összehasonlítsam tíz közép-európai ország nagyvállalatainak ESG-közzétételi teljesítményét. A kutatás során az egyes nagyvállalati ESG közzétételek tartalomelemzésén keresztül vizsgálom, hogy az egyes országokban működő nagyvállalatok milyen mértékben felelnek meg az érintettek részéről egyre erőteljesebben megjelenő ESG-elvárásoknak, valamint hogy mely vállalatok tekinthetők az úgynevezett „ESG bajnokoknak”. A kutatás nemcsak régiós összehasonlításra ad lehetőséget, hanem a vállalati közzétételi gyakorlatok mögötti eltérések és tendenciák feltérképezésére is alkalmas. Az eredmények hozzájárulhatnak a szabályozók, vállalatok és befektetők közötti párbeszédhez, valamint elősegíthetik a fenntarthatósági közzétételi gyakorlatok egységesítését és javítását.

A CSECSEMŐHALANDÓSÁG ALAKULÁSÁT BEFOLYÁSOLÓ TÁRSADALMI ÉS GAZDASÁGI TÉNYEZŐK A VISEGRÁDI CSOPORT ORSZÁGAIBAN

Szerző: Havanyecz Lilian, Nemzetközi gazdálkodás BSc, IV. évfolyam
Konzulens: Dr. Szöllösi Gergő József, adjunktus

A neonatális halandóság alakulása nem csupán egy izolált egészségügyi mutató, hanem a társadalmi fejlettség, a gazdasági stabilitás és az intézményi hatékonyság egyik legérzékenyebb indikátora. A kutatás célja, hogy feltárja, miként befolyásolják a gazdasági (reál GDP, infláció) és társadalmi tényezők (humán fejlettségi index - HDI, nemi egyenlőtlenségi index - GII) a csecsemőhalandóságot a Visegrádi csoport országaiban. A vizsgált időszakra vonatkozóan gyűjtött adatok nemzetközi forrásokból (World Bank, IMF, WHO, Our World in Data) származnak. Az adatok statisztikai elemzéséhez Spearman-féle rangkorrelációt és vegyes hatású lineáris modellezést alkalmaztunk. A Spearman-féle rangkorreláció alapján a humán fejlettségi index szoros negatív összefüggést mutatott a csecsemőhalandósággal ($\rho = -0,908$; $p < 0,001$), igazolva, hogy a magasabb társadalmi, gazdasági fejlettség hozzájárul a halálozások csökkenéséhez. Ezzel szemben az infláció ($\rho = 0,708$; $p < 0,001$) és a nemi egyenlőtlenségi index ($\rho = 0,683$; $p < 0,001$) szignifikáns pozitív korrelációt mutattak, jelezve, hogy a gazdasági instabilitás és a nők hátrányos társadalmi helyzete növeli a mortalitási kockázatokat.

A többváltozós regressziós modell eredményei megerősítették a Spearman-rangkorreláció során tapasztalt irányokat. A HDI növekedése továbbra is a legerősebb csökkentő tényezőnek bizonyult ($-3,037$; $p < 0,001$), míg a GII emelkedése konzisztensen növelte a halandóságot ($0,344$; $p < 0,001$). Az infláció esetében a modell szintén szignifikáns pozitív kapcsolatot igazolt ($0,021$; $p = 0,025$), alátámasztva, hogy a monetáris bizonytalanság és a reáljövedelmek eróziója közvetlen veszélyt jelent a csecsemők túlélési esélyeire. A kutatás rávilágít arra, hogy a csecsemőhalandóság elleni küzdelemben a pusztán gazdasági növekedés önmagában nem elegendő. Elengedhetetlen a nők társadalmi státuszának és döntési autonómiájának megerősítése, valamint egy olyan rendszerszintű szociális védőháló kiépítése, amely képes garantálni a gazdasági ingadozásokkal szembeni rezilienciát. A tartós javuláshoz továbbá az orvosi humán erőforrás bővítése mellett az ellátórendszer strukturális reformjára és az intézményi minőség fejlesztésére van szükség, biztosítva az erőforrások hatékony és igazságos elosztását a társadalom minden rétege számára.

JÖVEDELMI SZINT ÉS INTÉZMÉNYEK: MI ÁLL EGY ORSZÁG FENNTARTHATÓSÁGI TELJESÍTMÉNYE MÖGÖTT?

Szerző: Herczeg Judit Evelin, Nemzetközi gazdálkodás BSc, IV. évfolyam
Konzulens: Dr. Futó Judit Edit, adjunktus

Napjainkra egyre meghatározóbb szereppel bírnak mind mikro-, mind makroszinten a gazdasági szereplők fenntarthatósági teljesítményei számtalan területen. Mindezt bizonyítják olyan nemzetközi összefogások, mint az Egyesült Nemzetek Szervezetének 2030-as Agendája és az abban meghatározott, 17 darab Fenntartható Fejlődési Cél (angol rövidítés: SDG). Bár a cél globálisan ugyanaz, az eredmények országonként mégis eltérőek. Mivel manapság többek között versenyképességi szempontból is nemzetgazdasági jelentőséggel bírnak a fenntarthatósági mutatók, ill. a hozzájuk kapcsolódó kockázatok és azok kezelése, véleményem szerint érdemes vizsgálni, mely tényezők és hogyan magyarázhatják az országok eltérő teljesítményeit. Kutatásom általános célkitűzése a jövedelmi szint, ill. formális (kormányzati, politikai és jogi kvalitatív jellemzők) és informális intézmények (kutatásomban a kultúra) fenntarthatósági teljesítményt befolyásoló hatásainak vizsgálata, és a tényezők által együtt alkotott komplex rendszer feltérképezése globális mintán. A kapcsolódó kutatások (többek között Guillaumon et al., 2025; Ordóñez-Ponce, 2022) szakirodalmi szintézisét követően, célkitűzésemet kvantitatív elemzési módszerek alkalmazásával valósítottam meg. Adatbázisom 2022-2024 közötti időperiódus átlagolt értékeiből épül fel, amelyek országonként a fenntarthatósági teljesítményt, a GDP/fő mutatót, a formális intézményi minőséget, valamint egyes kulturális dimenziókat jellemezik. A vizsgálatomba bevont független változók fenntartható fejlődési célok teljesítésére gyakorolt ceteris paribus hatásainak vizsgálatát, továbbá a kulturális változók további közvetett hatásainak elemzését, többváltozós regressziószámítással végeztem el. Dolgozatom eredményei empirikusan igazolják a jövedelmi szint, ill. formális intézményi tényezők és Trompenaars-Hampden-Turner egyes kulturális dimenziói fenntarthatósági teljesítményre gyakorolt hatásait. Megállapításaim hozzájárulhatnak a fenntarthatóságot támogató politikai döntések megalapozásához, illetve segíthetik az SDG-teljesítmények összevetéséhez és értékeléséhez mérlegelendő háttértényezők feltárását.

IONTWIN: A SOCIAL DIGITAL TWIN PLATFORM FOR THE NA-ION AND LI-ION BATTERY CIRCULAR ECONOMY

Author: Housseem Zairi, Environmental Engineering MSc, 2nd year
Supervisor: Dr. Dénes László Kocsis, associate professor

The accelerating global deployment of battery technologies for electric vehicles and stationary energy storage has created acute pressure on critical mineral supply chains, raising fundamental questions about economic resilience, environmental sustainability, and geopolitical vulnerability. This study presents IonTwin, a Social Digital Twin platform that integrates real-time supply chain monitoring, lifecycle assessment, circular economy modelling, and artificial intelligence-driven forecasting into a unified decision-support framework for the Na-ion and Li-ion battery sectors.

The research addresses three core questions: how do geopolitical disruptions and commodity price volatility propagate through battery supply chains and translate into cost and market structure changes; what are the comparative environmental and social impacts of emerging Na-ion chemistries relative to established Li-ion technologies across their full lifecycle; and how can existing regulatory instruments — including the EU Battery Regulation 2023/1542, the Carbon Border Adjustment Mechanism, and carbon pricing systems — be quantified and integrated into strategic planning tools for policymakers and industry actors.

The methodological framework combines environmental Life Cycle Assessment following ISO 14040/14044 standards, Social LCA based on UNEP/SETAC guidelines, Agent-Based Modelling with over one thousand heterogeneous agents representing industry actors and regulators, System Dynamics modelling of fourteen feedback loops, and a deep learning prediction engine applying Temporal Fusion Transformers for commodity price forecasting across twelve tracked materials and forty-seven supply chain nodes spanning six continents.

Results indicate that Na-ion batteries carry a 20–30% cost advantage over NMC lithium-ion at the pack level, a 32% lower carbon footprint under current energy mixes, and near-zero critical mineral dependency – positioning them as strategically superior for grid-scale storage and short-range mobility. The platform projects Na-ion market share reaching 15–25% globally by 2030, contingent on European manufacturing scale-up and continued regulatory incentives. IonTwin demonstrates that dynamic, cross-chemistry supply chain intelligence is achievable within a single integrated platform, offering a replicable analytical standard for battery sustainability governance.

STRATEGIC MANAGEMENT IN A MICROCREDIT INSTITUTION: AN ANALYTICAL STUDY

Author: Ibnat Labiba,

BA in Management and Business Administration, 5th year

Supervisor: Dr. Hajnalka Madai, associate professor

The thesis evaluates the value of strategic planning and management in enhancing effective and sustainable functioning of microcredit facilities, and specifically Grameen Bank in Bangladesh which is one of the best microcredit organizations globally. Microcredit is a new paradigm of financial innovation that involves the reduction of poverty and financial exclusion, especially in the developing economies where the conventional banking infrastructure has been failing to reach low-income groups. This study highlights how Grameen Bank revolutionized the concept of microfinance through its no-collateral lending mechanism, group accountability and its focus towards women empowerment. With over 10 million borrowers, most of whom are women, the institution has made a great impact at generating income and social mobility as well as better standard of living in rural Bangladesh. The fact that it is owned and repaid by the borrowers proves the economically viable moral banking systems. The main issue of the research paper is to apply the principles of strategic planning and management in microfinance industry. Grameen Bank has been working long term specially in two areas which are financial stability and socialization related issues, where solutions have been developed over time. These solutions are mainly based on transparent governance, decentralized activities, and innovation. The case study method is used in this research, along with various analytical assessment tools such as PESTEL framework, Porter's Five Forces Model, EFEM, IFEM, CPM, BCG Matrix, and Internal-External (IE) Matrix, TOWS Matrix and QSPM to determine the future strategies of the bank. The paper also identifies some significant strategic edges, including intense rural penetration; strong confidence amongst borrowers; loan diversification; and built-in developmental initiatives. However, other problems such as improper technology infrastructure, high operation cost, environmental impact and increasing competition in microfinance are still big issues. Then, the study therefore advises some subsequent strategic orientations upon a digital transformation baseline of mobile banking integration, digital credit assessment and blockchain for transparency. Study advice the continuous enhancement of financial literacy, risk management framework and innovation in new financial products to maintain growth and competitiveness. As a whole this thesis illustrates that microcredit, when embraced with relevant strategic supervision can be an effective instrument of inclusive economic development. It concludes that the Grameen Bank model can offer lessons valuable to policymakers and other financial institutions seek to find an equilibrium between money profitability and social impact in order to alleviate poverty and empowerment at a sustainable level.

A VEZETÉSI STÍLUSOK HATÁSA A MUNKAVÁLLALÓI JÓLLÉTRE

Szerző: Jackánics Zsófia, Emberi erőforrás tanácsadó MSc, II. évfolyam

Konzulensek: Olvasztó Zsófia, tanársegéd

Pelyák Lejla, doktorandusz

A vezetési stílus kérdése napjainkban kiemelt jelentőséggel bír, mivel a vezetők magatartása és döntései nemcsak a szervezetek hatékony működését, hanem a munkahelyi légkört és a munkavállalók jóllétét is befolyásolják. Kutatásom célja annak vizsgálata volt, hogy az egyes vezetési stílusok milyen összefüggést mutatnak a munkavállalói jólléttel, mely stílusok hatnak pozitívan, illetve negatívan a jóllétre, továbbá, hogy a különböző generációk milyen vezetői jellemzőket tartanak a legfontosabbnak egy ideális vezető esetében. A kutatás kvantitatív szakaszában egy 166 fő részvételével lebonyolított online kérdőíves felmérést végeztem a munkavállalói oldal megismerésére, amelyben különböző vezetési stílusokhoz, vezetői jellemzőkhöz és a munkavállalói jólléthez kapcsolódó állításokat értékelték a válaszadók. Az adatok elemzéséhez leíró statisztikai módszereket, Spearman-féle rangkorrelációt és főkomponens elemzést alkalmaztam. A kvalitatív kutatási szakaszban a munkáltatói oldal feltárása érdekében három, eltérő szervezeti háttérrel rendelkező HR szakemberrel készítettem félig strukturált interjút. Az eredmények alapján a demokratikus és a transzformációs vezetési stílus mutatta a legkedvezőbb kapcsolatot a munkavállalói jóllét különböző dimenzióival, az autokratikus vezetési jellemzők ezzel szemben többnyire negatív összefüggést mutattak a jólléttel. A generációs vizsgálat azt mutatta, hogy a nyílt és őszinte kommunikáció, az igazságosság és a felelősségvállalás minden vizsgált korcsoportban kiemelt vezetői elvárásként jelent meg. A főkomponens elemzés eredményei során a vezetői jellemzők két elkülöníthető dimenzióba rendeződtek: egy korrekt, strukturáló és működésorientált, valamint egy emberközpontú, támogató és bevonó vezetői dimenzióba. Az interjúk megerősítették, hogy a támogató, bevonó és emberközpontú vezetői működés nemcsak a jóllétet, hanem a munkavállalók megtartását is erősítheti. Összességében a kutatás rámutatott, hogy a gyakorlatban nem egyetlen vezetési stílus alkalmazása tűnik eredményesnek, hanem a különböző stílusok kedvező elemeinek tudatos kombinálása. A kutatás arra is rávilágított, hogy a vezetési stílus nem csupán a szervezeti működés egyik eleme, hanem a munkavállalói jóllét, az elköteleződés és a megtartás egyik meghatározó tényezője is.

AZ ESG DIMENZIÓK SZEREPE AZ OSZTALÉKFIZETÉSBEN

Szerző: Jobbágy Anna, Számvitel MSc, II. évfolyam

Konzulensek: Dr. Hamad Mirjam, adjunktus

Dr. Tömöri Gergő, adjunktus

Napjainkban az osztalékfizetések továbbra is a részvénybefektetések megítélésének egyik legfontosabb szempontját jelentik a befektetők számára, ugyanakkor a vállalatok értékelésében egyre hangsúlyosabb szerepet kapnak a fenntarthatósági tényezők is. Kutatásom célja annak feltárása volt, hogy a környezeti (E) és a vállalatirányítási (G) ESG-dimenziók milyen hatást gyakorolnak a tőzsdei vállalatok osztalékfizetésére. A vizsgálat során figyelmet fordítottam arra, hogy e tényezők miként befolyásolják az osztalékfizetési hányadot, osztalékfizetés valószínűségét, valamint az ESG riportálási múlt szerepét. A szakirodalmi áttekintésben bemutattam az osztalékpolitika elméleti alapjait és az ESG-tényezők növekvő jelentőségét, különös tekintettel azok hatásmechanizmusaira és a vállalati pénzügyi döntésekkel való kapcsolatára. A kutatásomhoz felhasznált szekunder adatok a London Stock Exchange Group ESG-adatbázisából származnak, és a 2016–2024 közötti időszakot fedik le. A végső mintába 630, az Európai Unió és az Európai Gazdasági Térség tagállamaiban működő, tőzsdén jegyzett vállalat került be. Az elemzés során panelregressziós és logisztikus regressziós módszereket alkalmaztam annak vizsgálatára, hogy fennáll-e kapcsolat az ESG-dimenziók és az osztalékfizetési döntések között. Az alkalmazott modellek feltárják, hogy az ESG-tényezők milyen mértékben járulnak hozzá az osztalékfizetés magyarázatához a hagyományos pénzügyi mutatók mellett. Az elemzés eredményei azt mutatták, hogy a környezeti dimenzió esetében pozitív kapcsolat volt kimutatható az osztalékfizetési hányaddal, valamint egyes esetekben az osztalékfizetés valószínűségével is, ugyanakkor ez az összefüggés nem bizonyult minden modellben stabilnak. Ezzel szemben a vállalatirányítási dimenzió esetében nem volt azonosítható szignifikáns kapcsolat, és az ESG-riportálási múlt hossza sem bizonyult meghatározó tényezőnek. Összességében megállapítható, hogy bár az ESG-tényezők egyre fontosabb szerepet töltenek be a vállalatok működésében, az osztalékfizetési döntéseket továbbra is elsősorban a pénzügyi teljesítmény határozza meg. Az eredmények arra utalnak, hogy az ESG-dimenziók hatása nem egységes, és elsősorban a környezeti tényezők esetében érvényesül.

MACRO LEVEL DETERMINANTS OF CORRUPTION AND THEIR ECONOMIC EFFECTS: A CROSS COUNTRY QUANTILE REGRESSION ANALYSIS

Szerző: Kerekes Márkó,

MA in International Economy and Business, II. évfolyam

Konzulens: Dr. Trón Zsuzsanna, adjunktus

Corruption is widely recognised as a major obstacle to sustainable development, yet empirical evidence on its macro level determinants and growth effects remains contested. This study examines how human development, economic freedom, and a selected dimension of state fragility are associated with perceived public sector corruption across countries, and whether corruption “greases” or “sands” the wheels of the economy. I hypothesise that higher human development and economic freedom reduce corruption, that stronger human flight and brain drain are linked to higher corruption, and that corruption ultimately undermines economic performance rather than fostering growth. The empirical analysis relies on secondary quantitative data for 112 countries for 2023, using the Corruption Perceptions Index as the dependent variable and three explanatory indices: the Human Development Index, the Index of Economic Freedom, and the Human Flight and Brain Drain indicator. In the first step, I estimate multiple linear regression models to identify average relationships between these variables. In the second step, I apply quantile regression in order to explore how these relationships differ across the corruption distribution, distinguishing between highly corrupt and relatively clean country groups. A second model reverses the set up and uses GDP per capita as the dependent variable with corruption and economic freedom as key predictors, to test the grease versus sand the wheels hypothesis. The results show that economic freedom and human development are generally associated with lower perceived corruption, while higher levels of human flight and brain drain are linked to more severe corruption problems. The quantile regressions reveal that these effects are not uniform: human development matters most in highly corrupt environments, whereas economic freedom exerts a broadly robust, corruption reducing impact. The growth model indicates that lower corruption and greater economic freedom are systematically associated with higher GDP per capita, rejecting the idea that corruption can reliably “grease the wheels” and instead supporting the view that it “sands the wheels” of the economy.

KIFIZETŐDŐ FELELŐSSÉG? A FENNTARTHATÓSÁG ÉS A JÖVEDELMEZŐSÉG KETTŐSSÉGE AZ EURÓPAI PIACON

Szerző: Kiss Konrád, Gazdálkodási és menedzsment BSc, III. évfolyam
Konzulens: Prof. Dr. Becsky-Nagy Patrícia, egyetemi tanár

A globális környezeti kihívásokra adott válaszként az ESG-szemlélet elterjedése a vállalati döntéshozatalban olyan paradigmaváltásnak tekinthető, amely alapvetően írja át a gazdasági felelősségvállalás értelmezését. A vizsgálat aktualitását az Európai Unió utóbbi években kiteljesedő modern fenntarthatósági szabályozási hulláma, valamint a vizsgált időszak rendkívüli makrogazdasági dinamikája adja. Ennek átfogó értékelésére dolgozatomban célkitűzése az ESG-minősítés és az eszközarányos jövedelmezőség (ROA) kapcsolatának többszintű ökonometriai elemzése az európai tőkepiac legjelentősebb vállalatainak példáján keresztül. Alapvető hipotézisem szerint a magasabb fenntarthatósági pontszám stabilabb működést és hatékonyabb erőforrás-felhasználást biztosít, aminek eredményeként az pozitív és szignifikáns kapcsolatban áll az eszközarányos jövedelmezőséggel. Célkitűzéseim megvalósításához a szekunder adatgyűjtést követően a STOXX 600 index vállalatainak 2017 és 2024 közötti adatait a releváns módszertani előírások szerint kezeltem, panelregressziós modellt alkottam, majd a pénzügyi adatsorok tulajdonságait figyelembe véve Driscoll-Kraay féle robusztus eljárást alkalmaztam. Különös figyelmet fordítottam a pénzügyi szektor vizsgálatára, ahol az eltérő szerkezet miatt erősebb hatást feltételezek. Ezen fókuszot egy szektorális utóvizsgálattal egészítettem ki az iparági különbségek azonosítása érdekében, valamint kiegészítettem a segítségével vizsgáltam a jelenség transzmissziós mechanizmusát. Megállapítható, hogy az aggregált ESG-minősítés és az eszközarányos megtérülés között nincs statisztikailag szignifikáns kapcsolat, ugyanakkor a további elemzés igazolta feltételezéseim. A pénzügyi intézményeknél pozitív összefüggést azonosítottam, majd az utóvizsgálat feltárta a mintán belüli különböző hatásokat is, amelyekről részletes elemzést készítettem. A kapott eredmények bemutatják, hogy a feltételezés nem törvényszerűség, hanem stratégiai lényegtől függ, és rendkívül zajos, ezért a döntéshozóknak az aggregált pontszámok helyett az iparág- és tevékenység-specifikus elemekre kell fókuszálniuk. A dolgozatban feltárt összefüggések és kutatási rések iránymutatást adnak a döntéshozóknak, és későbbi elemzéseknek a különálló ESG-pillérek és a jövedelmezőség közötti mélyebb mechanizmusok feltárásához.

THE IMPACT OF THE EXCHANGE RATE VOLATILITY ON FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN EMERGING EUROPEAN ECONOMIES: EMPIRICAL EVIDENCE FROM HUNGARY, POLAND, AND ROMANIA

Author: Kobeissy Fatima,
MA in International Economy and Business, 2nd year
Supervisor: Dr. Levente Sándor Nádasi, senior lecturer

Foreign direct investment (FDI) plays a vital role in driving economic and social development by increasing the productivity of host countries, raising economic growth rates, and fostering greater sectoral integration, thereby achieving sustained and sustainable development. Given this importance, it was necessary to study the variables that affect this FDI inflow in the countries, especially in emerging countries. In this study, we focused on analyzing the impact of the exchange rate volatility on the FDI in three European Emerging economies, which are Hungary, Poland, and Romania. A lot of theories explained the relationship between these two variables; some theories found that the exchange rate volatility deters FDI, while others found that there is a positive relationship, which means that the volatility attracts FDI. For us to test the relationship between the two variables, we collected Quarterly data for our three countries for FDI Inflows, Exchange rate volatility, Gross domestic product growth, Inflation, Financial development, Trade openness, and Institutional quality from 2007 to 2024. We will test 5 hypothesis which are, first does Exchange rate volatility has a statistically significant effect on inward FDI in CEE economies second, whether the real exchange rate level is a significant determinant of inward FDI, third the long-run and short-run components of exchange rate volatility have distinct effects on FDI; fourth, whether financial development moderates the relationship between exchange rate volatility and FDI. Finally, the relationship between exchange rate volatility and FDI differs across CEE economies, reflecting country-specific structural characteristics. The study used a GARCH model to study exchange rate volatility and an ARDL bound test to study the relationship between the variables, along with the U-test to examine linearity and the Toda-Yamamoto test for causality. The results showed that there is no significant relationship between exchange rate volatility and FDI in Hungary, while in Poland, the relationship in the short term is negative but turns positive in the long run, and for Romania, it is also a positive relationship, which aligns with the asset-acquisition channel. Regarding the financial development in the case of Romania, it deters the FDI. So, the main Finding of this study is that no country exhibits a significant negative relationship between volatility and FDI. Across all three countries, a different dominant channel operates, confirming that the relationship is a conditional outcome rather than a structural parameter. As a recommendation, we advise that Poland should prioritize exchange rate competitiveness over volatility reduction. Premature euro adaptation at an overvalued rate would directly harm the export platform FDI. Romania should focus on inflation stability and the deepening of the financial sector. For Hungary, the required reform of FDI measurements is to separate SPE flows.

A DARTS PROFESSZIONALIZÁLÓDÁSÁNAK GAZDASÁGI SZEMPONTÚ ELEMZÉSE

Szerző: Korbel Ábel, Sportszervezés BSc, III. évfolyam

Konzulens: Dr. Ráthonyi-Odor Kinga, egyetemi docens

A darts egy hagyományos angolszász szabadidős sportból a 21. századra egy több 10 millió angol fontos globális szórakoztatóipari termékké, a professzionális sport és a showműsor ötvözetévé nőtte ki magát. Bár a nemzetközi piacon a sportág gazdasági fejlődése és márkaértéke töretlen, a hazai piac fejlettsége, társadalmi megítélése még jelentős elmaradásban van a nyugat-európai régióhoz képest. Kutatásom alapkérdése, hogy a Professional Darts Corporation (PDC) által sikerre vitt nemzetközi üzleti modell, hogyan illeszkedik a magyar piacra és milyen tényezők határozzák meg a sportág hazai gazdasági fejlődését. Célom, (1) a hazai darts közösség médiafogyasztási, vásárlási és sportturisztikai szokásainak átfogó feltérképezése; (2) a sportág meghatározó szponzori (kiemelten szerencsejáték-ipari) jelenlét társadalmi és gazdasági elfogadottságának vizsgálata. Célom továbbá, hogy (3) elemezzem a sportág magyarországi és nemzetközi megítélése közötti jelentős különbséget, (4) végül konkrét stratégiai javaslatokat fogalmazzak meg a sportág hazai népszerűsítésére és pénzügyi fejlődésére. A célok elérése érdekében online kérdőíves felmérést végeztem a magyar rajongói bázis körében (n=259). Megállapítható, hogy a hazai fogyasztók meglepően aktívak és magas fizetőképes kereslettel rendelkeznek a sportfelszerelések, illetve a nemzetközi sportturizmus terén, ugyanakkor a rajongói merchandise termékek hazai piaca még kezdetleges. Bizonyítást nyert, hogy a magyar szurkolók felelősségteljesen viszonyulnak a fogadóirodák domináns szponzori jelenlétéhez, amelyet hitelességi aggályok nélkül, a professzionális működés alapjaként fogadnak el. A kutatás rávilágított az érzékelhető különbség létezésére is. Míg külföldön a darts elismert sport, hazánkban messze elmarad más hagyományos sportágak (pl. labdarúgás, kézilabda) népszerűségétől és továbbra is szabadidő sportként tekintenek rá. A sportág hazai fejlődéséhez nem csak az infrastruktúra fejlesztése, hanem a strukturált utánpótlás nevelés, tudatos arculatépítés és nemzetközileg is sikeres magyar példaképfatás is hozzá tudna járulni.

A KÖRNYEZETTUDATOSSÁG TÉRNYERÉSE A NAGYSZABÁSÚ SPORTESEMÉNYEKEN

Szerző: Lóczi Hajnal Ilka, Sportszervezés BSc, III. évfolyam
Konzulens: Jáhn Alexandra Noémi, doktorandusz

A mai világban a környezetünk megóvása már erkölcsi kötelességünk, az emberiség fenntartásának egyfajta záloga. A környezetvédelem kérdésköre a világ egyik legkritikusabb prioritásává vált. A sport és a természeti környezet kapcsolata szinte elválaszthatatlanok egymástól. A nagyméretű sportesemények rendezése és lefolyása jelentős terhet ró az ökoszisztémára. A dolgozatomban arra kerestem a választ, hogy a hétköznapi átlagemberek milyen környezettudatos lépéseket tesznek a mindennapjaik során, illetve a sportesemények látogatásakor. Dolgozatom általános célja, hogy ismertessem ennek fontosságát a korábbi nyári olimpiák példáin keresztül, és bemutassam ennek jelentőségét. A munkám során a primer stratégia mellett döntöttem, azon belül is a kvantitatív (mennyiségi) adatgyűjtést alkalmaztam, egy strukturált online kérdőív formájában. A mintavétel során a hólabda módszert alkalmaztam, amely lehetővé tette a minta organikus növelését. Kutatásomnak két fő része volt, az általános környezetvédelem, ahol az egyén személyes tudatosságát mérem fel, illetve a sportrendezvényekhez köthető környezetvédelmi kérdések, amin belül kitérek a sport és a zöld gondolkodás kapcsolatára. Hipotézisem szerint az emberek egyre több lépést tesznek az ökotudatos megoldások felé a magánéletükben, és egyre nagyobb figyelmet fordítanak a környezettudatosságra a sporteseményeken való részvétel alatt. Mindezt olyan kérdésekkel mértem fel, mint a jegyértékesítés digitalizációjának a támogatása, az sportlétesítmények fenntartható utóhasznosítása, vagy a szelektív hulladékgyűjtés fontossága. A hipotéziseim megalapozottnak bizonyultak, hiszen a válaszadók nagy része egyet értett velem, hogy az egyének személyes döntései fontos szerepet játszanak a környezetvédelemben és szívesebben látogat ki olyan eseményekre, melyek környezetbarát módon valósulnak meg.

DIGITÁLIS EGÉSZSÉGÜGYI MONITORING KISÁLLATOK SZÁMÁRA

Szerző: Madar-Horváth Emese, Agrár-és üzleti digitalizáció BSc, III. évfolyam
Konzulens: Dr. Péntek Ádám, adjunktus

A dolgozat célja egy integrált, kisállat-egészségügyi alkalmazás – a PawLink – koncepciótervének kidolgozása, amely az általam ismert precíziós állattartás elveit átülteti a háztartási kedvencek világára. A kutatás motivációját az adta, hogy a magyar háztartások túlnyomó részében él valamilyen kisállat, ugyanakkor az ő egészség-megőrzésükhöz hozzájáruló kisállat-egészségügyi alkalmazások széttagoltak, nem integráltak az állatorvosi rendszerekkel. Ez az információs szakadék azt eredményezi, hogy az állatorvosok és a gazdák közötti kommunikációs hiányosság gyakran a betegségek késői felismeréséhez vezet. A dolgozat általános célkitűzése egy integrált, mobilalapú kisállat-egészségügyi alkalmazás koncepciótervének a kidolgozása (PawLink), amely az általam ismert precíziós állattartás elveit ülteti át a háztartási kedvencek világára. A hipotézis szerint valós a kisállattartók körében az igény egy integrált, digitális platformra, amely összesíti a házikedvencek egészségügyi adatait és emellett közvetlen kapcsolatot teremt az állatorvossal. A primer kutatás két módszert ötvözött. Egy online kérdőíves felmérést alkalmaztam és egy félig strukturált mélyinterjú egy jelenleg is praktizáló állatorvossal. A szakirodalmi áttekintés keretein belül bemutatom a precíziós állattartás alapjait, a kisállatok körében alkalmazott szenortechnológiákat, valamint a jelenleg piacvezető alkalmazásokat, majd azokat összehasonlító elemzésnek vetem alá. A kérdőíves felmérés eredményei szerint a kisállattartók túlnyomó többsége egyáltalán nem használ digitális eszközöket háziállatának megfigyelésére, ebből kifolyólag a nagyrészüket csak emlékezetből számol be kedvence tüneteiről az állatorvosnál. Ezzel szemben az általam megkérdezett szakember becslése szerint már döntően kritikus állapotban érkeznek az állatok a rendelőbe. A felmérés szerint a gazdák nyitottak lennének egy felhőalapú, állatorvos által is elérhető megoldásra, ami megerősítette a feltevésemet. A kutatás eredményeire támaszkodva bemutatom a PawLink koncepciótervét, amelynek alappillérei az integráció, automatizáció és a közvetlen kapcsolat állatorvos és gazda között. Az alkalmazás „Smart riasztás” funkciója ezt elősegítve jelzi az eltéréseket és korai állatorvosi vizitre ösztönöz. Az applikáció fenntartható működésének érdekében javaslatot teszek egy háromlábbon álló üzleti modell kidolgozására is, amely ötvözné a prémium előfizetéseket, reklámhirdetéseket és a GDPR rendeletnek megfelelő adathasznosítást. A dolgozatban nem teljeskörű szoftverkidolgozást tűztem ki célul, hanem egy elméletileg megalapozott, kutatásokkal alátámasztott koncepció bemutatását, amely alapja lehet egy későbbi prototípusnak.

MÁRKAÉPÍTÉSI ÉS MARKETINGLEHETŐSÉGEK A SPORTBAN – EGYES NBA ÉS EURÓPAI LABDARÚGÓKLUBOK ÖSSZEHASONLÍTÓ VIZSGÁLATA

Szerző: Majzik Péter, Sportszervezés BSc, III. évfolyam
Konzulens: Dr. Ráthonyi-Odor Kinga, egyetemi docens

Bár a sport Európában és Észak-Amerikában is hatalmas jelentőséggel bír, a két régió gyökeresen eltérő sportmodelljei és gazdasági szabályai miatt a kluboknak komoly kihívást jelent a globális márkaépítés és a pénzügyi növekedés összehangolása a szigorú előírásokkal. Kutatásom alapkérdése, hogy egy zárt franchise-rendszer és egy nyitott, hierarchikus modell, milyen eltérő gazdasági és marketinglehetőségeket biztosít a legnagyobb márkaértékkel rendelkező klubok számára. Célom, (1) a két rendszerben lévő klubok márkaértékére ható legfontosabb tényezők vizsgálata; (2) a pénzügyi korlátozásoknak való megfelelés elemzése, továbbá, (3) a rendszerek szabályozásainak márkaértékre gyakorolt hatásának feltárása, (4) végül annak kimutatása, hogy mely szabályok áttemelése lenne jótékony hatással a másik rendszer klubjainak márkaértékeire. A célok elérése érdekében másodlagos adatforrásokkal dolgoztam. A Brand Finance 2025-ös adatai alapján a három legnagyobb márkaértékű NBA klub és európai labdarúgóklub gazdasági teljesítményét vizsgáltam. A vizsgálat során, az NBA klubokra vonatkozó adatok korlátozott hozzáférhetősége miatt, a Forbes kimutatásai, az európai labdarúgóklubok esetében pedig azok éves pénzügyi beszámolóit alapján végeztem a pénzügyi és gazdasági elemzést. A játékosmozgásokról pedig az ezeket nyilvántartó adatbázisokból informálódtam. Megállapítható, hogy az NBA zárt rendszere és bevételmegosztása pénzügyi stabilitást ad, ami a fizetési sapka révén gátolja a túlköltekezést, de be is határolja a márkaérték gyors növekedését. Ezzel szemben az európai labdarúgásban a közvetlen sportszakmai sikerek, a nemzetközi kupaszereplések és a presztízs drasztikusabban és gyorsabban formálják a márkaértéket. Bizonyítást nyert, hogy az infrastrukturális fejlesztések és a globális szponzori szerződések mindkét modellben kulcstényezők. Bár az európai klubok igyekeznek megfelelni az UEFA pénzügyi szabályainak, ehhez néha komoly gazdasági és jövőbeli eszközöket kell feláldozniuk. Az amerikai modellt a stabil profitmaximalizálás, míg az európaiat az eredményorientált növekedés és a hagyományokra épülő globális presztízs határozza meg.

FOGYASZTÓI MAGATARTÁS A MAGYAR SPORTTÁPLÁLÉK-KIEGÉSZÍTŐK PIACÁN

Szerző: Mázik Laura, Gazdálkodási és menedzsment BSc, III. évfolyam
Konzulens: Prof. Dr. Müller Anetta Éva, egyetemi tanár

A tanulmány a sporttáplálék-kiegészítők piacát vizsgálja, fókuszálva a fiatal sportolók fogyasztási szokásaira, valamint a BioTechUSA, MyProtein, Nutriversonum és Scitec Nutrition nagyvállalat összehasonlítására. A kiegészítők iránti kereslet az elmúlt években nőtt (BioTechUSA bevétele 2025: 100,9 mrd), mely összefügg az egészséges életmód térnyerésével. A piaci belépések számának növekedése fokozta a versenyt és bővítette a már így is sokszínű kínálatot. A 21. századi élelmiszerfogyasztásban az egészségtudatosság és a funkcionális táplálkozás összefonódása révén a sporttáplálék-kiegészítők már nem csak teljesítményfokozók, hanem értékrendet képviselnek és a fogyasztók mindennapi rutinját képezik. Áttekintettem a releváns szakirodalmakat, majd primer kutatásomhoz kényelmi és célzott mintavételi eljárást alkalmazva, online kérdőívet osztottam meg verseny- és szabadidősportolói csoportokban 2025. szeptemberben. 420 értékelhető választ SPSS szoftverrel dolgoztam fel. A termékpreferenciákat és összefüggéseket leíró statisztikával (átlag, medián, szórási) és khi-négyzet próbával tártam fel. A szegmenseket K-means klaszterelemzéssel azonosítottam a vásárlási szempontok, a márkaismertség és a márkák megbízhatósága alapján. A vizsgálat 3 jól elkülöníthető fogyasztói réteget határolt el. Az első csoportot a tudatos, minőségorientált vásárlók alkotják, akiket magas fokú márkaismertség és hasznosság iránti elköteleződés jellemez. A második passzív klasztert alacsony bevonódás, gyengébb márkaismeret és bizonytalan döntési preferenciák jellemzik. A harmadik szintén minőségfókuszú szegmens márkaismerete szelektív és érzékenyebbek a tartalomgyártók hatására is. A klaszterek között különbségek figyelhetők meg, a terméktulajdonságok megítélésében és a márkákhoz való viszonyulásban. Megállapítottam, hogy a férfiak döntésében a teljesítményfokozás, míg a nőknél az egészségtudatosság játszik nagyobb szerepet. A férfiaknál dominál a kreatin (férfiak:47,40%; nők:16,40%), az aminosav és az edzés előtti készítmény, továbbá sportolási motivációjuk kiegyenlített, míg a nők döntően rekreáció-orientáltak (74,4%). Hipotéziseim a piac komplexitását tükrözik, fókuszálva a sportolói motivációra, a nemek közötti eltérésekre, a költési szokásokra és a márkabizalomra. A kutatási eredmények segítik a vállalatokat a célcsoport-specifikus üzenetek megfogalmazásában.

A LABDARÚGÓ UTÁNPÓTLÁS, MINT CSALÁDI BERUHÁZÁS – RÁFORDÍTÁS ÉS SZÜLŐI ELVÁRÁSOK KAPCSOLATA A DEBRECENI LABDARÚGÓ EGYESÜLETEKNÉL

Szerző: Mester Norbert, Sportközgazdász MSc, II. évfolyam
Konzulens: Dr. Ráthonyi Gergely Gábor, adjunktus

A hazai és nemzetközi sportközgazdaságtanban az elmúlt évek egyik fontos kérdésköre az utánpótlás-nevelés üzleti alapok alapján történő vizsgálata, melynek során a gyermekek sportolása a szabadidős tevékenységből egyre inkább egyfajta céltudatos „családi beruházássá” válik. Ez a szemléletváltás a családok részéről olyan tudatosságot igényel, mint bármely más komolyabb pénzügyi döntés meghozatala. Figyelembe véve azt a tényt, hogy a családok sportcélú ráfordításainak és a megtérülési elvárásoknak a komplex összefüggésrendszere debreceni viszonylatban még kevésbé kutatott terület, véleményem szerint fontos ezen dimenziók vizsgálata. Kutatásom általános célkitűzése a labdarúgó utánpótlás, mint humántőke-befektetés értékelése a debreceni labdarúgó egyesületek példáján keresztül. Fő hipotézisem szerint a gyermek labdarúgására fordított anyagi ráfordítás mértéke és a szülők professzionális karrierre vonatkozó elvárásai között pozitív összefüggés figyelhető meg. Emellett a másik kérdéskör a tanulás és élsportolói karriertervek kapcsolatának elemzése. A vonatkozó szakirodalmak feldolgozását követően primer kutatást végeztem kérdőíves felmérés formájában. A kérdőívek terjesztése az egyesületi vezetők jóváhagyásával, az edzők közreműködésével történt, akik a csapatok zárt csoportjaiban tették közzé a felhívást. A kapott adatok leíró statisztikai elemzésén túl elvégeztem a felállított hipotézisek statisztikai tesztelését is. Ennek során vizsgáltam többek között a jövedelmi helyzet és az árnyékszolgáltatások kapcsolatát, a duális karrier szerepét a klubválasztásban, valamint az anyagi terhek szubjektív megélésének hatását a klubértékelésre. A szülők válaszai alapján összességében magas elégedettség figyelhető meg a klubok működésével kapcsolatban, különösen az edzők munkájának értékelése terén és a szervezetséget is kedvezően értékelik. Ugyanakkor bizonyos területeken mérsékeltebb elégedettség tapasztalható. A szülői attitűdök tekintetében jól látható, hogy bár elkötelezettek gyermekük sporttevékenysége iránt, és szívesen áldoznak annak támogatására, viszont a profi karrier realitását már jóval óvatosabban ítélik meg. Emellett hangsúlyos az a szemlélet, hogy a tanulás és a sport közötti egyensúly fenntartása kiemelten fontos, valamint a sportolással járó anyagi terhek egyes családok számára megterhelést jelenthetnek. Összességében egy stabilan működő, szakmailag megbízható, de több szempontból fejlesztendő rendszer képe rajzolódik ki.

SÖTÉT TULAJDONSÁGOK PÁLYAVÁLASZTÁSRA GYAKOROLT HATÁSÁNAK VIZSGÁLATA EGYETEMI HALLGATÓK KÖRÉBEN

Szerző: Molnár Anna Erzsébet, Vezetés és szervezés MSc, II. évfolyam
Konzulens: Barizsné Dr. Hadházi Edit, egyetemi docens

Dolgozatomban arra vállalkoztam, hogy feltárjam a személyiségben jelenlévő sötét vonások pályaválasztásra gyakorolt hatását. A kutatás elméleti keretét a Sötét Hármas (Dark Triad) modellje, valamint a Holland-féle foglalkozási személyiségtipológia (RIASEC-modell) adta. A kutatás fő célkitűzése, hogy megvizsgálja, milyen pályaválasztási preferenciákkal rendelkeznek azok a hallgatók, akiknek személyiségében erőteljesebben megmutatkoznak a sötét vonások. Primer kutatásomat a Debreceni Egyetem hallgatóinak körében végeztem. A sötét vonásokat a Rövid Sötét Hármas, az érdeklődési irányokat pedig a Pályaérdeklődési Irányok kérdőív segítségével mértem fel. Megállapítottam, hogy bizonyos esetekben kimutathatók különbségek a sötét vonások és a pályaválasztási irányok tekintetében a háttérváltozók (hallgatók neme, egyetemi kar) függvényében. A kérdőíves felmérés eredményeit a fókuszcsoportos interjú kvalitatív módszerével egészítettem ki, amelynek során a sötét tulajdonságokkal rendelkező személyek pályaválasztásával kapcsolatos sztereotípiákat tártam fel. A beszélgetés rávilágított, hogy a sötét vonásokhoz a hallgatók leginkább a jogi, politikai, közgazdasági, vállalkozói, orvosi, előadóművészeti, valamint szociális pályákat társítják. Vizsgálatom rámutatott, hogy a sötét vonások a pályaérdeklődésben is szerepet játszhatnak. Kutatásom eredményei hozzájárulhatnak ahhoz, hogy egyéni szinten tudatosabb legyen a pályaválasztási döntés, és a személyiséget is vegyék figyelembe az oktatási intézmény vagy a munkahely kiválasztásakor. Rávilágítottam továbbá, hogy bizonyos pályák vagy pozíciók kifejezetten vonzóak lehetnek a sötét vonásokkal rendelkező személyek számára. Ez a felismerés segítheti a szervezeteket, hogy már a kiválasztási folyamat során azonosítsák a sötét vonásokat. Noha eredményeim nem általánosíthatók és nem vonatkoztathatók minden egyetemi hallgatóra, mégis fontos kiindulópontot jelentenek annak megértésében, hogy miért preferálnak bizonyos pályákat a Sötét Hármas tagjai.

AZ UEFA BAJNOKOK LIGÁJA REFORMJÁNAK FOGYASZTÓI PERCEPCIÓI: IDŐBELI ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉS

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

A kutatás célja az UEFA Bajnokok Ligája alapszakaszának 2024/2025-ös idénytől bevezetett reformja által kiváltott változások vizsgálata a sportfogyasztói magatartás és elégedettség dimenzióiban. Az új lebonyolítási rendszer – az ún. svájci modell – megszüntette a csoportkört, helyette egy egységes tabellarendszert vezetett be, amelyben több csapat vesz részt, növekszik a mérkőzések száma, valamint változatosabb ellenfélstruktúra alakul ki. A reformmal párhuzamosan a közvetítési struktúra is átalakult, mivel a mérkőzések jelentős része az RTL+ előfizetéses felületére került, tovább erősítve a streaming szolgáltatások szerepét. A vizsgálat középpontjában annak feltárása áll, hogy az idő előrehaladtával miként változott a sportfogyasztók streaming-előfizetéssel kapcsolatos fizetési hajlandósága, a reform egyes elemeinek megítélése, valamint az általános elégedettség és az észlelt igazságosság szintje. A kutatás módszertanilag szekunder és primer adatgyűjtést egyaránt alkalmaz. A primer kutatás kvantitatív megközelítésben, kérdőíves felmérés formájában valósult meg két időpontban ($N_{(2024)}=430$; $N_{(2026)}=306$), lehetővé téve az időbeli összehasonlító elemzést. A keresztábra-elemzések eredményei alapján megállapítható, hogy a vizsgált időszakban növekedett a fogyasztók fizetési hajlandósága, továbbá a későbbi mintában szereplő válaszadók szignifikánsan kedvezőbben értékelték a reform egyes aspektusait. A Kruskal–Wallis-próba szintén szignifikáns különbségeket mutatott ki a két minta között mind a versenyrendszer igazságosságának megítélése, mind az általános elégedettség tekintetében. Az eredmények arra utalnak, hogy a nagyléptékű sportstruktúrák átalakításának hatásai nem azonnal jelentkeznek, hanem időben fokozatosan érvényesülnek, és a fogyasztói percepciók irányába mutató pozitív elmozdulás figyelhető meg.

A SZÍNEK SZEREPE A MARKETINGBEN: SZÍNPREFERENCIÁK ÉS SZEMÉLYISÉG

Szerző: Pázmándi Regő, Kereskedelem és marketing BSc, III. évfolyam
Konzulens: Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes, adjunktus

A színek meghatározó szerepet töltenek be a marketingkommunikációban, mivel közvetlen hatást gyakorolnak vásárlásainkra, a fogyasztói érzelmekre és a döntéshozatalra is. Jelen kutatás célja, hogy feltárja a színekkel kapcsolatos asszociációkat, a vásárlási folyamaton belüli szerepük jelentőségét, valamint a személyiségjegyek színpreferenciákra gyakorolt hatását.

Dolgozatomban szekunder kutatásomon kívül, kétféle primer kutatást is alkalmaztam a részletesebb elemzés és adatgyűjtés érdekében. Először egy nagymintás kérdőíves elemzést végeztem, majd ezt egy szemkamerás kutatással egészítettem ki.

Az eredmények azt mutatják, hogy a két primerkutatásból származó adatok egymással és a szekunderkutatásban feldolgozott szakirodalommal is összhangban állnak. Fény derült arra, hogy az emberek nagy többsége azonos asszociációkat fogalmaz meg a színekkel kapcsolatban, a befolyásoló tényezők hatással vannak színpreferenciánkra és saját bevallásuk szerint is fontosnak tartják a színek szerepét vásárlásaik során.

A HES PLATFORM RELEVÁNCIÁJA ÉS ALKALMAZHATÓSÁGA A DIGITÁLIS EGÉSZSÉGÜGYI SZOLGÁLTATÁSOK PIACÁN

Szerző: Pink Gréta, Vállalkozásfejlesztés MSc, II. évfolyam
Konzulens: Nagy-Tóth Boglárka, tanársegéd

A kutatás a nemzetközi mobilitás során felmerülő egészségügyi kihívásokra és az információs szakadék áthidalására irányul a HES platform koncepcióján keresztül. A munka alapvető célkitűzése a külföldi ellátás során felmerülő információs igények, a digitális megoldásokkal szembeni bizalmi tényezők, valamint a platform üzleti modelljének feltárása a Business Model Canvas keretrendszer alkalmazásával. A kutatási kérdések az információhiány és bizonytalanság meglétére (RQ1), a használati hajlandóságot befolyásoló tényezőkre (RQ2), a digitális bizalom szerepére (RQ4), valamint az elfogadható üzleti modellekre és fizetési hajlandóságra (RQ3) irányulnak. A módszertan szekunder és primer kutatási szakaszokból áll. A szekunder szakaszban 73 hazai és nemzetközi szakirodalmi forrás feldolgozása történt meg, kiegészítve olyan stratégiai elemző modellekkel, mint a PESTEL, a Porter-féle öt versenyerő modell, a SWOT-analízis és a Business Model Canvas. A primer kutatás keretében 13 félig strukturált mélyinterjú készült olyan személyekkel, akik az Európai Unió területén vettek igénybe egészségügyi szolgáltatást. Az adatfeldolgozás tematikus elemzéssel valósult meg. Az eredmények igazolták, hogy a külföldi ellátásban érintettek jelentős információhiánnyal és bizonytalansággal szembesülnek, ami elsősorban a rendszerek átláthatatlanságából és a nyelvi akadályokból ered. Az üzleti modell (BMC) kidolgozása során azonosított fő értékajánlat a strukturált, validált szakmai adatbázis és a közösségi tapasztalatok integrációja. A pénzügyi fenntarthatóság elemzése rávilágított, hogy a célcsoport korlátozott fizetési hajlandósága miatt egy hibrid, freemium alapú modell alkalmazása indokolt, amely a B2C letöltési díjak mellett hangsúlyosan épít a B2B bevételekre, például biztosítói és vállalati partnerkapcsolatokra. A kutatás következtetése szerint a HES platform koncepciója valós problémára kínál megoldást. A javaslatok egy olyan hibrid működési modell irányába mutatnak, amely ötvözi a technológiai stabilitást, a szakmai hitelességet és a közösségi bizalmat, ezáltal érdemben csökkentve a külföldi egészségügyi ellátással kapcsolatos bizonytalanságot.

**SUSTAINABILITY OF PUBLIC PENSION SYSTEMS IN THE EUROPEAN UNION
UNDER DEMOGRAPHIC AGING: CHALLENGES AND POLICY RESPONSES**

Author: Qasim Muhammad,
BA in Management and Business Administration, 3rd year
Supervisors: Dr. Levente Sándor Nádasi, senior lecturer
Dr. Zsuzsanna Trón, senior lecturer

The sustainability of public pension systems has become an increasingly important issue in the European Union due to demographic aging, declining fertility rates, and rising life expectancy. These demographic trends are gradually increasing the old-age dependency ratio, thereby placing growing financial pressure on pay-as-you-go pension systems that rely on contributions from the working population. This study examines whether public pension systems in the EU can remain financially sustainable under current demographic conditions. Using a quantitative and comparative research approach based on panel data for EU27 countries, the study analyses key demographic, economic, and institutional variables, including life expectancy, pension expenditure, replacement rates, and retirement age patterns. In addition, panel regression analysis is applied to examine the relationship between demographic, economic, and institutional variables and their impact on pension system sustainability. The analysis is further supported by trend evaluation and cross-country comparisons, allowing for the identification of both temporal developments and structural differences between member states. The findings indicate a clear upward trend in the old-age dependency ratio, reflecting a growing imbalance between contributors and beneficiaries. Additionally, pension expenditure is rising in many countries, increasing fiscal pressure on public finances. The results also highlight a persistent gap between statutory and effective retirement ages, which further weakens system sustainability. Differences across country clusters reveal that while some systems struggle with financial sustainability, others face challenges related to adequacy and equity, particularly concerning the gender pension gap. The study concludes that there is no universal solution, and effective policy responses must balance sustainability, adequacy, and fairness. Ongoing reforms, including increasing retirement age, promoting labour market participation, and developing multi-pillar pension systems, are essential to ensure the long-term stability of pension systems in aging European societies.

A NYUGAT-BALKÁN GAZDASÁGI INTEGRÁCIÓJA AZ EURÓPAI UNIÓBA

Szerző: Révay Gréta, Nemzetközi gazdálkodás BSc, IV. évfolyam
Konzulens: Dr. Trón Zsuzsanna, adjunktus

A Nyugat-Balkáni régió csatlakozása az Európai Unióhoz az elmúlt években napirendi téma, nem csak gazdaságpolitikai szempontból fontos, hanem geopolitikai stratégiai szerepet is tölt be. Az utolsó csatlakozás óta eltelt 13 év, ami a leghosszabb időszak új tagállam csatlakozása nélkül. Ez részben azzal magyarázható, hogy a régió gazdasági elmaradottsága számottevő és az európai uniós csatlakozási feltételek is szigorúbbak lettek az előző ciklusokhoz képest. Dolgozatom központi kérdése, hogy a Nyugat-Balkáni régió országai mennyire felkészültek gazdasági teljesítmény szempontjából a csatlakozáshoz. A kutatás célja, a gazdasági integráció érettségének vizsgálata, 6 dimenzió mentén. A kutatásban résztvevő országok közé tartozik Albánia, Bosznia-Hercegovina, Észak-Macedónia, Koszovó, Montenegró, Szerbia és az Európai Unió jelenlegi tagállamai. A kutatásom során szekunder adatgyűjtésre és szakirodalmi feldolgozásra támaszkodtam, módszertanomban az egyes gazdasági mutatók relatív távolságát mértem az európai uniós átlagértékekhez. Ez lehetővé teszi a régió országainak gazdasági teljesítményét az európai uniós átlaghoz viszonyítani. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a nyugat-balkáni országok még nem tekinthetők késznek a csatlakozáshoz, nem érték el a szükséges fejlettségi szintet. Az országok teljesítményei között jelentős különbségek vehetők észre, egyes mutatók már megközelítették az uniós átlagszintet. A kutatás következtetése szerint a régió országai még nem készek a csatlakozásra, de több esetben észrevehető felzárkózási pálya, ami megalapozhatja a jövőbeni csatlakozás sikerességét.

EURÓPAI HAGYOMÁNYOS ÉS DISZKONT LÉGITÁRSASÁGOK VIZSGÁLATA ESG ÉS GAZDASÁGI SZEMPONTOK SZERINT

Szerző: Rozsos Kinga Lara,

ESG - Környezeti, társadalmi és irányítási szakember MSc, II. évfolyam

Konzulens: Dr. Szendrey Orsolya, adjunktus

Az elmúlt években jelentősen nőtt a légi úton közlekedők száma és ez továbbra is folyamatosan növekvő tendenciát mutat. A gravitáció leküzdése azonban energiaigényes, a légiközlekedés környezetileg nem számít fenntarthatónak, azonban a 17 fenntartható fejlődési cél társadalmi és gazdasági jelentős részéhez hozzájárulhat. A tanulmányban európai hagyományos és diszkont légitársaságok összehasonlító elemzése történt meg kiválasztott ESG és gazdasági szempontok alapján. A légitársaságok vizsgálatba történő bevonása az utasforgalom szerint történt, majd működési modell szerint kerültek csoportosításra, így diszkont légitársaságok közül a Ryanair, easyJet és Wizz Air légitársaságok, míg hagyományos légitársaságok közül a Lufthansa Group, International Airlines Group és az Air France-KLM légitársaságok elemzését végeztem el. A környezeti pillérben légitársaságonként vizsgáltam az utaskilométerenkénti szén-dioxid-kibocsátást, a flotta átlagéletkorát, a fenntartható repülőüzemanyag (SAF) alkalmazásának mértékét, valamint a fedélzeti hulladékgazdálkodás gyakorlatát. A társadalmi pillér esetében a munkavállalói létszám és nemi arányuk, valamint a repülőgépek zajterhelése képezte a vizsgálat alapját. Az irányítási tényezők között a vezérigazgatók javadalmazása és kommunikációja, valamint az igazgatótanács nemi összetétele szerepelt. A gazdasági teljesítmény értékelése a bevételek és kiadások, a teljes nyereség, illetve az egy utasra jutó profit összehasonlításán alapult. Az elemzés eredményeként egy ESG–profit mátrix készült, amely a vizsgált mutatók közötti potenciális összefüggések feltárását szolgálta. A kutatás nem igazolt szignifikáns kapcsolatot az ESG-teljesítmény és a jövedelmezőség között, ugyanakkor megállapítható, hogy a diszkont légitársaságok összességében kedvezőbb ESG-eredményeket értek el, működési modelljük sajátosságai miatt utasonkénti nyereségük azonban minden légitársaság esetében alacsonyabbnak bizonyult. A légiközlekedés folyamatos működése a mai világban elkerülhetetlen, a szektor környezeti hátrányait ellensúlyozhatja társadalmi és gazdasági hasznossága. Elengedhetetlen azonban, hogy a döntéshozók folyamatosan fejlesszék a szektort fenntarthatósági szempontokból, azaz a működés ESG-kompatibilis legyen.

ZÖLD UTAK, OKOS DÖNTÉSEK – A LOGISZTIKA JÖVŐJE A SZÁLLÍTÁSI MÓDOK TÜKRÉBEN

Szerző: Sarkadi Barnabás, Ellátásilánc-menedzsment MSc, II. évfolyam
Konzulens: Dr. Gál Tímea, egyetemi docens

A dolgozat célja a különböző szállítási módok (közúti, vasúti, vízi és légi) szerepének vizsgálata a fenntartható logisztika keretein belül, különös tekintettel az ESG (Environmental, Social, Governance) szempontok és a mesterséges intelligencia alkalmazásának összefüggéseire. A kutatás alapvető kérdése, hogy a logisztikai vállalatok milyen eszközökkel és stratégiákkal képesek csökkenteni környezeti terhelésüket, valamint hogyan járul hozzá ehhez a technológiai fejlődés. A dolgozat első része szakirodalmi áttekintést nyújt a logisztika gazdasági szerepéről, a szállítási módok sajátosságairól és fenntarthatósági hatásairól, valamint bemutatja a zöld logisztika, az ESG szemlélet és a mesterséges intelligencia logisztikai alkalmazásának elméleti hátterét. Az elemzés kitér az egyes szállítási módok környezeti terhelésére, valamint az intermodális megoldások jelentőségére. Az empirikus kutatás kvalitatív módszertanra épül, amelynek keretében mélyinterjúk készültek jelentős logisztikai vállalatok vezetőivel és szakértőivel. Az interjúk feltárták a vállalatok fenntarthatósági stratégiáit, az ESG-követelmények gyakorlati megvalósítását, valamint a mesterséges intelligencia szerepét a logisztikai folyamatok optimalizálásában és a döntéshozatal támogatásában. Az eredmények rámutatnak arra, hogy a vállalatok egyre nagyobb hangsúlyt helyeznek a karbonkibocsátás csökkentésére, az útvonal-optimalizálásra és az intermodális szállítási megoldások alkalmazására. Ugyanakkor a fenntartható működés megvalósítását számos tényező nehezíti, többek között az infrastruktúra korlátai, a magas beruházási költségek és a szabályozási környezet komplexitása. A mesterséges intelligencia alkalmazása jelentős potenciált hordoz az erőforrás-hatékonyság növelésében és az ESG célok támogatásában. A kutatás hozzájárul a fenntartható logisztika gyakorlati megértéséhez, és rávilágít arra, hogy a versenyképesség megőrzése érdekében a logisztikai vállalatok számára elengedhetetlen a fenntarthatósági és technológiai szempontok integrált kezelése.

FENNTARTHATÓSÁGI LEHETŐSÉGEK ÉS KIHÍVÁSOK A SPORTLÉTESÍTMÉNYEK MENEDZSMENTJÉBEN

Szerző: Szabó Bence Pál, Sportszervezés BSc, III. évfolyam
Konzulens: Dr. Szendrey Orsolya, adjunktus

A dolgozat a fenntarthatósági lehetőségek és kihívások vizsgálatára irányul a sportlétesítmények menedzsmentje területén, ami napjainkban kiemelt jelentőségű témának számít. A kutatás célja annak feltárása, hogy a vizsgált sportlétesítmény ESG-közzététele milyen képet ad a fenntarthatósági teljesítményükről. Az elemzés 10 nagy sportlétesítmény vizsgálatára épült, egy saját kialakítású, 45 kérdésből álló értékelés rendszer alapján. A módszertan a fenntarthatósági kommunikációban megjelenő információk jelenlétét és részletességét vizsgálta, ahol egy százalékos mutató segítségével összehasonlítottam a sportlétesítményeket.

Az eredmények alapján megállapítható, hogy a fenntarthatóság három pillére eltérő hangsúllyal jelenik meg a vizsgált létesítmények esetében. A kutatás legfontosabb tanulsága, hogy a fenntarthatósági teljesítmény szorosan összefügg az átlátható és részletes kommunikációval, ezért a hazai sportlétesítmények fejlődése a rendszeres ESG-jelentéstétel, pontos adatgyűjtés és társadalmi programok hatásának mérése lehet.

TÖBB MINT VIDEOJÁTÉK: A HAZAI COUNTER-STRIKE KÖZÖSSÉG VIZSGÁLATA

Szerző: Szathmári Szilveszter, Sportszervezés BSc, III. évfolyam

Konzulens: Dr. Ráthonyi Gergely Gábor, adjunktus

Az e-sport az elmúlt években a szórakoztatóipar egyik legdinamikusabban fejlődő szegmensévé vált, amely gazdasági jelentősége mellett társadalmi és kulturális szempontból is egyre nagyobb figyelmet kap. A hagyományos sportokhoz hasonlóan az e-sport is strukturált versenyrendszert, magas szintű taktikai felkészültséget és összehangolt csapatmunkát igényel, ami indokoltá teszi a két terület összehasonlító vizsgálatát. Jelen kutatás célja a hazai Counter-Strike közösség jellemzőinek, attitűdjeinek és fejlődési lehetőségeinek feltárása. A vizsgálat során primer kvantitatív és kvalitatív módszertan került alkalmazásra. A kvantitatív adatgyűjtés kérdőíves felmérés formájában valósult meg (N=186), amely a magyar Counter-Strike játékosok szokásait és preferenciáit vizsgálta. Ezt kvalitatív interjúorozat egészítette ki, amelyben a hazai e-sport legfontosabb szakértői kerültek megszólításra a jelenlegi helyzet és a jövőbeli kilátások értékelése céljából. Az eredmények rámutatnak arra, hogy a Counter-Strike játékokat a közösség elsősorban a játék taktikai mélysége és közösségformáló szerepe miatt értékeli pozitívan, ugyanakkor kritikai elemek is megjelennek, különösen a hardverfüggőség és a játékmechanikai változások megítélése kapcsán. A válaszadók jelentős része a játékot kognitív készséget fejlesztő tevékenységként értékeli, ugyanakkor a monetizáció egyes formáit, különösen a mikrotranzakciókat, kritikus szemmel vizsgálja. A kutatás kiemeli a hazai e-sport ökoszisztéma strukturális hiányosságait: a válaszadók szerint korlátozottak a kitörési lehetőségek, nehéz hazai csapatot találni, valamint kevés a versenyzési lehetőség. Ezzel párhuzamosan alacsony az e-sport társadalmi elfogadottsága és a profi karrierlehetőségek megítélése is kedvezőtlen. Ugyanakkor egyértelmű igény mutatkozik a közösség részéről több hazai online és offline esemény megszervezésére, ami a terület fejlődési potenciálját jelzi. A kutatás eredményei hozzájárulnak a magyar Counter-Strike közösség mélyebb megértéséhez és alapot szolgáltathatnak a jövőbeni fejlesztésekhez, különösen a hazai versenyrendszer és közösségi infrastruktúra bővítése terén.

MI MOZGATJA A SZURKOLÓKAT? – A MÉRKŐZÉSLÁTOGATÁS MEGHATÁROZÓ TÉNYEZŐI A MAGYAR KOSÁRLABDÁBAN

Szerző: Szeleccki Anna, Sportközgazdász MSc, II. évfolyam

Konzulens: Dr. Balogh Renátó, adjunktus

A kutatás célja annak feltárása, hogy mely tényezők befolyásolják a magyar kosárlabda-mérkőzések látogatottságát, kiemelt figyelmet fordítva a szurkolói élményre, a lojalitásra és a gazdasági szempontokra. A vizsgálat középpontjában a mérkőzéslátogatási döntéseket meghatározó motivációk, valamint a szurkolói magatartásminták állnak. A kutatás vegyes módszertanon alapul: a kvantitatív adatgyűjtés során 395 szurkolói válasz került feldolgozásra, közel azonos arányban a Szolnoki Olaj és a Falco szurkolói köréből. Az adatelemzés során leíró statisztikai mutatók, khi-négyszet próba, valamint nemparaméteres eljárások (Mann–Whitney-próba, Kruskal–Wallis-teszt) kerültek alkalmazásra. A kvantitatív eredményeket két szakértői interjú egészíti ki, amelyek a klubok marketingtevékenységének gyakorlati aspektusait tárják fel. Az eredmények rámutatnak, hogy a mérkőzéslátogatás egyik legfontosabb meghatározója a közösségi élmény és a mérkőzések atmoszférája, különösen a hosszabb ideje aktív szurkolók körében. A statisztikai vizsgálatok szignifikáns különbségeket tártak fel a két szurkolótábor között: a Falco szurkolók esetében hangsúlyosabbak az élményalapú tényezők (pl. hangulat, közösségi média hatása, létesítményi komfort), valamint körükben magasabb a rendszeres mérkőzéslátogatás és a bérlettel rendelkezők aránya. Ezzel szemben a Szolnoki Olaj szurkolói nagyobb súlyt tulajdonítanak a gazdasági szempontoknak, különösen az ár–érték arálynak, és körükben gyakoribb az alkalmasszerű részvétel. Az elemzés továbbá igazolja, hogy a szurkolói lojalitás szoros összefüggést mutat a mérkőzéslátogatás gyakoriságával és időtartamával: a régóta aktív, rendszeres szurkolók erősebb érzelmi kötődést mutatnak, míg az alkalmi nézők esetében a költség- és kényelmi tényezők dominálnak. A szakértői interjúk megerősítik, hogy a klubok marketingtevékenységében egyre hangsúlyosabb szerepet kap a szurkolói élmény tudatos fejlesztése. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a kosárlabda-mérkőzések látogatottságának növelése komplex megközelítést igényel, amely egyaránt épít a szurkolói élmény fejlesztésére és az eltérő motivációkkal rendelkező szurkolói szegmensek célzott megszólítására.

EGYETEMI HALLGATÓK ÉLETMÓDBELI SZOKÁSAINAK KOMPLEX VIZSGÁLATA

Szerző: Szenteszki Anna, Sportszervezés BSc, III. évfolyam

Konzulensek: Dr. Ráthonyi-Odor Kinga, egyetemi docens

Dr. Ráthonyi Gergely Gábor, adjunktus

A fiatal felnőttkor kiemelten meghatározó életszakasz, mely során az életmódbeli szokások és viselkedési minták hosszú távon rögzülnek. Az egyetemi évek alatt a hallgatók számos kihívással szembesülnek, többek között rendszertelen időbeosztással, fokozott stresszel, anyagi korlátokkal, valamint az egészségtelen, gyors étkezési lehetőségek elérhetőségével. Napjainkban a mentális problémák gyakoribbá válása, a fizikai inaktivitás növekedése, valamint a kiegyensúlyozott táplálkozás háttérbe szorulása egyaránt jelentős népegészségügyi kihívást jelentenek, különösen a fiatalok körében. A dolgozat célja az egyetemi hallgatók életmódbeli szokásainak átfogó vizsgálata, különös tekintettel a mentális jóllétre, a fizikai aktivitásra és a táplálkozási szokásokra. A primer kutatás kérdőív segítségével valósult meg, online formában, kényelmi és hólabda módszerrel (n=257). A felmérésben validált kérdőíveket alkalmaztam, kiegészítve ezeket saját kérdésekkel. A mentális állapot mérésére az Észlelt Stressz Kérdőívet (PSS-14), a WHO Jóllét Indexét (WHO-5) használtam. A fizikai aktivitás során a Nemzetközi Fizikai Aktivitás Kérdőív (International Physical Activity Questionnaire - IPAQ) rövidített változata is beépítésre került, kiegészítve a sportolási szokásokra, motivációra és akadályokra vonatkozó kérdésekkel. A táplálkozási szokások feltérképezéséhez a REAP-S (Rapid Eating Assessment for Participants – Shortened Version), a Mini-EAT (Eating Assessment Tool), és a Food Frequency Questionnaire (FFQ) jelentette az alapot. A nők szignifikánsan magasabb stressz-szintről és alacsonyabb jóllétről számoltak be. A korrelációs vizsgálat alapján a stressz-szint és a jóllét között erős negatív kapcsolat mutatkozott, ami azt jelzi, hogy a magasabb stressz-szint alacsonyabb jólléttel jár együtt. A fizikai aktivitás és a jóllét között gyenge pozitív kapcsolat figyelhető meg, vagyis a fizikai aktivitás magasabb szintje magasabb jólléttel társul. Egyes életmódbeli változók (gyakoribb sportolás, magasabb fizikai aktivitás, megfelelő mennyiségű alvás) alacsonyabb stressz-szintet eredményeznek. A hallgatók táplálkozásában megjelennek az egészséges élelmiszerek, és az egészséges táplálkozással kapcsolatos alapelvek betartása, ugyanakkor úgy ítélték meg, hogy az egyetemi mindennapok (időbeosztás, vizsgák, órarend) megnehezítik a rendszeres és egészséges étkezést.

A TESTKÉP- ÉS EVÉSZAVAROK KOCKÁZATA AZ ESZTÉTIKAI SPORTOKBAN

Szerző: Szilágyi-Farkas Zsanett, Rekreáció és életmód BSc, II. évfolyam
Konzulens: Prof. Dr. Müller Anetta Éva, egyetemi tanár

A modern társadalomban az esztétikai sportágakban – mint a testépítés, fitness vagy versenytánc – a sportoló teste egyben a teljesítménye mérőeszköze is. A vizuális tökéletességre való törekvés ugyanakkor gyakran ellentmondásba kerül az egészségmegőréssel. Kutatásom célja a testképzavarok, az evészavarok, valamint az ortorexia nervosa kockázatának feltárása ezen sportágak képviselői körében, különös tekintettel a versenyszezon és az azon kívüli időszak (off-season) közötti mentális különbségekre. Dolgozatomban két fő hipotézist fogalmaztam meg. A H1 feltételezésem szerint a versenymúlt hossza védőfaktort jelent a testkép-elfogadásban, míg a H2 szerint az esztétikai sportolók körében az off-season időszakban is fennmarad a kényszeres étkezési kontroll, ami szociális izolációval és büntudattal párosul. A primer kutatás során kérdőíves felmérést végeztem, melyet 65 aktív sportoló töltött ki (39 nő, 26 férfi). A minta többségét (42 fő) testépítés és fitness versenyzők alkották, mellettük versenytáncosok, tornászok és más esztétikai vagy küzdősportok képviselői vettek részt. Az adatokat kvantitatív módszerekkel, csoportbontásban elemeztem. Az eredmények a H1 hipotézist megerősítették: a „veterán” (11 év feletti) sportolók körében a legmagasabb (66%) a pozitív testkép-elfogadás, míg a kezdőknél a legingadozóbb. A H2 hipotézis szintén beigazolódt. Az adatok rámutattak, hogy a kitöltők közel fele (46%) mondott már le társasági eseményt a szigorú étrend tartása miatt, és 38,5%-uk érez gyakran vagy mindig büntudatot „nem tiszta” ételek fogyasztása esetén off-seasonben is. A kalóriaszámolás kényszere a minta közel 94%-ánál jelen van szezonon kívül is valamilyen formában. A kutatás rávilágít arra, hogy a versenysportolói identitás és a kontroll iránti igény gyakran felülírja a társas kapcsolatokat és a mentális jóllétet. Az eredmények hangsúlyozzák a prevenció és a szakmai (dietetikai, pszichológiai) támogatás fontosságát az esztétikai sportágakban a sportolói karrier fenntarthatósága érdekében.

EFFEKTÍV ADÓTERHELÉS VIZSGÁLATA AZ ENERGIASZEKTORBAN ÉS A GYÓGYSZERGYÁRTÁSBAN

Szerző: Szombat Szilárd Bálint, Pénzügy és számvitel BSc, II. évfolyam
Konzulens: Dr. Kiss Ágota, adjunktus

A vállalatok nyereségességét nagyban meghatározza, hogy milyen típusú és mértékű adókat vetnek ki működésükre. A tényleges, vagyis effektív adóterhelés eltér a törvényben rögzített nominális adókulcsoktól. Az effektív adórata fogalma a globális minimum-adószintet biztosító kiegészítő adókötelezettség kapcsán jelent meg a hazai jogszabályi környezetben, amelyet a GloBE alanyainak minden adóévben ki kell számítaniuk. Ugyanakkor a vállalatok tényleges, valós adóterheléséhez a lefedettadókon túl hozzájárulnak az elmúlt években bevezetett különadók, melyek mértéke szektoronként különbözik, illetve a működés során felmerülő egyéb adók. Kutatásom problémafelvetése az, hogy ez az effektív adórata nem mutat valós képet arról, hogy ténylegesen - az összes adót figyelembe véve - a vállalatok jövedelmének hány százalékát terheli adófizetési kötelezettség. Dolgozatom célja az, hogy az energia- és a gyógyszergyártás ágazataiba tartozó vállalatokból vett minták alapján megválaszoljam azokat a kérdéseket, hogy szektorálisan, illetve a vállalatok méretétől függően, mekkora azok tényleges adóterhe; az ágazati különadók milyen mértékben járulnak hozzá az effektív adóráták növekedéséhez; hogyan alakulnának ezek a ráták, ha kiszűrnénk a különadók hatását, valamint hogyan alakulnának a bevételarányos jövedelmezőségi mutatók különböző szempontok szerint vizsgálva. Az elemzéshez egy saját adatbázist állítottam össze, amelynek elkészítéséhez az EMIS adatbázist, valamint a kiválasztott vállalatok 2020-tól 2024-ig terjedő időszakáról készült beszámolóinak az adatait használtam fel. A mintavételezés az EMIS adatbázisban számontartott vállalkozásokból történt, amelynél figyelembe vettem a vállalkozások bevételeit és az egyes szektorok sajátosságait. Ennek megfelelően az energiaszektor esetén 442 vállalkozásból 48-at, a gyógyszergyártás esetén pedig 75 vállalkozásból 19-et választottam ki. A számítások alapján igen érdekes eredmények születtek, amelyek alapján máshogy fogunk gondolni a 9%-os társasági adóra, amelyet adózási szempontból Magyarország legnagyobb erősségének neveznek, valamint összességében a vállalkozások adóterhelésére.

MÍTOSZ VAGY MÉRHETŐ VALÓSÁG? – A HAZAI PÁLYA ELŐNYÉNEK VIZSGÁLATA HÁROM MAGYAR LABDARÚGÓ KLUB PÉLDÁJÁN

Szerző: Téring Máté, Sportszervezés BSc, III. évfolyam

Konzulens: Prof. Dr. Rákos Mónika, egyetemi tanár

A sportversenyek egyik alapvető sajátossága, hogy a verseny kimenetelét nem kizárólag az egyén vagy a csapat objektív erőviszonyai határozzák meg, hanem számos környezeti és pszichológiai tényezői is befolyásolja. Ezek közül kiemelkedő szerepet tölt be a hazai pálya előnyének kérdésköre. A mai modern labdarúgásban azonban egyre inkább felmerül a kérdés, hogy ez a jelenség továbbra is meghatározó tényezőnek tekinthető-e. A hazai pálya előnye a labdarúgás egyik leggyakrabban vizsgált, ugyanakkor folyamatosan változó jelensége, amelyet számos pszichológiai, társadalmi és taktikai tényező befolyásol. A kutatás célja annak feltárása, hogy a hazai pálya előnye milyen mértékben érvényesül a mai magyar labdarúgásban, különös tekintettel a szurkolók jelenlétének és a taktikai megközelítések hatására. A vizsgálat során három magyar elsőosztályú klub (FTC, DVSC, ETO) mérkőzésstatisztikáit elemeztem több szezonra kiterjedően. Az adatokat a Sofascore és a Magyar Labdarúgó Szövetség adatbázisaiból gyűjtöttem, majd saját adatbázisba rendeztem. Az empirikus elemzés során leíró statisztikai módszereket, t-próbát, korreláció- és regresszióelemzést alkalmaztam a hazai és idegenbeli teljesítmény közötti különbségek feltárására. A kvantitatív elemzést kérdőíves kutatással egészítettem ki, amelyben a klubok edzőinek és vezetőinek tapasztalatait vizsgáltam. Az eredmények azt mutatják, hogy a hazai pálya előnyének mértéke csapatonként és szezononként is eltérő. Az FTC és a DVSC esetében a hazai teljesítmény szignifikáns különbséget mutat az idegenbeli szerepléshez képest, amely részben a taktikai változásokkal magyarázható. A nézőszám hatása korlátozott mértékben mutatható ki: az FTC esetében pozitív, míg a DVSC-nél ellentétes irányú összefüggés figyelhető meg. Ezzel szemben az ETO esetében a hazai és idegenbeli teljesítmény között nem mutatható ki érdemi különbség. A kutatás eredményei arra utalnak, hogy a hazai pálya előnye a modern labdarúgásban nem tekinthető egységes jelenségnek: mértéke jelentősen függ a csapat taktikai megközelítésétől és szervezeti sajátosságaitól, míg a szurkolók hatása mérsékeltebb, mint azt a szakirodalom gyakran feltételezi.

A „VIDÉK ÉLMÉNY” AVAGY AZ ÉLMÉNYSZERVEZÉS INTEGRÁCIÓJA A TELEPÜLÉS- ÉS RÉGIÓMARKETINGBEN

Szerző: Thomka Balázs, Marketing MSc, II. évfolyam
Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

A kutatás célja az élményszervezés szerepének vizsgálata a település- és régiómarketingben, különös tekintettel a vidéki turizmus fejlesztési lehetőségeire. A vizsgálat központi kérdései arra irányulnak, hogy milyen versenyképességi tényezők, lehetőségek és problémák jellemzik a településeket és régiókat, miként alakítható ki egységes élményszervezés több település együttműködésével, valamint milyen élményszervezési szegmensek különíthetők el a vidéki turizmusban. A kutatás elméleti alapját a település- és régiómarketing, valamint az élményszervezés szakirodalmi adja, kiegészítve hazai és nemzetközi jó gyakorlatokkal. A primer kutatás több módszer kombinációjával valósult meg. A négy darab szakértői interjú elsősorban olyan vidékfejlesztőkkel készült, akik rálátnak a vidéki települések és régiók átfogó problémáira és sajátosságaira. Az interjú alanyok között helyet kapott egy kisvállalkozó és egy volt miniszteri biztos is akik a belső folyamatokról számoltak be. Az interjúkat rámutattak, hogy a vidéki térségek versenyképességének kulcsa a helyi erőforrásokra épülő gazdaság és az együttműködés, azonban ezt gyakran akadályozza a bizalomhiány, és a bürokratikus támogatási rendszer. A fókuszcsoportos vizsgálat megerősítette, hogy a desztinációk sikeressége elsősorban nem az adottságokon, hanem a közösségi élményeken és az együttműködésen alapul. Ezt egy projektív „Polgármesteres játék” keretein is szimuláltuk, ahol egy település életébe integráltak élményeket a kutatás alanyai. A kvantitatív kutatás során kérdőíves adatfelvétel történt, amelynek eredményeit klaszteranalízissel elemeztem. A kitöltők száma 227 volt. Az elemzés négy jól elkülöníthető élményszervezési szegmenst azonosított. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a települések és régiók versenyképességét egyre inkább az egyedi, komplex és személyre szabott élmények határozzák meg. Az egységes élményszervezés kialakításának alapja a települések közötti együttműködés, amely lehetővé teszi integrált turisztikai termékek és élményszervezési vonalak létrehozását. A kutatás következtetése szerint az élményszervezés hatékony eszköze lehet a vidéki térségek fejlesztésének, azonban ehhez tudatos stratégiai tervezésre, erősebb együttműködésekre és a fogyasztói szegmensek igényeihez igazodó kínálat kialakítására van szükség. Az eredmények gyakorlati iránymutatást nyújtanak a települések és régiók számára a versenyképesség növeléséhez.

TÁPLÁLKOZÁSI SZOKÁSOK VIZSGÁLATA KOSÁRLABDÁZÓK KÖRÉBEN

Szerző: Tóth Eszter Zsófia, Rekreáció és életmód BSc, III. évfolyam

Konzulens: Dr. Pfau Christa Sára, egyetemi docens

A kutatás célja a vizsgált kosárlabdázók táplálkozási szokásainak, sporttáplálkozási ismereteinek és regenerációs gyakorlatainak elemzése, továbbá annak feltárása, hogy ezek mennyiben felelnek meg a korszerű ajánlásoknak, valamint részesülnek-e ehhez kapcsolódó intézményi támogatásban. Vizsgálat primer és szekunder kutatást is tartalmazott. Kvantitatív módszer keretében anonim, online kérdőív segítségével végeztem az adatgyűjtést. Az adatfelvételtől 113 értékelhető válasz származott, az adatfeldolgozás Microsoft Excel és IBM SPSS Statistics programmal történt, leíró statisztikai és keresztáblás elemzésekkel. A válaszadók 86,73%-a versenysportoló, 52,21%-uk több mint 12 éve kosárlabdázik, míg 62,83%-uk heti legalább 5 edzésen vesz részt. A megkérdezettek 85,84%-a napi 3–4 étkezést jelölt meg, folyadékfogyasztásuk pedig leggyakrabban napi 1–3 liter közé esik (73,45%), ami a sportterhelés függvényében nem minden esetben tekinthető kielégítőnek. Az étrendi mintázatok alapján a friss gyümölcsöt naponta fogyasztók aránya 61,06%, a zöldségfogyasztóké 65,49%, a húsféléket napi rendszerességgel fogyasztóké 83,19%, míg a gabonaféléket naponta fogyasztóké 60,18%. Ezzel szemben a halak és a tenger gyümölcseinek napi szintű fogyasztása mindössze 7,08%, ami ezen élelmiszercsoport alacsony étrendi jelenlétére utal. Kiemelendő továbbá, hogy a válaszadók 69,03%-a nem részesül étkezési támogatásban a sportszervezettől, és 73,45%-uk számára dietetikus vagy táplálkozási tanácsadó sem áll rendelkezésre. Az eredmények alapján a heti edzésszám szignifikáns kapcsolatot mutatott a fehérjepor használatával ($p=0,005$), ami arra utal, hogy a magasabb edzésterhelés növeli a táplálékkiegészítők használatának valószínűségét. Szintén szignifikáns kapcsolat volt kimutatható a nem és a fehérjepor használat között ($p=0,010$), valamint az életkor és a kiegészítők használata között ($p=0,005$), ami azt jelzi, hogy ezek a tényezők befolyásolják a táplálkozási szokásokat. A vizsgált kosárlabdázók táplálkozási attitűdje alapvetően kedvező, azonban a gyakorlati megvalósítás több ponton fejlesztésre szorul, különösen a hidratáció, az edzéshez kapcsolódó étkezések és a szakmai támogatás terén. A kutatás rámutat arra, hogy a sportolói teljesítmény és regeneráció javítása érdekében indokolt a célzott sporttáplálkozási edukáció és a dietetikai háttér erősítése.

A FAST FASHION IPAR ÉS A FENNTARTHATÓSÁG KAPCSOLATA - AZ INDITEX CSOPORT ESETTANULMÁNYA

Szerző: Tölle Tilda, Gazdálkodási és menedzsment BSc, IV. évfolyam
Konzulens: Dr. Tóth Eszter, adjunktus

A globális divatipar egyik legmeghatározóbb jelensége az elmúlt évtizedekben a fast fashion térnyerése, amely egy gyors kollekcióváltásokra és alacsony árakra épülő üzleti modell. Jelentős környezeti és társadalmi terhelést generál, különösen a nyersanyag-felhasználás, a hulladékképződés és a globális ellátási láncok működése terén. Dolgozatom általános célkitűzése a fast fashion és a fenntarthatóság kapcsolatának átfogó elemzése, különös tekintettel az Inditex vállalatcsoportra, mint a szektor egyik meghatározó szereplőjére. Hipotézisem szerint a vállalat fenntarthatósági intézkedései bár előrelépést jelentenek, de elsősorban imázsépítő szerepet töltenek be, és csak korlátozott mértékben képesek ellensúlyozni a fast fashion modelltől fakadó negatív hatásokat. A szekunder kutatás során áttekintettem a releváns szakirodalmat, iparági jelentéseket és az Inditex fenntarthatósági beszámolóit. A primer kutatás keretében fókuszcsoportos beszélgetést alkalmaztam, amelynek célja a fogyasztói attitűdök, vásárlási szokások és a fenntarthatósággal kapcsolatos tapasztalatok feltárása volt. A kutatás során külön figyelmet fordítottam arra, hogy feltérképezsem, milyen mértékben befolyásolják a vásárlói döntéseket a vállalat által kommunikált fenntarthatósági törekvések. Az elemzések során megvizsgáltam az Inditex üzleti modelljének főbb jellemzőit, valamint a vállalat által bevezetett fenntarthatósági intézkedéseket, ezt követően értékelttem, hogy ezek az intézkedések milyen mértékben járulnak hozzá a környezeti terhelés csökkentéséhez, illetve mennyiben egyeztethetők össze a fast fashion gyors és nagy volumenű termelési modelljével. Kutatásaim alapján megállapítható, hogy bár a vizsgált vállalat több területen is jelentős lépéseket tett a fenntarthatóság irányába, ezek hatása korlátozott a teljes működés volumenéhez képest. A kapott eredmények alapján hipotézisem részben igazolást nyert: az Inditex fenntarthatósági törekvései valóban előrelépést jelentenek, azonban nem elegendőek a fast fashion modell alapvető ellentmondásainak feloldására. Ennek következtében a fenntarthatóság és a gyors divat közötti feszültség továbbra is meghatározó kihívást jelent az iparág számára.

AZ EREDMÉNYMANIPULÁCIÓS MINTÁZATOK VIZSGÁLATA AZ ESEF BEVEZETÉSÉNEK TÜKRÉBEN

Szerző: Varga Laura, Számvitel MSc, II. évfolyam
Konzulensek: Dr. Szekeres Alexandra, adjunktus
Dr. Tömöri Gergő, adjunktus

A tanulmány az Európai Elektronikus Beszámolási Formátum (ESEF) bevezetésének hatását vizsgálja az eredménymanipuláció alakulására, valamint a pénzügyi beszámolók megbízhatóságára a STOXX Europe 600 index vállalatainak körében. A kutatás központi kérdése, hogy az ESEF alkalmazása milyen mértékben befolyásolta a kreatív számviteli gyakorlatok megjelenését a bevezetést megelőző időszakhoz képest. A kutatás nem csupán számszaki mutatók elemzésére korlátozódik, hanem kiterjed a vállalati kommunikáció kvantitatív alapú értékelésére is. Ennek keretében feltárásra kerül, hogy a közzétett beszámolók hangvétele és tartalma milyen összefüggésben áll az eredménymanipuláció jelenlétével. A kutatás fő célkitűzése, hogy a Beneish M-score és a Jones-modell alkalmazásával, szövegbányászati módszerekkel kiegészítve, összehasonlítsa az ESEF bevezetését megelőző (2019) és az azt követő (2024) üzleti évek beszámolóit. Ezáltal lehetőség nyílt nemcsak a manipulációs mintázatok azonosítására, hanem azok mögöttes gazdasági motivációinak feltárására is. A két év között megjelenő eredménymanipulációs mintázatok alapján különböző kategóriák kerültek kialakításra, amelyek közötti változás a számviteli módszertanra vezethető vissza. Az empirikus elemzés során az M-score szerinti kategóriaváltások logisztikus regresszióval kerültek vizsgálatra. A statisztikai eredményekre építve kulcsszóelemzés és hangulatelemzés segítségével történt a vállalati kommunikáció mélyebb feltárása, míg az egyes kategóriák közötti váltások Sankey-diagramok alkalmazásával került szemléltetésre. A tanulmány legfontosabb megállapítása, hogy az eredménymanipuláció egyik legjelentősebb indikátora a számviteli becslések területe. Az eredmények alapján ugyanazon tényezők változása eltérő értelmezést nyer: a tiszta vállalatok esetében az organikus fejlődés jeleként, míg a manipulációt alkalmazó vállalatoknál a kreatív számvitel eszközeként jelenik meg. A szövegbányászati elemzések továbbá feltárták, hogy a manipulátor vállalatok inkább figyelemelterelő stratégiát alkalmaznak, míg a javuló teljesítményű vállalatoknál a jövőorientált kommunikáció dominál. A kutatás gyakorlati jelentősége több szinten is megmutatkozik: hozzájárul a befektetői, elemzői és könyvvizsgálói döntéshozatal támogatásához, különös tekintettel a mesterséges intelligencián alapuló ellenőrzési eszközök és az ESEF-taxonómia fejlesztésére, és a számviteli becslések megfelelő címkézésének szerepére a pénzügyi beszámolók megbízhatóságának javításában.

AZ UTÁNPÓTLÁSMENEDZSMENT SZERVEZETI ASPEKTUSAINAK VIZSGÁLATA A HR-FUNKCIÓK TÜKRÉBEN

Szerző: Vass Veronika, Emberi erőforrás tanácsadó MSc, II. évfolyam
Konzulens: Olvasztó Zsófia, tanársegéd

A modern HR menedzsment egyik legfontosabb részét képezi a munkaerő tudatos pótlása, és a szervezeten belüli tudásátadás. Az utánpótlásmenedzsmentnek követlenül hat a munkaerő-tervezésre, a karrierutak menedzselésére, a tudásmegosztásra, valamint a tehetségszűrésre és a tehetségszűrésre, ezért kulcsfontosságú területként azonosítható a humán erőforrás menedzsment területén. A kutatás célja annak feltérképezése, hogy ismertesse, milyen mértékű az utánpótlás menedzsment megjelenése a szervezeteknél, és ezzel együtt milyen összefüggéseket alkot más HR funkciókkal kapcsolatban. A kutatás kiterjed továbbá a mentorprogramok, mint utánpótlásmenedzsment eszköz, jelentőségének vizsgálatára. A kutatás során a munkavállalói oldal megismerése érdekében egy online kérdőíves vizsgálat (n=206) valósult meg. Az adatok elemzésére a leíró statisztika és keresztábrák elemzések mellett, nemparaméteres eljárásaként Kruskal-Wallis-próbát, valamint az összefüggések vizsgálatára Spearman-féle rangkorrelációt alkalmaztam. Ezt kiegészítve három fő humán erőforrás szakemberrel készült félig strukturált interjúm keresztül nyílt lehetőségem az utánpótlásmenedzsmenttel kapcsolatos szervezeti tapasztalatok megismerésére. Az eredmények kapcsán a korrelációs elemzésre alapozva elmondható, hogy erős összefüggés mutatkozott az utánpótlás menedzsment megítélése és a megtartási attitűdök között. Ezt leginkább az utánpótláshoz kapcsolódó vezetői tudásátadás, és a munkavállalók tehetségként való elismerése befolyásolta. Az utánpótlás programok elérhetősége a vállalatok mérete szerint szignifikánsan eltérő volt, a vezetői tudásátadás biztosíthatósága a nagyvállalatok esetében a legbiztosabb, azonban az interjúk eredmények magas mértékű protekciós előléptetési arányról számoltak be. A vezetők által átadott tudás minőségében és a tehetségként való kezelésben a beosztási szintek között mutatkozott különbség, mindkét esetben a felsővezetők jelentősen magasabb értékeket vallottak. További eredményként kiemelendő, hogy a mentorprogramban való részvétel összefüggésben van a tudásátadással, azonban az interjúk alapján a mentorprogramok a szervezetek legkidolgozatlanabb területe. A kutatás eredményei rávilágítanak arra, hogy az utánpótlásmenedzsment bár egy alulkutatott témaként könyvelhető el, érdemes ezzel foglalkozni. Több HR funkcióval összekapcsolódó hatása eredményeként a lojalitás növelhető, valamint a fluktuáció is csökkenthető, azonban fontos, hogy vállalati mérettől függetlenül érdemes működtetni.

WEB OPENNESS OF UNIVERSITIES AS A SIGNAL OF QUALITY

Author: Yuan Rongxue, MA in International Economy and Business, 2nd year
Supervisor: Prof. Dr. András István Kun, professor

This study investigates the role of university website openness as a quality signal within the higher education market and explores its underlying mechanisms. In the era of digital transformation, official university websites have emerged as primary conduits for information disclosure. However, whether such openness effectively reflects academic excellence and how it functions remain to be systematically explored. Utilizing a sample of the top 200 universities in the 2026 QS World University Rankings, this research establishes a multidimensional signaling analysis framework. By employing descriptive statistics, Spearman and Pearson correlation analyses, partial correlation analysis, and group analysis, the study examines the relationship between website openness, publication output, and social evaluation. The results reveal several key findings: First, while website openness shows a significant positive correlation with total citations, this relationship becomes insignificant once the volume of publications is controlled, suggesting that openness cannot serve as an independent proxy for intrinsic academic quality. Second, the impact of openness varies across academic indicators; it enhances overall academic influence primarily by increasing visibility rather than directly improving the quality of individual research papers. Furthermore, a stable positive correlation between website openness and employability indicates that openness strengthens social recognition in the labor market by reducing information search costs. Finally, group comparisons demonstrate that this signaling mechanism is highly context-dependent, exhibiting divergent effects across different reputation tiers and national institutional backgrounds. Overall, this study argues that website openness is pivotal for information disclosure in higher education, primarily by amplifying the external visibility of academic outputs and facilitating their conversion into multidimensional evaluative metrics. By applying multidimensional signal theory, this research enriches the literature on signaling in higher education and provides a novel explanatory framework for understanding university disclosure behaviors in the digital age.

**PÁLYAMUNKA NÉLKÜLI DETEP
HALLGATÓK ELŐADÁSAINAK
ÖSSZEFOGLALÓI**

**IT'S NOT HOW MUCH, BUT HOW WELL: GOVERNMENT EFFECTIVENESS AND
THE MACROECONOMIC IMPACT OF ALLOCATION, DISTRIBUTION, AND
STABILIZATION FUNCTIONS IN OECD COUNTRIES**

Author: Aya Ziregue, MSc in International Economy and Business, 1st year
Supervisor: Dr. Levente Sándor Nádasi, senior lecturer

Based on Musgrave's (1959) three principles of allocation, distribution, and stability, government effectiveness affects the macroeconomic implications of fiscal policy. The main question is why some states succeed economically and socially at low levels of public spending while others fall short even at comparatively larger levels. States are categorized into three groups based on their Worldwide Governance Indicators (WGI) Government Effectiveness scores, using data from 15 OECD nations for the years 2010–2023. To investigate the relationship between government effectiveness and macroeconomic variables like GDP growth rate, public expenditure allocations using COFOG data, and income inequality measured as the Gini coefficient, a comparative descriptive approach is combined with basic correlation analysis. The primary findings indicate a robust correlation between income inequality and government efficacy. The Gini coefficient is significantly lower in states with more effective governments (0.277) than in those with less effective governments (0.324). Even though low government effectiveness countries have superior short-term GDP growth rates, this seems to be the result of a catch-up effect and is marked by more volatility. Higher government effectiveness, on the other hand, is associated with better resource allocation (particularly in healthcare and education) and more steady economic performance. This paper demonstrates that it is not how much governments spend, but how well they execute their functions that determines macroeconomic success. For policymakers, this implies that institutional reforms may offer higher returns than additional budget allocations.

THE AI LIE DETECTOR: UNCOVERING GREENWASHING IN THE EUROPEAN ENERGY SECTOR USING NATURAL LANGUAGE PROCESSING (NLP) AND FORENSIC ACCOUNTING

Author: Baccari Mohamed Amine,
BA in Management and Business Administration, 2th year
Supervisor: Dr. Mirjam Hamad, senior lecturer

Currently, European energy companies are producing a massive volume of sustainability reports. Corporate executives routinely announce bold "Net Zero" targets and climate neutrality goals. Yet, a look at the actual accounting rules specifically the IAS 37 standard governing provisions and contingent liabilities reveals a significant problem. These strategic environmental promises almost never appear as actual financial obligations on a company's balance sheet, creating a major loophole for greenwashing. This study uses a mixed-methods approach to quantify the "expectation gap" between corporate climate pledges and concrete financial reporting. The main goal is to investigate the rise of "phantom liabilities" instances where companies rely heavily on green marketing but fail to back those claims with real financial commitments. I selected a sample of 10 to 15 major European energy firms, including MOL, Shell, BP, and OMV, to observe how they handle ESG reporting versus financial provisioning. All data comes from publicly accessible 2023 and 2024 audited annual reports and sustainability disclosures. To measure the narrative tone, I use FinBERT a natural language processing (NLP) model tailored for financial text to run sentiment analysis on the companies' climate statements, yielding a quantitative "optimism score." On the financial side, I manually extract the exact value of each firm's booked environmental provisions to calculate a financial ratio (Provisions to Total Revenue). Finally, I run a correlation analysis to see how the AI-measured narrative optimism compares to the actual money set aside. Based on early trends, I anticipate finding either a negative or zero correlation between the two datasets. Put simply, the data suggests that the companies broadcasting the most ambitious and positive climate pledges are simultaneously allocating the lowest ratio of actual financial provisions to execute them. These findings highlight a dangerous disconnect between strict IFRS accounting regulations and flexible ESG reporting frameworks, a gap that actively facilitates greenwashing and misleads investors. Ultimately, this research shows that combining AI-driven text analysis with traditional accounting metrics could serve as a highly effective new auditing tool, allowing professionals to flag non-financial risks long before they impact the market.

MONTE CARLO-SZIMULÁCIÓ ALKALMAZÁSA AZ IFRS-EKRE TÖRTÉNŐ ÁTTÉRÉS VIZSGÁLATÁBAN

Szerző: Bíró Bence, Számvitel Msc, II. évfolyam
Konzulensek: Dr. Szekeres Alexandra, adjunktus
Dr. Tömöri Gergő, adjunktus

Kutatásom témája az IFRS-ekre történő áttérés vizsgálata, modellezése Monte Carlo-szimuláció alkalmazásával. Az 1973 óta fennálló IAS, valamint a 2001 óta kialakított IFRS standardok révén elérhetővé vált a különböző országokban, eltérő kontinenseken működő vállalkozások pénzügyi teljesítményének összehasonlítása. A standardok biztosítják az átláthatóságot és transzparenciát, amely szükséges a vállalatok működésének összehasonlításához. A vállalatok potenciális befektetőket keresnek, akiknek az elsődleges tájékozódást a pénzügyi kimutatások nyújtják. Az Európai Unió 2005-től az 1606/2002/EK rendelet tette kötelezővé az európai tőzsdén jegyzett vállalkozások számára az IFRS-ek szerinti konszolidált pénzügyi kimutatások elkészítését.

Kutatásom során adatokat gyűjtöttem a korábban már áttért gyártó, kereskedő és szolgáltató tevékenységet végző vállalkozások pénzügyi kimutatásaira vonatkozóan, a változásnak köszönhető százalékos változást kutattam az árbevétel, az EBIT, az EBITDA és az adózott ROS vonatkozásában. A kapcsolódó statisztikai mutatókat táblázatok formájában, az áttérés során történő változás intervallumát box-plot diagrammal ábrázoltam, kerestem az okokat és okozatokat az átállásra vonatkozóan. Kiválasztottam három olyan, Magyarországon közismert, közel egyforma árbevétellel rendelkező vállalkozást, amelyek példáján keresztül bemutatom az áttérést. Az egyik vállalat az ország első számú táplálékkiegészítő-gyártója, a BioTechUSA Kft., a kereskedő vállalat az autóalkatrészek egyik elsőszámú forgalmazója, a Bárdi Autó Zrt. és a szolgáltató pedig az ország kiemelkedő logisztikai szolgáltatója, a GLS Hungary Kft.

A kutatásban a dokumentumelemzéssel, majd statisztikai modellezéssel kerestem előzetes hipotéziseimre a válaszokat. A kutatási kérdéseim az árbevétel-változásra, az EBIT-hányad és EBITDA-hányad közötti összefüggésre.

A gyártási tevékenységet végző vállalkozások esetében a legnagyobb a két rendszer alapján számított árbevétel közötti differencia, valamint az EBIT-hányad és EBITDA-hányad közötti kapcsolat a termelő társaságok esetében hangsúlyos.

A KESERŐ LIKŐR MÁRKÁK INFLUENZER MARKETINGJÉNEK ÉS HATÁSÁNAK A VIZSGÁLATA A FOGYASZTÓI SZOKÁSOKRA VONATKOZÓAN

Szerző: Dézsi Eszter, Kereskedelem és marketing BSc, III. évfolyam
Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

Az influenzerek napjainkban nagyon jelentős közvetítővé, összekötő kapocsá váltak a márkák és a (potenciális) fogyasztók között. Segítségükkel a vállalatok új nézőpontból közelíthetik meg a fogyasztókat, sokkal pontosabban tudják targetálni a célcsoportjaikat. Nem nagyon találunk mára már olyan iparágat, melyben nincsen jelen a munkásságuk. Ezalól az élelmiszeripar, azon belül a szeszipar sem kivétel. Kifejezetten érdekes vizsgálni a témát ezen a területen, hiszen sokkal szigorúbb jogi és etikai szabályozásoknak kell megfelelniük a tartalmak készítése során, mint bármely más területnek. A kutatásom célja, hogy feltárjam és átfogó képet kapjak arról, hogy a különböző keserű likőrt gyártó és forgalmazó márkák hogyan alkalmazzák a marketingkommunikációjukban az influenzeszer marketinget, mik a céljaik ezen kampányok során. Fogyasztói oldalról pedig a különböző attitűdöket vizsgálom ezen megjelenésekkel, együttműködésekkel kapcsolatban. A dolgozatomban két, a hazai piacon nagy jelentőséggel bíró márkára influenzeszer marketingjét vizsgálom. Ezen vállalatok a Zwack Unicum Nyrt. és a Jägermeister. A kutatásom elején két hipotézist állítottam fel. Az első szerint a fogyasztóknak számít a hitelesség, hogy az influenzeszer által képviselt életmódba természetesen illeszkedjen az adott márká és az ital. A második hipotézisemben azt feltételeztem, hogy azok az influenzeszer, akik hosszútávú együttműködésben állnak a márkával nagyobb vásárlási hajlandóságot generálnak, mint a csak egyszeri kampányokban résztvevők. A célkitűzéseim megvalósításához primer és szekunder forrásból gyűjtött adatokat is felhasználok. A szakirodalmi áttekintés során megvizsgáltam a témában megjelent külföldi, valamint hazai szakirodalmon keresztül, hogy milyenek is az aktuális online fogyasztói szokások, kitértem a közösségi média és influenzeszer témakör magyarázatára, majd az élelmiszeripar, azon belül is a szeszipar és keserű likőrök felé vettem az irányt. A primer kutatáson belül szakértői interjúkat fogok készíteni mind a Zwack Unicum Nyrt., mind a Jägermeister marketingcsapatának egy-egy szakemberével, valamint egy-egy olyan influenzeszerrel, akik jelenleg is együttműködnek ezen márkákkal. A fogyasztói oldalról pedig már elkészült egy fókuszcsoportos interjú, mely során feltártam a résztvevők e témával kapcsolatos attitűdjeit. A 6 fős fókuszcsoportban 3 nő és 3 férfi volt jelen, az átlagéletkoruk 24-25 év. A másfélórás beszélgetés során eleven képet kaptam arról, hogy számukra az Unicumot egyértelműen egy hagyományokat tisztelő, középkorban lévő férfi személy testesíthetné meg, míg ezzel szemben a Jägermeistert egy 25 év körüli, laza, egyetemista srácként festették le. A későbbiekben ezeket az információkat alapul véve egy nagyobb mintás kérdőív megkérdezést fogok végrehajtani.

NŐK AZ EGÉSZSÉG TÜKRÉBEN

Szerző: Domján Dominika Gréta, Rekreáció és életmód BSc, II. évfolyam
Konzulens: Dr. Bácsné Prof. Dr. Bába Éva, egyetemi tanár

Kutatásomban a magyar nők egészségtudatosságát, az egészségüket befolyásoló viselkedésüket, ezen belül sportolási, táplálkozási és mentális higiéniai szokásait vizsgáltam. Azért ezt a témát választottam, mert saját tapasztalatom alapján társadalmunk kevésbé fordít figyelmet a nők egészségmegőrző tevékenységére, sajátos betegségeire, a reprodukciós képességgel kapcsolatba hozható hátrányokra. A vizsgálatom módszere kérdőíves adatgyűjtés volt, ahol a hozzám közelálló magyar nőket kérdeztem olyan témákban, hogy milyen gyakran sportolnak, milyen sportágot űznek, édesanyák-e, egészséges ételeket fogyasztanak-e, van-e káros szenvedélyük, vagy fordítanak-e elég figyelmet a mentális egészségükre. Az adatgyűjtés online módon történt, és 102 válasz érkezett. A kapott eredmények és saját bevallásuk szerint a megkérdezett nők egészségtudatosak. Jelentős részük gondolja úgy, hogy a helyes táplálkozás és a rendszeres testmozgás egyformán jelentős az egészség megőrzésében. A megkérdezettek jelentős része sportol, legalább heti rendszerességgel, soha, vagy ritkán nem fogyaszt alkoholt, és a megkérdezettek több, mint fele nem is dohányzik. A minta közel fele fogyaszt napi rendszerességgel zöldséget, gyümölcsöt és ilyen nagyságrendben fordítanak figyelmet mentális egészségükre is, mégis a válaszadók döntő része érezte már magát kiégettnek. A válaszadók 40 százaléka nem jár rendszeresen szűrővizsgálatokra, de akik járnak, főként nőgyógyászati szűréseken vesznek részt. A reprodukciós szervek betegségei és keringési betegségek jelentek meg a vizsgált mintában. Az édesanyák gyermekük születése után egészségromlást tapasztaltak. Egységük megőrzése érdekében szívesen mozognának többet, tudatosabban táplálkoznának, és több időt fordítanának relaxációra a válaszadók. Ebben az idő, a pénz és a motiváció hiánya akadályozza őket leginkább. Ellenben az állam, a barátok és a család tudnák leginkább támogatni őket az egészségesebb szokások kialakításában és megtartásában. Mintám szerencsésen alakult, viszonylag egészségtudatos személyek válaszoltak kérdéseimre. Összegző tapasztalatként az állapítható meg, hogy még az egészségükre odafigyelő nők esetében is szükséges felhívni a figyelmet a szűrővizsgálatok jelentőségére, és állami, baráti, családi támogatással lehet segíteni ezen csoport egészségfejlesztését.

MESTERSÉGES INTELLIGENCIA, MINT STRATÉGIAI ESZKÖZ - LEHETŐSÉGEK ÉS KIHÍVÁSOK A PROJEKTMENEDZSMENTBEN

Szerző: Farkas Dzszenifer, Agrár- és üzleti digitalizáció BSc, III. évfolyam
Konzulens: Dr. Vida Viktória, egyetemi docens

A dolgozatom a mesterséges intelligencia (MI) projektmenedzsmentben betöltött szerepét vizsgálja, különös tekintettel annak stratégiai alkalmazási lehetőségeire és az ezekkel járó kihívásokra. A kutatás célja feltárni, hogy az MI-alapú megoldások miként járulhatnak hozzá a projektek hatékonyabb tervezéséhez, végrehajtásához és ellenőrzéséhez. Emellett a dolgozat célja kérdőíves vizsgálat keretében feltérképezni, hogy az egyének milyen mértékben és milyen célokra használják a mesterséges intelligenciát a mindennapokban és a munkavégzés során, továbbá mélyinterjúk segítségével elemezni a vállalatok MI-alkalmazási gyakorlatát, tapasztalatait és stratégiáit. A dolgozat áttekinti a releváns szakirodalmat, majd bemutatja az MI legfontosabb alkalmazási területeit, mint például az erőforrás-allokáció optimalizálása, kockázatelemzés, döntéstámogatás és automatizált riportkészítés. Ezt követően kérdőíves kutatás és vállalati mélyinterjúk eredményein keresztül elemzi az MI használatának gyakoriságát, módjait, valamint a felhasználói és szervezeti attitűdöket. A dolgozatban azt is vizsgálni kívánom, hogy a mesterséges intelligencia stratégiai eszközként való alkalmazása versenyelőnyt biztosíthat-e a szervezetek számára, amennyiben azt megfelelő keretek között és a felhasználói szokások, valamint a szervezeti sajátosságok figyelembevételével alkalmazzák.

NEUROMARKETING AZ ÜDÍTŐITALOK TEKINTETÉBEN

Szerző: Farkas Fanni, Marketing MSc, II. évfolyam

Konzulens: Dr. Balsa-Budai Nikolett, adjunktus

Az élelmiszerfogyasztás amellett, hogy alapvető szükséglet, a mindennapi döntéshozatal egyik leggyakoribb és legösszetettebb területe is. Az élelmiszeripar egy hatalmas piac és sok benne a fogyasztó, emiatt különösen releváns annak vizsgálata, hogy milyen tényezők befolyásolják a vásárlói magatartást. A mai világban a fogyasztók is egyre tudatosabbak az élelmiszerekkel kapcsolatban és egyre edukáltabbak, emiatt különösen releváns ennek a témának a bontogatása.

Kutatásom célja az volt, hogy megfigyeljem és elemezzem a fogyasztók vásárlási magatartását az üdítőitalokkal kapcsolatban különböző ingerek tekintetbe véve, mint például egy üdítőital jegessége, vagy maga a folyadék színe, esetleg a csomagolás stílusa. Mindehhez a szemmozgás-követési technológia segítségét vettem igénybe. Továbbá, kutatásom témája volt az is, hogy a fogyasztók mennyire egészségtudatosak és mennyire vannak tisztában azzal, hogy mit visznek a szervezetükbe folyadék formájában. Mikor ismerik fel egy termék cukortartalmát, figyelik-e és egyáltalán érdeklő-e őket. Hipotéziseimet szemkamerás kutatás és kérdőívvezés segítségével támasztottam alá, vagy utasítottam el. Olyan kérdésekre kaptam választ, hogy vajon a fogyasztók nagyobb eséllyel vásárolnak meg egy üdítőitalt csak azért, mert limitált kiadású.

Szemmozgás követés technológiával vizsgáltam a jeges színes üdítőket és a nem jeges színes üdítőket, melyiket nézik tovább a tesztalanyok. Kutatásommal rájöttem arra, hogy mennyire is fontos egy termék csomagolása, színvilága. Az is fontos kérdés, hogy melyik tényezőket tartják fontosnak egy üdítőital választása során és mennyire ösztönzi őket, ha az ismerősei kipróbálnak egy olyan új üdítőital változatot, amit ők még nem próbáltak.

A HÁLÓZATI MARKETING DIGITÁLIS REPREZENTÁCIÓJA: FOREVER LIVING TANÁCSADÓK VIZSGÁLATA

Szerző: Fehér Regina, Marketing MSc, I. évfolyam

Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

A közösségi média térnyerése alapvetően átalakította a hálózati marketing (Multi-Level Marketing, MLM) szervezetek és tagjaik kommunikációs gyakorlatát. Az ezredforduló idején jellemző, zárt körű bemutatókra és közvetlen értékesítésre épülő modellt mára egy olyan digitális környezet váltotta fel, ahol a személyes márkaépítés, a mikrocelebritás és az életstílushoz kapcsolódó jelentésadás az üzleti siker fontos feltételeivé váltak. Ebben a környezetben a Forever Living Products (FLP) magyarországi tanácsadóinak online jelenléte nem csupán marketing tevékenységként, hanem összetett identitásépítési folyamatként is értelmezhető. Különösen az Instagram kínál olyan terepet, ahol a tanácsadók elmoshatják a határt a magánélet és a professzionális tevékenység között, és ezáltal a hitelesség, valamint a közelség benyomását erősítő narratívákat alakíthatnak ki. A vizsgálat módszertani alapját a kvalitatív netnográfia képezi, amely a digitális tereken kibontakozó kulturális mintázatok kontextusérzékeny elemzését teszi lehetővé. Az adatgyűjtéshez hólabdamintavételi eljárást alkalmaztam: a kezdeti kulcsszereplők azonosítása után követői hálózataik és interakcióik (like-ok, kommentek) alapján térképeztem fel az organikus rétegeket. Az adatokat 1 hónapig gyűjtöttem, elemezve a vizuális elemeket, képaláírásokat és hashtageket. Az önmárkázás a neoliberais individualizmusban gyökerezik, ahol az egyén „Me Inc.”-ként definiálja magát. Az MLM-kontextusban ez fokozott önkomodifikációt jelent: a tanácsadók nemcsak termékeket, hanem saját sikeresnek bemutatott életútjukat is értékesítik. Az Instagram algoritmusai felerősítik a paraszociális interakciókat, ahol a követők egyoldalú intimitást élnek át, ami növeli a márka hitelességét és a vásárlási szándékot. Az eredmények igazolják, hogy a tanácsadók stratégiaileg alkalmaznak különböző narratívákat a bizalomépítésre, miközben dialektikusan egyensúlyoznak a professzionális (BUS) és természetes (NAT) stílus között. Ugyanakkor disszonancia tárul fel a mentori énmárka és a társadalmi szkepticizmus között, amelyet a szektor stigmái és a GVH 2004-es bírsága (megtévesztő egészségügyi állításokért) táplál. Az MLM-kommunikáció sikere tehát a platform adottságaitól és a jól adagolt személyes sikertörténetektől nagyon függ.

TRANZFERÁRAZÁSI ANOMÁLIÁK A KÖNYVVIZSGÁLATBAN: A 45/2025 NGM RENDELET ÁTMENETI ÉVÉNEK KOCKÁZATAI

Szerző: Gábor Emese, Pénzügy és számvitel BSc, III. évfolyam
Konzulens: Dr. Szekeres Alexandra, adjunktus

A hazai transzferár-szabályozás jelentős átalakuláson megy keresztül, melynek aktuális fókuszában a transzferár-nyilvántartásról és a transzferár-adatszolgáltatásról szóló 45/2025 (XII. 23.) NGM rendelet áll. A célkitűzésem ezen új jogszabály 2025-ös, átmeneti évének komplex vizsgálata a transzferár dokumentáció elkészítése, illetve a könyvvizsgálat és az audit kockázatok szemszögéből.

A problémafelvetés alapját egy jelenleg is zajló szakmai anomália adja: míg a jogalkotó lehetőséget biztosít az új és a korábbi rendelet párhuzamos alkalmazására tranzakciós modulonként, addig az ellenőrző szerv jóval konzervatívabb, egységes megközelítést vár el. A dolgozat alapvető kutatási kérdése, hogy ez a jogalkalmazási kettőség milyen bizonytalanságot teremt a vállalatcsoportok számára, és ez a bizonytalanság hogyan hat a transzferár dokumentációk és az éves beszámolók megbízhatóságára.

A kutatás során a jogszabályi környezet elemzésén túl saját magam által összeállított, a régi és új rendelet közötti kritikus eltéréseket bemutató modellezett példákon keresztül vizsgálom a könyvvizsgáló és a belső auditor dilemmáját, akik az éves audit során ezzel a bizonytalan helyzettel szembesülnek. A módszertan kiterjed a szabályozások közötti szelektív választás adóhiány- és bírsággkockázatainak számszerűsítésére is. A kutatás legfontosabb megállapítása, hogy a jogszabályi anomália miatti optimista vállalati adótervezés közvetlenül növeli a könyvvizsgálati és az audit kockázatot, ami kritikus hatással van a céltartalékképzés szabályaira, illetve a könyvvizsgálói záradék jellegére.

Végül a kapott eredmények alapján arra a következtetésre jutok, hogy a 2025-ös átmeneti évben a konzervatív megközelítés alkalmazása vagy a független adószakértő bevonása a leginkább célravezető megoldás a könyvvizsgálati kockázat elkerülése érdekében. A kutatás ezzel rávilágít arra, hogy az adójogszabályok átmeneti bizonytalansága miként konvertálódik közvetlen adóügyi, számviteli és könyvvizsgálati kockázattá a gyakorlatban.

PRÉMIUM AUTÓMÁRKÁK MARKETINGSTRATÉGIÁINAK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE: A MERCEDES-BENZ ÉS A BMW PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Szerző: Guj Lóránt László, Kereskedelem és marketing BSc, III. évfolyam
Konzulens: Dr. Vida Viktória, egyetemi docens

A prémium autópiacon nagy mértékben alakulnak át nap mint nap a fogyasztói preferenciák, ezért fontos megérteni a különböző marketingstratégiák szerepét. Kutatásom fő célja, hogy megvizsgáljam, azokat a marketingstratégiákat, amelyek segítenek a prémium szegmensben megőrizni a versenyelőnyt (pl. élménymarketing szerepe). A kutatásom célterülete az autópiacon, ahol megvizsgálom a prémium szegmensben a piacvezető szereplők aktuális helyzetét, ezen belül a Mercedes-Benz-t és BMW-t hasonlítom össze különböző módszerek mentén. Hipotézisem szerint a komplex élményalapú és digitálisan integrált marketingstratégiák jelentős mértékben hozzájárulnak a márkahűség és a prémium pozicionálás megerősítéséhez. A kutatásom során szekunder és primer adatgyűjtést alkalmazok. A szekunder kutatásomban megvizsgálom a releváns szakirodalmi forrásokat, elméleteket és ezen felül az iparági elemzéseket is áttekintem. A jövőbeli primer kutatásomban kérdőíves felmérést tervezek alkalmazni, valamint mélyinterjúk és fókuszcsoportos vizsgálat segítségével mérem fel majd fel a Mercedes-Benz és a BMW magyarországi márkaképét. A kapott eredmény várhatóan rámutat arra, hogy a prémium szegmensben a termékjellemzőkön felül kiemelt szerep jut a különböző kommunikációs stratégiáknak, a digitális jelenlét mértékének és az élményalapú marketingnek, amelyek elősegítik a versenyelőny megtartását. A kutatásom hozzájárulhat a prémium autópiacon marketingstratégiák mélyebb megértéséhez és a technológiai vagy éppen piaci átmenet könnyebb értelmezéséhez.

**A ROBOTASSZISZTÁLT, A LAPAROSZKÓPOS ÉS A NYITOTT MŰTÉTEK
ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE EGÉSZSÉGÜGYI ERŐFORRÁS-FELHASZNÁLÁS ÉS
BETEGKIMENETEL ALAPJÁN**

Szerző: Gyöngyösi Leticia, Egészségügyi Menedzser MSc, I. évfolyam
Konzulensek: Papp Annamária, tanársegéd
Dr. Kanyári Zsolt, adjunktus

A sebészeti ellátás technológiai fejlődésével egyre nagyobb jelentőséget kap annak vizsgálata, hogy a nyitott, laparoszkópos és robotasszisztált műtéti technikák milyen különbségeket mutatnak az egészségügyi erőforrás-felhasználás és a posztoperatív intenzív osztályos ellátás terhelése szempontjából. A kutatás alapkérdése, hogy az eltérő műtéti megközelítések milyen hatást gyakorolnak az intenzív osztályos ellátás szükségességére, időtartamára, valamint az ápolási és szervezési terhelésre.

A kutatás célja a három műtéti technika összehasonlító elemzése az intenzív osztályos ellátás és az intézményi szintű erőforrás-felhasználás szempontjából. A vizsgálat kiterjed az intenzív osztályos tartózkodás időtartamára, a posztoperatív intenzív terápiás beavatkozások szükségességére, az ápolási terhelés mértékére, továbbá a szövődmények és az erőforrásigény összefüggéseire.

A kutatás módszertani alapját kvantitatív megközelítés képezi, amely retrospektív intézményi adatfeldolgozásra és primer kérdőíves adatgyűjtésre épül. Az adatgyűjtés célja olyan összehasonlítható mutatók azonosítása, amelyek alkalmasak a különböző műtéti technikák intenzív osztályos és szervezési következményeinek értékelésére.

A kutatás várhatóan hozzájárul annak jobb megértéséhez, hogy az egyes műtéti technikák milyen különbségeket eredményeznek az intenzív ellátás terhelése és az egészségügyi erőforrások felhasználása terén. Az eredmények támogathatják a költséghatékonyabb ellátási modellek kialakítását, valamint az intézményi kapacitástervezési és finanszírozási döntések megalapozását.

MIGRATION AND THE CONVERGENCE PUZZLE: CLOSING THE GLOBAL INCOME DIVIDE

Author: Hasnaa Marey Gaber Elgndey,
MSc in International Economy and Business, 1st year
Supervisor: Dr. Levente Sándor Nádasi, senior lecturer

Migration has become a major element influencing patterns of economic development and wealth inequality among nations in an increasingly integrated global economy. The contribution of international labor mobility is still complicated and up for controversy, despite the fact that classic models of economic convergence highlight the roles of capital accumulation, trade, and technology diffusion. This study integrates theoretical viewpoints and empirical insights to investigate the relationship between migration and the process of economic convergence between developing and industrialized nations. The analysis looks at the various ways that migration may affect convergence, such as labor mobility, remittance flows, human capital transfer, and knowledge diffusion, using both neoclassical and endogenous growth frameworks. The study also takes into account the possibility of negative outcomes, like brain drain and unequal regional growth, which could restrict or even reverse convergence in some situations. In order to investigate income trends across a wide range of economies between 2016 and 2024, the research uses a cross-country framework. It mainly uses data from the World Development Indicators in addition to additional remittance data. The study finds more general themes in how economies change over time by analyzing the connection between starting income levels and later growth patterns. The results imply that these dynamics are shaped by migration in a complex and context-dependent way. Remittance inflows, labor mobility, and knowledge transfer are examples of migration-related factors that can promote economic advancement, but their overall efficacy is largely dependent on institutional conditions, economic structures, and the ability of nations to absorb and channel these resources into productive activities. This study advances knowledge of the "convergence puzzle" and provides insights into how migration can help or impede attempts to lessen global income inequality by fusing theoretical analysis with empirical data.

BEYOND THE PLEDGE: HOW FIRMS CAN EFFECTIVELY IMPLEMENT THE “S” IN ESG STRATEGIES

Author: Hiba Abidi,

MSc in International Economy and Business, 1st year

Supervisor: Dr. Eszter Tóth, senior lecturer

In the contemporary business environment, financial performance alone is no longer a sufficient measure of corporate success. Increasingly, environmental and social considerations play a central role, with firms being held accountable for their adherence to sustainability-related standards and expectations. The Environmental, Social, and Governance (ESG) framework has emerged as a key reference point, guiding organizations in the pursuit of sustainable and responsible business practices. However, significant disparities persist in ESG performance across firms, reflecting both uneven prioritization among the three pillars and the absence of a universally standardized framework for their implementation. In particular, the Social dimension often receives less consistent attention and remains more difficult to operationalize. This is especially evident regarding cultural factors, as firms frequently overlook the importance of aligning their social strategies with the values, norms, and expectations of the communities in which they operate. The limited integration of local cultural contexts, combined with fragmented standards and ambiguous guidelines, creates substantial challenges for companies seeking to ensure meaningful and effective ESG implementation. This study addresses these challenges through a comprehensive review of the existing literature, including academic articles, datasets, and book chapters. It further examines major regulatory frameworks and reporting standards at both the European and international levels, with particular attention to the European Sustainability Reporting Standards (ESRS) and the Global Reporting Initiative (GRI). By analyzing these sources, the research evaluates current practices and identifies key implementation gaps, particularly within the social pillar. Against this backdrop, the paper seeks to answer the following research question: How can firms ensure the (effective) implementation of ESG strategies, particularly the social dimension, while aligning with relevant frameworks, reporting standards, regulations, and evaluation mechanisms? The study ultimately aims to provide practical recommendations to enhance the consistency, cultural relevance, and overall effectiveness of ESG implementation.

SAVING AND INVESTMENT BEHAVIOUR AMONG INTERNATIONAL STUDENTS AT THE UNIVERSITY OF DEBRECEN

Author: Hour Youlinsereyronich,
BSc in Business Administration and Management, 3rd year
Supervisor: Prof. Dr. Patrícia Becsky-Nagy, professor

In recent years, growing financial literacy and the rapid expansion of digital financial tools have encouraged more young people to actively engage in saving and investing. International students, a group whose financial reality is shaped by the particular pressures of living and studying abroad. Having fixed stipends, limited and often irregular income, navigating unfamiliar financial systems, managing the everyday costs, and being far from family financial support create a financial context that comes with its own set of challenges and considerations. This research, therefore, aims to examine the saving and investment behavior of international students at the University of Debrecen, identifying a range of saving and investment methods they commonly use, from traditional approaches like cash savings, fixed deposits, and stocks to newer options such as cryptocurrencies and digital banking platforms. Furthermore, this study also investigates the motivations and barriers that influence their financial behaviours. This research combines both primary and secondary data. For primary data, an online survey will be conducted using Google Forms, targeting around 200 international students at the University of Debrecen. Meanwhile, the secondary data comes from the review of academic literature, financial reports, and reliable data sources on financial literacy, savings, and investment trends. The research anticipates that international students commonly rely on digital banking platforms and mobile financial tools for managing their money, with varying levels of engagement across other options such as fixed deposits, stocks, and cryptocurrencies. The motivation to save is anticipated to stem primarily from the need for financial security, covering future expenses, and making the most of a limited income. However, irregular income, gaps in financial knowledge, and the risks associated with certain investment options are expected to stand out as the significant barriers. The findings of this research are expected to contribute to a better understanding of how international students navigate personal finance in a foreign environment. Beyond its academic value, the study hopes to offer practical insight for universities, financial institutions, and policymakers looking to develop more targeted financial literacy programs and support services for the growing international student population.

A FOGYASZTÓI ETNOCENTRIZMUS SZEREPE A HELYI ÉLELMISZEREKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI DÖNTÉSEKBE

Szerző: Juhász Eszter, Kereskedelem és marketing BSc, III. évfolyam
Konzulens: Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes, adjunktus

Az utóbbi években a lokális fogyasztás kérdésköre, egyre nagyobb figyelmet kap a szakirodalomban, valamint a gazdasági és marketing gyakorlatokban is. A helyi termékek előnyben részesítése több szempontból is releváns: a rövidebb ellátási láncok, kisebb ökológiai lábnyom révén hozzájárulhatnak a környezeti terhelés csökkentéséhez, valamint erősíthetik a helyi közösségeket és a helyi gazdaságot. A globális ellátási láncok a 21. században egyre nagyobb kockázatot jelentenek a gazdaság számára. Ezt ismerték el az Evergreen katasztrófa kapcsán is. A „Vásárolj hazait!”, „Fogyassz helyit!” kampányszövegek egyre gyakrabban jelennek meg a mindennapi fogyasztói döntésekben. A helyi élelmiszerek iránti kereslet növekedésével párhuzamosan egyre nagyobb figyelem irányul a fogyasztói döntéseket befolyásoló pszichológiai és társadalmi tényezők vizsgálatára. Ezek közül a tényezők közül kiemelt jelentőséggel bír a fogyasztói etnocentrizmus, amely arra utal, hogy a fogyasztók milyen mértékben részesítik előnyben a hazai termékeket a külföldiekkel szemben, gyakran gazdasági, morális vagy identitásbeli megfontolások alapján. Az etnocentrizmus szorosan kapcsolódik a nemzeti identitás, a gazdasági patriotizmus és a társadalmi normák kérdésköréhez. Számos kutatás rámutat arra, hogy az etnocentrikus attitűdök különösen erőteljesen jelennek meg az élelmiszerfogyasztás területén, ahol a bizalom, az egészségtudat és a helyi közösségek támogatásának szándéka kiemelt szerepet kap. Az előadás kitér a fogyasztói etnocentrizmus és a helyi élelmiszerek közötti kapcsolatra, valamint a „helyi” és a „hazai” fogalmának különbségére. Bemutatásra kerülnek azok a főbb motivációk, amelyek a helyi termékek választása mögött állnak. Az előadás célja nem empirikus eredmények bemutatása, hanem egy olyan fogalmi és elméleti keret felvázolása, amely segíti a fogyasztói etnocentrizmus mélyebb megértését a helyi élelmiszerek kontextusában.

TUDATOSSÁG VAGY TRENDKÖVETÉS? A VINTED PLATFORM HATÁSA A Z ÉS Y GENERÁCIÓ RUHAVÁSÁRLÁSI SZOKÁSAIRA ÉS FENNTARTHATÓSÁGI ATTITÚDJÉRE

Szerző: Kerecsi Eszter, Kereskedelem és marketing BSc, I. évfolyam
Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

A divatipar napjainkban a világ egyik legszennyezőbb iparágának számít, amely jelentős környezeti terheléssel jár, többek között felelős a magas vízfelhasználásért, a textilhulladék felhalmozódásért és a szén-dioxid-kibocsátásért. Ezzel párhuzamosan a fogyasztói magatartás is átforgalmazódott és egyre nagyobb szerepet kapnak a fenntarthatóbb alternatívák, kiváltképpen a second-hand ruhavásárlás. A fogyasztók közötti (C2C) közösségi kereskedelem dinamikusan fejlődő terület, melynek egyik legjelentősebb digitális színtere Magyarországon a Vinted, amely lehetőséget biztosít a már nem használt ruhák eladására és megvásárlására. Jelen kutatás a digitális platformokon működő, másodkézből történő ruhakereskedelmet, főként a Vinted szerepét vizsgálja. Elsődleges célom a kutatásommal annak feltárása, hogy a platform milyen módon befolyásolja a fogyasztói magatartást, különös tekintettel a Z és Y generáció vásárlási preferenciáit és fenntarthatósághoz való viszonyát. Ezen generációk egyre tudatosabb fogyasztói csoportként jelennek meg, akik döntéseik során nemcsak gazdasági, hanem környezeti és társadalmi szempontokat is figyelembe vesznek. A kutatásom célja továbbá annak elemzése, hogy a Z és Y generáció tagjai milyen motivációk mentén választják a second-hand vásárlást, fenntarthatósági meggyőződésből, gazdasági megfontolásból, trendkövetésből vagy közösségi hatások eredményeként. A vizsgálat arra is kiterjed, hogy a Vinted használata kiváltja-e az új ruhák vásárlását vagy inkább kiegészíti a hagyományos fogyasztási mintákat. A kutatási további célja annak megértése, hogy a digitális platformok milyen szerepet töltenek be a körforgásos gazdaság divatipari megvalósításában. A kutatásomat elsősorban elméleti alapozással kezdtem, amely során kiterjedt szakirodalmi áttekintést végeztem, elemezve a nemzetközi és hazai statisztikákat. Majd a kvalitatív kutatás keretében fókuszcsoport interjút alkalmaztam. A kutatásban összesen 6 fő vett részt 4 nő és 2 férfi, a résztvevők közül 4 fő a Z generációhoz, míg 2 fő az Y generációhoz tartozott. A kutatás során megállapíthatóvá vált, hogy a résztvevők többsége már találkozott second-hand platformokkal és többen közülük rendszeresen használják is ezeket. Ugyanakkor volt olyan résztvevő is, aki még nem használta ezeket a felületeket, csupán hallott róluk. A vizsgálat során arra is kitértem, hogy a résztvevők milyen gyakran találkoznak ilyen jellegű hirdetésekkel, amely alapján megállapítható, hogy a second-hand platformok egyre nagyobb láthatósággal bírnak a mindennapokban. A különböző platformok közül egyértelműen a Vinted bizonyult a legnépszerűbbnek a csoport tagjai körében, amelyet többen is aktívan használnak.

Kutatásom jövőbeli célja, hogy kvantitatív kutatás keretében online kérdőíves formában vizsgáljam a különböző generációk fenntarthatósághoz való viszonyát és vásárlási szokásait. Illetve célom még a jövőben kutatásomat szakértői interjúkkal is bővíteni. Ezáltal átfogóbb képet nyerhetek a fenntartható divathoz kapcsolódó fogyasztói attitűdökről és döntési mechanizmusokról.

AZ EGÉSZSÉGTUDATOSSÁG ÉS A KÖZÖSSÉGI MÉDIA HATÁSA AZ ÉLELMISZERFOGYASZTÁSI DÖNTÉSEKRE - GENERÁCIÓS KÜLÖNBSEGEK AZ X ÉS A Z GENERÁCIÓ KÖZÖTT

Szerző: Májer Dézi Vivien, Marketing MSc, I. évfolyam
Konzulens: Dr. Balsa-Budai Nikolett, adjunktus

Az egészségtudatosság és a közösségi média egyre meghatározóbb szerepet tölt be a fogyasztói magatartás alakulásában, különösen az élelmiszerfogyasztási döntések területén. Az online felületeken lévő tartalmak hatással lehetnek arra, hogy a fogyasztók milyen élelmiszereket választanak, illetve, hogy mennyire nyitottak új, egészséges termékek kipróbálására.

Kutatásomban azt vizsgálom, hogy az egészségtudatosság milyen mértékben befolyásolja az élelmiszerválasztást, valamint, hogy a közösségi média milyen hatást gyakorol a táplálkozási szokásokra az X és a Z generáció körében. A téma aktualitását az adja, hogy a közösségi média platformok egyre fontosabb információforrássá válnak az egészséges életmóddal és táplálkozással kapcsolatban, miközben a különböző generációk eltérő módon használják ezeket a felületeket.

A kutatás célja annak feltárása, hogy az egészségtudatosság milyen mértékben befolyásolja az élelmiszerfogyasztási döntéseket az X és a Z generáció körében, valamint, hogy a közösségi média milyen szerepet játszik a táplálkozási szokások és vásárlási döntések alakulásában. Továbbá azt is vizsgálom, hogy van-e különbség a két generáció között a közösségi médiában megjelenő egészségtrendek elfogadásában, illetve, hogy ezek a tartalmak inkább impulzív vagy tudatos vásárlási döntéseket eredményeznek.

A vizsgálat során kérdőíves adatgyűjtést alkalmazok, amelynek keretében az X és a Z generáció tagjainak egészségtudatosságát, közösségi média használatát és élelmiszerfogyasztási szokásait elemzem, majd az eredményeket összehasonlító módon értékelem. Feltételezésem szerint a Z generáció esetében a közösségi média intenzívebb használata erősebb hatást gyakorol az élelmiszerfogyasztási döntésekre, valamint nagyobb nyitottság figyelhető meg az egészségtudatos trendek iránt, míg az X generáció döntéseiben inkább a tudatosság és a megszokás dominál. Az eredmények hozzájárulhatnak a generációs különbségek mélyebb megértéséhez, valamint a marketingkommunikáció és az egészségorientált élelmiszerpiac hatékonyabb alakításához.

AZ EURÓPAI UNIÓ VERSENYKÉPESSÉGE A KREATÍV ROMBOLÁS ÉS AZ INTÉZMÉNYI MEREVSÉG FÉNYÉBEN

Szerző: Nagy Levente, Nemzetközi gazdálkodási BSc, I. évfolyam
Kozulensek: Dr. Sigér Fruzsina, adjunktus
Prof. Dr. Czeglédi Pál, egyetemi tanár

Az Európai Unió versenyképessége évtizedek óta heves viták tárgyát képezi, napjainkban különösen aktuálissá téve azt a tényt, hogy az Unió és fő versenytársa, az Egyesült Államok közötti termelékenységi rés a kilencvenes évek közepe óta folyamatosan tágul. A versenyképesség makroszintű értelmezése körüli fogalmi bizonytalanságok ellenére a szakirodalomban és az uniós döntéshozatal szintjén is konszenzusnak tekinthető, hogy az európai versenyképesség leginkább érvényes tartalma a termelékenység, annak növekedési forrása pedig az innováció és a hozzá kapcsolódó „kreatív rombolás” – az a schumpeteri gondolat, miszerint a gazdasági megújulás szükségszerűen együtt jár a régi struktúrák lerombolásával.

Kutatásom ennek a mechanizmusnak a működését vizsgálja az Európai Unióban. Központi kérdésként azt szeretném körüljárni, hogy az EU termelékenységi lemaradása összefüggésbe hozható-e a „kreatív rombolás” gyengeségével, és ha igen, az európai munkaerőpiaci és intézményi merevség mennyiben felelős ezért. Az elemzések legtágabb elméleti keretét a közgazdasági Nobel-emlékdíjjal is kitüntetett szerzőpáros, Aghion–Howitt-féle endogén növekedésmélet adja, amelyben a gazdasági növekedést vertikális, minőségjavító innovációk hajtják: az új technológiák ideiglenes monopóliumot biztosítanak az innovátorok, miközben elavulttá teszik az előző megoldásokat – formalizálva ezzel a schumpeteri kreatív rombolást, mint endogén növekedési mechanizmust

Az empirikus vizsgálat során EU KLEMS termelékenységi adatokat, Eurostat üzleti demográfiai adatokat és OECD munkaerőpiaci mutatókat használva elemzem a vállalati dinamizmus, a foglalkoztatásvédelmi szabályozás és a termelékenységnövekedés közötti összefüggéseket az Unió tagállamaiban.

A kutatás kitér a lehetséges gazdaságpolitikai válaszokra is, szem előtt tartva, hogy az amerikai típusú rugalmas munkaerőpiaci modell nem ültethető át feltétel nélkül az európai jóléti állam keretei közé, ahol a társadalmi kohézió és a munkavállalói biztonság alapértéknek számít. Ebben az összefüggésben a dán típusú flexicurity-modell kínál lehetséges utat, amely a munkaerőpiaci rugalmasság és a szociális biztonság együttes megteremtésére törekszik, utat engedve a kreatív rombolásnak anélkül, hogy annak társadalmi költségei európai mércével nézve elfogadhatatlanná válnának.

AZ IFRS ÉS A MAGYAR SZÁMVITELI RENDSZER ÖSSZEHASONLÍTÁSA A TEVA GYÓGYSZERGYÁR ZRT. ÉS A RICHTER GEDEON NYRT. IMMATERIÁLIS JAVAI ÉS KÉSZLETEI TEKINTETÉBEN

Szerző: Nagy Vanessza Ilona, Pénzügy és számvitel BSc, III. évfolyam
Konzulens: Dr. Szekeres Alexandra, adjunktus

A tanulmányom célja a Nemzetközi Pénzügyi Beszámolási Standardok (IFRS) és a magyar számviteli szabályozás összehasonlító elemzése a TEVA Gyógyszergyár Zrt. és a Richter Gedeon Nyrt. éves beszámolóiban megjelenő immateriális javai és készletei vonatkozásában. A kutatásom központi kérdése, hogy milyen differenciák vagy éppen azonosságok figyelhetők meg a két számviteli rendszer között az eszközök definiálása, értékelése és nyilvántartása terén, és ezek hogyan befolyásolják a vállalatok vagyoni, illetve pénzügyi helyzetének megítélését.

A vizsgálat célja annak feltárása, hogy az IFRS szerinti megközelítés és a magyar számvitel szabályalapú rendszere milyen hasonlóságokat és különbségeket eredményez az immateriális javak és a készletek értékelésekor. A kutatás során a kiválasztott vállalatokat a nyilvánosan elérhető lehető legfrissebb mérlege, eredménykimutatása, kiegészítő melléklete és számviteli politikája alapján hasonlítottam össze, figyelve az éves beszámolók időbeli egyezőségére.

Az alkalmazott módszertan dokumentumelemzésre és kvalitatív összehasonlításra épül, amelyet a releváns számviteli standardok, mint az IAS 2 és az IAS 38, továbbá a vonatkozó jogszabályok tanulmányozása tesz teljessé. Az elemzés során különös hangsúlyt kapott az egyes tételek értékelési módszereinek és elszámolási gyakorlatának összevetése.

A kutatás eredményei rámutatnak, hogy az IFRS nagyobb rugalmasságot biztosít, ugyanakkor komolyabb szakmai megértést, megítélést igényel, míg a magyar számviteli rendszer konzervatívabb megközelítést alkalmaz.

A POLITIKAI MARKETINGESZKÖZÖK ALKALMAZÁSÁNAK MÓDSZEREI, ÉS AZOK HATÁSA A VÁLASZTÓPOLGÁROK MEGÍTÉLÉSE SZERINT

Szerző: Plébán Kristóf, Kereskedelem és marketing BSc, III. évfolyam
Konzulens: Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes, adjunktus

Az elmúlt évek során egyre jobban körbe vette az embereket a politika nemzetközi és hazai szinten, aminek megvannak a pozitív, illetve a negatív hatásai is. Egyre több ember válik politikailag felvilágosultabbá, érdeklődőbb szemmel figyelik a folyamatokat, és egyre többen vállalnak aktívabb szerepet a közéletben, és ami még fontosabb, ezen eszközök erős hatással vannak közéleti döntéseikre.

A politikai pártok ma már újabb és újabb marketingeszközöket használnak, egyre differenciáltabbak. Ezek több esetben külföldön már bevált eszközök, itthon viszont még ismerkednek velük és hatásukkal. A választópolgárok egy újabb generációja nőtt fel, akiket máshogy kell megfogniuk, mint az eddigi eszközök.

A szakirodalom sokat foglalkozik ezeknek a használatával, valamint hogyan képesek vele megszólítani a választópolgárokat. A kutatások többsége globálisan értelmezi a választópolgárok fogyasztói magatartását.

Kutatásom célja, hogy megismerjem az emberek véleményét a mai politikai marketingeszközökről, továbbá feltárni, miket preferálnak, miket nem, miket javasolnának, amivel jobban meglehet szólítani őket. Hipotézisem szerint alapvetően inkább úgy látják, hogy a mai kommunikáció nem szólítja meg őket, de úgy gondolják, hogy az emberek többségét mégis képesek ezekkel befolyásolni legfőképp a kampányidőszakban.

Módszertanom a kvantitatív kutatás primer adatok alapján, amely során a választások előtt kérdeztem meg az embereket politikai eszközökkel kapcsolatos preferenciáikról.

Jövőbeli terveim közt szerepel egy szemkamerás vizsgálat is, amely során külföldi választások kampányok plakátjait mutatom be, és azt szeretném megtudni miképp reagálnak ezekre, mikre figyelnek fel jobban, különösképp, amikor 2 ellentétes tartalmú reklámanyag kerül bemutatásra. Terveim közt szerepel egy másik kvantitatív felmérés kérdőív formájában, amiben a választások utáni hangulatra, véleményekre vagyok kíváncsi a politikai marketing eszközök kapcsán.

MEGATRENDEK ÉS A SPORT KAPCSOLATA

Szerző: Racsav Nikolett Szilvia, Sportszervezés BSc, II. évfolyam
Konzulens: Dr. Ráthonyi-Odor Kinga, egyetemi docens

A trendkutatás több tudományterületet átfogó megközelítést igényel, amely ötvözi a gazdasági, társadalmi, technológiai és környezeti tényezők elemzését. A megatrendek olyan hosszú távú, széles hatókörű változási folyamatokként értelmezhetők, amelyek jelentős hatást gyakorolnak különböző rendszerek működésére, és alapvetően jövőorientált szemléletet képviselnek. A trendkutatás a sportágazatban is kulcsszerepet játszik, mivel a sport ma már nemcsak verseny, hanem komplex gazdasági és társadalmi rendszer.

Céлом, hogy a kibontakozó megatrendeket, valamint a velük párhuzamosan jelen lévő trendeket és ellentrendeket rendszerezem, valamint feltárjam ezek sportban való megjelenését, és felmérjem, hogy ezek, hogyan formálják a fiatal felnőttek sportban megjelenő mintázatait.

Szekunder kutatásom során releváns román, angol és magyar nyelvű szakirodalmakat használtam.

Az elmúlt években egyre több nemzetközi tanulmány foglalkozott a trendkutatással, melyről megállapították, hogy – különösen a megatrendek vizsgálata – kulcsfontosságú eszköz a jövőbeli folyamatok megértésében és előrejelzésében, ugyanakkor további módszertani fejlesztések szükségesek a tudományos megalapozottság erősítéséhez. A trendkutatás a sportágazatban alapvető eszköz lehet a változó fogyasztói igények, gazdasági folyamatok és technológiai fejlődés megértésében. A sportban megjelenő jövőbeni trendhatásokat legjobban a hosszú távon (megatrendek), illetve középtávon (trendek és ellentrendek) ható trendjelenségek vizsgálatával ismerhetjük meg. A megatrendek hatásainak elemzése lehetővé teszi, hogy akár 20–30 éves távlatban előre jelezzük a sport területén meghatározóvá váló fogyasztói magatartásváltozások fő irányait, míg a trendek és ellentrendek együttes figyelembevétele árnyaltabb és megalapozottabb jövőképet nyújt.

A VEGETÁRIÁNUS ÉS VEGÁN ÉLELMISZEREK PSZICHOLÓGIAI HATÁSA A VÁSÁRLÓI DÖNTÉSEKRE

Szerző: Sebestyén Viktória, Kereskedelem és marketing BSc, III. évfolyam
Konzulensek: Dr. Fehér András, egyetemi docens

Napjainkban a növényi alapú étrendre való áttérés nemcsak egészségmegőrző stratégia, hanem globális fenntarthatósági válasz is az élelmiszeripar kihívásaira. A kutatásom alapkérdése, hogy a vegetáriánus és vegán élelmiszerekhez kapcsolódó marketingkommunikáció és a címkézés hogyan befolyásolja a fogyasztói attitűdöket és a tényleges vásárlási döntéseket. A dolgozat célja feltárni a címkézés hatását a termék megítélésére, az észlelt minőségre és egészségességre, valamint azonosítani a növényi alapú termékekkel kapcsolatos leggyakoribb sztereotípiákat és előítéleteket.

A kutatás módszertana szekunder és primer adatgyűjtésre épül. A szakirodalmi áttekintés keretében a növényi alapú étrend fogalmi rendszerezése mellett a fogyasztói motivációk és a környezettudatos attitűdők kerülnek elemzésre. A primer kutatás során kvalitatív módszertant alkalmazva fókuszcsoportos interjú lebonyolításra került sor a 20-25 év közötti korosztály körében. A vizsgálat fókuszában a fogyasztói szótár feltárása, a tanúsító logók (vegán és vegetáriánus védjegyek) vizuális hatása és a termék megnevezéséből adódó pszichológiai reakciók állnak.

A kutatás eddigi megállapításai szerint a címkézés kettős hatással bír; miközben segíti a tájékozódást a tudatos fogyasztók számára, bizonyos szegmensekben a rögzült sztereotípiák (ízélmény hiánya, túlzott feldolgozottság stb.) miatt elutasítást is kiválthat. A vizsgálat eredményei hozzájárulhatnak olyan hatékonyabb marketingstratégiák kidolgozásához, amelyek a fenntarthatósági előnyök hiteles közvetítésével képesek csökkenteni a fogyasztói előítéleteket.

A SZÁLLODAI ROBOTOK ELFOGADOTTSÁGA AZ UTAZÁSI MOTIVÁCIÓ ÉS A TECHNOLÓGIAI AFFINITÁS JEGYÉBEN

Szerző: Silling Szintia Adriána, Vezetés és szervezés MSc, I. évfolyam
Konzulensek: Prof. Dr. Dajnoki Krisztina, egyetemi tanár
Dr. Czine Péter, adjunktus

A turizmusban zajló technológiai transzformáció, a munkaerőhiány és a vendégoldali elvárások folyamatos változása kihívások elé állítja a szállodaipart. A robotizáció mára túlmutat az üzemeltetési hatékonyság növelésén, mivel olyan stratégiai alkalmazkodást igényel, amely újradefiniálja a szolgáltatási folyamatokat. Miközben a szektor fenntarthatósága rugalmas technológiai megoldások bevezetését teszi szükségessé, a versenyképes szolgáltatás kialakításához a vendégoldali preferenciák mélyebb megértése elengedhetetlen. Az utazók szállodaválasztási döntéseit és a robotizált szolgáltatásokhoz való viszonyát nemcsak a funkcionális hasznosság, hanem érzelmi, attitűdbeli és szociálpszichológiai tényezők is meghatározzák.

A kutatás célja annak feltárása, hogy a hazai utazók technológiával kapcsolatos attitűdje miként befolyásolja a robotizált szolgáltatásokat kínáló belföldi szálláshelyek kiválasztását. A vizsgálat során (1) feltérképezem a szállodavezetők robotizációval kapcsolatos attitűdjeit, (2) azonosítom a belföldi utazók döntéseit meghatározó szállodajellemzőket, (3) elemzem a technológia észlelt kezelhetősége és a robotizált szolgáltatások iránt mutatkozó preferencia közötti összefüggéseket, valamint (4) feltárom, hogy az utazási motivációk és a demográfiai tényezők miként hatnak a technológia-elfogadásra és ezen keresztül a szállodaválasztási preferenciákra.

A kutatási célokat félig strukturált mélyinterjúkkal alapozom meg. A fogyasztói preferenciákat és azok heterogenitását feltételes (conditional logit – CL) és random paraméteres logit (random parameter logit – RPL) modellezésekkel azonosítom. A technológiai attitűdök hatását hibrid választási modellezéssel (hybrid choice modelling – HCM) vizsgálom, látens változóként beépítve a TAM-modell (Technology Acceptance Model – technológia elfogadási modell) szerinti észlelt könnyű kezelhetőséget. Végül elemzem az utazási motivációk és demográfiai tényezők technológiai elfogadáson keresztül érvényesülő hatását a szállodaválasztási preferenciákra.

A szakirodalom alapján a kutatás várható eredménye, hogy az üzleti, fiatalabb és férfi utazók a funkcionális előnyök miatt preferálják a robotizált szolgáltatásokat, míg az idősebb és szabadidős utazók körében a személyesség igénye és a technológiai idegenkedés elutasítást vált ki. Ebből adódóan a technológia-elfogadás és a választási hajlandóság szignifikáns különbségeket mutat az egyes utazási és demográfiai szegmensek között.

A SZÁLLÁSHELYFOGLALÓ WEBOLDALAK FELHASZNÁLÓI ÉLMÉNYÉNEK VIZSGÁLATA

Szerző: Szabó Patrik, Marketing MSc, II. évfolyam

Konzulens: Dr. Kontor Enikő, egyetemi docens

A digitalizáció térnyerésével a szálláshelyek online jelenléte kulcsfontosságúvá vált, hiszen a fogyasztók ma már nem csupán információt, hanem zökkenőmentes és biztonságos élményt várnak a platformoktól. A kutatómunka alapkérdése arra irányul, hogy az online platformok elrendezése, vizuális ingerrendszere és kommunikációs stratégiái miként befolyásolják a felhasználói döntéshozatalt és a bizalomépítést egy alapvetően személytelen digitális térben. A dolgozat célkitűzése a szállásadó weboldalak átfogó elemzése, különös tekintettel a Z és Y generáció elvárásaira, valamint a vizuális figyelemirányítás és a technológiai innovációk gazdasági hatásaira. Az alkalmazott módszertan a szakirodalmi áttekintés mellett tartalmazza a globális és hazai piacvezető platformok, így a Booking.com, az Airbnb és a Szallas.hu összehasonlító elemzését. A vizsgálat kitér a kognitív folyamatokra, a szakirodalomban fellelhető korábbi szemkamerás kutatások eredményeire, az oldalstruktúrák hatékonyságára, valamint a mesterséges intelligencia által kínált új megoldásokra. A legfontosabb megállapítások közé tartozik, hogy a webdizájn nem esztétikai, hanem kognitív kérdés: a Halo-effektus és a tudatos színhasználat közvetlen hatással van a felhasználói bizalom kiépítésére, a foglalási hajlandóság növelésére és a tranzakciók sikeres lezárására. Az elemzés rávilágít, hogy a vizuális pásztázási útvonalakhoz igazított CTA gombok, az utazási fázistól függő oldalstruktúra és az AI-alapú személyre szabás elengedhetetlen a kosárelhagyás minimalizálásához. Összegzésként megállapítható, hogy a vizsgált platformok sikere a pszichológiai alapú dizájn és a technológiai fejlesztések ötvözésében rejlik, amely a fogyasztók bizalmának elnyerésén keresztül képes a látogatót hatékonyan fizető vendéggé alakítani a digitális környezetben.

JÁTÉK VAGY TANULÁS? A GAMIFIKÁCIÓ VALÓDI EREJE

Szerző: Tóth Noémi Gréta, Nemzetközi gazdálkodás BSc, II. évfolyam

Konzulens: Dr. Kovács Tamás, adjunktus

A dolgozat célja a gamifikáció fogalmának, értelmezési kereteinek és oktatási alkalmazási lehetőségeinek feltárása, különös tekintettel a tanulói motiváció és elköteleződés növelésére. A kutatás alapkérdése arra irányul, hogy a gamifikáció milyen módon járulhat hozzá a tanulási folyamat hatékonyságának javításához, valamint milyen feltételek mellett tekinthető eredményes pedagógiai eszköznek.

A vizsgálat szakirodalmi áttekintés módszerére épül, amely során hazai és nemzetközi források elemzésére került sor. A feldolgozott tanulmányok alapján megállapítható, hogy a gamifikáció egységes definíciója nem alakult ki, ugyanakkor széles körben elfogadott megközelítés szerint a játéktervezési elemek nem játékos környezetben történő alkalmazását jelenti. A kutatás során kiemelt figyelmet kapott a motiváció szerepe, különösen az intrinzik motiváció és a flow-élmény, valamint az olyan elméleti keretek, mint az önmeghatározás-elmélet.

Az eredmények rámutatnak arra, hogy a gamifikáció megfelelően alkalmazva képes növelni a tanulói aktivitást, az elköteleződést és a tanulási eredményességet. Különösen jelentős a személyre szabott, adaptív tanulási környezetek kialakításában, amelyben a mesterséges intelligencia alkalmazása új lehetőségeket kínál. Ugyanakkor a szakirodalom hangsúlyozza, hogy a gamifikáció gyakorlati megvalósítása gyakran leegyszerűsödik pontok és jutalmak alkalmazására, amely nem minden esetben vezet valódi motivációs többletkez.

Következtetésként megállapítható, hogy a gamifikáció jelentős potenciállal rendelkezik az oktatás fejlesztésében, azonban hatékony alkalmazása tudatos tervezést, világos célrendszert és a tanulói sajátosságok figyelembevételét igényli. A dolgozat egy bevezető jellegű áttekintést nyújt, amely alapot teremt a téma további, empirikus vizsgálatához.

KÖZÉPISKOLAI TANULÓK ELŐADÁSAINAK ÖSSZEFOGLALÓI

BOTRÁNYTÓL A MILLIÁRDOKIG: A SKIMS ÚTJA A SIKERIG

Szerző: Baranyi Eszter,
Debreceni Egyetem Kossuth Lajos Gyakorló Gimnáziuma és Általános
Iskolája, IX. évfolyam
Konzulens: Dr. Vida Viktória, egyetemi docens

A Kardashian név egybeforr a modern üzleti sikerrel. Kim Kardashian útja a 2000-es évek bulvárszerepléseitől és botrányaitól a tudatosan felépített üzleti birodalomig vezetett. Az esszé központi témája ezen belül a SKIMS márka, amely Kim legnagyobb sikere. 2019-es indulásakor a testpozitivitást és az inkluzivitást tűzte zászlajára. Nem csupán alakformáló fehérneműt árulnak, hanem megoldást kínálnak minden bőrtónusra és testalkatra. Érdekesnek tartottam elemezni, mi vezetett a sikerhez. A téma alaposabb bemutatásához az elemzésemben két marketingmodellt, a 4P és 4C alapján vizsgáltam meg a céget. A 4P (Termékközpontú) vizsgálat során olyan megállapításokat tettem, a termékkínálat (Product) innovatív anyagokra épül, az ár (Price) prémium, de elérhető luxust képvisel, az elosztás (Place) főként online, a promóció (Promotion) pedig Kim hatalmas követőtáborára és a „drop model”-re (limitált készletek, gyors kiadás) épít. A 4C (Fogyasztóközpontú) modell alapú elemzésnél úgy találtam, hogy ez a módszer jobban leírja a SKIMS lényegét. Itt nem csak terméket, hanem vásárlói értéket (önbizalom, identitás) adnak. A költség nemcsak pénzbeli, hanem érzelmi befektetés is, a kényelem a digitális optimalizáción alapul, a kommunikáció pedig kétirányú párbeszéd a közösséggel (UGC, storytelling stb.). A márka sikerének kulcsa nem csupán a termék, hanem a fogyasztói élmény, a közösség és az identitásépítés. A két marketing módszer bemutatása után a legfőbb riválisával, a Spanx márkával is összehasonlítottam. Míg a Spanx funkcionális, praktikus megoldásként indult irodai dolgozóknak, a SKIMS kulturális jelenség lett, és ez az árbevétel és a követők számában is megmutatkozik. Így elmondhatjuk, hogy egy alakformáló ruházati márkánál a fogyasztóközpontúság előnyt jelenthet. Az elemzések alapján összességében megállapíthatom, hogy a fogyasztói visszajelzések vegyesek, de többségében pozitívak. Sokan dicsérik a „második bőr” érzetet és a tartósságot, míg mások a magas árat és a vékony anyagokat kritizálják. A marketinget azonban szinte mindenki zseniálisnak tartja: a hírességek bevonása (pl. Lana Del Rey) és a mesterséges hiánykeltés (FOMO) folyamatosan fenntartja az érdeklődést. A SKIMS sikere bizonyítja, hogy a 21. században a márkák már nem csak termékeket, hanem közösséget és identitást árulnak. Kim Kardashian bebizonyította, hogy a figyelem gazdaságában a személyes márka hiteles átalakítása hosszú távú üzleti értéket teremt.

A DIGITÁLIS MARKETING SZEREPE ÉS HATÉKONYSÁGA A MODERN ÜZLETI KÖRNYEZETBEN

Szerző: Dézsi Krisztián Dávid,
Debreceni Egyetem Balásházy János Gyakorló Technikuma, Gimnáziuma és
Kollégiuma, XI. évfolyam
Konzulens: Dr. Fehér András, egyetemi docens

A kutatás központi kérdése, hogy a digitális marketing milyen szerepet tölt be a modern üzleti környezetben, valamint mennyire tekinthető hatékony eszköznek a fogyasztók elérésében és befolyásolásában. A kutatás célja a digitális marketing eszközeinek, működésének és gyakorlati alkalmazásának bemutatása, továbbá annak vizsgálata, hogy ezek milyen hatással vannak a felhasználói magatartásra. A kutatás során szekunder és primer módszerek egyaránt alkalmazásra kerültek. A szakirodalmi áttekintés a digitális marketing elméleti hátterére fókuszált, különös tekintettel a mérhetőségre, a tartalommarketing szerepére és a közösségi média jelentőségére. A primer kutatás kérdőíves módszerrel valósult meg, amely a felhasználók internethasználati szokásainak, reklámokkal kapcsolatos attitűdjeinek és vásárlási döntéseinek feltérképezésére irányult. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a digitális marketing széles körben jelen van a felhasználók mindennapjaiban, mivel a válaszadók mindegyike találkozik online reklámokkal. A leggyakoribb megjelenési felületek a közösségi média platformok. A válaszadók többsége ugyanakkor zavarónak tartja a reklámokat, ennek ellenére jelentős arányban már vásároltak online hirdetések hatására. A kutatás rámutat arra is, hogy a felhasználók körében erős bizalmatlanság tapasztalható az adatgyűjtéssel kapcsolatban. Összességében a digitális marketing hatékony eszköznek bizonyul a fogyasztók elérésében és befolyásolásában, ugyanakkor a túlzott reklámhasználat és az adatvédelmi aggályok kihívást jelentenek. A jövőben a személyre szabott, ugyanakkor átlátható és bizalomépítő marketingmegoldások alkalmazása kulcsfontosságú lehet.

ZENEI KARRIER, MINT ATÍPIKUS MUNKAVÉGZÉSI FORMA

Szerző: Lovász Lőrinc István,
Debreceni Egyetem Kossuth Lajos Gyakorló Gimnáziuma és Általános
Iskolája, XI. évfolyam
Konzulens: Pelyák Lejla, doktorandusz

HR-szempontról a zenészek karrierútjának vizsgálata kiemelt relevanciával bír, mivel olyan alkalmazkodási stratégiákat tár fel, amelyek innovatív HR gyakorlatok kialakításához járulhatnak hozzá. A zenei karrier a klasszikus atipikus munkák közé sorolható, mivel eltér a hagyományos, teljes munkaidős, munkahelyhez és munkáltatóhoz kötött foglalkozási formától. Munkájuk időben, helyszínben, valamint intenzitásában is kiszámíthatatlan, illetve bevételeik bizonytalansága miatt akár több, különböző munkavégzési tevékenységet is kénytelenek folytatni, melyet portfólió karriernek nevezünk. Kutatásomban a zenei pálya egyedi kihívásait vizsgáltam HR szempontból. Szakirodalmi feltárást végeztem annak érdekében, hogy azonosítsam a zenészeket érintő HR szempontból is releváns kérdésköröket. Fő kutatási kérdésem: Milyen kihívásokkal jár a zenei karrier mint atipikus munkavégzési forma? A kérdés megválaszolását 3 HR szempontból mérvadó témakört érintve tettem meg: munka-magánélet egyensúlya, kiegészítés és teljesítményszorongás. A zenészek rengeteg kihívással küzdenek a munka-magánélet egyensúly megtartásának terén, mert a kiszámíthatatlan munkaidő, a magas elvárások, a sok utazás mind-mind háttérbe szorítják a személyes kapcsolatokat és a pihenést. Emellett az állandó monotonitás is mentális és fizikai nyomást helyez a zenei pályán elhelyezkedőkre, ezzel jelentősen növelve a kiegészítés kockázatát. Kutatásom során rávilágítottam egy olyan jelenségre, melyről nagyon kevesen tudnak, mégis a szakmában elhelyezkedők legalább 50%-a tapasztalta. Ez az MPA (musical performance anxiety), teljesítményszorongás, mely akár fellépéstől való visszavonulást is eredményezhet. Pszichológiai oldalról félelem a kudarcból, a magas elvárásoktól való stressz, fizikai oldalról pedig enyhe izomfeszültségtől komoly testi tünetekig kiterjedő hatásai lehetnek. A szakirodalmi feltárási eredményei alapján arra a következtetésre jutottam, hogy kulcsfontosságú ezen kihívások leküzdéséhez az egyensúly megteremtése. Fontos a testi és mentális egészség prioritizálása a karrier építésével párhuzamosan. Emellett elengedhetetlen az intenzív időszakok közötti rekreációs idő biztosítása, vagy akár hosszabb időre való, tudatos visszavonulás pihenés céljából is (pl. Azahria). Sok előadónál a családjuktól való távolság is nagy kihívást jelent, melyre a körülmények tekintetében megoldás lehet az együtt turnézás vagy közös programokra való idő kiszakítása.

VEZETŐI KÉSZSÉGEK ÉS A GAMIFIKÁCIÓ, MINT MOTIVÁCIÓS MÓDSZER KAPCSOLATA

Szerző: Munkácsi Alexa,
Nyíregyházi SZC Széchenyi István Technikum és Kollégium, XI. évfolyam
Konzulens: Olvasztó Zsófia, tanársegéd

Minden csapat élén egy vezető áll. A vezető csapatmunka során elengedhetetlen személy, mivel koordinálja, motiválja a csapat tagjait, célokat tűz ki számukra. De milyen készségekkel kell rendelkeznie ezen személynek, hogy csapata jó vezetőnek minősítse? Fontos-e, hogy a vezető képes legyen motiválni a csapatát és elérheti-e ezt gamifikációs eszközök használatával? Célkitűzésem ezen kérdések megválaszolása, amelyet kérdőíves kutatási módszerrel kiviteleztem. A kutatásom során célom volt megismerni a kitöltők demográfiai adatai mellett a vezetői készségekre adott válaszait, valamint a gamifikáció, mint motivációs eszközhöz való hozzáállásukat. A vezetői készségek területén megvizsgáltam, hogy a válaszadók adott módszertani és szociális készségeket milyen fontosnak tartanak. Ilyen készség a motiváció is, melyen belül a gamifikációt, mint ennek egy eszközt vizsgáltam meg Werbach és Hunter 2012-es PBL triád kutatómunkájára alapozva, amely során kiváló teljesítményért jutalmazási példákat is prezentáltam, valamint felmértem a mindennapi életre való hatását is. Összesen 59 fő töltötte ki a kérdőívet. 33 válaszadó a Z generáció tagja, 39 női nemű, a diákok és munkavállalók száma egyenlő. A legfontosabb vezetői készségnek a nyomás alatti döntéshozatalt, valamint a segítőkészséget látták, de fontosnak találták a motivációt és a proaktivitást is. A kitöltők nagy része nem tudja magát vezetőként elképzelni. Ezután hipotetikus szituációkként vezettem be a gamifikációt a PBL módszer által a kitöltők számára. A kitöltőket legjobban egy pontozási rendszer motiválná, legkevésbé pedig a jelvénytérítés. A módszer a munkavállalók szerint inkább negatív vagy nem hangsúlyos hatással lenne a feladataik elvégzésére. Esetükben elmondható, hogy motiváló hatása lenne, ha elvégzendő feladataik teljesíthetőségét százalékos formában láthatnák. A diákok szerint a gamifikáció alkalmazása pozitív hatással lenne tanulmányaikra, valamint motiválná őket, ha a tananyag játékos módszerekkel (pl.: Kahoot) is feldolgozásra kerülne. Kutatásom alapján elmondható, hogy egyaránt a módszertani-, és a szociális készségek is fontosak egy jó vezető számára. Ezen kívül megállapítható, hogy míg a gamifikáció az oktatás körében hasznos motivációs módszer, a munkavállalói szektorra főleg negatív hatással lenne jelenleg Magyarországon.

A KŐOLAJIPARI JÁRADÉK- ÉS NYERESÉGALAPÚ ADÓRENDSZEREK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE

Szerző: Nagy Márton Péter,

Debreceni Egyetem Kossuth Lajos Gyakorló Gimnáziuma, XI. évfolyam

Konzulens: Dr. Kiss Ágota, adjunktus

Az olajpiacok a globális gazdaság legingadozóbb és geopolitikailag leginkább volatilis rendszerei közé tartoznak, ahol a kőolajipari vállalatok gazdasági túlélése éppolyan elengedhetetlen, mint az őket adóztató államok bevételeinek stabilitása. Hipotézisem szerint, a rendkívül magas adókulccsal működő adórendszerek jelentik a legnagyobb veszélyt a vállalatok túlélésére árcsökkenés esetén, szemben az alacsonyabb adókulcsú járadékalapú vagy hibrid rendszerekkel. Járadékalapú rendszeren azt értjük, hogy az állam a kitermelt kőolaj értékének egy előre meghatározott hányadát vonja el, jellemzően a bevételhez kötötten. A hibrid rendszer ezzel szemben a járadékelemek mellett hagyományos vállalati nyereségadókat is magában foglal, így a vállalat a nyeresége után is adófizetési kötelezettséggel tartozik. A feltevés vizsgálatához valós, eltérő adórendszerben működő vállalatok (Petrobras, Equinor) adatai alapján készítettem pénzügyi modelleket. Az itt kapott eredmények igazolása érdekében felállítottam három (járadék-, nyereség- és hibrid-alapú) szintetikus vállalat pénzügyi adatait, majd ezeket érzékenységvizsgálatnak (stressztesztnek) vettem alá egy széles olajár-tartomány függvényében (\$20/bbl - \$210/bbl), meghatározva mindegyik rendszer esetében a vállalatok nyereséges működéséhez szükséges fedezeti árat. Az eredmények rávilágítanak a három rendszer gazdasági rezilienciája közötti jelentős különbségekre. Bár a járadékalapú rendszer magas olajárak mellett kiemelkedő nyereséget biztosít a vállalat számára a többi adórendszerhez képest, alacsony árak esetén komoly kockázatot hordoz, mivel a járadékot nyereség hiányában, akár veszteséges működés mellett is meg kell fizetni. Ezzel szemben egy nyereségalapú rendszer lényegesen stabilabb és alacsonyabb kockázatu működési környezetet teremt, aminek az ára, a magas olajárak melletti mérsékeltebb vállalati profit. A végrehajtott érzékenységvizsgálat alapján el kell vetnem kezdeti hipotézisem, miszerint a magas adókulcsok eleve rosszabbak a vállalatok számára az olaj árának visszaesése esetén. Az adatok egyértelműen bizonyítják, hogy az adó szerkezete sokkal kritikusabb tényező, mint maga az adókulcs százaléka. Egy magas (~80%) nyereségadó biztosabb túlélést garantál válság idején, mint egy standard (20-40%), regresszív járadékrendszer. A kettő közötti „arany középút” a hibrid rendszer, amely szintügy mérsékli a kockázatot, miközben teret enged a magasabb olajárakból származó potenciális extra nyereségnek.