

Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem
Tudományos Diákköri Konferencia
Rezümékötet

2025. november 24-26.

Budapest, 2025

Szerkesztők

BGE Tudományos Diákköri Tanácsának (TDT) elnöke

Dr. Kovács Ildikó

BGE Tudományos Diákköri Tanácsának (TDT) titkára

Dr. Keresztes Éva Réka

Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

Zarándné Dr. Vámosi Kornélia, tudományos kari vezető

Kerekes Zsolt, kari TDT titkár

Menedzsment Kar

Dr. habil. Kozma Tímea, tudományos kari vezető

Faragóné Lepp Katalin, kari TDT titkár

Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Dr. habil. Győri Zsuzsanna, tudományos kari vezető

Dr. Babos Krisztina, kari TDT titkár

Dr. Takács Edit

Pénzügy és Számvitel Kar

Dr. Hegedűs Szilárd, tudományos kari vezető

Dr. Molnár Petronella, kari TDT titkár

Felelős kiadó: Prof. Dr. Andor György, a Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem rektora

Szakmai lektorok:

Dr. Varga Erika Erzsébet

Dr. Szóka Károly

Nyelvi lektor:

Dr. Kolláth Katalin

ISBN 978-615-6886-29-3

ELŐSZÓ

A Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem 2025. évi Tudományos Diákköri Konferenciája ismételten bizonyítja, hogy a tehetséggondozás, a kutatói utánpótlás erősítése és az interdiszciplináris gondolkodás támogatása egyetemünk stratégiai céljai közé tartozik. A Berzsényi Kampuszon megrendezett eseményen négy kar hallgatói mutatják be kutatási eredményeiket: a Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar, a Menedzsment Kar, a Nemzetközi Gazdálkodás Kar, valamint a Pénzügy és Számvitel Kar képviselőiben. A kötetben olvasható tanulmányok széles tematikai spektrumot ölelnek fel, a fenntarthatóság kérdéskörétől és a digitális technológiák vállalati és társadalmi hatásaitól kezdve a fogyasztói magatartás és marketingtrendek elemzésén, a pszichológiai és szervezeti megközelítéseken, a pénzügyi és számviteli kihívásokon át egészen a vezetéstudomány aktuális problémáig.

Ez a sokszínűség nem csupán a karok eltérő profiljából fakad, hanem abból a tudományos nyitottságból is, amely hallgatóink gondolkodását jellemzi. Kutatásaik egyszerre reflektálnak gyorsan változó környezetünkre és keresnek rendszerszintű összefüggéseket a gazdaság, a társadalom és a technológia határterületein. A konferencia nemzetközi jellege tovább erősíti ezt a szellemi gazdagságot: a külföldi hallgatók és témavezetők részvétele olyan új perspektívákat hoz, amelyek gazdagítják az egyetem tudományos közösségét és elősegítik a globális párbeszédet.

A Tudományos Diákköri Konferencia minden évben különleges alkalom, hiszen a hallgatók nem csupán eredményeket mutatnak be, hanem megtapasztalják a tudományos élet dinamikáját, az érvek ütköztetésének erejét és a kutatás örömet. Mindez nem valósulhatna meg a témavezetők, bírálók és szervezők elkötelezett munkája nélkül, akik szakmai támogatásukkal és iránymutatásukkal biztosítják a konferencia magas színvonalát.

Bízunk benne, hogy a 2025. évi TDK kötete méltó lenyomata lesz ennek a sokrétű és inspiráló munkának, és minden olvasó számára betekintést nyújt hallgatóink tudományos elkötelezettségébe, kreativitásába és jövőformáló gondolkodásába.

Budapest, 2025

FOREWORD

The 2025 Students' Scientific Conference (TDK) of the Budapest University of Economics once again demonstrates that talent development, the strengthening of the next generation of researchers, and the support of interdisciplinary thinking are among the strategic priorities of our institution. At the event held on the Berzsenyi Campus, students from four faculties – the Faculty of Marketing and Business Communication, the Faculty of Management, the Faculty of International Business, and the Faculty of Finance and Accountancy – present their research findings. The studies included in this volume cover a wide thematic spectrum, ranging from sustainability and the corporate and societal implications of digital technologies to analyses of consumer behaviour and marketing trends, psychological and organisational perspectives, financial and accounting challenges, and the current issues of leadership and management sciences.

This diversity stems not only from the distinct academic profiles of the faculties but also from the intellectual openness that characterises our students' approach. Their research simultaneously reflects the rapidly changing environment and seeks system-level connections across the intersections of economy, society, and technology. The international dimension of the conference further enriches this intellectual landscape: the participation of foreign students and supervisors brings new perspectives that enrich the university's academic community and strengthen global dialogue.

The Students' Scientific Conference is a special occasion every year, as students do not merely present results but also experience the dynamics of academic life, the power of scholarly debate, and the joy of research. None of this would be possible without the dedicated work of supervisors, reviewers, and organisers, whose professional support and guidance ensure the high quality of the conference.

We trust that the 2025 TDK volume will serve as a worthy record of this diverse and inspiring work, offering readers valuable insights into the scientific commitment, creativity, and future-shaping thinking of our students.

Budapest, 2025

TARTALOMJEGYZÉK

1. Fenntartható fejlődés és innováció a 21. században szekció.....	6
2. Gazdaságinformatika és digitális innovációk szekció	13
3. Turizmus és élményalapú fogyasztás: trendek és motivációk szekció.....	21
4. Kommunikáció és médiatudomány: diskurzusok és reprezentációk a digitális korban szekció	28
5. Digitális marketing és fogyasztói magatartás: AI, trendek és vásárlási döntések szekció	35
6. Világgazdaságtan és globális geopolitika szekció	44
7. Marketing és fogyasztói trendek: márkasztratégiák, élményalapú fogyasztás és generációs hatások szekció.....	52
8. Munkaerőpiac és társadalmi kihívások szekció	59
9. Stratégiai menedzsment és vezetés a 21. században szekció.....	67
10. Vállalatgazdaságtan és üzleti folyamatok szekció	74
11. Gazdaság és pszichológia: társadalmi és digitális hatások interdiszciplináris vizsgálata szekció	81
12. Kommunikáció és média: reprezentációk, diskurzusok és társadalmi hatások szekció	88
13. Munkaerőpiac és HR kihívások a 21. században szekció	99
14. Fenntartható fogyasztás és üzleti értékteremtés szekció	107
15. Pénzügyi döntések pszichológiája szekció	114
16. Marketing és fogyasztói döntések a digitális korban szekció	123
17. Pénzügy és befektetések a modern gazdaságban szekció	131
18. Számvitel, kontrolling, adó szekció	140
19. Turizmus és fenntartható fogyasztói trendek szekció	149

1. Fenntartható fejlődés és innováció a 21. században szekció

Szekcióelnök: Dr. habil. Szegedi Krisztina

Tagok: Dr. habil. Farkas Jácint és Dr. Kisfűrjesi Nóra

Szerzők:

Andras Brigitta Liza	Mekkorát ugrik a nyúl a magyarországi dekorozmetikai termékek piacán? Témavezető: Dr. Sarkadi Katalin, Dr. Babos Krisztina
Do Tran Diem Mai	Exploring future marketers' attitudes towards sustainable marketing: Insights from Gen Z students in Vietnam and Hungary Témavezető: Szabóné Dr. Erdélyi Éva, Dr. Németh Patrícia Ilona
Havriló Eszter	A túlfogyasztás felmérése a magyarországi fiatalok körében Témavezető: Dr. Soós Gabriella, Dr. Biró Lóránt
Katonka Kitti	Zöld forradalom a Forma-1-ben Témavezető: Dr. Németh Patrícia Ilona
Kocsor Kata Laura	Gyógyszeripari értéklánc és fenntartható fejlődés - különös tekintettel a hazai gyógyszeripar két vállalatára Témavezető: Dr. Antalóczy Katalin Júlia
Mungai Samuel Kibiku	Proof Before Payment: A Minimal Blockchain Control Layer to Curb Procurement Corruption in Kenya Témavezető: Dr. Vallyon Andrea Júlia

Andras Brigitta Liza

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

Mekkorát ugrik a nyúl a magyarországi dekorkozmetikai termékek piacán?

Témavezetők: Dr. Sarkadi Katalin és Dr. Babos Krisztina

A kutatásom célja, hogy feltárjam azt, hogy az állatkísérlet-mentes (*cruelty-free*) szemlélet miként formálja a magyar dekorkozmetikai piacot, és ennek hatására hogyan változnak a fogyasztói döntések, gazdasági változások. A kutatás középpontjában a tudatos és etikus vásárlói magatartás, valamint a fenntartható termelés és fogyasztás szerepe áll. A témaválasztás indoklottsága abban rejlik, hogy növekszik az állatkísérlet-mentes termékek iránti érdeklődés, viszont a tájékozottság és hitelesség még sok esetben nem konzisztens. A kutatási kérdéseim a következők voltak:

K1. Milyen hatással van az állatkísérlet-mentes életmód elterjedése a fogyasztói döntésekre és a piaci trendekre?

K2. Hogyan változott az állatkísérlet-mentes termékek iránti kereslet Magyarországon az elmúlt évtizedben, és melyek a legfontosabb tényezők, amelyek ezt a változást elősegítették?

K3. Melyek azok a fő akadályok, amelyek megakadályozzák a szélesebb körű elfogadást az állatkísérlet-mentes életmódban, és hogyan lehet ezeket leküzdeni?

K4. Milyen szerepet játszik a közösségi média és az influenszerek kommunikációja az állatkísérlet-mentes termékek iránti fogyasztói bizalom és kereslet növelésében?

A kutatás kombinált módszertannal valósult meg: a kvalitatív kutatás egy 714 fős online kérdőíves felmérésre épült, és a kvantitatív szakaszban nyolc félig strukturált interjú készült a magyarországi dekorkozmetikai szektor *cruelty-free* márkáinak képviselőivel (*Blueberry, PHYT'S, Dr. Hauschka, The Body Shop, Rossmann, Glam Original, Krémmánia*). Az eredmények szerint a fogyasztók végzettsége és környezettudatossága szignifikánsan befolyásolja a keresletet ($p < 0,05$), a válaszadók 85,4%-a ismeri a *cruelty-free* fogalmát, 74,9%-uk rendszeresen tájékozódik az összetevőkről. A kutatásra épülő *persona-elemzés* kettő vásárlói típust azonosított, az adatokat *SPSS* és *Excel* programok segítségével elemeztem. Az interjúk alapján a fent említett márkák állatkísérlet-mentes, természetes és fenntartható termékeket kínálnak, miközben az információhiány és a *greenwashing* akadályozza a piaci fejlődést. Az eredmények megerősítik, hogy a *cruelty-free* termékek nem csupán etikai, hanem gazdasági értéket is képviselnek, hozzájárulva a tudatos és fenntartható fogyasztás fejlődéséhez.

Do Tran Diem Mai

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

Exploring future marketers' attitudes towards sustainable marketing: Insights from Gen Z students in Vietnam and Hungary

Témavezetők: Szabóné Dr. Erdélyi Éva és Dr. Németh Patrícia Ilona

Generation Z - an important segment of the labor market workforce, possesses distinctive identity characteristics as this generation was raised under specific conditions different from that of previous generations. Research on Gen Z's awareness of sustainable marketing and their attitudes toward sustainable behaviour is particularly essential, playing a crucial role in encouraging change toward ethical consumption in the future. This study seeks to address this issue in depth by exploring the motivations of Gen Z marketing students regarding sustainability and examining the reasons for differences in their awareness of sustainable marketing while studying in different countries and universities. A qualitative approach was employed, using in-depth interviews with undergraduate marketing students in Vietnam and Hungary, along with professors (from Vietnam and Hungary) who are specialized in and responsible for teaching sustainability.

The study found that although both groups maintained high-achieving students with knowledge foundation in sustainability, differences in policies, economic conditions, culture, and competition led to variations in their perceptions and attitudes toward corporate responsibility and the demand for satisfactory work. Vietnamese students generally perceive sustainable development in marketing as an emerging communication trend and note that educational programs still lack practical relevance. The challenging living environment and visible consequences of climate change have motivated Generation Z to take action and expect genuine collaboration from both businesses and the government to drive societal transformation. In contrast, within the European context—where institutional frameworks, policies, and enforcement mechanisms are already well established—most marketing students show less motivation to pursue in-depth research on this topic. The study further emphasises the role of marketing education in realizing the United Nations Sustainable Development Goals and, through student interviews, provides directions for higher education institutions for curriculum and strategic development to better prepare students for the future appropriate to each region.

Havriló Eszter

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

A túlfogyasztás felmérése magyarországi fiatalok körében

Témavezetők: Dr. Soós Gabriella és Dr. Biró Lóránt

Számomra fontos téma a környezettudatos szemlélet, az ökológiai terhek csökkentése és a fogyasztói tudatosság kérdése. Ezért mindenképpen olyan témával szerettem volna foglalkozni, melyet társadalmi szinten is hasznosnak találok.

Dolgozatomban a Magyarországon élő Z generációs fiatalok túlfogyasztáshoz kapcsolódó attitűdjét mértem fel, élelmiszeripari fókusszal. A szakirodalom feldolgozása során megvizsgáltam a túlfogyasztás és fogyasztói társadalom definícióit, valamint az egyéni fogyasztást befolyásoló tényezőket. Ezt követően az élelmiszerpazarlást és ahhoz kapcsolódó mutatókat, statisztikákat elemeztem. Ezután a vélt és valós fogyasztói tudatosságra tértem ki, mely dolgozatomban és kutatásomban kulcsfontosságúnak bizonyult.

Egy kérdőíves kutatást hajtottam végre Z generációs fiatalok körében, mely során a válaszadóknak fogyasztási szokásairól, hazai termékek beszerzéséről és környezettudatossági értékrendjükről kellett kérdéseket megválaszolni. Ezen kérdőíves kutatás alapján megállapítottam, hogy a magyar vásárlók árérzékenyek, emiatt kis arányban vásárolnak termelői termékeket, azonban promóciók hatására sok felesleges terméket megvesznek. Ennek kapcsán egy egyhetes kísérletet is végeztem 10 résztvevővel, mely során a résztvevőknek fel kellett jegyezni élelmiszerhulladékaikat, valamint ennek mennyiségét előre meg kellett becsülniük. Az eredmények kiértékelése során megállapítottam, hogy a résztvevők túlnyomó része alul becsülte élelmiszerpazarlását, a valós tudatosságuk jóval elmaradt a vélttől. Így a megvásárolt árucikkek egy része és ezáltal a fogyasztók pénze is a szemétkosárba kerül.

Összességében a túlfogyasztás megoldására javaslatként a lokális beszerzést, mint a kosárközösségek használatát javasoltam. Amennyiben túlfogyasztás nélkül, elegendő mennyiségű élelmiszert vásárolnak a fogyasztók, helyi termelők termékeit is meg tudják fizetni, melyeket jobban megbecsülnék: így fejlődik a helyi gazdaság, javul az emberek egészsége és nő a vásárlóerő a környezetszennyezés csökkentése mellett.

Katonka Kitti

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

Zöld forradalom a Forma-1-ben

Témavezető: Dr. Németh Patrícia Ilona

A fenntarthatóság mára a globális sportgazdaság egyik legnagyobb kihívásává vált. Az éghajlatváltozás és a környezeti erőforrások kimerülése új megközelítést igényel minden iparágban, beleértve a sportot is. A Forma-1, mint a világ legnézettebb és technológiailag legfejlettebb autósport-sorozata, kiváló lehetőséget nyújt a fenntarthatósági átállás vizsgálatára. A tanulmány célja, hogy feltárja, mennyiben járulnak hozzá a sportág környezetvédelmi stratégiái a kibocsátás csökkentéséhez és ezek az intézkedések mennyire tekinthetők hitelesnek és hosszú távon fenntarthatónak. A kutatásom központi kérdése: A Forma-1 fenntarthatósági törekvései valóban hozzájárulnak-e a sportág környezeti hatásainak csökkentéséhez? A tanulmány kvalitatív és kvantitatív módszereket alkalmaz. Feldolgoztam a FIA és a Formula One Management hivatalos fenntarthatósági jelentéseit, valamint a Ferrari, Mercedes és McLaren csapatok ESG és CSR-riportjait. Egy online kérdőív segítségével vizsgáltam a szurkolók fenntarthatósági attitűdjeit és percepcióit. Emellett interjút készítettem Szeleczky Ádámmal, a Forma-1 szakkomentátorával, aki szakmai szempontból értékelte a sportág zöld átállását.

Az elemzés rávilágít arra, hogy a Forma-1 az elmúlt időszakban komoly erőfeszítéseket tett környezeti terhelésének csökkentésére. A hibrid motorok bevezetése, az újrahasznosítás előtérbe helyezése és a 2026-tól kötelező fenntartható üzemanyagok használata mind előremutató lépések. Az eredmények azonban arra is rávilágítanak, hogy a környezettudatos imázs és a tényleges teljesítmény között továbbra is észlelhető különbség, különösen a logisztikai megoldások és a szponzori tevékenységek esetében, ahol fennáll a környezettudatosság látszólagos hangsúlyozásának kockázata. A kérdőív eredményei szerint a válaszadók 37,4 százaléka közepesen, 40,6 százaléka pedig teljesen hitelesnek tartja a Forma-1 fenntarthatósági intézkedéseit. Ugyanakkor 38,2 százalékuk szerint ezek az intézkedések részben inkább PR célokat szolgálnak, ami kritikus hozzáállást jelez. Összességében a tanulmány megállapítja, hogy a Forma-1 zöld átállása elindult, de a sikerhez elengedhetetlen az átláthatóság, az innováció és a társadalmi bevonás összehangolt érvényesítése. A sportág példát mutathat arra, hogyan közelíthet egy hagyományosan környezetszennyező iparág a fenntarthatóság élvonalához.

Kocsor Kata Laura

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

**Gyógyszeripari értéklánc és fenntartható fejlődés -
különös tekintettel a hazai gyógyszeripar két vállalatára**

Témavezető: Dr. Antalóczy Katalin Júlia

A gyógyszeripar napjaink globális gazdaságának egyik legösszetettebb és legszigorúbban szabályozott ágazata, amely egyszerre képvisel jelentős gazdasági és szellemi hozzáadott értéket, valamint számottevő környezeti terhelést. Működése a globális értékláncok (GVC) logikájába illeszkedik, amelynek minden szakasza – a kutatás-fejlesztéstől a gyártáson és csomagoláson át a logisztikáig és a hulladékkezelésig – közvetlen vagy közvetett környezeti és társadalmi hatásokat hordoz. Dolgozatom célja, hogy a fenntartható fejlődés szemszögéből elemezzem a gyógyszeripari értéklánc struktúráját, különös tekintettel a hazai gyógyszeripar sajátosságaira és két meghatározó szereplőjére: a Richter Gedeon Nyrt-re és a Teva Gyógyszergyár Zrt-re.

A kutatás központi kérdése, hogy miként valósulhat meg a fenntarthatóság az értéklánc egészében, illetve milyen korlátokat és lehetőségeket jelentenek az ágazat szereplői számára a környezetvédelmi, etikai és szabályozási elvárások. A tanulmány vizsgálja az originális és a generikus készítmények értéklánc-szerkezetét is, ezáltal feltárva, hogy a hazai gyógyszeripar – történeti fejlődése és gazdasági szerkezete okán miért alapvetően generikus jellegű, és hogyan befolyásolja ez a fenntarthatósági teljesítményt.

A dolgozat kevert módszertant alkalmaz: szekunder források (szakirodalmi, statisztikai és vállalati dokumentumok, jelentések) elemzésén túl interjút készítettem a Richter Gedeon Nyrt. szakértőivel. A vizsgálat kitér a kutatás-fejlesztési, gyártási, csomagolási, logisztikai és hulladékkezelési szakaszokra, értékelve azok környezeti lábnyomát és az alkalmazott zöld innovációkat. A magyar gyógyszeripar nemzetközi integrációja, exportorientáltsága és a beszállítói lánc komplexitása révén a fenntarthatóság megvalósítása összetett feladat, amely az etikai felelősség és a társadalmi elvárások szintjén is kihívásokat hordoz.

Eredményeim alapján a vizsgált vállalatok tudatosan törekednek a környezeti terhelés csökkentésére, a víz- és energiahatékonyság javítására, valamint a karbonlábnyom mérséklésére. Ugyanakkor megállapítható, hogy a gyógyszeripar egész értékláncát átható szennyezési források, a nyersanyag-előállításától a hulladékkezelésig, lehetetlenné teszik a teljes körű fenntarthatóságot. A jövőbeli cél az értéklánc minden szintjén történő átláthatóság, körforgásos szemlélet és etikai felelősségvállalás erősítése, amely hozzájárulhat a hazai gyógyszeripar nemzetközi versenyképességének és környezeti integritásának együttes megőrzéséhez.

Mungai Samuel Kibiku

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

**Proof Before Payment: A Minimal Blockchain Control Layer
to Curb Procurement Corruption in Kenya**

Témavezető: Dr. Vallyon Andrea Júlia

In my research paper, I explore whether a minimal, technology-agnostic blockchain control layer measurably reduces leakage in Kenyan stadium procurement. Which failure points dominate 2016–2025 projects, and which controls map most directly to them? What short-run effects are plausible in a six-month pilot, and what constraints could block success?

I assembled an audit-anchored case corpus with two dated snapshots (FY2021/22 Auditor-General records; July 2025 status reports). I coded failure modes payment-before-proof, scope turbulence, dormancy and abandonment, defective completion and opacity, and applied a simplified opportunity-cost lens to describe directional loss (delay, quality shortfall, leakage) without monetizing totals. I then compared these patterns to documented blockchain deployments to extract a minimal, legally feasible control set: C1 proof-before-payment milestones, C2 independent two-key approvals, and C3 a public payment page.

Across cases, the dominant gap is money moving faster than verifiable work; scope changes and contractor dormancy compound losses; completed-but-defective facilities reduce usable capacity. The proposed controls target these junctions: evidence-gated tranches and dual signatures constrain premature disbursement and undocumented variations, while a public time-stamped status page reduces detection latency. A six-month pilot across three contracts can be evaluated using routine data: share of evidence-linked payouts (target $\geq 95\%$), median and 90th-percentile time-to-pay (≤ 14 and ≤ 21 days), and complaint counts (stable or falling). Feasibility is high where e-signatures are recognized and a small rotating validator panel is appointed; risks such as weak evidence, validator capture, privacy are mitigated through standard evidence bundles, random spot checks, rotation and redaction. The contribution is a policy-ready workflow that augments existing systems and a benchmarking path other African countries can adopt.

2. Gazdaságinformatika és digitális innovációk szekció

Szekcióelnök: Dr. Buza Krisztián

Tagok: Dr. Fauszt Tibor és Dr. Pántya Róbert

Szerzők:

Csatári Levente	A Data Mesh és Data Governance bevezetése egy közepes méretű vállalkozás életébe Témavezető: Dr. Kovács Endre László
Kerényi Máté	GenAI-manipulációk a bizalmas adatok kinyerésére és támadási célú felhasználására: technikák, kísérleti vizsgálat és védelmi javaslatok Témavezető: Erdélyi Katalin
Kovács Máté Efraim, Murányi Dániel	MT940 formátumú elektronikus bankszámlakivonatok automatizált feldolgozása Témavezető: Forman Norbert, Dr. Dobák Dóra Éva
Lucza Nóra	Folyamatautomatizálás dokumentumkezelő program integrációjával Témavezető: Czine Vanda
Part Kinga Viktória	Generációk közötti eltérő technológiai hozzáállás hatása a szervezeti folyamatokra, vezetési stílusokra és a digitális transzformáció sikerességére, valamint ennek projektmenedzsmentbeli kezelési lehetőségei Témavezető: Forman Norbert
Seitmagambetova Aiym	Kaspi.kz as a Fintech Super App in an Emerging Market: A Comparative Perspective Témavezető: Dr. Szennay Áron
Viski Ádám	Az adatbiztonság kihívásai a mesterséges intelligencia és a felhőszolgáltatások korában: a GDPR gyakorlati alkalmazhatóságának vizsgálata Témavezető: Erdélyi Katalin

Csatári Levente

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

**A Data Mesh és Data Governance bevezetése
egy közepes méretű vállalkozás életébe**

Témavezető: Dr. Kovács Endre László

Dolgozatomban a Data Mesh nevű adatkezelési modellt, ezen belül a Data Governance aspektusát szeretném letesztelni egy közepes méretű vállalkozás életében. Tudomásom szerint ez az első olyan magyar nyelvű tudományos kutatás, amely kifejezetten a Data Mesh vállalati bevezetését vizsgálja. A kutatásom kérdése: „Milyen szervezeti és technológiai előnyöket kínál a Data Mesh és a Data Governance a középvállalatok számára, és miként járulhat hozzá ezek hatékony bevezetése az üzleti működéshez?”. Ennek a fő kérdésnek megválaszolásához 3 gyakori adatproblémának a megoldását igyekszem kidolgozni használati eset módon egy fiktív cégnek két osztályára összpontosítva. Emellett két hipotézist definiáltam, amelyeknek a saját gyakorlati tapasztaltaim és az elmélet összessége fog konklúzív választ adni.

A dolgozat fő kutatási kérdésének megválaszolásához alkalmazott, értékelő jellegű kvalitatív esettanulmányt alkalmazok, amelyben egy fiktív vállalat példáján keresztül szimulálom egy szervezeti Data Mesh modell kialakítását. Az esettanulmány során a Data Mesh-t nemcsak szervezeti szinten, hanem technológiai oldalról is megvalósítom, az adatbázis-kezelés és egy Data Governance eszköz integrációjának segítségével. Esettanulmányom során a három használati esetre való megoldást definiáltam Data Mesh szemszögből, szervezetenként megfelelően átalakítottam őket, alkalmaztam architektúrális átalakításokat, ahol szükséges volt, majd Governance szempontból is kidolgoztam őket. Eredményeimmel és a Data Mesh által kínált megoldásokkal összességében elégedett vagyok. A három használati eset kidolgozását teljeskörűen sikerült megvalósítanom, és bár a Governance eszköz alkalmazása során néhány hiányosságot is feltártam, ezek nem befolyásolták jelentősen a kutatás sikerét. A vállalaton belül szimulált változások értékelése, valamint a két hipotézis kidolgozása alapján arra a következtetésre jutottam, hogy a Data Mesh egy közepes méretű vállalat számára kiváló megoldást kínálhat az adatkezelés fejlesztésére és az adatérettség növelésére. Ugyanakkor fontos számolni az implementáció magas költségeivel, az új szerepkörök bevezetéséből fakadó menedzsment-feladatokkal és az ezekhez kapcsolódó szervezeti kihívásokkal. E problémákra azonban egy megfelelően bevezetett Governance eszköz, valamint a jövőben várható AI-alapú fejlesztések és automatizmusok ígéretes megoldást kínálhatnak, megkönnyítve a Data Mesh bevezetését és a folyamatos governance-folyamatok hatékony működtetését.

Kerényi Máté

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

GenAI-manipulációk a bizalmas adatok kinyerésére és támadási célú felhasználására: technikák, kísérleti vizsgálat és védelmi javaslatok

Témavezető: Erdélyi Katalin

A kutatás központi kérdése, hogy milyen manipulációs technikák segítségével lehet generatív mesterséges intelligencia (GenAI) rendszerekből bizalmas adatokat kinyerni, ezek a módszerek hogyan használhatók fel hackertámadási célokra – különösen jogosulatlan hozzáférés vagy információszerzés érdekében –, illetve milyen megelőzési, védelmi stratégiák állnak rendelkezésre. Van-e összefüggés egy modell fejlettsége és a manipulálhatósága között?

A kutatás során több széleskörben használt mesterséges intelligencia modellt vizsgáltam tesztpromptokkal, különálló chat beszélgetésekben folytatva támadási próbálkozásokat. Az értékelés egy háromszintű skálán történt (1: teljes elutasítás, 2: részleges válasz, 3: sikeres manipuláció). Két hosszú, 11 és 12 fordulós szerepjátékon keresztül manipuláció is megvizsgálásra került. Továbbá történt egy állaspályázat kiválasztási folyamat szimuláció is, ahol azzal a feltételezéssel éltem, hogy a GenAI-ra bízzák a kiválasztási folyamatot, és az egyik pályázó a beküldött pályázatában elrejtett prompt injection támadással előnyre akar szert tenni.

Az eredmények azt mutatták, hogy a nagyközönség által használt AI modellek, például a ChatGPT, Copilot, Gemini, a tiltott kérdésekre többnyire elutasító választ adtak. Az indirekt prompt injectionre pl. edukációs célnak álcázva túlnyomórészt részleges vagy teljes választ adtak. Ugyanakkor egy egyszerű Google keresés a tiltott kérdések többségére azonnal választ adott, így kérdéses az AI modellek biztonsági szűrésének végső hatékonysága. A hosszú, sokfordulós szerepjátékokon keresztül a Perplexity, Grok és DeepSeek etikai szabályrendszere akár teljesen kiiktathatóvá vált. Egy félkész zsarolóvírus formátummanipulációja a DeepSeeknél többszöri próbálkozásra is sikeres maradt. Az állaspályázat kiválasztási szimulációnál a Copilotnál sikerült a manipuláció. A modell fejlettsége és manipulálhatósága között nem sikerült egyértelmű tendenciát azonosítani, ennek ellenére több modellnél növekvő fejlettségi szint növekvő sikeres manipulációt mutatott.

Kovács Máté Efraim és Murányi Dániel

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

MT940 formátumú elektronikus bankszámlakivonatok automatizált feldolgozása

Témavezetők: Forman Norbert és Dr. Dobák Dóra Éva

A dolgozatban vizsgált kérdés a vállalati pénzügyi folyamatok digitalizációja és automatizálása, különös hangsúllyal egy innovatív szoftveralkalmazás fejlesztésén, amely az MT940 formátumú elektronikus bankszámlakivonatokot dolgozza fel. Ez a SWIFT által standardizált formátum kulcsfontosságú a napi számlaforgalom gépi feldolgozásában, lehetővé téve a tranzakciós adatok gyors kinyerését és elemzését treasury management systems (TMS) keretében. A kutatás három fő kérdésre fókuszál: milyen mechanizmusokon keresztül támogatja a program a cash flow optimalizálását, például adataggregációval és prediktív modellekkel; milyen technikai és üzleti előnyökkel jár az MT940 automatizált feldolgozása, beleértve a hibacsökkentést és a döntéshozatali sebesség növelését; valamint hogyan integrálható a szoftver modern treasury architektúrába, figyelembe véve a moduláris felépítést, API-kapcsolatokat és kompatibilitást ERP-rendszerekkel. A vizsgálat aktualitását aláhúzza a technológiai fejlődés exponenciális üteme, amely meghaladja az emberi alkalmazkodóképességet, miközben empirikus adatok szerint a TMS-ek bevezetése 20-30%-kal csökkentheti a pénzügyi költségeket.

A kutatómódszertan multidiszciplináris megközelítést alkalmaz. Elsődlegesen szakirodalmi áttekintést végez a treasury rendszerek evolúciójáról, a cash flow menedzsment elméletéről és az automatizálási trendekről, beleértve a robotic process automation és adatfeldolgozó algoritmusok szerepét. Másodlagosan egy olyan implementációs koncepciót mutat be, amely költséghatékony, az egyedi igényekhez igazítható, robusztus és skálázható. A javasolt architektúra középpontjában egy Python-alapú adatfeldolgozó és validációs modul áll, amely gyors és biztonságos feldolgozást tesz lehetővé kis- és nagyméretű MT940-es fájlok esetében.

Az egész rendszer nyílt forráskódú, alacsony költségű komponensekre – például K3S-re, PostgreSQL-re és Oracle Cloud Infrastructure-re – épül. Az elért eredmények rámutatnak, hogy a szoftver jelentősen növeli a treasury folyamatok hatékonyságát: automatizált feldolgozással minimalizálja a manuális hibákat, valós idejű cash flow áttekintést biztosít, strukturált riportokat generál exportálható formátumokban, és támogatja a szabályozási megfelelést auditálható naplókkal. Összehasonlítva a manuális módszerekkel, a rendszer 30-50%-kal növeli a termelékenységet, empirikusan alátámasztva a költségcsökkentést és a döntéshozatal pontosságát. További fejlesztési lehetőségek közé tartozik új modulok bevezetése, több formátum támogatása és integráció a jelentősebb BI-eszközökkel (PowerBI, Tableau). A dolgozat következtetései hangsúlyozzák a rendszer stratégiai értékét a vállalati pénzügyi stabilitás és versenyképesség növelésében, további kutatást javasolva az interoperabilitás terén.

Lucza Nóra

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Folyamatautomatizálás dokumentumkezelő program integrációjával

Témavezető: Czine Vanda

Kutatásom célja egy dokumentumkezelő program bevezetésének bemutatása egy vállalati esettanulmány példáján keresztül. Napjainkban elengedhetetlen, hogy egy cég minél hatékonyabban és pontosabban végezze a folyamatait. Ezt többek között informatikai fejlesztésekkel lehet támogatni. A pénzügyi folyamatok meggyorsítását egy dokumentumkezelő program bevezetésével is támogathatjuk.

A kutatás során egy dokumentumkezelő program integrációjának folyamata, a munkavállalók hozzáállása és véleménye is feltárásra kerül interjúk segítségével. Megmutatom, hogy miért várják vagy esetlegesen tartanak a bevezetéstől. Ismertetésre kerülnek a bevezetés szakaszai, az esetlegesen felmerült akadályok és azok megoldásai, valamint, mitől lesz sikeres egy bevezetés és milyen hibák vezethetnek ahhoz, hogy sikertelen lesz a program bevezetése. Mindemellett, bemutatásra kerülnek a vállalkozás folyamatai a bevezetés előtt és a bevezetést követően.

Kutatásom kérdéseinek a következőket fogalmazom meg: Hogyan hat egy új program bevezetése egy vállalat munkavállalóinak a hatékonyságára? Milyen kihatással van az operatív munkavégzésre egy AI alapú program bevezetése? Mi dönti el, hogy sikeres lesz-e a bevezetés, milyen akadályok merülhetnek fel egy program rendszerszintű integrációja során?

Kutatásom során kvalitatív kutatási módszert használok, mely során interjú kérdéseken keresztül tárom fel az emberek véleményét. A bevezetés szakaszaiban összesen három alkalommal kérdeztem meg az interjúalanyok elvárásait, véleményét és tapasztalatait. Az interjúk során a programmal szemben támasztott elvárásaikról, kétélyeikről, a bevezetés folyamatairól és a bevezetés utáni élményeikről kérdeztem őket. A többkörös interjúk során kerestem a választ arra, hogy a program megfelelt-e az elvárásaiknak. A kutatás rámutat a sikeres bevezetésre és a hatékonyság javulására.

Part Kinga Viktória

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Generációk közötti eltérő technológiai hozzáállás hatása a szervezeti folyamatokra, vezetési stílusokra és a digitális transzformáció sikerességére, valamint ennek projektmenedzsmentbeli kezelési lehetőségei

Témavezető: Forman Norbert

A kutatásom célja annak feltárása, hogy a különböző generációk eltérő technológiai hozzáállása miként befolyásolja a szervezeti folyamatokat, vezetési stílusokat és a digitális transzformáció eredményességét. Vizsgálom továbbá, hogy hogyan váltja fel a hagyományos „utasítás-végrehajtás” típusú menedzsmentet az agilis, kollaboratív és projektalapú vezetés, amely gyorsabb piaci alkalmazkodást tesz lehetővé. Emellett elemzem, hogy a digitalizáció hogyan formálja a dolgozók mindennapjait, valamint miként járul hozzá a szervezetek innovációs- és versenyképességeinek erősítéséhez. Külön figyelmet fordítok arra, hogy a generációk technológiai adaptációját befolyásoló tényezők megértése miként segítheti a projektmenedzsment hatékonyságát.

Dolgozatomban komplex megközelítést alkalmazok, ötvözve a kvalitatív és kvantitatív módszereket az adatok gyűjtésében és értelmezésében. Két kérdőívet készítettem: az egyik a fiatal pályakezdők, a másik a tapasztalt munkavállalók véleményét vizsgálja. Az eredményeket külön elemzem, majd összevetem, hogy feltárjam a generációk eltérő hozzáállásainak okát és azok hatását a szervezeti folyamatokra. Emellett interjúkat is készítettem mindkét csoporttal, amelyek mélyebb betekintést nyújtanak a technológiai attitűdök mögötti tényezőkre, a kvantitatív és kvalitatív adatok összekapcsolása lehetővé teszi, hogy komplex képet rajzoljak a generációk technológiai adaptációjáról és annak hatásáról a projektmenedzsmentre. A szakirodalmak bevonásával mindezt tudományosan megalapozott keretbe helyezem.

A kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a generációk közötti különbségek a technológiai újításokhoz való viszonyban számottevően befolyásolják a szervezeti működést és a vezetési gyakorlatot. Az empirikus vizsgálat kimutatta, hogy a fiatalabb, főként Z generációhoz tartozó munkavállalók gyorsabban alkalmazkodnak a digitális megoldásokhoz, míg az X generációs dolgozók inkább a stabil, bevált módszerekben bíznak. A kutatás eredményei szerint a sikeres digitális transzformáció kulcsa a generációk közötti tudásmegosztás, a folyamatos fejlesztés és a nyitott szervezeti kultúra támogatása. A projektmenedzsment gyakorlatban mindez azt jelenti, hogy az agilis, kollaboratív vezetés (kiegészítve célzott tréningekkel és kommunikációs eszközökkel) hatékonyan képes elősegíteni az innovációt és a szervezeti alkalmazkodóképességet.

Seitmagambetova Aiyim

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

**Kaspi.kz as a Fintech Super App in an Emerging Market:
A Comparative Perspective**

Témavezető: Dr. Szennay Áron

Nowadays, fintech and super apps have become an integral part of the modern economy, and they are significantly stimulating its development. This thesis paper investigates the historical evolution of financial technology, how it went from simple digital payments to full platforms over the decades. Furthermore, the study investigates the factors that contributed to the emergence and success of these “super apps”, specifically Kaspi.kz – the leading fintech app in Kazakhstan.

By using both primary and secondary data, the study examines the impact of Kaspi.kz’s integrated model on consumer behaviour and trust in digital finance. A comparative analysis of Kaspi.kz in Kazakhstan and Revolut in Europe was conducted to identify how super apps develop across emerging and developed markets.

A quantitative survey helps to explore consumers’ behaviour, trust and satisfaction towards the app. Analysing the collected data and employing Principal Component Analysis (PCA), the study identifies three main variables in user experience: satisfaction, trust–convenience, and cost-efficiency. Findings reveal that Kaspi.kz is considered a convenient and trustworthy platform, while cost-efficiency is not a strong feature.

The study concludes that super apps in emerging economies are significant not only as business platforms, but they also work as a bridge between people and companies to increase financial accessibility and social involvement.

Viski Ádám

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Az adatbiztonság kihívásai a mesterséges intelligencia és a felhőszolgáltatások korában: a GDPR gyakorlati alkalmazhatóságának vizsgálata

Témavezető: Erdélyi Katalin

A dolgozat célja az adatbiztonság aktuális kihívásainak feltárása a mesterséges intelligencia és a felhőszolgáltatások területén, valamint annak vizsgálata, hogy az általános adatvédelmi rendelet (GDPR) mennyiben képes hatékony védelmet biztosítani ezekben a modern környezetekben. A mesterséges intelligencia alapú rendszerek és a felhőplatformok működése számos adatkezelési és jogi kérdést vet fel, amelyek túlmutatnak a hagyományos adatvédelmi kereteken.

A kutatás célja, hogy összehasonlító elemzés segítségével értékelje a GDPR alkalmazhatóságát és hatékonyságát különböző szolgáltatások példáján keresztül. A vizsgálat magába foglalja a jogi megközelítést és a gazdaságinformatikai szemléletet. Elemzi a technológiai megoldások működését, valamint a szabályoknak megfelelés mértékét. A kutatás várható eredménye, hogy rávilágítson a szabályozás gyakorlati korlátaira és javaslatokat fogalmazzon meg a modern digitális környezethez jobban illeszkedő adatvédelmi irányelvekre.

3. Turizmus és élményalapú fogyasztás: trendek és motivációk szekció

Szekcióelnök: Dr. Nagy Adrienne

Tagok: Dr. Kovács Edina és Kálmán István

Szerzők:

Do Thi Thu Uyen, Doan Thi Tra My, Sarkar Apurba	The Impact of Influencer Brand Equity on Gen Z's Intention to Engage in Adventure Tourism: A Study Based on Source Credibility Theory in Hungary Témavezető: Szabóné Dr. Erdélyi Éva
Józsa Laura Nóra	Túró Rudi: Ízelmények és fogyasztói trendek Témavezető: Dr. Soós Gabriella, Dr. Lenkovics Beatrix
Nagy Bettina	Mi kerül holnap a tányérunkra? – Fehérjeforrások újragondolva. Fogyasztói attitűdök és érzékszervi vizsgálat új élelmiszer-alapú növényi fehérjékkel Témavezető: Dr. habil. Lugasi Andrea Judit, Dr. Biró Lóránt
Nagy Máté Szabolcs	A specialty kávé és a fiatalok kapcsolata Témavezető: Dr. Szóke Andrea
Orosz Laura Andrea	Örök szerelem a vásznon, és azon is túl... azaz a filmturizmus motivációs hatásai az utazási döntésekre és a személyes életesemények megvalósítására Témavezető: Dr. Sipos Erika
Rauf Sára	A helyi és szezonális alapanyagok a vendéglátásban Témavezető: Adorján Krisztián

Do Thi Thu Uyen, Doan Thi Tra My, Sarkar Apurba

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

The Impact of Influencer Brand Equity on Gen Z's Intention to Engage in Adventure Tourism: A Study Based on Source Credibility Theory in Hungary

Témavezető: Szabóné Dr. Erdélyi Éva

Adventure tourism offers exciting, hands-on travel experiences that attract young people, especially Generation Z (Gen Z), and its success relies on effective marketing strategies. Digital marketing has quickly replaced traditional print and electronic media as a predominant way for brands to communicate. Social media platforms such as Facebook and TikTok now play a central role in connecting businesses with consumers, particularly Gen Z. In this landscape, online influencers act as powerful intermediaries who shape Generation Z's perceptions and purchasing decisions.

This study uses Source Credibility Theory to explore the impact of online influencer marketing on Gen Z's intention to participate in adventure tourism in Hungary. The study used an online questionnaire adapted from established, validated scales for the context of adventure tourism and influencer marketing. Data were collected from 151 respondents in Hungary and analysed through Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in SmartPLS 4. The study found that when people see an influencer as credible and trustworthy, it improves the overall image of the brand the influencer represents. This enhanced brand image increases the trust people have in the influencer's brand. When people trust the influencer's brand, they are more likely to stay loyal to it. This loyalty, in turn, makes members of Generation Z more willing to participate in adventure tourism promoted by the influencer. On the other hand, factors like whether the influencer's lifestyle matches that of the followers', too many endorsements by the influencer, how much control people feel they have over their behavior, and personal interest did not have a significant impact on these outcomes. The idea that too many endorsements might weaken the connection between trust and loyalty was not supported. Credibility of the social media influencer is key to building a positive brand image, which builds trust, then loyalty, and that loyalty encourages Gen Z to engage more with adventure tourism. Some other factors thought to influence this process did not have a significant effect.

These findings show that influencer credibility and trust are key factors in shaping Gen Z's intention to engage in adventure tourism. Overall, the study offers guidance for marketers and tourism policymakers to build genuine and reliable influencer partnerships.

Nagy Bettina

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Mi kerül holnap a tányérunkra? – Fehérjeforrások újragondolva. Fogyasztói attitűdök és érzékszervi vizsgálat új élelmiszer-alapú növényi fehérjékkel

Témavezetők: Dr. habil. Lugasi Andrea Judit és Dr. Biró Lóránt

Kutatásom célkitűzése annak feltárása, hogy a fogyasztók milyen mértékben fogadják el a növényi fehérjeforrásokat az állati eredetű fehérjék alternatívájaként, különös tekintettel a novel food (új élelmiszer) kategóriára (pl. békalencse). A kutatásom célja állati eredetű fehérjék helyettesítésére alkalmazott növényi fehérjeforrások vizsgálata. Kutatásom során feltárom a növényi fehérjékkel kapcsolatos fogyasztói hozzáállást, valamint feltérképezem a vegetáriánus, vegán és mindenevő étrendet folytató fogyasztók növényi fehérjével kapcsolatos attitűdjeit. Megvizsgálom az új élelmiszernek minősülő *Wolffia Globosa*-t, azaz békalencsét, valamint a repcemag fehérjét, majd a fogyasztói érzékszervi vizsgálatok alapján ajánlást teszek az élelmiszeripar és a vendéglátóhelyek számára arra vonatkozóan, hogy milyen fogyasztói igényekkel számolhatnak ezen a területen.

A célkitűzésemet a következő kérdésekre adott válaszokkal kívántam elérni:

- Hogyan vélekednek a fogyasztók a növényi fehérjéről? Megfigyelhető-e averzió a hagyományosnak tekinthető (pl. szója) és az újonnan piacra kerülő (borsó, lencse, békalencse) növényi fehérjékkel kapcsolatban?
- Hogyan vélekednek a fogyasztók az új élelmiszernek minősülő növényi fehérjéről? Szívesen fogyasztanák-e azokat?
- Milyen érzékszervi élmények befolyásolják a novel food eredetű növényi fehérjék elfogadottságát?
- Milyen különbségek mutatkoznak a hagyományos húsos hasé és a növényi fehérjékkel dúsított vegán hasék között az ár és a tápanyagösszetétel szempontjából?

Primer kutatásom során fogyasztói attitűdöket vizsgáló kérdőívet készítettem, mely alapján elmondható, hogy a kitöltők 52 %-a nem érzi magát tájékozottnak a növényi fehérje felhasználásával kapcsolatban. Az érzékszervi bírálat eredményei alapján elmondható, hogy a legjobban összességében a kontroll, azaz speciális növényi fehérjét nem tartalmazó élelmiszer ízlett a résztvevőknek, majd a tökmag fehérjével dúsított, míg a legkevésbé a békalencsével dúsított nyerte el a bírálók tetszését.

Nagy Máté Szabolcs

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

A specialty kávé és a fiatalok kapcsolata

Témavezető: Dr. Szőke Andrea

A nemzetközi kávéipar becsült bevételének értéke 2024-ben elérte a 269,27 milliárd dollárt. Előreláthatólag az iparág értéke 369,46 milliárd dollárra nő 2030-ig. Ennek az iparágaknak egy jelentős része a specialty, melynek évről évre több képviselője van világszerte és hazánkban is.

A Z generáció, illetve általánosságban a fiatalabb korosztály egy egészségtudatos és fenntarthatóságra törekedő generáció, mely eszmék kulcsfontosságúak a specialty kávé szegmensben. A specialty iparnak nagy sikere van hazánkban, de vajon ehhez a fiatalok mennyiben járulnak hozzá?

Dolgozatomban azt kívánom kutatni, hogy a magyar fiatalok körében milyen a specialty kávézók ismertsége, a fiatalok milyen céllal látogatnak ilyen kávézókat és milyen úton értesülnek ezen vendéglátóhelyek létezéséről. Továbbá szeretnék választ kapni arra a kérdésre, hogy az egyéb koffein tartalmú italok (elsősorban az energiaiitalok) elterjedtsége milyen mértékben befolyásolja a fiatalok kávéfogyasztási, illetve minőségikávé-fogyasztási szokásait.

Kutatásomban kvalitatív és kvantitatív módszertant is alkalmazok. Interjúk segítségével vizsgálom a specialty kávézók vezetőinek véleményét, valamint kérdőívvel a fiatalok koffeinfogyasztási szokásait és a specialty kávé ismertségét körükben.

A kutatási eredmények alapján feltételezhető, hogy az energiaiitalok elterjedtsége nagyban befolyásolja a fiatalok kávézási szokásait. Továbbá megfigyelhető, hogy létezik egy jelentős, tudatos specialty fogyasztó csoport a fiatalok között. A kutatás során kiderül, melyek a legfontosabb tényezők a specialty kávézók kiválasztásában és az, hogy a kutatás résztvevői milyen módon értesülnek ezen vendéglátóhelyek létezéséről. Emellett az is kijelenthető, hogy a szakirodalmat alátámasztva, a specialty kávézók funkciójukat és társadalmi szerepüket tekintve összetett vállalkozások.

Orosz Laura Andrea

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Örök szerelem a vásznon, és azon is túl... azaz a filmturizmus motivációs hatásai az utazási döntésekre és a személyes életesemények megvalósítására

Témavezető: Dr. Sipos Erika

A dolgozat a filmturizmus jelenségét vizsgálja, amely a kulturális turizmus egyik dinamikusan fejlődő ága. Céloom feltárni, hogy a filmekben megjelenő helyszínek és vizuális élmények milyen mértékben befolyásolják a turisták utazási motivációit és döntéseit, valamint miként inspirálják a személyes életeseményeket. A legtalálóbban a filmturizmus esszenciájának megfogalmazása: „Meglátni és megszeretni, megszeretni és útra kelni.” (Irimiás A. 2015). A kutatás kiindulópontja, hogy a filmek érzelmi és vizuális világa erőteljes hatással van a nézők élménykeresésére, úti cél választására. A szerelem, mint téma, gyakran megjelenik a filmvásznon. A szakértők szerint a turisták motivációja sok esetben a látott filmes helyszínekhez kötődik, a vizuális élményeik fokozzák az utazási vágyat, és a modern esküvői trendek is reflektálnak a filmek hangulatára és látványvilágára. A dolgozat során szekunder kutatást végeztem a témához kapcsolódó legfontosabb szakirodalmak feldolgozásával, valamint primer kutatási módszereket: a kérdőívet, az interjúkat és a kognitív térképezés módszerét alkalmaztam. A kognitív megközelítés célja annak feltárása volt, hogy hogyan alakul ki a nézőkben a filmélményekhez kötődő érzelmi és vizuális azonosulás, amely az utazási döntéseket is befolyásolja. A kérdőív 161 kitöltőjének utazási motivációja között a kikapcsolódás, természeti látványosságok és kulturális élmények domináltak, míg 19% számára a filmekben látott helyszínek is döntő tényezőt jelentettek. A válaszadók 70%-a járt már filmes desztinációban, és sokan a romantikus filmekből merítenek inspirációt a személyes életeseményeik megvalósítása során. Az interjúk során szakemberek (amerikai utazási iroda, filmes szakember) osztották meg tapasztalataikat a filmturizmus gyakorlati megvalósításáról, különös tekintettel a desztinációimázs és az élményturizmus kapcsolatára. Eredményeim rámutatnak, hogy a filmek emocionális és esztétikai elemei inspirálják az utazókat, különösen a romantikus desztinációk felkeresésére. A kutatásból az is kiderül, hogy a filmturizmus nem csupán szórakozási forma, hanem gazdasági és turisztikai potenciállal is bír, hiszen hozzájárul a desztinációk imázsának erősítéséhez, fenntartásához és az élményturizmus fejlődéséhez. Következtetesként levonható, hogy a filmturizmus a jövőben egyre inkább a turizmusfejlesztés és desztinációmarketing stratégiai eszközévé válik, amely képes érzelmi azonosulást és kulturális kötődést teremteni az utazókban.

Józsa Laura Nóra

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Túró Rudi: Ízélmények és fogyasztói trendek

Témavezetők: Dr. Soós Gabriella és Dr. Lenkovics Beatrix

Kevés olyan élelmiszeripari termék létezik Magyarországon, amely oly mértékben kötődik a nemzeti identitáshoz, a fogyasztói szokásokhoz és a kollektív emlékezethez, mint a Túró Rudi. A dolgozat célja annak feltárása, hogy miként alakult a termék ízvilága, termékválasztéka és fogyasztói megítélése az elmúlt évtizedek során, valamint milyen trendek és motivációk határozzák meg a jelenlegi édességfogyasztási szokásokat. Külön figyelmet kap annak vizsgálata, hogy a klasszikus ízek megőrizték-e tartós népszerűségüket, illetve a fogyasztók egyre inkább az innovatív, különleges ízélmények felé orientálódnak-e. Emellett a dolgozat az egészségtudatosság, az érzékenység és a márkahűség együttes hatását is elemzi a fogyasztói döntésekben.

A kutatás módszertana kettős: egyrészt érzékszervi bírálat keretében a Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem Nemzetközi Gazdálkodás szakos hallgatói hét különböző Túró Rudi-variánst értékelték a textúra, az ízélmény, a bevonat és az általános élvezeti faktor szempontjából. Másrészt fogyasztói kérdőíves felmérés készült, amely a vásárlási szokásokat, a márkához való érzelmi kötődést, az egészségtudatosság és az ár szerepét vizsgálta. A kvantitatív és kvalitatív adatok együttes elemzése lehetővé tette a termékhez kapcsolódó preferenciák és trendek mélyebb megértését.

Az eredmények azt mutatják, hogy a klasszikus, natúr íz továbbra is meghatározó fogyasztói elvárás, míg a „mentes” variánsok iránt fokozatosan növekszik az érdeklődés – különösen a fiatalabb, egészségtudatosabb fogyasztók körében. A hallgatói érzékszervi bírálat alapján az íz, a textúra és a bevonat harmóniája kiemelkedő szerepet játszik a fogyasztói élményben, és közvetlenül befolyásolja a termékválasztást. A kérdőíves vizsgálat eredményei rámutatnak, hogy a márkahűség és az érzelmi kötődés továbbra is jelentős tényezők, de az egészségtudatosság és az innovatív ízvariánsok szerepe egyre hangsúlyosabb.

Össességében a dolgozat rávilágít arra, hogy a Túró Rudi ikonikus jellegének megőrzése mellett a fogyasztói trendekhez való folyamatos alkalmazkodás kulcsfontosságú. A kombinált kutatási módszertan lehetővé tette a termék múltjának, jelenének és lehetséges jövőbeli irányainak feltérképezését, hozzájárulva a magyar élelmiszeripari termékek fogyasztói kultúrájának mélyebb tudományos megértéséhez, valamint rámutatva a tradicionális magyar termékek megőrzésének fontosságára.

Rauf Sára

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

A helyi és szezonális alapanyagok a vendéglátásban

Témavezető: Adorján Krisztián

Dolgozatomban két kutatási kérdést állítottam fel. Egyet arra vonatkozóan, hogy a vendéglátóegységek fenntarthatósággal való kapcsolata (ezen belül a helyi és szezonális alapanyagokra helyeztem a fókuszot) függhet-e a települések népességszámától. A másik kérdésem azokra az éttermekre vonatkozott, akik használnak helyi termékeket, mivel ők képezték a mintát. Azt vizsgáltam, hogy hány termékcsoportot érint a helyi termelőkkel való kapcsolat, és ez függ-e a települések népességszámától.

Kutatásom módszertana vegyes volt. Kvalitatív kutatási módszerem a kérdőíves felmérés volt, hipotézisvizsgálattal pedig a kutatásom statisztikai részét támasztottam alá. Magyarország 7 régiójában, illetve Budapesten vizsgáltam az előbb említett kutatási kérdéseket. Véletlenszerűen kerestem fel a vendéglátóegységeket, illetve a község és város összehasonlítás helyett a települések népességszáma volt a megkülönböztetési szempont a vendéglátóegységek között. Mivel Budapest több, mint másfél milliós lakosságával torzította volna a mintát, így medián alapján hasonlítottam össze az éttermeket.

Első hipotézisem, illetve kutatási kérdésem bizonyítására z-próbát alkalmaztam. A nullhipotézis elfogadásra került, vagyis nincs különbség a helyi alapanyagokat rendszeresen használó éttermek arányában a különböző népességű települések között. A második hipotézisem kiszámításánál t-próbát használtam. A nullhipotézis itt is elfogadásra került, vagyis az érintett, helyi termelőkől származó termékcsoportok száma nem függ a települések népességszámától. A hipotézisek alapján megállapítottam, hogy a települések népességszáma nem befolyásolja egy étterem fenntarthatósággal való kapcsolatát.

Dolgozatom összegzéseként elmondható, hogy a fenntarthatóság igazán fontos dolog a vizsgált vendéglátóegységek számára, ugyanis a kérdőíves felmérés megmutatta, hogy 60 kitöltőből mindössze 7 vendéglátóegység nem használ helyi termelőkől származó alapanyagokat. Néhány étterem egyszerűen nem törekszik a fenntartható működésre, de akadt olyan is, akinek nincs lehetősége együttműködni helyi termelőkkel bizonyos követelményrendszerek miatt. Kutatásom korlátja az volt, hogy nem tudtam minden vendéglátóegységet elérni a kérdőív kitöltésére, így a konklúziót azon éttermek alapján vontam le, akik részt vettek a kutatásomban.

4. Kommunikáció és médiatudomány: diskurzusok és reprezentációk a digitális korban szekció

Szekcióelnök: Prof. Dr. Bajomi-Lázár Péter

Tagok: Dr. Furcsa Laura és Dr. Horváth-Csikós Gabriella

Szerzők:

Belarbi Imane	The Political Gender Gap: Exploring Polarization Between Young Men & Women Témavezető: Miskolczi Péter
Duong Thuc Uyen, Ta Cam Tu	THE PRICE OF FAME THRONE: Crisis communication management in the 4.0 era Témavezető: Dr. Majláth Melinda
Huynh Minh Thu, Hoang Duong Minh Anh	Talk and Tech: How Internal Marketing Communication Can Boost ERP New Features Implementation Témavezető: Dr. Bányai Kornél
Lázár Csenge Zita	Társadalmi és gazdasági változások hatása az öltözködésre Témavezető: Dr. habil. Zelena András
Retkes Sára Mária	Ambiguity related to gender-based violence in the Hungarian Police's communication Témavezető: Dr. habil. Krasztev Péter
Tran Thi Ngoc Minh, Nguyen Hoai Thu	Cultural Identity in Brand Narratives: Exploring how Vietnamese Brands Engage Youth through Cultural Storytelling in the Age of AI Témavezető: Dr. Szondi György

Belarbi Imane

BGE Pénzügyi és Számviteli Kar

The Political Gender Gap: Exploring Polarization Between Young Men & Women

Témavezető: Miskolczi Péter

In recent years, a global shift in political alignment has emerged among younger generations, marked by growing polarization between young men and young women. While young men increasingly lean toward right-wing ideologies, young women tend to embrace progressive and liberal viewpoints—a divergence that raises important questions about its underlying causes and broader implications. Several factors contribute to this divide, including changing perceptions of gender roles, reactions to social justice movements, and rising mental health concerns. Cultural and economic shifts, along with the influence of educational institutions, further shape political attitudes, while public figures and the pervasive reach of online media add complexity to how young men form and express their political identities. This study investigates whether the influences driving political polarization among youth globally are also present in Hungarian society. To examine this phenomenon, a quantitative approach was employed, involving two separate surveys designed to overcome language barriers—one in Hungarian and one in English. The analysis aims to assess the extent to which online media consumption correlates with political polarization between young men and women, both within Hungary and in a broader international context.

Duong Thuc Uyen és Ta Cam Tu

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

THE PRICE OF FAME THRONE: Crisis communication management in the 4.0 era

Témavezető: Dr. Majláth Melinda

This research investigates how social media influencers manage scandals that contradict their emotionally built personal brands and their potential for recovery. Our questionnaires are (1) What is the perceived formula for building a successful personal brand in the age of social media influencers? (2) How do influencers solve image-contradicting scandals and their recovery potential? (3) What lessons can users, influencers, and specialists learn for effective crisis communication?

A mixed-methods approach was used for comprehensive analysis during the research. Firstly, a quantitative survey was used as a quantitative method which was distributed internationally and in Vietnam for three weeks with 104 respondents. It gathered public perceptions on personal branding, virality, and ethics, and identified participants for qualitative research. Secondly, qualitative research was done through a two-hour semi-structured interview with two interviewers: a former METUB Media agent and a Pepsi Vietnam brand manager, both of whom provided industry insights on trust and reputation management.

The findings reveal that the success of social media influencers is built on a dual basis of professional competence and authenticity, with emotional narratives serving as a powerful, yet risky, engine for virality. The study also demonstrated that defensive strategies like denial are perceived as highly ineffective, whereas the most logical and efficient approach is a good and timely combination of a full apology and corrective action. Furthermore, the research identifies that recovery possibility is heavily contingent on the influencer's brand architecture; influencers with content-based brands have higher recovery potential than those whose brands are built on a foundational personal story, in which a scandal is perceived as an irreparable betrayal.

Huynh Minh Thu és Hoang Duong Minh Anh

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

**Talk and Tech: How Internal Marketing Communication Can Boost
ERP New Features Implementation**

Témavezető: Dr. Bányai Kornél

ERP (Enterprise Resource Planning) systems are powerful tools that help streamline the workflow from start to finish for many different companies. They could potentially seamlessly integrate the accurate flow of information to different departments (finance, accounting, logistics, etc.) of the organization. However, despite being very useful, introducing and implementing the system itself poses a challenge for both employers and employees. Being one of the many end-users of these systems, we posed the question: what if there is a change in internal communication strategy involving marketing tactics that would help to avoid cost overruns, delays, user resistance, and even outright failure? The purpose of the study is to identify key communication challenges faced during ERP implementation and how to leverage internal marketing communication tools to influence key stakeholders and contribute to overcoming these challenges. A total of 102 interviewees who are employees of different large corporations in the European Union were surveyed to first gain an overview of the current communication in ERP implementation within the organization, focusing on existing communication tools, their perceived effectiveness, and common challenges. Then, in-depth, qualitative 120-minute interviews were conducted with 15 different people representing different stakeholders of the enterprise: IT professionals, managers, end-users, and communication specialists. The data obtained suggest that communication challenges faced during ERP implementation include a lack of clear instructions, assumptions about knowledge, generic messaging, poor feedback loops, and resistance to change. Online meetings and PowerPoint slide sharing are currently the most used methods; however, the most effective methods perceived by the interviewees are workshops, direct leadership communication, ambassadors, storytelling, and feedback forums. Nevertheless, these tools are not implemented widely due to time restrictions, limited capital resources, higher-level stakeholders' deadlines, or simply employees' resistance to change. Finally, we proposed a framework for integrating internal marketing communication strategies into ERP implementation plans.

Lázár Csenge Zita

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

Társadalmi és gazdasági változások hatása az öltözködésre

Témavezető: Dr. habil. Zelena András

Kutatásomban bemutatom, hogy hogyan fejlődött az öltözködés egymástól eltérő társadalmi normák és a fennálló gazdasági helyzet változásainak hatására. Hunyady György és Székely Mózés „Gazdaságpszichológia” c. és Thorstein Veblen „A dologtalan osztály elmélete” c. szakirodalmának segítségével támasztom alá, hogy a ruházatkódás nemzetközi szinten milyen kifejezőeszközökkel rendelkezik, és hogyan tükrözi egyúttal környezetét, kétirányú kommunikációt létrehozva. Célom különböző időszakok és stílusirányzatok bemutatásával alátámasztani, hogy miként képesek adott ruhadarabok státuszt szimbolizáló elemekként funkcionálni. Érintem a divat-és szépségipar adta lehetőséget az önkifejezés megvalósítására, és a fogyasztói szokásokból kialakuló problémákat. Megállapításom alapján azonos jelentőséggel rendelkezik az öltözködés útján történő információ közvetítése különböző időszakokat átívelően.

Retkes Sára Mária

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

**Ambiguity related to gender-based violence
in the Hungarian Police's communication**

Témavezető: Dr. habil. Krasztev Péter

This research investigates how the Hungarian Police communicates about gender-based violence (GBV) and whether institutional ambiguity, partially influenced by politicised discourse around gender issues, extends into their crisis communication. The study is situated in a context in which debates about women's rights and gender equality have been reframed as ideological conflicts, particularly through the politicisation of the Istanbul Convention. This environment has created uncertainty about the understanding of GBV as a human rights issue, replacing accountability with political rhetoric. The paper's central purpose is therefore to determine whether the ambiguity present in political narratives is also visible in the communication practices of the Hungarian Police when talking about GBV cases.

Tran Thi Ngoc Minh és Nguyen Hoai Thu

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

Cultural Identity in Brand Narratives: Exploring how Vietnamese Brands Engage Youth through Cultural Storytelling in the Age of AI

Témavezető: Dr. Szondi György

In the digital age marked by globalization and hyperconnectivity, younger generations continuously navigate tensions between global influences and local heritage. In Vietnam, Gen Z embodies this dynamic negotiation through the rising trend of “returning to the roots,” “Vietnamizing oneself,” and “upgrading tradition,” reflecting a renewed pride in cultural identity. Many local brands have strategically embraced this trend, crafting an image of youth who are culturally appreciative, rooted in national identity, yet are modern and globally minded.

Building on this phenomenon, the study explores how Vietnamese local brands, Phê La, Cộng Cà Phê, TickpickVN and Clownz, employ cultural symbols, visual aesthetics, and linguistic elements to construct and communicate a distinct sense of “Vietnamese identity.” These brands were selected for their strong cultural positioning across industries, including beverages, lifestyle, and fashion, and for representing diverse approaches to cultural storytelling in contemporary Vietnam. The research then further investigates how these storytelling strategies resonate with young audiences and how authenticity is perceived in digital and AI-mediated brand communication.

By situating local brand storytelling within the broader context of algorithmic media and AI-generated design, this study aims to contribute to current discussions on cultural representation, identity, and authenticity in the digital era.

5. Digitális marketing és fogyasztói magatartás: AI, trendek és vásárlási döntések szekció

Szekcióelnök: Dr. Pólya Éva

Tagok: Dr. Szakál Dorina és Dr. Taralik Krisztina

Szerzők:

Antal Petra Anna	Balancing tradition and disruption: The brand identity strategies of Dior and Versace Témavezető: Jamil Ghazal Mahmoud
Dau Quynh An Na	The impact of AI-driven personalization on customers' purchase intention in the beauty industry Témavezető: Dr. Papp Vanda
Egedi Gerda	Tudatosnak hitt generáció, kommunikációs zajban: A Z generáció vásárlási és fogyasztói magatartása a fenntartható divatban Témavezető: Mezőné Dr. Oravecz Titanilla Éva
Filep Kata Ibolya	Hogyan hat a mesterséges intelligencia a Z-generációs nők bőrápolási szokásaira? Témavezető: Dr. Kovács Ildikó
Hollósvölgyi Anna Léna	A közösségi média szerepe az élelmiszer-vásárlási döntésekben Témavezető: Zarándné Dr. Vámosi Kornélia Erzsébet
Krózser Bernadett Éva	A koreai szépségipar sikere és marketingstratégiái: A K-Beauty térhódítása Magyarországon Témavezető: Zarándné Dr. Vámosi Kornélia Erzsébet

Antal Petra Anna

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

Balancing tradition and disruption: The brand identity strategies of Dior and Versace

Témavezető: Jamil Ghazal Mahmoud

This research explores the role of brand identity and ambassador communication in shaping the relevance and perception of luxury fashion houses. Through a comparative analysis of Dior and Versace, this study examines how these heritage brands balance continuity and innovation in an era defined by digital culture and evolving consumer expectations. The theoretical framework relies on Keller's Customer-Based Brand Equity model. In the practical section, brand equity pyramids for Dior and Versace were developed, followed by a detailed analysis of one typical and one norm-breaking campaign per brand to assess how these strategies influence identity, communication, and audience reception. The findings reveal that both brands preserve their core values, while employing ambassadors and campaigns as tools of strategic disruption to remain culturally relevant. By examining how tradition and modernity coexist in their communication, the study provides insights into how luxury fashion houses sustain authenticity, resonance, and desirability in a constantly changing global market.

Dau Quynh An Na

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

**The impact of AI-driven personalization on customers' purchase intention
in the beauty industry**

Témavezető: Dr. Papp Vanda

The development of Artificial Intelligence (AI) has created significant changes in the field of marketing, especially in the beauty industry - where brands are increasingly applying AI to personalize customer experiences and improve marketing effectiveness. This study investigates the impact of AI-driven personalization on consumer purchase intention in the beauty industry, drawing upon empirical evidence from the Vietnamese market, focusing on four key dimensions: content relevance, diagnostic accuracy and fit, interactivity, and customization depth. The data was collected from 248 female consumers who experienced the L'Oréal Skin Genius tool - an AI-based skin analysis and product recommendation platform. Employing a quantitative research approach, the study utilized SPSS Statistics to perform reliability testing, exploratory factor analysis, correlation analysis, and multivariate linear regression to identify the determinants of purchase intention. The findings reveal that diagnostic accuracy & relevance, interactivity, and content relevance exert a positive and statistically significant impact on purchase intention, whereas customization shows no significant effect. The research contributes to a deeper understanding of AI's role in enhancing consumer experience and purchase conversion, while suggesting a strategic approach in optimizing the application of AI personalization technology in the modern beauty market.

Egedi Gerda

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

Tudatosnak hitt generáció, kommunikációs zajban: A Z generáció vásárlási és fogyasztói magatartása a fenntartható divatban

Témavezető: Mezőné Dr. Oravecz Titanilla Éva

A divatipar napjainkban a globális környezeti terhelés egyik meghatározó forrásává vált, különösen a gyorsan változó, alacsony árkategóriájú termékekre épülő fast fashion modell térnyerése következtében. Mivel az üzleti modell a ruházati cikkek nagy volumenű, gyors ütemű előállítására és fogyasztására épül, így számos környezeti probléma forrása. Az iparág jelentős mértékben hozzájárul a textilhulladék keletkezéséhez, rendkívüli vízhasználattal jár, valamint a gyártási folyamat során alkalmazott vegyi anyagok révén komoly ökológiai károkat okoznak. E tendenciák nyomán mind a tudományos diskurzusban, mind a társadalmi párbeszédben egyre hangsúlyosabban jelenik meg a fenntarthatóság kérdésköre, különös tekintettel a másodkézből származó ruházati termékek, azaz a használt ruha fogyasztás iránti fokozódó érdeklődésre. A használt ruházat iránti nyitottság a fiatal felnőttek körében változó mértékű, és számos pszichológiai, társadalmi és kulturális tényező befolyásolja. A használt ruha fogyasztás percepcióinak és attitűdjeinek vizsgálata a Z generáció körében különösen fontos, mivel e korosztály nemcsak jelenlegi, hanem jövőbeli fogyasztói magatartásának is nagy jelentősége van a fenntartható divat tekintetében. Az önkifejezés általánosságban fontos a fiatal felnőttek számára, különösen az egyetemisták körében, továbbá a divat és a ruházat az egyik kiemelkedő módja annak, hogy kifejezzék önmagukat. A ruházat ebben az életkori szakaszban nem csupán funkcionális termék, hanem az önkifejezés, a társadalmi hovatartozás és az identitásképzés fontos eszköze is. A second-hand ruházat választása így nemcsak gazdasági döntés, hanem komplex, sokszor érték alapú megfontolás eredménye. A Z generáció tagjai számára a használt ruházati termékek nemcsak költséghatékony alternatívát jelentenek, hanem identitásformáló és társadalmi üzeneteket közvetítő eszközként is funkcionálnak. A fiatalabb és magasabb iskolai végzettségű polgárok jellemzően nyitottabb környezetbarát fogyasztói magatartást tanúsítanak és erősebb a szándékuk a fenntartható ruházati termékek vásárlása iránt.

A dolgozat célja a fenntartható és használt ruhák fogyasztói és vásárlói magatartását befolyásoló tényezők feltárása volt a fiatalok körében. A rendelkezésre álló hazai és nemzetközi szakirodalom, valamint a szekunder adatok feldolgozása után, saját kutatásként kvalitatív és kvantitatív kutatási módszert is alkalmaztam, 2025. március 18. és 20. között három fókuszcsoportos interjút készítettem (n=35), emellett 12 db. mélyinterjút bonyolítottam le nemzetközi hallgatókkal, majd online kérdőívem 2025. április 1. és 29. között volt elérhető a Google Forms felületen (n=337). Az eredmények segítségével azonosíthatók a jellegzetes fogyasztói preferenciák, amelyek a Z generáció vásárlói döntéseit meghatározzák, így árnyaltabb kép kapható a tudatosságról, az önkifejezésről és a fenntarthatósághoz fűződő viszonyokról is. Továbbá az eredmények alapján megállapíthatjuk, hogy a jelenlegi

kommunikációs zajban az egyetemistákhoz nem jutnak el a releváns információk a fenntartható divatról. A vásárlók számára elsődleges szempont az ár, minőség és elérhetőség, így a használt ruha boltoknak javaslom, hogy jelenjenek meg social media felületeken a Z generációt célozva. A dolgozat betekintést nyújt abba, hogy hogyan látja, érti és tapasztalja a Z generáció a fenntartható divatot, valamint hogy milyen mértékben és formában jutnak el hozzájuk a fenntarthatósággal kapcsolatos marketing- és kommunikációs üzenetek.

Filep Kata Ibolya

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

**Hogyan hat a mesterséges intelligencia a Z-generációs nők
bőrpolási szokásaira?**

Témavezető: Dr. Kovács Ildikó

TDK dolgozatom fő témája, hogy hogyan hat a mesterséges intelligencia (MI) a Z-generációs nők bőrpolási szokásaira. Azért ezt a témát választottam, mert a Z-generáció tagjaként, úgy gondolom, hogy ezen korosztály körében a legelterjedtebb a MI-eszközök használata, így a kereslet terén is ők a legjobb célcsoport. A Z-generációt gyakran nevezik digitális bennszülötteknek is, mivel ők már az új technológiák által nyújtott lehetőségek világába születtek, így kutatásomban arra voltam kíváncsi, hogy vajon ezek az innovációk miként épülnek be a fiatal nők mindennapi bőrpolási rutinjába. Ahhoz, hogy erről egy minél pontosabb képet kapjak, több szempontot is körbejártam. A dolgozat egyik célja tehát annak feltárása volt, hogy a mesterséges intelligencia alapú technológiák milyen hatást gyakorolnak a Z generációs nők bőrpolási termékválasztásaira és vásárlási döntéseire. Ezen felül vizsgáltam, hogy az MI-eszközök miként befolyásolják e korosztály bőrpolási szokásait, valamint milyen mértékben támaszkodnak a fiatal nők a mesterséges intelligencia által nyújtott tanácsokra és virtuális asszisztensekre. A kutatásom kitért arra is, hogy az MI-technológiák elősegítik-e a tudatosabb bőrpolási rutin kialakítását, vagy inkább a túlfogyasztás irányába terelik a felhasználókat. Végül a vizsgálat kiterjedt arra a kérdésre is, hogy a mesterséges intelligencia milyen módon befolyásolja a fiatal nők önképét azáltal, hogy sokszor idealizált, tökéletes bőrképet jelenít meg.

Ezen kérdések vizsgálatához a primer kutatásomon belül a kvalitatív kutatási módszert választottam. A vizsgálat alkalmával 12 Z-generációs nővel félig strukturált interjúkat készítettem annak érdekében, hogy jobban megértssem a motivációikat és részletesebb leírást kapjak a MI-hez való viszonyukról a bőrpolásuk során. Az interjúkon kb. 20 azonos kérdést tettem fel minden interjúalanyunknak, illetve egy videóval is készültem az alkalmakra abból a célból, hogy azok a személyek is részt tudjanak venni az interjúkban, akik például még sosem próbáltak MI-alapú bőrelemző alkalmazásokat. A kérdéseimet 5 nagyobb téma szerint csoportosítottam, amelyeket között szerepeltek, a demográfiai, a MI-használatáról szóló, a termékválasztási és vásárlási döntéshozatallal kapcsolatos, a bizalomról és a hitelességről, illetve az érzelmi hozzáállást érintő kérdések.

Összességében a fentebb említett kérdéseket vizsgálva úgy gondolom, hogy érdekes eredmények születtek. A kutatásom eredményeiből kirajzolódott, hogy a Z-generációs nők kb. 1/3-a ismeri a MI-alapú bőrelemző eszközöket, viszont a ChatGPT-t, mint tanácsadót számos alkalommal használták már. Az is kiderült, hogy a MI-eszközöket jelenleg kiegészítő alkalmazásnak tekintik és még eléggé bizalmatlanok az új technológiával kapcsolatban a bőrpolás területén. A legtöbben jobban bíznak az emberi szakértő által tett javaslatokban.

Továbbá az eredményekből az is kimutatható, hogy a Z-generációs nők önbizalmát és önképet nem minden esetben veszélyezteti a MI.

Hollósvölgyi Anna Léna

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

A közösségi média szerepe az élelmiszer-vásárlási döntésekben

Témavezető: Zarándné Dr. Vámosi Kornélia Erzsébet

Dolgozatomban azt a kérdést vizsgálom, hogy a közösségi média mennyire befolyásolja az élelmiszer-vásárlást napjainkban, továbbá arra is kitérek, hogy az influenszerek mennyire vannak hatással az X és a Z generáció vásárlási szokásaira. Emellett azt is kutattam, hogy a közösségi médiában található reklámok mennyire befolyásolják e két generációt, és ennek köszönhetően mennyire van jelen életükben az impulzív vásárlás. A mesterséges intelligencia szerepének növekedése és a gazdasági életben gyakorolt hatása miatt azt is megpróbáltam kideríteni, hogy az élelmiszerek vásárlásában, a főzés során vagy az ötletelésnél ez mennyire játszik szerepet. Az X és a Z generáció válaszait összehasonlítottam, valamint azt is megnéztem, van-e eltérés a férfi és a női fogyasztók között.

A kutatás során kvalitatív és kvantitatív módszereket alkalmaztam. Hat mélyinterjút készítettem férfiakkal és nővel egyaránt. Ebből három interjúalany az X generációba, három pedig a Z generációba tartozik. A kvantitatív kutatás Google Űrlap segítségével történt, amelyet 100 ember töltött ki önkéntesen, amiben X és Z generáció szülőit is részt vettek. A kérdőívben nyitott és zárt kérdések is szerepeltek.

A kutatás során az derült ki, hogy egyik generáció vásárlási szokásait sem befolyásolják nagy mértékben az influenszerek; annak ellenére, hogy több kutató ezt feltételezi, ugyanis egyre több influenszer reklámoz különféle termékeket. Azonban amíg a Z generáció tudott ezzel a témával kapcsolatban influenszereket mondani, addig az X generáció nem ismerte őket. A közösségi médiában található reklámok sem fogták meg a többség figyelmét, viszont a Z generáció néhány TikTokon felelhető ajánlásra jobban reagált. Az X generáció tagjai tudatosabbak az élelmiszer vásárlás során, mivel figyelik az akciókat és az ár-érték arányt is. A Z generáció tagjai között több az impulzív vásárló, akik nem nézik az árat, csak megveszik a terméket, ha az megtetszik nekik. A mesterséges intelligenciával kapcsolatban mind a két generáció gyanakvó, és tudják, hogy utána kell nézni az ott található információknak, ezért ezt csak ötletelésre használják, de nem vásárolnak és nem főznek az ott leírt receptek alapján.

A korábban említettek miatt azt javaslom, a reklámstratégia kialakításakor célszerű lenne az influenszerek helyett inkább az árak és akciók kiemelésére fókuszálni. Ezzel mindkét generáció figyelmét fel lehetne hívni. Ezen kívül a Z generáció érdeklődését rövid, látványos videókkal lehet még elnyerni.

Krózser Bernadett Éva

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

**A koreai szépségipar sikere és marketingstratégiái:
A K-Beauty térhódítása Magyarországon**

Témavezető: Zarándné Dr. Vámosi Kornélia Erzsébet

A kutatás fő célja a koreai szépségipar (K-Beauty) globális sikerének feltárása, különös tekintettel a digitális marketing és influenszerek szerepére a folyamatban, valamint a magyarországi piacon való érvényesülése. A dolgozat fókuszba vizsgálja, hogy milyen marketingstratégiák és tényezők hatása járult hozzá a K-Beauty márkák nemzetközi terjedéséhez és miként alakult ki a koreai kozmetikumok iránti kereslet Magyarországon.

A módszertan egyaránt tartalmaz szekunder és primer kutatási eljárást. A szakirodalmi áttekintésben bemutatásra kerül a Hallyu jelenség, a K-pop szerepe és a K-Beauty ismertetése, valamint a dm és Rossmann drogériáláncok koreai termékkínálatának összehasonlítása. Külön hangsúly került a digitális marketing eszközökre, az influenszerek szerepére és a magyar online webshopokra. Kvalitatív kutatásként öt mélyinterjú beszélgetés valósult meg. Az interjúk során megkérdezésre kerültek magyar fogyasztók, valamint egy kiemelkedő magyar vállalkozás képviselői is, akik K-Beauty termékek forgalmazásával foglalkoznak. Kvantitatív adatgyűjtésként egy online kérdőív is készült, amely a magyar fogyasztók vásárlási szokásait, preferenciáit és a koreai szépségipari termékek megítélését vizsgálta. A kérdőív válaszait Excel és SPSS szoftverek segítségével elemeztem, a mélyinterjúk visszajelzéseit pedig csoportosítottam és összefüggéseket kerestem a válaszok között.

Az eredmények alapján a K-Beauty termékek iránti kereslet Magyarországon dinamikusan növekszik. A primer kutatásból kiderült, hogy a válaszadók jelentős része közösségi média platformokon keresztül informálódik a termékekről, de egy nagyobb szegmenst képeznek azon fogyasztók is, akik influenszerek/celebek ajánlásai alapján vásárol. Fontos számukra a hatékonyság és az ár-érték aránya, ha koreai kozmetikumokról van szó. A dm és a Rossmann drogériáláncok kínálatának elemzése azt mutatta, hogy a koreai márkák elsősorban arcápolási termékekkel jelennek meg a magyar piacon, egyre bővülő választékkal és kedvező fogyasztói megítéléssel. A kutatás során az is kiderült, hogy Magyarországon a cégek nem fordítanak elég figyelmet a koreai márkák marketingjére.

A kutatás következtetései szerint a koreai szépségipari márkák magyarországi sikere a digitális marketing módszerek és az influenszer együttműködések tudatos alkalmazásán alapul. Ahhoz, hogy Magyarországon hosszú távon növekedni tudjon a K-Beauty népszerűsége, elengedhetetlen a lokális marketingstratégiák erősítése és a hazai influenszerek bevonása.

6. Világgazdaságtan és globális geopolitika szekció

Szekcióelnök: Dr. Gyene Pál István

Tagok: Dr. Nagy Milada és Dr. Hamar Farkas

Szerzők:

Boda Kristóf	Európa lítium ellátásának lehetőségei Témavezető: Dr. Ferkelt Balázs
Borza Katrin	Polgárháború és geopolitika Szudánban: Kína, Oroszország és a Nyugat stratégiai jelenléte a térségben Témavezető: Dr. Nagy Milada
Criollo Tenorio Michael Angelo	So Where Is It? A Challenger to U.S. Monetary Hegemony: An Inquiry into the Prospects and Limits of Global Monetary Alternatives Témavezető: Dr. Gáspár Tamás
Domján László	Az Európai Unió további bővítésének lehetőségei és stratégiai autonómiájának jövője Oroszország árnyékában Témavezető: Dr. Majoros Pál, Dr. habil. Krasztev Péter
Farkas Emese	Egy fesztivál a közdiplomácia szolgálatában – A Tomorrowland országimázs és identitás formáló szerepe Témavezető: Dr. habil. Krasztev Péter
Kabai Nándor, Boda Kristóf	Oroszország és Kína sarkvidéki együttműködése és versengése: Szövetség vagy rejtett rivalizálás? Témavezető: Dr. habil. Sáringer János
Nagypál Anna Bíborka	A Horizont 2020 Keretrendszer magyarországi eredményeinek értékelése Témavezető: Merliot-Almássy Eszter
Sakenova Zhuldyz	Do mobile trading apps increase stock market volatility? Evidence from US and European markets Témavezető: Dr. Szennay Áron

Boda Kristóf

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Európa lítium ellátásának lehetőségei

Témavezető: Dr. Ferkelt Balázs

Tanulmányom célja, hogy részletesen elemezzem Európa lítium ellátását és annak perspektíváit, különös tekintettel az Európa területén bányászható lítium készletekre. A ritkafémek és az egyéb megújuló energiaforrásban szereplő fémek iránti kereslet, illetve azok bányászata az utóbbi évtizedben jelentősen növekedett. Mindezek mellett az Európai Unió versenyképességét is javítaná a lítium bányászat fejlesztése, amelyben jelenleg Ausztrália, Kína és Dél-Amerika jár elől, pedig Európa is rendelkezik tartalékokkal. A legismertebb és világviszonylatban is jelentős a portugál bányászat, de vannak bányák Szilézia, Ukrajna és a Balkán, elsősorban Szerbia területén. Tanulmányomban elsősorban Portugáliára és Szerbiára koncentrálok, egy jelenlegi EU-tagállamra és egy csatlakozási tárgyalásokat folytató egyelőre EU-n kívüli európai országra.

Kutatásomban az alábbi kérdésekre keresem a választ: Képes lehet-e a következő évtizedekben az Európai Unió felvenni a versenyt más nemzetekkel a lítiumgazdaságot illetően? Milyen hatással lehet a lítiumkitermelés az európai gazdaságra? Meggyorsíthatja-e új lítiumbányák nyitása Szerbia európai uniós csatlakozását? Felértékelődne-e ezáltal a Balkán térsége az Európai Unió számára? A lítiumbányászat európai cégek kezében maradhatna, vagy kínai és ausztrál cégek irányítanák a kitermelést?

Tanulmányom során hazai, illetve idegen nyelvű szekunder forrásokra támaszkodom. A szakkönyvek terén elsősorban Lukasz Bednarski és Guillaume Pitron művei segítettek kutatásomat. Emellett a BBC és Economist cikkei, a Deutsche Bank elemzései, illetve szerb és portugál lapok cikkei, adatbázisai láttak megfelelő információkat.

Eddigi kutatásaim alapján megállapíthatom, hogy a lítiumbányászat fokozása nagy mértékben javíthatná a kontinens versenyképességét, mivel a lítium a jövő energiaforrásainak szerves része. A lítiumbányászat a gazdasági következmények mellett egyes országok politikai megítélésére is hatással van. A lítiumkészlet, illetve a ritkaföldfémek hasznosítása teljes mértékben átrajzolhatja egyes régiók geopolitikai helyzetét, felértékelve azokat.

Borza Katrin

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

**Polgárháború és geopolitika Szudánban: Kína, Oroszország és a Nyugat
stratégiai jelenléte a térségben**

Témavezető: Dr. Nagy Milada

A 21. század elejére Szudán a globális politikában az egyik legösszetettebb, legsebezhetőbb térséggé vált, ahol a belső instabilitás és a külső beavatkozások szoros kapcsolatban állnak egymással. A természeti erőforrásai, továbbá az etnikai, a vallási megosztottsága és a térség történelmi öröksége egy olyan környezetet alakított ki, mely kedvez a külső nagyhatalmak katonai, politikai és gazdasági érdekeinek érvényesítéséhez.

A dolgozatom célja, hogy átfogó képet nyújtson Szudán geopolitikai helyzetéről, továbbá annak történelmi háttéréről és külgazdasági kapcsolatairól is. Bemutatja továbbá azt, hogy Kína, Oroszország, az Egyesült Államok, az Európai Unió és a regionális hatalmak miként vannak jelen Szudánban, mindennek milyen következményei érzékelhetők jelenleg, illetve hogyan alakíthatják a térség jövőjét. Kutatásom igyekszik feltárni, hogy a nagyhatalmak intervenciók taktikái mennyire mélyítik a konfliktusokat, továbbá mennyire segítik a stabilizálást.

A dolgozatom módszertana történelmi és politikatudományi szekunder forrásokra épít, emellett összehasonlító geopolitikai elemzéseket is tartalmaz, kvalitatív elemeket alkalmazva. Az elemzést táblázatok és ábrák egészítik ki. A kutatásom során három fő kérdésre igyekszem választ találni:

- Milyen konkrét érdekek motiválják a külső szereplők beavatkozását Szudánban?
- Befolyásolják-e ezek az érdekek a belső fegyveres konfliktusok dinamikáját?
- Lehetséges-e ilyen mértékű külső befolyás mellett a tartós béke és stabilitás megteremtése hosszú távon?

Az eredmények szerint Szudán afféle proxy-térként funkcionál a nagyhatalmaknak, amelyben versengésük gyakorta felülírja a hosszú távú béketeremtés szempontjait. Kínai, orosz, amerikai és más érdekcsoportok vannak jelen az országban, melyek véleményem szerint legtöbbször nem összehangoltak, és ezáltal gyakran ellentétes hatásokat váltanak ki. Annak ellenére, hogy vannak kezdeményezések a béke megteremtésére, sajnos egyelőre a stabilitás helyett a gazdasági továbbá katonai beavatkozások, az erőforrás-kihasználást valamint a befolyásszerzést tartják elsődleges céljuknak.

Criollo Tenorio Michael Angelo

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

**So Where Is It? A Challenger to U.S. Monetary Hegemony:
An Inquiry into the Prospects and Limits of Global Monetary Alternatives**

Témavezető: Dr. Gáspár Tamás

The US dollar hegemony is central to understanding the international monetary system, it also represents to a certain degree a paradox of the global economy: despite efforts to escape from it by great powers due to its instrumentalization for warfare and global economic opportunism, its dominance remains undoubtedly unchallenged. This research looks at the institutional and structural barriers that determine the conditions required for the emergence of a challenger to the dollar's dominance.

This study is based on three related questions: (1) What characterizes a credible alternative to the US dollar? (2) What is to be concluded by analyzing the data from major central banks in relation to monetary policy and reserves? (3) How does the current international structure impact the emergence or limitation of currency challengers?

By revisiting current discussion on money theory, this study first defines the characteristics of international money to later incorporate an analysis of the international society as it also revisits concepts such as monetary sovereignty and balance of power. Within structural-theoretical reasoning, this study incorporates International Relations (IR) concepts into money theory to identify structural and institutional constraints that limit and shape any prospect for a US dollar challenger. To strengthen this papers' argument, the analysis is blended with comparative trend analysis and policy evaluation. Data is drawn from the IMF (COFER), major central bank databases, and the World Gold Council, among others. The methodology attempts to connect empirical observations on changes in reserves and gold holdings to the study's defined theoretical barriers for the emergence of a challenger.

The findings seem to indicate that while great powers may seek initiatives to challenge the US dollar, their fiat nature is their main obstacle to fulfilling the characteristics needed to overcome the structural limitations to become the dominant global means of exchange and reserve. Rather, constant increases in gold holdings point to its emerging dominance within the reserve hierarchy. As gold becomes the primary store of value among the great powers given its neutrality and value stability, it may acquire the characteristics of a challenger if the current international conditions of uncertainty and power parity persist and continue to intensify over time.

Domján László

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Az Európai Unió további bővítésének lehetőségei és stratégiai autonómiájának jövője Oroszország árnyékában

Témavezetők: Dr. Majoros Pál és Dr. habil. Krasztev Péter

Az orosz-ukrán háború 2022. február 24-i nagy léptékű eszkalációja alapvető változást hozott az Európai Unió (EU) biztonságpercepciójában, ismét középpontba állítva a bővítés kérdését. Donald Trump ismételt elnökké választásával megkérdőjeleződött az Amerikai Egyesült Államok NATO iránti elkötelezettsége, amely az EU előtt álló geopolitikai kihívásokat tovább komplikálja és ismét napirendre helyezte az európai stratégiai autonómia kérdését.

Kutatásom célja feltárni, hogy az Európai Unió hogyan felelhet meg az előtte álló geopolitikai kihívásoknak e változóban lévő nemzetközi környezetben.

Ennek során az alábbi kutatási kérdésekre kerestem a választ:

- Milyen belső, az Európai Unió működését érintő reformokat kíván meg az EU további bővítése, illetve önálló geopolitikai szereplőként történő fellépése lehetőségének megteremtése?
- Milyen érvek szólnak az Európai Unió további bővítése mellett napjaink biztonságpolitikai környezetének tükrében, és a további bővítés hogyan befolyásolhatja a blokk kapcsolatait Oroszországgal?
- Mennyire felkészültek a jelenlegi tagjelölt és potenciális tagjelölt államok a csatlakozásra? Mikor válhat reálissá integrációjuk és hogyan támogathatja őket az Európai Unió a csatlakozáshoz vezető útvonalon?
- Milyen változásokat hozott Donald Trump ismételt elnökké választása a transzatlanti kapcsolatokban és hogyan alkalmazkodhat ezekhez az Európai Unió?

Leíró-elemző jellegű, magyar, angol, német és román nyelvű elsődleges és másodlagos források felhasználására épülő kutatásom során az alábbi hipotéziseket állítottam:

- Az orosz-ukrán háború nagy léptékű eszkalációja fényében az Európai Unió további bővítése elkerülhetetlen stratégiai szükségszerűséggé vált.
- Donald Trump második elnöksége olyan alapvető változásokat hozott a transzatlanti kapcsolatokban, amelyek nyomán elkerülhetlenné vált az európai stratégiai autonómia megvalósítása, azaz annak biztosítása, hogy az EU autonóm geopolitikai szereplőként a multipolarizálódó világrend egyik önálló pólusává váljon, amely képes önállóan megvédeni érdekeit és értékeit.

Kutatásom során a fenti hipotézisek igazolódtak és megállapítást nyert, hogy az európai stratégiai autonómia megvalósításához az EU pozíciója kedvező, így az inkább akarat, semmint lehetőség kérdése.

Farkas Emese

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Egy fesztivál a közdiplomácia szolgálatában – A Tomorrowland országimázs és identitás formáló szerepe

Témavezető: Dr. habil. Krasztev Péter

A Tomorrowland elektronikus zenei fesztivál, Európa egyik legismertebb kulturális eseménye, nem csak zenei élményt kínál a fiatal generáció számára, hanem kiemelkedő eszköz a kulturális diplomáciában is. Belgiumban a rendezvény révén több százezer látogató érkezik a világ minden tájáról, nemzetközi kapcsolatépítésre kínál lehetőséget, áthidalva minden vallási, nemzeti különbséget. A hazai és külföldi előadóknak esélyt teremt arra, hogy több nemzet között legyen egy közös pont, ami hozzájárul a kulturális cseréhez. A múltban is számtalan alkalommal fordult elő, hogy a zene olyan mértékű összekapcsolódást adott az emberek között, hogy akár háborús helyzetekben is véleményeket formált át.

Kutatásomban a „soft power” erejét vizsgáltam azzal a céllal, hogy bemutassam Tomorrowlandet, mint országbrandet formáló eszközt. Emberek millióit is lehet érzelmi úton befolyásolni és rávenni arra őket, hogy megváltoztassák a bennük kialakult képet egy országról. Egy szimpátián alapuló, bármilyen erőszakos véleményformálást elkerülő meggyőzőesetchnika segítségével egy állam színvonala olyan szinten fejlődhet a külföldiek szemében, hogy több turistát és befektetőt is képes vonzani.

Fontos a soft power használata, hiszen a modern világban a technika elterjedésével a nyilvánosságban a média és a tanult történelmi ellentétek miatt negatív képzetek alakultak ki a nemzetekkel kapcsolatban. Már nem töltünk elég időt a teljeskörű tájékozottságért, ezért sok esetben vakon követjük azt, amit a közösségi médiában vagy a televízióban látunk és hallunk.

Ezen okokból felállítottam két hipotézist:

- (1) a Tomorrowland hálózatépítő hatású a fiatalok körében,
- (2) a fesztivál hozzájárul a belgák kulturális identitásának javulásához.

A társadalom kulturális identitásába javulást egy sikeres esemény pozitív hatásainak beépítésével érhetünk el.

A fesztivál olyan társadalmi értékek mellett áll ki, mint a környezetvédelem, segítségnyújtás, illetve a nemzetközi sokszínűség támogatása.

Relevanciája az egyre nagyobb teret hódító kulturális diplomácia kihasználása, amely képes erősíteni az országok közötti kapcsolatot minden agresszív megnyilvánulás nélkül.

A megfelelő következtetések levonása céljából kutatást végeztem. Az eredmények jól szimbolizálják, hogy a résztvevők többsége szerint sokat ad Belgium országimázsának a fesztivál, mivel egy olyan lehetőséget kínál a szórakozni vágyóknak, ahol minden nemzetiség, bőrszín és vallás szabadon megjelenhet és együtt kapcsolódhat ki.

Boda Kristóf és Kabai Nándor

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Oroszország és Kína sarkvidéki együttműködése és versengése: Szövetség vagy rejtett rivalizálás?

Témavezető: Dr. habil. Sáringer János

Tanulmányunk célja, hogy elemezzük Oroszország és Kína politikáját az Északi-sarkkal kapcsolatban gazdasági, katonai, jogi és diplomáciai szempontból. Kína nyitottabbá tette nemzetközi kapcsolatait és egyben mozgásterét növelte a 20. század utolsó évtizedeiben, ugyanekkor Oroszország birodalmi ambícióit újra megerősítette. A 21. században a két ország vezetői bizonyos kérdésekben egyetértenek, természetesen saját érdekeik mentén. Napjainkban többekben felmerül, hogy felhőtlen-e a kapcsolat a két hatalom vezetői között, vagy csupán kihasználják egymást céljaik eléréséhez?

Kutatásunkban kérdéseink között szerepel egy alapkérdés, amihez szorosan kapcsolódik három további kérdés is. Dolgozatunk legfontosabb kérdése az előbbiekre utalva, hogy valóban stratégiai szövetsége a két állam kapcsolata vagy csupán rejtett geopolitikai rivalizálás? Az alapkérdések kapcsolódnak Oroszország álláspontjához a kínai érdekről, a politikai gazdasági és katonai tényezőkre, illetve a kínai függőség fennállása az orosz infrastruktúra miatt.

Dolgozatunkban elsősorban primer forrásokra támaszkodtunk: az Arktiszi Tanács jelentései és dokumentumai, Oroszország és Kína sarkvidéki politikájáról szóló jelentések, illetve a 2018-ban kiadott kínai ún. Fehér Könyv, de nem került el a figyelmünket a szekunder források sem, így a tudományos tanulmányok, hírcsatornák hivatalos oldalai.

Eddigi kutatásaink alapján megállapíthatjuk, hogy a tanulmányunk középpontjában álló két ország vezetőinek kapcsolatára jelenleg egyfajta „szívélyesség” is jellemző. A 20. századi történelmi elhidegülés, a kissingeri diplomácia és a rendszerváltoztatás körüli zűrzavaros időszakban mindkét állam felismerte, hogy egyedül nem képesek irányítani a világot. Két dinamikusan fejlődő, más-más nyersanyagban gazdag ország szövetsége átértékelheti az eddigi világrendet. A két ország szövetségének megerősítésére – vagy éppen fordítva – szolgál a közös fellépés a nyersanyagokban gazdag, földrajzilag, stratégiaileg fontos Északi-sark feletti ellenőrzés megszerzése.

Sakenova Zhuldyz

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Do mobile trading apps increase stock market volatility? Evidence from the US and European markets

Témavezető: Dr. Szennay Áron

This study examines how the mobile trading applications influence stock market volatility in the United States, the United Kingdom, and Germany. The analysis includes the GARCH model with a Student-t distribution to capture volatility clustering. The research compares volatility persistence and the half-life of shocks across all markets, using daily stock index data.

The results shows that all three countries experience high volatility persistence. However, its duration varies. The US market indicated the longest duration, while the UK return to stability the fastest. It means that retail-driven trading contributes to extended volatility cycles.

Overall, the findings connect financial technological improvements with market dynamic. It shows that easy access to market with mobile platforms can amplify short-term instability.

Research questions:

1. Has the rise of mobile trading platforms increased the persistence of stock market volatility?
2. Do markets with more active mobile traders experience longer and stronger volatility shocks?
3. Are large price swings more common in markets where mobile trading is widely used?
4. How do the US, UK, and German markets differ in volatility behaviour, and what does this reveal about the influence of mobile trading?

7. Marketing és fogyasztói trendek: márkasztratégiák, élményalapú fogyasztás és generációs hatások szekció

Szekcióelnök: Dr. habil. Papp-Váry Árpád

Tagok: Dr. Soós Gabriella és Dr. Benke Eszter

Szerzők:

Pham Mai Linh	From Emerging to Developed: How Market Context Shapes the Performance of SaaS Growth Strategies Témavezető: Dr. habil. Kovács András
Murányi Dzszenifer	A drónnal történő árukézbésítés fogyasztói elfogadottságának vizsgálata a vállalati döntéshozók támogatása céljából Témavezető: Bartáné dr. Muharay Irén Erzsébet
Nemes Márton Dénes	A Z generáció és a kulturális marketing kapcsolata: Japán popkultúra a magyar piacon Témavezető: Zarádné Dr. Vámosi Kornélia Erzsébet
Sarkadi Kitti	A presszó az új petrol? A kávéfogyasztás élményének üzleti jelentősége a töltőállomásokon Témavezető: Dr. Gáspár Tamás
Toosi Mohammad Amin	The impact of publishing content with luxury brands on users' social currency on Instagram Témavezető: Dr. Papp Vanda
Tóth Loretta	A néptánc népszerűsítésének hatása a Z generációra Témavezető: Zarádné Dr. Vámosi Kornélia Erzsébet

Pham Mai Linh

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

From Emerging to Developed: How Market Context Shapes the Performance of SaaS Growth Strategies

Témavezető: Dr. habil. Kovács András

As a result of the rapid internationalization of Software-as-a-Service (SaaS) startups, digital products have become easily scalable across different cultural and technological environments. However, the success of main growth strategies - Product-Led Growth (PLG), community marketing, partnerships, and paid acquisition - is hugely different from one market to another. This research paper looks into the influence of digital maturity, cultural context, and data-driven capability on the efficiency of these strategies through a mixed-method comparative case study of a leading Hungarian SaaS startup operating in ten global markets from November 2024 to November 2025. In addition to the quantitative analysis of internal analytics (descriptive statistics, correlation, regression, and clustering), qualitative interviews with the company's growth and localization managers were also conducted. Findings indicate that PLG and paid acquisition yield the highest results in digitally mature, individualist markets such as the United States, the United Kingdom, and Germany. On the other hand, community and partnership strategies are the main drivers of engagement in collectivist, high-uncertainty contexts like Japan, South Korea, and Vietnam. Being data-driven enhances the company's performance in all markets as it considerably improves the company's ability to respond and its strategic agility. The paper puts forward the Context-Adapted Growth Model which depicts SaaS expansion as an interplay between strategy, environment, and organizational learning. The model extends the idea that continuous global growth relies on sustaining strategic coherence while at the same time being able to adjust to local cultural and economic contexts.

Murányi Dzszenifer

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

**A drónnal történő árukézésítés fogyasztói elfogadottságának vizsgálata
a vállalati döntéshozók támogatása céljából**

Témavezető: Bartáné dr. Muharay Irén Erzsébet

Dolgozatom a drónnal történő árukézésítés fogyasztói elfogadottságát vizsgálja Magyarországon, különös tekintettel a vállalati döntéshozók támogatása céljából. A tanulmány központi kérdése, hogy milyen tényezők befolyásolják a magyar fogyasztók attitűdjét a drónalapú utolsó mérföldes kézbesítési szolgáltatások iránt.

A kutatásom célja annak feltárása, hogy milyen motivációs és gátló tényezők határozzák meg a drónos szállítás elfogadását, valamint elemezni a demográfiai, pszichológiai és technológiai jellemzők hatását a hozzáállás változására.

Dolgozatom primer, kvantitatív kutatásra épül, amelyet online kérdőíves felmérés formájában végeztem. A mintavétel önkéntes, nem valószínűségi (kényelmi) módszerrel történt, főként közösségi médiafelületeken keresztül. A kérdőív strukturált kérdéseken és főként Likert-skálán alapszik. A kitöltők ösztönzése és motiválása érdekében a kérdőívet egy rövid ismeretterjesztővel indítottam. A mintavételezést 2025. augusztus 25-től október 2. között végeztem, a begyűjtött kérdőívekből 19 kizárásra került, így a végső minta 177 főből állt össze, a célcsoport a 18 éves korosztálytól a nyugdíjasokig terjed.

A kutatás eredményei szerint a magyar lakosság általánosságban nyitott, de információhiányos a drónos kézbesítéssel kapcsolatban. A válaszadók 99%-a ismeri a drón fogalmát, de a gyakorlati tapasztalatokkal csupán kb. 30% rendelkezik. A magasabb technológiai tudásszint és a pozitív személyes tapasztalat szignifikánsan növeli az elfogadottságot. A legnagyobb előnyként a gyorsaságot, kevésbé zsúfolt utakat és környezetbarát jellegét említették, míg a fő aggályok között a biztonság, magánszféra sérülése és a bűnüldözésre való nagyobb hajlam szerepel. A dolgozat végkövetkeztetése, hogy a drónos kézbesítés hazai bevezetése hosszú távon reális és fenntartható alternatívát jelenthet, azonban ennek feltétele a társadalmi elfogadás, a jogi szabályozás kidolgozása és a tudatos fogyasztói edukáció.

A kutatás eredményei értékes iránymutatást nyújtanak a vállalati döntéshozók számára a drónalapú technológia bevezetésének megtervezéséhez.

Nemes Márton Dénes

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

**A Z generáció és a kulturális marketing kapcsolata:
japán popkultúra a magyar piacon**

Témavezető: Zarádné Dr. Vámosi Kornélia Erzsébet

A dolgozat központi kérdése, hogy a kulturális marketing miként hat a Z generáció fogyasztói magatartására, és mennyiben adaptálható a japán anime- és manga alapú marketing Magyarországon. A kutatás abból a felismerésből indul ki, hogy az anime és a manga nem csupán szórakoztatóipari tartalom, hanem a kulturális marketing sajátos eszköze, amely érzelmi azonosuláson és közösségi részvételen keresztül képes a fiatal fogyasztók elérésére. A japán popkultúra globális térnyerése a kulturális branding és a globalizáció folyamatain keresztül új kommunikációs lehetőségeket nyit a magyar marketing számára is.

A kutatásom vegyes módszertani megközelítést alkalmaz. A kvalitatív szakasz két félig strukturált interjúra épül, amelyek kulturális és popkulturális marketingkörnyezetből származó szakemberek tapasztalatait vizsgálják. Az interjúk Braun és Clarke (2006) tematikus elemzési módszerével kerültek feldolgozásra, amely feltárta a Z generáció elérésében meghatározó mintázatokat, például a vizualitás, az élményközpontúság és a hitelesség szerepét. A kvantitatív szakasz egy online kérdőíves kutatás formájában valósul meg, amely magyar Z generációs válaszadók fogyasztói attitűdjeit és viselkedési mintáit méri. Az SPSS segítségével végzett leíró statisztikai elemzés célja, hogy számszerűen is feltárja a japán kulturális tartalmakhoz való viszonyt és a vásárlási döntéseket befolyásoló tényezőket.

Az általam vezetett szakértői interjúk és az online folytatott kvantitatív felmérés megerősítette, hogy a Z generáció tagjai a márkakommunikációban az érzelmi hitelességet és a közösségi részvételt keresik. A kérdőíves felmérés elemzése feltárta, hogy az anime és manga vizuális világa, valamint a részvételi kultúra elemei (pl. cosplay, online fandomok) szignifikánsan növelik a márka iránti elköteleződést. Eredményeim szerint a magyar kulturális intézmények és vállalatok számára a japán popkultúra elemeinek globalizált adaptációja mérhetően hatékony stratégiai eszköz a fiatal generáció elérésére és lojalitásának kiépítésére.

A dolgozatom hiánypótló módon járul hozzá a kulturális marketing és a generációkutatás interdiszciplináris metszetének feltárásához. Konkrét és gyakorlati iránymutatást nyújt arra vonatkozóan, hogy a globális kulturális trendek – különösen a japán popkultúra – miként hasznosíthatók a magyar piac sajátosságaihoz illesztett és hatékony kommunikációs stratégiákban.

Sarkadi Kitti

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

**A presszó az új petrol? A kávéfogyasztás élményének üzleti jelentősége a
töltőállomásokon**

Témavezető: Dr. Gáspár Tamás

Az elmúlt évtizedben a töltőállomásokon való megpihenés egyre meghatározóbb szerepet kapott, sőt, mára sajátos kultusz is kiépült köré. A modern fogyasztói igények megváltoztatták a benzinkutak szerepét, és az emberek ma már nem csupán üzemanyagvásárlás céljából állnak meg, hanem az ott elérhető kényelmi szolgáltatások miatt is. Kezdték elterjedni a kávézósarokkal, később bisztróval kiegészült shopterek, majd a nagyobb állomásokon akár kisebb bevásárlásra is lehetőség nyílt. A benzinkút így már nemcsak a jármű, hanem a sofőr számára is a „feltöltődés” helyszínévé vált. Szakmai gyakorlatomat az OMV Hungária Kft.-nél töltöttem, mint kereskedelmi gyakornok, ahol első kézből tudtam nyomon követni, hogy melyek azok a trendek, termékek, illetve termékcsoportok, amelyek meghatározóak egy országos töltőállomás hálózat shop részleg értékesítési tevékenységében. A dolgozatom középpontjában így nem más, mint a kávé áll, mint kiemelt termék, amely az OMV töltőállomás-hálózatán belül jelentős hatással bír a shop részleg értékesítési eredményeire. Céloom nyomon követni a kávé útját a termőföldtől egészen a fogyasztói csészéig, egy nemzetközi töltőállomás hálózat keretein belül, arra keresve a választ, hogy valóban fontos-e, hogy a töltőállomáson milyen kávéfogyasztunk, és hogy a minőség, az eredet vagy éppen a készítés módja mennyiben befolyásolja a vásárlói élményt. Hipotézisem szerint nem mindegy, milyen kávéfogyasztunk egy benzinkúton, amit a vállalat által készített éves felméréssel és az általam végzett kérdőíves kutatással támasztok alá, ahol a vásárlói visszajelzéseket vizsgáltam a szóban forgó termék megítéléséről. A szekunder és primer kutatás együttesen rávilágított arra, hogy a kávé ma már nem csupán egy termék a töltőállomások polcain, hanem a fogyasztói élmény központi eleme, meghatározó tényező a töltőállomás választásban, és jelentős hatással van a vásárlói elégedettségre és lojalitásra.

Toosi Mohammad Amin

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

**The impact of publishing content with luxury brands on
users' social currency on Instagram**

Témavezető: Dr. Papp Vanda

Social currency is the intersection of communication and consumer behavior. All humans and even brands today are involved in social currency in some way and consciously or unconsciously strive to increase it. Some of these efforts are planned, while some of them occur unconsciously and daily. In this study, using 152 questionnaire responses from Iranian Instagram audiences, the degree of dependence of attitude and social status on luxury content was examined. The change in the luxury consumer has created a new luxury paradigm, and the meaning and fundamental value of luxury for the new consumer is different. This causes new values to affect social currency. Additionally, the questionnaire respondents clearly distinguished between individuals' attitudes and social status, which was a key focus of this study.

Tóth Loretta

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

A néptánc népszerűsítésének hatása a Z generációra

Témavezető: Zarándné Dr. Vámosi Kornélia Erzsébet

A dolgozat célja annak feltárása, hogy a néptánc milyen hatással van a Z generáció tagjaira, akik a digitalizáció és a globális trendek által meghatározott környezetben szocializálódnak. A kutatás arra keresi a választ, hogy miként viszonyulnak a fiatalok a hagyományos népi kultúrához, hogyan lehet a néptáncot számukra vonzóvá és elérhetővé tenni a digitális korban.

A vizsgálat középpontjában a hagyomány és a technológia találkozása áll. A dolgozat célja annak bemutatása, hogy a néptánc – mint kulturális és közösségformáló tevékenység – hogyan tudja megőrizni relevanciáját a Z generáció körében. A kutatás alapját egy kvantitatív kérdőíves felmérés képezi, amelyet 1995 és 2010 között született fiatalok körében végeztem, online formában.

A felmérésben főként 18–28 év közötti válaszadók vettek részt, akik közül a többség nő és városi környezetben él. Az eredmények alapján a megkérdezettek nagy része értékes kulturális örökségként tekint a néptánra, ugyanakkor kevesen vesznek részt benne aktívan. A válaszadók többsége ritkán találkozik néptáncos tartalommal a közösségi médiában, de a többség nyitott lenne rövid, modern formában bemutatott néptáncos videókra, különösen a TikTok és az Instagram felületein. Az online formában elérhető, rövid oktatóvideók és közösségi kihívások iránt a kitöltők közel fele érdeklődést mutatott. Az eredmények szerint a közösségi élmény és a vizuálisan vonzó tartalom a legfontosabb motiváló tényezők, míg az influencerek hatása mérsékeltnak bizonyult.

Összegzésként elmondható, hogy a Z generáció nyitott a hagyományos kultúra modern, digitális eszközökkel történő újraértelmezésére. A néptánc akkor válhat számukra igazán vonzóvá, ha azt közvetlen, interaktív és élményalapú módon kommunikálják. A kutatás eredményei hozzájárulhatnak a néptánc korszerű népszerűsítéséhez, valamint ahhoz, hogy a hagyományos értékek új formában, de hitelesen maradjanak jelen a fiatal generáció életében.

8. Munkaerőpiac és társadalmi kihívások szekció

Szekcióelnök: Dr. Dén-Nagy Ildikó

Tagok: Dr. András Gábor, Knúlné Dr. Pál Eszter

Szerzők:

Bankó Bianka	Nem maradnak örökre? - Filippínó és ukrán vendégmunkások a magyar munkaerőpiacon. Témavezető: Dr. habil. Tóth Arnold, Virág Imre
Bársony Anna	A civil szervezetek munkavállalóinak motivációja Magyarországon Témavezető: Dr. Csizmadia Péter
Kiss Lilla	A „jó anya” és a „sikeres munkavállaló” között: Társadalmi tényezők a munka-magánélet egyensúlyában Témavezető: Prof. Dr. Király Gábor
Nagy Dóra	Kettős hátrányban – Ageizmus és interszekcionalitás a banki szférában Témavezető: Prof. Dr. Csillag Sára
Nagy Laura Liliána	A Z generáció nem akar dolgozni - vagy csak máshogy? - Előítéletek vs. új munkakultúra Témavezető: Dr. Gáspár Tamás, Dr. Czeglédi Csilla
Pechinger Vivien Julianna	Anyaság és munkaerőpiac: Munkáltatói attitűdök és szervezeti kultúra Magyarországon és Hollandiában Témavezető: Prof. Dr. Csillag Sára
Szabó Inez	„Közös cél, eltérő utak”-Generációs különbségek hatása a csapatmunkára, a közoktatásban és a vállalati szférában Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd, Faragóné Lepp Katalin

Bankó Bianka

BGE Menedzsment Kar

Nem maradnak örökre? - Filippínó és ukrán vendégmunkások a magyar munkaerőpiacon

Témavezető: Dr. habil. Tóth Arnold, Virág Imre

A vendégmunkások jelenléte Magyarországon az elmúlt években meghatározóvá vált. 2022 óta tartozik a harmadik országbeli munkavállalókkal való kapcsolattartás munkakörömhöz, ezért kutatásomat tapasztalataim és szakmai dilemmáim inspirálták. A mindennapi együttműködés során felmerült, a beilleszkedéshez, motivációhoz, munkaerő hosszú távú megtartásához kapcsolódó kérdések képezték dolgozatom alapját.

Dolgozatom célja, hogy feltárja a magyarországi filippínó és ukrán munkavállalók migrációs motivációit, az integráció megélését, valamint azt, mennyire terveznek hosszabb távra Magyarországon. A társadalmilag is érzékeny témát érintő kérdéskör megértése hozzájárulhat a munkahelyi mindennapok, a vállalati gyakorlat jobb alakításához.

A kutatás alapját egy 394 főt elérő kérdőíves felmérés képezi (235 filippínó és 159 ukrán munkavállaló). Ezt egészíti ki 15 HR szakterületen dolgozó szakemberrel készült félig strukturált interjú, valamint 116 magyar nyelvű, 2022-2025 között publikált sajtócikk tartalomelemzése. A triangulációs módszer alkalmazásával az egyéni munkavállalói tapasztalatok, a HR szakmai nézőpontok és a médiában megjelenő narratívák összevetése valósult meg.

A motiváció, a beilleszkedési tapasztalatok és a maradási szándék leíró statisztikával és korrelációs elemzésekkel került értékelésre, majd a HR interjúk kvantitatív és kvalitatív mintázataival vetettem össze a média narratíváinak változásával együtt. A kvantitatív elemzést Excel táblázatkezelő szoftver segítségével, az interjúk válaszait tematikus tartalomelemzéssel dolgoztam fel, így a szervezeti gyakorlatok is mélyebben kirajzolódtak. A médiaelemzés során saját kódkönyvet alkalmaztam. A vizsgált cikkek kulcsszavak alapján kerültek besorolásra pozitív-negatív-semleges kategóriákba, majd a narratíva alakulását idősorosan is tanulmányoztam.

Az eredmények szerint a munkavállalók döntéseit pénzügyi motivációk, a személyes fejlődés lehetősége és a szakmai tapasztalatszerzés is befolyásolja. A megtartás szempontjából nem kizárólag kulturális tényezők játszanak szerepet, hanem a mindennapi működés minősége, a stabil munkafeltételek, kiszámítható folyamatok biztosítják a hosszú távú elköteleződést.

Megállapítható, hogy bár a vendégmunkások munkaerőpiaci jelenléte indokolt, integrációjuk és megtartásuk nem automatikus folyamat. A sikeresség alapja a vállalati, társadalmi környezet befogadó képessége, amely meghatározza az együttműködés eredményességét és a hosszú távú stabilitást.

Bársony Anna

BGE Menedzsment Kar

A civil szervezetek munkavállalóinak motivációja Magyarországon

Témavezető: Dr. Csizmadia Péter

A civil szervezetek kulcsszerepet játszanak a társadalomban, hiszen hozzájárulnak a közösségi jóléthez, a társadalmi igazságossághoz és a fenntarthatósághoz. Ugyanakkor a szektorban gyakran jelentkezik erőforráshiány, amely versenyképtelen bérezést, juttatások hiányát és magas fluktuációt eredményez. Ezért a munkavállalók megtartása és elkötelezettségük növelése kiemelten fontos a szervezetek hosszú távú fenntarthatósága szempontjából.

Dolgozatom célja, hogy feltárja, milyen belső és külső tényezők ösztönzik a civil szférában tevékenykedő munkatársakat. A központi kutatási kérdés ennek megfelelően így fogalmazható meg: milyen tényezők motiválják a civil szervezeteknél dolgozó munkatársakat Magyarországon? A vizsgálat során több alkérdésre keresem a választ. Egyfelől arra, hogy milyen belső (például hivatástudat, önmegvalósítás) és külső (például fizetés, elismerés) motivációs tényezők jellemzik a munkatársakat. Másfelől arra, hogy milyen szerepet játszanak a pénzbeli juttatások, illetve, hogy a szervezetek küldetése és víziója miként befolyásolja az elköteleződést és a motivációt. Emellett fontos szempont, hogy a dolgozók motivációja milyen kapcsolatban áll munkavégzésük minőségével és hatékonyságával, valamint hogyan befolyásolja azt az egyéni élethelyzet és célrendszer. Végül a kutatás arra is választ keres, hogy a munkavállalók inkább belső, vagy inkább külső tényezők által irányított tevékenységként élik meg a civil szervezeti munkát.

Kvalitatív kutatómódszertant alkalmaztam; egyéni félig strukturált interjúkat készítettem, ami lehetővé tette témák és mintázatok azonosítását. A szervezetek kiválasztása során pedig rétegzett célzott mintavételi eljárást használtam, melynek köszönhetően feltérképezhettem, hogyan különböznek a belső motivációk a munkaviszony, a pozíció és a tapasztalat szerint. A módszer előnye, hogy az egyes csoportok összehasonlíthatók, így tematikus tartalomelemzéssel mintákat, összefüggéseket találtam az egyes csoportok motivációjában. Négy szervezetnél készítettem az interjúkat, melyek a civil szféra különböző területein tevékenykednek. A feltárt interjúk alapján a legfontosabb motiváló tényező a munka értelmének és társadalmi hasznosságának közvetlen megtapasztalása, amely sokakat a civil szektor felé vonz és tart meg; emellett kulcsfontosságúak a szakmai fejlődés lehetőségei, a rugalmasság és az autonómia, valamint a támogató, értékalapú szervezeti kultúra. Az élethelyzet jelentősen formálja a motivációt; például a pályakezdők és a karrierváltók gyakran az önmegvalósítást és gyors szakmai előrelépést keresik, míg a kisgyermekesek számára a rugalmasság és a home office döntő tényező, továbbá sokaknál a partner stabil bevétele teszi lehetővé a civil pályaválasztást.

Kiss Lilla

BGE Menedzsment Kar

**A „jó anya” és a „sikeres munkavállaló” között: társadalmi tényezők a munka-
magánélet egyensúlyában**

Témavezető: Prof. Dr. Király Gábor

Az elmúlt évtizedekben a társadalmat és a családokat egyaránt új kihívások elé állította a nők egyre nagyobb arányú megjelenése a munkaerőpiacon. A korai kutatások elsősorban a két életterület közötti ellentétekre és szerepkonfliktusokra hívták fel a figyelmet, míg az újabb tanulmányok azt hangsúlyozzák, hogy a munka és a család, mint egymást támogató tényezőként is megjelenhetnek. A kutatásom célja, hogy feltárjam hogyan élik meg a nők azt az elvárást, hogy egyszerre legyenek „jó anyák” és „sikeres munkavállalók”, valamint milyen stratégiákat alkalmaznak a szerepek összehangolására. Az aktuálisan rájuk nehezedő társadalmi elvárások hogyan hatnak az önbecsülésükre? A különböző élethelyzetek formálhatják azt, hogy miként küzdenek meg az anyukák a munka-magánélet egyensúlyával, és milyen dilemmákkal kell szembenézniük napjainkban. A tanulmányban 8 kisgyermeket nevelő édesanyát kérdeztem meg egy-egy interjú keretein belül a megéléseikről. A minta kialakításakor a hólabda módszer elvét követtem, annak érdekében, hogy a kutatásban a lehető legtöbbféle élethelyzet, iparág és munkakör megjelenjen. A korábbi kutatásokkal összevetve a kapott eredmény az, hogy a nők nehezen élik meg az anyai és a munkavállalói szerep összehangolását a mindennapokban. Erősen érzékelhetők a társadalmi elvárások a közösségi médián és az anyukák közvetlen környezetében, ellenben igyekeznek ezeket figyelmen kívül hagyni, amennyire lehetséges. A megkérdezett anyukák úgy nyilatkoztak, hogy elengedhetetlen a megfelelő családi háttértámogatás (férj, nagyszülők) és a rugalmas hozzáállású munkahely megléte a szerepek összehangolásához.

Nagy Dóra

BGE Menedzsment Kar

Kettős hátrányban – Ageizmus és interszekcionalitás a banki szférában

Témavezető: Prof. Dr. Csillag Sára

Dolgozatomban a 45–50 év feletti nők munkaerőpiaci helyzetét vizsgálom a magyar bankszektorban, különös tekintettel az életkoron alapuló előítéletekre (ageizmus) és az interszekcionalitásra, azaz az életkor és a nem együttes hatására. Kutatási kérdésem arra vonatkozik, hogy milyen sztereotípiák és előfeltevések befolyásolják a 45–50 év feletti nők megítélését és lehetőségeit a bankszektorban?

A téma aktualitását az öregedő társadalom és a munkaerőpiac átalakulása adja. Amíg a fiatal generációk integrációja kiemelt figyelmet kap, addig az idősebb nők szinte láthatatlanná válnak a munkaerőpiacon. Annak ellenére, hogy a nők aránya a bankszektorban magas, a vezetői pozíciókban továbbra is kevés nő jut el. Dolgozatomban részletesen bemutatom az idősödő női munkavállalók helyzetét a munkaerőpiacon, azon belül a bankszektorban. Az elméleti rész első felében Magyarország demográfiai folyamatait, a várható élettartam és a foglalkoztatási trendek alakulását vizsgálom. A téma feldolgozása során kiemelt figyelmet kap az életkor szerinti diszkrimináció, vagyis az ageizmus jelensége, amelynek különböző dimenzióit és mérési folyamatait fogom bemutatni. Emellett sor kerül az interszekcionalitással kapcsolatos elméletek majd a munkavilágában gyakran előforduló sztereotípiák bemutatására, amelyek jelentős mértékben befolyásolják a 45 év feletti nők esélyeit és megítélését a munkavilágában. A dolgozat empirikus része kvalitatív kutatáson alapszik: félig strukturált interjúkat készítettem. Az interjúk során az általános kérdések mellett állításokat olvastam fel a résztvevőknek, és arra kértem őket, hogy értékeljék, mennyire értenek egyet az adott kijelentéssel. Emellett két rövid, valóság-hű esettanulmányt (vinyettát) is bemutattam az interjúalanyoknak, amelyek segítségével a résztvevők saját tapasztalataik és véleményük alapján reagálhattak a felvetett helyzetekre.

A kutatásom célja, hogy feltárjam azokat a tényezőket, amelyek a 45–50 év feletti nők karrierlehetőségeit korlátozzák. Bízom abban, hogy a dolgozatom eredményei hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a tapasztalat és a tudás valódi értéként jelenjen meg a szervezeti kultúrában.

Nagy Laura Liliána

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

**A Z generáció nem akar dolgozni – vagy csak máshogy? -
előítéletek vs. új munkakultúra**

Témavezetők: Dr. Czeglédi Csilla és Dr. Gáspár Tamás

A Z generáció egyre nagyobb arányban jelenik meg a munkaerőpiacon. Megjelenésük új szemléletet, elvárásokat és munkastílust hoz a szervezetek életébe. A generációk közötti különbségek, valamint a Z generációval szembeni előítéletek és sztereotípiák napjainkban kiemelt jelentőséggel bírnak, hiszen hatással vannak a munkahelyi együttműködésre, a szervezeti kultúrára és a fiatal munkavállalók sikeres integrációjára.

Kutatásom központi kérdése, hogy milyen előítéletek és sztereotípiák élnek a Z generációval szemben a munkahelyeken és ezek mennyiben alapulnak valódi tapasztalatokon. Vizsgálom, hogyan látják a Z generáció tagjai saját szerepüket, értékeiket és megítélésüket a munkahelyi környezetben, illetve milyen tényezők befolyásolják az önképük és a róluk alkotott külső vélemények alakulását? Elemzem továbbá, hogy az X, Y és Z generációk között milyen különbségek figyelhetők meg a munkahelyi attitűdökben, munkához való hozzáállásban és egymásról alkotott véleményükben.

A kutatás során szekunder és primer módszereket alkalmaztam. Szekunder kutatásként magyar és nemzetközi szakirodalmakat, valamint internetes cikkeket elemeztem. Primer kutatásként kvantitatív és kvalitatív módszereket ötvöztem: online kérdőíves felmérést készítettem, amelyben a válaszadókat három csoportba soroltam - Z generációs munkavállalók, kollégáik, vezetőik - így mindhárom nézőpontból vizsgálhattam a munkahelyi tapasztalatokat. A kvalitatív kutatás keretében egyéni interjút készítettem egy német multinacionális vállalat középvezetőjével, aki tíz éve dolgozik együtt Z generációs kollégákkal. Emellett fókuszcsoportos interjút készítettem Z generációs munkavállalókkal, hogy mélyebben megismerjem az ő munkahelyi tapasztalataikat és nézőpontjukat.

Az eredmények alapján a generációk közötti együttműködés sok esetben zökkenőmentes, ugyanakkor a Z generációval szembeni előítéletek - például a lustaság, technológiafüggőség, túlzott elvárások - széles körben elterjedtek. A kutatás rámutatott, hogy minél gyakoribb az együttműködés a Z generációval, annál nagyobb eséllyel változik pozitív irányba a velük kapcsolatos vélemény. A Z generáció számára kiemelten fontos a munka-magánélet egyensúlya, a szakmai fejlődés és a rugalmas munkavégzés, míg a lojalitás és a hosszú távú elköteleződés kevésbé hangsúlyos. Összességében kutatásom eredményei hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a szervezetek tudatosabban kezeljék a generációk közötti különbségeket, elősegítsék a Z generáció sikeres integrációját és támogassák egy nyitottabb, elfogadóbb munkahelyi kultúra kialakítását.

Pechinger Vivien Julianna

BGE Menedzsment Kar

**Anyaság és munkaerőpiac: Munkáltatói attitűdök és szervezeti kultúra
Magyarországon és Hollandiában**

Témavezető: Prof. Dr. Csillag Sára

A kisgyermekes anyák munkaerőpiaci reintegrációja kulcsfontosságú a nemek közötti egyenlőség és gazdasági versenyképesség szempontjából. A TDK dolgozat Magyarország és Hollandia eltérő kontextusait hasonlítja össze, vizsgálva a társadalmi normák, munkáltatói attitűdök, intézményi keretek és közösségi média narratívái hatását a munkába való visszatérésre. Újszerűsége a „momfluencerek” szerepének elemzése az anyasági identitás formálásában. Három fő kérdésre fókuszál: (1) munkáltatói attitűdök országok közötti különbségei; (2) nemzeti kultúra és szervezeti struktúra befolyása; (3) jogi-institucionális környezet szerepe. Előfeltevések szerint a holland anyák hamarabb térnek vissza támogatóbb intézmények miatt, míg a magyar narratívák büntudatot, a hollandok támogatást hangsúlyoznak. Az elméleti keret Hofstede, Schwartz és Nussbaum modelljein alapul.

A kutatás vegyes módszertant alkalmaz: kvantitatív kérdőíves felmérést (N=135 magyar anya, HU: n=85, NL: n=50; leíró statisztikák, t-tesztek, χ^2 -tesztek Excelben) és kvalitatív netnográfiai elemzést (50+ közösségi média-poszt és komment; tematikus kódolás). A minta toborzása csoportokon keresztül zajlott, etikailag anonimizálva.

Az eredmények igazolják a feltevéseket: a holland anyák átlagosan 9,7 hónappal térnek vissza a munkába a magyarok 26,5 hónapjához képest ($t=5,46$, $p<0,001$), amit a magasabb bölcsődei lefedettség (78,9% vs. 16,5%) és részmunkaidő-elterjedtség (69,5% vs. 4,2%) magyaráz. Magyarországon gyakoribb a diszkrimináció (45% vs. 5%; $\chi^2=7,89$, $p=0,005$), a narratívák büntudatot erősítenek (55%), míg Hollandiában megoldásorientáltak (60%). A társadalmi támogatottság magasabb Hollandiában ($M=3,65$ vs. $2,61$; $t=5,57$, $p<0,001$).

A következtetés szerint Magyarországon a reintegráció javításához bölcsődei bővítés, rugalmas munkavégzés ösztönzése és diszkriminációellenes tréningek szükségesek, kiegészítve közösségi média kampányokkal. Korlátok: kis minta; jövőbeli irány: longitudinális vizsgálatok. A kutatás hozzájárul a családbarát politikák fejlesztéséhez.

Szabó Inez

BGE Menedzsment Kar

„Közös cél, eltérő utak” - Generációs különbségek hatása a csapatmunkára, a közoktatásban és a vállalati szférában

Témavezetők: Dr. Hegedűs Szilárd és Faragóné Lepp Katalin

A kutatás célja a különböző generációk közötti együttműködés és a csapatmunka hatékonyságának vizsgálata. Két eltérő szervezeti környezetben valósult meg a vizsgálat, a közoktatásban és a vállalati szférában. A dolgozat központi kérdése, hogy a generációs különbségek milyen módon befolyásolják a csapatmunkát, illetve eltérően jelennek-e meg az iskolai és a vállalati munkahelyi struktúrákban.

A vizsgálat két hipotézisre épült: a fiatalabb generációk (Y és Z) alacsonyabbnak ítélik meg a csapatmunka hatékonyságát, mint az idősebb generációk (X és Baby Boomer); a vállalati környezetben nagyobb hangsúlyt kapnak a generációs különbségek a mindennapi munkavégzés során, mint a közoktatásban.

A kutatás kvantitatív módszertannal, kérdőíves adatgyűjtéssel valósult meg. A mintavétel kvótás eljárással történt, két szektorból, magyar nagyvállalatokból és közoktatási intézményekből. Az adatgyűjtés eszköze egy Likert-skálás kérdéseket tartalmazó kérdőív volt, amely a konfliktusokra, együttműködésre, értékkülönbségekre, intergenerációs viszonyokra, technológiai attitűdökre és érzelmi megélmésmódokra irányult.

Az adatok elemzése statisztikai módszerekkel és vizualizációs eszközökkel (táblázatok, diagramok) történt. A kutatás azt is kimutatta, hogy míg a közoktatásban jellemzően pozitívabb a fiatalabb generációkhoz való hozzáállás és nagyobb a kölcsönös támogatás. Mindezzel szemben a vállalati szférában a versengés és a teljesítményorientáltság sok esetben háttérbe szorítja az együttműködést, fokozva a generációs feszültségeket. A vizsgálat rámutatott arra, hogy a munkahelyi együttműködés sikerességét nem csupán az életkori különbségek, hanem a generációk eltérő értékrendje, kommunikációs stílusa és technológiai hozzáállása is befolyásolja.

A vizsgálat megerősítette a generációs diverzitás jelentőségét a szervezeti kultúra és a csapatmunka hatékonysága szempontjából. A kutatás eredményei hozzájárulhatnak olyan HR-stratégiák kialakításához, amelyek elősegítik a különböző generációk közötti megértést, együttműködést és a harmonikus munkahelyi légkör megteremtését. A tapasztalatok rámutatnak arra is, hogy a közoktatási és a vállalati szféra eltérő működési logikája értékes tanulságokat kínálhat. A közoktatás inkluzívabb, támogatóbb megközelítése, illetve a vállalati környezet strukturáltabb, teljesítményorientált szemlélete egyaránt hozzájárulhat a generációk közötti harmonikusabb együttműködéshez és a csapatmunka hatékonyságának növeléséhez.

9. Stratégiai menedzsment és vezetés a 21. században szekció

Szekcióelnök: Prof. Dr. Csillag Sára

Tagok: Dr. habil. Kovács Judit Erzsébet és Dr. Tölgyessy Péterné Dr. habil. Sass Magdolna

Szerzők:

Csapkovics Laura Cintia	Kockázatkezelés szerepe a projektek sikerében Témavezető: Dr. Szabó Károly
Domonyi Bernadett	A légi és a tengeri fuvarozás hatékonyságának és kihívásainak a vizsgálata nemzetközi szállítmányozó vállalatok példáin keresztül Témavezető: Dr. habil. Kozma Tímea
Molnár Petra	The effects of lean management and digitalization on corporate processes Témavezető: Szabóné Dr. Erdélyi Éva
Petrovai Kevin	A Mesterséges Intelligencia használata a bank szektor külső és belső környezetében Témavezető: Dr. Szabó Károly
Seben Dominik	A választás előtt: tanácsadással vagy nélküle? Témavezető: Dr. Pecze Krisztina
Varga Anna	Mennyire elfogadott döntési eszköz a magyar HR vezetők körében az intuíció, és milyen tényezők befolyásolják ennek használatát? Témavezető: Dr. Bácsi Katalin

Csapkovics Laura Cintia

BGE Menedzsment Kar

Kockázatkezelés szerepe a projektek sikerében

Témavezető: Dr. Szabó Károly

A magyar és a nemzetközi szakirodalom is régóta foglalkozik a projektek hatékony, célravezető menedzselésével. Számos kutatás, írás született arról, hogy milyen módszertanokat, és azoknak milyen kombinációját érdemes használni siker elérése érdekében. Sokan leginkább már az agilis, flexibilisebb megoldásokat preferálják a változó környezethez való könnyebb igazodás érdekében. Kutatásom során többek között arra is kerestem a választ, hogy a projekt felelősök, projektekben résztvevő személyek, miként vélekednek a kockázatkezelésről és milyen hatásait látják a sikeres projekt zárásra. Emellett kíváncsi voltam a szoftveres és analóg megoldások együttes alkalmazásának hatására is a kockázatkezelésben. Interjú és kérdőíves felméréseim eredményei alapján elmondható, hogy a folyamatos kockázatkezelés valóban hatékonynak mutatkozik, azonban a szoftveres megoldások, elképzeléseimmel ellentétben, nincsenek akkora hatással a kockázatkezelés hatékonyságára.

Domonyi Bernadett

BGE Menedzsment Kar

**A légi és a tengeri fuvarozás hatékonyságának és kihívásainak a vizsgálata
nemzetközi szállítványozó vállalatok példáin keresztül**

Témavezető: Dr. habil. Kozma Tímea

A dolgozat a légi és tengeri szállítványozás sajátosságait elemzi a dinamikus változó globális gazdasági környezet tükrében, különös figyelmet fordítva a költségekre, a szállítási időre, a megbízhatóságra és a rugalmasságra, mint kulcsfontosságú paraméterekre. A téma aktualitását olyan globális események indokolják, mint a COVID-19 világjárvány, az orosz–ukrán háború, valamint a Közel-Kelet térségében felmerülő tengeri hajózási kockázatok. Ezek a faktorok érdemben befolyásolták az ellátási láncok működését és a vállalatok fuvarozási döntéshozatali mechanizmusait. A kutatás elsődleges célja annak feltárása, hogy a vállalatok milyen kritériumok alapján választanak a légi és tengeri szállítási módok között, és miként alkalmazkodnak a fokozódó bizonytalanság jellemezte működési feltételekhez.

A dolgozat módszertana kvalitatív megközelítésen alapul, amelynek keretében egy empirikus vizsgálat készült. Ennek során öt, nemzetközi szállítványozással foglalkozó vállalat szakembereivel folytatott félig strukturált mélyinterjúk kerültek elemzésre. Ez a módszertan lehetővé tette a gyakorlati tapasztalatok, a döntési szempontok, a kockázatkezelési stratégiák és az ügyféloldali elvárások mélyreható megismerését. A kutatás különös hangsúlyt fektetett arra, hogy feltárja, hogyan alakultak át a szállítványozási folyamatok a külső gazdasági és geopolitikai hatások következtében.

Az empirikus vizsgálat eredményei alapján megállapítható, hogy a légi szállítás legfőbb előnye a gyorsaság és a megbízhatóság, azonban ehhez jelentős költségtöbblet társul, amely különösen válságidőszakokban exponenciálisan megnövekedett. Ezzel szemben a tengeri szállítás költséghatékonyabb alternatívát kínál, ám fokozottan érzékeny a kikötői torlódásokra, a konténerhiányra és a menetrendi bizonytalanságokra. A COVID-19 pandémia időszaka a légi kapacitások drasztikus visszaesését és a tengeri fuvardíjak többszörös emelkedését eredményezte, míg az orosz–ukrán konfliktus a transzkontinentális vasúti útvonalak kiesésével, valamint alternatív, jellemzően lassabb vagy költségesebb szállítási megoldások keresésével járt. A kutatás rámutat arra is, hogy a vállalatok számára a rugalmas alkalmazkodás képessége, a transzparens ügyfélkommunikáció és az útvonal-diverzifikáció váltak a legfontosabb stratégiai válaszokká a globális kihívásokra.

A dolgozat összegzéseként megállapítható, hogy a fuvarozási mód megválasztását napjainkban már nem kizárólag a költség vagy a szállítási idő szempontjai határozzák meg. Egyre hangsúlyosabbá válnak a kockázatmenedzsment, a megbízhatóság és az ellátási lánc stabilitásának szempontjai is. A globális bizonytalanság fokozódása következtében a szállítványozási szektor szereplői számára a jövőben a rugalmasság, a stratégiai együttműködések és az előre tervezés képezik a legfontosabb versenyelőnyt.

Molnár Petra

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

The effects of lean management and digitalization on corporate processes

Témavezető: Szabóné Dr. Erdélyi Éva

The transformation of a product from raw materials into a finished good available to consumers involves a complex, carefully coordinated process. Companies often encounter inefficiencies in their processes, which the lean manufacturing approach aims to address by eliminating waste and streamlining workflow. This study aims to discover how lean philosophy translates to real-life situations. This case study focuses on the practical application of lean principles and digitalization in the production of a pharmaceutical company. First, multiple efficiency tools and existing studies were reviewed to understand how the philosophy translates to reality. Next, an in-depth interview was conducted with the Continuous Improvement Manager, and a project is introduced which aims to improve the process efficiency and production flow of the case study.

A case that could occur in other companies as well is analysed, which began when the production team faced an inevitable breakdown due to accumulated existing work. To clarify the prioritization of tasks, they implemented a digital Kanban system, which streamlined the workflow. Priority numbers were assigned to batches based on expiry date, product value, profit margin and market size, thereby „ranking“ batches based on urgency and value. While the project did not yield strong qualitative results, significant qualitative improvements were observed. During the test phase, a small number of employees were involved, however, the rest of the production team voluntarily joined in the use of the system, reflecting on its practicality and near instant acceptance. Eventually, the backlog was also reduced.

The study focuses on the reception of this new system. To assess employee attitudes and experiences, structured interviews were conducted with production workers, focusing on their understanding of the system, its effects on workflow, communication, and overall employee satisfaction. A structured observation was made when visiting the factory, and an in-depth interview was carried out with the lean manager. This study demonstrates that lean tools, when properly implemented, can bring measurable benefits for companies, and besides that both the management team and the employees could achieve a higher level of satisfaction. Future improvements may include a further refinement of the system by integrating the workers' expertise into task prioritization.

Petrovai Kevin

BGE Menedzsment Kar

A Mesterséges Intelligencia használata a bankszektor külső és belső környezetében

Témavezető: Dr. Szabó Károly

A dolgozat a mesterséges intelligencia (MI) banki szektorban betöltött szerepét és hatásait vizsgálja, különös tekintettel annak külső és belső környezeti vonatkozásaira. A kutatás célja, hogy átfogó képet adjon az MI alkalmazási lehetőségeiről a kereskedelmi bankok működésében, a hatékonyság-, versenyképesség- és ügyfélélmény-növelés szempontjából. A dolgozatban két fő kutatási kérdést fogalmaztam meg, amelyekre keresem a választ:

- Milyen hatással van a mesterséges intelligencia alkalmazása a bankszektor belső működésére és az ügyfélélmény alakulására?
- Hogyan befolyásolja a mesterséges intelligencia a bankszektor hosszú távú versenyképességét és a fogyasztói bizalmat?

A dolgozat bemutatja az MI technológiai alapjait, történeti fejlődését és integrációját a pénzügyi szektorban. Empirikus kutatás keretében elemzi az ügyintézők és ügyfelek attitűdjeit, tapasztalatait, valamint az MI nyújtotta előnyöket és kockázatokat. Az eredmények rámutatnak, hogy a mesterséges intelligencia nem pusztán technológiai újítás, hanem stratégiai eszköz, amely hozzájárul a digitalizáció elmélyítéséhez, a kockázatkezelés fejlesztéséhez és a fenntartható banki működéshez. A dolgozat végül javaslatokat fogalmaz meg az MI-bankolás jövőbeli fejlesztési irányaira.

Seben Dominik

BGE Menedzsment Kar

A választás előtt: tanácsadással vagy nélküle?

Témavezető: Dr. Pecze Krisztina

A dolgozat a magyarországi kis- és középvállalkozások (továbbiakban: KKV) azon körére fókuszál, amelyek mindennapi működésében meghatározó szerepet tölthetne be a pénzügyi, adó- és számviteli tanácsadói támogatás. E vállalatok jellemzően olyan szervezetek, amelyek tevékenységük összetettsége által rendszeresen szembesülnek stratégiai és adminisztratív döntési kihívásokkal, így a tanácsadói szolgáltatások igénybevétele közvetlenül hozzájárulhatna működésük hatékonyságához és pénzügyi stabilitásához. A vizsgálat kiterjed azokra a vállalkozásokra, amelyek nem élnek aktívan e szolgáltatásokkal annak ellenére, hogy megfelelnek a fentiekben leírtaknak.

A tanulmány fókuszában az említett csoportba tartozó vállalkozások pénzügyi, adó- és számviteli tanácsadói szolgáltatások iránti keresletének vizsgálata áll. A kutatás célja annak feltárása, hogy milyen tényezők gátolhatják a tanácsadói szolgáltatások igénybevételét, mi húzódik meg a tanácsadók iránti vélhető bizalmatlanság hátterében, illetve milyen megoldások járulhatnak hozzá a tanácsadói szerep megerősítéséhez a hazai gazdasági környezetben.

A kutatás során alkalmazott kvalitatív módszerek a szakirodalmi áttekintésre épülnek, félig strukturált interjúkat és kvantitatív kérdőíves vizsgálatot foglalnak magukban. A mélyebb megértés érdekében a vizsgálat egy esettanulmány elemzéssel is kiegészül, amely hozzájárulhat az eredmények árnyaltabb és tágabb kontextusban történő értelmezéséhez. A kutatás során a kvalitatív módszerek alkalmazását indokolja, hogy ezek lehetővé teszik a vizsgált jelenségek mélyebb, kontextuális feltárását. A félig strukturált interjúk alkalmasak arra, hogy a résztvevők tapasztalataik és nézőpontjaik alapján árnyalt képet rajzoljanak a témáról, míg a kérdőíves vizsgálat kiegészítő jelleggel segíti az általános mintázatok azonosítását. Az esettanulmány bevonása indokolt, mert lehetőséget teremt a gyakorlatban megfigyelhető folyamat részletes bemutatására, ezzel a kutatási eredmények összefüggéseinek mélyebb megértését és értelmezését.

Az elemzés célja rávilágítani a gazdasági környezet bizonytalanságainak, a bizalomhiány kialakulásának, valamint a szervezeti és vezetői tényezőknek a tanácsadói kapcsolatokban betöltött szerepére.

A kutatás célja annak feltárása, hogy a jelenlegi gazdasági környezetben milyen tényezők járulhatnak hozzá a tanácsadói szektor hitelességének, szakmai értékének és megbecsülésének erősítéséhez, valamint hogyan alakíthatók ki a vállalkozások és a tanácsadók között hosszú távon fenntartható, bizalmon alapuló együttműködések. Az elemzés intenciója, hogy gyakorlati iránymutatásként is szolgáljon a gazdasági szereplők és döntéshozók számára, elősegítve a bizalomépítést, a partnerségi szemlélet erősítését és a tanácsadói szolgáltatások hatékonyabb beépülését a hazai KKV-szektor működésébe.

Varga Anna

BGE Menedzsment Kar

Mennyire elfogadott döntési eszköz a magyar HR vezetők körében az intuíció, és milyen tényezők befolyásolják ennek használatát?

Témavezető: Dr. Bácsi Katalin

A kutatás központi kérdése, hogy mennyire elfogadott és milyen formában jelenik meg az intuíció a HR-döntéshozatalban egy magyar vállalat közép- és felsővezetői körében. A dolgozat célja annak feltárása, hogyan illeszkedik az intuíció a szervezet racionalitásra épülő döntéshozatali kultúrájába, és milyen tényezők segítik vagy gátolják annak tudatos alkalmazását.

A vizsgálat kvalitatív módszertanra épül: öt HR-vezetővel készültek félig strukturált interjúk, akik ugyanazon szervezetben dolgoznak, de eltérő vezetői felelősségi szinteken. Ez a megközelítés lehetővé teszi, hogy az intuíció használatát ne általános elméleti síkon, hanem egy konkrét szervezeti valóságban értelmezzem. Az interjúk tematikus elemzése során visszatérő mintázatok rajzolódnak ki az intuíció megítélésével, szerepével és határaival kapcsolatban.

Az eredmények azt mutatják, hogy az intuíció a döntéshozatal rejtett, de állandó eleme. A HR-vezetők többsége nem „megérezésként”, hanem tapasztalati tudásként, gyors helyzetfelismerésként beszél róla. Az intuíció elsősorban humán fókuszú helyzetekben – például kiválasztás, fejlesztés, konfliktuskezelés során – válik aktívvá, míg a szervezeti racionalitás diskurzusa miatt a vezetők gyakran adatokkal támasztják alá az eredetileg intuitív döntéseiket.

A kutatás feltárja az intuíció kettős megítélését is: miközben a vezetők elismerik, hogy a megérezések sokszor pontos irányt mutatnak, a formális döntési kultúra elvárja a racionalizálást. Ez a kettősség jól illeszkedik a nemzetközi szakirodalomban is leírt „racionális látszat” jelenségéhez, amely szerint a vezetők gyakran utólag adnak logikus magyarázatot intuitív döntéseikre.

A kutatás rávilágít arra, hogy az intuíció nem a ráció ellentéte, hanem annak tapasztalati kiegészítése. A válaszadók szerint az intuíció megbízhatósága a szakmai tapasztalattal és az önreflexióval együtt fejlődik, így a döntéshozatalban tanulható kompetenciaként értelmezhető.

Az eredmények alapján az intuíció a vezetői érettség egyik mutatója: olyan kognitív eszköz, amely a bizonytalan, emberi tényezőkkel átszótt helyzetekben segít döntést hozni akkor is, amikor az adatok már nem elégségesek. A HR-vezetők számára az intuíció tudatosítása és fejlesztése a jövőben kulcsszerepet játszhat abban, hogy a döntéseik egyszerre legyenek hatékonyak, emberközpontúak és hitelesek.

10. Vállalatgazdaságtan és üzleti folyamatok szekció

Szekcióelnök: Dr. Pecze Krisztina

Tagok: Dr. Kóris Rita és Dr. habil. Reicher Regina Zsuzsánna

Szerzők:

Czene Csilla	A Lean menedzsment hozzájárulása az ESG teljesítményhez az orvostechnikai javítási folyamatokban Témavezető: Dr. habil. Kozma Tímea
Fehér Dorottya	A KKV-k hitelhez jutásának kihívásai és a fintech szektor hatása a magyar hitelpiacra Témavezető: Dr. Szabó Károly
Rigler Dominika	Szervezeti cél- és értékrendszer, ahogyan a munkavállalók látják Témavezető: Dr. Vágány Judit Bernadett
Risz Domonkos	A magyar bor versenyképessége az európai piacon a Kiegyezéstől a Monarchia bukásáig (1867-1918) Témavezető: Dr. Engelberth István
Varga Anna Zsófia	Mesterséges intelligencia az ellátási lánc menedzsmentben Témavezető: Dr. habil. Kozma Tímea
Vasas Krisztián Gábor	A WMS rendszerek fejlesztésének szerepe a raktári automatizálásban Témavezető: Dr. habil. Kozma Tímea

Czene Csilla

BGE Menedzsment Kar

A Lean menedzsment hozzájárulása az ESG teljesítményhez az orvostechnikai javítási folyamatokban

Témavezető: Dr. habil. Kozma Tímea

A kutatás a Lean menedzsment és az ESG (Environmental, Social, Governance) összekapcsolódását vizsgálja az orvostechnikai javítási folyamatokban, a GE HealthCare gázkeverő egységeinek esettanulmányán keresztül. Az egészségügyi szektorban a berendezések megbízható működése alapvető a betegbiztonság és az ellátás folyamatossága szempontjából, ugyanakkor a kis volumenű, magas szabályozottságú javítási környezetet hosszú átfutások, magas költségek és jelentős környezeti terhelés jellemzik. A Lean alapelvek (vesztéscsökkentés, standardizálás, értékáram-fókusz) ígéretesek, de alkalmazásuk az ISO 13485:2016 és az EU MDR 2017/745 keretei között különösen összetett.

A cél annak feltárása volt, hogyan erősíthetik a Lean eszközök az ESG három pillérét. A módszertan vegyes megközelítésű esettanulmány volt: dokumentumelemzés, helyszíni megfigyelés, interjúk és kvantitatív adatok integrált vizsgálata. A 800 elemzett javításból 320 esetben vezettek be célzott fejlesztéseket, például kanban-alapú kitálcázást és scrap-dokumentációt.

Az eredmények szerint a Lean beavatkozások csökkentették a ciklusidőt, a selejtarányt és a csomagolási hulladékot, javították a dokumentáció átláthatóságát, valamint erősítették a dolgozói biztonságot és tudásmegosztást. Kimutathatóvá vált, hogy az ESG-indikátorok javulása közvetlenül hozzájárul a költség- és időhatékonysághoz is.

A dolgozat elméleti hozzájárulása, hogy pótolja a Lean-ESG integráció eddig alulkutatott dimenzióját a javítási és karbantartási folyamatokban. Gyakorlati szempontból bizonyítja, hogy a Lean módszerek – a körforgásos gazdaság logikájába illesztve – képesek egyszerre támogatni a fenntarthatóságot, a megfelelést és a versenyképességet. Az eredmények más orvostechnikai javításokra is adaptálhatók, és további vizsgálatok alapját képezhetik.

Fehér Dorottya

BGE Menedzsment Kar

A KKV-k hitelhez jutásának kihívásai és a fintech szektor hatása a magyar hitelpiacra

Témavezető: Dr. Szabó Károly

A témám egyik fő kérdése a KKV-k helyzete Magyarországon, középpontjában a hitelfelvétel és bármely finanszírozási formák használata. Mivel rengeteg vállalkozás van mindenféle szegmensben és ezek a cégek rengeteg embert alkalmaznak, így a KKV-k anyagi biztonsága több szempontból is nagyon fontos a gazdaságban.

A főbb kérdése a kutatásnak az, hogy a fintech szektor mennyire nyerhetne teret a magyar hitelpiacon, és erre nyitottak lennének-e a vállalkozók a vállalkozásuk korai vagy már érett szakaszában. Emellett nem elhanyagolható az sem, hogy törvényileg mennyire valósulhatna ez meg, de a kutatásomban erre is kitérek.

A kutatásomban kvalitatív és kvantitatív módszert is alkalmaztam. Tíz interjút készítettem mikrovállalkozások és középállalkozások ügyvezetőivel. Félig strukturált interjúkat készítettem, amelyek célja az volt, hogy mélyebb, gyakorlati tapasztalatokon alapuló válaszokat kapjak a témában. Ezenfelül kvantitatív kérdőíves kutatást is végeztem, hogy számszerűsíthető adatokat gyűjtsék a hagyományos hitel felvételi folyamatokról és fintech szolgáltatások elterjedtségéről, megítéléséről, hatásáról a hazai hitelpiacon. Három releváns célcsoportom volt, a KKV-k, valamint a banki szektor dolgozói és a lakossági ügyfelek, így többoldalú perspektívát mutathatok be.

Hipotéziseimre válaszként azt az eredményt kaptam, hogy a mikrovállalkozásoknak a vállalkozás korai szakaszában az átlagosnál is nehezebb hitelhez jutnia. Összességében elmondható, hogy a vállalkozások korai szakaszában halmozottan nehezebb a hitelígényles folyamatok. A másik hipotézisem kapcsán kutatásom alapján azt az eredményt kaptam, hogy a fintech digitalizált pénzügyi szolgáltatásoknak, bár egészen dinamikus fejlődnek Magyarországon, a hitelpiacon mégsem tűnik úgy, hogy meghatározó szerepe lenne belátható időn belül. A fogyasztók és a vállalkozók nagy része továbbra is a klasszikus banki szolgáltatásokhoz alkalmazkodik, főként a bizalom, a kockázatkerülés és a megszokás miatt. A fintech esetében sokszor hiányzik az elfogadott informáltság és szabályozási stabilitás, amely a tágabb körű elterjedéshez lenne szükséges.

Rigler Dominika

Szervezeti cél- és értékrendszer, hogyan a munkavállalók látják

Témavezető: Dr. Vágány Judit Bernadett

Risz Domonkos

BGE Menedzsment Kar

A magyar bor versenyképessége az európai piacon a Kiegyezéstől a Monarchia bukásáig (1867-1918)

Témavezető: Dr. Engelberth István

A tanulmány a magyar borpiac és borkereskedelem nemzetközi versenyképességének alakulását vizsgálja a Kiegyezéstől (1867) az Osztrák–Magyar Monarchia bukásáig (1918). A kutatásom központi kérdése, hogy a magyar bor milyen tényezők hatására veszített korábban kivívott piaci pozíciójából a nagy európai bortermelő államokkal (Franciaország, Olaszország, Németország) szemben, és vajon milyen történelmi, gazdasági vagy társadalmi alternatívák állhattak volna rendelkezésre e visszaesés mérséklésére. Ezek az államok fenyegetést, kihívást jelentettek Magyarország export lehetőségeire a piacon, mivel hasonlóan jó minőséget tudtak szolgáltatni. A dolgozat röviden áttekinti a magyar borászat történelmi előzményeit, kiemelve annak kulturális és gazdasági gyökereit, majd a 19–20. század fordulójának kihívásaira fókuszál: filoxéra, kereskedelempolitika, világháborús gazdasági válság. A vizsgálat történeti-gazdaságtörténeti módszertanon alapul, amely során korabeli statisztikai évkönyvek, a Magyar Nemzeti Levéltár dokumentumai, borászati szaklapok (pl. Borászati Lapok) és közgazdasági értesítők szolgáltak elsődleges forrásként. A jogi és kereskedelempolitikai vonatkozásokat vonatkozó törvénycikkek (pl. 1878. évi XX. tc., 1906. évi VII. tc.) elemzésével kiegészítve értékeltem a borpiac szabályozási környezetét. A szakirodalmi feldolgozás gazdaságtörténeti monográfiákon (pl. Tomka, Romsics, Ungváry, Hanák, Katus) alapult. Az elemzés arra a következtetésre jut, hogy a magyar bor az Osztrák–Magyar Monarchia idején képes volt erőteljes nemzetközi pozíciókat kiépíteni – különösen Tokaj, Villány, Sopron és a Balaton-felvidék révén –, ám ez a versenyképesség megingott majd fokozatosan csökkent. A filoxéravész komoly szerkezeti váltást kényszerített ki, a háborús gazdaság, a piacok elvesztése és az infláció, valamint a szakképzett munkaerő hiánya pedig súlyosan rontották az exportképességet. A dolgozat ugyanakkor rámutat arra is, hogy a dualizmus kori gazdasági konjunktúra idején a megfelelő szabályozási környezet és külpiaci jelenlét alapján a magyar bor hosszú ideig a nemzetgazdaság egyik húzóágazata volt.

Varga Anna Zsófia

BGE Menedzsment Kar

Mesterséges intelligencia az ellátási lánc menedzsmentben

Témavezető: Dr. habil. Kozma Tímea

Dolgozatom központi témája a mesterséges intelligencia szerepének vizsgálata az ellátási lánc menedzsmentben. A dolgozatom során ki szeretnék térni a mesterséges intelligencia hatékonyságnövelő, automatizációt támogató és fenntarthatóságot elősegítő hatásaira. A kutatás célja annak feltárása volt, hogy a mesterséges intelligencia miként járulhat hozzá az ellátási lánc hatékonyságának növeléséhez és a fenntarthatósági célok megvalósításához, valamint milyen mértékben segíti elő a vállalatok versenyképességének növelését. A kutatás aktualitását a digitalizációs, és a mesterséges intelligencia térnyerése, valamint a logisztikai folyamatok gyors technológiai fejlődése adja, hiszen a mesterséges intelligencia az üzleti folyamatok átalakulásának egyik legjelentősebb tényezője, amely alapvetően alakítja a vállalatok működését, döntéshozatali mechanizmusait és versenyképességét.

A vizsgálat kiterjedt a mesterséges intelligencia technológiai bevezetésének szervezeti, gazdasági és etikai vonatkozásaira is. A kutatásom kvalitatív módszertanon alapult, mivel a cél a folyamatok mélyebb, összefüggéseiben történő megértése volt. Félig strukturált interjúkat készítettem logisztikai vezetőkkel és szakemberekkel, elsősorban az OMV Hungária Kft. és egy fulfillment logisztikai vállalat képviselőjével. Az interjúkban hallottakat szekunder kutatással egészítettem ki, amely során tudományos cikkeket, statisztikai adatokat és nemzetközi tanulmányokat elemeztem.

A kutatás alátámasztotta, hogy a mesterséges intelligencia növeli az ellátási lánc hatékonyságát, és hozzájárul a fenntartható működéshez, azonban Magyarországon a vállalati gyakorlatban, például az OMV Hungária Kft.-nél jelenleg inkább támogató szerepet tölt be. A technológia növeli a pontosságot, csökkenti az emberi hibákat és javítja az erőforrás-felhasználást. Az eredmények alapján a mesterséges intelligencia legnagyobb potenciállal a kereslet-előrejelzés, készletgazdálkodás, útvonal-optimalizálás és döntéstámogatás területén rendelkezik. Összességében a mesterséges intelligencia a jövő ellátásilánc-menedzsmentjének meghatározó eszköze, amely megfelelő alkalmazás esetén egyszerre erősíti a versenyképességet és a fenntarthatóságot is.

Vasas Krisztián Gábor

BGE Menedzsment Kar

A WMS rendszerek fejlesztésének szerepe a raktári automatizálásban

Témavezető: Dr. habil. Kozma Tímea

A dolgozatom gyakorlati problémafelvetés az, hogy raktárvezetői oldalról megközelítve hogyan lehet egy integrált raktárirányítási rendszert fejleszteni, amely egyaránt képes a kék, szürke és fehérgalléros dolgozók munkáját is támogatni. Az Oracle nevű programból szelektálták ki a legfontosabb funkciókat, az idő-és költséghatékonyság reményében. Napjainkban, a digitalizáció időszakában ez egyre inkább prioritás a legtöbb cégnél.

Szekunder kutatásom során elsősorban szakirodalmi forrásokat, szakmai prezentációkat, és a cég szerverhálózatán található adatokat dolgoztam fel, valamint elemeztem. Primer kutatásom során számos, széleskörű adatokat gyűjtöttem össze, az ERP rendszerekből. A kvantitatív kutatásom során legfőképpen a számszerű adatokra koncentráltam, azon belül is arra, hogy mennyi időt és költséget sikerült megtakarítani a WLS (Warehouse Logistic System) nevű, saját, cégen belüli fejlesztésű program fejlesztésével. A kvalitatív kutatásom során mélyinterjúkat készítettem a vállalat egyik logisztikai vezetőjével és az itt dolgozókkal, valamint ezen felül a dolgozatban szereplő programokra, illetve a cég szerverhálózatán található adatokra is koncentráltam.

Kutatásom eredményeképpen megállapítható, hogy maximálisan bebizonyosodott az, hogy egy integrált raktárirányítási rendszer hiánya nélkül napjainkban nem üzemeltethető hatékonyan egy gyár, fogyóanyag raktára. Sokkal gyorsabb, komfortosabb és költséghatékonyabb lett a raktár üzemeltetése, mióta nem csak az Oracle-ben, és Excel táblázatokban tudnak dolgozni a munkavállalók a napi munkavégzés során, hanem rendelkezésükre áll egy speciálisan erre a célra rendszerezített ERP rendszer, melyet személy szerint én minden raktárban kötelezővé tennék napjainkban, a digitális technológiák térnyerésének időszakában.

11. Gazdaság és pszichológia: társadalmi és digitális hatások interdiszciplináris vizsgálata szekció

Szekcióelnök: Dr. Szászvári Karina

Tagok: Dr. habil. Marosán Bence Péter és Dr. Malaczkov Szilvia Anna

Szerzők:

Baán Zsófia	A színházak létjogosultsága a 21. században, avagy járunk-e még színházba? Témavezető: Mezőné Dr. Oravecz Titanilla Éva
Lendvai Kata	A koraszülöttmentésben dolgozók kihívásai – Érzelmi jelenlét, stressz és megküzdés az intenzív és sürgősségi ellátásban egy HR-es szemszögéből Témavezető: Prof. Dr. Csillag Sára
Marton Krisztina	A rendezvényszervezés színes pszichológiája Témavezető: Dr. Farkas Julianna
Tagintseva Karina	The impact of financial literacy on the financial well-being of young people in Kazakhstan Témavezető: Dr. habil. Győri Zsuzsanna
Tóbel Szonja	A magyarországi integrált oktatás helyzete a hallássérült tanulók kihívásai tükrében Témavezető: Popcsa Anna Mária
Váncsa Kata	Kávéfogyasztási magatartás és attitűd Magyarországon Témavezető: Dr. Dobó Róbert

Baán Zsófia A színházak létjogosultsága a 21. században, avagy járunk-e még színházba?

Témavezető: Mezőné Dr. Oravecz Titanilla Éva

Lendvai Kata

BGE Menedzsment Kar

A koraszülöttmentésben dolgozók kihívásai – Érzelmi jelenlét, stressz és megküzdés az intenzív és sürgősségi ellátásban egy HR-es szemszögéből

Témavezető: Prof. Dr. Csillag Sára

A dolgozat egy különleges egészségügyi területen, a közép-magyarországi neonatológiai (koraszülöttmentő) sürgősségi ellátásban vizsgálja a munkahelyi stressz, a pszichés terhek és az érzelmi jelenlét sajátosságait. Interdiszciplináris eszközök segítségével a kutatás feltárni hivatott a koraszülöttmentésben dolgozó szakemberek lelki egyensúlyát befolyásoló tényezőket, valamint a szervezeti támogatást is. Továbbá kiemelt célja, hogy a kutatás alapján egy újszerű megközelítést találjon arra, hogyan integrálhatók a koraszülöttmentés tapasztalatai, esetleges jó-gyakorlatai (best practices) a nagyvállalati HR-folyamatokba, ezzel támogatva a munkahelyi stressz és pszichés megterhelés kezelését más szektorokban is. A tanulmány szekunder és kvalitatív primer kutatásra épül. 15 interjú készült a koraszülötteket és beteg újszülötteket mentő Peter Cerny Alapítványnál, a neonatológiai intenzív ellátásban dolgozókkal. Az interjúkon keresztül átfogó képet alakult ki a stresszfaktorokról, a megküzdési stratégiákról, a szervezeti támogatásról, a pszichológusi segítség elérhetőségéről és a vezetők szerepéről a mentális egészség fenntartásában. Az eredmények szerint a koraszülöttmentésben dolgozók munkája magas pszichés terheléssel jár, ami összefüggésben áll a kiégéssel, valamint az érzelmi jelenlétű munkavégzéssel. Az érzelmi jelenlét tudatos alkalmazása hatékony stratégiaként szolgál a lelki jóllét megtartásában, ugyanakkor az egyéni megküzdés és a helyi vezetői támogatás is magas szinten hozzájárul ahhoz. Az interjúk rámutattak, hogy egyéni megküzdési szinten a sport, a relaxáció, a beszélgetés és szervezeti szinten a professzionális pszichológiai támogatás szintén nélkülözhetetlen elemei a stresszkezelésnek. A kutatás alapján a vállalatok HR-folyamataiba is adaptálhatók a koraszülöttmentés specializált tapasztalatai és a körük épülő érzelmi jelenléti protokoll. Hasznosak lehetnek továbbá a stresszkezelő programok, a mentális egészségvédelmi eszközök, a tudatos, pozitív érzelemirányítás és a rendszeres pszichés támogatás. Ezek a megoldások nemcsak az egészségügyi, hanem bármely magas stresszel járó munkahely mentális terhelésének csökkentésére alkalmasak. A dolgozat tehát betekintést nyújt a koraszülöttmentés pszichés kihívásaiba. Emellett bemutatja, hogy a HR gyakorlatba is integrálhatók és azzal összekapcsolhatók az alkalmazott pszichológia alapján kidolgozott érzelmi jelenléti és stresszkezelési módszerek. A kutatás eredményei hozzájárulnak a munkahelyi jóllét, a fenntartható munkavégzés és a fluktuáció optimalizálásához.

Marton Krisztina

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

A rendezvényszervezés színes pszichológiája

Témavezető: Dr. Farkas Julianna

TDK kutatásom során bemutatom a kapcsolatot a DISC személyiségmodell és a rendezvényszervezés között. Dolgozatomban megvizsgálom a DISC-modell eredetét és használhatóságát, a rendezvényszervezés sikerességéhez szükséges alapvető pontokat, kiemelve a szervező csapat együttműködését. Emellett kitérek vendégoldalról az elégedettség fő ismérveire a szervezést illetően, továbbá az általános véleményalkotásra a szervezésről és a modellről.

Vizsgálataim során a következő kérdésekre kerestem a választ:

K1: Melyek a leggyakoribb DISC-típusok a többszáz fős, céges rendezvényszervezési folyamatban?

K2: A DISC-személyiségtípusoknak az együttműködése képes-e befolyásolni a szervező csapat sikerességét?

K3: Ha képes, akkor ezt felhasználva növelhető-e a rendezvény sikerességének mértéke a személyiségtípusok összehangolásával?

K4: Hogyan célszerű a szervezési munkálatokat összecsiszolni az egyes DISC-típusokkal?

A dolgozat három fő részből áll: az első szekunder kutatásként a szakirodalom elemzése volt, melynek során vizsgáltam a DISC-modell történetét, részletesen bemutattam a modell felépítését, modernkori használatát, és az egyes DISC-színek tulajdonságait. A rendezvényszervezés, illetve a céges rendezvényszervezés területén megvizsgáltam, hogy mit és miért nevezhetünk sikeres eseménynek. Saját kutatásom során primer módszerekkel egy kvantitatív kérdőívet állítottam össze és elemeztem a válaszokat, emellett két rendezvényszervezéssel foglalkozó személlyel végzett kvalitatív, félig strukturált interjúk válaszainak segítségével újabb kerültem közelebb kutatási kérdéseim megválaszolásához. Ezen eredményeket összesítettem és a jövőre vonatkozóan további megoldásokat javasoltam. Az elért eredmények közé sorolom, hogy a rendezvényszervezésben kimutathatóan fontos szerepet kaphat az, hogy milyen típusú emberekkel dolgozunk együtt. Mérhető adatok alapján kimondható, hogy a DISC személyiségmodell hozzájárulhat a könnyedebb szervezés elősegítéséhez. Az interjúk során több válaszadó is hasonlóan hivatkozott korábbi tapasztalataira, miszerint a rendezvényszervezés lényege a csapatmunka, amelyben a DISC-modell használata értékes eszköze lehet egy sikeres munkafolyamatnak.

Javasolataim között a szervezeti tréningek beépítése és az oktatás során bevezetésre kerülő DISC-modell áll középpontban. Ezzel a módszerrel hatékony megoldást kaphatna és általa tovább fejlődhetne a magyar szervezési szcéna.

Tagintseva Karina

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

**The impact of financial literacy on the financial well-being of young people in
Kazakhstan**

Témavezető: Dr. habil. Győri Zsuzsanna

This paper explores the relationship between financial literacy and the financial well-being of young people in Kazakhstan. The rapid growth of youth participation in the country's economic life and increasing exposure to financial risks highlight the importance of developing strong financial competencies. The main research question focuses on how financial literacy influences the ability of young citizens aged 18 to 30 to manage their personal finances effectively and achieve financial stability.

The study applies both quantitative and qualitative research methods to obtain a comprehensive understanding of the issue. Quantitative data were collected through an independent online survey of 60 respondents, while qualitative insights were gained through an expert interview and a focus group discussion. Additionally, secondary data were examined through a literature review of academic sources, statistical reports, and national financial policy documents. For analytical purposes, SWOT analysis and the SWOT decision matrix were employed to identify key strengths, weaknesses, opportunities, and threats related to the development of financial literacy in Kazakhstan.

The results indicate that the overall level of financial literacy among young people remains low, particularly in areas related to budgeting, credit management, and investment decisions. Many respondents struggle to understand basic financial concepts, such as inflation and interest rates, which often leads to inefficient financial behavior and growing indebtedness. However, the findings also reveal a growing interest in financial education and a positive attitude toward saving and responsible spending.

The research concludes that enhancing financial literacy has a significant positive effect on the financial well-being of young Kazakhstani citizens. The paper recommends integrating financial literacy courses into school and university curricula, developing interactive and practical learning tools, and promoting financial awareness through social media, banks, and expert collaborations. Implementing these measures could help foster responsible financial behavior and contribute to the country's long-term economic stability.

Tóbel Szonja

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

**A magyarországi integrált oktatás helyzete
a hallássérült tanulók kihívásai tükrében**

Témavezető: Popcsa Anna Mária

A kutatás célja a hallássérült tanulók integrált oktatásának vizsgálata különös tekintettel arra, hogy hogyan ítélik meg az érintett pedagógusok és tanulók az oktatási helyzetek, a tanulási folyamat és az inklúzió sikerességét. A dolgozat fő kutatási kérdései arra irányultak, hogy milyen mértékben egyezik a pedagógusok és a hallássérült tanulók véleménye az integráció hatékonyságáról, milyen felkészítést és továbbképzési lehetőségeket kapnak a pedagógusok a tanulók fogadására, továbbá milyen módon érvényesülnek a jogszabályban biztosított kedvezmények és támogatások a mindennapi gyakorlatban. Emellett a kutatás feltárja, hogy milyen mértékű figyelmet, megértést és személyre szabott segítséget nyújtanak tanáraik a hallássérült tanulók számára.

A kutatás kvalitatív módszertannal készült. Félig strukturált interjúkat végeztem különböző iskolákban egy-egy hallássérült tanulóval és a tanuló egyik pedagógusával, amelyek segítségével feltártam az integráció iskolai tapasztalatait. Az kutatás eredményeit szakértői interjúval kívántam árnyaltabbá tenni, amelyben Dévényiné Marada Gyöngyi hallásakusztikus és rehabilitációs specialistát kérdeztem ki, aki évtizedek óta elismert szakember a témában.

Az interjúk eredményei rámutattak, hogy az integrált oktatás Magyarországon még kezdeti szakaszban van. A pedagógusok gyakran nem rendelkeznek elegendő ismerettel és tapasztalattal a hallássérült tanulók pedagógiai és kommunikációs támogatásáról, valamint a vonatkozó jogi háttérrel. A kutatás feltárta, hogy az inklúzió megvalósulása nagymértékben a pedagógus érzékenységétől és hozzáállásától függ, mivel a speciális kedvezmények és támogatások gyakran nem érvényesülnek teljes mértékben a gyakorlatban.

Váncsa Kata

Kávéfogyasztási magatartás és attitúd Magyarországon

Témavezető: Dr. Dobó Róbert

12. Kommunikáció és média: reprezentációk, diskurzusok és társadalmi hatások szekció

Szekcióelnök: Dr. habil. Bayer Judit

Tagok: Dr. Huszár Erika és Dr. Török Judit

Szerzők:

Huang Haodong	The MIND-READING PARADOX of the Digital Era: challenges of Theory of Mind and Sources of Interpersonal Misunderstandings Témavezető: Dr. Furcsa Laura
Kadyrzhanova Elima Ulanbekovna	Media Representation of Intergenerational Relationships. A study of parent-child dynamics Témavezető: Dr. Furcsa Laura
Gerstner Enikő	A média, mint modern mesemondó: Archetípusok és morális keretezés a brit királyi család reprezentációjában Témavezető: Dr. habil. Krasztev Péter
Nagy Ádám	Az AI szerepe a közösségi média hirdetéskezelésében Témavezető: Dr. Szabóné Dr. Erdélyi Éva, Dr. Furcsa Laura
Piirto Jessica Maria, Ayurtsetseg Oyundelgerekh	How political polarisation is reflected in the news and media framing of the Charlie Kirk assassination Témavezető: Dr. Kaposi Ildikó
Püski Henrietta	A verbális manipuláció megjelenése a párkapcsolati kommunikációban Témavezető: Dr. habil. Zelena András
Rost Daniel Thilo Esbasyn	The Change in Discourse and Rhetoric on Cannabis Legalisation in Germany Témavezető: Dr. habil. Krasztev Péter

Huang Haodong

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

The MIND-READING PARADOX of the Digital Era: challenges of Theory of Mind and Sources of Interpersonal Misunderstandings

Témavezető: Dr. Furcsa Laura

The social transformation from Electronic Industrial Age to Digital Era has shaped a paradigm shift not merely in the form of how humans communicate, but in the very fabric of our social cognitive environment. So, this paper posits that the digital landscape, such as social media platforms, algorithmic curations, datafication, virtual identities, and immersive technologies constitute a novel digital cognitive and communicated ecology. Within this new mediated environment, the traditional, embodied cues, such as tone, gesture, and shared context which is essential for the operation of Theory of Mind (ToM), the core human capacity to attribute mental states to others to predict and explain behavior, are systematically changed, which eventually leads to a pervasive "mind-reading dilemma." In order to resolve the dilemma, this paper addresses three key questions. Differentiation: What are the qualitative differences in the manifestation of Theory of Mind from Electronic Industrial Age (synchronicity, locality, Broadcast) to Digital Era (asynchronicity, placelessness, algorithmic intermediation) of the present day? Mechanism: How do the core structural features of the Digital Era (cue-leanness, context collapse, algorithmic intermediation) systematically influence the specific processes of ToM (cue interpretation, mental modeling, empathic resonance) and generate the patterns of interpersonal misunderstanding? Resolution: Building on this comparative and diagnostic analysis, what effective strategies and interventions can be developed to remediate these misunderstandings and foster a "Digital Theory of Mind"?

Methodologically, based on the questions above, this research employs a mixed-methods approach to triangulate these complex phenomena. Quantitatively, this research includes: (1) A Second False-Belief Task[1], which replicates the False-Belief Task developed in 1983 to investigate macroscopic changes in contemporary ToM performance between two different ages. (2) A Communication Scenarios Experiment, which applies different digital contexts (video, social post and text) to examine the accuracy and confidence of mental state inference, and to uncover the mediating and moderating mechanisms at play. Other secondary experiments, such as (3) Cognitive Load Experiment that directly tests the impact of cognitive load, inherent to digital environments on ToM performance. Together, the quantitative approaches will develop more beyond their description to provide explanatory power, more importantly, yield measurable data of our essential capacity to understand one another. Qualitatively, this study comprises in-depth interviews and discursive analysis of digital communication, which will provide rich, contextualized data on lived experiences of misunderstanding and the strategies individuals employ to navigate the opaque mental states of others online. During the interview, the representatives of diverse cultural backgrounds will be intentionally involved, throughout the cross-cultural comparative lens, the answer to the

core question, how the specific features of digital age influence human communication and lead the reshaping of ToM, will be examined in a significant deepened and burdened investigation based on distinct cultural frameworks.

By revealing how digital characteristics systematically impair our ability to understand each other, this work provides the foundation for new digital literacy. It empowers us to mitigate personal conflict and guides the ethical design of future technologies, fostering genuine human connection in an increasingly mediated world.

Kadyrzhanova Elima Ulanbekovna

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

**Media Representation of Intergenerational Relationships.
A study of parent-child dynamics**

Témavezető: Dr. Furcsa Laura

This research investigates how more recent film and television represent mother-daughter relationships and how young female audiences interpret these representations in relation to their own family communication and generational identity. The topic is modern, as streaming media increasingly present families and women's roles in new and culturally hybrid ways.

Five texts were selected for research: *Turning Red* (2022), *Ginny&Georgia* (2021-present), *Everything Everywhere All At Once* (2022), *The Fabelmans* (2022), and *Encanto* (2021). The texts all represent parent-child relationships, but the focus is on the mother-daughter relationships as a site of intergenerational tension, identification, and negotiation. Qualitative research will take place in this research with an integration of text analysis and semi-structured interviews of young women who are well familiar with the selected works.

The theoretical model integrates Encoding/Decoding Theory (Hall, 1980), Cultivation Theory (Gerbner, 1976), and Family Communication Patterns Theory (Koerner & Fitzpatrick, 2002). These theories permit the examination of how media encode cultural meaning around motherhood and how audiences decode them through personal and cultural experience.

Early studies indicate that modern representations break away from known hierarchies, setting daughters and mothers as co-narrators of one another's emotional growth. Readers recognize these narratives as reflections of their own generation's challenges in managing autonomy and belonging and reframing femininity in multiple contexts. The studies contribute to communication and media studies by showing how audiovisual narrative represents and creates new trends in intergenerational perception and interaction.

Gerstner Enikő

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

**A média, mint modern mesemondó: Archetípusok és morális keretezés
a brit királyi család reprezentációjában**

Témavezető: Dr. habil. Krasztev Péter

A dolgozat a média morális keretezését vizsgálja: miként alakítja a sajtó a brit királyi család tagjainak erkölcsi megítélését ősi mesei és mitológiai archetípusok felidézésével. Lakoff metaforaelmélete és Goffman framing-fogalma alapján bemutatja, hogy a modern média nem pusztán tájékoztat, hanem morális jelentéseket teremt. A brit napilapok archívumából és számos online forrásból gyűjtött sajtószemelvények elemzésével és szisztematikus feldolgozásával a dolgozat feltárja, miként válnak a királyi család történetei modern mítoszokká, ahol a „jó” és „rossz” örök sémái formálják a közönség erkölcsi érzékét.

Nagy Ádám

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Az AI szerepe a közösségi média hirdetéskezelésében

Témavezetők: Dr. Szabóné Dr. Erdélyi Éva és Dr. Furcsa Laura

Napjaink digitális marketingjében egyre gyakrabban találkozunk közösségi média platformokon megjelenő hirdetésekkel, melyek olyan termékeket és szolgáltatásokat kínálnak, amelyek a felhasználók aktuális igényeihez is igazodhatnak. A legnagyobb hirdetési rendszerek már mesterséges intelligencia (Artificial intelligence, AI) alapú algoritmusokat alkalmaznak, amivel a felhasználók sokszor nincsenek tisztában. A kutatás célja annak feltárása, hogy a közösségi média felhasználói hogyan érzékelik a mesterséges intelligencia jelenlétét a hirdetésekben, és mit gondolnak a működéséről és hatásairól.

A kutatás online megkérdezés formájában zajlott közösségimédia-felhasználók körében. A kérdések a hirdetések észlelésére, a mesterséges intelligencia tudatosulására, a bizalomra, az észlelt hasznosságra, valamint a technológiával és az adatvédelemmel kapcsolatos attitűdökre irányultak. A kvantitatív adatok gyűjtést statisztikai elemzés követte, a nyitott kérdésekre induktív tartalomelemzés történt, a válaszokban rejlő főbb üzenetek feltárására.

Az eredmények alapján elmondható, hogy a válaszadók többsége már találkozott AI-alapú hirdetésekkel, bár sokuk számára a mögöttes működés nem ismert. A bizalom és a hasznosság érzete között egyértelmű kapcsolat figyelhető meg: akik hasznosnak tartják a személyre szabott hirdetéseket, általában pozitívabban viszonyulnak a mesterséges intelligencia használatához is. Az adatvédelmi kérdések bizonytalanságot keltettek különösen azoknál, akik kevésbé érzik átláthatónak a hirdetési folyamatokat. A válaszadók jelentős része nem tartja zavarónak, ha a hirdetéseket mesterséges intelligencia kezeli, amennyiben az üzenetek relevánsak és nem tolakodóak. A kutatás eredményei alapján az AI-alapú hirdetések elfogadottsága elsősorban a bizalom, az informáltság és a hasznosság észlelésétől függ.

Összességében a magyar közösségi média felhasználók AI-alapú hirdetésekkel kapcsolatos attitűdjei kiegyensúlyozottak: a többség semleges vagy mérsékelt pozitív, inkább a hirdetések tartalmi minőségét és relevanciáját értékeli, semmint a technológiai hátteret. A kutatás eredményei iránymutatást nyújthat a hirdetőik és platformfejlesztők számára a felhasználói bizalom és a mesterséges intelligencia elfogadottságának növeléséhez a jövő digitális marketingkörnyezetében.

Piirto Jessica Maria és Ayurtsetseg Oyundelgerekh

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

**How political polarisation is reflected in the news and media framing of the
Charlie Kirk assassination**

Témavezető: Dr. Kaposi Ildikó

Political polarization in the United States increasingly influences how major news outlets report and interpret political events (Pew Research Center, 2021). This study investigates how such polarization manifests in the coverage of the assassination of conservative commentator Charlie Kirk, providing a relevant case for analyzing the intersection between media discourse and political division. By examining the extensive media attention surrounding this event, we can explore how language and narrative structure in news articles reflect differing ideological perspectives.

This research primarily focuses on the representation of the event itself—specifically how certain aspects are emphasized, framed, and emotionally conveyed through reporting. The study adopts an exploratory qualitative methodology, utilizing a combination of framing analysis, critical discourse analysis (CDA), and tone analysis to understand how polarization is represented in written texts. By applying Entman's (1993) framing theory, we explore how different articles identify key issues, interpret causes, and present moral judgments related to the assassination.

The examination of meaning in the texts draws on Fairclough (1995) and van Dijk (1998), focusing on the significance of word choices, patterns of quotations, and narrative structures. These elements play crucial roles in shaping how readers interpret the event and its implications. Additionally, analyzing the tone of reporting helps reveal the emotional and evaluative cues embedded in journalists' language. This multifaceted approach aims to highlight the powerful influence of language on public perception and emotional response within media discourse.

The study analyzes ten articles from major U.S. news sources, published within forty-eight hours of the assassination. The selection includes four articles from left-leaning outlets (NBC News and MSNBC), four from right-leaning sources (Fox News), and two from the Associated Press, which is recognized for its centrist stance. This varied selection provides an opportunity to observe how political orientation affects news coverage.

Using Entman's framework, our analysis centers on four critical aspects: defining the problem, interpreting causes, making moral evaluations, and suggesting potential solutions. An inductive approach allows us to develop analytical categories from the data, letting themes and linguistic patterns to emerge organically rather than relying on pre-established frameworks. This strategy enhances our understanding of the narratives constructed by each outlet in their reporting of the incident.

Initial findings indicate that news outlets frame the assassination differently based on political leanings. Left-leaning outlets connect it to political violence and societal instability, while right-leaning coverage focuses on threats to conservative identity. Centrist reporting remains factual but highlights public discourse divisions. The tone and language chosen significantly influence readers' understanding of the incident's broader implications. Social media discourse analysis on the outlets' accounts on X further shows the divide of the people and their affiliation with party values, showing negative attitudes towards others who are not aligned with the same views. Social media discourse analysis was done to understand if audience attitudes differ from those of the mainstream media. Analysis of the comments on the outlets' accounts adds the perspective of audiences whose discussions are not bound by the rules mainstream media operate by.

Overall, this study serves as an exploratory examination of how political polarization is reflected in the media. While it does not aim to draw definitive conclusions, it establishes a foundation for future research that could involve a larger dataset or explore social media nuances. By focusing on the structure and language of news reports, this study offers valuable insights into the ways polarization is embedded in contemporary US media.

Püski Henrietta

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

A verbális manipuláció megjelenése a párkapcsolati kommunikációban

Témavezető: Dr. habil. Zelena András

A kutatásom célja annak feltárása, hogyan jelenik meg a verbális manipuláció a párkapcsolati kommunikációban, milyen nyelvi és pszichológiai stratégiákkal próbálnak a partnerek hatni egymásra, és hogy ezek hogyan befolyásolják a kapcsolat minőségét. A párkapcsolati kommunikáció különösen érzékeny terepe a befolyásolásnak, hiszen a felek közötti érzelmi kötődés, függés és bizalom megkönnyítik a manipulatív technikák hatékonyságát. A párkapcsolatokban gyakran előfordulnak olyan kommunikációs helyzetek, ahol az egyik fél burkoltan irányítani, bűntudatot kelteni vagy befolyásolni próbálja a másikat. Ezek a technikák gyakran nem tudatosak, de hosszú távon érzelmi terhet, alá-fölérendeltségi viszonyt és bizalomvesztést eredményezhetnek.

A téma társadalmilag is aktuális, hiszen az érzelmi manipuláció és a pszichológiai bántalmazás egyre inkább a közbeszéd része, ugyanakkor a mindennapi kommunikáció szintjén még kevésbé feltárt. A kutatás elméleti háttérének megalapozásához több releváns szakirodalmat is felhasználtam, többek között Aczél Petra *Neked van igazad?*, Forgács József *A társas érintkezés pszichológiája*, valamint Paul Ekman *Beszédes hazugságok és Leleplezett érzelmek* című műveit. Megállapításom szerint a párkapcsolati kommunikációban a verbális manipuláció gyakran tudattalan nyelvi és pszichológiai stratégiák formájában jelenik meg, melyek hosszú távon jelentős hatást gyakorolnak a bizalomra és a kapcsolat minőségére.

Rost Daniel Thilo Esbasyn

BGE Marketing és Üzleti Kommunikáció Kar

The Change in Discourse and Rhetoric on Cannabis Legalisation in Germany

Témavezető: Dr. habil. Krasztev Péter

This paper investigates the evolution of political discourse concerning cannabis legalisation and policy in Germany, particularly focussing on the transition of the debate from predominantly medical and criminal perspectives to a deeply polarised moral and political instrument. The legalisation of recreational cannabis on April 1, 2024, was a turning point in history. But not only that, it also showed how divided the societies of Germany and Europe are as a whole. This study examines the persistent influence of prohibitionist rhetoric, illustrating how adversaries effectively reintegrated conventional moral and fear-driven arguments into the modern political arena, despite policy reform initiatives.

Historically, the prohibition of cannabis in Germany was not primarily a reaction to public health crises but rather a consequence of global moral economies and political propaganda, originating from early 20th-century U.S. campaigns. The paper delineates this evolution through three principal phases. First, the Criminal and Medical Framing (1930s–1960s), when early German laws made cannabis a "narcotic" (Betäubungsmittel). This set up a moral-bureaucratic discourse in which control was hidden behind the language of administrative discipline. Second, the Moral and Generational Framing (1970s–1990s) saw the U.S. "War on Drugs" export a repressive discursive model, with the "gateway drug" hypothesis as its main rhetorical device. German mass media heightened this panic through fear narratives, achieving discursive sedimentation by transforming prohibition into a political orthodoxy grounded in parental anxiety and the safeguarding of 'traditional' values. The Contemporary Political Battleground (2000s–2024) ultimately presented rational-bureaucratic counter-frames centred on harm reduction. The opposition, mainly the Christian conservative parties (CDU/CSU), fought this change by strategically re-embedding traditional moral vocabularies like youth vulnerability, social stability, and public safety to criticise the new policy.

The primary case study involves an in-depth textual analysis of the rhetoric utilised by prominent opposition figures and media coverage subsequent to the enactment of the Cannabisgesetz, concentrating on the identification of particular rhetorical strategies employed to sustain a prohibitionist narrative. The analysis includes two important political statements. In his formal Bundesrat speech on September 29, 2023, Reiner Haseloff (CDU) called legalisation a "great mistake" (großer Fehler). He grounded his argument in protecting young people and adopted an authoritative, paternalistic tone. On the other hand, Markus Söder (CSU) used very public and social media-driven discourse to make clear moral-emotional appeals with the slogan "Keine Macht den Drogen" ("No Power to Drugs") and the promise to enforce the law "extremely restrictively." His rhetoric sought to depict Bavaria as a stronghold against a "stoner paradise" (Kiffer-Paradies). By examining these political texts alongside curated media coverage, frequently utilising alarmist metaphors (e.g., "Kiffer-Chaos droht!"),

the paper elucidates the persistent application of Robert Entman's four-stage framing cycle: designating the policy as the source of "moral decay," labelling users as "deviant," and advocating for the solution of increased policing and opposition.

This paper enhances the domains of political communication and discourse analysis by offering a comprehensive analysis of the moralisation and politicisation of a medical/technical issue in contemporary European society. The results show that even though Germany's official policy has changed, the rhetoric of opposition is still based on fear and morality from the past. This has a big impact on how people see things and how policies are put into action. To understand the political fights over public health, morality, and personal freedom in modern Germany and beyond, you need to know how these discursive patterns work.

13. Munkaerőpiac és HR kihívások a 21. században szekció

Szekcióelnök: Dr. Dén-Nagy Ildikó

Tagok: Dr. Czeglédi Csilla és Dr. Csizmadia Péter

Szerzők:

Balogh Kata	A csend ereje: Hallássérült emberek és a vállalkozóvá válás Témavezető: Prof. Dr. Csillag Sára
Dankó Barbara	Üvegplafontól a bértranszparenciáig: nemi különbségek megítélése a vezetői tapasztalatokban Témavezető: Prof. Dr. Csillag Sára
Gál Brigitta	Különböző generációk munkavégzési preferenciái Témavezető: Dr. Pocsai Erzsébet
Han Srey Leak	A comparative study of the adoption of hybrid work models between Hungary and Cambodia in the corporate service firms after 2020 Témavezető: Dr. Kóris Rita
Horváth Alex Zsolt	A hajléktalanság munkaerőpiaci reintegrációja két hajléktalanellátó szervezet reintegrációs gyakorlatának tapasztalatain keresztül Témavezető: Dr. Szászvári Karina Ágnes
Pataki Réka Gréta	Jövő Készségei a HR stratégiában: A pályakezdők felkészültsége és a munkaerőpiaci elvárások közötti szakadék vizsgálata, különös tekintettel a soft skill-ekre Témavezető: Knúlné Dr. Pál Eszter
Székely Bernadett	Mit tud az MI és mit fogunk tudni mi? A mesterséges intelligencia hatása a jövő munkavállalójára Témavezető: Knúlné Dr. Pál Eszter

Balogh Kata

BGE Menedzsment Kar

A csend ereje: Hallássérült emberek és a vállalkozóvá válás

Témavezető: Prof. Dr. Csillag Sára

TDK dolgozatom témája a hallássérült vállalkozók. Ezt a témát a motivációk, az identitás, illetve a segítő és gátló tényezők mentén közelítettem meg. A tudományos munka kezdetén sok kérdés merült fel bennem: vajon mi az, amiről igazán szólnia kellene a dolgozatomnak. A következő kérdések merültek fel bennem: Mit ígér a vállalkozás egy hallássérült embernek? Mi lehet a motivációja egy hallássérüléssel élő személynek a vállalkozásra? Hogyan egyeztethető össze a vállalkozói, illetve a hallássérült identitás? Mi lehet segítség számukra a vállalkozás elindítása és működtetése során? Mi szabhat gátat a vállalkozóvá válási folyamatnak és a vállalkozás működtetésének? Ezen kérdések mentén épült fel a dolgozatom elméleti, valamint kutatási része is.

A kutatási munkám elvégzéséhez kvalitatív kutatási formát választottam és félig strukturált interjút készítettem 10 hallássérüléssel élő vállalkozóval. Úgy véltem, hogy számomra ez a kutatási módszer a legmegfelelőbb, mivel a témámhoz sokkal fontosabbak az egyéni tapasztalatok és a kutatásban részt vevők történetei, mint a statisztikákon alapuló adatok.

A kutatásom számomra érdekes eredményeket hozott. Több vállalkozó felsőfokú végzettséggel rendelkezik, azonban a munkaerőpiacon hallássérülésük miatt alacsonyabb státuszú pozíciót kaptak. Értéktelennek érezték magukat, így indultak el a vállalkozóvá válás felé. A legnagyobb vállalkozást gátló tényező a kommunikációs képességek alacsony szintje vagy teljes hiánya, amely nagy részben a sérülésből, kisebb mértékben a környezetből következik. A vállalkozási folyamatban fontos segítő tényezőként azonosítható a család, illetve a barátok, valamint az állami támogatások, azonban civil szervezettől senki nem vett igénybe segítséget.

Korábban Magyarországon még nem készült kutatás kifejezetten hallássérült vállalkozókkal kapcsolatban, így az én tudományos munkám az első magyar publikáció a téma kapcsán.

Dankó Barbara

BGE Menedzsment Kar

Üvegplafontól a bértranszparenciáig: nemi különbségek megítélése a vezetői tapasztalatokban

Témavezető: Prof. Dr. Csillag Sára

A vendégmunkások jelenléte Magyarországon az elmúlt években meghatározóvá vált. 2022 óta tartozik a harmadik országbeli munkavállalókkal való kapcsolattartás munkakörömhöz, ezért kutatásomat tapasztalataim és szakmai dilemmáim inspirálták. A mindennapi együttműködés során felmerült, a beilleszkedéshez, motivációhoz, munkaerő hosszú távú megtartásához kapcsolódó kérdések képezték dolgozatom alapját.

Dolgozatom célja, hogy feltárja a magyarországi filippínó és ukrán munkavállalók migrációs motivációit, az integráció megélését, valamint azt, mennyire terveznek hosszabb távra Magyarországon. A társadalmilag is érzékeny témát érintő kérdéskör megértése hozzájárulhat a munkahelyi mindennapok, a vállalati gyakorlat jobb alakításához.

A kutatás alapját egy 394 főt elérő kérdőíves felmérés képezi (235 filippínó és 159 ukrán munkavállaló). Ezt egészíti ki 15 HR szakterületen dolgozó szakemberrel készült félig strukturált interjú, valamint 116 magyar nyelvű, 2022-2025 között publikált sajtócikk tartalomelemzése. A triangulációs módszer alkalmazásával az egyéni munkavállalói tapasztalatok, a HR szakmai nézőpontok és a médiában megjelenő narratívák összevetése valósult meg.

A motiváció, a beilleszkedési tapasztalatok és a maradási szándék leíró statisztikával és korrelációs elemzésekkel került értékelésre, majd a HR interjúk kvantitatív és kvalitatív mintázataival vettem össze a média narratíváinak változásával együtt. A kvantitatív elemzést Excel táblázatkezelő szoftver segítségével, az interjúk válaszait tematikus tartalomelemzéssel dolgoztam fel, így a szervezeti gyakorlatok is mélyebben kirajzolódtak. A médiaelemzés során saját kódkönyvet alkalmaztam. A vizsgált cikkek kulcsszavak alapján kerültek besorolásra pozitív-negatív-semleges kategóriákba, majd a narratíva alakulását idősorosan is tanulmányoztam.

Az eredmények szerint a munkavállalók döntéseit pénzügyi motivációk, a személyes fejlődés lehetősége és a szakmai tapasztalatszerzés is befolyásolja. A megtartás szempontjából nem kizárólag kulturális tényezők játszanak szerepet, hanem a mindennapi működés minősége, a stabil munkafeltételek, kiszámítható folyamatok biztosítják a hosszú távú elköteleződést.

Megállapítható, hogy bár a vendégmunkások munkaerőpiaci jelenléte indokolt, integrációjuk és megtartásuk nem automatikus folyamat. A sikeresség alapja a vállalati, társadalmi környezet befogadó képessége, amely meghatározza az együttműködés eredményességét és a hosszú távú stabilitást.

Gál Brigitta

BGE Menedzsment Kar

Különböző generációk munkavégzési preferenciái

Témavezető: Dr. Pocsai Erzsébet

A pandémia alatt számos új atipikus munkavégzési forma alakult ki, amiket a szervezeteknek be kellett építeniük a fennmaradás érdekében. Napjainkban azonban a járvány lecsengése után új trendek vannak megjelenőben, a munkáltatóknak pedig választaniuk kell, hogy ehhez hogyan alkalmazkodjanak. Jelen kutatásom azt a kérdéskört vizsgálja, hogy a különböző generációk (X, Y, Z) hogyan viszonyulnak ezekhez az atipikus munkarendekhez, illetve a hagyományos jelenléti munkavégzéshez való visszatéréshez, valamint ezeknek a preferenciáknak a kapcsolatát a fluktuációs szándékkal. A fókusz a Z generáció, idősebb korosztályokhoz képest eltérő igényeire helyeztem, elsősorban a hibrid munkavégzés szempontjából. A legfiatalabb generáció egyre nagyobb számban képviselteti magát a munkaerőpiacon, a vállalatoknak pedig fontos lehet ezekre a különbségekre figyelmet fordítani a versenyelőny megtartása érdekében.

A kutatásom során kíváncsi voltam mindkét oldal véleményére, ezért kétféle kutatási módszert alkalmaztam. Munkavállalói oldalról kérdőíves felmérést végeztem, míg a munkáltatókat interjúk formájában kérdeztem. Primer kutatásom során kvantitatív kérdőíves kutatást végeztem az online térben, mellyel 126 értékelhető kitöltőt sikerült elérnem a fentebb említett három korosztályból. Kvalitatív kutatásom során pedig félig strukturált interjúkat alkalmaztam, amivel 4 magyarországi nagyvállalatot sikerült elérnem. A hipotéziseimet statisztikai módszerekkel (keresztábra-elemzés, chí-négyzet teszt, Fisher-egzakt teszt), illetve tartalomelemzéssel vizsgáltam.

Előzetesen 2 hipotézist állítottam fel, melyből az első bizonyult szignifikánsnak. A második hipotézisem mind a kérdőív adataink statisztikai elemzése, mind a kutatás során lefolytatott interjúk alapján nem nyert megerősítést. Elemzésem és vizsgálataim alapján tehát kimutattam, hogy a Z generációnál van jelen leginkább a rugalmasság igénye a mai munkaerőpiaci viszonyok és trendek között. A legfiatalabb generáció preferálja legkevésbé mind a teljes jelenléti, mind pedig a teljes otthoni munkavégzést.

Han Srey Leak

BGE Menedzsment Kar

A comparative study of the adoption of hybrid work models between Hungary and Cambodia in the corporate service firms after 2020

Témavezető: Dr. Kóris Rita

1. Questions examined in the paper:

RQ1: In the post-pandemic era, how have corporate service firms in Hungary and Cambodia adopted a hybrid work model?

RQ2: How are internal factors (motivation, productivity, satisfaction, and perception) different between employees working in Hungary and Cambodia?

RQ3: How do internal factors affect the adoption of hybrid work models in the 2 countries?

RQ4: How do external factors (corporate culture, technological, and regulatory influences) impact the adoption of hybrid work models in both countries?

RQ5: What challenges and benefits do corporate firms in Hungary and Cambodia face as a result of implementing hybrid work models?

2. Research methodology used in the paper

This research study follows a mixed-methods approach: For the Quantitative data, researcher was conducted to survey employees in corporate firms. The number of respondents was 105. Excel is used as the tool for analyzing primary data collected from Google form. For the qualitative data, two employees currently working in Cambodia and two people employed in Hungary were interviewed using a questionnaire featuring six themes of questions that reflect the research aims.

3. Short presentation of the research results

The findings demonstrate that Hungary has achieved a mature and institutionalized hybrid work culture, characterized by autonomy, trust, and technological readiness. Cambodia, in contrast, remains in a transitional phase in which hybrid work depends on managerial discretion and is constrained by hierarchical decision-making, uneven access to technology, and limited legal support. Despite these differences, employees in both contexts prefer hybrid work in their working arrangement: the corporate service firm and they perceive hybrid work as beneficial for flexibility, work-life balance, and time efficiency. However, cultural orientation affects how these benefits are experienced: Hungarian employees equate flexibility with productivity whereas Cambodian employees associate it with well-being and reduced stress.

Horváth Alex Zsolt

BGE Menedzsment Kar

A hajléktalanság munkaerőpiaci reintegrációja két hajléktalanellátó szervezet reintegrációs gyakorlatának tapasztalatain keresztül

Témavezető: Dr. Szászvári Karina Ágnes

A hajléktalanság a modern társadalom egyik kiemelt figyelmet igénylő problémája, mely egyaránt igényel társadalmi, gazdasági, jogi és pszichológiai fókuszot is. A reintegrációs folyamatokban a munka központi szerepet játszik: a foglalkoztatás lehetősége nem csupán anyagi biztonságot, hanem pszichológiai stabilitást és társadalmi befogadást is elősegíti. Ugyanakkor a munkaerőpiaci beilleszkedés a hajléktalan élethelyzetben élők számára rendszerint nem valósul meg önállóan, külső támogatás nélkül. Magyarországon több, eltérő komplexitású reintegrációs program működik a hajléktalanellátás rendszerén belül, amelyek célja az érintettek társadalmi és munkaerőpiaci visszaintegrálása.

Milyen tényezők segítik vagy gátolják a hajléktalanok reintegrációját a sikeresen reintegrálódott hajléktalan személyek és a reintegrációs programokat megvalósító szakemberek tapasztalatai szerint?

Jelen kutatás célja a hajléktalan emberek munkaerőpiaci reintegrációjának hatékonysági tényezőinek azonosítása, két hajléktalanellátó szervezet reintegrációs programjának gyakorlatának vizsgálatával.

A szekunder adatgyűjtés keretében részletesen bemutatom a munka és a munkaerőpiac fogalmát és szerkezetét, a hajléktalanság jelenségét, kapcsolódó statisztikai mutatóit, továbbá a hazai hajléktalanellátás rendszerét és a reintegráció folyamatát, mindezt a kutatási kérdéssel összefüggésben. Az így feltárt elméleti és empirikus ismeretek megalapozzák az elsődleges adatgyűjtést, amely kvalitatív módszertani keretben valósult meg. A primer kutatás során mélyinterjúkat készítettem egyrészt a vizsgált reintegrációs programok megvalósításában részt vevő szakemberekkel (hatásvizsgálati megközelítésben), másrészt a programokat sikeresen teljesített korábbi ügyfelekkel (attitűdvizsgálati megközelítésben). Az empirikus adatok feldolgozása kódolással és tematikus elemzéssel történt, amely lehetővé tette a főbb mintázatok és összefüggések feltárását.

A kutatás eredményei rávilágítanak, hogy a korábban hajléktalan helyzetben élő és rossz körülményeket tapasztaló ügyfelek számára a siker kulcsa a reintegrációs programok rugalmasságában, személyreszabottságában, sokszínű támogatási formáiban, a szociális munkások szoros együttműködésében, emberi és bizalmon alapuló hozzáállásában, illetve az ügyfelek belső motivációjában és akaratában rejlik. Ezen tényezők hatására a programokat sikeresen teljesített ügyfelek mára már képesek egy strukturált, önálló életmódot kialakítani és egy bizakodó, stabilitáson alapuló jövőképet kialakítani.

Pataki Réka Gréta

BGE Menedzsment Kar

Jövő készségei a HR stratégiában: a pályakezdők felkészültsége és a munkaerőpiaci elvárások közötti szakadék vizsgálata, különös tekintettel a soft skill-ekre

Témavezető: Knúlné Dr. Pál Eszter

A dolgozat célja annak a feltárása, hogy a jövő munkaerőpiacán milyen készségek válnak kulcsfontosságúvá és miként kezelhető a pályakezdők kompetenciái és a munkaadók elvárásai közötti szakadék. A kutatás központi kérdése: mely készségekben mutatkozik a legnagyobb eltérés a munkáltatói elvárások és a pályakezdők között és milyen Future Skills elemek integrálhatók a HR stratégiákba annak érdekében, hogy a Z generáció sikeresen illeszkedjen a gyorsan változó munkakörnyezethez?

A téma aktualitását a digitalizáció, a mesterséges intelligencia és az Ipar 4.0 által előidézett strukturális munkaerőpiaci változások adják. A szakirodalmi háttér többek között a Future Skills 2021 jelentésre, Jaiswal és Varma (2021) mesterséges intelligenciához kapcsolódó upskilling-kutatására, valamint Rikala és Braun (2024) „skill gap” elemzésére épül. E források alapján a Future Skills három kulcscsoportja rajzolódik ki: digitális kompetenciák, szociális-intelligencia alapú készségek és önfejlesztési képességek (reskilling–upskilling).

A dolgozat módszertana vegyes megközelítést alkalmazott: félig strukturált interjúkat készítettem HR szakemberekkel és pályakezdő diplomásokkal, valamint fókuszcsoportos beszélgetéseket folytattam öt-öt fős csoportokban. A kvalitatív adatelemzés során tematikus kódolással azonosítottam a leggyakoribb készségdeficiteket és azokat a HR-stratégiai eszközöket, amelyek elősegíthetik a gap csökkentését.

Eredményeim szerint a legnagyobb eltérés a pályakezdők önállóságában, problémamegoldásában és kommunikációs készségében mutatkozik, míg a vállalatok a technológiai ismeretek mellett leginkább alkalmazkodóképességet, kritikus gondolkodást és tanulási hajlandóságot várnak el. A vizsgált szervezetek HR-stratégiájában egyre hangsúlyosabban jelenik meg a kompetenciaalapú toborzás és a digitális tanulási rendszerek bevezetése, amelyek a generációs különbségek áthidalását célozzák.

A dolgozat hozzájárul a jövőorientált HR stratégiai gondolkodás megalapozásához, és rámutat, hogy a jövő sikeres munkaerőpiacának kulcsa a tanulási agilitás és az ember–technológia szinergia fejlesztése lesz.

Székely Bernadett

BGE Menedzsment Kar

Mit tud az MI és mit fogunk tudni mi? A mesterséges intelligencia hatása a jövő munkavállalójára

Témavezető: Knúlné Dr. Pál Eszter

A mesterséges intelligencia (MI) már a hétköznapi életünk része és a jövőben a munkahelyeken is meghatározó szerepet fog betölteni, ami a kompetenciaelvárások átrendeződését eredményezi. A technológia fejlődésének gyorsasága miatt a jövő munkavállalójának tudatosan kell készülnie ezekre a változásokra.

Az első kutatási kérdésem, hogy milyen félelmeik és várakozásaik vannak a jelenlegi munkavállalóknak az MI elterjedésével kapcsolatban, amelyet kvalitatív módszertanú félig strukturált fókuszcsoporthoz interjúk által vizsgálok. Kritériumfüggő a mintavétel, mivel két csoport jövőképét hasonlítom össze, ahol az egyik csoport tagjai már használtak tudatosan mesterséges intelligenciát, míg a másik csoportban lévők nem. A második kérdésem pedig, hogy hogyan jelenik meg a digitális kompetenciák fejlesztése hazánkban, amelyet szintén kvalitatív módszertanú dokumentum- és szövegelemzéssel elemzek. A mintavételt a tipikus esetek gyűjtésével végzem, mivel egyre többfajta képzési lehetőség jelenik meg.

A kutatás rávilágít arra, hogy a mesterséges intelligencia rohamos fejlődésének hatására a munkavállalók kompetenciáinak tudatos fejlesztése szükségesszerű és a metakompetenciák kulcsfontosságúvá válnak a jövőben. Az eredmények hasznosak a jövő munkavállalójának és a munkaadóknak egyaránt.

14. Fenntartható fogyasztás és üzleti értékteremtés szekció

Szekcióelnök: Dr. Géring Zsuzsanna

Tagok: Dr. habil. Gyóri Zsuzsanna és Dr. habil. Dombi Mihály

Szerzők:

Aalaoui Souhaile	Pricing Sustainability: An Empirical Assessment of the Greenium in Morocco's Evolving Bond Market Témavezető: Dr. Vallyon Andrea Júlia
Blecic Marina	Sustainability in the mattress industry Témavezető: Dr. Földi Péter
Kovács Alexandra	Zöld értékteremtés az ingatlanpiacon: Az ESG megfelelés pénzügyi hatásainak vizsgálata fejlesztéstől üzemeltetésig Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd
Milasovszky Nikoletta Dóra	Egy falattal kevesebb, egy bolygóval több; Az érzelemalapú vizuális befolyásolás vizsgálata két budapesti négycsillagos szállodában Témavezető: Dr. Szakál Dorina, Karakasné Dr. Morvay Klára
Penafiorida Ma Susana Selena	Metamorphing Philippine Agriculture: A Co-Creation Framework with EU Cooperative Models for Sustainable Agripreneurial Practices Témavezető: Lisányi Endréné Dr. habil. Beke Judit
Tóth Bianka Emese	Fenntartható divat: Használtruha vásárlás - trend vagy szükség? Témavezető: Hübner Andrea Gabriella

Aalaoui Souhaile

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Pricing Sustainability: An Empirical Assessment of the Greenium in Morocco's Evolving Bond Market

Témavezető: Dr. Vallyon Andrea Júlia

The study is the first attempt to identify the phenomenon of the greenium in the Moroccan capital market, and to see whether green bonds have a premium price compared to their conventional equivalent. The paper evaluates four hypotheses related to the existence of a greenium (H1), its enhancement post-2019 (H2), its difference between corporate and sovereign issuers (H3), and its correlation with bond maturity (H4). A matched-pair design using an exclusive dataset of fourteen bonds diversified across sovereign, public agency, and corporate issuers is employed in the analysis to enhance the external validity of the findings. It uses paired t-tests and multivariate regression of primary market data methodologically.

The results are not in line with paradigms. In contrast to evidence from developed markets, the study shows no overall greenium (H1) and yields on green bonds occasionally exceed those of their traditional counterparts. Hypothesized relationship between the greenium and the bond maturity (H4) was not strongly proven to be verified, however the findings indicated a special investor calculus in this immature market. Equally, although the impacts of issuer segmentation (H3) were experienced, they were not statistically decisive, and there was no evidence of a sustained post-2019 greenium (H2).

The research has important theoretical and practical implications, since it proves that the financial advantages of green bonds do not occur automatically but are conditioned by the local market conditions. The primary bond prospectuses and AMMC regulatory reports on which it was based guarantee its comprehensive and open analysis, which offers the Moroccan regulators and financial institutions a solid evidence base to use to improve the strategy of green finance in the country.

Blecic Marina

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Sustainability in the mattress industry

Témavezető: Dr. Földi Péter

This thesis examines how sustainability and circularity are addressed in the mattress industry and how consumers perceive eco-friendly mattresses and mattress recycling. The study explores five questions: how international and European actors manage sustainability challenges; how familiar are consumers with sustainable mattress options; which factors influence purchase decisions; whether consumers would pay a price premium for eco-friendly products; and what motivates or discourages participation in mattress recycling. A mixed-method approach was used. The literature review mapped global and EU trends, recycling technologies and the role of policy tools such as Extended Producer Responsibility. A qualitative expert interview provided insight into practical barriers, including high logistical costs, limited recycling infrastructure, the complexity of polyurethane foam processing and the early-stage development of chemical recycling. A quantitative online questionnaire (N=113) measured consumer awareness, attitudes, willingness to pay, perceived accessibility of recycling and behavioural motivations.

The results show a clear gap between circular-economy ambition and practice. Industry innovation is advancing, but large-scale adoption is slowed by transport challenges, material diversity, insufficient collection systems and uneven regulation across Europe. Consumer awareness of mattress recycling is low, and sustainability ranks far behind comfort and price. Only a minority of "holistic buyers" would pay a 10–20% premium for eco-friendly alternatives. Recycling is widely perceived as inconvenient due to unclear information, limited collection points and uncertainty about what happens to discarded mattresses. However, many respondents would participate if recycling were simpler through retailer take-back schemes, convenient collection or transparent assurance of proper processing. Overall, the findings show that moving toward a circular mattress industry requires stronger regulation, improved logistics, clearer communication and more accessible recycling systems. The study concludes that sustainability becomes achievable when innovation, policy support and consumer engagement develop together.

Kovács Alexandra

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Zöld értékteremtés az ingatlanpiacon: Az ESG megfelelés pénzügyi hatásainak vizsgálata fejlesztéstől üzemeltetésig

Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd

Kutatásomban azt vizsgálom, hogy az ESG szempontok integrációja milyen mechanizmusokon és pénzügyi csatornákon keresztül teremt tényleges gazdasági értéket az ingatlanfejlesztési projektek teljes életciklusa során. A téma gyakorlati aktualitása abból fakad, hogy generálkivitelezésben és ingatlanüzemeltetésben szerzett szakmai tapasztalataim alapján az ESG ma már messze túlmutat a pusztán kommunikációs vagy reputációs eszköz szerepén, hiszen a piac egyre inkább pénzügyi kockázati és versenyképességi tényezőként kezeli.

A releváns szakirodalom három fő értékteremtő hatásmechanizmust különít el.

1. **Az értékelési csatorna**, amely a piaci értékeltségben, hozamelvárásban és a befektetői kereslet szerkezetében jelenik meg.
2. **A működési csatorna**, amely a bérleti teljesítményen, kihasználtsági arányokon, üzemeltetési költségeken és hosszú távú kockázati profil alakulásán keresztül fejti ki hatását.
3. **A finanszírozási csatorna**, amely a tőkeköltség, a finanszírozáshoz való hozzáférés feltételei és a beépülő kockázati prémiumban tőkésül.

E három dimenzió együttesen magyarázza a szakirodalomban leírt „zöld prémium” és „barna diszkont” jelenségét, amelyet számos nemzetközi empirikus kutatás is alátámaszt (Friede, Busch & Bassen, 2015; Zheng & Lee, 2025).

Módszertanilag kevert megközelítést alkalmazok. A **kvantitatív szakaszban** benchmarking elemzést végzek, amely során zöld minősítéssel rendelkező ingatlanok teljesítményét hasonlítom össze hagyományos referenciaépületekével, továbbá ESG jelentéssel rendelkező nagyvállalatok pénzügyi eredményességét vizsgálom az ESG integráció mélysége szerint. Ennek célja, hogy empirikus módon feltárjam, az eltérő ESG teljesítmény miként tükröződik a hozamokban, a kockázati profilban és végső soron a vállalatértékben.

A **kvalitatív szakaszban** félig strukturált interjúkat készítettem fejlesztők, kivitelezők, üzemeltetők és finanszírozók bevonásával annak érdekében, hogy feltárjam a mögöttes döntési logikát, a kockázati megfontolásokat és a piaci percepciót meghatározó tényezőket.

Dolgozatom újszerűsége abban ragadható meg, hogy az ESG hatást nem aggregált vállalati, hanem konkrét projektszinten vizsgálom, így olyan empirikus kutatást kívánok bemutatni, amely a magyar szakirodalomban jelenleg még hiányzik. Ezzel szeretném alátámasztani, hogy az ESG integráció nem csupán megfelelési kötelezettség, hanem a fenntartható ingatlanfejlesztésen keresztül valódi, mérhető pénzügyi értékteremtést és tartós versenyelőnyt biztosító stratégiai eszköz.

Milasovszky Nikoletta Dóra

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Egy falattal kevesebb, egy bolygóval több; az érzelmalapú vizuális befolyásolás vizsgálata két budapesti négycsillagos szállodában

Témavezető: Karakasné Dr. Morvay Klára

Az élelmiszerhulladékok mennyisége világszerte rendkívüli méreteket ölt. „Becslések szerint az Európai Unió 28 tagországa összesen 88 millió tonna élelmiszerhulladékot halmoz fel évente” (NÉBIH, 2018, p.15). A szállodák számára komoly problémát jelent a kialakuló felesleg mennyiségének csökkentése. A vendégek kulturális sokszínűsége, az eltérő motivációk és igények, illetve a tálalási mennyiségek miatt gyakran jelentős az ételpazarlás. Számos cikk és szakirodalom foglalkozik az élelmiszer-hulladék csökkentésének lehetőségeivel a vendéglátóiparban, melyekből több is bemutatásra kerül a dolgozatban.

Jelen kutatás két budapesti négycsillagos szálloda büféreggelije során keletkező tányérhulladék („plate waste”) mennyiségének mérésére, valamint az élelmiszer-pazarlás csökkentését célzó, érzelmi hatású edukációs plakátok hatékonyságának vizsgálatára irányul.

A vizsgálat során több kutatási módszer is alkalmazásra került: esettanulmány-jellegű szállodai mérések edukációs anyagok kihelyezésével és anélkül, két eltérő generációval végzett fókuszcsoporthozos interjúk, valamint szemkamerás (eye-tracking) mérés.

A tanulmány öt kutatási kérdésre fókuszál:

Q1: Mekkora a „plate waste” mennyisége a két vizsgált szálloda büféreggelije során?

Q2: Mekkora mértékben csökkenthető a szállodai élelmiszer-pazarlás ez érzelmeire ható plakátok segítségével?

Q3: Melyik plakáttípus bizonyul a leghatékonyabbnak a vendégek pazarlási szokásainak csökkentésében?

Q4: Milyen vizuális és tartalmi elemek járulnak hozzá az edukációs plakátok hatékonyságához?

Q5: Milyen eltérések mutatkoznak az X és Z generáció között az érzelmi tartalmú edukációs plakátok kiválasztásában és preferenciáiban.

A kutatási eredményekből megállapítható, hogy az X és Z generációra befolyást gyakorló vizuális megjelenések hatása között jelentős eltérés mutatkozik. Míg az X generáció inkább a neutrális, letisztultabb vizuális üzenetekre reagált pozitívan, addig a Z generáció számára inkább a félelemkeltő, horror tartalmat közvetítő megoldások bizonyultak hatékonyabbnak. Az előzetes feltételezéssel ellentétben – miszerint a horror hangvételi plakát bizonyul majd a leghatékonyabbnak – a humoros anyag kihelyezése során volt mérhető a legnagyobb, 28,51%-os csökkenés a tányér hulladékban.

Penafloida Ma Susana Selena

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

**Metamorphing Philippine Agriculture: A Co-Creation Framework
with EU Cooperative Models for Sustainable Agripreneurial Practices**

Témavezető: Lisányi Endréné Dr. habil. Beke Judit

A collaboration between the European Union and the Philippines is not unheard of but it is also not as familiar. This study seeks to discover how collaboration with such stark differences can influence the way policies or initiatives are accomplished. An investigation on how co-creation with European Union cooperative initiatives can support Philippine agripreneurs in developing sustainable practices. There are four main objectives at which the study operates on which are to document relevant EU sustainability practices, to identify key sustainability challenges in the Philippine agri-sector, to explore strategies in order to adapt EU models locally and to propose a context-specific sustainability framework whilst taking into consideration the means of co-creation with Philippine agripreneurs.

The study employed a qualitative and exploratory design using a mixed-method approach to gather data. The methodology is joined together by secondary literature and primary data. The secondary data comprises an extensive literature review on academic publications, European Union policy documents and case studies of existing European Union cooperatives and their initiatives. Data collection for primary data was done through semi-structured online interviews with selected Philippine agripreneurs. Thematic and content analysis were applied as it enables the study to identify patterns, challenges, and insights that directly inform the development of the proposed framework.

Given that the European Union already possesses a structured and well-rounded sustainability ecosystem, it was not a surprise when the analysis revealed a massive contrast with that of the Philippines and its realities. As the differences become more apparent, it compels an adaptation of such to be stronger. Thereby, taking inspiration from the EU in the context of Philippine agriculture; employed was a combination of models with the top-down policy enabling the bottom-up, co-creative innovation using multi-actor partnerships and facilitation. This consisted of the secondary literature utilized to compare the primary data recorded. The primary interviews observed that Philippine agripreneurs face significant structural barriers which are fragmented markets, insufficient learning pathways, inadequate financial access and weakened institutional support. This has identified strong demand among agripreneurs for proper collaborative support and external knowledge.

With all this in mind, the research proposes a cycle four-phase framework to bridge such a gap. The first phase initiates trust building where a facilitator assists in the formation of a group based on existing social networks. The second phase talks about joint diagnosis, which basically calls the group to collectively identify challenges to set contextualized goals. The third phase called unified action is where the group implements a small-scale pilot project using what they have collaborated on. The fourth and last phase is institutionalization where successful practices are contributed to becoming formal policies.

Tóth Bianka Emese

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Fenntartható divat: Használtruha vásárlás - trend vagy szükség?

Témavezető: Hübner Andrea Gabriella

Milyen társadalmi, gazdasági és életmódbeli tényezők befolyásolják a használtruha vásárlás elterjedését és megítélését a magyar fogyasztók körében? Hogyan járul hozzá ez a jelenség a fenntartható divathoz és a közösségi kapcsolatok erősítéséhez? Dolgozatom célja, hogy feltárjam, mi motiválja a különböző generációk tagjait a használtruha vásárlásra. Van-e összefüggés a környezettudatossággal, az anyagi helyzettel vagy akár a speciális étkezési preferenciákkal? Hogyan válhat a használtruha vásárlás a fast fashion alternatívájává a magyar társadalomban?

Kutatásom kényelmi mintavétellel zajlott, így eredményei nem általánosíthatók. Az adatgyűjtés fő módszere egy online, nyilvánosan elérhető kérdőív volt, amelyet különböző internetes felületeken terjesztettek, így a minta heterogén és nem reprezentatív. Kiegészítésként egy interjú is készült a fenntartható divat egyik hazai képviselőjével, mely interjú hét fő kérdésből állt, illetve egy terepszemle, Spanyolországban.

A kutatás eredményei alapján a megkérdezettek többsége elsősorban a kedvező árak miatt választja a használtruha-vásárlást, ugyanakkor fontosnak tartják az egyedi kínálatot és a fenntarthatósági szempontokat is. Legtöbbször a feleslegessé vált darabokat jellemzően eladományozzák, vagy online értékesítik. A közösségi események – például kávézóban rendezett ruhavásárok – hatékonyan ösztönözhetik a részvételt és a vásárlási kedvet. Az interjúalany kiemelte, hogy a ruhacserék közösségépítő szerepe jelentős, és Magyarországon a fogyasztók inkább anyagi szükségből, mintsem divatkövetésből választják a használtruha-üzleteket. Céloom egy olyan közösségi eseményt szervezni, ahol a külföldi tapasztalatokra és friss kutatásokra építve a ruhavásárokat újragondolva nem az értékesítésre, hanem a körkörös divatra, a fenntarthatóságra és a közösségépítésre helyezi a hangsúlyt.

15. Pénzügyi döntések pszichológiája szekció

Szekcióelnök: Dr. Borzán Anita

Tagok: Dr. Molnár Petronella és Dr. Veress-Bágyi Ibolya

Szerzők:

Bátonyi Dorottya	Az adótudatosság szintjének vizsgálata a magyar lakosság körében Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd
Dimov Máté Bálint	Lakossági állampapírok és szerepük a magyar lakosság pénzügyi kultúrájában Témavezető: Dr. Dobák Dóra Éva
Nagy Adrienn	Generációk és a digitális pénzügyi világ Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd, Kádár Béla
Pál Máté	Az egyetemi hallgatók pénzügyi attitűdje és túlélési stratégiái a növekvő megélhetési költségek közepette Témavezető: Dr. Csongrádi Gyöngyi
Pásztor Csenge	Pénzügyi tudatosság Magyarországon: A gazdasági ismeretek nélküli kereső lakosság pénzügyi döntései Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd, Balázs Dr. Lendvai Marietta
Sebestyén Réka Zsuzsanna	Pénzügyi tudatosság 18-25 éves korosztályú felnőttek körében Témavezető: Dr. habil. Jáki Erika
Szabó Tamás	A Prospect Theory mint kognitív torzítás a controlling riportálási és a döntéshozatali folyamatokban Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd

Bátonyi Dorottya

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Az adótudatosság szintjének vizsgálata a magyar lakosság körében

Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd

1. A dolgozatban vizsgált kérdés

A kutatás célja a magyar lakosság adótudatosságának, adózási ismereteinek és adófizetési attitűdjeinek vizsgálata, különös tekintettel az adómorál és az iskolai végzettség kapcsolatára. A dolgozat azt kutatja, hogy milyen tényezők befolyásolják az adózási tudatosságot, és hogyan függenek össze az adózási ismeretek a gazdasági magatartással és az adófizetési hajlandósággal.

Hipotézisem szerint az adópénzügyi ismeretek magasabb szintje pozitívan hat az adómorálra és az adófizetési hajlandóságra, míg a magasabb iskolai végzettség magasabb adótudatossággal jár. Ezzel szemben az adózási ismeretek hiánya növelheti az adóelkerülés kockázatát akár tudatosan, akár információhiányból fakadóan. Ezt korábbi kutatásokra és saját empirikus kérdőíves vizsgálatomra támaszkodva igyekszem igazolni. A vizsgálat célja nemcsak az adótudatosság szintjének feltérképezése, hanem okainak, következményeinek és fejlesztési lehetőségeinek bemutatása is. A dolgozat végső célja, hogy az empirikus eredmények alapján javaslatokat tegyen az adótudatosság növelésére és a felelősebb, jogkövető adózói magatartás elősegítésére Magyarországon.

2. A használt kutatásmódszertan bemutatása

A kutatás kvantitatív módszertanon alapul online kérdőíves adatgyűjtéssel. A kérdőív 25 zárt kérdésből állt, amelyek öt fő témakört fedtek le:

Demográfiai háttérváltozók (életkor, végzettség, stb)

Adózási ismeretek és tájékozódási szokások, beleértve az adókulcsok és adónemek ismeretét.

Adóelkerüléssel kapcsolatos attitűdök és az adófizetési hajlandóság.

Adókedvezmények és illetékek ismerete, pl. családi kedvezmény, ajándékozási illeték.

Az állami kommunikáció és gazdasági környezet megítélése.

A minta a magyar adófizető lakosságot reprezentálja alapvető demográfiai jellemzők szerint. Az adatokat leíró statisztikai módszerekkel (százalékos megoszlás, átlag, szórás), valamint összefüggésvizsgálattal (keresztábra-elemzés, korreláció) tervezem feldolgozni.

3. Az elért eredmények rövid ismertetése

A kérdőívre beérkezett válaszok alapján a következő tendenciák rajzolódtak ki:

A válaszadók többsége nem érzi magát teljesen tájékozottnak az adózási szabályok terén, különösen az illetékek és kedvezmények esetében.

Az adózással kapcsolatos információikat főként az internetről és ismerősöktől szerzik, míg a NAV tájékoztató anyagait kevesebben követik rendszeresen.

A fiatalabb és magasabb végzettségű válaszadók nagyobb arányban mutatnak érdeklődést az adózási oktatás iránt, ami lehetőséget jelez a célzott tájékoztatás fejlesztésére.

Bár az ismeretek hiányosak, a tanulási hajlandóság kifejezetten magas: a megkérdezettek többsége szívesen részt venne adózási ismereteket bővítő képzéseken.

Dimov Máté Bálint

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Lakossági állampapírok és szerepük a magyar lakosság pénzügyi kultúrájában

Témavezető: Dr. Dobák Dóra Éva

A magyar háztartások megtakarítási szokásait más (pl. európai) országokkal összehasonlítva megfigyelhetjük, hogy a magyarok kimagaslóan magas arányban tartanak kötvényeket. Ez nem véletlen, a magyar állam ugyanis rendkívül kedvező feltételekkel értékesít különböző típusú állampapírokat, ilyen például az állampapírok adómentessége vagy az ingyenes értékpapír számla vezetés a Magyar Államkincstárnál.

Az állampapír az államadósság finanszírozásának egyik legfontosabb eszköze. Számos előnye van mind az állam, mind az azt birtokló lakossági vagy intézményi befektetők szempontjából is. Az állampapír kibocsátás lehetővé tesz, hogy az állam „befelé” adósodjon el saját devizában, így külföldi finanszírozási kitétség csökken, erősödik a pénzügyi szuverenitás miközben a befektetők számára egy rendkívül biztonságos befektetési termék jön létre (az állam garanciát vállal a befektetett tőke visszafizetésére így gyakran „kockázatmentes” befektetésnek is szokták nevezni).

De milyen hatással van a hazai lakossági megtakarítások magas állampapír-koncentrációja a lakossági portfóliók diverzifikációjára? Mi jellemzi a magyar háztartások megtakarításainak szerkezetét? Milyen mértékben szorította ki az állampapírok elterjedése a bankbetéteket? Milyen mértékben okozta az állampapír értékesítés digitalizációja a nyomdai papírok térvészését? Mennyire érzi a (magyar) lakosság „biztonságosnak” az állampapírt egy esetleges válsághelyzet idején?

Kutatásomban kérdőívvel szeretném vizsgálni az állampapír befektetők viselkedését, a magyar államba fektetett bizalmát, illetve esetleges válsághelyzetre vagy a kamatkörnyezet hirtelen változására adott reakcióikat. A tömeges eladások vizsgálatának fontos eszköze továbbá a szaksajtóban a témában megjelenő cikkek tömkelege lesz.

A materializált állampapírok népszerűségének változását többek között részarány elemzéssel, trendek vizsgálatával igyekszem majd bemutatni az ÁKK állományi adatainak vizsgálatával.

A részarány elemzéseket, illetve a negatív korreláció vizsgálatot (állampapír állomány növekedés okoz-e betét állomány csökkenést), az MNB megtakarítási termékek összehasonlítására készített platformján elérhető adatokból, azok jellemzőinek változását monitorozó táblák segítségével fogom elvégezni.

A dolgozat során kiemelt figyelmet szeretnék fordítani a szemléletes ábrák, diagrammok kimutatások, dashboardok készítésére (pl. PowerBI). A kérdőív eredményeit, az adott ismérvek közötti kapcsolatokat IBM SPSS szoftverrel szeretném feldolgozni.

Nagy Adrienn

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Generációk és a digitális pénzügyi világ

Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd, Kádár Béla

Dolgozatomban a különböző generációk pénzügyi szokásait, valamint a digitális megoldásokhoz és FinTech-újításokhoz való hozzáállását vizsgálom. A kutatás célja annak feltárása volt, hogy a generációs különbségek miként hatnak az emberek pénzügyi attitűdjeire, döntéshozatali folyamataira és a digitális pénzügyi eszközök elfogadására. Feltételeztem, hogy az emberek pénzügyeikben elsősorban közvetlen környezetük, családjuk, barátaik, véleményére támaszkodnak, ugyanakkor a FinTech megoldások terjedésével egyre tudatosabban kezelik pénzügyeiket. Továbbá azt is gondoltam, hogy a bankválasztás során minden korosztály számára az online szolgáltatások elérhetősége kiemelten fontos tényező.

A kutatás során arra kerestem választ, hogy milyen eszközöket és módszereket alkalmaznak az emberek pénzügyi döntéseik megtervezése során, hogyan vélekednek a megtakarításról, és miként befolyásolják a generációs különbségek a pénzügyi attitűdöket, döntéshozatalt és a digitális megoldásokhoz való viszonyulást.

A téma összetettsége miatt vegyes kutatási módszertant alkalmaztam. A kvantitatív kutatás keretében kérdőíves adatgyűjtést végeztem, amelyet 320 fő töltött ki. Az adatok feldolgozásához keresztábrás elemzést, döntési fákat és klaszterelemzést használtam. A kvalitatív szakaszban öt félig strukturált interjút készítettem, valamint netnográfiai megfigyelést folytattam releváns online felületeken, hogy mélyebben megértsem a válaszadók motivációit és értelmezési kereteit.

Az eredmények rávilágítanak a generációk közötti különbségekre és hasonlóságokra a digitális pénzügyi megoldások használatában. A fiatalabb generációk nyitottabbak és tudatosabban kezelik pénzügyeiket, míg az idősebb korosztály inkább a hagyományos, biztonságosabb csatornákat részesíti előnyben. A digitális pénzügyi tudatosság ugyanakkor minden korosztályban növekvő tendenciát mutat. Összességében a kutatás megerősíti, hogy a digitális fejlődés és a pénzügyi innovációk sikeressége nagymértékben függ a generációk eltérő igényeinek és attitűdjeinek figyelembevételétől.

Pál Máté

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Az egyetemi hallgatók pénzügyi attitűdje és túlélési stratégiái a növekvő megélhetési költségek közepette

Témavezető: Dr. Csongrádi Gyöngyi

A gyorsan változó gazdasági környezetben a magyar egyetemisták egyre szűkösebb anyagi körülmények között, de növekvő pénzügyi felelősség mellett élik az egyetemi éveket. Az infláció és a megélhetési költségek folyamatos emelkedése rendkívül élesen rámutat arra, hogy milyen fontos a fiatal felnőttek pénzügyi tudatosságának fejlesztése. Ebből adódóan a dolgozatomban azt a kérdést vette górcső alá, hogy hogyan költenek a magyar egyetemisták, milyen stratégiákat alkalmaznak, és mennyire tudatosak a pénzügyeik kezelésében.

Kutatásom megközelítése kétszintű, melyet egy szövegbányászaton alapuló szisztematikus szakirodalmi feltárás adott. Ennek során bibliometriai elemzést végeztem az R-studio Bibliometrix csomagjával nemzetközi tanulmányok alapján, amely igazolta, hogy a pénzügyi műveltség nem csupán tudás, hanem attitűd és viselkedés kérdése is. A kutatás másik fontos pillérét a hallgatókkal készült feltáró kvalitatív mélyinterjúk adták, amelyek rávilágítottak a hitelfelvétellel kapcsolatos idegenkedésre és a lakhatási költségek okozta kényszerre.

A kvantitatív kérdőíves felmérés eredményei egyértelműen igazolták, hogy a szocializációs erő szignifikánsan érvényesül, mivel erős, pozitív összefüggés mutatható ki a hallgatók megtakarítási hajlandósága és a szülők megtakarítási mintája között. Az adatok mélyebb elemzéséhez elvégzett faktorelemzés és klaszteranalízis során két főkomponenst azonosítottam, melyek mentén végül három jellemző pénzügyi viselkedési mintát különítettem el: a fegyelmezett, analitikus-, a spóroló, de informális- és az alapvető, tervszerűtlen típust. A típusok közötti különbség valós, objektív anyagi következményekkel jár, amit a pénzügyi biztonsági háló méretében mért szignifikáns eltérés igazol, jelezve, hogy a pénzügyi fegyelem elérése sokkal inkább belső attitűdök kérdése, mintsem külső, objektív tényezőké.

Az eredmények alapján elmondható, hogy a pénzügyi tudatosság fejlesztése, különösen a gyakorlati alkalmazás szintjén, elengedhetetlen a fiatal felnőttek gazdasági önállóságához és hosszú távú stabilitásához.

Pásztor Csenge

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Pénzügyi tudatosság Magyarországon: A gazdasági ismeretek nélküli kereső lakosság pénzügyi döntései

Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd, Balázné Dr. Lendvai Marietta

A kutatás célja, hogy feltárja a magyar lakosság pénzügyi tudatosságának szintjét, különös tekintettel azokra a kereső felnőttekre, akik nem rendelkeznek formális pénzügyi-gazdasági ismeretekkel. A vizsgálat központi kérdése, hogy a pénzügyi oktatás hiánya milyen mértékben befolyásolja az egyének döntéshozatali mintázatait, megtakarítási és hitelfelvételi szokásait, valamint hosszú távú anyagi biztonságát. A dolgozat az alábbi kutatási kérdésekre keresi a választ: – Hogyan viszonyul a magyar lakosság azon része, akik saját bevétellel rendelkeznek, a megtakarításokhoz, befektetésekhez és hitelfelvelekhez? – Hogyan befolyásolják a pénzügyi ismeretek a mindennapi pénzügyi döntéseket Magyarországon? – Milyen szinten áll a magyar lakosság azon részének, akik saját bevétellel rendelkeznek, pénzügyi tudatossága? A dolgozat vegyes kutatási módszeren alapul. A releváns szakirodalom elemzését empirikus, kérdőíves vizsgálattal egészítettem ki. Az online felmérést több mint 300 válaszadó töltötte ki, akik közül külön csoportot képeztek azok, akik sem közép-, sem felsőfokon nem tanultak pénzügyi tárgyakat. A kérdőív a pénzügyi ismeretek, attitűdök és viselkedéses minták vizsgálatára irányult, demográfiai és jövedelmi háttér adatokkal kiegészítve. Az eredmények azt igazolják, hogy a pénzügyi tudatosság szintje szoros kapcsolatban áll az oktatási háttérrel és a jövedelmi helyzettel. A gazdasági ismeretekkel nem rendelkező válaszadók körében gyakoribb az impulzív pénzügyi döntéshozatal, az alacsony megtakarítási hajlandóság és a pénzügyi intézményekkel szembeni bizalmatlanság. Ezzel szemben a pénzügyi ismeretekkel rendelkező csoport tudatosabb pénzügyi tervezést, célorientált megtakarítást és kockázatkezelést mutat. A dolgozat eredményei rávilágítanak arra, hogy a pénzügyi oktatás kiterjesztése, különösen középiskolai szinten, kulcsfontosságú a lakosság pénzügyi stabilitásának és hosszú távú anyagi biztonságának növeléséhez.

Sebestyén Réka Zsuzsanna

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Pénzügyi tudatosság 18-25 éves korosztályú felnőttek körében

Témavezető: Dr. habil. Jáki Erika

A kutatás célja a fiatal felnőttek pénzügyi tudatosságának feltárása különös tekintettel arra, hogy milyen mértékben rendelkeznek pénzügyi ismeretekkel, milyen forrásokból szerzik tudásukat, valamint mely tényezők járulnak hozzá pénzügyi magatartásuk kialakulásához. A vizsgálat központi kérdése annak meghatározása volt, hogy a családi háttér, a formális és informális tanulási források, valamint a pénzügyi attitűdök miként befolyásolják a tudatos pénzügyi döntéshozatalt. A téma jelentőségét az adja, hogy a fiatal generáció pénzügyi felkészültsége hosszú távon meghatározza a háztartások és a gazdaság stabilitását.

A kutatás kvantitatív módszertanra épült, az adatgyűjtés online kérdőív segítségével történt. A kérdőív Likert-skálás és zárt kérdései a fiatalok tényleges pénzügyi ismereteit, szokásait, attitűdjeit és tudásszerzési forrásait mérték. A vizsgálat három hipotézisre épült: **H1**, miszerint azok a fiatal felnőttek, akik rendszeresen használják mobilbanki alkalmazásaikat, nagyobb valószínűséggel rendelkeznek megtakarítással. **H2**, amely feltételezi, hogy a fiatalok pénzügyi döntéseire egyre erőteljesebben hatnak az online tér tartalomgyártói; valamint **H3**, amely szerint a családi pénzügyi nevelés és szülői minták jelentős mértékben befolyásolják a fiatal felnőttek pénzügyi tudatosságát és megtakarítási szokásait.

Az eredmények alapján a fiatalok pénzügyi ismeretszintje közepesnek tekinthető: a mindennapi döntésekhez szükséges alapfogalmakat többségük ismeri, azonban a hosszú távú tervezéshez, befektetésekhez és kockázatkezeléshez kapcsolódó tudásuk hiányos. A tudás elsődleges forrásai a család, a közösségi média és az iskolarendszeren kívüli online tartalmak, miközben a formális oktatás szerepe minimálisnak bizonyult. A statisztikai elemzés alátámasztotta a három hipotézis teljes érvényességét: a mobilbank-használat pozitív kapcsolatban állt a megtakarítás meglétével; a tartalomgyártók befolyása kimutatható volt; a legerősebb hatást pedig a családi háttér gyakorolta.

A dolgozat eredményei hozzájárulnak a fiatalok pénzügyi ismeretszerzési mintázatainak mélyebb megértéséhez, és megalapozzák olyan fejlesztési programok kialakítását, amelyek célzottan erősítik a pénzügyi kompetenciákat.

Szabó Tamás

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

A Prospect Theory, mint kognitív torzítás a controlling riportálási és a döntéshozatali folyamatokban

Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd

A kutatás központi kérdése, hogy a Prospect Theory, vagyis a Kéltáselmélet által leírt kognitív torzítások, különösen a referenciapont-függőség, a veszteségkerülés és a keretezési hatás, miként jelennek meg a controlling riportálási és vezetői döntéshozatali folyamatokban. A controlling célja az objektív, adatalapú döntéstámogatás biztosítása, ugyanakkor a gyakorlatban a vezetői döntéseket továbbra is befolyásolják az emberi ítéletalkotás pszichológiai sajátosságai. A kutatás célja annak feltárása, hogy ezek a torzítások milyen formában épülnek be a controlling információk értelmezésébe és milyen módon alakítják a döntési magatartást. A vizsgálat kvalitatív és kvantitatív elemeket egyaránt tartalmazó, feltáró jellegű kutatás. A módszertan több szinten közelít a jelenséghez: egyrészt döntési helyzeteket modellező kérdőíves felmérések, másrészt a döntési logika mélyebb megértését szolgáló szöveges és tapasztalati adatok elemzése révén. Az adatgyűjtés a controlling területén dolgozó szakemberek és vezetők körében történt, különböző iparági háttérrel és szervezeti mérettel. A válaszok a szakmai tapasztalat, a kockázati attitűd, a profitcélok kijelölése, a költségterv-optimalizálás és a veszteséghatár-megítélés dimenzióit is érintették. Az elemzés során mind a kvalitatív mintázatok tematikus kódolása, mind a kvantitatív adatok statisztikai feldolgozása megvalósult, amely alapján különböző klaszterek rajzolódtak ki. Ezek a klaszterek a döntési preferenciák, a kockázatvállalási hajlandóság és az értelmezési keretek különbözőségeit mutatják. Az eredmények azt mutatják, hogy a Prospect Theory által leírt kognitív torzítások a controlling gyakorlatában is kimutathatók, és érdemben hatnak a vezetői döntéshozatalra. A kutatás hozzájárul a viselkedéstudomány és a controlling közötti kapcsolat elmélyítéséhez, valamint alapot teremt a torzításokat tudatosan kezelő döntéstámogató rendszerek fejlesztéséhez.

16. Marketing és fogyasztói döntések a digitális korban szekció

Szekcióelnök: Dr. habil. Kozma Tímea

Tagok: Dr. Czeglédi Csilla és Veszélovits Bella

Szerzők:

Bereczki Petra Anna	Hazai termék, fogyasztói bizalom és lojalitás – A Gyermelyi márka szerepe a vásárlói döntésekben Témavezető: Dr. Németh Szilárd
Budai Katalin	Mesterséges döntések, képzelt valóság – Hogyan hat a mesterséges intelligencia a fogyasztói magatartásra? Témavezető: Dr. Németh Szilárd
Cserép Daniéla	Innovatív marketingeszközök hatása a vásárlói döntésekre és a lojalításra a DM Drogerie Markt Kft. példáján keresztül Témavezető: Szabó-Geletóczki Rita
Gajdács Bettina Diána	Hopigurumi, azaz a horgolás lehet több mint egy hobbi? Témavezető: Dr. Németh Szilárd, Dr. habil. Kása Richárd
Latypova Nigina	The Impact of E-commerce on Consumer Behavior in the Fashion Industry and Its Broader Implications for Retail Transformation Témavezető: Dr. Kóris Rita
Szilágyi Gergely	Sportmarketing a közösségi médiában - A sportolói márkaépítés kihívásai és lehetőségei Témavezető: Dr. Pecze Krisztina
Tóth Hanna	A politikai marketing hatása a Z generációra a Facebookon és a TikTokon a 2024-es magyarországi európai parlamenti választáson Témavezető: Balázsné Dr. Lendvai Marietta

Bereczki Petra Anna

BGE Menedzsment Kar

Hazai termék, fogyasztói bizalom és lojalitás – A Gyermelyi márka szerepe a vásárlói döntésekben

Témavezető: Dr. Németh Szilárd

Dolgozatom témájaként a Gyermelyi márka példáján keresztül szeretném vizsgálni, hogyan épül a fogyasztói bizalom az országeredet-hatásra, illetve milyen szerepet játszik ebben a lojalitásprogram. A Gyermelyi esete azért különösen izgalmas számomra, mert egyszerre testesíti meg a hagyományos értékeket – mint a minőség, a hazai eredet és a tradíció – és a modern marketing eszközeinek tudatos alkalmazását. Továbbá a szakdolgozatom témája is ez lesz, azonban előtte megmérettetem magam TDK-n.

A dolgozatom első felében a fogyasztói magatartás és a lojalitás elméleti hátterét mutatom be, kitérve a döntéshozatali folyamatokra, a tudatos fogyasztásra, valamint a márkahűség pszichológiai alapjaira. Ezután a környezeti tudatosságot fogom bemutatni. Nagy hangsúlyt fektetek az országeredet-hatás bemutatására és annak fogyasztói megítélésre gyakorolt hatására, különös tekintettel a hazai termékek preferenciájára. A témához szorosan kapcsolódik még a fogyasztói bizalom kérdésköre kifejezetten az átláthatóság és a rövid ellátási lánc egyre fontosabb szemponttá válnak a fogyasztók számára. A kutatás előtt még egy utolsó pontként a szakirodalmi kutatás során bemutatom a márkaépítés eszközeit és a hatékony marketingkommunikáció jelentőségét.

Ezt követően a primer kutatás bemutatására térek át, amelynek során Google Forms segítségével online kérdőívet készítek. A kérdőív során különös figyelmet fordítok a demográfiai tényezőkre (életkor, nem, iskolai végzettség, lakóhely), mivel ezek segítségével pontosabb képet kaphatok arról, hogy az előzetesen feltárt tényezők hogyan befolyásolják a fogyasztói döntéseket. Kifejezetten az országeredet-hatás, környezeti tudatosság, lojalitás témakörét vizsgálom.

Többek között arra a kérdésre keresem a választ, hogy a törzsvásárlói programban részt vevők mennyire tekinthetők tudatos fogyasztóknak, illetve hogyan viszonyulnak a hazai eredetű termékekhez. Továbbá azt is vizsgálom, hogy milyen szerepet játszik a márka történetisége és marketingkommunikációja a fogyasztói bizalom kialakulásában. Ezt kvantitatív módszerrel, statisztikai elemzéssel tesztelem. Ennek folyamata: először leíró statisztika + demográfia, majd skálák megbízhatósági vizsgálata, majd khi-négyzet vagy ANOVA a csoporthatásokhoz, végül regressziós modell a magyarázó tényezők azonosítására.

Néhány eredmény rövid ismertetése: Keresi, figyeli a magyar termék védjegyeket a megvásárolni kívánt termékeken? Kérdésre a többség igennel válaszolt. Mennyire tartja magát tudatos fogyasztónak? Kérdésre pedig egy 10-es skálán az átlag 7,4 volt.

Budai Katalin

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Mesterséges döntések, képzelt valóság – Hogyan hat a mesterséges intelligencia a fogyasztói magatartásra?

Témavezető: Dr. Németh Szilárd

A kutatás célja a mesterséges intelligencia (MI) fogyasztói döntéshozatalban betöltött szerepének megértése, különös tekintettel a generatív MI, és azon belül is a ChatGPT hatásának feltárására. A folyamat feltérképezéséhez pszichológiai kísérlet keretében vizsgáltam, hogy hogyan befolyásolja a mesterséges intelligencia által generált ajánlás típusa a döntés élményét, sebességet és tudatosságát.

Az adatgyűjtés a kutatás során létrehozott AI Form nevű online kérdőíves platform használatával valósult meg, amely megfelelt a kísérleti felméréshez szükséges feltételeknek, például az időmérés és az ajánlatok véletlenszerű megjelenítésének.

Az empirikus vizsgálatok teljes körű elvégzéséhez kidolgoztam egy új, összetett mutatószám rendszert, amely a következő indikátorokat foglalja magában: a Tudatos Mérlegelés Indikátort (TMI), ebből továbbfejlesztve a Tudatos Mérlegelés Mátrixot (TMM), valamint a Döntési Élmény Indexet (DEI).

A kutatás kvantitatív és kvalitatív módszereket egyaránt alkalmazott, ezzel lehetővé téve a fogyasztói magatartás számszerűsítését és a mögöttük húzódó kognitív mintázatok feltárását. A kvantitatív vizsgálatok közé tartoztak leíró statisztikai elemzések, amelyek során normalitás- és illeszkedésvizsgálatokat végeztem, többek között QQ-plot, Shapiro–Wilk és Anderson–Darling tesztek segítségével. Ezek eredményei alapján döntöttem nem paraméteres tesztek alkalmazása mellett, amelyeket a mintaelemszámát tekintve és a centrális határeloszlás-tételt figyelembe véve kiegészítettem paraméteres eljárásokkal is. A kvalitatív elemzést a kérdőív nyitott kérdésére adott válaszok értelmezésével valósult meg a tematikus, a tartalom és az IPA elemzések segítségével, amelyek alkalmazásával mélyebben megérthettem az eredmények mögötti döntépszichológiai folyamatokat.

A vizsgálatok kimutatták, hogy a mesterséges intelligencia fogyasztói döntéshozatalban betöltött szerepe igazolható, legjelentősebben az idő és bizonyos kognitív dimenziók mentén. Az AIAS-4 skála leíró statisztikai elemzései tovább árnyalták a generatív ajánlatok fogyasztói elfogadásának megértését. Bár a kutatás nem igazolt minden hipotézist, az új mérési eszközök és a kérdőíves felület révén alapul szolgálhat további vizsgálatok számára az MI viselkedéstudományi kontextusában.

A jövőbeni kutatások irányulhatnak a fogyasztói bizalom, az etikai kérdések és az adatfeldolgozás kapcsolatának feltárására, valamint annak megértésére, hogy ezek milyen hatást gyakorolnak a döntéshozatali folyamatokra.

Cserép Daniéla

BGE Menedzsment Kar

Innovatív marketingeszközök hatása a vásárlói döntésekre és a lojalításra a DM Drogerie Markt Kft. példáján keresztül

Témavezető: Szabó-Geletóczki Rita

Kutatási célom az volt, hogy feltárjam azt, hogy a DM Drogerie Markt Kft., milyen innovatív és digitális marketingeszközöket alkalmaz, és ezek közül melyek gyakorolják a legnagyobb hatást a vásárlói döntésekre és lojalításra. Emellett kiemelt célom volt összehasonlítani a szerintem két legjelentősebb eszközt, a DM mobilapplikáció kuponrendszerét és az influencers marketinget, hogy kiderüljön, melyik bizonyul hatékonyabbnak a fogyasztói magatartás és hűség befolyásolásában.

Primer kutatásként kvantitatív módszert, online kérdőívet alkalmaztam, amelyben 207 fő vett részt. Az eredmények alapján arra a következtetésre jutottam, hogy a DM mobilapplikáció és a kuponrendszer hatékonyabb eszköznek bizonyult, mivel közvetlen előnyt, kényelmet és személyre szabott élményt biztosít a vásárlóknak. Az influencers marketing ezzel szemben inkább kiegészítő szerepet tölt be, amely figyelemfelkeltésre és márkaismertségre alkalmas, de a vásárlási döntést kevésbé befolyásolja.

Dolgozatomban javaslatokat is megfogalmaztam arról, hogy hogyan fejleszthetné tovább a DM a digitális hűségprogramját és kommunikációját a fogyasztói élmény fokozása érdekében.

Gajdács Bettina Diána

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Hopigurumi, azaz a horgolás lehet több mint egy hobbi?

Témavezető: Dr. Németh Szilárd, Dr. habil. Kása Richárd

A TDK dolgozatom egy fiktív horgolással foglalkozó cég üzleti koncepcióját mutatja be. Arra a kérdésre kerestem a választ, hogy egy horgolt termékeket árusító vállalkozást milyen körülmények között lehet beindítani és sikeresen működtetni. Megfigyelhető, hogy egyre jobban nő az igény a kézműves termékek iránt, hiszen a fogyasztók egyre inkább tisztelik és értékelik az etikus, tisztességes és környezetbarát termékeket. Ez a trend adja az alapját a dolgozatnak és az alkalmazottkutatási kérdésként meghatározható kutatási kérdésnek: *„Milyen egy sikeres kézműves, horgolt gyermekjátékokkal foglalkozó vállalkozás üzleti modellje?”* A kutatási probléma, hogy megéri-e egy horgolással foglalkozó vállalkozás elindítására pénzt, energiát és időt áldozni.

A kutatásom során szekunder és primer adatgyűjtést is alkalmaztam. A primer kutatás egy online kvantitatív kérdőíves kutatás, melyben azt vizsgáltam, hogy a kitöltők hogyan viszonyulnak a kézműves termékek vásárlásához. Az általam összegyűjtött statisztikai adatokat az SPSS szoftver segítségével elemeztem, emiatt is tartottam fontosnak a zárt és statisztikai szempontól könnyebben elemezhető kérdések alkalmazását a kérdőívben. A kérdőíves kutatásom fókuszában főleg a gyermekjátékok álltak, ezáltal ebben a termékcsoporthoz nagyon jól tudom pozicionálni a saját vállalkozásom termékeit. A kutatásomban vegyes módszertant alkalmaztam, kvalitatív és kvantitatív adatokat is gyűjtöttem.

A dolgozatomban bemutattam a vállalkozáshoz kapcsolódó termékeket, árakat és költségeket, ehhez egy weboldalt is készítettem. A kézműves termékek esetében az ár kiemelten fontos döntési tényező, elmondható, hogy a minőségnél is fontosabb sok esetben. Faktorokat készítettem a gyermekjátékok vásárlási tényezői és funkcióira vonatkozóan, majd ezeket a demográfiai változókkal összevettem. A kutatásomban résztvevőknek mutattam egy képet egy kész termékről és el kellett dönteniük, hogy mennyit lennének hajlandóak fizetni érte. A válaszokból az látszott, hogy az alapanyagköltségen túl a ráfordított munkaidőt is figyelembe veszik. Erre a kérdésre beérkező válaszokat három egyenlő részre bontottam, a középső csoport tagjai a kiskereskedelmi alapanyagár közel hétszeresét is hajlandóak lennének érte fizetni. Ez arra utal, hogy bár az ár az egyik legmeghatározóbb tényező, a fogyasztók értékelik a kézműves munka hozzáadott értékét, és a fenntarthatósági szempontok erősíthetik a vásárlási hajlandóságot.

Latypova Nigina

BGE Menedzsment Kar

The Impact of E-commerce on Consumer Behavior in the Fashion Industry and Its Broader Implications for Retail Transformation

Témavezető: Dr. Kóris Rita

The fashion industry no longer lives on the high street — it lives in the algorithm. From TikTok trends to next-day delivery, digital platforms have transformed the way people discover, desire, and buy fashion. This research explores how e-commerce is reshaping consumer behavior and redefining the very structure of fashion retail.

The study examines the key forces behind this transformation — price, convenience, trust and social media influence — and investigates how they shape online fashion shopping decisions. Using a quantitative online survey distributed among consumers aged 18–45 across Central and Eastern Europe, the research applies the Theory of Planned Behavior and Technology Acceptance Model to connect psychological drivers with digital shopping habits.

Although the analysis is still underway, early trends suggest that online fashion behavior is driven more by speed, affordability, and social influence than by ethical or environmental concerns. The research aims to provide a deeper understanding of how digital-first consumers think and act — and how fashion retailers can respond to a generation that values personalization, instant gratification, and authenticity over tradition.

Research Questions:

1. How has the rise of e-commerce reshaped consumer behaviour in the fashion industry?
2. What key factors influence consumers' purchasing decisions in the online fashion environment?
3. How do these behavioural changes affect the structure, strategies, and future direction of the fashion retail industry?

Szilágyi Gergely

BGE Menedzsment Kar

Sportmarketing a közösségi médiában - A sportolói márkaépítés kihívásai és lehetőségei

Témavezető: Dr. Pecze Krisztina

Ez a tanulmány azt vizsgálja, hogy hogyan segítik a közösségi média marketing ügynökségek a sportolók és a márkák közötti együttműködést, továbbá milyen kihívásokkal és lehetőségekkel néznek szembe a sport-specifikus marketing ügynökségek a közösségi média világában. A sportmarketing elméleti hátterét tekintve a dolgozat arra mutat rá, hogy a sportolók, mint márkák, valamint az influencermarketing és sport kapcsolata, alapvető elemei a modern kommunikációs környezetnek (Jeličić, 2024). A közösségi média szerepét platformokra bontva, valamint a sportolók jelenlétének és a márkaépítés folyamatának fényében elemzi (Na, Kunkel, & Doyle, 2019). Mindezek mellett azt is vizsgálja, hogy miként tudják az ügynökségek, különösen a sport-specifikus social media marketing ügynökségek, stratégiai és marketingelméleti hátterüket használni az együttműködések kialakításához (Park, Williams, & Son, 2020).

A kutatás során kvalitatív és kvantitatív adatgyűjtési módszereket alkalmazok: elsősorban mélyinterjúkat sportmarketing ügynökségek szakértőivel és sportolói együttműködésekben érintett márkamenedzserekkel, másodsorban pedig szekunder adatokat, iparági jelentéseket és piaci elemzéseket veszek alapul. A vizsgálandó változók közé tartozik az együttműködés sikerének mértéke, az ügynökségi tevékenység jellemzői, a közösségi média platformok szerepe, valamint az előnyök és kihívások struktúrája. A mintába olyan sportmarketing ügynökségek és sportoló-márka párosítások kerülnek, ahol social media kampányok futottak és az ügynökség kifejezetten sporthoz kötött profilú. Az adatelemzés folyamatában tematikus elemzést (mélyinterjúkat) valamint statisztikai alapú megközelítést (kvantitatív adatokat) használok, amelyek lehetővé teszik a minták és összefüggések feltárását.

Az eredmények jól ábrázolják, hogy a sport-specifikus social media marketing ügynökségek kulcsszereplők lehetnek abban, hogy a sportolók személyes márkája és a márkák marketingcéljai közötti híd létrejöjjön: az ügynökségi szakértelem, a platformok célzott alkalmazása, valamint a sportoló közönséggel való autentikus kapcsolata mind olyan tényezők, amelyek sikeres együttműködést eredményeznek. Ugyanakkor a közösségi média használata kapcsán több kihívás is megjelenik, ilyen például a gyorsan változó algoritmus, a piac telítettsége, valamint az ügynökségek és sportolók felelőssége az átláthatóságban és hitelességben. A dolgozat igyekszik rávilágítani arra, hogy a sportolók és az ügynökségek akkor tudnak hosszú távú értéket létrehozni, ha stratégiaileg építik a sportoló-márka együttműködést.

Tóth Hanna

BGE Menedzsment Kar

A politikai marketing hatása a Z generációra a Facebookon és a TikTokon a 2024-es magyarországi európai parlamenti választáson

Témavezető: Balázsne Dr. Lendvai Marietta

A közösségi média az elmúlt másfél évtizedben alapjaiban alakította át a társadalmi kommunikációt, az információhoz jutás módját és a politikai részvétel formáit. Az internet megjelenése után a közösségi platformok, először a Facebook, majd a fiatalabb generációk körében a TikTok és az Instagram vált az információmegosztás és véleményformálás legfőbb terepévé. Ezek a felületek nem csupán a szórakozás vagy kapcsolattartás eszközei, hanem a politikai kommunikáció, a marketing és a közéleti diskurzus szerves részei is. Dolgozatom célja, hogy feltárjam, miként hat a közösségi média – különösen a Facebook és a TikTok – a Z generáció politikai érdeklődésére, véleményformálására és választási részvételére. A kutatás középpontjában az online politikai marketing áll, azon belül is, hogy milyen formában érzékelik a fiatalok a közösségi médiában megjelenő politikai tartalmakat, mennyire találják azokat meggyőzőnek és milyen mértékben befolyásolják ezek a platformok a politikai döntéseiket. A vizsgálat egy kérdőíves kutatásra épül, amely a 2024-es európai parlamenti választások kommunikációs környezetét elemzi a fiatalok médiatudatosságára és véleményformálási szokásaira koncentrálva.

17. Pénzügy és befektetések a modern gazdaságban szekció

Szekcióelnök: Dr. Fellegi Miklós

Tagok: Dr. Pocsai Erzsébet és Dr. Szennay Áron

Szerzők:

Bánki Bernadett Zsófia	A kriptovaluták és a részvénytőzsdék kapcsolata válsághelyzet előtt és alatt Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd
Baracsi Áron Lajos	A magyarországi családi vállalkozások pénzügyi dinamikájának vizsgálata eltérő makrogazdasági időszakok tükrében Témavezető: Dr. Denich Ervin, Dr. Hegedűs Szilárd
Detki Dávid	Prediktív modellek és alkalmazásuk a pénzügyi piacokon Témavezető: Dr. Gáspár Tamás
Holczmüller Dávid Ádám	A Dow Jones ipari index és részvényeinek empirikus árfolyamelemzése és optimális portfólió készítése Témavezető: Dr. Pollák Zoltán
Horváth Kornél	Az innováció finanszírozása – Kockázati tőkével finanszírozott hazai startup vállalatok jellemzőinek kvantitatív és kvalitatív vizsgálata Témavezető: Dr. Németh Krisztina, Dr. Ország Adrienn
Ördög Lajos Péter	A magyarországi szétválások jellemzői és pénzügyi hatásai Témavezető: Dr. Kucséber László Zoltán
Qin Weiwei	The Risk of a Balance-Sheet Recession and Private-Sector Deleveraging in China: Insights from Japan's Lost Decade Témavezető: Dr. habil. Koudela Pál
Wolf Balázs	Pénzügyi kockázatkezelés: A VAR és az ES mutatók vizsgálata ETF portfólió esetén Témavezető: Dr. Pollák Zoltán

Bánki Bernadett Zsófia

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

A kriptovaluták és a részvénytőzsdék kapcsolata válsághelyzet előtt és alatt

Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd

A kriptoeszközök az elmúlt évtized során jelentős piaci kapitalizációt értek el és egyre inkább részévé váltak a globális pénzügyi rendszernek. Ennek következtében indokolt felvetni azt a hipotézist, hogy a kriptovaluták és a részvénytőzsdéi hozamok statisztikai értelemben vett kölcsönhatásban állhatnak egymással. A dolgozatom pozitívista empirikus kutatásának központi célja az, hogy feltárjam, milyen kapcsolat mutatható ki a Bitcoin és az Ethereum, valamint a főbb részvénytőzsdéi indexek (S&P 500, Nasdaq 100) és egyes technológiai részvények (Tesla, NVIDIA), illetve fenntarthatóság fókuszú ESG indexhez kötött tőzsdén kereskedett alapok (ESGU - iShares ESG Aware MSCI USA ETF, SUSA - iShares MSCI USA ESG Select ETF) között a 2017–2024 közötti időszakban. Ennek a kutatási kérdésnek a megválaszolásához négy alhipotézist fogalmaztam meg, amelyek kontextusában értékeltem az eredményeim. A megközelítések érintették a válság időszakának hatását az okozati kapcsolatokra, majd a technológiai indexek és kriptovaluták közti kapcsolat került kiemelésre. Ezután az eredmények értékelése az egyedi technológiai részvények és az Ethereum kapcsolatát mutatta be, végül a fenntarthatósági ETF-ek és kriptovaluták közötti összefüggések kerültek értelmezésre.

A szakirodalom feldolgozásomat a kriptovaluták szerepének ismertetésével kezdtem a globális pénzügyi rendszerekben. Kutatásomhoz VAR alapú Granger-okozati keretet választottam a témában megvalósult kutatásokkal összhangban, így ezek elméletét mutattam be, kitérve azoknak elemzésben használt lépéseire. Ezt követően a válsághelyzet pénzügyi piaci befolyását ismertettem 2017-2024 között. Az idősorelemzési tesztekkel kapott eredményeimet változó páronként, kriptovaluta fókusszal, részvényindexfókusszal, ESG-ETF megközelítésből értékeltem válsághelyzet előtt és alatt, majd a teljes vizsgált időszakra vonatkozóan. Ezután eredményeimet összevettem a kutatási kérdésem hipotéziseivel és az ezen témában megjelent kutatások következtetéseivel. A Granger-eredmények eltérésének arányát tekintve az alperiódusok között az látszott érvényesülni, hogy jelentős a rezsimérzékenység, azaz a két alperiódus Granger-mintázata sok esetben különbözik, $\alpha = 1\%$ -on is.

Úgy gondolom, hogy a kutatásom, illetve jövőbeni lehetséges továbbvitele a gazdasági döntéshozók és nemzetközi portfóliókezelők segítségére lehet, hiszen a kriptopiactól és a részvénytőzsdék komplex kapcsolati összefüggéseinek feltárása elősegítheti a várható pénzügyi piaci változások előrejelzését.

Baracsi Áron Lajos

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

A magyarországi családi vállalkozások pénzügyi dinamikájának vizsgálata eltérő makrogazdasági időszakok tükrében

Témavezető: Dr. Denich Ervin, Dr. Hegedűs Szilárd

Jelen kutatás célja a magyarországi családi kis- és középvállalkozások pénzügyi teljesítményének, pénzügyi menedzsment sajátosságainak vizsgálata, illetve összehasonlítása a nem családi közvetlen iparági versenytársak teljesítményével, gyakorlataival két eltérő makrogazdasági szakaszban: a növekedéssel jellemezhető 2016 és 2019 közötti, illetve a külső sokkokkal terhelt 2020 és 2023 közötti időszakban.

A kvantitatív elemzések alapját egy 1062 vállalkozásból álló adatbázis képezte (531 családi minta és 531 kontrollminta vállalkozás), amelynek kialakítása az ORBIS, EMIS és OPTEN vállalati lekérdező rendszereire, valamint célzott megkeresésekre épült. A kialakított mintaszerkezetek visszatükrözik a KSH méret-, jogi forma-, székhely- és ágazati megoszlásai, időszaki megoszlásainak átlagát a reprezentativitás erősítésének érdekében. A pénzügyi menedzsment sajátosságok feltárásához egy kiegészítő online kérdőív került alkalmazásra (kvalitatív megközelítés). Az adatelemzésekhez IBM SPSS és az Amszterdami Egyetem JASP elemző szoftverei nyújtottak segítséget. Az adatfeltáró és következtető empirikus elemzések során leíró statisztikák, független és párosított nemparaméteres próbák, hatásméret, megbízhatósági mutatók, továbbá főkomponens- és klaszteranalízisek kerültek felhasználásra.

Az elemzések eredményei szerint a vizsgált időszakokban nem mutatkozott tartós és szignifikáns különbség a családi és nem családi vállalkozások dinamikus pénzügyi teljesítménymutatói között. Ugyanakkor a pénzügyi menedzsment több dimenziójában szignifikáns eltérések jelentek meg: a tervezési gyakorlatokban, a finanszírozási források és preferenciák terén, valamint a pénzügyi befektetési eszközök használatában. A likviditáskezelés területén részleges különbségek voltak azonosíthatók, azonban a beruházási attitűd esetében nem igazolódott következetes eltérés. A faktor- és klaszteranalízisek eredményei alapján a családi vállalkozások konzervatív, likviditási óvatosságot és erős tulajdonosi kontrollt preferáló profillal jellemezhetők, míg a nem családi vállalkozások inkább kiegyensúlyozottabb, részben fejlesztésorientált és rugalmasabb működési mintákat mutatnak.

Összességében megállapítható, hogy a családi tulajdon, identitás és kontroll nem társul következetesen jobb vagy gyengébb pénzügyi teljesítménnyel, ugyanakkor markáns eltéréseket eredményez a pénzügyi menedzsment gyakorlatokban, különösen a tervezés, a finanszírozás, a likviditáskezelés és a befektetési döntések területén.

Detki Dávid

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Prediktív modellek és alkalmazásuk a pénzügyi piacokon

Témavezető: Dr. Gáspár Tamás

A dolgozat a pénzügyi piacokon alkalmazott prediktív modellek működését vizsgálja, különös tekintettel arra, hogy milyen tényezők befolyásolják az előrejelzések pontosságát. A kutatás célja annak feltárása volt, hogy a különböző modellek elsősorban az LSTM és a Prophet milyen mértékben képesek megragadni a tőzsdei idősorok mintázatait, valamint hogyan viszonyulnak egymáshoz teljesítményük és alkalmazhatóságuk tekintetében.

A módszertan kvantitatív megközelítésre épült. A szekunder kutatás húsz nemzetközi szakirodalmi forrás elemzésével vizsgálta a prediktív modellek fejlettségét, adatfüggőségét és korlátait. A primer kutatás során Yahoo Finance adatok felhasználásával került sor előrejelzési modellek implementálására Python környezetben. A két kiválasztott modell teljesítményét RMSE, MAE és MAPE mutatókkal értékeltem, ezáltal összehasonlíthatóvá téve pontosságukat.

Az eredmények alapján az LSTM modell jelentősen pontosabban jelezte előre a részvényárfolyamok alakulását, mint a Prophet. Az LSTM jobban kezelte a tőzsdei adatok nemlinearitását és időbeli függőségeit, míg a Prophet elsősorban a trendeket és a szezonális hatásokat ragadta meg, de nehezen alkalmazkodott a nagyfrekvenciás piaci volatilitáshoz. A szakirodalmi forrásokkal összhangban ez a dolgozat is megerősítette, hogy a mesterséges intelligencián alapuló mélytanulási modellek általában felülmúlják a hagyományos idősolelemzési módszereket a pénzügyi előrejelzésekben.

A kutatás rávilágított arra is, hogy a prediktív modellek teljesítménye erősen függ az adatok minőségétől, a jellemzők kiválasztásától és a piaci környezet instabilitásától. A modellek alkalmazhatóságát továbbá olyan tényezők is befolyásolják, mint a túlillesztés veszélye vagy a modellek értelmezhetőségének korlátozottsága.

Összegzésként elmondható, hogy bár a prediktív modellek különösen az LSTM ígéretesek a pénzügyi előrejelzések területén, működésük számos gyakorlati és adatminőségi kihívással jár. A dolgozat megállapítja, hogy a pénzügyi piacok bonyolult dinamikája miatt továbbra sincs tökéletes modell, ugyanakkor a mélytanulási technikák fejlődése egyre pontosabb előrejelzési lehetőségeket kínál.

Holczmüller Dávid Ádám

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

A Dow Jones ipari index és részvényeinek empirikus árfolyamelemzése és optimális portfólió készítése

Témavezető: Dr. Pollák Zoltán

A dolgozat központi témája a Dow Jones Industrial Average (DJIA) index és annak részvényeinek statisztikai alapú vizsgálata, valamint egy empirikusan optimalizált portfólió összeállítása. A kutatás célja annak feltárása, hogy kizárólag idősoros adatok alapján előrejelezhető-e a részvények hozama, illetve létrehozható-e egy olyan portfólió, amely kedvezőbb kockázat-hozam arányt biztosít, mint maga a DJIA index. A vizsgálat során a szerző az idősor-elemzés eszköztárát – különösen az ARIMA-modellt és a Box-Jenkins módszertant – alkalmazta, kiegészítve regressziós modellekkel, kovariancia- és korrelációs mátrixokkal. A portfólióoptimalizálás alapját a Sharpe-mutató képezte, amely lehetővé tette a hozam és kockázat viszonyának objektív értékelését.

Az empirikus eredmények azt mutatják, hogy a DJIA index árfolyamváltozásai nagyrészt véletlenszerű, nehezen prognosztizálható folyamatokat követnek, ami összhangban áll a hatékony piacok elméletével. Ugyanakkor a statisztikai alapon kialakított, Sharpe-optimalizált portfólió bizonyos időszakokban jobb kockázat-hozam arányt ért el, mint az eredeti, árfolyamsúlyozású index. A kutatás rámutat arra, hogy a kvantitatív modellek képesek értékes információkat nyújtani a befektetési döntéshozatal során, ugyanakkor korlátaikat is szükséges figyelembe venni a piaci volatilitás és a véletlenszerű komponensek miatt. A dolgozat eredményei hozzájárulnak a statisztikai alapú portfólióépítés és a tőzsdeindexek hatékonyságának mélyebb megértéséhez, miközben gyakorlati példán keresztül szemléltetik a pénzügyi modellezés lehetőségeit és korlátait.

Horváth Kornél

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Az innováció finanszírozása – Kockázati tőkével finanszírozott hazai startup vállalatok jellemzőinek kvantitatív és kvalitatív vizsgálata

Témavezető: Dr. Németh Krisztina, Dr. Ország Adrienn

Az elmúlt években egyre nagyobb figyelem irányult a fiatal, gyors növekedésű vállalatokra, azaz a startupokra. E vállalkozások a bennük rejlő növekedési potenciál kiaknázása érdekében gyakran külső forrásból vonnak be tőkét, melyek közül az egyik leggyakoribb formát az intézményes kockázati tőke jelenti.

Kutatásomban a kockázati tőkével finanszírozott hazai startupok jellemzőit vizsgáltam. Elsősorban a befektetési, illetve tőkebevonási folyamat felépítését térképeztem fel, majd arra kerestem választ, hogy a kockázati tőke bevonása rövid távon kimutatható hatással van-e a startupok növekedésére.

A kutatás során kevert módszertant alkalmaztam, amely lehetővé tette a téma több szempontú megközelítését. Egyrészt kvalitatív kutatás keretében interjúkat készítettem olyan startupalapítókkal, akik az elmúlt években legalább egy kockázati tőke bevonási folyamaton végigmentek. A témát a másik oldalról is megvizsgáltam: interjút készítettem hazai kockázati tőkebefektető társaságok szakembereivel is. Ezek az interjúk segítettek megérteni, hogy hogyan zajlik a kockázati tőkebefektetés folyamata mind a befektetők, mind a startupok szemszögéből.

A kvalitatív megközelítést kvantitatív kutatás egészítette ki. Ennek során különböző forrásokból 146 magyar startup összesen 190 kockázati tőkefinanszírozását gyűjtöttem össze a 2015 és 2024 közötti időszakból. Az így létrehozott adatbázis lehetőséget adott a három kutatási kérdésemhez kapcsolódó öt hipotézis tesztelésére. A vizsgálat során elemeztem, hogy a kockázati tőke bevonása hatással van-e a startupok árbevételére, alkalmazotti létszámára és mérlegfőösszegére, továbbá azt is, hogy a finanszírozási összeg és az árbevétel-növekedés között fennáll-e pozitív kapcsolat. Emellett azt is megvizsgáltam, hogy a vállalatok alapításától az első befektetési körig (Pre-seed) eltelt idő tekintetében van-e különbség a budapesti és vidéki startupok között.

Az eredmények alapján a startupok árbevétele, mérlegfőösszege és létszáma szignifikánsan magasabb volt a finanszírozást követő évben, mint az azt megelőzőben. A Seed körös befektetések esetében továbbá pozitív, szignifikáns, közepesnél valamivel gyengébb korreláció mutatkozott a finanszírozás összege és az árbevétel növekedése között. Ugyanakkor az első körös befektetés megszerzéséig eltelt idő alapján nem volt kimutatható különbség a startupok között székhelyük – budapesti vagy vidéki – szerint.

Ördög Lajos Péter

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

A magyarországi szétválások jellemzői és pénzügyi hatásai

Témavezető: Dr. Kucséber László Zoltán

A vállalatok átalakulása a gazdasági környezetben gyakran előforduló jelenség, amely jelentős hatással van a cégek működésére, pénzügyeire és szervezeti felépítésére és ezen felül a gazdaság egészére is. Ezek a folyamatok nem csupán jogi események, hiszen ezek gyakran gazdasági megfontolásból történnek. A szétválás az átalakulás egyik formája, amely során egy szétváló gazdasági társaság vagyona több jogutód gazdasági társaság között oszlik meg. Ennek következtében a vállalat egyes tevékenységei elkülönülnek és új egységek jönnek létre, ami lehetővé teszi, hogy a vállalat fókuszáltabban működjön és optimalizálja működését.

A kutatás célja az, hogy hozzájáruljon a szétválások magyarországi sajátosságainak és azok gazdasági hatásainak mélyebb megértéséhez. A kutatás a hazai szétválási esetek általános és pénzügyi jellemzőit vizsgálja, különös tekintettel arra, hogy milyen következményekkel járnak a vállalatok pénzügyi teljesítményére nézve.

Ennek keretében a dolgozatomban két kutatási kérdésre keresek választ:

- 1) Mik a magyarországi vállalati szétválások általános jellemzői ?
- 2) Hogyan változik a vállalatok pénzügyi teljesítménye a szétválás után?

A kutatásom folyamán pénzügyi és nem pénzügyi mutatószámokat elemeztem, amelyek saját készítésű adatbázison alapulnak. Az adatbázis 10, 2022. júniusában megtörtént szétválási eseten alapul, amelyekhez az adatokat a cégek által a Cégek Közösségében közzétett szétválási közlemények és a cégek éves beszámolóit tartalmazzák.

A szétválások leggyakoribb módja a kiválás, és leggyakrabban a szolgáltatási ágazatban történik. A legtöbb esetben a vagyontöbbség több, mint 50%-a megmarad a jogelőd vállalatban. A kötelezettségeket csak kis mértékben vállalja át a jogutód vállalat. A szétválás után nem javult a jogelőd cégek saját tőkéhez viszonyított nyereségessége, míg a jogutód vállalatok esetében a szétválást követően pedig gyengébb volt, mint a jogelődöké. Az eladósodottság és a likviditás alakulására nem volt lényeges hatása a szétválásoknak, ezeket inkább a járvány miatt kialakult gazdasági helyzet alakította. A szétválások magyarországi esetei viszonylag kevésbé feldolgozott témának számítanak, ezért jelen munka a felvásárlások és szétválások hazai szakirodalmának bővítéséhez kíván hozzájárulni.

Qin Weiwei

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

**The Risk of a Balance-Sheet Recession and Private-Sector Deleveraging in China:
Insights from Japan's Lost Decade**

Témavezető: Dr. habil. Koudela Pál

Against the background of the continuous accumulation of debt and the in-depth adjustment in the real estate, China's economic growth has slowed down significantly after 2020, raising widespread concerns about its fall into a balance sheet recession (BSR). Based on Richard Koo's theoretical framework, this study builds three-system interactive models of "finance and real estate", "state and state-owned enterprise (SOE)" and "society and innovation" as well as carrying out a semi-quantitative comparative analysis of the cases of China and Japan, and systematically analyzes China's unique deleveraging path. Research shows that China has shown typical BSR symptoms, such as credit power failure in the private sector, but its adjustment path is fundamentally different from Japan's market-led "passive deflation", which is manifested as a unique "state-led balance sheet recession". The analysis reveals that, through quasi-fiscal intervention of state-owned sectors and policy banks, China has systematically transferred the leverage risk of the private sector to the public sector, thereby forming a unique model of "growth but not cleaning up". Although this model avoids a cliff-like economic decline in the short term, it also brings the long-term cost of delayed reform and the accumulation of structural risks. Therefore, whether it can break the negative cycle between the three major subsystems and vigorously promote structural reform while maintaining stability has become the key to China's avoidance of long-term stagnation.

Wolf Balázs

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Pénzügyi kockázatkezelés: A VAR és az ES mutatók vizsgálata ETF portfólió esetén

Témavezető: Dr. Pollák Zoltán

A globális pénzügyi piaci szereplők az elmúlt évtizedekben jelentős volatilitást és bizonytalanságot tapasztaltak, amely fokozott hangsúlyt helyezett a kockázatkezelés szerepére a befektetési döntések meghozatalában. A hagyományos kockázati mutatók, mint a szórás vagy a béta, bár fontos információt nyújtanak a portfóliók kockázati szerkezetéről, korlátozottan képesek kezelni a szélsőséges piaci mozgásokból eredő veszteségeket. E hiányosságok enyhítésére a modern pénzügyi gyakorlatban kiemelt jelentőséget kaptak a fejlettebb kockátmérési módszerek, különösen a Value at Risk (VaR) és az Expected Shortfall (ES). Míg a VaR meghatározott valószínűség mellett a maximális várható veszteséget becsüli, addig az ES a szélsőséges piaci események során elszenvedett átlagos veszteséget is figyelembe veszi, így érzékenyebb a tail risk-re.

A 2008-as pénzügyi válság tapasztalatai rámutattak, hogy a szabályozói keretrendszerek megújítására van szükség. Ennek eredményeként a Basel III keretrendszer részeként bevezetett FRTB reform a VaR alapú megközelítés helyett az ES alapú kockátmérést helyezte előtérbe, amely pontosabban tükrözi a ritka, de jelentős piaci sokkok hatását, és hozzájárul a pénzügyi rendszer stabilitásának növeléséhez.

A dolgozat célja a VaR és az ES elméleti és gyakorlati vonatkozásainak bemutatása, valamint összehasonlításuk a portfólióalkotás környezetében. Az empirikus vizsgálat során két eszközből álló portfólió – az S&P 500 részvényindex és egy amerikai kötvényindex – húsz év napi adatait elemzem. A különböző módszertanok alkalmazása lehetővé teszi annak vizsgálatát, hogy a VaR és az ES mennyiben képes stabil, megbízható kockázatbecslést nyújtani eltérő piaci környezetekben.

A kutatás eredményei hozzájárulnak a kockátmérési módszerek mélyebb megértéséhez és ahhoz, hogy a befektetők, kockázatkezelők és szabályozók tudatosabban választhassanak a kockázatkezelési eszköztár elemei közül a hatékonyabb portfóliókezelési döntések meghozatalához.

18. Számvitel, kontrolling, adó szekció

Szekcióelnök: Dr. habil. Sági Judit

Tagok: Dr. Siklósi Ágnes és Dr. Ilyés Csaba

Szerzők:

Ajtay Adrienn	A válságérintett nemzetgazdasági ágakban működő magyar mikro-, kis- és középvállalkozások jövedelmezőségének, tőkeszerkezetének és stabilitásának összefüggései Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd
Csókó Fanni	A számviteli etika és a számvitel rendjének megsértése az áfa tekintetében Témavezető: Dr. Kardos Barbara
Darabánt Márta Rebeka	Mennyit keres egy influencer? - Elemzés egy marketingügynökség 2024–2025-ös kampányadatai alapján Témavezető: Dr. Németh Krisztina, Dr. Ország Adrienn
Glasza Barbara Viktória	A termelővállalatok hozamát (teljesítményét) meghatározó tényezők iparágak közötti különbségeinek elemzése a feldolgozóipar és az építőipar összevetésében. Témavezető: Dr. Bán Erika, Dr. Ország Adrienn
Konrád Ramóna Szabina	Fogászati társaságok és egyéni vállalkozók komplex elemzésének vizsgálata Magyarországon Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd
Mihályová Karolína	Az offshore cégek gazdasági szerepe és hatása a globális és magyar adóelkerülésben Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd
Nagy Anett	Digitalizáció a számvitelben – veszély vagy lehetőség? Témavezető: Dr. Török Martina Zsófia
Szurgyiczki Enikő	A szálláshely szolgáltatásban működő társasági adóbevallást benyújtó cégek mutatóinak elemzése Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd

Ajtay Adrienn

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

A válságérintett nemzetgazdasági ágakban működő magyar mikro-, kis- és középvállalkozások jövedelmezőségének, tőkeszerkezetének és stabilitásának összefüggései

Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd

2025-ben a magyar MKKV-szektor a Covid-19 járvány, az energiaválság és az infláció együttes hatásait igyekszik versenyképességi intézkedésekkel, korszerűsítéssel és a pénzügyi tudatossága növelésével eredményessége javára fordítani. Kutatásom célja olyan pénzügyi mutatók közötti összefüggések vizsgálata, amelyek pontosabb képet adnak a magyar MKKV-k egyes csoportjainak pénzügyi helyzetéről, valamint annak időbeli alakulásáról a válságérintett ágazatokban és időszakokban. Hipotéziseimben az egyes időszakok, nemzetgazdasági ágak, illetve jövedelmezőség eltéréseire vonatkozó állításokat fogalmaztam meg a pénzügyi mutatók egyes meghatározott értékeinek függvényében. A kvantitatív kutatási módszertanhoz illeszkedően a hipotéziseket statisztikai módszerekkel elemeztem. Az egyes nemzetgazdasági ágak és a jövedelmezőség, illetve likviditás kapcsolatát varianciaanalízis segítségével vizsgálva arra a következtetésre jutottam, hogy az ágazatok közötti eltérések szignifikánsak, ugyanakkor a Covid-19 válságot követően többnyire mérséklődtek az eltérések néhány iparág kivételével. A tőkeáttétel, követeléskezelés, export és likviditás egyaránt hatással vannak az MKKV-k jövedelmezőségére, ezen mutatók között azonban eltérő erősségű statisztikai kapcsolat mutatkozott a Kruskal-Wallis H próba, majd Mann-Whitney U tesztek elvégzését követően. Végül a vállalkozások helyzetébe pontosabb bepillantást engedő pénzügyi mutatókból faktoranalízis segítségével három mesterséges változót képeztem, mely a külső környezetre, pénzügyi stabilitásra és pénzügyi hatékonyságra vonatkozó információkat tömörítve tartalmazza. Ezeket hierarchikus klaszteranalízis segítségével három jól elkülöníthető vállalati csoportot azonosítottam. A kvantitatív kutatási eredményeim mögötti jelenségeket, okokat kvalitatív kutatás keretében kapott mélyinterjúk segítségével mutattam be. Az elemzések következményeként kijelenthetem, hogy dolgozatomban egy pontos képet rajzoltam fel a magyar MKKV-k különböző pénzügyi mutatók mentén tapasztalható differenciálódásáról, mely mind belső fejlődési irányuk kijelöléséhez, mind hatékonyabb támogatásuk megvalósításához hasznos eredmény lehet. A kutatás a Kulturális és Innovációs Minisztérium Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, az Egyetemi Kutatói Ösztöndíj Program keretében valósult meg.

Csókó Fanni

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

A számviteli etika és a számvitel rendjének megsértése az áfa tekintetében

Témavezető: Dr. Kardos Barbara

Mindig is érdekelt, milyen összefüggés áll fenn a bűnözés és az etikai normák között, különösen a számviteli etika és a pénzügyi visszaélések esetében. Kutatásom során azt vizsgáltam, hogy az egyetemi szintű etikai képzés milyen szerepet játszhat az adóelkerülés és azon belül az áfacsalás visszaszorításában. Központi kérdésem az volt, hogy miként kapcsolódik össze a számviteli etika a számviteli szabályok megsértésével, valamint milyen hatással lehet a számviteli etika oktatása és tudatosítása az áfacsalás elleni küzdelemre, amely a gazdasági bűncselekmények egyik kiemelt formája.

A kutatás célja annak feltárása volt, hogy a számviteli etika oktatása milyen mértékben befolyásolja a szakemberek etikai érzékenységét és döntéshozatali folyamatait, továbbá milyen hatással lehet a pénzügyi bűncselekmények, különösen az áfacsalások számának csökkenésére. Ennek érdekében azt is vizsgáltam, hogy a jelenlegi számviteli etikai képzésben hallgatók és a gyakorló számviteli szakemberek miként ítélik meg a számviteli etika oktatásának jelenlegi helyzetét Magyarországon, milyen jelentőséget tulajdonítanak annak, és hogyan értékelik a kapcsolatát a gazdasági bűnözéssel, valamint az oktatás hosszútávú hatásait.

A kutatási adatok gyűjtésére anonim, online kitölthető, kvalitatív kérdőívet alkalmaztam, amelyben a válaszadók véleményét mértem fel a számviteli etika oktatásának fontosságáról, hatékonyságáról és a valós életben betöltött szerepéről, továbbá vizsgáltam etikai attitűdjeiket is. A célcsoportot a jelenleg számviteli képzésben részt vevő egyetemisták, valamint a már gyakorló szakemberek alkották.

A kutatás eredményei egyértelműen alátámasztották, hogy a számviteli szakemberek szükségesnek tartják az etikai oktatás bevezetését és erősítését a felsőoktatásban. Véleményük szerint ez nem csupán a szakmai elhivatottság és felelősségérzet növelését szolgálná, hanem jelentős mértékben hozzájárulhatna a gazdaság átláthatóságának és tisztaságának erősítéséhez is. Az etikai normák tudatosítása ugyanis hosszú távon segítheti a pénzügyi visszaélések, így az áfacsalások számának csökkenését, ezáltal pedig a gazdasági bűnözés visszaszorítását.

Darabánt Márta Rebeka

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Mennyit keres egy influencer? - Elemzés egy marketingügynökség 2024–2025-ös kampányadatai alapján

Témavezető: Dr. Németh Krisztina, Dr. Ország Adrienn

Kutatásom középpontjában az influencer marketing áll, azon belül is a nano-, mikro-, makro- és sztárinfluencerek díjazásának vizsgálata. Elemzésem alapját egy marketingügynökség 2024-es és 2025-ös magyarországi kampányainak valós adatai képezik. Célom annak feltárása, hogy miként alakul a különböző influencer kategóriák díjazása a közösségimédia-felületeken végzett tevékenységeik függvényében, valamint milyen eredményeket érnek el ezek a tartalmak. Tapasztalataim szerint az influencerek díjazásáról rendkívül kevés pontos információ érhető el, ezért különösen fontosnak tartom e terület kutatását.

Kutatásom kvalitatív és kvantitatív elemeket egyaránt tartalmaz annak érdekében, hogy a témát több oldalról és minél átfogóbban vizsgálhassam. A kvalitatív kutatás keretében a marketingügynökség két munkatársával készítettem interjút. Célom az volt, hogy feltárjam, hogyan épülnek fel az influencer kampányok a tervezéstől egészen a megvalósításig, milyen lépéseik vannak, és milyen elemekből állnak. A kutatást tovább gazdagítja saját gyakorlati tapasztalatom is: részt vettem egy, az ügynökség által szervezett influencer kampányban, mint influencer. Ennek célja az volt, hogy ne csupán külső megfigyelőként írjam le a folyamatokat, hanem személyes tapasztalatokkal is alátámasszam azokat. A kvantitatív adatgyűjtés során rendszereztem és elemeztem a kampányokhoz kapcsolódó konkrét adatokat, többek között a fizetett influencerek díjazását és az általuk elért eredményeket. Arra keresem a választ, hogy a különböző influencertípusok átlagosan milyen díjazásban részesülnek a különböző platformokon előállított tartalmaik után, milyen eredmények születtek az egyes tartalmak esetében, milyen tényezők befolyásolják az influencerek díjazását, továbbá, hogy mutatkozik-e eltérés a platformok és a tartalomtípusok között a díjazás tekintetében.

Kutatásom eredményei alapján megállapítható, hogy a fizetett influencerek a TikTok videók és az Instagram Reels tartalmak esetén kapták átlagosan a legmagasabb díjazást. Kapcsolatvizsgálat azt is kimutatta, hogy bizonyos tartalomtípusoknál a nagyobb követőszámmal rendelkező influencerek átlagosan magasabb díjazásban részesültek. Emellett az elemzés arra is rávilágított, hogy a vizsgált tartalomtípusok díjazásai szignifikánsan eltérnek egymástól: átlagosan a TikTok videók bizonyultak a legdrágábbnak, ezt követték az Instagram Reels tartalmak, majd az Instagram posztok, míg a legalacsonyabb átlagos díjazással az Instagram storyk rendelkeznek.

Glasza Barbara Viktória

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

A termelővállalatok hozamát (teljesítményét) meghatározó tényezők iparágak közötti különbségeinek elemzése a feldolgozóipar és az építőipar összevetésében

Témavezető: Dr. Bán Erika, Dr. Ország Adrienn

Dolgozatomban a feldolgozóipari és építőipari vállalatok hozamát meghatározó tényezők közül az exportteljesítmény hatását – az értékesítés nettó árbevétele és az exportértékesítés nettó árbevétele alapján –, valamint a hozzáadott érték és az anyagköltség közötti összefüggést vizsgáltam, amelyből anyagköltség-hányadokat képeztem. Céлом az volt, hogy feltárjam, hogy milyen módon befolyásolták ezek a tényezők a két iparág teljesítményét, illetve, hogy milyen különbségek figyelhetők meg a vállalatméretek között a 2010-2023-as időszakban.

Dolgozatom két fő részre tagolódik. Az első részben a kutatásomat megalapozó átfogó szakirodalmi feldolgozást végeztem, bemutatva a termelés fogalmi kereteit, valamint a termelővállalatokra jellemző hozamkategóriákat. Mindemellett bemutattam olyan tényezőket is, amelyek bár nem képezték az elemzéseim részét, viszont elméleti szempontból rendkívül jelentőségteljesek és kiegészítik a kutatásom eredményeit.

A Központi Adatbázis adatai jelentették az alapját a kutatásnak, amely adatok felhasználásával egy összetett elemzést valósítottam meg, amelynek fókuszában a két iparág sajátosságainak összehasonlítása állt. A kutatás során pedig arra a következtetésre jutottam, hogy az egyes iparágakban más-más tényezők dominálnak a hozam alakulásában. Az exportteljesítmény elemzése lehetőséget adott annak feltárására, hogy az iparágak nemzetközi piaci jelenléte mennyire hat ki a teljesítményükre. Továbbá fontosnak tartottam annak a feltérképezését is, hogy milyen kapcsolat figyelhető meg az anyagköltség és a létrehozott hozzáadott érték között. Ezen elemzés elvégzésével megérthetővé vált, hogy az egyes vállalatméretek és iparágak hogyan tudnak gazdálkodni az erőforrásaikkal és milyen mértékben képesek abból hozzáadott értéket létrehozni.

A kutatásom eredményei hozzájárulnak a magyar gazdaság szerkezeti sajátosságainak mélyebb megértéséhez. Több évre kiterjedő adatok feldolgozásával lehetővé válik hosszú távú trendek és ipari sajátosságok megfigyelése, amely segítségével pontosabban beazonosíthatók olyan kulcstényezők, amelyek hozzájárulnak a magyar termelővállalatok versenyképességének erősítéséhez és a gazdasági stabilitás fenntartásához.

Konrád Ramóna Szabina

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

**Fogászati társaságok és egyéni vállalkozók komplex elemzésének vizsgálata
Magyarországon**

Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd

A dolgozat a Magyarországon működő fogászati cégek gazdálkodásával foglalkozik. A dolgozat bemutatja a nemzetközi, európai, és hazai trendeket. A kutatási részben a teljes magyar fogászati szektor elemzésre és értékelésre kerül. A kutatás módszertana leíró statisztikai elemzésekre, többváltozós statisztikai módszerekre támaszkodik. A dolgozat eredményeképpen képet kaphatunk a magyar fogászati társaságok pénzügyi, vagyoni és jövedelmezőségi helyzetéről, amelyet cégforma, alapítás éve és földrajzi elhelyezkedés alapján árnyalunk.

Mihályová Karolína

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Az offshore cégek gazdasági szerepe és hatása a globális és magyar adóelkerülésben

Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd

A dolgozat témaválasztását a globális adóverseny és a vállalati adóelkerülés növekvő gazdasági és társadalmi hatásai indokolták. A multinacionális vállalatok adóoptimalizálási gyakorlata ma már nemcsak fiskális, hanem versenyképességi kérdés is. A kutatás célja annak feltárása, hogy az offshore struktúrák miként torzítják az adóalapot, és hogyan befolyásolják Magyarország adóbevételeit és fiskális mozgásterét.

A dolgozat két hipotézist vizsgál:

(H1) Az offshore működés érdemben torzítja a globális és a magyar adórendszer bevételi szerkezetét, mivel a nyereség jelentős része alacsony adóterhelésű országokban realizálódik.

(H2) Az offshore profitkiáramlás hosszú távon csökkenti Magyarország tényleges adóbevételi potenciálját és fiskális stabilitását.

Az OECD becslése szerint a profitátcsoportosítás miatt évente a világ társasági adóbevételeinek 4–10%-a, mintegy 100–240 milliárd USD vész el, ami jól érzékelteti a jelenség súlyát.

A kutatás kvalitatív módszertannal készült, nemzetközi szakirodalom, OECD- és EU-jelentések, valamint magyar intézményi források feldolgozásával. Az empirikus rész két szintre épül: nemzetközi esettanulmányok (Apple, Starbucks, IKEA) és magyar vállalati példák (MOL Nyrt., Magyar Suzuki Zrt.) elemzésére. A vizsgálat kiegészült a Visegrádi országok társasági adóstruktúráinak összehasonlításával, amely lehetővé tette a magyar adópolitika regionális értékelését.

Az eredmények szerint az offshore struktúrák torzítják az adóbevételek földrajzi eloszlását, és gyengítik a fiskális önfinanszírozást. Magyarország 9%-os adókulcsa erősíti a befektetői vonzerőt, ugyanakkor hosszú távon szűkítheti a költségvetési mozgásteret, ha nem társul hozzá hatékony adóalap-védelem. A V4-országok elemzése alapján a progresszív adómodellek (pl. Szlovákia) nagyobb fiskális rugalmasságot biztosítanak a globális adóversenyben.

A dolgozat gazdaságpolitikai következtetése, hogy a versenyképesség és a méltányos közteherviselés közötti egyensúly csak tudatos, hosszú távú adópolitikai stratégia mellett tartható fenn. A kutatás eredményei hozzájárulnak ahhoz, hogy Magyarország fenntartható, értékteremtésre épülő adópolitikai modellt kialakítson a globális adóverseny kihívásai között.

Nagy Anett

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

Digitalizáció a számvitelben – veszély vagy lehetőség?

Témavezető: Dr. Török Martina Zsófia

A kutatást (a címben is megjelenő) két fő kérdés köré építem:

1. Milyen digitális számviteli lehetőségek állnak rendelkezésre 2025-ben a szakemberek és a vállalkozások számára?
2. Milyen veszélyeket rejt a digitális megoldások használata? Hogyan kerülhetjük el ezeket a veszélyeket?

A kutatás során kvalitatív és kvantitatív módszereket egyaránt alkalmazok. A szakirodalmi áttekintést követően kérdőív és interjúk segítségével szeretném megismerni azon szakemberek véleményét, akik mindennapi munkájuk során használják a digitális megoldásokat.

Az elmúlt évtizedekben a globalizáció térnyerésével párhuzamosan intenzív átalakulás kezdődött meg, melynek meghatározó részét jelentette a digitalizáció széleskörű megjelenése mind a gazdasági, mind pedig a társadalmi folyamatokban. A kutatás célja, hogy megvizsgáljam, hogy milyen új digitális megoldások állnak a számvittel foglalkozó szakemberek és a vállalkozások rendelkezésére, melyek megkönnyítik a mindennapi folyamatokat. A dolgozatban másrészt arra keresem a választ, hogyan látják a szakemberek milyen veszélyeket rejtenek ezek a megoldások, és hogyan küszöbölhetőek ki ezek a veszélyek (megfelelő szabályozási környezet, tudatos használat, megfelelő háttérismeret). Továbbá megvizsgálom azt is, hogy a szakemberek hogyan látják a vállalkozások felkészültségét és a számukra felmerülő veszélyeket és lehetőségeket.

A vizsgálat alapján az látható, hogy a szakemberek számára ezekben a kérdésekben differenciált az álláspont. A szakmai tapasztalat, az életkor és a tevékenységi kör régiója egyaránt befolyásoló tényező lehet. A vállalkozások tekintetében úgy vélik, hogy sok tényező (vállalkozás mérete, pénzügyi helyzet, regionális elhelyezkedés, tevékenységi kör) befolyásolhatja a digitalizáció mértékét, és a digitális megoldások által kihasznált lehetőségeket és esetleges veszélyeket. Azonban az interjúban megkérdezett szakemberek egyetértettek abban, hogy a globalizáció által előidézett digitális átalakulás a szakmától és a vállalkozóktól is folyamatos tanulást és fejlődést kíván.

Szurgyiczki Enikő

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

**A szálláshely szolgáltatásban működő társasági adóbevallást benyújtó cégek
mutatóinak elemzése**

Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd

A kutatás célja a turizmus ágazatának pénzügyi teljesítményének és ellenálló képességének vizsgálata 2008 és 2023 között, különös tekintettel a külső sokkok, így a 2008-as globális pénzügyi válság, a COVID–19 járvány és az orosz–ukrán háború hatásaira.

A szakirodalmi rész áttekinti a turizmus gazdasági szerepét, szerkezeti sajátosságait és sérülékenységét a makrogazdasági változásokkal szemben.

Az empirikus kutatás idősoros elemzésre épül, a Nemzeti Adó- és Vámhivatal adatbázisából származó, társasági adóbevallást benyújtó vállalkozások aggregált pénzügyi adatai alapján. Az elemzés a jövedelmezőség, likviditási és hatékonysági mutatók vizsgálatán keresztül értékeli a szálláshely-szolgáltatásban működő vállalkozások teljesítményét mikro-, kis-, közép-, nagyvállalati és nemzetgazdasági szinten. A vizsgálat célja a különböző méretkategóriák pénzügyi stabilitásának és alkalmazkodóképességének összehasonlítása különösen a válságok időszakában, emellett a szektor ellenálló képességének feltárása.

19. Turizmus és fenntartható fogyasztói trendek szekció

Szekcióelnök: Dr. Debreceni János

Tagok: Dr. Kovács Edina és Fábián Tamás

Szerzők:

Berczeli Ágnes	A holisztikus ember csodája Témavezető: Dr. habil. Marosán Bence, Dr. Szalók Zsófia Csilla
Nagy Bettina	Már megint mit akarnak megetetni velünk? - Algák a tányérunkon Témavezető: Dr. Biró Lóránt, Dr. habil. Lugasi Andrea Judit
Sarkar Apurba	The impact of eco-anxiety on Gen Z tourists' willingness to pay for sustainable tourism in Hungary: A theory of planned behavior approach Témavezető: Szabóné Dr. Erdélyi Éva, Dr. Talukder Saurav Chandra
Schenk Benjámín Bendegúz	A Mária Út Egyesület gazdálkodási és fenntarthatósági modelljének vizsgálata. Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd
Takács Nóra	Munka, szabadidő, jóllét: A bleisure turizmus komplex megközelítése a kínálati szereplők perspektívájából Témavezető: Dr. Boros Kitti
Tomosi Nóra	Indusztriális kalandok: Az ipari turizmus vonzereje és jövője Témavezető: Sipos Erika

Berczeli Ágnes

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

A holisztikus ember csodája

Témavezetők: Dr. habil. Marosán Bence és Dr. Szalók Zsófia Csilla

A kutatás választ keres arra a kérdésre, hogy mi működik, mi miért nem, és mire van szükség a vidékre költözött újrakezdők berkeiben, akik közösségileg igyekeznek boldogulni különféle helyszíneken, harmóniában a természettel?

A használt kutatásmódszertan: primer kvalitatív mélyinterjúk és szekunder források (ajánlott szakirodalom, könyvtári könyvek, internetes felületek, kvantitatív adatok) egyrészt; másrészt inductív azaz megfigyelés alapú, melynek primer tapasztalati része a Gyüttment Fesztivál volt; harmadrészt deduktív azaz a megszerzett információk alapján következtetéseket levonó.

Az eredmények röviden: a fenntartható élethez való átálláshoz (transition into sustainability) a globális együttgondolkodás elengedhetetlen, melyet lokális léptékkal és eszközökkel tudunk megcselekedni interdiszciplináris együttgondolkodással. Az eszközök, amivel ez elérendő: baráti kapcsolatok, ökológiai közgazdaságtan, permakultúra alapú mezőgazdaság, GPI (Genuine Progress Indicator) és a HDI (Humán Fejlődési Index), a Föld Charta (Earth Charta) elveinek alkalmazása, sőt akár jogi szintre emelése; SDG (Fenntartható Fejlődési Célok) szemlélet és a Next Generation EU keret; az iparágak átalakítása: vízhajtású autók megalkotása illetve elektronikussá átszerelő autóműhelyek, ipari kender termesztése fakitermelés helyett; országos adatbázis létrehozása, amely listázza az őstermelőket, ökotudatos helyeket, oktatási színtereket, zöld szervezeteket, fórumokat, biciklis és lovas útvonalakat az átláthatóság érdekében; a nemzetközi hálózati kapcsolatok átalakítása lokális önfenntartó csoportokba való átállással, amelyek képesek ellátni a helyi lakosságot - homogén és idegen tömegből átlátható és barátságos oázisok kialakítása közösségszervező és fejlesztő módszerek segítségével, avagy: vidékfejlesztés ökoturizmussal. A csoda az a holisztikus ember modell, aki képes egészségesen élni: harmóniában a természettel, társas kapcsolatai berkeiben kiteljesedve, gazdaságilag fenntarthatóan, jól élve, boldogan, biztonságban; a nélkül, hogy a GDP mókuskerekét kellene hajtania a még több profit reményében egy aránytalan gazdasági világversenyben, mintha ne lenne más választása, mintha a pénz jelentené a biztonságot és minden úr betöltését. A kutatott helyszínekkel való együttműködés keretében holisztikus helyszínek kialakítása a cél. Mi lenne, ha a minőség és a tisztességessé válás bizalmi tere kiváltaná a félelem alapú versenyt, ami egészséges együttműködésre formálható volna?

Nagy Bettina

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Már megint mit akarnak megetetni velünk? - Algák a tányérunkon

Témavezetők: Dr. habil. Lugasi Andrea Judit és Dr. Biró Lóránt

A kutatásom célkitűzése az alga alapú élelmiszerek piacának feltárása, a fogyasztók véleményének, attitűdjeinek megismerése az algákkal kapcsolatban, valamint valódi, algával készült ételek iránti fogyasztói preferenciák megismerése. Kutatásom során célom volt algával készült valódi ételek iránti fogyasztói reakciók és preferenciák vizsgálata, beleértve az íz, textúra, ár-érték arány és egyéb releváns tényezők elemzését. Szakirodalmi adatok alapján bemutattam az algák táplálkozási előnyeit, esetleges hátrányait, általában a fogyasztók véleményét és ismereteit az algákról, mint élelmiszer-összetevőkről. Önálló kutatási célkitűzésem az alábbi kérdések megválaszolásával kívántam elérni:

- Milyen a magyar fogyasztói attitűd a mikroalgákkal kapcsolatban?
- Milyen a fogyasztói megítélése algával készült élelmiszereknek, ételnek?
- Milyen, algát tartalmazó élelmiszerek érhetők el jelenleg a hazai piacon?

A primer kutatásom során három módszert alkalmaztam. Polcfelmérést végeztem, mely során a Magyarországon forgalomban lévő, algát tartalmazó élelmiszereket, beleértve az étrend-kiegészítőket is, kutattam fel. Fogyasztói kérdőívet készítettem, mely az algafogyasztással kapcsolatos attitűdöket vizsgálta. Három különböző, mikroalgával dúsított termék, keksz, szósza és tésztaétel érzékszervi bírálatát szerveztem meg. A termékek különböző koncentrációban *Chlorella vulgaris* és *Tetraselmis chuii* mikroalgákkal voltak dúsítva, az érzékszervi jellemzők mikroalgát nem tartalmazó kontroll mintákhoz hasonlítva kerültek értékelésre.

A kutatás során arra az eredményre jutottam, hogy mintegy 505 mikroalgát tartalmazó étrend-kiegészítő került bejelentésre Magyarországon 2005-2025 júniusa közötti időszakban. Megállapítottam, hogy az algával dúsított hagyományos élelmiszerek jelenlegi piaca nem túl nagy, kevés termék érhető el, az algát - leggyakrabban a *Spirulina*-t - főként színezékként és nem aktív összetevőként alkalmazzák élelmiszerekben. Kérdőíves felmérésem alapján elmondható, hogy a magyar fogyasztók egy része nyitott az algával dúsított élelmiszerekre, véleményüket azonban jelentősen befolyásolják a termékek érzékszervi tulajdonságai, például ízük, színük, utóízük. A hazai fogyasztók nem érzik magukat túl tájékozottnak a mikroalgák tulajdonságaival összefüggésben. Az érzékszervi vizsgálatok alapján elmondható, hogy az algával dúsított élelmiszerek fogyasztói elfogadottsága jelentősen függ az élelmiszer típustól és a felhasznált alga érzékszervi jellemzőitől is.

Sarkar Apurba

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

The impact of eco-anxiety on Gen Z tourists' willingness to pay for sustainable tourism in Hungary: A theory of planned behavior approach

Témavezetők: Szabóné Dr. Erdélyi Éva és Dr. Talukder Saurav Chandra

In today's competitive business world, environmental concerns increasingly shape marketing strategies in the tourism industry. Consumers, especially Generation Z travellers, are responsive to ecological considerations, and eco-anxiety has emerged as a significant psychological factor that may influence their behaviour. By employing eco-psychological factors and the Theory of Planned Behaviour (TPB), this study aims to examine how eco-anxiety (EA) influences young Hungarian tourists' willingness to pay (WTP) for sustainable tourism. Notably, it also investigates the mediating role of attitudes, subjective norms, and perceived behavioural control in shaping the Gen Z intentions to select sustainable tourism options.

The study employed a quantitative approach and developed a questionnaire by adapting standardised measurement instruments for each latent construct from earlier studies to fit the research context. Data were collected from 358 respondents in Hungary and analysed using Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM) in SmartPLS 4. Results reveal that Eco-anxiety has a significant and positive influence on Gen Z's attitudes, subjective norms, and perceived behavioural control. Moreover, attitudes, subjective norms, and perceived behavioural control have a positive and significant relationship with WTP. However, EA does not show any direct impact on WTP for sustainable tourism. Rather, the result shows that the relationship between EA and WTP is fully mediated by attitudes, perceived behavioural control and subjective norms.

By incorporating eco-psychological factors into the TPB framework, the study contributes valuable insights to the existing literature and provides meaningful guidance to tourism stakeholders and policymakers for promoting sustainable tourism practices in Hungary.

Schenk Benjámín Bendegúz

BGE Pénzügy és Számvitel Kar

A Mária Út Egyesület gazdálkodási és fenntarthatósági modelljének vizsgálata

Témavezető: Dr. Hegedűs Szilárd

A vallásturizmus napjainkban a turizmus egyik dinamikusan fejlődő ágazata, amelyben Magyarország és a közép-európai térség is egyre hangsúlyosabb szerepet tölt be. A Mária Út – mint több mint 2000 km hosszú, nemzetközi zarándok- és turistaúthálózat – egyszerre vallási, kulturális és közösségi kezdeményezés, amely civil egyesületi formában működik. Dolgozatom célja a Mária Út Közhasznú Egyesület erőforrás-ökoszisztémájának bemutatása, különös tekintettel az önkéntes hálózat szerepére, a társadalmi tőke dimenzióira és az önkéntes munka pénzbeli értékére, illetve ezek kapcsolatára a szervezet pénzügyi fenntarthatóságával.

A kutatás kvalitatív társadalomtudományi módszertanra épül: dokumentum- és tartalomelemzést végeztem a Mária Út 2024. évi programjai, beszámolóí, online kommunikációja és belső anyagai alapján. A 2024-ben megvalósult 163 eseményt hat fő eseménytípusba soroltam (1Úton Nemzetközi Zarándoknap, beavató zarándoklatok, tematikus zarándoklatok, média- és kommunikációs programok, maraton/teljesítménytúrák, egyéb alkalmi események), majd az ezekhez kapcsolódó önkéntes tevékenységeket hat munkakörbe rendeztem. A munkaköröket a FEOR'08 szerinti kategóriákhoz illesztettem, és a KSH 2024. évi béradatai alapján, helyettesítési költség módszerrel becsültem meg az önkéntes munka óradiját és összértékét.

Az eredmények azt mutatják, hogy a Mária Út működése kettős szerkezetet követ: egyrészt a heti rendszerességgel megvalósuló beavató zarándoklatok és rádióműsorok biztosítják a folyamatos jelenléte és közösségépítést, másrészt az éves csúcspontot jelentő nagyrendezvények (különösen az 1Úton Nemzetközi Zarándoknap és a nagyobb teljesítménytúrák) koncentrált logisztikai és szervezési erőforrásokat igényelnek. A számítások szerint a 2024-ben teljesített önkéntes munkaórák forintosított értéke mintegy 10 millió forint nagyságrendű, ami jól érzékelteti, hogy az önkéntesek hozzájárulása a személyi jellegű ráfordítások jelentős tehermentesítését jelenti, és a szervezet számára olyan „láthatatlan” kapacitást biztosít, amelyet piaci alapon nehéz lenne finanszírozni.

A dolgozat következtetése, hogy a Mária Út Közhasznú Egyesület működése nemcsak turisztikai és lelkipásztori szempontból jelentős, hanem a civil fenntarthatóság és a társadalmi tőke szempontjából is mintaszerű. A stabil önkéntes bázis, a rendszeres programstruktúra és a kiterjedt kapcsolati háló együtt olyan erőforrás-ökoszisztémát alkot, amely a vallásturizmus hazai fejlesztésének is fontos pillére. A dolgozat gyakorlati javaslatokat is megfogalmaz az önkéntes munka tudatosabb mérésére, a társadalmi tőke szisztematikusabb bemutatására és arra, hogy ezek az eredmények hogyan építhetők be a jövőbeni pályázati és stratégiai kommunikációba.

Takács Nóra

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

**Munka, szabadidő, jóllét: A bleisure turizmus komplex megközelítése
a kínálati szereplők perspektívájából**

Témavezető: Dr. Boros Kitti

Magyarországon az elmúlt öt évben egyre nagyobb teret hódít meg a hivatásturizmust befolyásoló trend, a bleisure turizmus. A bleisure turizmus a hivatás- és szabadidős turizmus ötvözete. A bleisure turizmus lényege, hogy az utazók üzleti útjaikat szabadidős elemekkel egészítik ki, ezáltal meghosszabbítva tartózkodásukat. Rendkívül aktuális, mivel 2022-ben a bleisure turizmus piacát 315,3 milliárd dollárra becsülték, azonban ez a szám 2032-re várhatóan 731,4 milliárd dollárra nőhet (navan.com, 2025). Ennek ellenére a téma hazai szinten alulkutatott, ezért Magyarország és Budapest kontextusában mélyrehatóan érdemes foglalkozni vele. Tudományos munkámban a hivatásturizmus, a bleisure turizmus és testi-lelki jóllét kapcsolatának vizsgálatát helyezem a középpontba budapesti fókusszal. Kutatási rést jelent a bleisure turizmus és a testi-lelki jóllét kapcsolata és egymásra gyakorolt hatása. A kutatásban emellett kitérek a Budapestre érkező bleisure turisták szabadidős igényeinek feltárására is. Mindezek alapján a következő kutatási kérdést fogalmaztam meg, melyre primer kutatásom során a választ keresem:

K: Miért játszik meghatározó szerepet a Budapestre érkező bleisure utazók döntéseiben a testi-lelki jóllét fenntartása a szolgáltatások igénybevételekor?

K1: Hogyan nyilvánul meg a Budapestre érkező bleisure utazók körében a testi-lelki jóllét jelentősége, amikor szolgáltatásokat vesznek igénybe?

K2: Milyen kínálati elemek keltik fel a bleisure utazók érdeklődését a budapesti helyszínek és utazásszervezők ajánlatában a szellemi és testi jóllétük megőrzésének érdekében?

Kutatási kérdéseim megválaszolására kvalitatív kutatómódszertannal keresem a válaszokat. Annak érdekében, hogy a kutatásom relevánsnak bizonyuljon és átfogó képet kapjak a bleisure turisták igényeiről félig strukturált szakértői interjúkat készítek a kínálati szektor képviselőivel. Összesen 19 darab szakértői interjú készítek a hazai hivatásturizmus kínálati szereplőivel. Várhatóan még nem túl elterjedt a bleisure turisták jólléti igényeire való tudatos fókuszálás, mely az irányzat hazai környezetben való újszerűségére vezethető vissza. A kutatás eredményei értékes gyakorlati és elméleti információkat nyújthatnak a szolgáltatói szektor résztvevőinek, ugyanis a budapesti szolgáltatók nagymértékben fókuszálnak a nemzetközi megrendelőkre, ezért fel kell készülniük az esetleges igényekre és elvárásokra. A kutatás eredményei gyakorlati javaslatokként szolgálhatnak a kínálati szektor számára.

Tomosi Nóra

BGE Nemzetközi Gazdálkodás Kar

Indusztriális kalandok: Az ipari turizmus vonzereje és jövője

Témavezető: Sipos Erika

A turizmusnak rengeteg fajtája létezik motivációk és desztinációk tekintetében, melyek között akad egy egyedi élményt nyújtó és kevesek által ismert: az ipari turizmus. Az ipari forradalmaknak köszönhetően számtalan ipari létesítmény jött létre, melyek döntő többségében már nem folyik termelés: romosan, elhagyatottan és üresen állnak a helyükön. Az utóbbi évtizedben felmerült a kérdés, hogy lehetne-e rehabilitálni őket, illetve a még ma is aktívan működő létesítményekkel együtt eredményesen bevonni a mai ember életébe. Amikor először elkezdtem a témának utánaolvasni, meglepődve láttam, hogy külföldön egészen elterjedt az ipari helyszínek turizmusba történő bevonása, ezáltal hajtott a kíváncsiság, hogy mi a helyzet hazánkban.

Kutatásom során kerestem a választ arra, hogy van-e a magyar lakosságnak elegendő információja az ipari turizmusról, valamint, hogy mi motiválja a turistákat az ipari helyszínek látogatására. Hipotéziseim között szerepelt, hogy a hazánkban élő fiatalok nyitottak és érdeklődnek a látogatható ipari létesítményekkel kapcsolatban. Emellett felvettem azt is, hogy van erre kereslet a magyarok körében, és várhatóan a jövőben ez a tendencia tovább fog nőni.

A szakirodalmi feldolgozás során utánajártam az ipari turizmus fogalmának, típusainak, pozitív és negatív hatásainak, továbbá néhány európai és hazai sikeres példa bemutatásával érzékeltettem az ipari turizmus által nyújtott egyedi élmények tárházát. Kutatásom fő részét a primer kutatás adta, mely során kvalitatív és kvantitatív kutatást is alkalmaztam, hogy minél átfogóbb és részletesebb képet kaphassak. A kvalitatív kutatás részeként a kínálati oldal álláspontját szerettem volna megismerni. Ehhez mélyinterjúkat készítettem, hiszen így a szakmában jártas emberektől szerezhettem tudást, illetve személyes tapasztalatokat tudtak velem megosztani azzal kapcsolatban, hogy milyen az ipari turizmus helyzete Magyarországon, milyen vonzerőkkel és programokkal próbálják felkelteni a látogatók érdeklődését. Kvantitatív kutatásom során a keresleti oldal meglátásaira és élményeire voltam kíváncsi, így egy online kérdőívet osztottam meg a potenciális és tényleges turistákkal, amelyben többféle értékelő, feleletválasztós és saját élmények megosztására alkalmas kérdéssort állítottam össze.

Mind a keresleti, mind a kínálati oldalról érkezett válaszok segítségével fel tudtam térképezni, hogy mi jellemző az ipari turizmusra hazánkban. Mindezek mellett a várható eredmények és következtetések rámutatnak a turisták fő motivációira és elvárásaira egy ipari létesítmény látogatása során, valamint összefoglalják mindazt, amit a lakosság gondol az ipari létesítmények turizmusba történő bevonásáról.

Szervező



Támogatók

