

**KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA
GYÖNGYÖS**

INTÉZMÉNYI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIA

rezümé kötet

Gyöngyös, 2008. november 6.

**Károly Róbert Főiskola
Tudományos Diákköri Tanács**

Elnök:

Prof. Dr. Dinya László egyetemi tanár

Titkár:

Rajna Renáta

Tagok:

Gazdálkodási Kar

Tamus Antalné Dr. főiskolai tanár

Szabó Anna hallgató

Fecskovics Dávid hallgató

Agrár és Vidékfejlesztési Kar

Abayné Dr. Hamar Enikő főiskolai docens

Biró Zoltán hallgató

ISBN 978-963-87831-6-5
(csak kinyomtatott kiadásra!)

Felelős kiadó: Dr. Dinya László
Műszaki szerkesztő: Lakatos Márk, Rajna Renáta
Készült a Károly Róbert Nonprofit Kft. Digitális Nyomdaüzemében 100 példányban

TARTALOMJEGYZÉK

A konferencia programja	5.
Gazdálkodási Kar	
Marketing szekció	7.
Menedzsment, gazdálkodás szekció	14.
Számvitel- vállalati gazdálkodás szekció	21.

A KONFERENCIA PROGRAMJA
2008. november 6.

14⁰⁰ **Megnyitó** Dr. Magda Sándor
„A” épület 2.203 szeminárium egyetemi tanár, rektor

14¹⁵ **Szekcióülések**

Marketing szekció

2.202 szeminárium

Elnök: Tamus Antalné Dr. főiskolai tanár

Tagok: Domán Szilvia adjunktus

 Galgóczy-Németh Andrea tanársegéd

Titkár: Szabó Anna hallgató

Menedzsment, gazdálkodás szekció

2.206 szeminárium

Elnök: Dr. Piros Márta főiskolai tanár

Tagok: Dr. Fábíán Gyula főiskolai tanár

 Zakár Tivadar adjunktus

Titkár: Andrejkovics János hallgató

Számvitel- vállalati gazdálkodás szekció

2.208 szeminárium

Elnök: Dr. Racskó Péter egyetemi docens

Tagok: Katonáné Dr. Erdélyi Edit főiskolai docens

 Kurcsinka Tamásné főiskolai docens

Titkár: Németh István hallgató

16⁰⁰ **Eredményhirdetés**
„A” épület 2.203

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA
GAZDÁLKODÁSI KAR

MARKETING SZEKCIÓ

Elnök: Tamus Antalné Dr. főiskolai tanár
Tagok: Domán Szilvia adjunktus
Galgóczy-Németh Andrea tanársegéd
Titkár: Szabó Anna hallgató

A szekció résztvevői:

Alterné Kiss Olga

Az E-bojtár szolgáltatás bevezetésével kapcsolatos marketing eszközrendszer elemzése a Mayoka 2006 Bt-nél
Konzulens: Dr. Réthy István főiskolai docens

Pittlik Beáta

A PM Perpetuum Mobile Kft Marketing tevékenységének elemzése
Konzulens: Fodor Mónika adjunktus

Szente Krisztina

Célpiaci marketing megvalósulása a Horn Kft-nél
Konzulens: Dr. Réthy István főiskolai docens

Szimandl Mónika

Kényelmi termékek hazai piacának vizsgálata a Spar Magyarország Kereskedelmi Kft. gyakorlatában
Konzulens: Fodor Mónika adjunktus

Szosznyák Éva

Békéscsaba város marketingtevékenysége
Konzulens: Dr. Bujdosó Zoltán főiskolai docens

Szui Ildikó

A Hegyköz egy turisztika attrakciója: Vágáshuta marketingterve
Konzulens: Dr. Bujdosó Zoltán főiskolai docens

ALTERNÉ KISS OLGA

III. évfolyam

Gazdálkodási szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Gazdálkodási Kar

Konzulens: Dr. Réthy István

főiskolai docens

Humántudományi Tanszék

**Az E-bojtár szolgáltatás bevezetésével kapcsolatos marketing eszközszer
elemzése a Mayoka 2006 Bt-nél**

Olyan szerencsés – ugyanakkor különös - helyzetben vagyok, hogy az elmélet gyakorlati alkalmazását egy életszerű példán keresztül tudom bemutatni, saját tapasztalataim alapján, s ez képezi munkám magját. A Mayoka 2006 Bt. tagjaként személyesen is részt vettem a dolgozatom témájaként szolgáló tevékenység indításához szükséges lépések kialakításában. A cég a szolgáltatási szférában mozog, a konkrét tevékenység, melynek születését végigkísérhettem, az elektronikus cégeljárással kapcsolatos összes feladatot célozza felölelni, az *E-Bojtár szolgáltatás* nevet kapta.

A szerteágazó feladatok közül a marketingmunkával kapcsolatos tevékenységekre fókuszálok, külön kiemelve a marketing stratégia megtervezését, a lehetséges és szükséges marketing eszközök felderítését, használatát, s főként azok hatékonyságának mérését. A fejlődés alapfeltétele, hogy visszacsatolást nyerjünk munkánk eredményéről, a marketing eszközök hatásosságáról. Ehhez különféle mérési módszereket szükséges alkalmaznunk, és az eredményesség tükrében kell további munkánkat felépíteni, az eszköztár elemeit bővíteni-szűkíteni, összeállítani.

Dolgozatomban rövid elméleti áttekintés után, melyben saját véleményem is megfogalmazom, kérdőíves vizsgálattal elemzem a szolgáltatás bevezetésével kapcsolatos marketing eszközszer hatékonyságát. Úgy vélem, az eredmények hasznos tanulsággal szolgálnak majd a cég további működéséhez, javasolataim pedig hozzájárulnak vállalatunk további fejlődéshez.

PITTLIK BEÁTA

III. évfolyam

Gazdálkodási szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Gazdálkodási Kar

Konzulens: Fodor Mónika
adjunktus

Marketing és Menedzsment Tanszék

A PM Perpetuum Mobile Kft Marketing tevékenységének elemzése

Korunkban az élet elengedhetetlen részévé vált a gépjármű. Ez a családok egyik legnagyobb beruházása a lakás után, és a magyarországi piaci tendenciákat tekintve megvásárlását a presztízs is irányítja. Ez a vásárlás azonban nem csak egy termék melletti döntést jelent, mert a megvásárlás során, és még inkább az üzemeltetés során nagyon sok járulékos szolgáltatással találkozik a fogyasztó. A marketing szerepe vitathatatlan e döntések befolyásolásában. Ha csak az utunk során élénk kerülő óráslakátokat figyeljük, megállapítható az autós hirdetések nagy száma – és ez még csak egy nagyon kis szelete a gépjárműveket övező marketingnek.

Egy autókereskedés sikeres üzemeltetése megkívánja a gépkocsik teljes élettartamára és ezen keresztül a tulajdonosok elérésére irányuló tudatos marketing tevékenységet, valamint a vezetés marketing szemléletű irányítását. A túlélés záloga – az egyébként rendkívüli módon tútelített, és az utóbbi időben hanyatló képet mutató piacon – a friss, állandó megújulásra képes tulajdonosi szemlélet.

A megújulás kulcsa a marketing-mix elemeinek ismerete és hatásuknak a feltérképezése a vállalkozás folyamataira. Ebből a szempontból kívánom átvizsgálni egy 15 éve működő Peugeot márkakereskedés politikáját.

A dolgozatom témáját, három fő részben fejtem ki, így először a márka és a vállalkozás kerül bemutatásra, majd az adott vállalkozás részletes vizsgálata a marketing tevékenység szempontjából, végül a kérdőíves felmérésem eredményeit értékelem. Az elméleti áttekintésen kívül minden igyekezettel a marketing-mix elemeinek vizsgálatát próbálom a középpontba állítani.

SZENTE KRISZTINA

III. évfolyam

Gazdálkodási szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Gazdálkodási Kar

Konzulens: Dr. Réthy István
főiskolai docens
Humántudományi Tanszék

Célpiazi marketing megvalósulása a Horn Kft-nél

A szegmentáció kényszer, ezért a korlátozott racionalitású vállalatnak számos esetben hosszú távon csak úgy van esélye a fennmaradásra, ha valamilyen területen érvényesíteni tudja speciális adottságait, lehetőségeit és szervezeti tudását. Ez szegmentációra kényszeríti, hiszen egyszerre jól alkotni több területen szinte lehetetlen.

Az egy szegmensre koncentráció első és legfontosabb előnye, hogy javul a vállalat piaci ismerete. A vállalat a szükségletek és igények mély és alapos tanulmányozása alapján alakítja ki termékeit.

Témaválasztásom fő motivációja és célja, hogy bemutassam és végigkövessem egy konkrét példán keresztül a marketing stratégia folyamatát, amelynek részei a szegmentáció, célpiacválasztás és végül a pozicionálás.

A munka elméleti része a célpiazi marketing három alappillérét és annak folyamatát mutatja be. A dolgozat második része a gyakorlati megvalósulás egy részébe enged betekintést, amely a Horn Magyarország Kft. partnerei körében végzett felmérést tartalmazza. A kutatás a vásárlók megelégedettségére irányult, amelynek elkészítésében és kiértékelésében személyesen is részt vehettem. A kérdőívben feltett kérdések zöme a szolgáltatások minőségét vizsgálja. Ennek fő oka, hogy a termékek minőségét a műszaki – értékesítő kollégák tulajdonképpen precízen fel tudják mérni a tesztek folyamán, míg a szolgáltatások minőségének illetve a vevők elégedettségének szintjét nem. Így lehetőség nyílik a kiindulási helyzetkép elemzésére, a célok és lehetőségek meghatározására, valamint a megfelelő marketing stratégiák kiválasztására és kidolgozására.

SZIMANDL MÓNKA

III. évfolyam

Gazdálkodási szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Gazdálkodási kar

Konzulens: Fodor Mónika
adjunktus

Marketing és Menedzsment Tanszék

Kényelmi termékek hazai piacának vizsgálata a Spar Magyarország Kereskedelmi Kft. gyakorlatában

Kutatásom témájának a kényelmi termékek hazai piacának vizsgálatát választottam, azon belül a SPAR által üzemeltetett zöldség–gyümölcs Conveniencet. Ahhoz, hogy ezen terület ismertségét és jelentőségét bemutathassam, elemeznem kellett a fogyasztói magatartást és az azt befolyásoló tényezőket, valamint a vásárlási és az étkezési szokásokat.

Vizsgálatomat elméleti alapokra építettem, amelyet az első két fejezetben mutatok be. A téma boncolgatása során azt tapasztaltam, hogy a magyar fogyasztók egyre kevesebb idővel rendelkeznek, amelyet megpróbálnak hasznosan eltölteni, és étkezések során a kényelmi funkciók is előtérbe kerülnek. Az emberek rohanó életmódot kénytelenek folytatni, és éppen ezért veszik igénybe a gyorsaságot, praktikusságot nyújtó félkész- és késztermékeket. Bár a nagy „rohanás” közepette megismerhetünk olyan fogyasztói réteget, akik az egészségi állapotukat és az egészséges étkezést is szem előtt tartják.

A SPAR zöldség–gyümölcs kényelmi termékeinek bemutatását követően, értékelem a SPAR fogyasztók körében végzett kérdőíves felmérést. A megkérdezéssel az volt a célom, hogy választ kapjak a SPAR vásárlóinak köréből arra, hogy milyen vásárlási, élelmiszerfogyasztási szokásokat követnek, valamint milyen tényezőket tekintenek fontosnak e tekintetben. Kíváncsi voltam arra is, hogy van-e jövője a magyarországi SPAR hálózatokban működő „frissen-készlet” címet viselő helyben készített termékeknek. A válaszok eredményének kiértékelését követően megtudhatjuk, hogy mit is várnak el a vásárlók a SPAR-tól a jövőre nézve.

SZOSZNYÁK ÉVA

III. évfolyam

Turizmus-vendéglátás szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Gazdálkodási Kar

Konzulens: Dr. Bujdosó Zoltán
főiskolai docens
Turizmus- és Területfejlesztési Tanszék

Békéscsaba város marketingtevékenysége

Békés megyét az ország éléstáráként emlegetik a XVIII. Század óta, hiszen ma is itt termesztik a megyék között a legtöbb kukoricát, búzát és árpát. E mezőgazdasági adottságok köré szerveződik Békéscsaba ipara, szolgáltató tevékenysége, illetve turizmusa egy része. Sok rendezvény szerveződik a gasztronómia köré, többek között a nemzetközileg is elismert Csabai Kolbászfesztivál, minden évben megrendezésre kerül a Csabai Csülökrádé és Sörfesztivál és a Lecsőfesztivál.

Dolgozatomban átfogó helyzetelemzést végzek, melynek alapjául a meglévő adatokat dolgozom fel és azokat kérdőíves felméréssel egészítem ki. A dolgozat egy részét a Turizmus- és Városfejlesztési stratégiák elemzése adja, melyet a városi önkormányzat Turisztikai Munkacsoportjával, a városmarketinggel foglalkozó szakemberekkel, illetve a Városfejlesztési Osztály vezetőjével készített interjúk egészítik ki. Bemutatásra kerül Békéscsaba turisztikai képe, összehasonlítva a környező versenytársakkal.

A város, ahogyan az ország is sok válságon ment keresztül. A II. világháborúból a város gazdasági, társadalmi és kulturális életében addig meghatározó szerepet játszó kereskedők (főleg a zsidóság) eltűnt. A rendszerváltást is nehezen heverte ki a lakosság, jelenkorunkban is sok negatív irányú változást ért meg: a megszűnő munkahelyek, a fiatal népesség elvándorlása, a hiányos infrastruktúra. Mégis Békéscsaba ma a megye legdinamikusabban fejlődő városa.

SZUHI ILDIKÓ

III. évfolyam

Turizmus–vendéglátás szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Gazdálkodási Kar

Dr. Bujdosó Zoltán
főiskolai docens
Turizmus és Területfejlesztési Tanszék

A Hegyköz egy turisztika attrakciója: Vágáshuta marketingterve

Pályamunkámban egy Zempléni kis település marketing koncepcióját szeretném ismertetni. Az alábbiakban a projekt tartalmát írnám le. A bevezető részben a turizmus általánosságáról lesz szó, melyben ismertetem annak pozitív, negatív hatásait, illetve azt, hogy milyen szerepet tölt be a lakosság életében.

Következő nagy vázlatpontom a település bemutatása. Ezen belül egyik alpont a történelmi háttér, amin belül kifejtésre kerül a falu elhelyezkedése, nevének kialakulása, őslakosok származása, foglalkozása. A továbbiakban, szintén alpontként statisztikai elemzést végzek, népességi, gazdasági, valamint infrastrukturális tényezők segítségével.

E nagy vázlatponton belül az utolsó alpontban lakossági kérdőívek, kereslet, kínálat vizsgálatára kerül sor.

A második fejezetem címe: SWOT-ANALÍZIS. E témakörben többek között ismertetem, hogy milyen a település erősségei, gyengeségei, lehetőségei, és veszélyei.

Mindezt követi a Stratégia leírása a marketing-mix elemeinek felhasználásával, illetve ezek milyen források útján valósíthatóak meg. Végül a várható eredmények felvázolásával zárul a munkám.

MENEDZSMENT, GAZDÁLKODÁS SZEKCIÓ

Elnök: Dr. Piros Márta főiskolai tanár

Tagok: Dr. Fábián Gyula főiskolai tanár
Zakár Tivadar adjunktus

Titkár: Andrejkovics János hallgató

A szekció résztvevői:

Bede József

Edelény Hegyközség történelme napjainkig és fejlesztése a jövőben

Konzulens: Dr. Bujdosó Zoltán főiskolai docens
Virág Tamás hegyközségi elnök

Joachim Mónika

PR eszközök vizsgálata a hazai országimázs építésben

Konzulens: Fodor Mónika adjunktus

Koscsó Annamária

Munkanélküliség problémái az Encsi Kistérségben

Konzulens: Bezzeg Enikő adjunktus

Marinkó Anna Mária

A tűzok (Otis tarda) költési sikerességét befolyásoló tényezők a Hevesi síkon

Konzulens: Dr. Babocsay Gergely adjunktus
Tóth László tájegységvezető

Mercs Nóra

A hõn áhított Michelin-csillag

Konzulens: dr. Kereszturi Ferenc ny. főiskolai docens

Sándorné Zajacz Ildikó

Vezetői módszerek a hatékony vállalatvezetés szolgálatában

Konzulens: Dr. Réthy István főiskolai docens

BEDE JÓZSEF

III. évfolyam

Turizmus-vendéglátás szak

Károly Róbert Főiskola
Gazdálkodási Kar

Konzulens: Dr. Bujdosó Zoltán
főiskolai docens
KRF Turizmus Tanszék
Virág Tamás
Edelény Hegyközség elnöke

Edelény Hegyközség történelme napjainkig és fejlesztése a jövőben

Dolgozatom az Edelényi Hegyközség turisztikai attrakcióvá történő alakításának lehetőségeit mutatja be. Témaválasztásom elsősorban azért esett erre a területre, mert itt élek, másrészt a térség hazánk egyik legelmaradottabb területe, ahol a turizmus kiegészítő jövedelemként szolgálhat. Úgy látom, a borászat, a borturizmus egyenlőre kiaknázatlan lehetőség a térségben.

Munkám első részében Edelény város bemutatására kerül sor a történelem, a népesség, a társadalom tükrében. A helyzetelemzést SWOT-analízissel zárom.

A település jelenlegi adottságainak bemutatása, az elkészített interjúk eredményei és a saját ötletek alapján állítottam össze a fejlesztési lehetőségek fejezetet. Ennek keretében bemutatom egyrészt a szőlészet, borászat jelenlegi helyzetét (Hány pincetulajdonos van, mennyi a vendégek száma, milyen programok vannak, az edelényi bortípusok, milyen mennyiségben termelnek, rendezvények), majd ezeket részletesen elemzem.

A munkám végén a hegyközség fejlesztési tervének bemutatására kerül sor, annak lehetőségeit vázolóan. Ebben szerepet kap az eddigi fejlesztések átvizsgálása, elemzése. Legvégül a saját elképzelések megvalósítási lehetőségeit elemeztem, mellyel remélem hozzá tudok járulni a terület turizmusának diverzifikációjához és a helyi lakosság kiegészítő jövedelemszerzéséhez.

JOACHIM ÉVA
IV. évfolyam
Gazdálkodási szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA
Gazdálkodási Kar

Konzulens: Fodor Mónika
adjunktus
Marketing és Menedzsment Tanszék

PR eszközök vizsgálata a hazai országimázs építésben

Az ország reklámozása, és imázsának kialakítása alapvető fontosságú egy nemzet megítélésében. Hazánk szempontjából is aktuális a téma, hiszen egyre inkább előtérbe kerülnek az imázs erősítésének fontosságát hangsúlyozó írások és az országimázs építését szolgáló rendezvények.

Dolgozatom célkitűzése, hogy bemutassa, miként alkalmazzák a Public Relations eszközeit Magyarország imázsának alakításában. Ehhez két fogalmat, az imázs és a PR fogalmát tisztázom, és kifejtem jelentőségüket szekunder forrásokat felhasználva. Az imázs fogalomkörén belül részletezem az imázs fajtáit, jelentőségüket és gyakorlati megjelenésüket az országkép alakításánál. Hazánk imázsának formálása során alkalmazott marketing eszközrendszerből kiemelve, megvizsgálom az általánosságban vett PR tevékenység összetevőit és alkalmazási lehetőségeit az országimázs szempontjából.

Az országimázs kiterjedt fogalomrendszerén belül leszűkítem a kört a turizmus területére, és a dolgozat további részében ezen a területen közelebbről, konkrét tevékenységként vizsgálom az imázsépítés eszközeinek alkalmazását. Hazánk marketingtevékenységét elemezve kitérek a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia fő pontjaira, célkitűzéseire. Gyakorlati példák bemutatása által kifejtem a Magyar Turizmus Zrt. munkáját, kiemelve azt, hogy miként alkalmazza a PR eszközöket tevékenysége során.

Kérdőíves felmérés segítségével megvizsgáltam a környezetemben élők véleményét az országimázsról, és a primer kutatás eredményeként egy nem reprezentatív képet kaptam hazánk megítélésével kapcsolatban. A kutatás eredményeit részletezve következtetéseket vonok le a kapott adatokból és javaslatokat fogalmazok meg egy megfelelő országimázs kialakításához.

KOSCSÓ ANNAMÁRIA

III. évfolyam

Humánerőforrás menedzser szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Gazdálkodási Kar

Konzulens: Bezzeg Enikő
adjunktus
Humántudományi Tanszék

Munkanélküliség problémái az Encsi Kistérségben

A munkanélküliség jelen van Magyarországon éppúgy, mint az Európai Unió számos országában. A problémát igyekszik mindenki megoldani; jól lehet, hogy az nem olyan egyszerű. A munkanélküliség kérdésköre igen összetett. Az esetek többségében, gazdasági és társadalmi oldalon egyaránt negatív jellemzőkkel bír. Igencsak így van ez az Észak - magyarországi régióban található Encsi Kistérségben. Az ország egyik legelmaradottabb területéről van szó. Az emberek megélhetése nem hogy nehézkes, de egyre inkább kilátástalanabbnak tűnik. A fő okok között találjuk a munkanélküliséget. A probléma valós és jelentős, melyre minél hamarabb kiutat kell találni.

Az állami segítségnyújtás folyamatos, önkormányzati szinten pedig már elfogadták a munkanélküliség tényét, mernek vele szembenézni. Az egyének szintjén már túl vannak a felháborodás és belenyugvás szakán is. Egyetlen dolog hiányzik a civil szféra.

A témával kapcsolatban saját kérdőíves kutatást végeztem. Az első feltevésem az, hogy az Encsi Kistérségben élők igen nagy segítséget várnak a munkahelyek teremtésében a helyi önkormányzatoktól és a munkaügyi központtól. A következő, hogy nincs elegendő számú munkahely. A hipotézisem harmadik része pedig az, hogy a tájékozódás egyéni szinten nem megfelelő mennyiségű és minőségű. A válaszok többnyire engem igazolnak. A térségben élők lassabban készülnek fel és állnak át a munkaerő-piac által felállított követelményekre.

MARINKÓ ANNA MÁRIA

III. évfolyam

Vadgazda mérnöki szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Agrár és Vidékfejlesztési Kar

Konzulens: Dr. Babocsay Gergely
főiskolai adjunktus

Vadgazdálkodási és Állattenyésztési Tanszék

Tóth László

tájégségvezető

Bükki Nemzeti Park Igazgatóság, Dél-hevesi Tájegység

**A tűzok (*Otis tarda*) költési sikerességét befolyásoló tényezők a
Hevesi síkon**

A tűzok (*Otis tarda*), globálisan veszélyeztetett faj. Hazánkban 1200-1300 példány él, mégis ez Európa egyik legjelentősebb állománya, mely a védelmi intézkedések következtében lassú növekedésnek indult. A védelmi stratégia többféle lehet. Az egyik lehetséges megoldás a zárttéri tenyésztés, de a tűzok esetében ez nem hozott kirobbanó sikert. Korán kiderült, hogy e fajnál, az *in situ* védelemre kell helyezni a hangsúlyt.

Munkám során, a Hevesi síkon 1991-2007 időszakban ismerté vált tűzok fészkek és tojások sorsát dolgoztam fel, a Magyar Madártani Egyesület és a Bükki Nemzeti Park Igazgatóság által rendelkezésemre bocsátott, tűzoktojás törzslap adatok, és fészkalj mentési adatlapok alapján.

Megvizsgáltam, hogy a költési sikeresség mutatott-e összefüggést az általam vizsgált tényezőkkel, úgy, mint a fészket körülvevő vegetáció típusa, a fészkek megtalálásának körülményei, illetve az egy fészkekre eső zavarások száma. Megvizsgáltam továbbá azt, hogy a megtalált fészkek száma különbözött-e a különböző földhasználati munkaműveletek (kaszálás, tárcsázás, vegyszerezés, stb.) végzése során.

Az eredmények azt mutatták, hogy fészkefelderítés módja legtöbb esetben a kaszálás volt. Lucernából került elő a legtöbb fészkalj. Ebben a növénykultúrában a költés fele-fele arányban volt sikeres, illetve sikertelen. Ez az arány gyeppek és kalászosok esetében hasonló volt, de a sikertelen arányába tolódott el. Sok esetben már az első zavarást követően megghiúsult a költés. Az eredmények tükrében különös figyelmet kell fordítani a lucernára. Fontos lenne, hogy ebből a kultúrából minél több legyen a tűzokvédelmi területeken, és ezeken tűzokkímélő gazdálkodás folyjon. A fészkeket a legkisebb zavarással járó módszerekkel kell felderíteni, hogy a legnagyobb eséllyel tudjuk biztosítani a sikeres költést.

MERCS NÓRA

IV. évfolyam

Idegenforgalmi és szálloda szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Gazdálkodási Kar

Konzulens: Dr. Kereszturi Ferenc
ny. főiskolai docens
Turizmus és Területfejlesztési Tanszék

A hön áhított Michelin-csillag

Dolgozatom témája a Michelin-csillag, célja pedig, hogy megismertesse annak kialakulását, értékelési rendszerét és jelentőségét.

Több mint száz éve volt már, hogy Edouard és André Michelin kiadta első útikalauzát, amely azt a célt szolgálta, hogy az autósok dolgát megkönnyítve, a térképeken és egyéb úti leírásokon kívül magas színvonalú hotelek és éttermek nevét is tartalmazta. Ezen létesítmények kategóriába sorolására jött létre a Michelin étterem értékelő rendszere, amely meghatározott kritériumok alapján egy rangsort állít fel az országok legjobb éttermei között.

A legkiválóbb éttermek három kategóriában szerezhettek elismerést:

*: igen jó konyha a maga kategóriájában

** kiváló konyha, megérdemel akár egy kitérőt is utunk során

***: a legjobb konyhák egyike, külön utazást is megér

Összességében elmondható, hogy a Michelin-csillag és a Michelin Kalauz több mint egy évszázados történelme során az egyik, ha nem a legnívósabb értékelési rendszerré és útikönyvé nőtte ki magát, amelyre az utazóközönség nyugodt szívvel rábízhatja magát.

Ezt az értékelési rendszert mutatom be dolgozatomban és előadásomban.

SÁNDORNÉ ZAJACZ ILDIKÓ

III. évfolyam

Gazdálkodási szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Gazdálkodási Kar

Konzulens: Dr. Réthy István

főiskolai docens

Humántudományi Tanszék

Vezetői módszerek a hatékony vállalatvezetés szolgálatában

Napjaink vezetőinek és beosztottainak egyaránt az információ tömegével, hihetetlen mértékű változásokkal kell megbirkózniuk. Ezen tényezők következtében változik a munkahelyek, a vezetés világa is, a mai vezetők tehát nagy felkészültséggel járó, bonyolult, komplex feladatokat kell megoldjanak.

Többek között e tényezők miatt választottam dolgozatom témájaként a vállalati vezetők hatékonyságának elemzését. Magam is több éve vezetőként dolgozom egy osztrák anyavállalatú budapesti cégnél, ezért személyesen is érintett vagyok a témában, és nagyon érdekel, hogyan tudnám munkámat megfelelőbben végezni. Sajnos pályafutásom során több olyan vezetővel is találkoztam, akiket nem igazán találtam alkalmasnak a feladatra, természetesen, ennek ellenkezőjére is akad jócskán példa.

Ezért is tartom érdekesnek annak vizsgálatát, hogy melyek azok a tényezők, amelyek által eredményesen, az emberi tényezőket is figyelembe véve képes egy vezető egy vállalat vagy esetleg egy részleg megfelelő irányítására. Meggyőződésem, hogy a vezetői munka során a szakmai képzettségen és a tapasztalatokon túl nagy szerepet játszanak a vezető személyes tulajdonságai, a munkatársakhoz való viszonyulás, velük való törődés szintje.

SZÁMVITEL- VÁLLALATI GAZDÁLKODÁS SZEKCIÓ

Elnök: Dr. Racskó Péter egyetemi docens
Tagok: Katonáné Dr. Erdélyi Edit főiskolai docens
Kursinka Tamásné főiskolai docens
Titkár: Németh István hallgató

A szekció résztvevői:

Bíró Renáta

Köztartozások behajtása, végrehajtása az adóhivatal gyakorlatában
Konzulens: Tóth Eszter adjunktus

Botszkiné Körösfői Gabriella

A feketegazdaság ellenőrzésének lehetőségei, adóztatási kérdései
Konzulens: Ficzeréné Dr. Nagymihály Kornélia főiskolai docens

Galba Judit

A számviteli törvény és adótörvény előírások hatása egy konkrét vállalkozásra
Konzulens: Szabó Ferenc mestertanár

Mihály László

Egy fuvarozó kisvállalkozás versenyképességének javítása informatikai eszközökkel
Konzulens: Dr. Miller György egyetemi docens
Dr. Kovács Endre főiskolai docens

Szabó-Hevér Judit

Egy sütőipari Kft. árszerkezetének vizsgálata lineáris programozási módszerekkel
Konzulens: Dr. Tóth Zoltán főiskolai tanár

Vitelki Jánosné

Önadózás kontra adóhatósági adómegállapítás a magánszemélyek adózásában
Konzulens: Szabó Ferenc mestertanár

BÍRÓ RENÁTA

IV. évfolyam

Pénzügyi szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Gazdálkodási Kar

Konzulens: Tóth Eszter
adjunktus

Számviteli és Pénzügyi Tanszék

Köztartozások behajtása, végrehajtása az adóhivatal gyakorlatában

Az állam által megállapított jogszabályokat általánosságban mindenkinek önkéntesen be kellene tartani. Ugyanakkor a szabályok érezhető ereje az állam kényszerítő erejének köszönhető.

Miben nyilvánul meg az állam kényszerítő ereje?

Az állam szankciót állapít meg a szabályokat be nem tartókkal szemben, és e szankciókat valósítja meg a gyakorlatban. A szankció állami szerv által kényszerrel való érvényre juttatását végrehajtásnak nevezik, amelynek két módja van, a büntetés végrehajtás és a vagyoni végrehajtás.

Hatósági feladata az APEH-nak az adókikerülő magatartások minél szélesebb körű feltárása, az elmaradt adók beszedése. Ehhez a törvényekben foglalt jogszabályjaival élve végzi az ellenőrzéseket és hajtja be a kintlévőségeket.

Elvárt feladat az adózási hajlandóság erősítése, aminek különböző, bár inkább közvetett módon érvényesülő jogszabályi lehetősége van (pl.: üzletbezárás, virilisták, illetve mulasztó adózói listák közzététele). A jogszabályok más bevételek tekintetében is feladatokat rónak a szervezetre (mint például a köztartozások visszatartása, magánnyugdíj-pénztárak kintlévőségeinek behajtása). Mindezeket a tennivalóit az állami adóhatóság 2003 óta középtávú stratégiájának megfelelően eljárva hajtotta végre, azaz az állam és az ügyfelek („szolgáltató adóhivatal”) érdekeit egyaránt szem előtt tartva.

BOTSZKINÉ KÖRÖSFŐI GABRIELLA

III. ciklus

Gazdasági mérnöki szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Gazdálkodási Kar

Konzulens: Ficzeréné Dr. Nagymihály Kornélia
főiskolai docens
Számviteli és Pénzügyi Tanszék

A feketegazdaság ellenőrzésének lehetőségei, adóztatási kérdései

A pályázatom témája igen sok szempontból aktuális napjainkban. Minden országnak igen komoly problémát jelent a feketegazdaság léte, de még nagyobb gondot annak leküzdése. Hazánkban az elmúlt több mint 20 évben egyre nagyobb figyelmet szenteltek ennek a jelenségnek, de a visszaszorítására tett jelentősebb intézkedések csupán 2006-ban kezdődtek el.

Pályázatom célja: ismertetni azt, hogy milyen megjelenési formáival találkozunk a feketegazdaságnak, mint pl.: feketefoglalkoztatás, informatika és a számla-, nyugtaadási kötelezettség elmulasztása, fiktív számlák, cégek fantomizálódása, cigaretta, üzemanyag jövedéki adócsalása, EU csatlakozás új típusú adócsalási lehetőségei, valamint a tagállami határokon átnyúló adóelkerülési formák.

Bemutatásra kerül, hogy milyen intézkedések bevezetése történt 2003-tól napjainkig a feketegazdaság visszaszorítására. Mindezek ismertetése a szakirodalom tükrében történik. Ennek alapján bemutatásra kerül az Adó- és Pénzügyi Ellenőrzési Hivatal, mint azon költségvetési szerv, amely rendszeresen komoly harcot vív a gazdaság fehéritéséért. Az általa alkalmazott módszerek és az elért ellenőrzési és végrehajtási eredmények is értékelésre kerülnek. A hazai helyzetet, igen nehezíti, hogy a kormány maga is elismerte, hogy 2006-ban még, 36,5 százalékos GDP arányos adó- és járulékterhelés 2007-ben már 38, 1 százalékosra nőtt. Ezen magas adóterhek érdekelté teszi azokat a leszakadó rétegeket is a feketegazdaság fenntartásában, akiknek a napi megélhetés is igen nagy gondot okoz.

A leírtakhoz kapcsolódóan következtetésekkel és javaslatokkal zárom pályázatomat.

GALBA JUDIT

Távoktatási tagozat

Gazdasági mérnöki szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Gazdálkodási Kar

Konzulens: Szabó Ferenc
mestertanár

Számviteli és Pénzügyi Tanszék

A számviteli törvény és adótörvény előírások hatása egy konkrét vállalkozásra

ZOLLNER Elektronik Gyártó és Szolgáltató Kft. 2006-2007. évi éves beszámoló és főkönyvi kivonatának adatai alapján elemzem a cég adófizetési kötelezettségeit, bemutatom a számviteli és adótörvények rendeltetéseit, az egyes adónemek jellemzőit, logikájukat. A számviteli törvény által előírt általános számviteli elvek rögzítése, figyelembe véve annak vállalkozás szintű alkalmazását, melyet a számviteli politikája szabályoz. SZJA fizetési kötelezettségek, kifizetőkre vonatkozó rendelkezései, valamint a béren kívüli juttatások közül a cafeteria rendszer.

Társasági adófizetési kötelezettség bemutatása különös tekintettel az adóalap növelő és csökkentő tételekre. A társasági adóalanyokat terhelő társas vállalkozások különadójának számítása, az adóalapot növelő és csökkentő tételei. Foglalkoztatott biztosítottak után a jogviszonyuk alapján fizetendő egészségbiztosítási, nyugdíjjárulék, valamint a tételes és százalékos egészségügyi hozzájárulás bemutatása.

START- program által nyújtott kedvezmények munkáltatói igénybevételének lehetőségei. A vállalkozásnak az önkormányzat illetékességi területén végzett tevékenysége utáni iparüzési adófizetési kötelezettsége keletkezik. Az adóalap meghatározásánál alkalmazott megosztás módszere.

A ZOLLNER Kft.-t terhelő egyéb kisebb adók között a szakképzési, a rehabilitációs hozzájárulás, a munkaadói, innovációs járulék bemutatása.

Végezetül a vállalkozás teljes adófizetési kötelezettségének elemzése a 2005-2007. évek alapján.

MIHÁLY LÁSZLÓ

III. évfolyam

Gazdálkodási és menedzsment szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Gazdálkodási Kar

Konzulensek: Dr. Miller György
egyetemi docens

Vállalatgazdaságtan Tanszék

Dr. Kovács Endre

főiskolai docens

Gazdaságmatematika és Informatika Tanszék

Egy fuvarozó kisvállalkozás versenyképességének javítása informatikai eszközökkel

A kisvállalkozásoknak a XXI. Századi vállalati hierarchiában, a multinacionális vállalatok árnyékában egyre kevesebb lehetőség jut. Fennmaradásuk, versenyképességük csak abban az esetben biztosítható, ha lépést tudnak tartani a technika fejlődésével. A fejlődés fogalma súlyozottan igaz az informatika fejlődésére. A nagy vállalatok komoly vállalati információs és informatikai rendszereket alkalmaznak, amiket a kisvállalkozások nem engedhetnek meg maguknak. Ezen vállalatoknak is szükségük van olyan programokra, melyek felgyorsítják a munkájukat, és segítik az információ áramlását és feldolgozását. Mivel regionális szinten van létjogosultságuk a nagyvállalatok mellett, arra kell törekedniük, hogy alacsony költségvetésből ezen a téren is fejlődni tudjanak.

Az informatikai fejlődés elérte a logisztika minden területét, így az áru fuvarozást is. A fuvarozó kisvállalkozásoknak is nagy segítség egy szoftver, amely vizsgálja a fuvarozási tevékenységet, akár nyilván is tartja azt. Ahhoz, hogy egy ilyen fuvartervező szoftver megvalósuljon, ismerni kell a vállalkozás működésének feltételeit, elemezni kell a költségeit, bevételeit.

A pályamunka célkitűzése az, hogy egy ismert fuvarozó vállalkozás tevékenységének részletes elemzése alapján, egy olyan számítógépen futtatható, fuvarszervező, szimulációs modell jöjjön létre, mely alacsony költségek mellett segíti az adott vállalkozás fennmaradását, versenyképességét.

SZABÓ-HEVÉR JUDIT

III. évfolyam

Pénzügy és számvitel szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Gazdálkodási Kar

Konzulens: Dr. Tóth Zoltán

főiskolai tanár

Gazdaságmatematika és Informatika Tanszék

Egy sütőipari Kft. árszerkezetének vizsgálata lineáris programozási módszerekkel

Napjainkban az alapanyag- és energiaárak emelkedése valamint a közterhek magas aránya miatt egyre nehezebb helyzetbe kerülnek a hazai sütőipari vállalkozások. Ha a vállalkozás elkötelezett a minőségi termelés irányába és az alapanyagok minőségi követelményszintjét magasan tartja, akkor a kialakított ár alig tartalmaz nyereséget. Ilyen esetben különösen fontos tudni, hogy melyik termék mekkora haszonnal állítható elő.

A lineáris programozás segítségével lehetőségünk van korlátozó feltételek mellett keresni a nyereség típusú célfüggvény maximumát. A feladatot úgy oldom meg, hogy feltételezem, hogy az alapanyagok korlátozottan állnak rendelkezésre és a termékeknek kell az alapanyagért versenyezni. Az a termék kerül be a termelésbe, amelyik a legnagyobb nyereséget adja. Az árnyékárak segítségével választ kapunk arra is, hogy egy termelésből kimaradt termék árát mennyivel kellene növelni ahhoz, hogy bekerüljön az is a termelésbe. Ez egy újonnan bevezetésre kerülő termék esetén különösen fontos kérdés.

Célom, hogy a lineáris programozás módszerével elemezzem egy-egy termékénél hogyan viszonyul a kiskereskedelmi ár az alapanyagok árához, valamint, hogy a vizsgált sütőipari vállalat termékei közül melyik termék ára lóg ki a sorból akár felfelé akár lefelé. Megvizsgálom, hogy ha egy új terméket szeretnénk bevezetni - és ismerjük a felhasználásra kerülő alapanyagokat -, akkor mi lenne az a megfelelő ár, amely a cég többi termékének árához hasonlítva versenyképesen van kialakítva.

VITELKI JÁNOSNÉ

III. ciklus

Gazdasági mérnöki szak

KÁROLY RÓBERT FŐISKOLA

Gazdálkodási Kar

Konzulens: Szabó Ferenc

mestertanár

Számviteli és Pénzügyi Tanszék

Önadózás kontra adóhatósági adómegállapítás a magánszemélyek adózásában

Az adóköteles jövedelmek éves elszámolásával kapcsolatos kötelezettség teljesítésére az Szja törvény két formai megoldást határozott meg, a munkáltatói adómegállapítást vagy önadózóként a személyi jövedelemadó bevallás benyújtását. A jogalkotó 2004. január 01-től az Art. 25. §-ában bevezeti az elszámolás harmadik formai pillérét, az adóhatósági adómegállapítást (ADAM-ot), mellyel párhuzamosan a szakmai ésszerűsítések mellett, megtörténik az informatikai és tudásalapú háttér megteremtése.

Az új adózási forma lényege, hogy a magánszemélyek egy előre meghatározott köre választása szerint kérheti, hogy adóbevallását a jogszabályi feltételek fennállása esetén az adóhivatal készítse el a rendelkezésre álló, illetve az adózó által rendelkezésre bocsátott adatok alapján. A törvényhozó eredeti célja az volt, hogy létrehoz és hatékonyan működtet egy olyan rendszert, mely a legkevesebb adózói közreműködést igényli, illetve számottevően csökkenti a munkáltatók adminisztrációs terheit is, azonban az elmúlt négy év tapasztalata azt mutatja, hogy az ADAM jelenlegi formájában nem tekinthető sikertörténetnek.

Pályázatomban vizsgálom a kudarc okait, illetve, hogy a jövedelemadózás mely szegmensei szorulnának revízióra annak érdekében, hogy az ADAM betöltse azokat a funkciókat, amik indulásakor „jövőbe mutató projektcélokként” kerültek definiálásra.

Szükség van egy átfogó, koncepciójában és szabályozásában is átgondolt módosításra, s mérlegelésre szorul az is, hogy az adóhivatal mint hatóság az ADAM szempontjából milyen mélységig vállalhatja fel az esetlegesen „szolgáltatóbb” jelleget, ezzel is elősegítve azt, hogy létrejöhessen egy működőképes és mindenki megelégedését szolgáló adórendszer.