



ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM
GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS

INTÉZMÉNYI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIA

rezümé kötet



Gyöngyös, 2019. április 30.

**ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM
GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS**

INTÉZMÉNYI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIA

rezümé kötet

Gyöngyös, 2019. április 30.

**ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM
GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS**

EKE Egyetemi Tudományos Diákköri Bizottság, Gyöngyösi Károly Róbert Campus

Dr. Tamus Antalné PhD, főiskolai tanár, professor e.

EKE GTK TDK Bizottság, Gyöngyösi Károly Róbert Campus

Szabóné dr. Benedek Andrea PhD, adjunktus

EKE AVK TDK Bizottság, Gyöngyösi Károly Róbert Campus

Elnök: Dr. Koncz Gábor PhD, főiskolai docens

Tagok: Dr. Ambrus Andrea PhD, adjunktus

Dr. Tury Rita PhD, adjunktus

Breznyik Benjamin hallgató



Felelős kiadó: Dr. habil Bujdosó Zoltán, a Gyöngyösi Károly Róbert Campus Főigazgatója,
Campusokért felelős Rektorhelyettes

Kiadó: Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus

A RENDEZVÉNY TÁMOGATÓI



Dr. Bálint György
az ország kertésze

TARTALOMJEGYZÉK

TARTALOMJEGYZÉK	5
A TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIA PROGRAMJA	7
AGRÁR- ÉS VIDÉKFEJLESZTÉSI SZEKCIÓ	8
GAZDASÁGTUDOMÁNYI SZEKCIÓ	13
ANGOL NYELVŰ SZEKCIÓ.....	21
SZERZŐK JEGYZÉKE	29

A TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIA PROGRAMJA

2019. április 30.

13:00 **Megnyitó** A épület 2.206. terem
Dr. habil Bujdosó Zoltán főiskolai tanár, Campusokért felelős rektorhelyettes

13:20 **Szekcióülések**

AGRÁR- ÉS VIDÉKFEJLESZTÉSI SZEKCIÓ (2.209.)

Elnök: Dr. Tóth László, főiskolai tanár EKE GYKRC
Tagok: Dr. Tury Rita, adjunktus EKE GYKRC
 Dr. Szűcs Antónia, adjunktus EKE GYKRC
 Hollósi László, mezőgazdasági mérnöki BSc (3. évfolyam)

Titkár: Dr. Ambrus Andrea, adjunktus

GAZDASÁGTUDOMÁNYI SZEKCIÓ (2.206.)

Elnök: Dr. Baranyi Aranka, egyetemi docens EKE GYKRC
Tagok: Domjánné Dr. Nyizsalovszki Rita, egyetemi docens EKE GYKRC
 Dr. Novák Tamás, adjunktus EKE GYKRC
 Dr. Taralik Krisztina, egyetemi docens EKE GYKRC
 Dr. Téglá Zsolt, egyetemi docens EKE GYKRC
 Nagy Réka Emese, Kereskedelem és marketing, BA, II.évf. GYKRC

Titkár: Vanó Péter

ANGOL NYELVŰ SZEKCIÓ (2.207.)

Elnök: Dr. Réthy István, főiskolai tanár EKE GYKRC
Tagok: Fisher Noémi, adjunktus EKE GYKRC
 Dr. Erdélyi Tamás, főiskolai docens EKE GYKRC
 Alamaireh Mohd Khier Ibrahim Abdulrahman, hallgató GYKRC

Titkár: Dupcsák Zsolt mérnöktanár

Eredményhirdetés, A épület, K szint (2.206.)

AGRÁR- ÉS VIDÉKFEJLESZTÉSI SEKCIÓ

2.209. terem

Elnök: Dr. Tóth László, főiskolai tanár EKE GYKRC
Tagok: Dr. Tury Rita, adjunktus EKE GYKRC
Dr. Szűcs Antónia, adjunktus EKE GYKRC
Hollósi László, mezőgazdasági mérnöki BSc (3. évfolyam)
Titkár: Dr. Ambrus Andrea, adjunktus

A szekció résztvevői:

Antal Sándor (AVK)

A rövid élelmiszerláncsal kapcsolatos fogyasztói elvárások és termelői lehetőségek vizsgálata

Témavezető: Dr. Vincze Judit, adjunktus

Molnár Zsófia (AVK)

Az Apollo Tyres Hungary Kft. gyöngyöshalászi beruházásának gazdaságfejlesztő hatása a Gyöngyösi járásban

Témavezető: Dr. Koncz Gábor, főiskolai docens

Nagy Dávid Pál (AVK)

Az almamoly elleni légtértelítéssel védelem alkalmazása Heves térségében

Témavezető: Dr. Fodor László, főiskolai tanár

ANTAL SÁNDOR

III. évfolyam

Mezőgazdasági mérnök szak (BSc)

ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS, AVK

Témavezető: Dr. Vincze Judit, adjunktus
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, AVK

A RÖVID ÉLELMISZERLÁNCCAL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI ELVÁRÁSOK ÉS TERMELŐI LEHETŐSÉGEK VIZSGÁLATA

A helyi termékekkel kapcsolatos fogyasztói és termelői igények kielégítésére nyújt megoldást a Rövid Ellátási Lánc (*REL*), melynek pozitív hatásai nem csak az ellátásban, hanem a fenntarthatóságban és a vidékfejlesztésben is jelentkeznek. Hazánkban a Vidékfejlesztési Program keretében hozták létre a Rövid Ellátási Lánc Tematikus Alprogramot. A program feladata a helyi termelők piacra jutásának elősegítése. A tapasztalatok azonban azt mutatják, hogy a vártnál kevesebb gazdaság választja ezt a lehetőséget termékei értékesítésére. Az alprogram indításának ellenére, jelenleg a REL nyújtotta lehetőségek kihasználatlanok mind a termelői, mind a fogyasztói oldalon. A dolgozatban ennek a kihasználatlanságnak az okait vizsgáltam, valamint arra a kérdésre kerestem választ, hogy milyen eszközökkel és folyamatokkal lehetne javítani a REL hazai működését. A jelenlegi körülmények, és a jövőre vonatkozó perspektivikus fejlesztési lehetőségek figyelembevételével az alábbi célkitűzések fogalmazhatók meg:

Szakirodalmi kutatás alapján a REL definiálása, működési jellemzőinek feltárása.

A jelenlegi működés jellemzőinek regionális vizsgálata, az eltérések feltárása.

A termelői lehetőségek felmérése, a bővülést gátló tényezők összegzése.

A fogyasztói igények feltérképezése, összesítése.

A működést – fejlődést akadályozó tényezők strukturálása (*Probléma-fa szerkezet felvázolása*).

A fejlesztési lehetőségek eszközeinek meghatározása (*Cél-fa struktúra kialakítása*).

A dolgozat „eredmények” című fejezete alapvetően két részre tagolható, amelyet széles körben végzett adatgyűjtéssel sikerült megalapozni. A vizsgálatok első részéhez szekunder adatok szolgáltak alapul, a második vizsgálati fázishoz a kiválasztott termelőkkel végzett mélyinterjúk, valamint fogyasztói körben, kérdőíves módszerrel gyűjtött adatokat használtam fel. A dolgozat megalapozását jelentő szakirodalmi kutatás 2018. év őszétől folyamatosan történt. A kutatómunkához mind könyvtári, mind internetes forrást felhasználtam. A szekunder kutatás során, a már működő REL csatornákat körbevevő gazdasági és demográfiai jellemzőket tártam fel. Az egyes jellemzők közötti sztochasztikus kapcsolatokat kerestem. A primer kutatás során a termelői és a fogyasztói oldalt külön vizsgáltam. Az interjúk során olyan ökonómiai -, jogi -, logisztikai -, marketing -, valamint (agrár)termelési jellemzőket vizsgáltam, melyek a REL hatékony működését alapvetően befolyásolják. Fogyasztói oldalon azokat az elvárásokat tártam fel, melyek lényegi információval szolgálhatnak a REL helyi fejlesztési terveinek kidolgozása során. Meghatároztam azokat az alapvető fogyasztói igényeket, melyek megismerése segítik a termelői oldalt a REL-hoz történő csatlakozásban és eredményes működésben. A dolgozat vizsgálatainak eredményeit a probléma-fa, cél-fa struktúrában összegeztem.

A probléma-fa, cél-fa struktúra alapján következtetéseket vontam le a REL jelenlegi működéséről, valamint a cél-fa struktúra alapján megfogalmaztam javaslataimat a hatékonyság növelésére.

MOLNÁR ZSÓFIA

IV. évfolyam

Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnöki Bsc

ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS, AVK

Témavezető: Dr. Koncz Gábor, főiskolai docens
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, AVK

Az Apollo Tyres Hungary Kft. gyöngyöshalászi beruházásának gazdaságfejlesztő hatása a Gyöngyösi járásban

A kutatásnak alapvetően két központi célkitűzése volt: az egyik, hogy milyen, és mekkora hatással van az Apollo Tyres (Hungary) Kft a gyárat körülvevő településekre, a munkavállalókra, valamint a gazdaság fejlődésére. Munkám másik fontos célja az volt, hogy munkavállalóként jobban megismerjem a gyárat, és az ott dolgozó embereket, mert dolgozatom írása során sok olyan munkatárssal konzultáltam, akik nélkül ez az írás nem jöhetett volna létre. A dolgozat összeállításához szükséges vizsgálatokat kétféle kérdőív segítségével végeztem. Az egyiket az Apollo Tyres munkavállalói töltötték ki önkéntes alapon, a másikat külsős beszállító-, takarító-, és munkaközvetítő cégeknek küldtem el kitöltésre, amelyekközülazonban csak két vállalattól kaptam vissza időben a válaszokat. A dolgozói kérdőívet 127 munkavállaló töltötte ki, a gyártósori munkásoktól kezdve, a mérnökökön és managereken át a termelési igazgatóig. A kapott eredményeket a Microsoft Excel program segítségével rögzítettem, majd dolgoztam fel, amelyet táblázatok és diagramok formájában mutatok be TDK-dolgozatomban.

Az elemzések elvégzése után az 1. fejezetben megfogalmazott hipotéziseimet is bizonyítani tudtam. Bebizonyosodott, hogy nőtt a munkavállalók száma, mert egy gyár megjelenése magában hordozza a biztos megélhetési forrás lehetőségét, valamint hat, a jelenlegi munkaviszonya előtt munkanélküli munkavállaló töltötte ki kérdőívemet. A második hipotézisem, miszerint a környező településeken nőtték az ingatlanok árai, valamint bérleti díjai, mind a válaszadók, mind az internetes források megerősítették. Harmadik feltételezésem, amiben azt állítottam, hogy nőtték a Gyöngyösi járáson belül élő munkavállalók érvényesülési lehetőségei, ez abban nyilvánul meg, hogy a munkavállalók az Apollónál megszerzett tudással és tapasztalattal könnyebben, gyorsabban juthatnak magasabb keresetet nyújtó álláshoz. Mivel a válaszadók 35,4 %-a (45 munkavállaló, vagyis több mint a kitöltők 1/3-a) a gyöngyösi járásban él, ez nagyban hozzájárul ahhoz, hogy mind a szakmai, mind az élet más területein is jobb, nagyobb lehetőségekkel induljanak.

Tehát elemzéseim alapján kijelenthetem, hogy az Apollo Tyres (Hungary) Kft. gyöngyöshalászi beruházása összességében pozitív hatással van a környező településekre.

NAGY DÁVID PÁL

IV. évfolyam

Mezőgazdasági mérnök szak (BSc)

ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS, AVK

Témavezető: Dr. Fodor László, főiskolai tanár
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, AVK

Az almamoly elleni légtértelítéssel védelem alkalmazása Heves térségében

Problémafelvetés:

Az almatermesztés az egyik legelterjedtebb gyümölcsstermesztési ágazat világszerte. Napjainkban azonban jelentős termés kiesésre, illetve gazdasági kárra számíthatunk a felszaporodott almamoly (*Cydia pomonella*) populáció miatt, ha nem védekezünk ellene megfelelően.

Kutatási célkitűzés:

Az almamoly populáció szabályozása és kártételének gazdasági kártételi küszöb alatt tartása környezetkímélő védekezési módszerek (feromonos légtértelítés) alkalmazásával.

Kutatási kérdés(ek):

Milyen mértékben befolyásolja az almamoly kártételét és jelenlétét a légtértelítéssel módszer a hagyományos, inszekticid kezeléssel ellátott (kontroll) területtel szemben? Költségeket tekintve megéri-e alkalmazni a technológiát? Hosszú távon milyen hatásai lehetnek?

Anyag és módszer (a kutatás adatbázisa, módszertana):

A kezelt és kontroll területen időközönként 450 darab véletlenszerűen kiválasztott alma szemrevételezése, egészségállapotának megvizsgálása, másrészt ragacs lapos molycsapdák mérésének összehasonlítása.

Kutatási eredmények:

A légtértelített parcellán sikerült visszaszorítani az almamoly egyedek számát, viszont a pajzs- és levéltetvek nagy létszáma miatt inszekticid kiegészítő kezelésekre volt szükség, ami ugyan megnövelte a hektárra vetített költségeket, de még így is gazdaságosabb volt a környezetkímélő technológia alkalmazása, mint a hagyományos, vegyszeres kezelésben részesített területé.

Következtetések, javaslatok:

Túlzott mértékű almamoly fertőzöttség esetén a feromonos kezelésen felül szükség lehet a biológiai rovarölő szerek (*granulovírus*, *bacillus thuringiensis*) alkalmazására is. Több magyarországi gyümölcsösben megfigyelték, hogy pár éves légtértelítés után jelentősen felszaporodtak más kártevők (pl. ligeti sodrómoly, dudvasodrómoly), amelyek visszaszorítása aztán igen nagy költségbe került.

GAZDASÁGTUDOMÁNYI SZEKCIÓ

2.206. terem

Elnök: Dr. Baranyi Aranka, egyetemi docens EKE GYKRC
Tagok: Domjánné Dr. Nyizsalovszki Rita, egyetemi docens EKE GYKRC
Dr. Novák Tamás, egyetemi docens EKE GYKRC
Dr. Taralik Krisztina, egyetemi docens EKE GYKRC
Dr. Téglá Zsolt, egyetemi docens EKE GYKRC
Nagy Réka Emese, Kereskedelem és marketing, BA, II.évf. GYKRC
Titkár: Vanó Péter

A szekció résztvevői:

Bata Miléna (GTK)

HR revolution: a bizalom újraértelmezése az e-hrm korában

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus

Hortolányi Árpád László (GTK)

Patikák harca a vevőkért: Gyöngyösi lakosok gyógyszerár választási preferenciái

Témavezető: Dr. Domán Szilvia, főiskolai docens

Kakuk Péter (GTK)

Fuvaroptimalizálás transportation management rendszerekkel

Témavezető: Dr. Dedák István, főiskolai tanár

Karosi Dávid (GTK)

Az okosturizmus szerepe az okosvárosok életében a KVI Hotel példáján keresztül

Témavezető: Dr. habil Bujdosó Zoltán, főiskolai tanár

Nádasdi Andrea (GTK)

Nógrád megye a felzárkózás útján? – avagy a térségfejlesztés hatásai a KKV szektorra Nógrád megyében

Témavezető: Dr. Csernák József, főiskolai tanár

Stalmájer Attila (GTK)

A távmunka, mint atipikus foglalkoztatás perspektívái

Témavezető: Dr. Tamus Antalné, főiskolai tanár

Tachscherer Balázs László (GTK)

Orosz rulett vagy kihagyhatatlan lehetőség? A kriptovalutába befektetők motivációinak vizsgálata

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea adjunktus

BATA MILÉNA

II. évfolyam

Vezetés és szervezés (MA)

ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS, GTK

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, GTK

HR REVOLUTION: A BIZALOM ÚJRAÉRTELMEZÉSE AZ E-HRM KORÁBAN

Problémafelvetés

Kutatásunk alapját a technológiai fejlődés felgyorsulása, azon belül az e-HRM kialakulása jelentette, mely nem csak a vállalatok, de az álláskeresők, illetve a vállalatok tevékenységét támogató személyzeti tanácsadó cégek tevékenységét is alapvetően meghatározza. Kutatásunk során átfogóan szeretnénk volna vizsgálni az álláskeresési preferenciákat, a legnépszerűbb álláskeresési platformokat, a bizalom értelmezésének változását, különös tekintettel a személyzeti szolgáltatókba vetett bizalomra.

Anyag és módszertan

A mélyreható kutatás érdekében primer és szekunder kutatást alkalmaztunk. Primer kutatásunk hatékonysága érdekében három módszert is alkalmaztunk vizsgálataink alapjául: elsőként megfigyelést végeztünk, melynek során Magyarország TOP 3 legismertebb tanácsadó cégének online, illetve fizikális jelenlétét vizsgáltuk meg. Ezt követően standard mélyinterjút készítettünk egy személyzeti tanácsadóval a leghatékonyabb jelöltszűrési felületek, a toborzás virtuális tér irányába történő eltolódás, illetve a bizalom témakörét érintve. Ezen két vizsgálat, illetve szekunder kutatásunk során fellelt már vizsgált modellek alapján összeállítottuk kérdőívünk, melyek eredményét SPSS programcsomaggal és Microsoft Office Excel segítségével értékeltük.

Következtetések, javaslatok

Eredményeink alapján elmondhatjuk, hogy az álláskeresés valóban a virtuális tér, illetve az online platformok irányába tolódik el, azonban jelen állás szerint még mindig fontos szerepet tölt be a munkahely megválasztása szempontjából a személyes ajánlás, mely alapján fontosnak ítéltük meg a vállalatok employer branding tevékenységét.

Fontos eredmény továbbá, hogy a válaszadók jelentős része egyéni készségeinek, képességeinek fejlődését helyezi előtérbe a munkahelyválasztás során, míg jelentős számban vannak jelen semleges álláskeresők is a munkaerő piacon, akiket a vállalatok által nyújtott, egyéni képességeket, készségeket támogató tényezők egyáltalán nem befolyásolják a munkahelyválasztás során.

Végezetül azt találtuk, hogy a személyzeti szolgáltatókba vetett bizalom szintje igen alacsony, ezért a tanácsadó cégeknek minél szélesebb körrel meg kell ismertetniük tevékenységüket, így maradhatnak versenyképesek a jövőt tekintve.

HORTOLÁNYI ÁRPÁD LÁSZLÓ

II. évfolyam

Kereskedelem és marketing (BA)

ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS, GTK

Témavezető: Dr. Domán Szilvia, főiskolai docens
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, GTK

PATIKÁK HARCA A VEVŐKÉRT: GYÖNGYÖSI LAKOSOK GYÓGYSZERTÁR VÁLASZTÁSI PREFERENCIÁI

Problémafelvetés: Öregedő társadalmunk, a megjelenő új betegségek és az alkalmazott gyógymódok dinamikus fejlődése megváltoztatta gyógyszerfogyasztási szokásainkat. Hazánkban a rendszerváltást követő időszakban lezajló patikaliberalizáció ugyanakkor a gyógyszertárak üzletfilozófiáját alakította át jelentősen. Vizsgálatom tárgya, hogy milyen módon hatnak egymásra a változások, hogyan befolyásolja a gyógyszertári marketing a fogyasztót, és a vásárlói szokások változása milyen irányba tolja a patikákban alkalmazott marketing tevékenységet.

Kutatási célkitűzés: A kutatás célja annak feltárása, hogy a fogyasztók milyen motívumok alapján választanak Gyöngyös városában gyógyszertárat, milyen preferenciák mentén jelölik ki az általuk gyakran, vagy ritkábban látogatott intézményeket.

Kutatási kérdés: Mi motiválja a vásárlót a patikaválasztása során? Mit tehet egy gyógyszertár a fogyasztói elégedettség és a vevőmegtartás érdekében?

Hipotézisek: Feltételeztem, hogy a kutatás során megkérdezettek többsége nem ismeri a Gyöngyösön található valamennyi gyógyszertárat, ennek megfelelően azok népszerűsége is eltér. A patikaválasztásnál jelentős szerep jut a megközelíthetőségnek, az ingyenes parkolási lehetőségnek, a gyors és azonnali kiszolgálásnak. A fogyasztók fontosnak tartják a gyógyszerész segítségét, szaktudását. Mind a gyógyszertár vezetői, mind a fogyasztók számára előnyös, ha egy gyógyszertár lánchoz tartozik.

Anyag és módszer: A szekunder kutatásomat a hazai és külföldi szakkönyvekre, szakmai lapokra- és internetes oldalakra, KSH adatbázisokra, valamint a publikált marketingkutatási eredményekre alapoztam. Primer kutatásaim során mélyinterjút készítettem négy gyógyszertárvezetővel, továbbá kétszer négy főből összeállított fókuszcsoporthoz beszélgetés alkalmával szereztem be a kvalitatív adatokat.

Kutatási eredmények: A kvantitatív kutatás során az eredmények a hipotéziseim közül hármat alátámasztottak, míg három részben cáfolásra került. Elmondható, hogy a válaszadók legfontosabb preferenciái a bizalom a gyógyszerész irányába, a gyors és azonnali kiszolgálás, a hosszú nyitva tartás, emellett azonban egy gyógyszertár számos egyéb szempontnak is meg kell, hogy feleljen, mely a vásárlói elégedettséget szolgálja.

Következtetések, javaslatok: A kutatás során feltártam, hogy a gyógyszertári értékesítés több szempontból hasonlít a hagyományos kereskedelemre, így bizonyos megkötésekkel, de itt is alkalmazható a marketing eszköztára. Az ismertség megteremtése és fenntartása elsősorban a hagyományos patikáknak okoz nehézséget, szűkösebb marketing költségvetésük miatt. A fogyasztók befolyásolásában a bizalmi jelleg miatt nagy szerepe van a véleményvezéreknek elsősorban az orvosoknak és a gyógyszerészeknek. A hálózatos működés mind az eladói mind a vevői oldalon olyan előnyöket hordoz, melyek nagymértékben meghatározzák a patika szektor jövőbeli irányát.

KAKUK PÉTER

I. évfolyam

Gazdálkodás és menedzsment (BA)

ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS, GTK

Témavezető: Dr. Dedák István, főiskolai tanár
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, GTK

FUVAROPTIMALIZÁLÁS TRANSPORTATION MANAGEMENT RENDSZEREKKEL

Problémafelvetés:

A munkáltatómnál fuvaroztatási stratégiát kezdtem el kidolgozni, melyhez szükségem volt a fuvarárak pontos megértésére. Rengeteg szakirodalomban találkozunk a fuvar költség meghatározó tényezőivel, melyek között a verseny kiemelt helyen szokott szerepelni. Arról azonban már kevesebb információt le lehetünk fel, hogy a verseny hogyan is működik pontosan, a verseny meghatározó tényezők mérésének módszertanára pedig ezidáig nem találtam példát.

Kutatási célkitűzés:

A kutatás célja módszertan kidolgozása a fuvarpiaci verseny mérésére és egy – a módszertanra alapozott – fuvaroztatási stratégia létrehozása, majd a gyakorlati alkalmazás bemutatása.

Kutatási kérdés(ek):

Létre hozhatunk-e fuvarpiaci indikátorokat a transportation management rendszerben? Milyen tényezők befolyásolják a szállítási kapacitás eloszlását? Milyen tényezők befolyásolják a fuvarárakat? Mikor érdemes minden egyes fuvar megversenyeztetni és mikor érdemes szerződéssel, hosszabb távon szállítási kapacitást fixálni?

Hipotézis(ek):

Az egy megversenyeztetett fuvarra jutó ajánlatok átlagos száma (továbbiakban: BCI) pontosan mutatja a piacon lévő szállítási kapacitást. A BCI negatívan korrelál a fuvarárakkal. A nemzetközi BCI-k és a fuvarárak mértéke összefüggnek az adott viszonylat külkereskedelmi mérlegével. A BCI pontosan megmutatja a szállítási piac szezonálisitását.

Anyag és módszer (a kutatás adatbázisa, módszertana):

A kutatás adatbázisa a munkáltatóm fuvar adatbázisa és a KSH külkereskedelmi adatai, melyekből statisztikai úton bizonyítom a hipotéziseim.

Kutatási eredmények:

Egy menedzsment által elfogadott fuvaroztatási stratégia, mely januártól április elsejéig 22.000 EUR megtakarítást eredményezett, a BCI fuvarpiaci indikátor szerepének bizonyítása, a külkereskedelmi mérleg és a fuvarárak kapcsolatának leírása és bizonyítása.

Következtetések, javaslatok.

Az adott viszonylat BCI-nak mértéke alapján kell meghatározni, hogy mikor versenyeztesse a vállalat a fuvarokat és mikor kössön hosszútávú szerződéseket.

KAROSI DÁVID

II. évfolyam

Turizmus- menedzsment (MA)

ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS, GTK

Témavezető: Dr. habil Bujdosó Zoltán, főiskolai tanár
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, GTK

AZ OKOSTURIZMUS SZEREPE AZ OKOSVÁROSOK ÉLETÉBEN A KVIHOTEL PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

A dolgozatom témája Az okosturizmus szerepe az okosvárosok életében a KViHotel példáján keresztül. A témám kapcsán szeretném bemutatni az okos turizmus kialakulását, szerepét és integrálását a hagyományos turizmusba a fent említett okoszálloda kapcsán és az „Okos Turizmus Európai Fővárosa 2019” program keretén belül. Ismertetni szeretném munkám témájának a fontosságát, ugyanis a smart cityk olyan városok, amelyek sikeresen és fenntarthatóan hasznosítják és beépítik a modern technológia vívmányait a mindennapi életbe. A dolgozatom elejét a városi turizmus szakirodalmi forrása alkotja, illetve az okos városok és alrendszereik felépítése és kihívása. Továbbá a Big Data fogalmát, a turizmusban betöltött szerepét, illetve az okos applikációk és a felhasználók kapcsolatát vizsgálom. A kutatásom során felmerültek olyan, az okos turizmussal kapcsolatos megválaszolandó kérdések, amelyek az okos városok kialakulását, az okos eszközök és alkalmazások felhasználását érintették, és nem utolsósorban a KViHotel, Európa első okos szállodájának a turizmusba való integrálását vizsgálták. Továbbá hipotézisem bizonyítása érdekében, - miszerint az okos turizmus és az okos városok kialakulása, mind gazdasági, mind környezetvédelmi és kényelmi szempontból pozitív hatást gyakorol a jövő generációi és a turizmus számára - a munkám során primer és szekunder kutatásokat alkalmaztam. A primer kutatásom magját a KViHotel Sales Managerével készített interjúm képezi. Az interjút követően az összehasonlítás módszerét is alkalmaztam a szálloda demográfiai adatainak ismeretében. A primer kutatásom második részét egy kérdőív képezi, amely kapcsán az applikációk és a felhasználók közötti kapcsolatokat szeretném ismertetni. Nem utolsósorban a megfigyelés módszerét alkalmazva a győztes okosvárosok Lyon és Helsinki esettanulmányát dolgozom fel. A munkám szekunder kutatását a szakmai irodalom feldolgozása képezi, amely jelentős szakmai segítséget biztosít a témát illetően. Az eredmények teljes körűen igazolták hipotézisem, és pozitív kimenetűek voltak a turizmust érintően. Az interjúm során fény derült az okos szállodák iránti magas kereslet igényére. Az összehasonlító elemzés igazolta a mai trendeket. A kérdőívem bemutatta a felhasználók és az okos eszközeik közötti elválaszthatatlan köteléket, illetve az alkalmazások pozitív hatását a turizmusra. Az esettanulmány bemutatta az okos városokban rejlő hatalmas potenciált. Bemutatta a fenntartható fejlesztések, a digitalizáció az infrastruktúra, a kultúra és környezet fontosságát. Szemmel láthatóan a turizmus iparága olyan technológiai fejlődés felé vette az irányt, amely jelentősen befolyásolja a jövő turizmusát. A smart cityk kapcsán létrejött okos és fenntartható fejlesztések színes spektruma bizonyítja a technológia iránti igényt. Az okos eszközeink és az okos megoldások immár az életünk részét képezik, amelyek nem csak szórakoztató jelleget képviselhetnek, hanem annál sokkal többet, a jövőt. Ennek egyik eredménye az általam vizsgált KViHotel és a szálloda által kifejlesztett TMRW szoftver, annak előnyei és hatása a turizmusra. A kényelem mögött ott rejtőzik a fenntarthatóság szükségessége, ugyanis az ökológiai lábnyomunk egyre csak nő. A dolgozatom bizonyítja, hogy az igény hatalmas mennyiségben jelentkezik, mind az okos városok és az általuk kínált megoldásaik, mind az okos hotelek és applikációik nyújtotta lehetőségek iránt. A lehetőség adott, hogy úgy formáljuk a jövőbeli turizmust, hogy azt még számos generáció élvezni tudja.

NÁDASDI ANDREA

II. évfolyam

Vállalkozásfejlesztés (MA)

ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS, GTK

Témavezető: Dr. Csernák József, adjunktus
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, GTK

„NÓGRÁD MEGYE A FELZÁRKÓZÁS ÚTJÁN” - AVAGY A TÉRSÉGFEJLESZTÉS HATÁSAI A KKV SEKTORRA NÓGRÁD MEGYÉBEN

Az elmúlt időben Nógrád megyének megadatott a lehetőség, hogy gazdasági szempontból ráléphessen a felzárkózás útjára. Ahogy az évek és a rutin is mutatja, nem volt egy sima, kitaposott út, hanem tele volt akadályokkal, amiket többek között a megyei vállalkozások tudnak ledönteni közös erővel.

Kutatásomban erre is keresem a választ. Fő vizsgálati céloknak a megyében jelenleg zajló és megvalósuló térségfejlesztési beruházásokat tűztem ki, illetve azt, hogy ehhez hogyan tudnak idomulni a nógrádi KKV-k. Tekintettel arra, hogy Magyarország egyik legelmaradottabb megyéjéről van szó, így egyebek mellett fontosnak tartottam, hogy belelássak az itt működő vállalkozások ügyvezetőinek fejébe. Tudni akartam, hogy a fiatal vagy a régebb óta vállalkozók alkalmazkodnak-e könnyebben a térségfejlesztési beruházásokhoz és egyáltalán van-e indíttatásuk, hogy ebből hosszútávon előnyt tudjanak kovácsolni maguknak. Kutatásomban nemcsak a térségfejlesztési beruházásokra, mint külső környezeti tényezőkre térek ki, hanem több aspektusból megvizsgálom a megyei KKV-k működési és fejlődési szándékát, mint például adózás vagy az állami informatikai innovációs fejlesztések.

Primer kutatásomat kérdőíves megkérdezéssel végeztem, amit kifejezetten csak Nógrád megyében működő vállalkozások ügyvezetői által kerültek kitöltésre. A válaszadóim között őstermelők, egyéni vállalkozók és társas vállalkozások működtek közre.

Kutatási hipotéziseimet módszertanilag varianciaanalízissel (ANOVA), faktor-és klaszterelemzéssel, illetve keresztábra-elemzéssel vizsgáltam. Várokazásaim szerint a Nógrád megyei KKV-szektorban csak megcsillanni látszik a depresszív üzletszemléletből való kilábalás lehetősége, ugyanakkor remélem, hogy az eddigi attitűd nem zárja ki teljesen az új lehetőségekhez való alkalmazkodást, a rugalmasságot.

Kutatásom fő célja, hogy vizsgáljam jelenleg milyen a Nógrád megyei vállalkozások attitűdje a kooperációkkal kapcsolatban, illetve, hogy ezen szemléletek hogyan formálódnak olyan külső változások hatására, mint például a térségfejlesztési beruházások.

STALMÁJER ATTILA

II. évfolyam

Kereskedelem és marketing (BA)

ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS, GTK

Témavezető: Dr. Tamus Antalné, főiskolai tanár
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, GTK

A TÁVMUNKA MINT ATIPIKUS FOGLALKOZTATÁSI FORMA PERSPEKTÍVÁI

Problémafelvetés: A munkaerőpiac egyensúlyban tartása örök és állandó kihívás az irányító szervek, a vállalatok és a vállalkozók számára éppúgy, mint amennyire fontos ez a munkavállalói rétegnek. Munkanélküliség fennállása esetén a kihívást az jelenti, hogy hogyan lehet a legnagyobb munkavállalói rétegnek munkát biztosítani, valamilyen formában a munkába bevonni. Munkaerőhiány fennállásakor a megfelelő munkaerő megtalálása és megtartása a cél. Teljes foglalkoztatás esetén, a hatékonyságnövelés, a nagyobb hozzáadott érték elérése a hajtóerő.

Kutatási célkitűzések: A kutatás célja, hogy megismerje és feltérképezze a távmunkát, mint atipikus foglalkoztatási forma perspektíváit. Felmérje az érintettek helyzetét, álláspontjait és lehetőség szerint rávilágítson a szűk keresztmetszetekre. **Kutatási kérdések:** Mi befolyásolhatja a távmunka terjedését Magyarországon? Hogyan lehet elfogadhatóbbá, általánossá és hatékonyabbá tenni a távmunka-végzést? **Anyag és módszertan:** Szekunderkutatások segítségével kerül a távmunka fogalomköre konceptualizálásra. Újabb másodlagos kutatások segítségével kerül bemutatásra a távmunka kialakulása, elterjedése, Magyarország helyzete ezen a területen és a távmunka jogi támogatottsága. Primer kutatás, fókuszcsoportos interjú tárja fele a munkavállalók attitűdjét, a távmunkára ösztönző és a visszatartó erőket. Primer kutatás, egyéni mélyinterjúk boncolja a munkáltatói oldal nézeteit, pro és kontra szempontjait. Primer kutatás, egyéni mélyinterjúk mutatják be a távmunkában rutint szerettek véleményét, tapasztalataikat. Primer kutatás, kérdőíves megkérdezés nyújt számszerűsíthető adatokat a véletlenszerű, nem reprezentatív mintán végzett online és papíralapú kérdőívek segítségével. A kutatásokból nyert információk és adatok rendszerezésével és elemzésével összegezem a kutatásokat és a dolgot. **Kutatások eredményei:** A kutatások megmutatták, hogy Magyarország erősen elmaradott a távmunka területén más fejlett országokhoz képest, valamint hogy nagyon sok potenciál van még ebben a szekcióban. A primerkutatásokból kiderül, hogy a megkérdezettek legnagyobb hányada hallott már a távmunkáról, a fogalom ismerete azonban hiányos, a legtöbben az otthonról végezhető munkára szűkítették a kört. A primer kutatásokból kiderül, hogy a távmunkára való képesség erősen személyiségfüggő, de a megfelelő feltételek mellett és mérőszámok alkalmazásával standardizálható. A megkérdezettek véleménye szerint a rugalmasság a távmunka legkiemelkedőbb pozitívuma. A jelenlegi jogi környezet nem kedvez a távmunka alkalmazásának, terjedésének. **Következtetések, javaslatok:** További, nemzetközi kutatások végzése javasolt, elsősorban a távmunkát érintő munkajogi és munkavédelmi szabályozás területén. A távmunkára vonatkozó jogszabályok átalakítása és kiterjesztése a nem rendszeresen, ad hoc jelleggel történő távmunka végzésre is. A távmunkahelyek kialakításához szükséges dokumentumok, nyilatkozatok, tanúsítványok, utasítások, ellenőrző listák, oktatóanyagok online verzióinak kidolgozása és mindenki számára elérhetővé tétele. A távmunkát ismeretterjesztő oktatásokkal, reklámmal és gyakorlati kipróbálással népszerűsíteni.

TACHSCHERER BALÁZS LÁSZLÓ

II. évfolyam

Vezetés és szervezés (MA)

ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS, GTK

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, GTK

A KRIPTOVALUTABEFEKTETŐK MOTIVÁCIÓINAK, ÉS INNOVÁCIÓ-ELFOGADÁSÁNAK VIZSGÁLATA A ROGERS-I DIFFÚZIÓS ELMÉLET MENTÉN

Abitcoin protokoll megalkotójának, Satoshi Nakamotónak, és a Bitcoin háttérében lévő blokklánc technológiának köszönhetően nemcsak világszerte hallottak az emberek a kriptovalutákról, hanem számos iparág jutott hozzá egy valóban innovatív technológiához.

Problémafelvetés:

Napjainkban több mint 2100 kriptovalutát jegyeznek a kriptovaluta tőzsdék. Az extrém árfolyam volatilitás, és a Magyar Nemzeti Bank fizetésre használható virtuális eszközökkel kapcsolatos kockázatokra figyelmeztető felhívásai ellenére sokan fektetnek kriptovalutákba.

Kutatás célja:

Kutatásom célja vizsgálni a kriptovalutákba fektetők befektetési szokásait, motivációit, valamint innováció-elfogadását. Célom feltárni, hogy milyen tényezők gátolják, és motiválják a kriptovaluta befektetők befektetési szokásait.

Anyag és módszer:

Facebook kriptovaluta csoportok, kriptovaluta fórumok befektetői körében (n = 210) kérdőíves felmérést végeztem. A kérdőív témaspecifikus kérdéseit részben Rogers Everett diffúziós elmélete nyomán állítottam össze, egyszerű-és többszörös választást lehetővé tevő zárt kérdéseket és Likert-skálákat alkalmaztam. Az eredményeket Microsoft Office Excel, és SPSS szoftver segítségével értékeltem.

Kutatási eredmények, következtetések:

A jellemzően vásárlással többféle kriptovalutával rendelkező befektetők egyéb alternatívaként ingatlanba, műtárgyba fektetnének, ugyanakkor befektetéseiknek legalább 50 %-át kriptovaluta befektetések alkotják. A befektetőket leginkább a jövedelemszerzés, a vagyon gyarapítása és a szórakozás motiválja, a függetlenségi és életciklus motiváció jellemző rájuk. Többségük az innovációkat szükségszerűnek tartja, és az általuk alkalmazott innovációk összhangban vannak az egyéni értékeikkel, ugyanakkor az innováció adaptálásának gátja a megvalósítás költségeiben keresendő.

ANGOL NYELVŰ SZEKCIÓ

2.207. terem

Elnök: Dr. Réthy István, főiskolai tanár EKE GYKRC
Tagok: Fisher Noémi, adjunktus EKE GYKRC
Dr. Erdélyi Tamás, főiskolai docens EKE GYKRC
Alamaireh Mohd Khier Ibrahim Abdulrahman, hallgató GYKRC
Titkár: Dupcsák Zsolt mérnöktanár

A szekció résztvevői:

Alvaro Cabrera Avila, (GTK)

Emotional intelligence and its role in the industry 4.0 from the point of view of leaders

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus

Nhlakanipho Michael Mthonti, (GTK)

CSR Communication: Manager's Attitude and Consumer Perceptions Amongst South African Listed SMEs in the Food Industry"

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus

Borodina Daria Olegovna, (GTK)

Decision-making to study abroad

Témavezető: Dr. Taralik Krisztina, egyetemi docens

Anna Aba Aseda Otabil, (GTK)

An examination of the perception of Ghanaians vis a vis Chinese investments and the presence of the Chinese in Ghana

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus

Moses Amanor Padi, (GTK)

The examination of the current higher educational system in Hungary in the wake of the fourth industry revolution (industry 4.0)

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus

Ana Potskhverashvili, (GTK)

Corporate Social Responsibility and employer attractiveness

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus

Tinatín Vardanidze, (GTK)

Online business models and its impact on customer behaviour

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus

ALVARO CABRERA AVILA

III. évfolyam

Business Administration & Management BA

ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS, GTK

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, GTK

EMOTIONAL INTELLIGENCE AND ITS ROLE IN THE INDUSTRY 4.0 FROM THE POINT OF VIEW OF LEADERS

The new technology advances, digitalization and automatization of processes are what is defining this new industrial revolution labeled as industry 4.0 by the German Henning Kagermann. This new era of technology and innovation in the markets brings with it several benefits as well as many challenges for leaders in multinational companies and its workforce. More and more studies are demonstrating the importance of emotional intelligence in the workplace and how important is its role during decision making. Unfortunately, the new competencies for the industry 4.0 are not reflecting the same importance, some might even state that in this new era there is no place for emotions in business.

To cope with knowledge and competences of the new technologies and processes of the industry 4.0 Human Resources management (HR) needs to develop new strategic approaches to develop skills which might have not been given to employees in former education.

The goal of this research is to find how important is emotional intelligence in this new industry or if indeed there is no place for emotions, where the workforce focuses more on innovative detailed thinking on single processes, having specific technical capabilities, problem solving and multitask worker in complex situations.

A qualitative approach will be performed in this research seeking for a purpose and relevance of traditional personnel selection criteria, which are commonly used like interpersonal skills, leadership, emotional steadiness, self-confidence, past-experience etc.

NHLAKANIPHO MICHAEL MTHONTI

II. évfolyam

Business Development MA

ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS, GTK

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, GTK

CSR Communication: Manager's Attitude and Consumer Perceptions Amongst Listed SMEs in South African Food Industry

Many companies all around the world, especially in developed regions and economies, have embedded engaging and effectively communicating their corporate social responsibility (CSR) activities to different stakeholders to their overall corporate strategy. Despite a growing popularity of CSR and research in that area, little research has been done to assess CSR reporting and communication situation in less developed or developing regions such as South Africa. The aim of this research was then to evaluate the extent to which listed small and medium enterprises (SMEs) in South African food industry, under JSE AltX, report and communicate their CSR initiatives to their various stakeholders by assessing overall manager's attitudes towards the subject. In addition, through a dyadic approach, to find out consumer perceptions in relation to the CSR information communicated to them, and in this case, through Eco-labels. In this thesis, the researcher firstly, through observatory research, investigated websites of 10 large multinational companies listed in Johannesburg Stock Exchange (JSE) another 10 local SMEs listed under JSE alternative exchange for SMEs called JSE AltX to find out how their CSR activities are reported and if there is any differences. Then, the target population of 15 SMEs was selected but only 7 could participate on telephone interviews as part of Qualitative research approach. On the other hand, 400 consumers were selected to be respondents as a target population, in which a total number of 304 only filled up the questionnaire as part of Quantitative research approach. After transcribing interview answers and analysing data through Microsoft Excel and SPSS, the research found out that managers have a positive attitude towards reporting and communicating CSR, they acknowledge the international CSR guidelines, standards and CSR communication tools but prioritize their communication towards shareholders and government above other stakeholders and they are faced with challenges towards adopting those guidelines/standards and tools. Also, consumers do require CSR information, use and have access to CSR communication tools and they tend to be aware of Eco-labeled products/brands, positively perceive Eco-labeled products/brands as high quality, associate with those products and are loyal to those products as CSR information influence their purchasing decisions. This research concludes that, for SMEs to achieve their CSR goals such as image, reputation and competitiveness, they should not overlook the importance of investing in CSR communication to all stakeholders with equal importance and to review their CSR communication strategies to effectively reach and influence the behavior of South African consumers in the food industry.

BORODINA DARIA OLEGOVNA

II. évfolyam

Tourism Management MA

ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS, GTK

Témavezető: Dr. Taralik Krisztina, egyetemi docens
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, GTK

THE DECISION TO STUDY ABROAD

Better understanding of benefits what student is looking for going to study abroad can help to figure out a great deal about the decision to engage in international education. If a university knows what students are looking for, it is possible to work on delivering and to highlight those aspects in the marketing campaigns. The aim of the Master's paper is to describe both theoretically and empirically decision to study abroad, discover what lays behind the decision to take part in an international education with focus on what benefits associated with an international education in Eszterhazy Karoly University (EKU) that are important for students. Students engage in international education because they look for certain benefits, but what are these benefits? The next purpose to identify a segment of the benefits for what international students are looking for in Eszterhazy Karoly University and emphasize how this university delivers these benefits.

The following hypotheses are proposed:

- International students are looking for benefits to study in Hungary.
- International students are looking for benefits to study in Eszterhazy Karoly University.
- According to Stipendium Hungaricum Scholarship Programme (SHSP) International students have known about Eszterhazy Karoly University.

Methodology:

Methods - literature review for theoretical background and the quantitate method – survey questionnaire. Sample – targeted population - current international students in EKU.

Data analysis methods - descriptive statistics such as frequency and means counted by the Google application, SPSS statistical program to examine the relationships among the variable. International students are looking for some benefits to study abroad related to general expectations, in Hungary and EKU, also university has delivered some benefits during and after education. One fourth of international students have known about EKU according to SHSP.

Received data can be used for developing marketing campaign and promote university, on the international area and attract more international students according to benefits for what they are looking for to study abroad.

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, GTK

An Examination of the Perception of Ghanaians vis-à-vis Chinese Investments and the Presence of the Chinese in Ghana

There has been a lot of discussion (particularly by the Chinese media) about the Silk Road Economic Belt and the 21st Century Maritime Silk Road, briefly referred to as the Belt and Road Initiative (BRI), since it was officially announced by President Xi Jinping of China in 2013 during official visits to Indonesia and Kazakhstan. President Xi's ambitious project is inspired by the ancient Silk Road that connected China and the Far East with the Middle East and Europe during the Han Dynasty in 130 B.C. The new initiative aims to connect China to Central Asia, the Middle East, Africa and Europe through both overland and maritime routes. China has partnered with over 60 countries, most of which are developing countries. The initiative is however met with some uncertainty, as the international community is unsure of the true intentions of China; whether it is to bridge the infrastructure gap in developing countries or it is to establish itself as a geopolitical force globally. The purpose of this paper is to assess the Belt and Road Initiative by examining the social construct of trust and trustworthiness, which are essential in any form of collaboration among multiple people and also to look at the impact of foreign direct investments and technology transfer in developing countries using Ghana as a case study.

MOSES AMANOR PADI
II. évfolyam
Vállalkozásfejlesztés (MA)

ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS, GTK

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, GTK

**COMPARATIVE VIEW OF STUDENTS AND TEACHERS
PERCEPTION OF THE CURRENT HIGHER EDUCATIONAL SYSTEM
IN THE WAKE OF THE FOURTH INDUSTRY REVOLUTION
(INDUSTRY 4.0)**

The educational system over the years seem to have remained systematic and traditional in its modus operandi of preparing students for the labor market in the wake of successive industry revolutions. Today, there is yet another industrial revolution unfolding which already is disrupting many aspects of society and the educational institutions are not an exception.

This report is a comparative analysis of the perception of students and lecturers on the educational system in the wake of the fourth industry revolution (Industry 4.0). An in-depth interview was used to collect data about students and lecturers' views on the current higher educational system in preparing students for the future job market and lecturers of higher educational institutions take on whether or not they consider the school system as adequately enhancing students' skill and ability for the future labor market in the wake of a disruptive technological advancement today. The preliminary results of the research indicate that most students consider the educational system as outdated and curriculum of higher educational institutions needs to be revised to better serve their interest. Lecturers on the other also opined that the higher education system has remained traditional in the face of a changing world, but this is as a result of financial constraint and the speed of technology evolution/revolution.

The conclusion can also be drawn that the focus of higher educational institutions is drawn toward the offer of theoretical knowledge rather than the hands-on practical skill which has rendered most students after school as 'half-baked elites' and in most cases jobless.

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, GTK

Corporate Social Responsibility and employer attractiveness

Corporate Social Responsibility has become the foundation of business competency and has increased in labor market communication. As the global competitiveness accelerates in the world, it is a major challenge for the companies to attract talents and attain them within the company. The business needs to contribute to the well-being of the community and society they affect. High salary alone is no longer effective, people want to work in the company whose values match their own values and that impact contribute to society and environment. To express organizational identity, empowering commitment to sustainable development and stakeholders' engagement, organizations report their CSR activities.

The extent literature has hardly explored the connection between CSR and job seekers' attitude toward employer attractiveness, so I identified a relevant research gap to be tackled. The aim of MA study is to measure to what extent Corporate Social Responsibility has an influence on employer attractiveness. I conducted an empirical study, collecting data from 200 sample (mostly millennials highly sensitive toward ethical and CSR issues). The main findings show that awareness and engagement of CSR is high among most of the society and generally CSR is considered as a very positive factor in job searching process but can not be considered as the most important determinant. The results generally confirmed that CSR has a high influence on job seekers and helps to attain employees in the workplace.

TINATIN VARDANIDZE

II. évfolyam

Business Development MSC

ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS, GTK

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus
Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus, GTK

ONLINE BUSINESS MODELS AND ITS IMPACT ON CUSTOMER BEHAVIOUR

Problem Statement: Business model as a research topic is very complex with variety of definitions by scholars and with no commonly agreed upon theory. For the better understanding of the phrase business model, it is crucial to analyze what business model is made-off. Analyze the customer, especially in today's globalized world, where customers are also increasingly leveraging online information for their purchasing decisions. In my research paper I question how developing e-business model influenced enterprises for changes and customer point of view on e-commerce.

Research Objectives and questions: The objective of my research paper is to deepen understanding of business models as the concept, with its narrow or extensive definitions, evolution of the concept within developing technological and internet era impacting on customer behavior. The paper will be oriented mainly on four goals. Firstly, analyzing the concept of business model's definition and frameworks with strategies. Secondly, importance of internet in business followed by the importance of online marketing strategies for e-commerce. And last but not least, the behavioral profile of e-commerce users.

1. How customer behavior has changed after emerging e-business Models?
2. How online marketing tools stimulates customer decision-making process?

Research methods: I have used both qualitative and quantitative methodologies. Qualitative methodology was used as an interview with 2 online entrepreneurs' quantitative methodology was used as primary survey. Questioner was sent randomly selected 225 people via Google forms. However, exploratory research was including observing e-commerce websites from the customer point of view and evaluating them by 7C marketing framework.

Research Outcomes: From observation part, I can say that there is correlation between customer integration and the success of the e-commerce websites. Conducted survey proved that there are high convenience level factors which motivates consumers for online purchasing, but their behavior differs. In addition, marketing strategies have great influence on consumer's decisions process.

Findings and Suggestions: Findings of this paper provide an important starting point to conduct effective e-commerce valuation management tool. The results of the research are reliable and can be used in further studies. From managerial perspectives, with this paper they are able to reevaluate their business model in order to meet consumers' needs and wants.

SZERZŐK JEGYZÉKE

AMANOR MOSES PADI.....	26
ANTAL SÁNDOR.....	9
BATA MILÉNA	14
BORODINA DARIA OLEGOVNA	24
CABRERA AVILA ALVARO	22
HORTOLÁNYI ÁRPÁD LÁSZLÓ	15
KAKUK PÉTER	16
KAROSI DÁVID	17
MOLNÁR ZSÓFIA.....	10

MTHONTI NHLAKANIPHO	
MICHAEL.....	23
NAGY DÁVID PÁL.....	11
NÁDASDI ANDREA	18
OTABIL ANNA ABA ASEDA	25
POTSKHVERASHVILI ANA.....	27
STALMÁJER ATTILA	19
TACHSCHERER BALÁZS LÁSZLÓ	20
VARDANIDZE TINATIN.....	28