

Keleti Károly
Gazdasági Kar

MULTI LEVEL MARKETING RENDSZEREK ÉS A RENDSZEREN BELÜLI DÖNTÉSI FOLYAMATOK

Vidra Dóra és Bánhegyi Krisztián

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási menedzsment szak III. évf. BA

Konzulens: Szikora Péter Gábor tanársegéd

Kutatásunk kiinduló pontja az MLM rendszerek világának feltárása, valamint az azon belüli döntési folyamatok színre lépésének elővigyázatossági és alkalmazási területei. Feltérképezéseink során feltárul előttünk az a legalapvetőbb tény, hogy szinte évről-évre új MLM rendszerek jelennek meg a piacon.

A rendszereken belül a legfontosabb lépés a döntés, ugyanis a leendő üzletépítőnek el kell döntenie, hogy csatlakozik-e az adott rendszerhez, vagy sem. Szeretnénk bebizonyítani, hogy nem feltétlen „piramis” játékról van szó. Valójában minden olyan személy, aki meg meri hozni a döntést és komolyan szeretne foglalkozni saját üzletével, sikereket tud elérni az adott architektúrán belül.

Tisztában kell lennünk a rendszerek pozitív, illetve negatív tulajdonságaival, ugyanis egy frissen csatlakozott üzletépítő előtt ezek a kérdések nem maradhatnak megválaszolatlanul. Tehát ennek függvényében, vizsgálatunk során az MLM rendszerek kialakulásától kezdődően, egészen a napjainkban jelen lévő néhány szisztémák kerülnek bemutatásra, mind jó és mind rossz, sajátos jellemvonásaival tetézve.

Ismertetésre kerülnek a Multi Level Marketing rendszerek legfontosabb alapelemei (idő, hálózat és határozottság), illetve az is, hogy milyen szempontok szerint kezdhető el a munka. A nélkülözhetetlen stratégiára épült cég elérheti a legmagasabb elvárási szinteket is akár. Minden hálózatépítő rendszerben a legfontosabb a cég által kínált termék, mely valójában meghatározza, hogy az adott vállalkozás melyik piacot célozza meg és hogy mekkora sikerre számíthat.

Vajon mire is van szüksége egy jó üzletépítőnek? Rengeteg embert foglalkoztat a kérdés, hogy vajon létezik-e olyan plusz tudás, esetlegesen plusz képesség, amely sikeressé teszi az üzletépítőt a vállalkozás beindítására. Egyetlen ilyen pont létezik, mely minden emberben megtalálható, az nem más, mint a kitartás. Ezen kívül lényegi szempont a jó időbeosztás, mert így hamar nagy előnyre tud szert tenni a hálózatépítő.

Végezetül pedig az MLM rendszerek csapdájáról esik szó, mely segítséget nyújthat elkerülni a rossz üzleti döntések hozatalát, hogy hogyan vágathatunk bele egy olyan rendszer építésébe, amelynek a sikerorientáltsága felülmúlhatatlan, akár bármilyen más típusú cégekkel szemben is.

KONZERVATÍV PRÉMIUM BEFEKTETÉSI SZOLGÁLTATÓ MARKETINGSZKÖZEI

Bánkúti Csilla
Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási és menedzsment szak II. évf. Bsc

Konzulens: Szabó Richárd mestertanár

Dolgozatomat a Root and Foliage Zrt-ről írom, szó esik a vállalat kialakulásáról és felépítéséről. Tartalmát tekintve a cég történetéről és filozófiájáról valamint a környezete kiépítéséről és a jövőbeni terveiről lesz szó. A cég szolgáltatása a banki kamatokat meghaladó stabil hozam biztosítása a tőke folyamatos védettsége mellett. Mindezt a személyre szabott megoldások kidolgozásával fogom bemutatni. Konzervatív látásmódjuknak köszönhetően munkájuk során a biztonságra helyezik a hangsúlyt. A vállalat fő attitűdje, hogy az ügyfelei élvezhessék a befektetett tőkéjük védettségét. Továbbá nagy hangsúlyt fog kapni a Prémium Menedzsment Szerződés és maga a szerződéskötés is. Itt külön példákkal fogom illusztrálni a különböző eseteket. A cég jövőbeni tervei között szerepel, hogy megjelenjen a nemzetközi piacon is. Valamint, a marketing eszközök bevetése a hazai piacon, mint például a direkt marketing levél, partner levél, és saját hírlevél „interneten keresztül”. Személyes gyakorlati példákkal fogok bemutatni egy-egy időpont egyeztetést és szerződéskötés lebonyolítását. A cégnél alkalmazható marketing eszközök, a „telemarketing” más néven a telefonos időpont egyeztetés, amit a gyakorlatban is alkalmazok a munkám során. A gyakorlati részben konkrét példákkal fogom bemutatni ezeknek a történetét. Említésre kerülnek továbbá a Social Network marketing eszközök, mint például a Facebook közösségi oldalán való megjelenés, valamint a PPC kampányok. A végén pedig a következtetésemet fogom leírni a Root and Foliage Zrt.-ről. Figyelembe véve jelenlegi működésüket, és jövőbeni stratégiájukat minden adott, hogy egy nemzetközileg ismert profitábilis céggé váljon. Kisebbségi változtatásokat személy szerint tudnék javasolni illetve alkalmazni, ezt fel is fogom tüntetni a továbbiakban, dolgozatomban.

ELADÁSHELYI REKLÁMOZÁS A SATURN PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

Urbán Cintia, Zombori Szilvia

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási és menedzsment II. évf, Kereskedelem és marketing II. évf. Bsc

Konzulens: dr. Kiss Mariann egyetemi docens

Az előadásunk célja, hogy ismertessük az általunk szerzett információkat, tapasztalatainkat az eladáshelyi reklámozásról. Mindketten promóterként dolgozunk egy elektronikai áruházban (Saturn), ahol megismerhettük a fogyasztók magatartását, a reklámeszközök rájuk gyakorolt hatását és a gyártók egymásközi folytonos versenyét különböző eszközök alkalmazásával. Az előadásunkat saját, az áruházban készített fényképekkel, statisztikai adatokkal is illusztráljuk. Illetve részletesen bemutatjuk az alkalmazott eladásösztönző marketingeszközöket. A dolgozat elején kitérünk még a Media Markt Saturn Holding történetére, piaci pozíciójára az elektronikai szegmensen belül.

**SZEPSY BOPINCÉSZET MARKETINGKAMPÁNYÁNAK
MEGTERVEZÉSE (ALCÍM: AVAGY HOGYAN LEHETNÉNEK
SIKERESEBBEK A TOKAJI BOROK?)**

Fodor Imre, Halmai Adrián
Óbudai Egyetem,
Keleti Károly Gazdasági Kar
Műszaki Menedzser szak III. évf. Bsc

Konzulens: dr. Majláth Melinda adjunktus

A előadásban a Tokaj-Hegyalja borvidéke lesz jellemezve és bemutatva. Emellett a bel-és külföldi borpiac helyzetének elemzése. Szemléltetjük Hegyalja földrajzát, történetét és az itt található borok eredetvédelmét.

A borvidék általános jellemzőinek, borainak piaci helyzete mellett szeretnénk a Szepsy pincészetet bemutatni és rávilágítani a jelenlegi marketingtevékenységekre és meg is tervezni azt a későbbi időszakra. Bemutatjuk mit jelent a bormarketing, milyen eszközei vannak, és hogyan tudjuk alkalmazni azokat.

Kreatív ötletekkel, marketingstratégiai fajtákkal (pl: on-line, PR,) szemléltetni az általunk megtervezett kampányt. Végül, de nem utolsó sorban a pénzügyi keret kerül bemutatásra.

FEJLŐDŐ TELEPÜLÉS MAGYARORSZÁGON 2011-BEN

Födelevics Judit

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Műszaki menedzser szak, IV. évf. BA

Konzulens: Szikora Péter tanársegéd

Szeretném dolgozatomban kifejtetni egy magyarországi község fejlődésének folyamatát. Ivánca, mint fejlődő közép-magyarországi település hatalmas változásokon ment át az elmúlt 10 évben. Európai Unió pályázatoknak és a kistérségi összefogásoknak köszönhetően Kistérségi Tanuszoda épült a település központjába, az orvosi rendelőket egy új épületbe telepítették a központba, egymás mellé helyezve a gyermek orvosi rendelő, felnőtt orvosi rendelőt, fogászatot és a kismamagondozást. Az Általános Művelődési Központot már kétszer is felújították és átnevezték az évek folyamán Dr. Fejérpataky László Általános Iskolává. Az oktatás színvonalát az is mutatja, hogy több településből a családok ide járatják gyermekeiket, illetve az épület felépítése diákbarát. A műfüves pálya vonzza a fiatalokat a központban, ahol mindent megtalálnak. Iskolát, óvodát, rendelőket, faluházat, uszodát, játszóteret és a kemencét, ahol a Nagycsaládos Egyesület pizzát szokott sütni, illetve bárki igénybe veheti családi, baráti sütögetésre. A parkosítás hangulatossá, barátiassá varázsolta az iskola és Ivánca arculatát, főterét a látogatók és itt élők számára. 2000-ben átadták a Herkules harca a lernai Hüdrával nevű helyreállított szobrát az iskola parkjában, majd rá egy évre a Melocco Miklós: Kamaszok – díszkútját is. ÁMK Mesepalota Művészeti Óvoda és közvetlen környezete is folyamatosan meg-megújul. Egy éve lett átadva egy Európai Unió szabványainak megfelelő játszótér, ahol vígan töltik el napjaikat az óvodások. A faluház és a könyvtár szintén az elmúlt 10 év szüleménye, visszagondolva a fejlődés kezdetét jelentette az épület felhúzása. Majd jöttek a közművesítési munkálatok, a járdák, utak felújítása, ettől kezdve folyamatos változásokon megy át ez a település. Ezen fejlődéseket szeretném bővebben leírni dolgozatomba kitérve a finanszírozásra és az elő-, utómunkálatokra. A dolgozatom egyik célja, hogy bemutassam a választott község szebb és jobb jövő reményében tett törekvéseit és munkálatait.

KELET-MAGYARORSZÁG GYÖNGYSZEME: A SZATMÁR-BEREGI SZILVAÚT,
MELYRE KÁTYÚT VET A MUNKANÉLKÜLISÉG

Kiss Lilla

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási és menedzsment szak, II.évf. Bsc

Konzulens: Szikora Péter tanársegéd

Magyarország legkeletibb csücskében, Szabolcs-Szatmár-Bereg megye szatmár-beregi részén vezet át, a Szatmár-Beregi Szilvaút. A túraútvonal végig barangolása során megismerhetjük a határ menti térség történelmi, természeti látványosságait, beeláthatnak a tájegységek hagyományába, megkóstolhatják a szilvához kötődő tájtermékeket.

A tanulmányban a Szilvaút turisztikai bemutatása kerül sorra és létrejöttének turisztikai hatásait vizsgálom a munkanélküliséggel kapcsolatban. A térség fekete pontja ugyanis, a rendkívüli mértékű munkanélküliség. Különböző munkanélküliségre vonatkozó statisztikai adatokat fogok vizsgálni és kielemezni, valamint bemutatom a térséget ellátó munkáltatók körét.

STRATÉGIA VÁLTÁS A FALUSI TURIZMUSBAN ÚJ LEHETŐSÉGEK
A DÉL-ALFÖLDI RÉGIÓBAN

Mezei János Imre

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Műszaki menedzser szak I. évf. Bsc

Konzulens: dr. Bujdosó László docens

A TDK dolgozat bemutatja a falusi turizmus fejlődését, valamint új lehetőségeket a Dél-alföldi régióban.

A dolgozat felépítése: Az első szakaszban ismertetésre kerül a falusi turizmus fejlődése napjainkig Magyarország egész területén. A dolgozat második szakaszában jelenleg a Dél-alföldi régióban zajló turisztikai szempontok kerülnek bemutatásra.

A befejezésben ismertetésre kerülnek új szempontok és ötletek melyek segítségével nagyobb érdeklődés érhető el a Dél-alföldi régió iránt.

A RÁKOSI KORSZAK POLITIKAI DÖNTÉSEINEK KIHATÁSAI

Csendes Norbert, Solti Gábor

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási és menedzsment szak, III. évf. Bsc

Konzulens: Szikora Péter tanársegéd

Akár milyen hihetetlen a Rákosi-korszak politikai döntései nagyban befolyásolják a mai társadalmi képre az egyes társadalmi rétegek életszínvonalára, az emberek egzisztenciáját, járulékaire és a talán a legfontosabb az ebből következő megszorító intézkedésekre. A politikai döntések meghozatalakor még biztos maga Rákosi sem gondolt arra milyen nagy hatással lesznek döntései a 2011-es társadalom számára.

Magyarország a második világháború után:

A második világháborút követően a Magyarország felett kettős hatalom gyakorolta az irányítást. A szovjet vezetés célja már a kezdetektől a birodalom kiterjesztése és a saját ideológiájuk megteremtése itt Magyarországon is (proletárdiktatúra), de tudták, hogy ezt csak, úgy egyik pillanatról a másikra nem megvalósítható. Így demokratikusnak álcázott, de a Szövetséges Ellenőrző Bizottság (SZEK) által irányított országot hozott létre. 1944. december 2-án Szegeden megalakuló Magyar Függetlenségi Front, az öt legnagyobb párt és a szakszervezetek vezetésével.

Ratkó-korszak

Ratkó Anna 1949 és 1953 között népjóléti, később egészségügyi miniszter, illetve tőle ered az úgynevezett Ratkó-korszak, ami az 1950 és 1956 közötti időszak népesedéspolitikai elnevezése is. Ez időszakot jellemzi az abortusz tilalom, a gyermektelenségi, valamint az "agglegényadó" is. Ebben az időszakban a természetes szaporulat jelentősen nőtt, mígnem az abortusz tilalmat 1956 júniusában, a gyermektelenségi adót az '56-os forradalom után törölték el. Egy érdekes adat: 1938-ban 508 személy ült börtönben illegális abortusz miatt, míg 1953-ban 1307!

Miért volt szükség egy ilyen drasztikus lépésre?

A 20. Század első felében a magas csecsemőhalandóság, ami később az orvostudomány fejlődésével folyamatosan javult. Az első, illetve a második világháború miatt a meg nem születettek hiánya, ami a mai napig megfigyelhető a korfákon, továbbá a két világháború során elpusztult megannyi ember. A hadifogság, az eltűnések, a zsidó lakosság deportálása, a gulágok, valamint a kitelepítések mint hozzájárultak, hogy Magyarország népessége apadjon és csökkenjen a születések száma.

AZ INTERNAZIONALE SIKERTÖRTÉNETE ÉS GAZDASÁGI ALAKULÁSA

Emmer Ádám

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási és menedzsment szak, III. évf. Bsc

Konzulens: Szikora Péter tanársegéd

Dolgozatom témája a labdarúgás iránti rajongásból fakad. Fiatalon, kisgyerekként kezdődött mindaz, ami a mai napig fogságban tart. Természetesen az évek múlásával a foci mellett a sport, mint szakterület is nagy érdeklődést váltott ki bennem.

Elsősorban a látványos játék, a pályán nyújtott teljesítmény alapján ítélik meg a sportágot. Kezdetben engem is ez ragadott magával, de a folyamatos információáramlás következtében újabb ismeretekre tettem szert. A nyilvános számadatok és statisztikák segítségével gazdasági aspektusból világos képet kaptam néhány egyesületről is.

Idővel konkretizált területre összpontosítottam, fő szempont az olasz labdarúgás megismerése lett. Általában a közelmúltban történt események maradnak meg az emlékezetünkben, ami esetemben az Inter játékosainak és edzőjének, ill. tulajdonosának – aki pénzügyi forrásteremtőként működött közre - csúcsteljesítménye volt a 2009/10-es szezonban. Egy nagy múltú csapatról lévén szó, mely 45 év után felért a csúcsra, mégpedig egy olyan időszakban, ahol az FC Barcelona dominanciája van jelen. A tanulmányban a kimagasló teljesítmény mellett, a sikerek érdekében tett erőfeszítéseket, a plusz energiát és a ráfordított pénzeket veszem górcső alá.

A klub meglehetősen körülményes létrejötté - mind politikai, mind történelmi okokból, az 1960-as évek aranykorszaka, az elért eredmények, a globalizáció hatása a klubvezetésre – mint szemléletváltás -, a 2000-es évek fantasztikus teljesítményének anyagi támogatása hívta fel a figyelmem a mélyebb elemzésekre és további kutatások elvégzésére.

A dolgozatban kitérek az egyesület sajátos játékos-politikájára – amely alighanem egyedülálló Európában -, az anyagi háttérre, az edzők szerepére - mint fontos sikertényezőkre, az egyesületek statisztikai mutatókkal való egybevetésére, az együttműködő partnerekkel folytatott kapcsolatokra, jövőkép kialakítására.

SPORTMENEDZSMENT

Király Gábor

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Gazdálkodás és menedzsment szak II. évf. Bsc

Konzulens: dr. Lazányi Kornélia tanársegéd

TDK dolgozatom bevezetése tartalmazza a sport tevékenység bemutatását és egy kis történelmi visszatekintést. Ezt követően kerül bemutatásra a sportmenedzsment makro és mikrokönyezete, amelyben a tágabb értelmű megfogalmazás hivatott bemutatni a sportmenedzsment általános jellemzői közül néhányat. Ebben a dolgozatomban a szűkebb értelmű megvilágítás kap nagyobb hangsúlyt, melynek témája a sportoló képzése egészen a gyerekkortól kezdve. Bemutatásra kerülnek a képzési módszerek, pszichológiai problémák, konfliktusok típusai. Az edző-játékos kapcsolata elemzésre kerül mindkét szemszögből. Valamint zárásként helyet kap majd a döntéelmélet egy része a sportegyesületekre vetítve.

MAGYAR NYELVŰ CÍM: JÖVEDÉKI ADÓEMELÉS HATÁSA A
SZESZESITAL ÉRTÉKESÍTÉSRE

Krusch Renáta

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási és menedzsment szak, II..évf.

Konzulens: Tóth Gábor docens

Hazánkban 2011. 09. 26-án elfogadásra került a jövedéki adó emeléséről szóló törvényjavaslat. Így már biztosan változásokat generál a dohánytermékek, a szeszes italok valamint a gázolaj áraiban. Sok ágazatot érintő gazdasági átalakulásról van szó, ezért is választottam e területet kutatásom tárgyának.

Dolgozatom egy részében az EuroDrinks Kft-n keresztül mutatom be, hogy miként hat egy szeszes ital gyártó és forgalmazó cég kínálatára az adóváltozás. Másrészt a kereslet reakcióját hallgatókból álló kontrollcsoport kérdőíves felmérés eredményeire alapozva próbálok statisztikai következtetéseket levonni. A vizsgálat számos érdekes összefüggésre világít rá.

Éppen ebben érzékelem a munkám gyakorlati hasznát is, hiszen az eredmények utalnak a közteher növelés hatására bekövetkezett árukínálat, illetve igények módosulására.

A KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK FINANSZÍROZÁSI NEHÉZSÉGEI A VÁLSÁGOT KÖVETŐEN MAGYARORSZÁGON

Nagy Krisztián

Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar
Vállalkozásfejlesztés II. évf. Msc

Konzulens: Borbás László adjunktus

Absztrakt: Dolgozatomban a magyarországi kis- és középvállalkozások finanszírozási nehézségeit és az azokra adott megoldási módokat tekintem át, különös figyelmet szentelve annak, hogy az ország a gazdasági recessziót hogyan éli meg. Elsőként a KKV-kat elméleti oldalról közelítem meg, felmérve azok sajátosságait, finanszírozásuk lényeges aspektusait. A következőkben a hazai KKV szektor helyzetét elemzem, kezdve történelmi hátrányunkkal, majd a jelenlegi valós helyzet felmérésével. Ehhez készítettem SWOT elemzést, amely kiterjed a teljes magyar KKV szférára, annak országosan és Európai szinten elfoglalt helyére. A szektor sajátosságainak tudatosítása után rátérek a magyar KKV-k finanszírozási helyzetére. Azokra a kérdésekre keresem a választ, hogy mi határozza meg a KKV-k működését tőkeellátottság, költségek, árbevétel, hitelállomány és egyéb szempontból. A teljesebb kép kirajzolásához szükséges elemzéseket is itt ismertetem (szekunder kutatás) – többek között arról értekezem, hogy hogyan érintette a válság a vállalkozókat, milyen kedvezőtlen folyamatok indultak meg a gazdaságban, illetve hogy ezekre milyen válaszokat tudott adni a szektor. Kitérek az olyan súlyos problémákra, mint a késedelmes fizetések köre, melyeknek valódi okait igyekszem felderíteni – megnevezve a multinacionális cégek helyzettel való visszaélését valamint az állami kifizetések rendszertelenségét. Ezt követően a hazai KKV-k pénzügyi elköteleződéseit, döntési kényszereit, illetve a finanszírozásban tapasztalható jártasságukat vizsgálom meg. Véleményem szerint ez egy olyan területe a dolgozat témakörének, amely fényt deríthet olyan mélyen húzóó okokra, amik talán a helyzetre adott megoldásokat egy egészen új mederbe terelhetik – kutatásom eredményei azt mutatják, hogy a vállalkozói attitűd, valamint a piaci ismeretek hiánya és a kockázatok/tőkeköltségek hibás felmérése általában abszolút jellemző a KKV-kra. Áttekintem, hogy hazánk, mint az Unió tagja mit tehet azért, hogy a gazdaság motorját jelentő kis- és középvállalati szektort a fejlődés útjára hajthassa – tapasztalataim szerint ezen a téren már eddig is jelentős mennyiségű eredmény született, azonban az összehangoltság az, ami hiányzik. Kutatási tevékenységemet kiegészítettem két mélyinterjúval (primer kutatás), amelyeket név szerint Koncsár Andreával, az Insolvent Kft. (cégfelszámolás) ügyvezetőjével, valamint dr. Berecz Józseffel, a DBH Investment Zrt. (JEREMIE kockázati tőke alapkezelő) ügyvezető igazgatójával készítettem. Reményeim szerint eme két szakmai kiválóság véleménye és területükön szerzett tapasztalatuk hozzásegíthet, hogy átfogóan, rendszerszemléletű felfogásban tudjam majd prezentálni kutatásom eredményeit, mint a problémára adott kielégítő választ.

A MAGYAR AUTÓIPARI VÁLLALKOZÁSOK FEJLESZTÉSE

Somogyi Zoltán Péter

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar

Gazdálkodási és menedzsment szak, III. évf. Bsc

Konzulens: dr. Kadocsa György egyetemi docens

Hazánkban négy autómárka készített el a környező piacokra szánt autóit, név szerint a Mercedes, az Audi, az Opel illetve a Suzuki. Minden cég, főleg ha az autóiparról beszélünk, minden körülményt és lehetőséget átvizsgálva állapítja meg, melyik ország melyik területén a legkedvezőbb számára az autókat összeszerelni, legyártani. Szerencsés helyzetben vagyunk, hiszen területileg és értékesítés szempontjából is nagy piacot látunk el, mely nem csak a gyárak, összeszerelő csarnokokban alkalmazott magyar nemzetiségű dolgozók munkahelyének számában jelent óriási segítséget az állam számára, hanem adófizetési szempontból is rendkívül magas bevételeket jelentenek az országnak. De a lehetőségek korán sincsenek kihasználva. Gondoljunk bele, milyen mértékű extra bevételek adódhatnak abból, ha a magyarországi alkatrész gyártó és forgalmazó cégek közül többen is beszállítói tudnának lenni a négy cégóriás valamelyikének, vagy akár mindegyikének. Dolgozatomban egy bowdent gyártó magyarországi cég működésével, valamint annak Suzukival kötött partnerségének bemutatásával és vizsgálatával foglalkozom, amely megmutatja milyen módon lehet növelni a beszállítói oldalt a magyarországi autógyártásban.

FX JÖVŐJE A VÁLSÁG UTÁN

Somogyi Dániel

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Műszaki menedzser szak IV. évf. BA

Konzulens: Szabó Richárd mestertanár

Jelen helyzetben az FX piac teljesen kiszámíthatatlan, mivel a nemzetközi gazdasági események olyan kedvezőtlen környezetet teremtenek számára, hogy a spekulánsok és nagybefektetők nem szívesen kereskednek rajta. Így vizsgáljuk, hogy hogyan változhat a piac mikor mind az Európai Unióban mind az USA-ban rendeződnek a gazdasági körülmények.

A dolgozat fő célja, hogy az FX piacon, azaz a nemzetközi devizapiacon jelenlévő helyzetet elemezze, a technikai elemzés fő eszköztárával megállapítsa milyen mozgások várhatóak közép illetve hosszabb távon. Azaz egy nagyobb periódust felölelő elemzés elkészítése, két devizakereszt használatával, melyek iránymutatást adhatnak az elkövetkezendő időszakra. Természetesen ezen megállapítások csak feltételezések, és a múltból nyert információk kivetítése a jövőre nézve, így nem teljesen biztos ezek bekövetkezése, de mindenféleképpen jó iránymutatás és irányvonal a további FX mozgásokhoz.

Ehhez a tőzsdei kereskedés két alapvető eszköztárához fogok nyúlni. Az egyik és talán a legbefolyásolóbb a tőzsdepszichológia, mivel nagyrészt érzelmek, és érzések mozgatják a piacokon kereskedő embereket. Másrészt a devizapiacon is alkalmazható technikai elemzést vesszük alapul, melybe beletartozik az indikátorok és mozgóátlagok, valamint a fontos technikai szintek vizsgálata is.

Így megállapítható, hogy a jelenlegi piac teljes bizonytalanságot ad a befektetőknek, akik nem vagy csökkent mértékkel kereskednek rajta. Az is tapasztalható, hogy a 2008-as válság után is erős növekedésnek indult a piac. Így ez elképzelhető jelen körülmények között is, amikor a tőzsdei technikai jelek is megerősítik ezt az elképzelést számunkra.

ELADHATÓ-E MA MAGYARORSZÁGON A SZÉPIRODALOM?

Szádovszky András

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Műszaki menedzser szak II. évf. Bsc

Konzulens: dr. Lazányi Kornélia tanársegéd

Tanulmányomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy hazánkban profitábilis-e a szépirodalmi művek kiadása/nyomtatása, ha igen, mennyire, ha nem, veszteséges-e, és ha veszteséges, milyen mértékben az? Mik a befolyásoló tényezők? Hogyan lehetne növelni a szépirodalmi kiadásokból befolyó hasznot?

A fenti kérdéseket Porter-féle iparági elemzésen keresztül vizsgálom meg.

A vevők szokásait kérdőíveken és statisztikákon keresztül annak fényében vizsgálom, hogy mely korosztály/társadalmi réteg olvas könyveket, illetve ezen belül szépirodalmat, valamint, hogy melyik csoport vásárol könyveket, és ezen csoport mekkora része vásárol szépirodalmat. A fenti két megközelítést azért fontos különválasztani, mert köszönhetően a könyvtáraknak, és az egymás közötti kölcsönadásnak, nem mindenki vásárolja meg, amit elolvas.

Szállítók szempontjából a papíripari termékekben szépirodalom és más irodalmi művek nyomdaigényeit figyelembe véve nincs számottevő különbség, így ebben a kategórián belül az írók igényeit veszem figyelembe.

Helyettesítő termékként a piacon számottevő mértékben van jelen a ponyvairodalom (mivel a szépirodalmat alapvetően szabadidős tevékenységként, kikapcsolódásként értelmezzük, a szakirodalmat nem tekintem helyettesítő terméknek).

Lehetséges belépőként az e-book tűnik fel. Fontos, hogy valóban van-e létjogosultsága a könyvpiacra, belátható időn belül fel fogja-e váltani a nyomtatott könyveket, illetve, hogy az illegális internetes letöltések nem kezdik-e majd ennek kapcsán komolyan veszélyeztetni a könyvkiadást/könyv-értékesítést.

Vizsgálom továbbá, hogy Magyarországon hány kiadó, illetve a kiadók hány százaléka foglalkozik szépirodalommal, illetve ezeknek mekkora csoportja foglalkozik kizárólag ezzel. Valamint, hogy mivel próbálják eladhatóvá/eladhatóbbá tenni ezeket az alkotásokat

REPÜLŐGÉPES VÁLLALAT TERVEZÉSE LAIKUSOKNAK

Vajda Zsófia Judit

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Műszaki menedzser szak III. évf. Bsc

Konzulens: dr. Lazányi Kornélia tanársegéd

A kutatás célja elősegíteni a döntést olyan vállalkozók számára, akik valamilyen okból kifolyólag induló vállalatukat a repülőgépes szférában képzelik el, de nem járatosak a repülés témájában. A dolgozat támpontokat nyújt számukra, átlátható formában vázolja a lehetőségeket.

A vállalkozót megismerteti a repülőgépes üzemek alapvető ágazataival, bemutatja a cég főbb meghatározó tényezőit, mint a gazdasági, jogszabályi, műszaki és tudományos szabályokat és lehetőségeket.

Egy példán keresztül mutatja be, milyenek a lehetőségek a repülőgépes piacon.

A MAGYAR VENDÉGLÁTÓIPAR

Molnár Krisztián

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási és menedzsment szak, III. évf. Bsc

Konzulens: Bogáth Ágnes intézeti mérnök

Tudományos kutatásom témája - ahogy a címből is kiderült - a magyar vendéglátóipar témakörét dolgozza fel. A jelenlegi gazdasági helyzetben izgalmas, de egyben nehéz feladat volt egy olyan összefoglalást és helyzetelemzést elkészíteni, amelynek segítségével értelmezhetjük a múlt és jelen eseményeinek összetettségét, jellemzőit és következményeit. Természetesen ezen összefoglalás a teljesség igénye nélkül készült, mivel ilyen terjedelemben elégségesen feldolgozni lehetetlen lenne. Kutatásom vázát igyekeztem úgy felépíteni, hogy már a kezdetektől egy átfogó képet nyújtson, keresve a jövő megoldásait.

Az első részben a vendéglátás történelmét foglaltam össze, melyet véleményem szerint a jelenlegi helyzet értékelhetőségéhez ismernünk kell. Honnan-hová tart a szektor? Melyek voltak a magyar vendéglátóipar jellegzetességei a különböző történelmi korokban? Hogyan lett az ezredfordulóra a magyar gazdaság sikerágazata? Hogyan alakultak ki az első vendéglátói üzlethálózatok? Ilyen és hasonló kérdésekre keresem a választ a dolgozatom első fejezetében.

A második részben a magyar vendéglátóipar és a multinacionális vállalatok szerepét vizsgáltam a nemzetgazdaságban. A rendszerváltozás után gyökeres gazdasági és társadalmi változás következett be, tömegesen kezdtek megjelenni a multinacionális vállalatok, melynek gazdasági, társadalmi hatásait igyekeztem részletesen bemutatni.

A harmadik rész témaköre az Európai Unió lehetőségei és az egységes szabályzások. Az Európai Unióhoz való csatlakozásunk rengeteg pozitív változást hozott, például az áruk, személyek, tőke szabad áramlása, mozgása. Csatlakozásunk emellett rengeteg új szabályozóval járt. A munkaügyi és szociális szabályozás, a HACCP és az egyre jobban fokozódó környezettudatosság mind-mind új kihívást és lehetőséget jelent a magyar vállalatok számára.

A negyedik részben a magyar szállodaipar válságát és a vendéglátóipar jelenlegi versenyhelyzetét foglaltam össze. A 2008-2009-es gazdasági világválság hatására a magyar szállodaipar előbb fokozódó árversenybe, majd ennek túlzott hatásától mélyrepülésbe kezdett. A jelenlegi gazdasági helyzetet vizsgálva kerestem az esetleges jövőbeli megoldásokat.

Végezetül dolgozatom lezárásaként összegzem a leírtakat, valamint egy-két saját megállapítással egészítem ki a témát.

EGY MAGYARORSZÁGI NAGYKERESKEDELMI CÉG ÜZLETI TEVÉKENYSÉGÉNEK BEMUTATÁSA

Kárpáti Zsófia

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási-és menedzsment szak, III. évf. Bsc

Konzulens: dr. Bencsik Mária docens

A dolgozat témája a kereskedelem és ezen belül Magyarország egy kevésbé központi szerepet betöltő szegmensére, a cukrásziparra összpontosít. A piac egyik legmeghatározóbb vállalkozását veszem alapul, amely egy német tulajdonú ám Magyarországon sikeresen működő leányvállalat. Ennek segítségével megfelelően szemléltethetem a nagykereskedelem működésének lényegét, egy vállalat érvényesülését és szerepét a piacon és az üzleti életben. A dolgozat ki fog térni az aktuális magyar pékszakma és cukrászat helyzetére, részletesebben kifejti a Bako Hungária KFT. profilját, működését, tevékenységét, piaci helyzetét, valamint részletezi az áruforgalmi munka menetét, és elérni kívánt céljait. Témaválasztásom során figyelembe vettem, hogy a világ minden táján több millió vállalkozás működik, többségük kereskedelmi szerepet tölt be, és ezek tagjai a széleskörű kereskedelmi hálózatnak is, amely összeköti a különböző országok piacait. A versenyképesség elmaradhatatlan részét képezi az igények széleskörű kielégítésének tudománya, a vevőkör megtartása és kibővítése.

Ennek kivitelezéséhez a cégeknek naprakész információkkal kell rendelkezniük, fel kell készülniük a legkülönbözőbb vásárlói igények felmerülésére, és ezek minél hamarabb kielégítésére. Választásom azért esett a pék- és cukrász iparra, mert ezek többnyire nem az első helyen foglalnak helyet, ha a kereskedelem szóra gondolunk. A mai világban a pékségek és a cukrászatok jelentős szerepet töltenek be az emberek életében, akár mint boldogságforrás vagy pusztán szükséglet kielégítés. Ezen üzletek kiszolgálására szinte egy külön, önálló piaci terület épül, amely nem a hétköznapi vásárlókat, hanem a szakmán belüli vállalatokat látják el mindennapi alapanyagokkal, és elégítik ki ezáltal a végső felhasználók (hétköznapi emberek) igényeit is.

EGYETEM ÉS A VÁLLALATI SZFÉRA KÖZÖTTI KAPCSOLATOK KIALAKÍTÁSA ÉS FEJLESZTÉSE

Koponyás Bence

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási és menedzsment szak, II. évf. Msc

Konzulens: Borbás László adjunktus

A kutatás alapkérdései; van e igénye az egyetemnek vállalkozás fejlesztő, élénkítő programokra, annak érdekében, hogy élénkítse a kapcsolatát a vállalati szférával; megvalósítható a program működéséhez szükséges pénzügyi források biztosítása vagy nem?

A program sikerét az jelenti, ha a vállalkozások alapítása és a kutatási-fejlesztési programok elindulnak az egyetemen. Három célkitűzést kell szem előtt tartani a program működése során. Az egyik a folyamatos igazodás, alkalmazkodás a program missziójához, víziójához és céljaihoz. A másik a stabilan és folyamatosan működő vállalkozói légkör kialakítása az egyetemen. A harmadik a szükséges kapcsolatok kiépítése és fenntartása a gazdasági élet szereplőivel.

A program megvalósíthatósági vizsgálatánál a makro, meso és mikro elemzéseket alkalmazzuk. Annak megállapítása érdekében, hogy megtudjuk a makro környezetben rejlő lehetőségeket és lehetséges veszélyforrásokat, valamint a programban rejlő erősségeket és negatívan ható gyengeségeket. A pénzügyi elemzésnél vizsgáljuk meg a program megvalósíthatóságát. Rendelkezésre állnak e a szükséges erőforrások, kapcsolati tőkék? Beindítható, fenntartható a program vagy sem?

A legfontosabb megállapítás a programmal kapcsolatban, hogy az egyetem a Start-up Business Program segítségével és támogatásával lefedje a vállalati szféra által generált igényt az aktuális tudással, ismeretekkel, piacképes tapasztalattal, értékes gyakorlattal rendelkező hallgatók képzésével. A feladat az egyetem részéről olyan friss diplomások képzése, akiket a vállalatok keresnek a piacon, ehhez a Start-up Business Program adja a megfelelő támogatást az egyetemnek

A SZÁMÍTÁSTECHNIKA FORMULA-1-RE GYAKOROLT HATÁSA

Magos Bernadett , Somogyi Zoltán Péter

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási és menedzsment szak, III. évf. Bsc

Konzulens: dr. Bujdosó László docens

Dolgozatunk témáját részben saját hobbim az autóversenyzés, esetemben a gokartozás, amely a formula-1 és minden autósport alapját képezi, másrésztől annak fejlődésének motorja, melyet technológiának nevezünk, melynek fő pillére a számítástechnika - szolgáltatja. Érdeemes megnézni, mekkora fejlődés indult el az elmúlt évtizedekben az autógyártás terén, melynek egyetlen oka, hogy rendelkezésre állnak azon eszközök, melyek segítségével szolgálnak a fejlesztést végző autógyárak számára. Egy általunk reálisnak gondolt jövőképzés segítségével a formula-1 fejlődésének irányát határoztuk be, valamint megvizsgáltuk milyen hatással lehet ez a hétköznapi autók gyártására. Elmondhatjuk, hogy minél fejlettebb technikával rendelkezünk, annál nagyobb lehetőségeink vannak a versenytársakhoz képest. Tudjuk, hogy a modern, 21. századi világban az a kifejezés talán a leginkább a számítástechnikára, az autógyártásra és ezáltal a dolgozatomra, amelyet úgy nevezünk, hogy „THE TIME IS MONEY”. Ezen eszközök segítenek az üzletünk végzésének legelső fázisától kezdve a legutolsóig abban, hogy minden a legrövidebb idő alatt álljon a rendelkezésünkre, a legmagasabb technológiai szint alkalmazásával a legalacsonyabb áron.

ÖNÉRTÉKELÉSI MODELLEK A MAGYAR POSTA ZRT-NÉL

Antal Ildikó, Makó Brigitta

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási és menedzsment szak, III. évf., Bsc

Konzulens: Gombaszögi Ildikó mestertanár

A dolgozat keretein belül kitekintünk a minőség fogalmára, a minőségmenedzsment fejlődésének és kialakulásának állomásaira. Választott témánk, az önértékelési modellek működésük, létrejöttük, helyük világban és alkalmazásuk módjai.

Miután általánosan kitekintettünk a minőségmenedzsment főbb pontjaira, ennek alapján vizsgáljuk a Magyar Posta Zrt. minőségmenedzsment rendszerét. A cég Minőségdíj pályázatot hirdetett a posták között, e verseny nyertesei, különdíjasa, illetve a „vesztes” posták közötti különbségeket kívánjuk feltárni, a problémákra megoldást javasolni. Kérdőívek útján nyertünk információt a fent említett postáktól, ezek kiértékelésével fogunk tudni rávilágítani a sarkalatos pontokra, elemezni fogjuk a különbségeket és azok miértjeit.

A SIKER TITKA – VAJON MIBEN REJLIK!?

Bálint Anna, Lukács Dávid, Muraközy Adrienn

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Gazdálkodási és menedzsment szak, II. évf. ill. IV. évf. Bsc, BA

Konzulens: Szikora Péter tanársegéd

E téma keretein belül azt szeretnénk bemutatni, hogy kinek mit jelenthet a siker, a siker eléréséhez vezető utat. Mi és hogyan segít bennünket a siker eléréséhez, a motivációt. Adottság, avagy tanulható a sikeresség? Kik és hogyan hatnak ránk!? Ezen kérdésekkel fogunk foglalkozni a dolgozatunkban, tudományos tények, történetek, saját véleményeink, tapasztalatok, a ránk ható történetek és hatások segítségével. A dolgozat, a fő témát három szálon szeretné bemutatni, mind a sikerrel kapcsolatos valós a napjainkban is jelen lévő történet lesz.

Mivel a dolgozatot hárman készítjük, ezért mindegyik történetet úgy választottuk ki, hogy kire melyik cég vagy ember siker története gyakorolta a legnagyobb hatást. Erről is fogunk írni többek között, hogy miért ezt a történetet választottuk, dolgoztuk fel és ez milyen hatást gyakorolt ránk, miért motiváló ez a mi számunkra?!

Legelőször Red Bull céget fogjuk bemutatni. A vállalatot a kezdetektől napjainkig vizsgáljuk, döntéseméleti illetve sikeresség szempontjából. A cég profilját, kezdeti fázisoktól a mindennapi működésig bemutatjuk. Majd az üzleti tervet ismertetjük: milyen döntéseket hoztak a vállalat felépítése és az üzleti terv kialakítása során, ezeket hogyan hozták meg. Majd a végén saját következtetéseket vonunk le e vállalat működéséből.

Történetünket folytatva azokról az emberekről készítettünk összefoglalást, akiket mind pénzügyi, mind karrieri szempontok alapján a legsikeresebbeknek mondhatunk. A következő kérdésekre válaszokat adunk; honnan indultak el, hogy érték el azt, ami őket híressé és különlegessé tette, valamint hol tartanak most? Mindezeket döntéseméleti, menedzsment, marketing tanulmányaink alapján elemezzük.

Végül az utolsó nagy témában, egy napjainkban is aktuális témát szeretnénk bemutatni. Több iparágat is forradalmasító emberről és azt a céget ahol a fő sikereit elérte ő más, mint Steve Jobs és az Apple. Ez a rész az ő életét, küzdeni akarását és hitét fogja bemutatni, hogyan tudott a semmiből, szinte nulla támogatással egy ekkora birodalmat létrehozni. A téma elején a kezdeti szakaszokat, az ő nem éppen átlagosan kezdődő életét fogom bemutatni, majd hogy hogyan indult ez a hatalmas birodalom. Ezután a törést, amikor elvesztette a céget, de ezt sem érte meg katasztrófa kéne hisz létrehozta a Next Computert. Több iparágban is jelentős szerepet játszott, úgy, mint pl. a filmipar is; a Pixar és a Disney. Később újra az Apple vezetője lesz. Találmányok és fejlesztések egymás után követik egymást a cég és Jobs karrierje magasan felfelé ível. Híres volt kitűnő prezentációiról is, miben rejlik a jó előadó készség titka?! Mért tekintem példaképnek?! Milyen hatással volt a külvilágra.

A lezáró fejezetben pedig a témáról általánosságban fogunk írni saját egyéni véleményeket, a számunkra levonható tanulságokat.

KOMPETENCIÁK A MUNKAERŐPIACON

Barcza Lajos, Kardos Enikő

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Gazdálkodási és menedzsment szak, Kereskedelem és marketing szak, II. évf. Bsc

Konzulens: Tóthné Téglás Tünde tanársegéd

Derecskei Anita adjunktus

Napjainkban igen nagy nehézséget jelent az elhelyezkedés a munkaerő-piaci túlkínálatnak és a jelenlegi gazdasági viszonyoknak köszönhetően. Ez a jelenség többek között a frissen végzett, jelentős munkatapasztalattal nem rendelkező pályakezdőknek jelent különösen nagy problémát. Ott állnak a valódi „nagybetűs élet” küszöbén, de mégsem tudnak átlépni rajta. Kutatásunkkal azt mértük fel, hogy a kialakult helyzetben melyek lehetnek mégis azok a kulcsfontosságú kompetenciák, képességek, készségek, ismeretek, amelyek birtoklása versenyelőnyhöz juttathatja az egyes pozíciókat megpályázó fiatal diplomásokat. Ahhoz, hogy erre választ kapjunk, több közép-magyarországi állásbörzére látogattunk el, ahol papír- ceruza kérdőív segítségével több, mint százhusz, főként közép- és nagyvállalatot, azokon belül pedig humán erőforrás menedzsereket kértük meg arra, hogy egytől hétig terjedő Likert- skálán értékeljék - fontosság szerint- a kérdőívünkön szereplő huszonnyolc kompetenciát. A felmérés eredménye világosan kimutatta, hogy a cégek döntő hányadánál a csoportban való munkavégzési képesség a legfontosabb, és nagy jelentőséget tulajdonítanak minimum egy nyelv naprakész és beható ismeretének. További statisztikai számításokkal kerestünk kapcsolatokat a cégek tulajdonságai, elvárásai, az általuk keresett diplomás pályakezdők és a számukra igen fontosnak ítélt kompetenciák között, így kapva minél tisztább képet a jelenségről. Reméljük, hogy kutatásunk sokak számára tanulságosnak és hasznosnak bizonyul majd.

AZ ÓBUDAI EGYETEM KOLLÉGISTÁINAK ÉRZELMI INTELLIGENCIÁJÁNAK ELEMZÉSE

Baukó Andrea

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Műszaki Menedzser szak, IV. évf. BA

Konzulens: Lazányi Kornélia tanársegéd

Az érzelmi tudatosságot nem oktatják az iskolákban a diákoknak. Amikor munkát vállalnak, már jól tudnak olvasni, írni és beszámolót készíteni, de érzelmeik kezelése azonban – főként egy komolyabb kihívás esetén - sokuknak problémát okoz. Pedig a jó döntéshez tárgyi tudás mellett önismeretre és érzelmeik kezelésében való jártasságra is szükség van. Mégpedig akkor, amikor azt a legnehezebb alkalmazni. A cél, hogy az Óbudai Egyetemen tanuló kollégisták érzelmi intelligenciáját vizsgálat alá vonjuk a célnak megfelelően, hogy meg tudjuk állapítani, hogy az Óbudai Egyetem kollégistáinak az érzelmi intelligenciája miben hasonlít, vagy esetleg különbözik azon hallgatókétól, akik nem kollégisták.

Ehhez a felméréshez szükséges adatok, egy a hallgatók által kitöltött tesztekben kaptuk. A tesztek, melyek kitöltetésre kerültek, a PANAS-X kérdőívek (Positive and Negative Affect Schedule - Expanded Form; Watson és Clark, 1994) teszt alapján történt. A tesztek kor, nem, kar, felsőoktatásban eltöltött idő és legfőképp életkörülményi adatok alapján kategorizálva kezelem, majd az eredményeket különféle statisztikai számításoknak vetem alá. A teszt a hallgatók érzelmi térképét mutatja meg. Ebben a táblázatban a kollégistáknak osztályozniuk kell 60 érzelmi állapot közül, minden egyes érzelmet 1-től 5-ig az alapján, hogy milyen gyakran és milyen mértékben érzi azokat az érzelmeket, érzéseket a mindennapjai során és, hogy ezeket milyen gyakran és milyen mértékben mutatták ki. A kapott eredményeket összegezve a sokaságot a megadott szempontok alapján 2 dolgot ki tudunk deríteni. Mégpedig, hogy befolyásolják-e az érzelmi intelligencia dimenziói (egyenként, vagy együttesen) az érzelmi munka szintjének megválasztását? Emellett azt is, ha igen, akkor milyen érzelmi intelligenciájú emberek hajlamosabbak az őszinte, a mély, illetve a felszíni érzelmi munkára?

Az eredményekről kideríthetjük, hogy a magasabb érzelmi intelligenciájú kollégista hallgatók őszinte, vagy mély érzelmi munkát végeznek, míg az alacsonyabb érzelmi intelligenciával rendelkezők csupán felszíni jegyekben alakítják érzelmeiket az elvárásoknak megfelelően. Az eredményekből megkapjuk azt is, hogy a felszíni érzelmi munkán belül valós érzelmeik eltitkolása, vagy azok felnagyítása kerül túlsúlyba, az szintén az érzelmi intelligenciát alkotó képességek (hiányának) függvénye emellett megtudhatjuk, hogy a kollégisták az érzelmeiket különböző helyzetekben milyen gyakran és milyen mértékben titkolják, vagy tettetik.

Az elemzés által behatárolhatóvá válik, hogy a kollégista hallgatók mekkora hányada fejlett érzelmi képességű. Akiknek az érzelmi képessége fejlettebb, azoknak jóval nagyobb az esélye a sikeres, megelégedett életre, mert elsajátították azokat a lelki szokásokat, amelyekkel a teljesítőképességüket képesek növelni. Valamint megtudhatjuk, hogy a tesztet kitöltő kollégista hallgatók közül milyen arányban szorulnak személyiségfejlesztésre. Ezen eredmények rávilágíthatnak, hogy mely pontokon lenne érdemes a problémával komolyabban foglalkozni egy kollégiumi közösségben.

TÉNYEK ÉS ELŐÍTÉLETEK
(FELMÉRÉS OE-KGK TANULMÁNYAIRÓL)

Major Zsolt, Fábíán Ildikó

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Kereskedelem és marketing szak, II. évf. Bsc

Konzulens: Kovácsné Bukucs Erzsébet mestertanár

Ebben a kutatásban elsősorban azt vizsgáltuk, hogy a felsőoktatási hallgatókkal kapcsolatos előítéleteket adatokkal alá tudjuk-e támasztani vagy az adatok cáfolják-e az előítéleteket. Teljes körű kérdőíves felmérést végeztünk az Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Karán minden első féléves hallgatójával. A megkérdezettek száma 323 fő. Használtunk nyitott és zárt típusú kérdéseket, tehát valahol rangsorolni kellett és valahol választani lehetett bizonyos válasz lehetőségek közül, illetve megkérdeztük az első félévben elért kredit számot és annak átlagát. A kérdőívek kiértékelésénél a leíró statisztika módszereit alkalmaztuk. Az adatok elemzésére SAS nevű programot használtunk.

Vizsgáltuk a következőket:

1. Milyen összefüggés van az egyetemi tanulmányi eredmény és a középiskola típusa között (Gimnázium, Közgazdasági Szakközépiskola, Műszaki szakközépiskola).
2. A hallgatók középiskolában elért tanulmányi eredménye mennyire befolyásolja a felsőoktatás első félévében elért teljesítményüket.
3. Valóban elegendő-e az a tudás, amit a középiskolai tanulmányaik során megszereztek és magukkal hoztak?
4. A hallgatók motiváltságát.

Az általunk összegyűjtött adatokat lehetőség szerint összehasonlítottuk a rendelkezésre álló országos adatokkal.

TÁVMUNKA

Iacob Sheila

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Műszaki menedzser szak, III. évf. Bsc

Konzulens: Gombaszögi Ildikó mestertanár

A dolgozatomban szeretném bemutatni a távmunka lehetőségeit. Szellemi munkát lehet csak távmunkában végezni fizikait nem.

Megváltozott képességű embereknek is nyújthat segítséget a távmunka. Miért is jó egy cégnek ha távmunkában dolgoztatja a munkavállalóit. Környezeti, gazdasági, hatásait is szeretném bemutatni. Céloom, hogy minél több ember számára lehetőség legyen a távmunka. Diszkrimináció csökkentése a munkáltató által.

Általam levont következtetés, hogy rugalmasabbaknak kéne legyenek a cégeknek. Sokkal több cég kínálhatna távmunkát a dolgozóinak. Sokkal több ember tölthetne több időt a családjával, ha nem kéne minden nap utazni a munkahelyére. Nagyobb alkotói szabadság, kreativitás.

KÍNA „EGY GYERMEK” POLITIKÁJÁNAK TÁRSADALMI, GAZDASÁGI HATÁSAI

Kispál Beatrix

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar

Műszaki menedzser szak, IV. évf. BA

Konzulens: dr. Szekeres Valéria docens

Kína számos gazdasági és társadalmi vonatkozású programot indított el az elmúlt évtizedekben, mely hozzásegítették ahhoz, hogy gazdasági fejlődése, oly hatalmas mértékű és ütemű legyen. Kína felemelkedése példaértékű lehet a fejlődő országok számára, hiszen a fejlődő országok közül emelkedett ki és a világ negyedik nagyhatalmává nőtte ki magát.

Az ország jövőjét tekintve több teória is elképzelhetőnek tűnik. A két szélsőséges változat szerint: vagy első számú nagyhatalom lesz USA-t is leelőzve, vagy a gyors fejlődés okozta problémák miatti hanyatlás következik be. A dolgozat az intézkedések közül a családpolitikai vonatkozást vizsgálja meg, melynek társadalmi hatásai a XXI sz. elején fejtik ki igazán hatásait a gazdaságra és a fejlődés fenntarthatóságára.

Kínában a „nagy nyitás” politikájának meghirdetése után gyökeres változások mentek végbe az ország gazdaságában és társadalmában. A „nagy nyitás” egyik eszköze volt a családtervezési politika bevezetése. Egy európai vagy amerikai ország tekintetében a születésszabályozás a családtervezéssel együtt jár, hiszen a nagygyermekes családok a fejlett országok értelmiségi szellemébe nem férnek bele. Nem pártolja se a kormány, csak társadalom.

Ezzel szemben Kína egyik tiszteletreméltó szemlélete volt évszázadokon keresztül a család léte, nagysága, egysége és annak tisztelete. Egy olyan országban vezettek be nagymértékű és szigorú születésszabályozási rendszert, ahol korábban a nagycsalád volt az erény, ahol a gyermek igai érték volt, amely társadalomban és a vallásában is szerepet kapott a családi kultusz.

A kínai családpolitika hatásai a '70-es '80-as években született generációkon keresztül napjainkban kezd igazán megmutatkozni. Hogy ez gazdasági hanyatlást, vagy csupán visszaesést fog előidézni, még nem tudni. A TDK dolgozat az intézkedés óta megismert hatásokat kívánja megismertetni, és a konzekvenciákat levonni a lehetséges jövőbeli hatásokat illetően.

AZ ÓBUDAI EGYETEM HALLGATÓINAK KIÉGÉSE

Luong Dávid Thien

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Műszaki Menedzser szak, IV. évf. BA

Konzulens: dr. Lazányi Kornélia tanársegéd

A diákoknak megváltozott körülményekhez kell alkalmazkodniuk az egyetemeken. Egyre több hallgató van kitéve a kiégés veszélyének. A cél tehát, hogy a hallgatók kiégettségét vizsgálat alá vonjuk abból a célból, hogy el tudjuk különíteni a kiégés által veszélyeztetett hallgatók csoportját.

A szükséges adatok a hallgatók által kitöltött kérdőívekből jönnek. A kitöltött teszt Maslach kiégés-tesztjének a kifejezetten hallgatókra szabott változata. A teszteket kor, nem, kar, felsőoktatásban eltöltött idő és életkörülményi adatok alapján csoportosítva kezelem, majd az eredményeket különféle statisztikai számításoknak vetem alá.

A teszt a hallgatók érzelmi állapotának számszerűsítéséhez három különböző szempont (érzelmi kimerültség, elszemélytelenedés, csökkenő személyes teljesítmény) alapján feltett kérdéseket válaszoltat meg. A kérdésekre 7 fokú skálán lehet válaszokat adni. A kapott eredményeket összegezve a sokaságot a megadott szempontokon belül három csoportra lehet bontani. Az elért eredmény tehát lehet: magas, átlagos vagy alacsony. Az eredményekből láthatóvá válik, hogy a hallgatók mekkora hányada kerül alacsony kategóriába, akármely szempont szerint is.

A különféle szempontokban elért besorolások aránya alapján újabb három csoportra bonthatóak a kapott adatok.

A legnagyobb veszélynek például azok a hallgatók lesznek kitéve, akiknél az érzelmi kimerültség és a deperszonalizáció szintje alacsony, de a személyes teljesítményük magas. A veszélyeztetettség szintben második helyen azok a hallgatók állnak, akiknek a kiégési pontszámuk a kétharmad-egyharmad értékek közé esett. A kiégés által legkevésbé veszélyeztetett hallgatók negatív értékei pedig az elérhető pontszám egyharmada alá esnek.

Az elemzés által behatárolhatóvá válik, hogy a hallgatók mekkora hányada van közvetlen veszélynek kitéve valamint, hogy ezek a kitöltők a hallgatók mely csoportjából kerültek ki. Ezen eredmények rávilágíthatnak, hogy mely pontokon lenne érdemes a problémával komolyabban foglalkozni.

HALLATLAN EMBERI ERŐFORRÁS

Mészáros Ádám

Óbudai Egyetem

Keleti Károly Gazdasági Kar
Műszaki menedzser szak, II. évf. Bsc

Konzulens: dr. Szeghegyi Ágnes főiskolai tanár

A TDK dolgozat fő témája az emberi erőforrás, a megváltozott munkaképességű emberek körében, a siketek és nagyothallók szemszögéből: vagyis, hogy milyenek ők, mint emberi erőforrás. Dolgozatomban kitérek a különböző speciális iskolák képzései, szakképzései, és az általános felső és szakmai oktatás viszonyulása és alkalmazkodása a siket személyekhez, a siket-szakma fogalmára.

A fő kérdés, hogy milyen elhelyezkedési és álláskeresési lehetőségeik vannak, figyelembe véve a különböző munkalehetőségeket és álláshirdetési felületeket, első sorban az internetet és a Siketek és Nagyothallók Országos Szövetségének támogatását, valamint a hogy a cégeknek milyen speciális intézkedéseket, változtatásokat kellene alkalmazni abban az esetben, ha hallássérült dolgozót kíván alkalmazni.

A tolmácsolási technikák és a tolmácsok szükségessége szintén egy olyan témakör, mely nagyban befolyásolja a munkáltatót abban, hogy siket személyt alkalmazzon. Így ezek ismertetését is fontos.

Elbeszélgetések során arra a kérdésre is választ kerestem, hogy maguk a siketek hogyan vélekednek a helyzetükről, hogyan próbálnak állást találni, milyen munkákat végeznek általában illetve milyen sikertörténetekkel lehet találkozni az életben a megváltozott munkaképességű emberek munkavállalását illetően.

ÓBUDAI EGYETEM SZAKKOLLÉGIUMAINAK VIZSGÁLATA A BRAND, AKTIVITÁS ÉS SZAKMAI TEVÉKENYSÉG KÖZÖTTI KAPCSOLAT ALAPJÁN

Szabó Richárd, Varga Viktor

Óbudai Egyetem
Kandó Kálmán Villamosmérnöki Kar, Keleti Károly Gazdasági Kar
Villamosmérnök, Informatikus-közgazdász szak, II. évf., IV. évf. Bsc, BA

Konzulens: dr. Szeghegyi Ágnes főiskolai tanár

Kutatásunk célja az Óbudai Egyetem négy jelenlegi szakkollégiumának ismertségi vizsgálata: az intézményben érzékelhető aktivitásuk, szakmai tevékenységük kapcsolata és e tényezők hatása az adott szakkollégium brand-jére.

A kutatás öt szakaszra bontható.

(1) A szakkollégiumi kérdőív szakaszában az egyes szakkollégiumok vezetőitől kért önmeghatározás, önmagukról alkotott kép, megjeleníteni, közölni kívánt üzeneteket gyűjtöttük össze.

(2) A fókuszcsoportos vizsgálat szakaszában az általános sztereotípiák, egyes szakkollégiumokról kialakított képek feltérképezése segítségével a hipotéziseink meghatározása került sor.

(3) Harmadik szakaszban az egyetemi polgárok körében történő általános felmérés, elektronikus kérdőív segítségével zajlik, mely alapján megalkotjuk az egyetemen elterjedt általános és egyedi szakkollégiumi képet (egyes szakkollégiumok ismertségétől azok üzenetéig bezárólag).

(4) Kutatásunk negyedik szakasza, a korábbi eredmények összevetését jelenti: vizsgáljuk, hogy a szakkollégiumok „énképét”, üzenetét mennyiben fedí az egyetemi polgárokban kialakult kép.

(5) Munkánk záró szakaszában az eredmények értékelése alapján kísérletet teszünk a lehetséges javítási vagy erősítési javaslatok megfogalmazására.

A kérdőíves felmérés részét képezi a szakkollégiumok és célcsoportjaik által használt kommunikációs csatornák feltérképezése, valamint az egyetemi polgárok szakkollégiumok iránti attitűdjének letapogatása is.

HALLGATÓI ELÉGEDETTSÉG AZ ÓBUDAI EGYETEMEN

Józsa Kinga, Pánczél Anna

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Kereskedelem és marketing szak, II. évf. Bsc

Konzulens: Gombaszögi Ildikó mestertanár

Dolgozatunk témája az Óbudai Egyetem frissen végzett hallgatóinak elégedettségének mérésével foglalkozik. Fontosnak tartjuk ezt a témát, mivel az egyetem gyengeségeinek és erősségeinek a feltárására ad lehetőséget, így biztosítva az irányelveket a további fejlesztésekhez. Mind emellett a fogyasztói elégedettség vizsgálata az üzleti szférában széles körben alkalmazott, a non-profit szektorban azonban még kevésbé elterjedt. A kutatás célja az Óbudai Egyetem szolgáltatásminőségének meghatározása.

Felmérésünk során egy általánosabb, országosan minden egyetemen alkalmazott kérdőívet használtunk fel, melyet minden végzős hallgatónak ki kell tölteni. A kérdőív olyan kérdésköröket is foglal magába, amely nem csak oktatási, hanem infrastruktúrával, tantervvel, oktatókkal és az egyetemi adminisztrációval kapcsolatos kérdésekre is rávilágít. A kérdőívet a Keleti Károly Gazdasági Kar friss diplomásai töltötték ki, melyben a megkérdezettek egy megadott skálán osztályozhatták a fent említett témákról szóló kérdéseket.

Munkánk során több hipotézist is felállítottunk, amikről úgy gondoltuk – azon felül, hogy mi magunk érdekesnek is tartjuk -, hogy érdemes lenne róluk beszélni:

1. Az egyetem nappali tagozatos hallgatói magasabban értékelik az oktatók és hallgatók közötti viszonyt, mint a levelező tagozatosok.
2. Azon hallgatók, akiknek súlyozott átlaga meghaladta a 4,00-t, kevésbé elégedetlenek a tantárgyak egymásra épülésével.
3. A magasabb tanulmányi átlaggal rendelkező hallgatók sokkal elégedettebbek a könyvtár által nyújtott szolgáltatásokkal.
4. Az alacsonyabb tanulmányi átlaggal rendelkező hallgatók kevésbé elégedettek az oktatói kar összetételével.

TDK dolgozatunk során ezekre a hipotézisekre fektettünk nagyobb hangsúlyt, miközben a kérdőívek kielemezése után próbáltunk érvelni az adott megállapítások mellett, vagy éppen megcáfolni azokat. Az elemzések és a következtetések levonása végett több előző évekbeli szakirodalmat is felhasználtunk, amikre külön kitérőt is szeretnénk tenni.

