

SZAKDOLGOZATI ANNOTÁCIÓK 2009

Angyal Tímea Enikő*

A MAGYAR POSTA ZRT. VIZUÁLIS ARCULATÁNAK MEGVÁLTOZÁSA**

Szakedolgozatomban a Magyar Posta Zrt. vizuális arculatváltozását elemzem. A cég tevékenysége szorosan kapcsolódik a kommunikációhoz, ezen belül az üzleti kommunikációhoz. A főiskolán választott szakirányom, a vállalati szakirány is megjelenik a téma vizsgálatakor. Fontosnak tartottam, hogy a public relations egyik legmeghatározóbb területével foglalkozzak a dolgozatomban, így kutatási témám az arculat elemzése lett.

Fontos hangsúlyozni, hogy nem marketinges gondolkodással, hanem public relations szempontok alapján dolgoztam, feltételezéseimet és azok igazolását végig ezen irányelvek határozták meg.

A Magyar Posta Zrt. számára a legfontosabb feladat a következő években, hogy a közelgő liberalizáció miatt a szolgáltatásainak minősége elérje a piacnyitás utáni lehetséges versenytársak színvonalát, és folyamatosan bővítse postai termékeinek körét. A Társaság előtt álló üzleti kihívások a változásmenedzselés és a kommunikáció fontosságát erősítik.

Vizsgálatomban eredetileg a cég teljes arculatának elemzését terveztem, de a kutatás, és a cég vezetőivel folytatott interjúk készítése során bebizonyosodott, hogy a Magyar Posta Zrt. valójában nem rendelkezik egységes arculattal. A cég az arculat kérdésében a vizuális elemekre fekteti a hangsúlyt, így a dolgozatomban ennek vizsgálatát kényszerültem középpontba állítani.

A választott témám elemzése során háromféle vizsgálati módszert alkalmaztam: *az interjúkészítést, a kérdőíves felmérést és a dokumentumelemzést.*

A szakedolgozat első részében ismertetem a Magyar Posta Zrt. arculatváltásának szükségességével kapcsolatos feltételezéseimet.

A második részben a témának tanulmányaimra, a hazai és nemzetközi szakirodalomra alapozott *elméleti kifejtését* követően bemutatom a Magyar Posta Zrt-t, mint intézményt, annak történelmi fejlődését. Elemzem a *postai szimbólumokat* a magyarországi postai szolgáltatás megjelenésétől kezdve a történelmi Magyarországon ismert postai tevékenységen keresztül a kiegyezéskor önállósított Postán át, egészen napjainkig.

Megvizsgálom a fejlődési folyamatokat, bemutatom a Magyar Posta Zrt. arculati kézikönyvének elemeit, kiemelt hangsúlyt fektetve a vizualitásra. Felvázolom a cég kommunikációs tevékenységét, átalakulását, és annak térnyerését a mai reklámokkal és szolgáltatásokkal zsúfolt világunkban, valamint a változások kommunikációs vetületéről készítek elemzést.

Dolgozatom harmadik nagy témaköre, és egyben központi része a kérdőíves kutatásom az arculati kézikönyv elemeinek ismeretéről, melyet a 18 és 90 éves fővárosi és vidéki lakosság körében végeztem. A kérdőív a Magyar Postával kapcsolatos általános vizuális arculati elemeket vizsgálja, és egyben a megkérdezettek tájékozottságát, és a téma ismeretét kutatja. A kapott adatok alapján statisztikai elemzést készítettem.

A negyedik részben, amely egyben a dolgozat befejező része az összefoglalás található, az elméletben tanultak és a gyakorlat összevetése, továbbá gondolatok és javaslatok a jövőre nézve.

Összefoglalva: A dolgozat elemzi a Magyar Posta Zrt. történetét és fejlődésének alakulását, belső és külső kommunikációs folyamatait, szervezeti kultúráját, arculati elemeinek alakulását

* üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Barát Tamás főiskolai tanár, ÁVF
Külső konzulens: Sárosi Péter

az adott történelmi események figyelembevételével. Kiemelt fontossággal kezelem a vizuális arculati elemek folyamatos fejlődését és változását. A dolgozat a tények és kutatások eredményeinek figyelembevételével, a jövőre szóló javaslattétellel zárul.

A téma elemzésekor egyértelművé vált számomra, hogy bár a vállalatnak igen tekintélyes múltja van, ennek ellenére számos területen vannak elmaradásai. A Magyar Posta Zrt. hatékonysága is láthatóan sok kívánnivalót hagy maga után.

Hiányzik az az egyértelmű üzenet, amely a vállalat jövőbeli terveit, célkitűzéseit hivatott megfogalmazni. A vizsgálatok, a kutatás eredményeképpen láthatóvá váltak azok a területek, amelyek átalakításra, fejlesztésre szorulnak. A vizsgálat eredményeként arra a következtetésre jutottam, hogy mindezt egy alapos felülvizsgálattal, megfelelő belső és külső kommunikációval orvosolni lehet. Ha ezen nem változtat a cég, nem fog eljutni a célközönséghez mindaz, amit alapvetően a szervezet önmagáról kommunikálni kíván.

A dolgozat végkövetkeztetéseként javaslom, hogy a Magyar Posta Zrt teljes felső vezetése fogadjon el és valósítson meg egy, a kommunikációért felelős igazgató által előterjesztett, a vállalati kommunikációs koncepció, stratégia és taktika részeként kialakított, egységes vállalati arculati és kommunikációs tervet, amely a szervezeti kultúrára, az abban megtestesülő, átörökíthető és megújítható hagyományokra épül.

Benke Ágnes*

A WU2 MÁRKA BEMUTATÁSA ÉS MARKETING STRATÉGIÁJÁNAK ELEMZÉSE**

Szakedolgozatom témájául az EVM Zrt., azon belül is a WU2 márka bemutatását és marketing stratégiájának elemzését választottam. A témát azért tartottam érdemesnek szakedolgozatom számára, mivel véleményem szerint a márka életútja és a Next subbrand bevezető kampánya igazi sikertörténet. Napjainkban az élet minden területén a márkák vesznek körül mindnyájunkat. Nincs ez másként a kozmetikai iparban sem. Naponta tűnik fel a boltok polcain egy-egy új márka, hogy aztán tiszavirág életű csillogás után vesszen el újra a semmiben. Persze vannak márkák melyek hosszú életet élnek meg. Tradíciókat ápolnak, megújulnak, szolgálják a fogyasztókat hosszú éveken át. Ilyen sikermárka a magyar kozmetikai piacon a WU2 is. A WU2 márka sikerének titka, hogy képes önmagát megkülönböztetni az erős médiazaj ellenére, hogy kreatív ötletek építik a funkció és marketing oldalról, hogy a fogyasztó is felismeri egyediségét és könnyen képes bármikor azonosítani. Az EVM Zrt.-nél töltött marketing asszisztensi pályafutásom során volt szerencsém megismerni a céget és ezzel együtt a WU2 márka történetét. Részesem lehettem a márka megújulásának, annak, hogy volt képes a cég vezetése felismerni, hogyha a márka továbbra is vezető szerepet kíván betölteni a magyar hajápolási piacon, képesnek kell lennie arra, hogy kilépjen a dicső múlt árnyékából. A márka újrapozicionálása után sem vesztette el azonban tradicionális értékeit, csupán a modern kor fogyasztói igényeihez igazodva teremtett megújuló tradíciót, kapcsot múlt és jelen közt. Bizonyítva ezzel, hogy a magyar áruk is képesek a megújulásra, elkezdve talán lerombolni azt a fogyasztói mítoszt, hogy a magyar termék elavult, igényeinknek nem megfelelő minőségű.

* *vállalkozásszervező szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Szeredi Pál mestertanár, ÁVF*

Dolgozatomban mindenekelőtt képet szerettem volna kapni a marketing jelentőségéről napjainkban, hogy fejlődött önálló tudománnyá, hogy vált napjainkra a marketing gondolkodás a cégek nélkülözhetetlen részévé. A marketing természetesen nem független vállalkozási funkció, szoros kapcsolatban áll annak környezetével, eredményessége a rá ható tényezők sorozatának függvénye is. A vállalkozások számára ezért nélkülözhetetlen a külső környezeti tényezők és a feladatokat alkotó környezet, így pl. a piac, versenytársak elemzése. A hajápolók piaca egy innovációkban igen gazdag szegmens. Meghatározó szereplőként van jelen az Unilever, a Procter&Gamble, a L’Oreal, a Henkel, a Beiersdorf és a Schwarzkopf. A magyar tulajdonban lévő EVM Zrt. mellett ezek a cégek a piac állandó szereplői, melyek stabilan uralják az értékesítési dobogó különböző fokait. Az 50 éves múltú visszatekintő WU2 márka már több mint fél évszázada piacvezető szerepet tölt be a szegmensben, de ezt a vezető szerepet megtartani korántsem egyszerű feladat. A vezető pozíció megőrzése és a márkaismertség növelése érdekében döntött a cég vezetősége a márka újrapozicionálása mellett, így született meg az új subbrand a WU2 Next. A márka bevezető kampánya számos marketing kommunikációs eszközt felvonultatott az ATL kampányon át a gerilla marketing eszközökön keresztül. A termékek helyes pozicionálásának és árképzési stratégiájának is köszönhetően az új márka beváltotta a hozzá fűzött reményeket, stabil piaci pozíciót harcolt ki magának és új fogyasztói csoportokat tudott meghódítani.

Az általam lefolytatott primer kutatás során arra kerestem a választ milyen módszerekkel őrizheti meg a márka piacvezető helyét. Kutatásom alátámasztotta azon hipotéziseimet, miszerint helyes stratégia egy márkanév alatt többféle terméket is gyártani, nem elég kifejezetten egy fajta termékre szakosodni. Bebizonyosodott, hogy a magyar fogyasztók tudatosan vásárolnak hajápolási termékeket, így az állandó magas minőség szinten tartása elengedhetetlen feladat. Azon hipotézisem, hogy a WU2 márka magyar termék jellege pozitív hatást gyakorol az értékesítésre azonban megdőlt, a vásárlás során nem számítanak pozitívabb megítélésre a magyar termékek a külföldiekkel szemben a hajápolási piacon. Ezért javaslom, a jövőben a csomagolások megújításakor a magyar termék jelleg hangsúlyozása helyett az egyedi termékjelölőkre figyelemfelkeltő kommunikációját.

Bohácsné Vilimek Ágnes*

NON-PROFIT SZERVEZETEK A VÉDETT FOGLALKOZTATÁSBAN**

Szakterületemben Magyarország munkaerő-piaci helyzetét jellemeztem, fókuszálva a megváltozott munkaképességű emberek foglalkoztatási lehetőségeire. Kutatásom célcsoportja a fogyatékkal élő dolgozókat koncentráltan foglalkoztató célszervezetek voltak.

Az Európai Unióhoz történt csatlakozás után bekövetkezett jogszabályi változások befolyásolták a célszervezetek működési feltételeit. Megállapítottam, hogy a jogszabályi változások a foglalkoztatott megváltozott munkaképességű emberek számának csökkenését eredményezték. Tízezerrel lett kevesebb a megváltozott munkaképességű foglalkoztatottak száma 2005-ben a

* *non-profit gazdálkodás szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Kelen András főiskolai tanár, ÁVF*

2004-es adatokhoz képest. Megállapítottam, hogy az állami támogatások 2005-ben 9 milliárd forinttal csökkentek.

Jelentős eredménynek tartom, hogy a védett foglalkoztatást megvalósító 21 non-profit szervezet foglalkoztatottjainak száma 18.769 fő, ami a non-profit szféra összes foglalkoztatottjainak közel 20%-át teszi ki.

A megváltozott munkaképességűek foglalkoztatási minőségében sok pozitív változást eredményezett az akkreditációs rendszer bevezetése.

A gyakorlati példában bemutatott VÉDESE Rehabilitációs Foglalkoztató és Szociális Segítő Kht működésében az állami támogatások csökkenése bizonytalanságot okozott, a foglalkoztatottak száma kevesebb lett. A szervezetnek komoly likviditási problémái keletkeztek, további fennmaradásához az alapítók anyagi támogatása vált szükségessé.

Bőle Márta*

TELJES KÖRŰ MINŐSÉGIRÁNYÍTÁS A KÖNYVTÁRAKBAN**

A szakdolgozati témaválasztásom több inspiráló tényező befolyásolta. 2008 tavaszán az Országos Széchényi Könyvtár Gazdasági Igazgatóságán töltöttem a szakmai gyakorlatom. Az intézmény ebben az időszakban tartott a teljes körű minőségirányítás bevezetésének előkészítő, kezdeti fázisában. Első ízben e projekt léte irányította erre a területre a figyelmem.

A TQM-ről már korábban, a Főiskola képzési keretein belül is szereztem információkat – elsősorban az üzleti szférában való létjogosultságával, működésével kapcsolatosan. A témában megkezdett kutatásom során szembesültem azzal, hogy milyen széles körben (el)ismert és hasznosított ez a fél évszázados múltra visszatekintő, folyamatosan megújuló minőségorientált vezetési filozófia.

A szakdolgozatom első felében a TQM kialakulását, fejlődését és térhódítását mutattam be a hazai, valamint a nemzetközi szakirodalom feldolgozása révén. A második nagy egységben a primer kutatás került a középpontba. A 38 könyvtár által kitöltött kérdőív kiértékelését követően igyekeztem objektív képet kialakítani a könyvtárak minőséggel, TQM-mel kapcsolatos helyzetéről. Emellett controlling aspektusú vizsgálatot is készítettem. A jelenlegi helyzet feltérképezése mellett javaslatokat dolgoztam ki arra vonatkozólag, hogy milyen módon lehetne a könyvtárak működését hatékonyabbá tenni.

Összesen három hipotézist vizsgáltam, melyek a következők:

- (1) Szükség van-e teljes körű minőségirányításra a könyvtárakban?
- (2) Van-e létjogosultsága az EFQM-modell használatának a könyvtárakban?
- (3) Szükség van-e controllerre, illetve controlling rendszerre a könyvtárak minőségorientált működésében?

A vizsgálatokat követően mindhárom hipotézis igazolása mellett döntöttem. Bízom abban, hogy munkámmal hozzá tudok járulni ahhoz, hogy minél több könyvtárban valósuljon meg a korszerű, minőségvezérelt működés, használóik lehető legnagyobb megelégedését eredményezve.

* *vállalkozásszervező szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Böcskei Elvira főiskolai docens, ÁVF*

Bobor Szabolcs*

KÖZÖSSÉGÉPÍTÉS A MAGYAR INTERNETEN KOMOLY MÉDIAPIACI SZEREPLŐ HÁTSZELÉVEL**

Az internet térhódításával együtt életünk mindennapos részévé vált az online kommunikáció. Barátainkkal, ismerőseinkkel online is tarthatjuk a kapcsolatot, anélkül, hogy kilépnénk a szobánk ajtaján. Az e-mailen és a chat programokon kívül erre nyújtanak lehetőséget a közösségi oldalak.

Az ezekben rejlő üzleti potenciál a piaci szereplők figyelmét is felkeltette az évek során. Az esetenként akár több százmillió felhasználót is egyesítő weboldalak egyre nagyobb összegekért cserélnek gazdát. Ebből az a megállapítás következik, hogy megéri közösségi szolgáltatást birtokolni és fejleszteni. Dolgozatomban megvizsgálom az üzleti modelleket, és a terjeszkedés okait.

Az internet születésének rövid történelmi áttekintése után kitérek a dotcom-lufinak hívott válságra, mely alapjaiban változtatta meg az internetes cégek működését. Majd hosszabban kifejtem a Web 2.0 kifejezés jelentését, és gyakorlati példákon keresztül bemutatom az internetezési szokásainkra gyakorolt hatását is. Ezt követően a közösségi szolgáltatások működésének alapjául számító elméleteket részletezem, majd megvizsgálom jellemzőiket.

Magyarország legnagyobb közösségi oldala az iWiW, amit a T-Online 1 milliárd forintért vásárolt meg. Körüljáróm a rekordösszegű felvásárlás okát, és bemutatom az iWiW-ben rejlő üzleti lehetőségeket. Ezután áttérek az Index hírportál közösségépítő törekvéseinek bemutatására az Inda csoporton és a Blog.hu-n keresztül.

Dolgozatom konklúziójaként megállapítom, hogy közösségi oldalt azért vásárolnak vagy fejlesztenek a tulajdonosok, hogy szélesítsék portfóliójukat. Az iWiW üzleti modellje normál hirdetésekre épül, az Inda csoporté azonban még kiforratlan. Elsődleges cél azonban a piac-szerzés és a látogatószám növelése.

* *üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Bárd András főiskolai tanár, ÁVF
Külső konzulens: Dobó Mátyás*

Csendes Júlia*

FELSŐOKTATÁSI INTÉZMÉNYEK A VILÁGHÁLÓN**

Összehasonlító elemzés három gazdasági felsőoktatási intézmény honlapjáról

Szakedolgozatom témája a magyar felsőoktatási intézmények világhálón való megjelenése és a hallgatói elégedettség vizsgálata. Munkám alaptézise, hogy a felsőoktatási intézmények felismerték az internet térhódításának következményeit, az általa kialakult új feltételrendszerket, az adódó lehetőségeket. E felismerés stratégiai döntések formájában jelentkezik ezek kommunikációjában, célrendszerében, alkalmazott eszközeiben, ugyan különböző mértékben, de mind hangsúlyt fektetnek a világhálón való jelenlét minőségi paramétereinek biztosítására. E törekvéseik eltérő eredményekhez vezetnek a felsőoktatási intézményi honlapok funkcionalitásában és a hallgatók elégedettségének mértékében. Ezeket az állításokat kívántam alátámasztani a főbb tartalmi egységekben.

Munkám négy fő részre oszlik. Az első fő rész célja a kommunikációval kapcsolatos alapvető kérdések, fogalmak tisztázása, különös tekintettel a kommunikáció tervezésére, a PR célú kommunikációra, amely a felsőoktatási intézmények életében különös jelentőséggel bír. A második fő rész az internet kialakulásáról, térhódításáról, kommunikációra, és társadalomra gyakorolt hatásairól szól. Bemutatja azt a környezetet, és feltételrendszert, melyben a felsőoktatási intézményeknek helyt kell állniuk, azokat az új lehetőségeket, melyekkel érdemes élniük. A harmadik, a kutatás célját, módszerét ismertető rész melyet követően, a negyedik részben kerülnek bemutatásra a honlap-elemzések és a hallgatók körében elkészített primer kutatás eredményei, végső következtetései, és a javaslatok.

Az internet térhódítása, terjeszkedése folyamatos, jelentősége egyre nő, melynek a felsőoktatási intézmények felismerték következményeit. Irányt mutatnak a hallgatóknak annak kihasználásában, és élnek az általa nyújtott lehetőségekkel. Megszületett az a stratégiai felismerésük, hogy az internet alapvető eszköz a versenyképesség megőrzésében, kommunikációban, szolgáltatásaik színvonalának javításában, hallgatói elégedettség elérésében egyaránt.

A felsőoktatási intézmények honlapjai brosraként értékelhetők. Széleskörű információt biztosítanak az intézményekről környezetük számára; interaktív kommunikációra adnak lehetőséget; tranzakciós szintet képviselnek, mely által a felsőoktatási intézmények szolgáltatásának egy része is megvalósul. A honlapok egyelőre az egyes funkciók támogatására, nem helyettesítésére szolgálnak.

A felsőoktatási intézményeknek a jövőben törekedniük kell a honlap valamennyi funkciójának megvalósítására, vagyis a lehetőségekhez mértén használni azt, folyamatos, naprakész, aktuális tájékoztatás, hallgatói értékelések, tan-, ill. segédanyagok online közzétételére, online ügyintézés, és online könyvtárszolgáltatás minőségi paramétereinek biztosítására. Mindemellett a kihasználatlan felületek hasznosításával, technikai jellemzők javításával egy a hallgatói elégedettséget kiváltó, intézményi hírnevet méltán erősítő weblap lesz az eredmény.

A felsőoktatási intézményi honlapok napjainkban is folyamatosan alakulnak, fejlődnek, de a lehetőségek teljes kihasználása még várat magára. A hallgatók olykor türelmetlenek a folyamat eredményeinek kiváráshoz, de értékelik a fejlesztési célú törekvéseket.

* üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Szeredi Pál mestertanár, ÁVF

Csizmadia Andrea*

A KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK TÁMOGATÁSI RENDSZERÉNEK ALAKULÁSA**

A kis- és középvállalkozások... mit is takar ez a kifejezés? Az emberek többsége úgy véli, tisztában van ennek jelentésével, de mégis azt gondolom, hogy vannak, akik pontosan nem tudják, és nem is ismerik a gazdasági életben betöltött szerepüket, napi munkájukat a megélhetésükért folyó harcban. Szakdolgozatom írása közben az érem másik oldalát is megláttam, hogy a számok, adatok mögött emberi sorsok rejtőznek.

Nap, mint nap halljuk a médiában, az újságban ezt a kifejezést, és ezt általában csak egy vállalkezési kategóriának tekintjük társadalmunk gazdasági szerkezetében. Kevesen gondolnak arra, hogy ez a fogalom milyen nagy jelentőségű minden napi életünkben.

A mezőgazdasági termeléstől kezdve az élelmiszer feldolgozáson keresztül, lakásunk felújítása, a szolgáltató ipar, a kiskereskedelem, amely ellátásunkat, napi megélhetésünket, sőt kényelmünket biztosítja, többségében ebben a kategóriába tartozik. Tételezzük fel, hogy tönkremennek a pékek, és visszatér a „kenyérgyár” iparszerű termelése, vagy napokat kellene várni, amíg gépkocsinkat az állami autójavító ipari vállalat megjavítja, vagy lakásunk kifestését saját magunknak kellene elvégezni, mert az állami építőiparnak erre nincs kapacitása.

Ezt a helyzetet ma már nem tudjuk elképzelni, pedig húsz évvel ezelőtt több évtizedig így éltünk. Az 1990-es rendszerváltás óta megváltozott gazdasági életünk struktúrája megteremtette a „szolgáltatói társadalmat”, ahol a kis- és középvállalkozások biztosíthatják részünkre életformánk minőségi javulását és azt, hogy ne térjen vissza a múlt.

A kis- és középvállalkozásoknál megvannak a humán feltételek, a szakértelem, a tudás, amely szükséges ahhoz, hogy a piacon minőségi, versenyképes termékeket állítsanak elő, biztosítsák folyamatosan a társadalom igényeit kielégítő szolgáltatásokat. Hiányzik viszont ezeknek a vállalkozásoknak a működéséhez a tőke ellátottság, a finanszírozás, mivel egy olyan negyven évig működő tervutasításos rendszer előzte meg életképességüket, ahol nem volt lehetőség tőke akkumulálására.

Ezért vált szükségessé, hogy az állam olyan gazdaságirányítási politikát alakítson ki, ahol segíteni tudja ezeknek a kis- és középvállalkozásoknak működését, de pontosabban fogalmazva biztosítsa fennmaradásukat, akik képesek a társadalom mindennapi igényeinek kielégítésére.

Ezek a vállalkozások nagy veszélynek vannak kitéve, melyre a szakdolgozatomban kerestem a választ. A már meglévő problémákat súlyosbította a pénzügyi és gazdasági válság hatása, veszélybe kerültek a piacok, elnehezült a hitelhez jutás, lelassult a termelés, csökkent a jövedelmezőség. Most már nem csak állami támogatásokra, kedvezményekre, a vállalkozások ösztönzésére van szükség, hanem nagyon határozott állami beavatkozásra, amely a még életképes kis- és középvállalkozásokat kimozdíthatja a várható fizetésképtelenség környezetéből.

Az állam garanciákkal képes biztosítani olyan forrásokat, hogy a vállalkozások meg tudják tartani a munkahelyeket akkor is, ha csökken a forgalmuk és jövedelmezőségi színvonaluk is mérséklődik, sőt esetleg átmenetileg veszteségesse válnak. Ezeket a gazdasági, pénzügyi folyamatokat kívánom bemutatni és javaslatokat is fogalmazok meg annak érdekében, hogy milyen módszerekkel lehetne a vállalkozásoknak ezt a körét hathatósan támogatni. Lehet, hogy elkép-

* vállalkozásszervező szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Székács Anna főiskolai docens, ÁVF

zeléseim a jelenlegi gazdasági helyzetben nehezen megvalósíthatók, de szerintem a helyzet nem kilátástalan.

Most nem arra kell vigyázni, mint a korábbi évtizedekben, hogy ne vágjuk le az aranytojást tojój tyúkot, hanem arra, hogy „ne haljon éhen”.

Ennek megvalósításában bízom, mivel a jelenlegi helyzet minden állampolgárt érint. Politikusainknak a problémák megoldására kell koncentrálni a törvényalkotásban, az egyéni és csoport érdekeket háttérbe szorítani, megteremtve ebben a válsághelyzetben a még működő vállalkozások stabilitását, egy vállalkozóbarátabb, társadalmilag kiegyensúlyozottabb, gazdaságilag erősebb ország megteremtése érdekében.

Csókás Ágnes Eszter*

A MAGYAR TELEKOM TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁSA A GYAKORLATBAN**

Dolgozatomban főként a szervezeti társadalmi felelősségvállalás lehetséges előnyeit mutatom be, elsőként a szervezetre gyakorolt pozitív hatások szempontjából. A *lehetséges* szót azért tartom fontosnak, mivel ezek a hatások csak akkor érvényesülhetnek, ha ez a szemléletmód a szervezet stratégiájának részévé válik, tudatosan építi ki gyakorlati tevékenységét és – legfőképpen – megfelelően kommunikálja azt.

A szervezeti társadalmi felelősségvállalás (CSR) a public relations tevékenység részét képezi, ezért alapfogalmainak, és feladatainak bemutatása mindenképp fontos annak bizonyítása érdekében, hogy a felelős vállalati magatartás valóban *gondolkodásmódon* alapul. A társadalmi célú kommunikáció hatásmechanizmusának és módszereinek ismerete azért fontos a szervezetek számára, mert megfelelő kommunikációs tevékenység nélkül a gyakorlati CSR tevékenységük sem érhet el sikert. A dolgozat e fejezetében a három legnagyobb hazai televíziós csatorna példájának segítségével bizonyításra kerül, hogy a médiumok jelentős kedvezményeket biztosítanak a társadalmi célú reklámok megrendelőinek.

A szervezet támogatáspolitikája meghatározza, és demonstrálja annak társadalmi felelősségvállalását, megnyilvánulása a támogatás, és annak módszerei pedig segítik gyakorlati tevékenységét. A CSR a társadalmi fenntarthatóságot szolgálja, ezért alapfogalmainak tárgyalása után kerül sor a szervezeti társadalmi felelősségvállalása alapfogalmainak és eszközeinek bemutatására.

A támogatáspolitikai elvek megvalósulását, és a szervezetek társadalmi felelősségvállalásának gyakorlati tevékenységeit a Magyar Telekom Nyrt. példáján keresztül mutatom be. A vállalatcsoport és kommunikációjának bemutatása után a gyakorlati tevékenységet, és annak eredményeit példák is illusztrálják.

A vállalat külső környezetében elvégzett primer, kérdőíves kutatás célja részben az volt, hogy képet adjon a megkérdezettek véleményéről a CSR tevékenységgel kapcsolatban, részben hogy feltárja mennyire ismerik a vállalat törekvéseit, és gyakorlati tevékenységét, illetve közreműködnek-e ezekben. Azt is vizsgáltam mennyire esik egybe a vállalat, és a megkérdezettek véleménye a támogatásra szoruló területekről.

* üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Barát Tamás főiskolai tanár, ÁVF

Az eredmények azt bizonyították, hogy a megkérdezettek viszonylag tájékozottak, a többség szerint a legtöbb nagyvállalat támogat társadalmi célokat, és azt is tudták, hogy ezek a döntések főként a menedzsment kezében vannak. Érdekes kutatási eredmény, hogy a megkérdezettek több mint fele szerint a vállalatok azért támogatnak társadalmi célokat, hogy reklámlehetőséghez jussanak.

A vállalat munkatársai körében végzett kérdőíves kutatás célja feltárni azt, hogy a szervezet tagjai mennyire ismerik annak támogatáspolitikai elveit és gyakorlatát, illetve azt, hogy milyen arányban vesznek részt társadalmi célú tevékenységekben. Vizsgálom továbbá, hogy a szervezet társadalmi elkötelezettsége mennyire van hatással a munkatársak adományozási szokásaira, azaz többet adományoznak-e magánemberként, mint a vállalat külső környezete.

A kutatási eredmények egyértelműen bizonyítják, hogy a megkérdezett munkatársak nem csak tökéletesen ismerik a vállalat támogatáspolitikáját, hanem nagy arányban részt is vesznek társadalmi célú tevékenységekben. Az elmúlt évben a munkatársak negyede vett részt ilyenben, ami egy ilyen sok embert foglalkoztató vállalt esetén jelentős arány. A kutatás eredményei bizonyítják, hogy a CSR a tevékenységet folytató szervezet számára valós előnyöket nyújt, hiszen növeli a dolgozók elégedettségét. Kiderül, hogy azok a dolgozók, akik részt vettek társadalmi célú tevékenységben, és nem ajánlanák munkahelyüket barátaiknak, feleannyian vannak, mint akik nem vettek részt ilyenben, és szintén nem ajánlanák azt. A hasonló tevékenységekben résztvevő dolgozók majdnem mindegyike szerint a részvétel pozitív hatással volt a munkahelyi légkörre.

Erdélyi Barbara*

TÖRÖKORSZÁG ÉS A KURD KÉRDÉS – ATATÜRKTŐL A MÉRSÉKELT ISZLAMISTA KORMÁNYIG**

Dolgozatom célja bemutatni az eddig közel 40 ezer ember életét követelő török-kurd konfliktust, annak hátterét, és jövőbeni lehetséges kimenetelét. A téma aktualitását valójában nem is a kurd nép megpróbáltatásainak évszázados múltja, valamint a szeparatisták 25 éve tartó fegyveres küzdelme adja, hanem a 2002 óta történt események, amelyek rávilágítottak a világ szeme elől addig rejtve maradt problémára.

A mérsékelt iszlamista Igazság és Fejlődés Pártja (AKP) 2002-es választási győzelme óta Törökországban mélyreható reformfolyamat indult. Ennek eredményekén ma már a jogi keretek nagyjából megfelelnek az európai normáknak, viszont a gyakorlati megvalósításban még komoly hiányosságok tapasztalhatók. A változások elsődleges és félő, hogy egyetlen mozgató rugója az Európai Unióval való csatlakozási tárgyalások megkezdése, amelynek elengedhetetlen feltétele volt a koppenhágai bővítési kritériumok teljesítése. Ekkor hosszú ideje megoldásra váró problémák kerültek felszínre, többek között a kurd kisebbség jogainak kérdése. Ennek megfelelően a reformfolyamat keretében lassan halad előre a kurdok jogainak kiszélesítése, a kívánatostól azonban még nagyon messze áll.

* nemzetközi kapcsolatok szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Csicsmann László főiskolai docens, ÁVF

A 2003-as iraki beavatkozással egy időben, a háború okozta kaotikus állapotok között a törökországi kurdok szeparatista szervezete, a PKK felmondta korábban meghirdetett egyoldalú tűzszünetét és áttette bázisát az ellenőrzés nélküli Észak-Irakba. A 2004 óta Irakból kiinduló törökországi merényletek megszorodása vezetett a 2008 februárjában lezajlott Törökország észak-iraki hadműveletéhez, melynek deklarált célja volt az ottani PKK egységek felszámolása.

Az Erdódan-kormány részéről kétségtelenül komoly előre lépésnek tekinthető a kurd kérdés létezésének elismerése, ugyanakkor a konfliktus megoldásának kimenetele továbbra is kétséges. Az iraki határsávban jelenleg is napi szinten folynak az összecsapások a török hadsereg és a PKK fegyveresei között. Az utóbbi időben a nagyobb szabású terrorcselekmények száma csökkent, ennek ellenére félok, hogy az AKP közeledése megszakadhat a kurdok felé, amennyiben a PKK nem szünteti be erőszakos cselekményeit.

A konfliktus tökéletes példája annak, hogy az erőszak erőszakot szül. A harcok kirobbanása óta ártatlan emberek tízezrei veszítették életüket, ezért elérkezett az idő, hogy a PKK demokratikus eszközökkel harcoljon a kurdok jogaiért. Törökországnak a jövőben demokratikus államként kell fellépnie, a reformokat tovább vinnie, biztosítva ezzel a kurd kisebbségnek az őket megillető jogokat.

Fehér Anita*

MINDENNAPI SZEMETÜNK**

A szelektív hulladékgyűjtés gyakorlata a XIII. kerületben

Dolgozatom saját kutatáson alapuló munka, melynek vizsgálati tárgya a XIII. kerület szelektív hulladék gyűjtése. Bemutatom a lakosság által elérhető szelektív hulladék leadásának lehetőségeit a (XIII. kerületi Önkormányzat, a FKF Zrt., a kereskedelmi egységek által működtetett begyűjtési lehetőségeket). Vizsgáltam az egyes társadalmi szereplők hozzáállását, tevékenységét és együttműködését. Kiemelt figyelmet fordítottam a szelektív hulladékgyűjtéssel összefüggő szemléletformáló tevékenységek vizsgálatára mind az általános iskolai, mind a nonprofit szervezetek tekintetében.

Vizsgálatom eredményeképpen megállapítottam, hogy Angyalföldön a szelektív hulladékgyűjtés lehetőségei közül a szívetes megoldás terjedt el leginkább. Több lakótelepen működik házon belüli szelektív hulladékgyűjtés, de ez nem jellemző. A lakosság körében egyre növekszik a szelektíven gyűjtők aránya. A mintában szereplők 48%-a gyűjt szelektíven, de közülük legalább 5 féle anyagtípust csak alig több mint a fele.

A nem szelektíven gyűjtő háztartások szerint azért nem érdemes szelektíven gyűjteni a szemetet, mert végül egybeöntik, és nincs semmi biztosíték arra, hogy újra hasznosítják. Ha a szelektíven gyűjtők arányát és a gyűjtés szakszerűségét vetjük össze, azt kell mondanunk, hogy csupán 46%-uk gyűjti megfelelő szakértelemmel a különválogatott szemetet, ami sajnos nem túl jó arány.

A közintézményekben is folyik szelektív hulladékgyűjtés vevőktől, látogatóktól, de sajnos ez csak a szárazelemekre korlátozódik. Tapasztalataim azt mutatják, hogy ha bármilyen

* *non-profit gazdálkodás szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Zikkert Antal*

intézményben egyéb anyagot is gyűjtenek szelektíven, azt általában csak a dolgozóktól várják el és erről nem tájékoztatják az ügyfeleket, vásárlókat. A szelektív hulladékgyűjtés bevezetése minden esetben az adott intézmény vezetőjétől függ. A jogi szabályozásnak köszönhetően az a vásárlóknak egyre többféle anyagot, egyre több kereskedelmi egységben van lehetőségük leadni. Sajnos, a műszaki cikkeket árusító üzletek felében egyáltalán nem foglalkoznak visszavétel-lel, helyhiányra és vásárlói érdektelenségre hivatkozva.

A nonprofit szervezetek többsége a hulladék keletkezésének megelőzésében látja a megoldást, a szelektív hulladékgyűjtést csupán egy szükségszerű lehetőségként tartja számon. A kerületi civil környezetvédő szervezetek közül az Egyesület a Környezet-Egészségügyért szemléletformáló tevékenysége jelentős. A szelektív hulladékgyűjtés jegyében előadásokat, programokat, oktatást szerveznek és szóró anyagokat szerkesztenek.

A környezetvédelemmel kapcsolatos rendezvényeken általános tendenciaként figyelhető meg (nem csak kerületi szinten), hogy kevés egyéni érdeklődőt vonzanak. De a gyerekeknek szervezett programok viszonylag sikeresebbek, ezért inkább jellemzően rajtuk keresztül próbálják megszólítani a felnőtteket is. Sajnálatos tény, hogy a kerületben rendezett, táborok, és szabadidős foglalkozások egyikét sem környezetvédő szervezet rendezte.

A XIII. kerületi Önkormányzat partnerként tekint a nonprofit szervezetekre. A környezetvédő civil szervezetekkel való önkormányzati együttműködésben 2005 óta megtorpanás érzékelhető. A kerület Fejlesztési és Környezetvédelmi Bizottság elnökének halála óta nincs olyan személy, akinek elsődleges feladatai közé tartozna a környezetvédelem és a civil szervezetekkel való együttműködés.

Az Önkormányzat sokat tesz a szelektív hulladékgyűjtés területén, de ezt nem kommunikálja megfelelően a lakosság számára. Honlapján a környezetvédelemmel foglalkozó részt közel három éve nem is frissítették.

A megkérdezettek csupán 83%-a találkozott valamilyen szelektív hulladékgyűjtéssel, a gyűjtési kedv mégis meglehetősen alacsony szintű.

Fehér Marianna*

MOBIL INTERNET, A JÖVŐ TERMÉKE A TELEKOMMUNIKÁCIÓBAN**

Egy termék bevezetésének lépései a Pannon GSM Távközlési Zrt-nél

Mi az a Mobil internet? Ez lenne a jövő terméke a telekommunikációban? Hogyan működik? Mi a technológia alapja? Kiknek készült és mennyire elégedettek a termékkel? Ilyen és ehhez hasonló kérdésekre kerestem a választ szakdolgozatomban.

Egy termék megismertetése, népszerűsítése és bevezetése számos feladattal jár, amelynek részleteit elemzem a Pannon GSM által is forgalmazott terméken, a mobil interneten keresztül.

Dolgozatomban megvizsgáltam, hogy milyen maga a termék, milyen feltételek mellett képes működni, milyen technológiai alapon, továbbá bemutattam azokat a csatornákat, amin keresztül ez eljuthat a végső felhasználóig.

* vállalkozásszervező szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Papp Ferenc főiskolai tanár, ÁVF

Áttekintettem térben és időben elhelyezve a termék helyzetét a piacon a három vezető mobilszolgáltató mentén, valamint azt, hogy hogyan alakult 2009. januárjáig előfizetőik száma.

Saját kutatásomban pedig arra voltam kíváncsi, hogy a Pannon – mint vezető mobil szélessáv szolgáltató – termékével mennyire elégedettek a fogyasztók, és ez hogyan befolyásolta a termékhez való viszonyukat.

Összességében azt lehet mondani, hogy a terméknek és a hozzá kapcsolódó szolgáltatásoknak még számtalan fejlesztésen kell átesniük, hogy elérjék a kitűzött célnak megfelelő állapotot, mind a minőség, mind pedig a technológia terén és egy új fejezetet nyithasson a mobil távközlés piacán.

Fülöp Annamária Ildikó*

A MAGYAR VILAMOSENERGIA-IPARI ÁTVITELI RENDSZERIRÁNYÍTÓ ZRT. KULCSTELJESÍTMÉNY MUTATÓSZÁM-RENDSZERÉNEK MŰKÖDÉSE, FELÜLVIZSGÁLATA ÉS TOVÁBBFEJLESZTÉSE**

Szakdolgozatom célja a Magyar Villamosenergia-ipari Átvitel Rendszerirányító Zrt.-nél alkalmazott Kulcsteljesítmény mutatószám-rendszer (KPI rendszer) működésének és fejlesztési folyamatának bemutatása. Témaválasztásomat az indokolja, hogy a vállalatnál KPI-felelősként koordinálok a mutatószámrendszer működését, illetve felülvizsgálatának folyamatát, így saját tapasztalataimra támaszkodva ismertethetem a KPI rendszer alapján történő jelentési folyamatot, illetve beszámolhatok a KPI rendszert érintő felülvizsgálati projektről.

A KPI rendszer működésének részletes ismertetése előtt bemutatom a villamosenergia-rendszer felépítését, a villamosenergia-ipar fejlődését és sajátosságait, valamint a MAVIR Zrt. létrejöttének történetét és működési környezetét. A fejezet további részében röviden ismertetem a vállalat tevékenységi körét, szervezeti felépítését, valamint kontrolling és beszámolási rendszerét.

Szakdolgozatom további részében bemutatom a MAVIR Zrt. KPI rendszerének kialakítását és működését. A KPI rendszer általános működési folyamatának felvázolása mellett rámutatok a rendszer nehézségeire, hiányosságaira, továbbá beszámolok a felülvizsgálati projekt már lezárt, illetve jelenleg is folyamatban lévő szakaszairól. Ismertetem a KPI rendszer és a Minőségügyi Irányítási Rendszer kapcsolatát, majd a KPI mutatószámok felülvizsgálati folyamatát mutatom be. Ezt követően a rendszer informatikai fejlesztésével kapcsolatos követelményeket foglalom össze, valamint beszámolok a KPI jelentési folyamatot és a KPI riportokat érintő tervezett változtatásokról. Szakdolgozatom utolsó részében javaslatot teszek a stratégia megvalósulásának mérésére alkalmas CSF/KPI koncepció kialakítására. Ennek keretében ismertetem a MAVIR Zrt. stratégiai irányait és főbb stratégiai céljait, valamint feltérképezem legfontosabb sikerfaktorait és kockázati tényezőit. Ennek alapján készítem el a stratégiai visszacsatolásra alkalmas CSF/KPI struktúrát. Végül kitérek a KPI és a BSC módszer összefüggéseire, és összefoglalom a BSC módszer implementálásához szükséges akciókat.

* *vállalkozásszervező szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Böcskei Elvira főiskolai docens, ÁVF
Külső konzulens: Timkóné Fodor Krisztina*

Gera Kinga*

**„BEFEKTETÉS A JÖVŐBE”
A magyarországi diákhitel elemzése****

Szakedolgozatom témája a diákhitel. Azért választottam ezt a témát, mert úgy vélem, hogy a magyar társadalom még részben ellentmondásos véleménnyel rendelkezik a hallgatói hitelrendszerünk tekintetében. Kutatásom célja egyrészt az, hogy egy összefüggő képet kapjak arról, hogy a felsőoktatásban résztvevők hogyan viszonyulnak a diákhitelhez, és ha felveszik mire, és hogyan használják fel. Másrészt azt kívánom vizsgálni, hogy a diákhitel megítélése pozitív vagy negatív a hallgatók körében, és a diákok mennyire tájékozottak a kölcsönről és annak fontos elemeiről.

Kutatásom kezdetekor a következő hipotéziseket fogalmaztam meg:

1. A hallgatók körében ismert dolog a diákhitel, azonban az igénylők körében is hiányosak a törlesztésre vonatkozó információk.
2. A diákhitel javítja a hallgatók továbbtanulási esélyeit, mert az igényelt összeget elsősorban a tanulmányaik finanszírozására fordítják.
3. A diákhitelt nem igénylők többsége az eladósodástól és a hitelfeltételek változásától való félelme miatt nem veszi igénybe a hitelt.
4. Sokaknak negatív dolog jut eszébe a diákhitel szó hallatán.

Kutatásomból kiderült, hogy a megkérdezett diákok mindegyike hallott már a hitelről, azonban a hiteligénylők és a hitellel nem rendelkezők között is akadnak olyanok, akik nincsenek tisztában a Diákhitel néhány fontos elemével, valamint tévhitekre alapozva ítélik meg, ami a pénzügyi kultúra alacsony szintjével is magyarázható.

Összefüggések tekintetében elmondható, hogy a diákhitelt igénylők túlnyomó része nappali tagozatos, költségterítéses hallgató, és a hitelfelvétel előleges célja a tandíj befizetése és az egyéb oktatási célok finanszírozása. Ezáltal pedig, úgy vélem a diákhitel hozzájárul az oktatási esélyegyenlőség biztosításához, hiszen arra célra hozták létre, hogy anyagi helyzetétől függetlenül mindenkinek lehetősége legyen részt venni a felsőoktatásban. Elmondható, hogy jelentősen változik a hallgató diákhitelhez való viszonyulása, ha igénylőként ismeri, vagy legalább elemi szinten megismeri a diákhitel legfontosabb jellemzőit.

Szakedolgozatom első részében ismertetem a diákhitel-rendszer kialakulásának történetét, valamint bemutatom a magyarországi diákhitelt. Elvégzem a Diákhitel SWOT – analízisét a Diákhitel Központ szemszögéből és a diákok nézőpontjából egyaránt. Nemzetközi kitekintést adok a hallgatói hitelrendszerekről, ez után pedig a Diákhitel Központ Zrt. részletes bemutatása következik, kitérve a szervezeti felépítésére, stratégiai célkitűzéseire, valamint az együttműködő partnereire elsősorban a diákhitellel kapcsolatos feladataikra koncentrálva. Elemzem a Diákhitel Központ kommunikációs gyakorlatát, külön hangsúlyt fektetve a célcsoport szegmentációra, a marketing csatorna meghatározására és a kommunikált üzenetre. Ehhez kapcsolódóan egy esettanulmány is olvasható a Diákhitel Központ kreatív koncepcióiról. Dolgozatom követ-

* *vállalkozásszervező szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Szalai Ibolya főiskolai docens, ÁVF
Külső konzulens: Őri András*

kező részében a kutatásom során kitöltött kérdőívek elemzésével, és a hipotézisekkel foglalkozom. Az utolsó fejezet összefoglalja azokat az észrevételeket, javaslatokat, amelyek a szakdolgozatom készítése alatt megszülettek.

A hallgatói hitelrendszer magyarországi bevezetése mindenképpen pozitív fejlemény, mivel a diákhitel jól és felelősen felhasználva befektetés a jövőbe.

Gyenge Máté*

A REKLÁMVILÁG MAMUTFENYŐI**

Szakdolgozatom témája a reklámpiac átalakulása a rendszerváltás után. Ezen a jelentős témakörön belül az óriásplakátokra fókuszáltam. Röviden összefoglaltam fejlődéstörténetüket, annak főbb mozzanatait kiemelve. Leírtam, milyen jogi környezete van a plakátoknak, mint médiumoknak, ezen belül kiemelve az Önszabályozó Reklám Testület tevékenységét, melyről maga az ÖRT jelenlegi elnöke, Megyer Örs mesélt. Bemutattam napjaink főbb reklámhordozó médiumait, ezek előnyeit és hátrányait. Ezek után rátértem a témám kifejtésére. A plakátok című fejezetben megneveztem a terület fontosabb résztvevőit, valamint megfogalmaztam, mi is az a plakát. Ezt olyan további főbb fejezetekbe rendeztem, mint: A plakátok hatásmechanizmusa, A politikai plakátok, A társadalmi célú plakátok, A kereskedelmi plakátok, illetve az Egy plakát születése című fejezetben részletesen leírtam azt a folyamatot, ahogyan az alapötlettől az utcáig eljut egy hirdetés. Néhány aktuális plakát elemzésével megpróbáltam rávilágítani a napjainkban jellemző hirdetések stílusára. Ezt az egyes főbb kategóriákból kiragadott példával illusztráltam. Ilyenek voltak az autók, a bankok és biztosítók, a bevásárló központok, a rendezvények és a telekommunikáció. Mindezek után saját primer kutatásomat elemeztem, melyben a következő kérdésekre kerestem a választ:

- Mennyire tartja zavarónak a különböző reklámozási módszereket?
- Mennyire befolyásolják a fogyasztási szokásokat?
- Mennyire tartja igaznak az általam megfogalmazott állításokat a reklámokról?
- Fel tud idézni 5 reklámszlogent?
- Mi a véleménye az óriásplakátokról a felsorolt szempontok alapján?
- Ha lenne saját terméke, hirdetne óriásplakáton?
- Művészeti ágnak tekinti az óriásplakátot?
- Szokta látogatni az ARC plakátkiállítást?
- Kedveli az 1950-es évek előtti plakátokat?
- Az önállóan megjelenő, vagy a TV reklámra emlékeztető plakátot tart hatásosabbnak?
- Meg tud nevezni olyan márkát, melynek kifejezetten tetszett, vagy éppen nem tetszett az óriásplakátja?
- Melyek azok az elemek, melyeket kedvel, vagy éppen nem kedvel a plakátokon?

Végezetül a megkérdezett szakembereknek a plakátok jövőjével kapcsolatos véleményét írtam le.

* üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Szeredi Pál mestertanár, ÁVF

Hajnal Anita*

ÚJ KIHÍVÁSOK A KERETTERVEZÉS TERÜLETÉN**

Napjaink kiéleződő gazdasági versenyében egyre fontosabb szerepet töltenek be a vállalatok életében a hatékony tervezési-, irányítási rendszerek. Ugyanakkor a tervezést számos kritika éri stratégiai és operatív szempontból egyaránt. Egyre nagyobb teret nyernek az olyan új kerettervezési koncepciók, mint a tervezési folyamatok javítására irányuló Better Budgeting és a sokkal radikálisabb Beyond Budgeting.

Dolgozatomban a kerettervezés elméleti hátterét és annak gyakorlati megvalósulását kívánom bemutatni. Célul tűztem ki, hogy betekintést nyújtsak ezekbe az új, korszerű tervezési rendszerekbe, valamint megválaszoljam a kérdést, hogy milyen kerettervezési módszerek állnak a mai vállalatok rendelkezésére.

Az említett eszközök elméleti bemutatása mellett igyekeztem feltárni, hogy mi jellemző a hazai vállalatokra a gyakorlatban. Ehhez egy kérdőíves felmérést végeztem, melynek során bebizonyosodott hipotézisem, miszerint a hazai vállalkozások többsége a kerettervezés javítására irányuló, szakmai körökben is nagy elfogadottságnak örvendő Better Budgeting módszert alkalmazza.

Megvizsgáltam, hogy konkrétan milyen eszközök alkalmazásában nyilvánul meg a módszer használata, valamint mely technikákat részesítenek előnyben a cégek méretük szerint csoportosítva. Arra a következtetésre jutottam, hogy a gördülő előrejelzés a vállalatok méretétől függetlenül nagy népszerűségnek örvend. A többi módszer azonban különböző megítélés alá esik a nagy-, illetve kis- és középvállalkozások körében.

Annak ellenére, hogy számos vállalat már alkalmazza a rendkívül radikális *Beyond Budgeting* módszer által javasolt eszközök valamelyikét, az irányzat hazai bevezetése még várat magára. Ennek egyik oka, hogy ezt az irányzatot nem ismerik a magyarországi vállalatok, a másik pedig, hogy bevezetéséhez teljes kultúraváltáson kellene átesniük, amire szerintem még nincsenek felkészülve.

* vállalkozásszervező szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Böcskei Elvira főiskolai docens, ÁVF

Halmi Anita*

APU, KEZDŐDIK!**

A televízió a 21. századi ember számára természetes velejárója a mindennapoknak. Szinte észre sem vesszük, milyen nagy szerepet tölt be életünkben. Teljesen beépült a hétköznapijainkba, hozzá igazítjuk a lefekvés idejét, a hétfégi programunkat. Már el sem tudjuk képzelni az életünket nélküle.

Egy információs társadalomban élünk, melyben a televízió jelenti számunkra a fő kapcsolatot a nagyvilággal, általa lehetünk mindig tájékozottak és naprakészek.

Ez az egyetlen olyan tömegkommunikációs eszköz, amely a legnagyobb mértékben tudja befolyásolni az emberek álláspontját, gondolkodásmódját. Segítségével akkora tömegekhez jut el az információ, amelynek hatása nagyobb minden más médiuménál. Azonban rengeteg olyan információt közvetít, amely eltorzítja a valóságot, a világ rosszabbik oldalát mutatja, s így a közvélemény világról alkotott nézetét is befolyásolja.

Generációk sokasága nőtt fel a képernyő előtt ülve, s ez erősen rányomta bélyegét személyiségére, értelmi és lelki fejlődésére, s másokkal való kommunikációjára. Van azonban egy olyan korosztály, melyre sokkal károsabb hatással van a televízió, mint ránk felnőttekre. A gyermekek, különösképpen a kisiskolások értékrendszerének kialakulására rendkívül nagy hatást gyakorol, hogy mit látnak a tévében.

Dolgozatomban a televízió hatásait vizsgálom a 6-10 éves gyermekek körében. A szocializáció és a helyes nevelés rendkívül fontos ebben az életkorban, mivel a gyermek számára a szülők jelentik az elsődleges példaképet, az ő mintájukat követve épülnek fel benne viselkedés alapjai és a kommunikáció mikéntjét is tőlük tanulják. A televízió megjelenésével azonban ez a szerep kezdett elhalványulni, s egyre inkább a képernyő vette át a gyermeknevelés „feladatait”. Sok családban, ahol a szülők mindketten estig dolgoznak, és a gyerekek délután egyedül vannak otthon, nincs, aki foglalkozzon velük, így jobb híján a tévé előtt ülnek, és onnan tanulják el a viselkedési szabályokat, kommunikációs formákat, értékrendeket. Ezek azonban nagymértékben torzultan jelennek a műsorokban és egyáltalán nem alkalmasak a helyes nevelésre és szocializációra.

Céлом, hogy megtaláljam a választ az olyan kérdésekre, mint „jót tesz-e a gyerekeknek, ha olyan műsorokat is megnéznék, amelyek nem az ő korosztályuknak lett szánva? Milyen hatással lesz rájuk, ha olyan információkat kapnak belőle, amelyeket még nem értenek, és nem tudnak feldolgozni? Az erőszakot bemutató műsoroktól erőszakosabb lesz a gyermek viselkedése is? Példát vesznek-e a jó és gonosz szereplőkről? Mit szabad néznie és mennyit szabad tévéznie egy kisgyermeknek, ami még egészségesnek mondható? Ha bebizonyosodik, hogy káros hatással vannak rá a nem neki való műsorok, akkor milyen intézkedéseket kell tennünk? Eddig tettek-e már lépéseket ennek érdekében, s ha igen, mi lett az eredménye?”.

Ezen kérdések megválaszolása érdekében dolgozatomban ismertetem a 6-10 éves korosztály életkori sajátosságait, beleértve lelki, értelmi fejlődésüket, családdal és társaikkal való kapcsolatrendszerüket. A televízió hatásait vizsgáltam a gyerekek viselkedésére, kommunikációjára vonatkozóan, s azt, hogy az erőszakos tartalmú műsorok mennyiben befolyásolják szocializációjukat, a világról alkotott nézeteiket. Mintakövetés szempontjából elemeztem a szülők

* üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Szeredi Pál mestertanár, ÁVF

vs. televízió szerepét, valamint ismertettem a mai családok jellemzőit, a gyakori problémákat, (pl. hogy lassan a tévében merül ki az egyetlen családi programlehetőség), melyek eltávolítják egymástól a családtagokat, s mára egy súlyos társadalmi problémává nőtte ki magát.

Kérdőíves kutatást végeztem egy általános iskolában a 2-4. osztályos tanulók körében, melyben a felmértem tévévezézési szokásaikat, pl. hogy mennyi időt töltenek el naponta a készülék előtt, melyek a kedvenc tévécsatornáik, műsoraik, szereplőik. Nézhetnek-e korhatáros filmeket, s ha igen, egyedül vagy a szüleikkel, ill. megbeszélnek-e velük a látottakat. A vizsgálat természetesen nem lehet reprezentatív, hiszen egy meghatározott iskolában, összesen 80 gyerek bevonása által történt, így a következtetéseket is csak rájuk vonatkozóan lehet megfogalmazni. A kutatás alapját Kiss Judit „A televízió hatása a gyerekekre” c. 2004-ben közzétett tanulmánya képezte, s az adatok kielemezését követően a saját eredményeim sok hasonlóságot mutattak az övéivel. Ebből kifolyólag úgy gondolom, hogy ha messzemenő következtetéseket nem is tudunk levonni, a televízió gyerekekre gyakorolt káros hatásait és az általános érvényű igazságokat azonban meg tudjuk fogalmazni.

Az eredmények tehát igazolják azt az elméletet, miszerint a televízió rendkívül káros hatással van a kisgyermek lelki fejlődésére, de ennek erőssége nagyban függ az adott család szociális helyzetétől. Azok a gyerekek, akik nem jutnak hozzá a szükséges értékekhez a szülők által, sokkal többet nézik a televíziót, főleg erőszakos tartalmú műsorokat, így a kapott impulzusok beépülnek a viselkedésükbe is, a káros hatás nagy erősen érvényesül. A gyermeknevelésre és értékátadásra több energiát fordító családokban azonban már kontrollálják a gyerek tévé-nézéssel töltött idejét, és a műsorokat is megválogatják, így a negatív hatások kevésbé épülnek be a személyiségbe. A televízióban rendszeresen látott agresszió következménye, hogy a gyermek elfásul, érzéketlenné válik mások fájdalmával, szenvedésével szemben, ill. konfliktus-megoldási módjaiban is gyakrabban mutatkozik meg az erőszakos viselkedés. Dolgozatomban megfogalmaztam a probléma megoldására vonatkozó javaslataimat is.

Ma már több szervezet is (pl. ORTT) felszólalt a gyermekek védelme érdekében, s megszülettek azok a jogszabályok, amelyek beszabályozzák a televíziós csatornákat. Megjelentek a korhatárra figyelmeztető karikák és háromszögek a képernyők sarkában, de a tapasztalat azt mutatja, hogy ezek nem sokat segítettek. Az Országos Rádió és Televízió Testület jelenleg kampányt folytat a gyermekek érdekében, melyben a szülőket szólítják fel, hogy kontrollálják gyermekeik tévévezézési idejét és ne hagyják őket ellenőrizetlenül a készülék előtt.

Gyermekeink egészséges fejlődése érdekében, hogy ezt az igen súlyos társadalmi problémát kiküszöbölhessük, úgy gondolom, arra van szükség, hogy a szülők és az érintettek (pedagógusok, műsorszolgáltatók képviselői, stb.) megkapják a szükséges tájékoztatást és együttesen, közös erővel tegyenek annak érdekében, hogy megtalálják és alkalmazzák a televízió káros hatásait csökkentő megoldásokat.

Hána Kata*

A NYELVI MANIPULÁCIÓ ESZKÖZEI ÉS MÓDJAI**

A manipuláció, mint a befolyásolás művészete általában negatív érzéseket kelt az emberekben. Ez talán azzal is magyarázható, hogy rossz emlékeket idéz fel bennünk, leginkább azt az érzést hozza felszínre, amikor a manipuláció ártatlan áldozataivá váltunk például egy helytelen vásárlási döntés alkalmával. Azt azonban sokan nem veszik figyelembe, hogy a manipulációs technikákat mindkét fél számára pozitív célok elérésére is lehet alkalmazni.

Dolgozatom célja többek közt az, hogy eloszlassam ezt a tévhitet, miszerint a manipuláció a bűnös, sötét és alattomos megtévesztés módszere, valamint, hogy bebizonyítsam, bárki lehet a manipulátor és a célszemély szerepében egyaránt.

Dolgozatom első felében a nyelvi manipulációt öt szempontból elemzem, így kitérek a politikai manipuláció eszközrendszerére. Igyekszem alátámasztani azt az állítást, miszerint minden lobbis manipuláció, de nem minden manipuláció lobbis. A reklámokat - mint a technika legkézenfekvőbb eszközeit - gyakorlati példákon keresztül mutatom be. Ezt követően a kommunikációt színesítő metanyelvi frázisokat hétköznapi jelenetek segítségével szemléltetem. Végül, de nem utolsósorban kitérek az önmanipuláció technikájára és fontosságára.

A szakdolgozat második felében mutatom be a témában végzett primer kutatásom elemzését, melyet kérdőív segítségével végeztem százfős mintavétellel. Kutatásomat igyekeztem a dolgozatban szereplő összes témára kiterjeszteni. A válaszok a nemmel, a korrall és a foglalkozással való összefüggéseit diagrammokon és táblázatokon szemléltetve elemzem.

Feltevéseimet, felmerülő gondolataimat, az eredmények végső összefoglalását, következtéseimet az összegzésben taglalom, valamint levonom az egyes témakörök kifejtése és a kérdőív segítségével kapott eredmény összefüggéséből vagy különbözőségéből adódó konklúziót.

Hilla Hajnalka***

AZ INTERNETES PÉNZÜGYI SZOLGÁLTATÁSOK****

Szakdolgozatom az internetes pénzügyi szolgáltatásokról, leginkább az internetbankról szól. Mivel a köztudatban gyakran nem egyértelmű ezeknek a szolgáltatásoknak a használata és nagy velük szemben a bizalmatlanság, ezért célul tűztem ki, hogy megvizsgálom a működési folyamatukat, a kockázati tényezőket és bennük rejlő kihívásokat, fejlődési lehetőségeket. Úgy gondolom, hogy az elektronikus pénzügyi szolgáltatások kockázatai kellő gondossággal ugyanúgy minimálisra csökkenthetők, mint a papír alapú megbízásoké.

* üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Gellért Kis Gábor mestertanár, ÁVF

*** vállalkozásszervező szakos végzett hallgató

**** Belső konzulens: Belyó Pál főiskolai tanár, ÁVF

A pénzügyi szolgáltatások terén készpénzforgalom helyett egyre inkább terjednek az elektronikus megoldások, amelyek forradalmasították a hagyományos ügyintézési formákat. Ahhoz azonban, hogy az új lehetőségekkel, innovációkkal a pénzügyek terén is élni lehessen, ismerni kell az elektronikus termékkínálatot, meg kell érteni az elektronikus és az internetes környezet működését és össze kell tudni hasonlítani a szolgáltatók ilyen típusú ajánlatait.

Az elektronikus fizetés biztonsága állandó követelmény, amelynek érdekében a szolgáltatók folyamatosan fejlesztenek és többszintű védelmi rendszereket építenek ki. Különösen fontos a hozzáférési jogosultság biztosítása, amit a szolgáltatók többszintű, illetve többcsatornás azonosítási rendszerek alkalmazásával érnek el.

Az online vásárlások új termékek megjelenését vonták maguk után: webkártyák, chip kártyás rendszerek és az ezekhez kapcsolódó specifikációk (pl. SET) mind a felhasználók biztonságát hivatottak garantálni, csakúgy, mint a virtuális bankszámla (pl. PayPal számla), amely egy sajátos mikrofizetési rendszer.

Az internet tehát számos lehetőséget rejt magában, melyek kihasználásával a pénzügyi szolgáltatók portfóliójukban növelhetik az online értékesítések súlyát. A szolgáltatások fejlesztésekor, a stratégia megalkotásakor azonban tudatosan figyelni kell az internetben rejlő veszélyekre és fel kell mérni a kockázatokat.

Horváth Hajnal*

HOVÁ TÚNT A LELKESEDÉS?*

*Egy alapítvány megújulási kísérlete az adományszervezés és forrásteremtés területén
(Egyéves önkéntes munkám eredményei)*

Tanulmányomat egy 2001-ben alapított budapesti óvodai alapítványnál készítettem, amelynél egy éves önkéntes munkát vállaltam. Eddigi tevékenységük azoknak az adóforintoknak a gyűjtéséből állt, amiket részükre felajánlhattak (1%).

Kutatásom arra irányult, hogy az általam elsajátított tudás gyakorlati alkalmazásával képes lehet-e az alapítvány megújulni a finanszírozás és adományszervezés területén. Munkám hatásal lehet-e a további működésükre, projektjeire, bevételeikre, segítheti-e őket a célok megvalósításában? Az önkéntes munka menetét magam szerveztem, az alapítvány beleegyezésével és közreműködésével.

A kutatást egy strukturális interjú elkészítésével kezdtem az alapítvány vezetőjével. A tevékenységemet két részre osztottam, az egyik során az alapítvány releváns környezetében végeztem elemzéseket, a másik során forrásteremtési projekteket dolgoztam ki. Az analízisek során a célcsoport és a támogatók igényeit kérdőíves megkérdezés formájában mértem fel. A versenytársak helyzetét a szervezethez viszonyítva a Porter öttényezős modelljének alkalmazásával készítettem el. Az alapvető környezetelemzéseket a PEST és a SWOT elemzések segítségével végeztem el.

A bevételi lehetőségek növelésére gyűjtési módszereket kerestem, az 1%-os kampány lebonyolítását megújítottam, és javaslatot tettem a közhasznúsági státusz kezdeményezésére is.

* *non-profit gazdálkodás szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Cziboly Ádám*

Felhívtam a figyelmet a szelektív hulladékgyűjtés fontosságára, a környezettudatos nevelésre, ami az alapítvány számára bevételi források lehetőségét is jelentheti.

A nagyvállalkozások felé támogatáskérő leveleket küldtem, amelyek a természetbeni adományok megszerzésére, a vállalati társadalmi felelősségvállalás kihasználására irányultak. Rendezvények és szolgáltatások kialakítását kezdeményeztem, javaslatot tettem hasonló céllal alakult alapítványokkal való kapcsolattartásra is. Pályázati kiírásokat kerestem az alapítvány célkitűzéseinek megvalósítására.

A projektek kialakítása és az analízisek elvégzése az egy év alatt párhuzamosan került megvalósításra és elemzésre. A gazdasági eredményeket az előző tanévhez viszonyítva vizsgáltam meg, és eredményként 43%-os pénzügyi növekedést tapasztaltam. A gyarapodás nagy része forrásteremtési munkám hatásaként keletkezett. A projekteket megvalósíthatósági és elégedettségi szintek alapján osztályoztam. Az alapítvány részéről a vezetőnő írt a kuratórium nevében köszönő levelet, amelyben értékelte a munkámat. Önértékelésem is elkészítettem.

Az összegyűjtött tapasztalatok alapján levontam következtetéseimet, és ajánlást tettem a tevékenységek további lépéseire. A stratégiai terv kialakításához szükséges elemzéseimhez, kidolgoztam az alapítvány Balanced Scorecard (BSC) modelljét, amely segítséget nyújthat továbbiakban az alkalmazni kívánt stratégia megvalósításában.

Minden általam készített dokumentumot a szervezet részére átadtam. További terveim között szerepel egy elektronikus kiadvány megszerkesztése, amelyet hasonló céllal létrehozott óvodai alapítványok számára szeretnék elküldeni.

Illés Gyuláné*

A PAKSI KISTÉRSÉG GAZDASÁGI JELLEMZÉSE ÉS A TÉRSÉGFEJLESZTÉS GYAKORLATA A NEMZETI FEJLESZTÉSI TERV TÜKRÉBEN**

Dolgozatom kutatási célja a Paksi Kistérség gazdaságának jellemezése, megoldásra váró problémáinak és fejlesztési igényeinek feltárása volt. A Paksi Kistérség fejlettségi szintjét az ország más területeihez viszonyítva vizsgáltam. Magyarországon napjainkra jelentős fejlettségbeli különbségek alakultak ki a különböző térségek között.

Az utóbbi évek térségfejlesztésében az Európai Unió Strukturális Alapjaiból érkező források játszanak nagy szerepet. Az Unióból érkező támogatások a 2004-2006 időszakban a Nemzeti Fejlesztési Terv keretében kerültek – pályázatok útján – elosztásra. Dolgozatomban a Nemzeti Fejlesztési Terv – főként a Paksi Kistérséget érintő – nyertes projektjeit elemeztem több szempont alapján. Ismertetem kutatásom eredményeit.

A Nemzeti Fejlesztési Terv keretében országosan a Közép-Magyarországi régió kapta a legtöbb támogatást, de közvetlenül utána a három legelmaradottabb régió következett. Főként a Regionális Operatív Programban és az Agrár- és Vidékfejlesztési Operatív Programban törekedtek a döntéshozók az elmaradott régiók fejlesztésére, a leszakadó régiókban valósult meg a legtöbb projekt. A mutatói alapján nem elmaradott Paksi Kistérségbe a megyei átlagnál kevesebb fejlesztési támogatás érkezett.

* *non-profit gazdálkodás szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Bilecz Endre főiskolai docens, ÁVF*

A Paksi Kistérség önkormányzatainak pályázási aktivitását az önrész biztosításának nehézsége negatívan befolyásolta. A forráshiányos önkormányzatok nem vállalták a hitelfelvétel, kötvénykibocsátás kockázatát a fejlesztések megvalósításához. A kistérség önkormányzatai a jogszabályok által előírt közösen ellátandó feladatokon túlmenően nem mutattak nagy aktivitást közös gazdaságfejlesztési programok megvalósításában. Az NFT keretén belül kivitelezett több települést érintő projekt mindössze egy volt a kistérségben.

A megvalósított projektek a kistérség fejlesztési céljaihoz illeszkedtek, de a támogatások elaprózódtak. A térség gazdasági mutatói – ugyanúgy ahogy az országos makrogazdasági mutatók – nem mutatnak kedvező változást, az Európai Unió források felhasználása ellenére sem.

Jusztin Anita*

A KÖZÖSSÉGI OLDALAK HÁLÓJÁBAN**

Szakdolgozatom témáját az a felismerés adta, hogy az internet egyre nagyobb szerepet játszik az egyén életében, így a kapcsolatteremtési szokásait is alapvetően megváltoztatja. Munkám azt a tézist hivatott alátámasztani, miszerint az *online közösségek* kialakulása a technikai fejlődés természetes velejárója. Az internet hétköznapivá válásával elkerülhetetlen ugyanis, hogy a társas életünket az interneten szervezzük. Az online közösségépítés legalkalmasabb eszközei a *közösségi hálózatok*, de számos egyéb webes szolgáltatás is ezt a célt szolgálja. A főiskolán elsajátított ismereteimet és a gyakorlati tapasztalataimat hasznosítva ezért elsősorban a különböző webes szolgáltatások alapján mutatom be az online közösségépítés folyamatát.

A dolgozat első részében - a digitális eszközök hatásait alátámasztó elméletek és statisztikák bemutatása után - az online közösségek helyét keresem a társadalomban. Több szemlélet összevetése után arra a következtetésre jutok, hogy az online közösségeket csupán a számítógépes rendszerek tartják össze, ezért nem érnek el egy minőségi társadalmi szintet. Bemutatom továbbá a kibertérben fellépő pszichés tényezőket, amelyek az internet népszerűségéhez vezettek.

A második tárgyaló részben az online kommunikáció lehetőségeit mutatom be, a kezdetektől egészen a *web 2.0*-ig. Szót ejtek a kezdeti nehézségekről, az alkalmazások fejlődéséről, és a napjainkban kiaknázható lehetőségekről – elsősorban az egyén szempontjai szerint. Röviden kitérek a médiakonvergencia folyamatára, amely nem csupán technológiai fejlődést jelent, de a megváltozott szerepű „közönségnek” köszönhetően kulturális vonatkozása is van.

A következő fejezetet teljes egészében a közösségi hálózatoknak szentelem. Bemutatom, hogyan működnek napjaink talán legnépszerűbb online szolgáltatásai, milyen szempontok alapján tipizálhatjuk őket, továbbá hogy milyen esetleges negatív hatásokat gyakorolnak a felhasználók életére.

Az általam készített kérdőív értékelése, amely egyben a dolgozat utolsó tárgyaló fejezete, az elméleti megállapításokat támasztja alá 115 felhasználó válasza alapján. Az eredmények megerősítik a feltevésemet, miszerint a modern ember életében az online kapcsolatteremtés természetes, mindennapi tevékenység, és a közösségi oldalakban rejlő lehetőségeket érdemes kihasználni.

* üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Szeredi Pál mestertanár, ÁVF

Az elemzés során feltárt negatívumok, mint például az online identitás prezentálásának problémái, a szerzői- és személyiségi jogok elleni támadások, a tinédzserek fokozott pszichés veszélyeztetettsége azonban mind az online közösségépítés megoldásra váró problémái. A hipergyors kulturális változásokra mindannyian máshogy reagálunk, és ezért ezeket a problémákat különböző módszerekkel célszerű kezelni: online imázsunk tudatos menedzselésével, esetlegesen pszichoterápiás módszerekkel.

Kabán Fruzsina*

FRISS DIPLOMÁSOK A MAGYAR MUNKAERŐPIACON**

Szakedolgozatom a friss diplomások elhelyezkedési esélyeit, és a munkanélküliség alakulását vizsgálja, a rendszerváltástól napjainkig, mindig kitérve a pályakezdő munkanélküliek helyzetére. A munkaerőpiac fogalmainak, elméleteinek megismertetése mellett bemutatom a munkanélkülieknek nyújtott támogatásokat, segélyeket, illetve nemzetközi kitekintésként összehasonlítom a magyarországi helyzetet egy másik uniós ország, Ausztria munkaerőpiaci adataival, foglalkoztatáspolitikájával.

Végül saját kutatásom eredményeit próbálom felhasználni a problémák megfogalmazására és bizonyos következtetések megállapítására. Kérdőíves felmérésemnél hangsúlyoztam, hogy az eredmények nem reprezentatív jellegűek, de a kis létszám ellenére mégis fontos megoldási alternatívákat tartalmazhatnak.

A munkanélküliség társadalmunk egyik legnagyobb megoldatlan jelensége, amely hozzátartozik mindennapi életünkhöz, de vajon a negatív irányba tartó tendencia megállítható-e? A számok, és adatok alakulása sajnos nem ezt mutatja. Egyre több a felsőoktatásban tanulók száma, emellett a diploma kezdeti igen nagy felértékelődése után, ma már nem jelent elhelyezkedési garanciát. Fontos a nyelvismeret, a szakmai tapasztalat, és mindazok a tényezők, amelyek megkülönböztetnek bennünket másoktól.

A munkanélküliség problémája azonban ennél sokkal összetettebb, végighalad a felsőoktatás, a foglalkoztatás és a munkanélküli ellátás rendszerén. A friss diplomások esetében a hangsúly nem csak az emelkedett létszámon, hanem a szakmai struktúra és munkaerő kereslet egyensúlyának hiányán van, ami nálunk egyre kevésbé van összhangban. A másik legsúlyosabb gond Magyarországon a társadalom alacsony inaktivitási és foglalkoztatási mutatója. Az össznépeség jelentős része nem aktív részvevője a munkaerőpiacnak.

Megoldások, javaslatok mindig inkább utólag születtek, ahelyett, hogy a prevencióra sokkal nagyobb figyelmet fordítottak volna. A kérdés az, hogy Magyarország mikor kezd el komolyabban foglalkozni a problémával, és mikor fog máshol jól bevált példákat, módszereket alkalmazni a foglalkoztatás növelése érdekében.

Egyértelmű előrejelzések nincsenek arról, hogyan fog alakulni a diplomás munkanélküliek helyzete, de beavatkozások nélkül biztosan nem oldódik meg a probléma.

* *vállalkozásszervező szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Kelemen Katalin főiskolai tanár, ÁVF*

Keresztes Alexandra*

**AZ EGYESÜLT ÁLLAMOK ÉS OROSZORSZÁG KAPCSOLATAINAK ÁTTEKINTÉSE
A HIDEGHÁBORÚ UTÁNI KORSZAKBAN
KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A KAUKÁZUS TÉRSÉGÉRE****

A hidegháború lezárásával a Fehér Ház és a Kreml kapcsolatai vesztek ugyan jelentőségükből, azonban ma is nagy hatással vannak a nemzetközi politikai életre. A két állam kapcsolata nagyon sokrétű és összetett a 90-es évek óta. A hidegháború idején a teljes szembenállás jellemezte őket és aránylag könnyen kiszámítható volt mindkét fél szándéka, illetve egyértelműen körülírhatóak voltak a hatalmi viszonyok. Az új világrend bonyolultabbá és kiszámíthatatlanná tette a nemzetközi kapcsolatrendszert. Ebben a világrendben az USA és Oroszország viszonya sem tekinthető egyértelműen barátnak vagy ellenségesnek. Számos tényező van, ami jó együttműködési alapnak tekinthető, de sok esetben fennáll a konfrontáció veszélye. A Kaukázus térségében zajló folyamatok jól szemléltetik azt, hogy egy geopolitikailag fontos terület is lehet megosztó vagy összekötő tényező két nagyhatalom között. A terrorizmus elleni küzdelemben a két fél viszonylagos összhangja figyelhető meg, a Kaukázusban lévő katonai bázisok geostratégiai jelentősége nagy, együttműködésük ezen a téren konstruktív lehet mindkét fél számára. A kaukázusi régió azonban komoly ellentétek forrása is. Egyrészt a NATO keleti irányú terjeszkedése miatt, mivel a posztszovjet térséget Oroszország saját érdekszférájának tekinti, másrészt a Kaszpi-tenger felől érkező energiahordozók alternatív tranzitvonalainak kiépítése kelt feszültséget a két állam viszonyában.

A dolgozat első felében a hidegháború lezárásának körülményeivel és a 90-es évek azon eseményeivel foglalkozom, melyek meghatározóak voltak a két ország kapcsolatainak alakulásában. A következő fejezetekben az ezredforduló változásait vizsgálom meg, nagy hangsúlyt fektetve arra a folyamatra, ami által a Kaukázus térsége geopolitikailag kulcsfontosságú tényezővé vált mind az USA, mind Oroszország számára. A dolgozat végén kitérek a grúz-orosz háború következményire, és a nemzetközi rendszerre gyakorolt hatására.

* nemzetközi tanulmányok szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Matus János egyetemi tanár, ÁVF

Kézi Margit*

A MUNKANÉLKÜLISÉG ALAKULÁSA ÉS HATÁSAI MAGYARORSZÁGON A KILENCVENES ÉVEKBEN, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A PÁLYAKEZDŐK ÉS A NŐK HELYZETÉRE**

Dolgozatom középpontjában a munkanélküliség vizsgálata áll. A társadalmi, politikai, gazdasági átalakulást, valamint a munkanélküliség alakulását és hatását tanulmányozom a rendszerváltást követő 1990-es évekbeli Magyarországon; elsősorban a pályakezdők és a nők munkaerő-piaci helyzetét.

A rendszerváltás utáni években hazánk gazdasági helyzete romlott. Ezt az időszakot a gazdasági visszaesés, a magas infláció, az életszínvonal csökkenése és a munkanélküliek számának növekedése jellemezte. A munkaerőpiacon jelen voltak a stabilan hátrányos helyzetben lévő csoportok, mint például a fiatalok és a nők.

Azt mondanám, hogy a munkanélküliek között a pályakezdő munkanélküliek helyzete bizonyult a legnehezebbnek. Az iskolából kikerülve nem találtak munkát, emiatt csalódottakká váltak, önértékelésük csökkent. Az első munkahely megtalálása a fiatalok számára nagyobb munkaerőpiaci zökkenőkön keresztül volt lehetséges, mint az idősebb korosztály tapasztalt munkavállalói számára. Sok esetben újabb és újabb tanfolyam elvégzésétől remélték a jobb munkaerőpiaci helyzetet. Ez természetesen anyagi áldozathozatalt is jelentett. A diplomások „túltermelése” miatt a felsőfokú végzettségük jobb elhelyezkedési lehetőségei is folyamatosan csökkentek. Másrészt a főként szakmunkásképzésből kikerülők olyan szakmákat sajátítottak el, amelyekkel nem volt könnyű állást szerezni. Ez megengedi számomra azt a következtetést levonni, hogy a munkaerőpiac kínálati és keresleti oldalának egybevetéséből következik: a képzési rendszer nem volt megfelelően összehangolva a feltehető szükségletekkel.

A nők munkavállalási esélyei sem bizonyultak sokkal jobbnak. A nőket erőteljesen érintette a gazdasági szerkezetváltás, illetve a munkahelyek számának csökkenésével együtt járó problémák. A rendszerváltás mélyen érintette a nők közéleti, munkahelyi és családi viszonyait. A nők foglalkoztatásához meg kellett találni azt az optimális határt, ahol a társadalmi, családi és egyéni érdekek leginkább összehangolhatók. A nők háttérbe szorultak, romlott az önbecsülésük. Egyedül a magángazdaság nyújtott lehetőséget a nők számára az önálló foglalkoztatással. A vállalkozói hajlandóságuk nagymértékben növekedett. Ez megkönnyítette számukra a családi és társadalmi feladataik összehangolását. Ez egyben azt is jelentette, hogy lassan kezdték megtalálni a helyüket a vállalkozói világban. Sem a pályakezdők, sem a nők helyzete nem virágzott a vizsgált időszakban, hiszen egy gyors ütemben átalakult munkapiachoz kellett alkalmazkodniuk. A munkaerőpiac keresleti oldala a csökkenő reálbérek mellett jelentős átalakuláson ment keresztül.

Összességében a vizsgált időszakban a munkanélküliség mértékének rohamos felfutását egy folyamatos, de lassúbb csökkenés követte.

* *non-profit gazdálkodási szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Kelemen Katalin főiskolai tanár, ÁVF*

Lattes Viktória*

KÉT KULTÚRA, KÉT ISKOLA, EGY CÉL**

Szakedolgozatom témájául egy magyar és egy spanyol faipari szakközépiskola szervezeti kultúrájának, és corporate identity-jének bemutatását és összehasonlítását választottam. Két okból választottam ezt a témát, az egyik ok, hogy nagyon érdekel a spanyol kultúra, a másik ok, hogy nagyon megszerettem a spanyol iskolát, ahol a szakmai gyakorlatomat is töltöttem.

A mai korban az emberi kapcsolatok szerzése, ápolása és megtartása nagyon fontos téma lett, mivel mindenkinek egyre kevesebb ideje van a tényleges emberi kapcsolataira.

A szakirodalom már régebb óta foglalkozik a szervezeti kultúra témájával, de csak most jön rá a társadalom arra, hogy ennek milyen nagy jelentősége is van a szervezetek életében. A munkahelyek is most kezdenek komolyan foglalkozni ezzel a témával, és igyekeznek egy olyan szervezeti kultúrát kialakítani, amelyben a dolgozók, munkatársak jól érzik magukat, szeretnek bejárni dolgozni, és akár baráti körüket is onnan alakítják ki.

A corporate identity-ről még nem áll rendelkezésre olyan sok anyag, eddig kevesen foglalkoztak vele, de már erre is egyre nagyobb figyelmet fordítanak a szervezetek.

A kutatásom alanya két azonos képzéssel foglalkozó szakközépiskola, amelyek két különböző kultúrában élnek. Az egyik iskola itt Magyarországon, Miskolcon található, a másik iskola pedig Spanyolországban, Encinas Realesben van.

Célom az, hogy bebizonyítsam, hogy a kulturális különbségek ellenére mennyi mindenben hasonlít egymásra a két iskola, és hogy a legfontosabb céljuk mindkettőjüknek ugyan az, amiért mindent megtesznek.

Felvetésem bizonyításához készítettem egy primer kérdőíves kutatást, amelyet kiértékeltem a szervezeti kultúra és vállalati arculat tükrében.

Az értékelés eredménye során kiderült, hogy mindkét iskolának valóban azonos a célja, még hozzá az, hogy a legjobb szakembereket képezze ki, és indítsa útjára a nagyvilágban. Valamint az is bizonyítást nyert, hogy nagyon sok mindenben hasonlít egymásra a két iskola, és sok mindenről ugyan úgy vélekednek.

Mindkét iskola rettentően büszke a diákok által készített munkákra, és alap koncepciójukban is megegyeznek, miszerint az iskolákban található bútorokat, dísz tárgyakat a diákokkal készítettnek el gyakorlati óráik során.

Amiben nagyon különbözik a két iskola, az a hierarchiának tulajdonított jelentőség, a szabályok betartása, és a légkör. A magyar iskolában mindhárom dologhoz szigorúbban viszonyulnak, míg a spanyol iskolában ezeket kicsit lazábban kezelik. Ezek persze a kulturális különbségeknek tudhatók be.

Úgy érzem munkámmal sikerült megismertetnem a két iskola szervezeti kultúráját és corporate identity-jét, valamint bebizonyítanom, hogy a CEMER és az Eötvös József Szakképző Iskola nagyon sok mindenben hasonlít egymásra, a kulturális különbségek ellenére is, és hogy ez a hasonlóság nem köszönhető másnak, mint annak a közös célnak, melyért mindkettő iskola ugyan olyan erőfeszítéssel küzd.

* üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Bárd András főiskolai tanár, ÁVF

Liszkai Dóra*

A NEMZETKÖZI INTEGRÁLT KOMMUNIKÁCIÓ ESZKÖZEI, MÓDSZEREI**

Talán sosem volt időszerűbb a nemzetközi integrált kommunikációról beszélni, mint a mai rohamosan globalizálódó világunkban. Manapság integrált kommunikációs modellre van szükség, melyben a marketing, a public relations és a humán erőforrás összefogva dolgozik a szervezet közmegebecsülésének és ezáltal sikerének, céljainak elérésén. Dolgozatomban bemutatom a nemzetközi integrált kommunikáció kialakulásának szükségességét és a nemzetközi tendenciákat. Ismertetem, hogy milyen kulturális különbségeket kell figyelembe vennie a sikeres és hosszú távú működés eléréséhez egy olyan szervezetnek, amely nemzetközi jelenlétre törekszik. Tárgyalásra kerülnek Észak Amerika, Nyugat-Európa, Ázsia, Közel-Kelet és Magyarország sajátosságai Geert Hofstede kultúrák közti dimenziói alapján. Dolgozatomban bemutatom az integrált kommunikációs eszközöket és módszereket, melyeket a marketing, a public relations és a humán erőforrás használ a szervezet belső életének befolyásolására és piacbefolyásolásra. A branding, a szervezetek támogatáspolitikájának kialakítása, azok társadalmi felelősségvállalása, a válságkommunikáció és a lobbizás mind hozzájárulnak a szervezet belső és külső közmegebecsülésének, pozitív reputációjának kialakításához.

A nemzetközi vállalatok már nem csak kommunikációjukat igazítják a külföldi piachoz, hanem egész működésüket a "Think global, act local" elv szerint végzik. A szervezetnek törekedni kell az adott ország kultúrájának, társadalmi és üzleti normáinak adaptálására azzal egy időben, hogy a szervezet megőrizze a corporate identity-jét. A helyi társadalmi elvárások komplexitása miatt, a szervezetek külföldi terjeszkedésük során gyakran veszik igénybe olyan nemzetközi kommunikációs konglomerátumok szolgáltatásait, amelyek segítik a szervezet zökkenőmentes beilleszkedését az adott célországokban. Személyes interjúim során a kaliforniai Szilícium – Völgyben található public relations ügynökségek vezetői kiemelték, hogy minden országban a sikeres kommunikáció alapja az üzenet érthető, világos és őszinte megfogalmazása. Dolgozatomban említésre kerülnek a nemzetközi public relations gyakorlat szakmai és etikai szabályozó szervezetei és az IPRA Media Transparency Chartája. A szervezetek kommunikációjának egyik legnagyobb jövőbeni kihívása, hogy a szakmai nézőpontok átalakulása és a digitális technika fejlődése által a jelenlegi kommunikációs viszonyok teljes átalakulása várható. Véleményem szerint a jövőben a nemzetközi integrált kommunikációs modell fejlődése miatt a public relations szerepe és jelentősége egyre nagyobb lesz a szervezeti struktúrában.

* üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Barát Tamás főiskolai tanár, ÁVF

Makrai Szonja*

GYERMEK – ERŐSZAK – MÉDIA**

Szakedolgozatom témaválasztásánál három szempont vezérelt. Először is olyan témát kívántam választani, ami érdekel, másodsorban, ami aktuális, és végül, de nem utolsó sorban, hogy a diplomamunkám kamatoztatható, hasznosítható legyen magam és más érdeklődők számára.

Az általam vizsgált téma aktualitását mi sem bizonyítja jobban, hogy dolgozatom készítésekor is naponta látnak napvilágot olyan hírek, amelyek az erőszak - különös tekintettel a gyermekek körében tapasztalható erőszak - erősödéséről számolnak be (pl. tanárverések, diákverések, nemi erőszak, lopások, gyilkosságok). Szakedolgozatomban arra kerestem választ, hogy vajon milyen tényezők állhatnak a fent említett erőszak terjedésének hátterében.

Egyik legfontosabb hipotézisem az volt, hogy a média szerepe ebben a vonatkozásban nem elhanyagolható. Vizsgálataim egyértelműen bizonyítják, hogy a gyermekek sok időt töltenek a televízió előtt. Azonban némi optimizmusra ad alkalmat az a tény, hogy az általam vizsgált sokaság nem elsősorban a „véres” akciófilmeket, hanem a kevésbé agresszív, szolidabb műsorokat részesíti előnyben.

Kutatásaimban választ kerestem arra is, vajon a hetedikes gyermekek hogyan vélekednek az erőszakra. A kérdéseimre adott válaszok meglepő érettségre és intelligenciára utaltak. Azt azonban semmiképpen sem hagyhatjuk figyelmen kívül, hogy a vizsgálati minta jelentős részébe magasabb iskolai végzettségű szülők gyermekei tartoztak. Nem szabad az erőszak veszélyét kisebbiteni, hanem éppen ellenkezőleg, minden módszert meg kell ragadni, amellyel küzdeni tudunk ellene!

Konklúzióként, elsőként is azt szeretném leszögezni, hogy a szülőknek sokkal nagyobb felelősséggel és felelőséggel kellene gyermekeik felé fordulni. Hiszen a televízió gyermekekre gyakorolt kedvezőtlen hatásai az ő segítségükkel csökkenthetők.

A szülők mellett a tanárok is hatalmas segítséget tudnak nyújtani a probléma megoldásában. Például úgy, hogy a tanóra végén, esetleg osztályfőnöki óra keretén belül ajánlanak a diákoknak egy-egy érdekes, hasznos műsort, és azt utána esetleg a pedagógus bele is szövi az óra anyagába.

Természetesen maga a tévéipar is rengeteget tehetne azért, hogy valóban a gyermekeknek szóló, kreatív műsorok szülessenek.

Mindenképpen fontosnak tartom még megemlíteni a Magyarországon már több éve sikeresen működő *Médiatutor* nevű oktatási programot. A program célja a médiatudatosság fejlesztése a gyermekek körében, azaz megtanítani őket arra, hogy helyesen értsék, értékeljék és értelmezzék a reklámokat és az egyéb médiából jövő műsorokat. Úgy gondolom, hogy ez azért rendkívül fontos, mert az agresszió a gyermekeket nemcsak az akciófilmekből éri el, hanem a reklámok és hírműsorok is tele vannak erőszakkal.

Véleményem szerint az előbb említett program nagyon jó kezdeményezés, azonban ez csupán az első lépés. Igazi megoldást az jelentene, ha a szülők, tanárok és televíziósok összefognának, azaz társadalmi szinten oldódna meg a kérdés.

* üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Szánthó Zsuzsanna főiskolai docens, ÁVF

Molnár Dóra*

AZ EURÓPAI UNIÓ BEVÁNDORLÁSI POLITIKÁJÁNAK JELLEMZŐI A NEMZETKÖZI MIGRÁCIÓ TÜKRÉBEN**

Évről évre fokozatosan nő azok száma, akik a migráció mellett döntenek és elhagyják szülőföldjüket. De vajon milyen tényezők, kiváltók okok állnak ennek háttérében?

A migráció a globalizáció jelenségeinek egyike. A modern világgazdasági rendszerben a fejlett országoknak a népesség csökkenés, és a társadalom elöregedésének problémájával kell szembenézniük, míg a fejlődő világban a népességszám minden évben egyre csak növekszik. Vészjósló statisztikák szerint 2050-re a világ népességének több mint a felét a fejlődő világban élők fogják kitenni.

A globális világban kialakult egyensúlytalanságokat a globális vezetés hiánya miatt nem tudják hatékonyan kezelni a különálló nemzetgazdaságok, ami azt jelenti, hogy nem tudják kellőképpen megóvni a világgazdaság szereplőit az egyensúlyok felborulása miatt keletkező természeti, anyagi és szellemi károktól, ami pedig tömegeket kényszerít elvándorlásra.

Az Európai Unió kifejezetten kedvelt célállomás a globális migráció irányában.

A tagállamokat azonban nem egyformán érinti a bevándorlás jelensége. A fejlett, magas gazdasági potenciállal rendelkező országok, mint pl. Németország, Franciaország vagy Ausztria kifejezetten vonzó mind a legális, mind az illegális bevándorlók számára, ami számos problémát is rejt magában. Elég, ha csak a 2005-ös franciaországi zavargásokra, a török gettókra Németországban, vagy a holland filmrendező, Theo Van Gogh meggyilkolására gondolunk. Mindegyik háttérében valamilyen szinten a harmadik-negyedik generációs bevándorlók beilleszkedésének hiánya, és az ebből fakadó társadalmi feszültségek húzódnak meg. Ellenpéldaként azonban felhozható a dán példa, ami elsődleges célként tűzte ki a bevándorlás szigorítását, ugyanakkor sikeresebben tudja integrálni az emigránsokat az oktatási rendszeren keresztül.

A bevándorlás tehát kardinális kérdésnek számít, ennek ellenére az EU jelenleg nem rendelkezik bevándorlási és népesedési politikával. Napról napra egyre égetőbb egy egységes szabályozás kialakítása, mivel a migráció hatással van a gazdaságra, a társadalomra, egyszóval az élet minden területére. Emellett felmerül még az a kérdés is, hogy mi, uniós polgárok képesek leszünk megtanulni, hogy hogyan éljünk a bevándorlókkal együtt egy új alapokra helyezett, sokszínű multikulturális Európában?

* nemzetközi tanulmányok szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Horváth Zoltán főiskolai tanár, ÁVF
Külső konzulens: Lékó Zoltán

Németh Tímea*

KÖZSZOLGÁLTATÁSOK ELLÁTÁSÁBAN VALÓ CIVIL RÉSZVÉTEL**

A kutatásom célja a hazai közfeladatok ellátásában való civil szerepvállalás motivációinak, jellemzőinek bemutatása. Emellett célokom, hogy betekintést nyerhessek a nonprofit szervezetek általi közfeladatok ellátásának minőségi jellemzőibe is.

Hipotéziseimet a szakirodalom és a statisztikai adatok feldolgozásával kívánom alátámasztani. Emellett esettanulmány formájában bemutatok egy olyan hazai nonprofit szervezetet, mely az ország szinte egész területén rendelkezik, többcélú kistérségi társulásokkal kötött közszolgáltatási szerződésekkel. Ezek közül egyet kiemelve, körbejáróm a szerződés létrejöttének, a feladat ellátásának körülményeit.

A hazai statisztikai adatokból kiderül, hogy a közszolgáltatások civil szervezetek általi ellátása, bár növekvő tendenciát mutat, még mindig nem túl elterjedt ma Magyarországon. Az önkormányzatok csak abban az esetben tudják kiadni feladataikat, ha van olyan nonprofit szervezet, mely képes ellátni, és folyamatosan biztosítani azt. Egyfajta garanciára van szükségük, hogy a feladat-ellátás ne szűnjön meg.

A témára vonatkozó adatokból kiderül, hogy az önkormányzatok elsősorban azért motiváltak közfeladataik delegálásában, mert a civil szervezetek hatékonyabban tudják ellátni az adott feladatot. A nonprofit szervezetek szempontjából egy közfeladat ellátása azért előnyös, mert a szervezet egy állandó bevételi forráshoz jut, mely segíti a hosszú távú fennmaradását.

A szolgáltatás minőségében is változás következhet be, ha azt nonprofit szervezet végzi. A civil szervezetek a szolgáltatást általában magasabb szinten tudják biztosítani, úgy, hogy a valós igényeknek jobban megfeleljen.

Az esettanulmányból kiderül, hogy vannak olyan nonprofit szervezetek, melyek képesek arra, hogy akár az ország egész területén ellássanak egy közfeladatot. Ehhez azonban egy olyan stabil szervezetre van szükség, mely bizonyította már, hogy képes a szolgáltatás folyamatos biztosítására. A szerződéssel mindkét fél és a felhasználó is jól jár, hiszen a szervezet többcélú kistérségi társulásokkal köt közszolgáltatási szerződést, melynek köszönhetően a kistérségben lévő községek jogosulttá válnak az állami normatíva lehívására. Így a lakosok számára egy olyan plusz szolgáltatás kerül bevezetésre, melyre egyébként nem lenne lehetőség.

* *non-profit gazdálkodási szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Kelen András főiskolai tanár, ÁVF*

Pajor Ottó*

A BERUHÁZÁSOK KIVITELEZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE A PANNON GSM TÁVKÖZLÉSI ZRT-NÉL**

Szakedolgozatomban témáját érdeklődésemnek és jövőbeli végzettségemnek megfelelően választottam ki. A beruházások és az ezzel kapcsolatos értékelési módszerek véleményem szerint az egyik legszebb és egyben legfontosabb területét képezik a vállalati pénzügyeknek, többek között azért, mert jelentős hatást gyakorolnak a vállalatok jövőjére. A kidolgozáshoz, értékeléshez, és az ennek alapján meghozható tökéletes beruházási döntéshez azonban megfelelő mennyiségű és minőségű információra van szükség, melyhez kizárólag időigényes, nehéz munka árán juthatunk. A beruházásokat előkészítő munkákon és az erre épülő értékelésen múlik minden, mert a vezetők ennek alapján döntenek a projekt elfogadásáról, vagy elutasításáról. Ennek megfelelően a beruházásokat egy folyamat végeredményeként lehet és kell vizsgálni.

Úgy érzem, hogy sikerült kellőképpen elmélyülnöm a témában ahhoz, hogy átfogó képet alkothassak a vállalati beruházásokról és az értékelési módszerekről. Örülök, hogy a témát olyan oldaláról is volt lehetőségem bemutatni, ahogy azt a tankönyvek kevésbé tárgyalják, mégpedig úgy, ahogy az a valóságban működik egy ma prosperáló multinacionális vállalat, konkrétan a Pannon GSM Távközlési Zrt. életében. Köszönhetően a vállalatnál töltött öt éves pályafutásomnak és a kontrolling csoport segítségének, alkalmam nyílt arra, hogy bemutassam a Pannon beruházási projektjeinek teljes folyamatát az ötlettől a kivitelezésig, fókuszba állítva az elfogadást alapvetően befolyásoló értékelési módszereket. A gazdaságossági számításokat és elemzéseket egy általam megfogalmazott beruházási javaslat alapján mutattam be, mellyel kapcsolatban egy hipotézist is felállítottam. Ebben adtam hangot annak a meggyőződésemnek, hogy jelen gazdasági helyzetben érdemes lenne a Pannonnak, a korábbiaktól merőben eltérő szemléletű, az átlagos projekteknél magasabb kockázatot hordozó Számlás Mobil Limit szolgáltatás (saját beruházási javaslatom) bevezetése, mert innovatív jellegéből és ügyfélbarát hozzáállásából adódóan, összhatását tekintve pozitív hatást gyakorolna a vállalat eredményére.

Az elemzések és gazdaságossági számítások alapján hipotézisem beigazolódt, a beruházás megvalósításra érdemes. Függetlenül attól, hogy a projektemnél használt adatok nem tekinthetők teljesen valós értékeknek, úgy érzem, hogy sikerült a lehető legközelebb kerülnöm a valósághoz, ezért kis túlzással ugyan, de mondhatom, hogy szolgáltatásom potenciális javaslatnak is minősíthető a Pannon vezetői számára. Nem kizárt, hogy a jövőben meg is fog jelenni a vállalat szolgáltatási kínálatában.

Hiszem, hogy a téma Pannon specifikus bemutatásával sikerült valami egészen egyedülállóat alkotnom, és ezért bízom benne, hogy minden olvasónak tudtam új információval szolgálni a témát illetően. A dolgozat megírása nagymértékben fokozta a beruházások iránti érdeklődésem, ezért szeretnék a jövőben beruházásokkal kapcsolatos területen dolgozni, ahol eddig megszerzett ismereteimet kamatoztathatom és új eljárásokkal, módszerekkel gazdagíthatom.

* *vállalkozásszervező szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Sinkovics Alfréd főiskolai tanár, ÁVF*

Patkó Janka*

AZ ASEAN ÉS AZ EURÓPAI UNIÓ KAPCSOLATA**

A dolgozatom munkacíme: *Az ASEAN (Délkelet-ázsiai Nemzetek Szervezete) és az Európai Unió kapcsolatai*. Azért választottam ezt a témát, mert főiskolai tanulmányaim során felkeltette az érdeklődésemet a délkelet-ázsiai integrációs folyamat. Közismert Délkelet-Ázsia gazdasági dinamizmusa, így tehát arra voltam kíváncsi mint nemzetközi tanulmányok szakos hallgató, hogy a világ első számú gazdasági szereplője milyen kapcsolatot tart fenn a Délkelet-ázsiai Nemzetek Szervezetével.

A fejezeteket kronológiai sorrendben építettem egymásra, igyekezve átfogó képet nyújtani az ázsiai integrálódási folyamatról. Arra próbáltam választ keresni kutatómunkám során, hogy a gazdasági óriással, az Európai Unióval milyen kapcsolatot alakított ki az ASEAN, és mennyire aktív az európai szerepvállalás a térségben.

A dolgozatot átfogó történelmi elemzéssel kezdem, ahol a gyarmati kötelékektől való elszakadástól, az önálló történelemre való törekedésekig kívánok kitérni. A következő részben tárgyalom magát a Délkelet-Ázsiai Nemzetek Szervezetét, annak szervezeti, strukturális felépítését és fejlődését. Ezen ismertek átadása után következik a dolgozatom fő témájának globális értékelése, majd a gazdasági kapcsolatok elemzése, melyek elhanyagolhatatlan fontossággal bírnak a két integráció kapcsolatában.

Vajon ezen ázsiai országok bizonytalan kezdetük ellenére ígéretes jövő felé tartanak? A nehézségek dacára a lehetőség bizony ott rejlik számukra.

„Előrevetítünk egy olyan Délkelet-Ázsiát, ahol a hegyek, a folyók és a tengerek nem szabdalnak részekre, hanem összetartanak bennünket barátságban, együttműködésben, kereskedelemben.” (<http://www.aseansec.org/1814.htm>)

Plántek Lea***

A TRANSZATLANTI VITA A HIDEGHÁBORÚ UTÁN AZ EURÓPAI BIZTONSÁGI DILEMMA****

Talán sokunkban felmerült már a kérdés, hogy hogyan is lehet az, hogy az Egyesült Államok, mely a II. világháború után ott bábáskodott az európai integráció megszületésénél most mégis úgy tűnik, bekerült az ellenzők táborába. Dolgozatomban igyekszem választ adni a kérdésre, hogy milyen események hatottak és hatnak még ma is a transzatlanti kapcsolatok alakulására, 1990-től. Melyek voltak azok a fordulópontok, melyek lökést adtak a kapcsolat rendezésére vagy épp ellenkezőleg, súlyos válságba taszították azt?

Ahogy a dolgozat során haladunk az eseményekben, képet kapunk az európai biztonság- és védelempolitika létrejöttéről, a tagállami álláspontokról, problémáiról, képességbeli hiányos-

* nemzetközi tanulmányok szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Kádas Csaba főiskolai adjunktus, ÁVF

*** nemzetközi tanulmányok szakos végzett hallgató

**** Belső konzulens: Petővári Bence tanársegéd, ÁVF

ságairól és természetesen arról is, hogy mindez milyen reakciót váltott ki az Atlanti-óceán túl oldalán.

A 2001. szeptember 11-i terrortámadással megváltozott biztonsági rend okozta válsággal a transzatlanti partnerségben és a NATO-ban is kiemelt téma. A terrorizmus elleni nemzetközi összefogás, melyben az Európai Unió kiemelkedően teljesített, a szolidaritás, mely végül a kapcsolatok megromlásába torkollott.

A tapasztalás, hogy az euroatlanti közösség mellőzéséből mindkét félnek inkább hátránya származik vezet el oda, hogy elindul egy folyamat, a kompromisszumok keresésének folyamata a poszt-bipoláris rend realizálásának elfogadása mellett.

Törekedtem az események mögötti motivációk, rejtett indokok feltárása, elemzésére. Magyarázatot adok többek között Európa és Amerika eltérő reakciónak hátteréről, az eltérő veszélyérzékelésről, és arról is, miért ilyen lassan épül ki az Európai Unió biztonság- és védelempolitikája.

Az események kiszámíthatatlansága mellett nehéz jóslatokba bocsátkozni a jövőre vonatkozóan, de az általam elképzelt, és a dolgozat végén felvázolt új transzatlanti munkamegosztás irányába több tényező is mutat. Ez az új partnerség, melynek lényege, hogy a NATO globális szerepet vállal, így Európa biztonságáért maga felel majd és az Egyesült Államok és Európa érdekközösségének alapja a demokráciák és ezáltal a globális stabilitás előmozdításának vágy lesz. Ezzel új alapra helyezik kapcsolatukat, mely megfelel a Hidegháború és a 2001. szeptember 11-i terrortámadás utáni új biztonsági kihívásoknak.

Reif Ágnes*

TERV A KULCS-SOFT SZÁMÍTÁSTECHNIKA ZRT. KOMMUNIKÁCIÓJÁNAK MEGSZERVEZÉSÉHEZ**

Minden sikeres működésre törekvő vállalat számára kiemelkedően fontos a kommunikáció tudatos megszervezése. Ezt napjainkban nagyon kevés vállalat ismeri fel, és még kevesebben vállalkoznak a megvalósítására. Főiskolai tanulmányaim mellett gyakorlati tapasztalataim is ezt a tényt támasztják alá.

Szakmai gyakorlatom ideje alatt - amit Magyarország piacvezető ügyviteli szoftvergyártó cégénél, a Kulcs-Soft Zrt.-nél töltöttem, - szintén ez a tendenciát figyelhettem meg.

Meglepő volt számomra, hogy egy közel 20 éves múlttal rendelkező, komoly presztízsű cég, nem rendelkezik külön kommunikációs részleggel, sem olyan kommunikációs szakemberrel, aki dedikáltan foglalkozna a fent említett területtel. Megállapítottam azt is, hogy a marketing és public relations a vezetőség és az alkalmazottak számára sem különült el egymástól. A reklám eszközök mellett egyéb lehetőségek kiaknázását nem hiányolták. Nehezen értették meg, milyen public relations tevékenység az, amit én keresek.

A cég piacvezető pozíciójából adódóan, a legfőbb cél a partneri kapcsolatok, és a meglévő ügyfelek megtartása. Gyakorlattól elrugaszkodottnak érezték azt a véleményemet, hogy ilyen

* üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Barát Tamás főiskolai tanár, ÁVF

esetben hatékony eredményeket a reklám már nem tud kifejtetni. Azt pedig megvalósíthatatlan elméleti fejtegetésként élték meg, hogy ilyen esetben a public relations tudatos alkalmazása nyújt egyedül megoldást.

Ezen tények miatt még nagyobb kihívást jelentett számomra, hogy szakdolgozatom elkészítésével egy komplett, jól összeállított, megvalósítható kommunikációs tervet készítsek el a cég számára.

Továbbá céлом volt az is, hogy elemzésekkel, megvalósítási ötletekkel alátámasztva, rávilágítsak ennek a területnek a fontosságára.

Hosszú hónapokon keresztül gyűjtőmunkát végeztem. Primer kutatás keretei között megvizsgáltam a külső és belső környezet véleményét. Felmértem a cég legfőbb, és szinte egyetlen kommunikációs csatornáján, az Interneten folytatott kommunikáció minőségét, és hatékonyságát. Emellett szekunder kutatást végeztem, melyben a Kulcs-Soft Zrt. reputációjáról tudtam meg fontos információkat.

A megszerzett tudás birtokában elkészítettem a cég számára azt a public relations tervet, mely megvalósítás esetén számottevően javít a cég külső és belső kommunikációján, valamint a partnerekkel, a leendő ügyfelekkel, és végül, de nem utolsó sorban az alkalmazottakkal fenn tartott kapcsolat minőségén.

Reményeim szerint szakdolgozatom elősegíti, hogy a cég vezetősége megértse és belássa, hogy nem elegendő csupán a jelenleg is alkalmazott marketing eszközökkel közvetlenül megcélozni a közönséget, hanem a public relations használata is elengedhetetlen a vállalat sikeres működése érdekében.

Sándli Nikolett Irén*

MÉDIA TESZI AZ EMBERT?*

Első benyomás nincs másodszorra, s ezért fontossága megkérdőjelezhetetlen. Hipotézisem szerint az intuícóra legfőképp az öltözködés hat, az emberek megjelenésére pedig a média. Szakdolgozatomban eme komplexitás háttérében húzódó diszciplínák összevetésére és kapcsolódási pontjainak kiemelésére törekedtem, továbbá arra, hogy az elméleti síkon megfogalmazott ismereteket primer kutatásommal is igazoljam, ezzel reprezentálva gyakorlati érvényesülésük jelentőségét.

A média az emberek életének szerves részévé vált. Elsődleges és másodlagos szocializációs elemként hat a társadalom tagjaira, formálva érték- és normarendszerüket. Azonban befolyása meglehetősen összetett – elsősorban nem és életkor függvénye – direkt- és korlátozthatás-elméletek mentén valósul meg. Jürgen Habermas modelljében a közösségi szféra szerves részét a média képi, ezzel segítve az egyén társadalmi asszimilálódását. A tömegkommunikáció ezen funkciójához hasonlítható a divat jelentősége az emberek életében. Kezdetben az öltözködés a környezeti hatások ellen védett, azonban az idő múltával a történelem változásával, s a média elterjedésével a közösségi ideának való megfelelés elérésében segédkezik. Ezáltal alakítva ki szub- és ellenkultúrákat.

* üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Voronko Vera óraadó oktató, ÁVF

Dolgozatom első része a hipotézis elméleti vonatkozásait mutatja be, elsősorban pszichológiai és szociológiai aspektusban. Munkám további fejezetében a divat társadalmi szerepét vizsgálom a történelemben és a médiában bekövetkezett változások tekintetében.

Feltevésém igazolására végzett primer kutatásom legfőbb célja az emberek médiafogyasztási szokásainak felmérése és öltözködésre gyakorolt hatásának bemutatása. Az így kapott eredményeket összevettem mások külső megjelenése alapján való megítélésével, azaz a holdudvar-hatás bizonyításával. Kérdőíves felmérésemből, melyben 275 fő válaszait dolgoztam fel kiderül, hogy az emberek többsége követi a divatot, melyről elsősorban a médiából értesül, s az első benyomás alkalmával az ápoltság után a ruházat a legmeghatározóbb tényező. Számomra a kisiskolások véleménye volt a legérdekesebb, mivel a tömegkommunikáció erőteljes hatása az úgynevezett lövedékelmélet ebben a korosztályban mutatkozik meg leginkább. S a hosszú távú identifikációra is a legkisebbek körében találtam gyakori példákat. A gyermekek többsége felnőtt korában a szüleire szeretne hasonlítani azonban jelentős hányaduk legszívesebben Pókember, Cristiano Ronaldo, Ashley Olsen vagy Dammak Jázmin szépségkirálynő bőrébe bújna.

Legfőbb konzekvenciaként levonható, hogy a tömegkommunikáció befolyásolja az emberek gondolkodását, attitűdjét, s közvetetten mások megítélését, azaz elmondható, hogy *a média teszi az embert.*

Skaczel Balázs*

VEZETŐI ÉS SZÁMVITELI INFORMÁCIÓS RENDSZER AZ SCA HYGIENE PRODUCTS KFT-NÉL**

Szakedolgozatom témájául az SCA Hygiene Products Kft-nél működő számviteli és vezetői információs rendszer bemutatását választottam. A témaválasztást meghatározta, hogy a cég fejlett pénzügyi-számviteli és controlling rendszerrel rendelkezik, mely rendszerek bemutatása, elemzése, továbbfejlesztésükre vonatkozó javaslataim során véleményem szerint jól tudom hasznosítani a tanulmányaim során megszerzett ismeretanyagot.

A szakdolgozat célja az SCA Hygiene Products Kft vezetői és számviteli információs rendszerének kiemelt fontosságának bemutatása, mely rendszerek fejlettsége, működésük hatékonysága nagymértékben hatással vannak a vállalat gazdálkodására és jövőbeli eredményességére, befolyásolva a vállalat menedzsmentjének operatív és stratégiai döntéseit.

Az SCA Hygiene Products Kft-nél a vezetői információs rendszer működtetése a controlling legfőbb feladata, ezért annak elemzésével foglalkozó fejezetben a vállalaton belüli controlling tevékenység kerül bemutatásra. A fejezet tárgyalja a vállalat tervezési rendszerét, a szervezeti egységek és nyereségközpontok teljesítményét összefoglalóan leíró kimutatók körét. A vállalati controlling által a vezetés részére készített legfontosabb kimutatói közül az eredménykimutató mellett kiemelem a cash-flow és működő tőke optimalizálás szerepét, annak egyre nagyobb jelentőségét.

A számviteli információs rendszernek meg kell felelnie a számviteli törvény és a különböző adótörvények előírásainak, továbbá a rendszerrel szembeni fontos elvárás a tulajdonosok, a vezetőség valamint a külső érintettek információval való ellátása a vállalat vagyoni, pénzügyi

* *vállalkozásszervező szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Szita Balázs demonstrátor, ÁVF*

és jövedelmi helyzetéről. Utóbbi szempontra koncentrálni a szakdolgozat e fejezetében elemeztem az elmúlt négy év éves beszámolóit alapján a vállalat gazdálkodását olyan mutatószámok alkalmazásával, melyek releváns információkat hordoznak mind a tulajdonosok, mind pedig a külső érintettek számára. Az elemzésbe bevont mutatószámok köre a vállalat gazdálkodási tevékenységét összefoglalóan jellemező vagyoni, pénzügyi, és jövedelmezőségi helyzetet leíró mutatók.

A témával kapcsolatos szakdolgozatban tett megállapításaimat összefoglalva elmondható, hogy az SCA Hygiene Products Kft olyan megbízható és korszerű vezetői és számviteli információs rendszerrel rendelkezik, amely jelen állapotában megfelel a vele szemben támasztott követelményeknek. Javítani, továbbfejleszteni és pontosítani azonban lehet és szükséges rajtuk, amelyek megvalósításához véleményem szerint hozzájárulhatnak ajánlásaim, javaslataim. A konkrét számadatok és adatsorok elemzésével azon területekre kívántam felhívni a figyelmet, amelyek véleményem szerint folyamatos odafigyelést és elemzést igényelnek a vállalatnál.

Az alkalmazott információs rendszerek hatékony, vezetést támogató működése egyszerre jelenti az SCA Hygiene Products Kft számára a korunk gazdasági recessziós folyamataira történő megfelelő reagálás, az elkövetkezendő jövőbeli tanulás, fejlődés és folyamatos növekedés egyik előfeltételét.

Sőregi Bettina*

KIS- ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOK HELYZETE ÉS JÖVŐKÉPE MA MAGYARORSZÁGON, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL AZ IPC-SVG, VALAMINT AZ SVG-2000 KFT. ÉLETÉRE**

Szakdolgozatomban arra kerestem a választ, hogy milyen tényezők hatására kerülhet egy vállalkozás felszámolás alá, valamint, hogy a megalakult új cég igen pozitív jövőképe mennyire reális. Tanulmányomban e két vállalat működésének bemutatására koncentráltam, melynek célja az volt, hogy adatokkal alátámasztva kapjak biztos választ a felvetett kérdésekre.

Szakdolgozatom megírásához egyaránt használtam szakirodalmat, illetve internetes forrásokat. A gazdasági mutatókat az IPC-SVG, valamint az SVG-2000 Kft. mérlegei, és eredménykimutatásai alapján számoltam ki. A Kft. bemutatásában vállalati források voltak segítségemre, a jövőképpel kapcsolatos terveket a vezetővel készített interjúk alapján fogalmaztam meg.

Gondolataim kifejtését a vállalkozás, illetve a vállalkozó fogalmának tisztázásával, valamint a kis- és középvállalkozások definíciójának ismertetésével kezdem. Ezt követően kitérek a vállalkozások csoportosítására, és bemutatom az idő közben történt fogalmak változását.

Tanulmányom ezt követő részében a felszámolás alatt lévő IPC-SVG Kft. adatait fogom tanulmányozni és értékelni elsőként, hogy választ kapjunk a felszámolást előidéző okokra. Szerettem volna bebizonyítani, hogy milyen nagymértékben befolyásolják a külső körülmények a vállalat működését. Feltételezésem igazolására különböző gazdasági mutatók segítségével kerestem a választ, melyek eredményei rávilágítottak arra, hogy a vállalat bár igen komoly nehézségekkel nézett szembe már a felszámolást megelőző években is, a fő problémát mégis rajtuk kívül álló okok idézték elő. A vevői kintlévőségek számottevő része behajthatatlannak bizonyultak, amelyet a vállalat már nem tudott átvészelni.

* vállalkozásszervező szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Juhászné Ábry Ilona mestertanár, ÁVF

Ezt követően bemutatásra kerül az SVG-2000 Kft., – az IPC-SVG Kft. munkajogi utódja – majd a vállalat mérlegeinek és beszámolóinak tanulmányozásával, gazdasági mutatók segítségével próbálok valós képet nyújtani a társaság működéséről, a várható nyereségről, az esetleges lehetőségekről. Mindezt annak érdekében, hogy láthassuk, milyen helyzetben van jelenleg a társaság, valamint, hogy választ kapjak arra, hogy mennyire tekinthető reálisnak a vezető által megfogalmazott pozitív jövőkép, mely az ezt követő fejezetben kerül bemutatásra. Feltételezésemet – miszerint a társaság helyzete igen stabilnak tekinthető – a vezetővel készített interjúkra, beszélgetésekre alapoztam, azonban a kiszámolt mutatók alapján ez nem nyert bizonyosságot. Bár némely mutató értéke kedvező, összességében kell vizsgálni a helyzetet. Ez pedig megmutatja, hogy a vállalat kötelezettségei igen magasak a saját tőke értékéhez viszonyítva. Néhány mutató drasztikus értéke (pl. nettó eladósodottság) rávilágít arra, hogy milyen súlyos problémákkal küzd a társaság. Valószínűnek tartom, hogy a mutatók többségét a vállalat nem számolta ki, alakulásukat nem kísérték figyelemmel, ezért is fordulhatott elő az, hogy a jövőkép megfogalmazásánál nem vették figyelembe a kötelezettségek óriási mértékét, és a fókuszpontba a kötelezettségek csökkentése helyett a bővítés és korszerűsítés került.

Stifner Dorottya*

MAGYARORSZÁG EURÓPA-POLITIKÁJÁNAK ELEMZÉSE A 2007-ES, „A KORMÁNY EURÓPA-POLITIKAI STRATÉGIÁJÁNAK IRÁNYAI ÉS FELADATAI” CÍMŰ DOKUMENTUM ALAPJÁN**

Szaktervezésem témájául azért választottam Magyarország Európa-politikájának elemzését, mert nemzetközi tanulmányok szakos hallgatóként mindig is érdekelt, hogy Magyarország hogyan tud a leginkább profitálni az uniós tagságból. Úgy gondolom, hogy hazánk csak úgy lehet sikeres tagállama az Európai Uniónak, ha képes egy nagyon reális és céltudatos stratégia elkészítésére, amiben meghatározza az ország tagállami profilját, az elérendő középtávú célokat, és a potenciális szövetségesei körét. Ilyen jellegű dokumentumunk korábban nem készült, ami betudható annak is, hogy a csatlakozást követően Magyarország kereste a helyét az Európai Unióban, hogy a később elkészülő stratégia már egy reális, némi tagállami tapasztalaton alapuló képet tudjon vázolni Magyarország helyzetéről és lehetőségeiről.

Ma Magyarország Európa-stratégiáját a 2007-es, A Kormány Európa-politikai stratégiájának irányai és feladatai című dokumentum határozza meg, ezért elemzésem középpontjában is ez a stratégia áll.

Dolgozatom első fejezetében röviden ismertetem a magyar Európa-politika alakulását a 80-as évektől kezdve egészen a jelenlegi dokumentum megszületéséig, különös hangsúlyt fektetve a magyar külpolitika hármas célrendszerére, mely a rendszerváltás utáni időszak meghatározó prioritása volt, és jelenlegi Európa-politikánkra is hatással van. Ezt azért tartom fontosnak, mert a jelen céljait nagyon nehéz értelmezni a múltbéli események és történések ismerete nélkül.

A második rész már magával a 2007-es dokumentummal foglalkozik, főképp elkészülésének körülményeivel, az azt megelőző társadalmi és politikai vitával és egyeztetéssel, ami na-

* nemzetközi tanulmányok szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Horváth Zoltán főiskolai tanár, ÁVF

gyon fontos a dokumentum jövőjével kapcsolatban, mivel az készítőinek reményei szerint 2014-ig fekteti le Magyarország Európa-politikájának alapjait. Ez azonban csak akkor lehetséges, ha nem csak a Kormány, hanem az ellenzéki pártok is el tudják fogadni a dokumentum tartalmát.

A harmadik, legfontosabb fejezet a dokumentum által kijelölt tizenegy konkrét célkitűzéssel foglalkozik, melyek mind levezethetők a stratégia által felállított prioritásokból. Ez a tizenegy fejezetpont olyan fontos célokat fektet le, mint a csatlakozás az euró-övezethez, a lisszaboni szerződés sorsa, a versenyképesség növelése, a széles értelemben vett biztonság kérdése, vagy a Magyarország esetében nagyon speciális, épp ezért elég kényes, és nehezen kezelhető nemzetpolitikai célok kérdése. Mind a tizenegy pont esetében Magyarországnak határozott érdekei vannak, melyek elérése érdekében fontos, hogy jól tudja őket képviselni, megtalálja az egyensúlyt nemzeti céljai és az Unió közös érdekei között, és megtalálja az adott kérdésekben potenciális szövetségeseit, akikkel együttműködve nagyobb hatékonysággal képviselhető Magyarország álláspontja.

A dokumentum pontjai felvázolják Magyarország céljainak és érdekeinek rendszerét, amit dolgozatomban harmadik fejezetében igyekszem bővebben kifejteni, a már elért eredmények, és folyamatban levő események, programok, akciótervek és a jövőben várható változások tükrében.

Sudár Györgyi*

A NŐK MAGAZINOLVASÁSI SZOKÁSAI**

Szaktervezésemben a nők magazinolvasási szokásaival számos különböző aspektusból foglalkozom. Számomra nagyon izgalmas terület ez, hiszen a nők magazinolvasási szokásai a rendszerváltás utáni Magyarországon dinamikusan változnak. A XXI. században élő nők pontosan tudják, hogy a magazinok nyújtotta, speciális tájékozottság szinte elengedhetetlen feltétele az önmegvalósításnak. Ezen igény mentén szinte havonta születnek újabb és újabb magazinok, melyek nem csak a hagyományos értelemben vett információk átadására szorítkoznak, de egyfajta „női imázs” kialakításához szükséges ismereteket közölnek. Ezeket felül azért is találom nagyon érdekesnek a témát, mert úgy gondolom, hogy a magazinok a társadalmi folyamatok egyfajta leképeződéseként is felfoghatóak, sőt sokszor az egész társadalomnak tükröt tartanak, miközben maguk is befolyásoló erővel bírnak.

Munkám során mindvégig arra törekedtem, hogy átfogó képet nyújtsak a magazinok világáról. Az első lépésben a magazinolvasást igyekeztem elhelyezni az olvasók szabadidős tevékenységeinek körében, miközben bemutattam a női fogyasztók speciális igényeit, valamint a befolyásolásra tett erőfeszítéseket. Röviden áttekintettem a női lappiac történetét, és a magyar sajtópia jelenlegi legfontosabb szereplőit. Kiemelt figyelmet fordítottam a piaci folyamatok elemzésére, hiszen a magazinkiadás nagyon tökeigényes iparág, és dinamikus változások, valamint gyors termékcserélődés jellemzi. Ezután különböző osztályozási szempontokat mutattam be a magazinok csoportosítására, valamint a piac szegmentációjára. Röviden foglalkoztam a globális gazdasági válság már érezhető valamint várható hatásaival, hiszen a nehéz piaci körülmények között a hirdetőkért folytatott harc még az eddigieknél is jobban kiéleződött.

* nemzetközi kapcsolatok szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Szánthó Zsuzsanna főiskolai docens, ÁVF

Primer kutatásban igyekeztem személyesen is megvizsgálni a nők magazinolvasási szokásait. A kutatásban kvantitatív módszerek kerültek alkalmazásra, az online kérdőíves lekérdezés során összesen száz magazinolvasó nő véleményét gyűjtöttem össze és értékeltem. A saját kutatásomban elsősorban arra voltam kíváncsi, milyen mélységű tudatformáló hatása van a magazinoknak, hiszen ezt újságíróként rendkívül érdekes területnek találok.

Reményeim szerint dolgozatom egyfajta irányítúként szolgál majd azoknak, akik mélyebb ismeretekre kívánnak szert tenni ezen a területen, és jó kiindulópontot jelenthet újabb tanulmányok megírásához.

Szabó Bence*

A Hunguest Hotels marketing tevékenységének elemzése**

Szakedolgozatomban szeretném bemutatni a magyar tulajdonú Hunguest Hotels szállodalánc marketing tevékenységét, a lehető legtöbb oldalról. Leginkább arra fogom keresni a választ, hogy hogyan kell viselkednie egy ezen a piacon elhelyezkedő cégnek, hogy az adott környezeti viszonyoknak megfeleljen. Felkutatom és bemutatom azokat a módszereket, és eszköztársadalmat, melyeket marketingcéljai elérésére használ illetve, hogy ezt milyen környezeti – a szegmensre jellemző – tulajdonságok mellett teszi. Szeretném megismertetni, hogy kik a vevők és kik a versenytársak. Céлом felkutatni azokat a módszereket, mellyel fenntartják a tőlük elvárt minőséget és elérik a fogyasztói elégedettséget.

A dolgozat elkészítéséhez primer és szekunder kutatásokat végeztem. Primer kutatásom esetében, egy kérdőív segítségével arra kerestem a választ, hogy az Üdülési Csekket felhasználó, alacsonyabb jövedelmű és a készpénzből üdülő magasabb jövedelmű fogyasztói csoportoknak mennyire térnek el üdülési szokásaik, fogyasztói igényeik, illetve szocio-demográfiai adottságaik. Szekunder kutatásaimat a Hunguest Hotels piaci környezetének és belső feltételeinek felmérésére végeztem. A piaci környezetet egy makro- és mikrokörnyezeti elemzéssel mutatom be, STEEP analízis és Porter öttényezős modellje segítségével, majd a feltárt piaci körülmények alapján egy SWOT analízist készítek. Ezt követően felvázolom a szállodaláncban a 4P érvényesülését; illetve az ezzel párhuzamosan jelenlévő +3P és 4C is kifejtésre kerül.

A primer kutatás eredményei azt mutatják, hogy bár a fent említett két fogyasztói réteg egyes szociodemográfiai adottságai jelentősen eltérnek egymástól (pl.: végzettség), a fogyasztói igények terén a két csoport közelít egymáshoz. Az üdülési szokások esetében – vegyesen – jelen vannak olyan tényezők, melyeknél a két csoport magatartása megegyezik, és olyanok is, melyeknél a két csoport szokásai eltérnek.

A szekunder kutatás egyik eredményeként elmondható az, hogy az idegenforgalmi piacon erős verseny van, mely megköveteli a résztvevőktől a folyamatos fejlesztéseket, innovációt, a megfelelő árképzést, vevőismeretet, továbbá a folyamatos, többszoros és hatékony kommunikációt.

A szakdolgozat zárásaként, a feltárt hiányosságokra, illetve fejlesztési lehetőségekre kívánok javaslatokat tenni. Ezek az ötletek érintik egy új ötcillagos szálloda megépítését, mellyel

* *vállalkozásszervező szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Opitz Éva főiskolai tanár, ÁVF
Külső konzulens: Ézsias Mónika*

a cég erősíthetné piaci pozícióját. Javaslatot teszek olyan interaktív fórum és bizonyos webes alkalmazások létrehozására, mellyel a szállodalánc növelheti a fogyasztók utazása alkalmával a biztonságérzetet, továbbá egy kérdőív létrehozására, mellyel a multikulturális fogyasztói különbségeket lehetne áthidalni. Végül a szolgáltatásban rejlő hibák kiküszöbölésére javaslom egy benchmarking folyamat alkalmazását.

Szabó Ildikó*

NON-PROFIT SZERVEZETEK ÖNKÉNTES SEGÍTŐI Nemzetközi önkéntesség**

Dolgozatom saját kutatáson alapuló munka, melynek vizsgálati tárgya a nemzetközi önkéntesség. Célom, hogy a nemzetközi önkéntes szolgálatok általános jellemzőinek bemutatása mellett – kérdőíves felmérésem tapasztalataira alapozva – feltárjam a résztvevőkre ható motivációs tényezőket és az általa szerezhető személyes fejlődési lehetőségeket. Munkám alaptézisei, hogy az önkéntesség ezen spektrumára az új típusú önkéntességre jellemző motivációk vannak hatással; valamint hogy a külföldi önkéntes szolgálatnak a társadalmi és gazdasági hatása mellett a tevékenységet végző személyre nézve is nagy jelentősége és haszna van, és nem kizárólag altruista, önfeláldozó megnyilvánulási formája a segítségnyújtásnak.

Az önkéntesség fogalmi kérdéseiből indulok ki, melyet a jelenség általános és nemzetközi szintű dimenzióinak különböző szempontok alapján történő bemutatása követ. Ezután az önkéntes tevékenység jelentőségét elemzem – a nemzetgazdaság, a társadalom és az egyének szintjén – melyhez hazai és nemzetközi statisztikák adatait használom fel. A dolgozat második felében kutatásom eredményeit ismertetem.

A felmérésben 64 fő vett részt, akik hosszabb-rövidebb ideig már önkénteskedtek külföldön. A vizsgálati mintában hasonló arányban voltak jelen hazánk és egyéb nemzetek önkéntesei. A válaszadók a fiatal, felnőtt korosztályt képviselték (18-32 év). A legjellemzőbb motiváló tényező a személyes fejlődés igénye és a kulturális élmény megélése volt, de sokan azért döntöttek a külföldi önkénteskedés mellett, mert utazni szerettek volna, valami újat vagy mást megtapasztalni, elsajátítani egy idegen nyelvet, illetve esélyt adni egy új szemléletmód kialakításának. Nem szorult háttérbe a hagyományos önkéntességet szimbolizáló altruista segítségnyújtás igénye sem, mint ösztönző tényező; de szinte ugyanolyan fontos volt a válaszadók számára, hogy az önkéntes szolgálat alatt jól érezzék magukat és kalandban legyen részük. Ezért a motivációkkal kapcsolatban végkövetkeztetésem, hogy a fiatalok önkéntessége – bár alapvetően olyan modern értékekhez kötődik, mint a sokoldalú tudás, széleskörű tapasztalat, ismeretek – nem szintisztán új típusú önkéntesség, hanem egy átmenet a hagyományos és új típusú önkéntesség között. A hazai és külföldi személyek válaszaiban két lényeges különbség mutatkozott a motiváció tekintetében: a magyar válaszadók többsége nem tekinti szakmai tapasztalatnak a nemzetközi önkéntességet, valamint a külföldi válaszadókhoz képest jóval kevesebben vélték úgy, hogy jövőbeni álláskeresésük során jól mutat majd önéletrajzukban. Ez

* *non-profit gazdálkodási szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Miklós Ágnes Kata főiskolai docens, ÁVF*

azt támasztja alá, hogy hazánkban kevesebb fiatal mérlegel kiutazásakor annak alapján, hogy a nemzetközi önkéntes tevékenység hatással lesz-e jövőbeni karrierjére.

Kutatásom során bizonyítást nyert, hogy a nemzetközi önkéntesség esetében sem lehet pusztán viszonyosság nélküli, egyoldalú áldozatvállalásról beszélni. Az önkéntes szolgálat egy egyedülálló lehetőség a résztvevők személyiségének és önismeretének fejlesztésére. Az önkéntesek rengeteg új képességgel és készséggel gazdagodtak; mindemellett önállóvá válásukat is pozitív irányba befolyásolta. Az egyének látóköre is nagymértékben szélesedett és sokkal nyitottabbá váltak. Azzal, hogy betekintést nyernek egy másik ország kultúrájába, jobban és könnyebben megtanulják elfogadni a tőlük eltérő életszemléleteket és álláspontokat, megszabadulhatnak előítéleteiktől. Hosszú távon alkalmuk nyílik egy új idegen nyelv elsajátítására, vagy meglévő nyelvtudásuk továbbfejlesztésére. A fiatalok esetében a pályaválasztást vagy szakmai orientációt is befolyásolhatja a nemzetközi önkéntesség. Számos fiatal a program befejezése után is segíti helyi vagy nemzetközi szervezetek munkáját, vagyis a külföldön folytatott önkéntes tevékenység fontos befolyásoló tényező a hazatért önkéntesek további aktív társadalmi részvételét illetően is.

Szakács Orsolya*

A MULTI-LEVEL MARKETING ÉS A BIZALOM VERSUS BIZALMATLANSÁG**

Dolgozatom az 1990-es évek minden bizonnyal legnagyobb üzleti lehetőségéről szól. Az internet terjedésével ugyanis a könnyű pénzkeresetet ígérő vállalkozások is elterjedtek a világhálón és máig odáig fejlesztették magukat, hogy hatalmas rendszereket alkotva csábítják az embereket, hogy csatlakozzanak hozzájuk. Ezért arra kerestem a választ, hogy valóban vannak-e olyanok, akik csatlakozni akarnak valamilyen rendszerhez; és ha vannak, ők miért választanák a pénzkeresés e formáját.

Mi az oka annak, hogy vannak, akik megbíznak egy rendszerben, mikor annyi rosszat lehet róluk hallani, és az évek során elszenvedett több kudarc miatt, mára az embereknek negatív lett az attitűdjük az MLM rendszerek iránt. Továbbá feltett szándékom volt, hogy választ kapjak arra is, valóban lehet-e pénzt keresni az ilyen rendszerek által, vagy csak aprópénznek elég a bevétel?

Először az elméleti megközelítések segítségével kerestem a választ a feltevéseimre, majd kutatásommal a valóságot is felfedtem. A szakirodalmi részben áttekintettem néhány fontosabb public relations definíciót, és a hozzá kapcsolódó néhány fontosabb kifejezést. Ezután a rendszerváltás óta terjedő könnyű pénzkereseti lehetőségeket tárgyaltam, és csak utána kezdtem el a komolyabb üzletek bemutatásával foglalkozni. Áttekintettem a rendszerek hálózati struktúráját, melyeket képekkel is illusztráltam, majd a rendszerekbe való vélhető belépések okát próbáltam kideríteni. Egy rövidebb fejezetet szántam arra is, hogy választ találjak arra: a jelenlegi pénzügyi válság milyen hatással lehet e rendszerek életére.

A hab a tortán csak ezek után következhetett! A bizalom versus bizalmatlanság. A bizalmi részen belül, több alfejezeten keresztül a rendszerek bizalomért megtett cselekedeteit tárgyal-

* üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Barát Tamás főiskolai tanár, ÁVF
Külső konzulens: Furár Zoltán

tam, kifejtettem, hogy hogyan használják fel a rendszerek a klasszikus reklámot, a nem hagyományos marketingkommunikációs eszközöket, valamint az internetet céljuk eléréséhez. Természetesen a marketingmix sem maradhatott ki a tárgyalásból. A bizalmatlansági részen belül, szintén több alfejezeten keresztül, pedig a bizalmatlansághoz vezető utat tárgyaltam, ugyanis, mint már említettem, az emberek többsége már csalódott az ilyen rendszerekben, és tele vannak előítéletekkel, bizalmatlansággal. Végül utolsó fejezetemben primer kutatásom segítségével bizonyítottam hipotéziseimet, melyekhez készítettem néhány diagrammot is.

Igyekeztem minél több ábrával és táblázattal alátámasztani mondanivalómat, de a viszonylag bő terjedelem ellenére sem lehetett teljes képet adni az MLM üzletek helyzetéről. Célom nem az volt, hogy néhány kisebb-nagyobb internetes áruházat bemutassak, hanem inkább az, hogy általánosságokra – hibákra, tanulságokra, fontos tényezőkre – hívjam fel a figyelmet.

Szilágyi Tamás*

AZ INTERNET HATÁSA AZ EGYÉNRE ÉS A TÁRSADALOMRA, AVAGY MI REJLIK A VIRTUÁLIS FELSZÍN ALATT?*

A dolgozatomban azt kutatom, hogy a virtuális világ sajátosságai, milyen hatással vannak a felhasználókra. A téma a magyarországi internet fogyasztókra szűkül és azon belül a 6 és 14 éves korosztályra. Arra keresem a választ, hogy az internet térhódítása, eredményez-e változást, a kommunikáció és a szocializáció területén.

A szakirodalom ad egy fogalmi keretet, ami meghatározza a társadalom legjelentősebb elemeit és a magyarországi társadalmi változásokat 1920 és 1990 között. Ezt követően kiegészül egy tematikus folyamatot prezentáló résszel, amely az emberi evolúciótól kezdve egészen napjaink internet világáig tart, kitérve a legmeghatározóbb korszakokra.

A szakmai áttekintést az internet sajátosságainak megfogalmazása követi. Majd a magyarországi internet fogyasztás kerül áttekintésre, az NRC Piackutató, *TNS-NRC InterBus* és a *Visitor Media Research* kutatása alapján. Ez követően az NRC Piackutató, *VMRkids projekt* gyermekek internet fogyasztásai kerülnek definiálásra. Ebből három kategóriát különítettem el, amit a 6 és annál fiatalabbakra, a 7 és 10, valamint a 11 és 14 évesekre vetítettem le. A *játékok* tekintetében meghatározható, a készségfejlesztés, a felnőttkorban alkalmazható attitűd, de a deviancia alkalmazása is. A *kapcsolattartás* arra világított rá, hogy a meglévő kommunikációs ismeretek részben kibővülnek, esetenként átalakulnak. A virtuális biztonságérzet és a digitális körülmények átalakítják a hagyományos társas interakciókat. A *tájékozódás* tekintetében a káros és hasznatlan ismeretek megtévesztő és valótlan képet szolgáltathatnak a felhasználókról.

A három terület azt az eredményt hozta, hogy a virtuális világ határozottan részt vállal a ma felnövő generációk szocializációjából. Átjárhatóságot biztosít a társadalmi rétegek között, ami hozzájárul a folyamatosan rövidülő gyermekkor csökkenéséhez. Rávilágított a munkám arra is, hogy az internetnek az árnyoldali hézagokat biztosítanak a káros és törvénytelen tartalmaknak, amiknek hozzáférhetősége nem korlátozott.

* üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Szeredi Pál mestertanár, ÁVF

Összegezve sikerült definiálnom egy átalakuló folyamatot, amelyben az internet szignifikáns szerepet tölt be, és amely hatással van a társadalom legkisebb elemére, a gyermekekre, amin keresztül az egész társadalomra kiható változás determinálható.

Szőke Orsolya*

AZ ÉRTÉKESÍTÉSI TECHNIKÁK ÉS MÓDSZEREK VÁLTOZÁSAI 1990-ES ÉVEKTŐL NAPJAINKIG**

A szakdolgozatom témája az értékesítés átalakulása 1990 után Magyarországon. A rendszerváltás egy kiemelkedő időszak hazánk történelmében, hiszen hatására megváltozott a gazdaság és a társadalom egésze. A változásokat akkor tudjuk igazán értékelni, ha a folyamatot egészében látjuk, ezért a dolgozatomban megpróbáltam egy átfogó képet kialakítani a gazdaságról, a két világháború közötti időszakról egészen napjainkig.

Az 1990-es években új értékesítési módszerek, üzletformák jelentek meg Magyarországon. A modernizációs folyamat oka, hogy kiléptünk a világpiacra, emellett külföldi tőke áramlott az országba, piacgazdasággá alakultunk. A gazdasági átalakuláson kívül kiemelten foglalkozok a hazai kiskereskedelemmel, és annak változásaival, jelenlegi állapotával.

A hazai értékesítésben egy szemléletváltás történt, már nem az eladó, hanem a vevő van a középpontban. Erre az új szemléletmódra épülnek azok a technikák, amelyek napjainkban egyre elterjedtebbé válnak. A technika fejlődése miatt – internet, mobiltelefon – egyre több csatornán keresztül lehet utolérni a fogyasztókat. Az új értékesítési módszerek közül a közvetlen értékesítést, és a direkt marketinget tanulmányoztam, külön részben kiemelve a telemarketinget, és az e-kereskedelmet. A dolgozatom egészében törekedtem arra, hogy ne csak az értékesítők, hanem a vásárlók szemszögéből is megvizsgáljam, hogy milyen változások történtek. Legfontosabb, hogy a magyar lakosság fogyasztói társadalommá alakult, sokaknak már nem a termék megszerzése, hanem az élmény fontos a vásárlás során.

Külön fejezetben foglalkozok a bevásárlóközpontokkal, azaz a „fogyasztás új templomai-val”, amelyek átalakították a kereskedelem szerkezetét, és a vásárlói szokásokat. A kutatásom szintén a bevásárlóközpontokkal kapcsolatos vélemény témájában készült a hallgatótársaim körében. A megkérdés számos tanulsággal szolgált számomra, segített egy realisabb, objektív vélemény kialakításához.

A modernizáció, a változás egyre gyorsabb, mivel a fogyasztók nyitottabbak, befogadóak. Az első világháború óta eltelt közel 100 évben hatalmas fejlődésen ment keresztül Magyarország. Azonban még hatalmas utat kell bejárnunk ahhoz, hogy felzárkózzunk a nyugati országok fejlettségéhez.

* *vállalkozásszervező szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Papp Ferenc főiskolai tanár, ÁVF*

Toldi Mónika*

A BUDAPESTI ÉRTÉKTŐZSDE MŰKÖDÉSE ÉS RÉSZVÉNYÁRFOLYAM TRENDJEI 2009-IG**

Szakdolgozatom esetén a témakörválasztás a Budapesti Értéktőzsde működésére és annak részvénytársaságjában belül a vezető részvények árfolyamkövetésére, elemzésére esett. A szakirodalom feldolgozásával, arra alapozva vizsgáltam a részvényárfolyamokat befolyásoló makrogazdasági és egyéb tényezőket a Budapesti Értéktőzsde hivatalos részvényindexe alapján. Célom volt feltárni, hogy alapvetően mely tényezők hatnak a tőzsdei részvények árfolyamaira, léteznek –e olyan gazdasági tényezők, amelyek hatásai nem elkerülhetők.

Az elemzéssel igyekeztem azonban feltárni azt is, hogy milyen tényezők motiválják a befektetőket az éppen aktuális tőkepiaci és globális gazdasági helyzetben arra, hogy megtakarításaik részvényekbe ill. egyéb értékpapírokba fektessék, mely szempontok kerülhetnek előtérbe a befektetési döntésekben.

Ezen két gondolati kör mentén az árfolyamok alakulásának elemzése során figyelembe vettem az adott vállalatról rendelkezésre álló pénzügyi adatokat, a szaklapokban rendelkezésre álló információkat, a magyar gazdaság, az értékpapírpiac fejlődését. Fentiek vizsgálatához ki-mutatásokat végeztem számadatokkal és a vizuális alátámasztás érdekében grafikonokkal.

Tapasztalatok, legfontosabb megállapítások: A tőzsdei részvények árfolyamai tükrözik az adott időszakra jellemző befektetői hangulatot és alakulásuk egy komplex folyamat eredménye. A részvényárfolyamok ingadozása természetes velejárója a kereslet és kínálat közötti egyensúlyi különbségnek, ezért rövid távon *alapvetően* a domináló eladási vagy vételi szándékot mutatja. A részvényárfolyamok együttes hosszútávú csökkenése vagy növekedése azonban a gazdaságban végbemenő változásokra mutat, így fejlődő gazdaságra vagy gazdasági visszaesésre. Az aktuális gazdasági helyzetben az árfolyamváltozások a befektetők bizalmát, pénzelátottságát, likviditását mutatják, melyet részletesen vizsgáltam a dolgozatban.

Az utóbbi 1 év történéseit tekintve azt állapítottam meg, hogy maga a tőzsde is igen érzékeny vált a gazdaság romló tendenciákkal szemben: „Kiegyensúlyozatlan” és „nyugtalan” árfolyamok követték egymást, a nagymértékű volatilitás és a globális gazdasági eseményekre (régións devizák, gazdaságpolitikai intézkedések) érzékenység jellemzi a magyar tőke-, de pénzpiacot is. Ha közvetlenül nem állapítható meg párhuzam a gazdaság és a tőzsde fejlődése (ez utóbbi esetén növekvő kapitalizációja) között, azonban igaz, hogy a tőzsdei árfolyamok tendenciái valamelyest tükrözik az adott piaci befektetők bizalmát és befektetői motivációjának mértékét.

Jövőbeli célom a gazdaság és tőzsde további hasonlóan több szempont alapján történő elemzése és vizsgálata.

* *vállalkozásszervező szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Sinkovics Alfréd főiskolai tanár, ÁVF
Külső konzulens: Máriás György*

Tóth András*

MAGYARORSZÁG ÚTJA AZ EURO ÖVEZETBE A GÖRÖG MINTA ALAPJÁN ÉS AZ EUROIZÁCIÓ LEHETŐSÉGÉNEK VIZSGÁLATA**

Magyarország azon országok közé tartozik, amelyek célja, hogy minél rövidebb időn belül eurot használjon nemzeti valutaként, de ezt mindaddig nem tudja megtenni, míg nem kerül gazdasága olyan fejlettségi szintre, amelyet megkövetel az Európai Unió, ahhoz, hogy hivatalosan bevezethessük az egységes valutát. Azonban egy másik lehetőségként felmerülhet az, hogy Magyarország egyoldalúan átveszi az eurot, ez esetben nem kellene, hogy szigorú szabályokhoz alkalmazkodjon és rövid idő alatt végre is hajtható folyamat lenne. E témához kapcsolódóan dolgozatom Magyarország euro bevezetésének menetét mutatja be, amihez egy releváns mintát is bemutatok, ez pedig Görögország euro bevezetése, majd az egyoldalú euroizáció lehetőségének tényét ismerteti. Arra kerestem a választ, hogy milyen lehetősége van Magyarországnak az euro átvételéhez. Követni egy hasonló ország példáját, vagy kezdje el egyoldalú döntés következtében használni az eurot. E kérdéskörök vizsgálatát tartalmazza szakdolgozatom.

A legtöbben tisztában vagyunk azzal, hogy az euro hivatalos bevezetése különböző feltételek teljesítése eredményeképpen következhet be és ezek nem könnyen kivitelezhetőek, de jóval kevesebben tudják azt, hogy eurot úgy is használhatunk nemzeti valutaként, hogy azt valójában hivatalos úton bevezetnénk, ilyen esetben egyoldalú euroizációról beszélünk. Bizonyos értelemben a végeredmény ugyanaz – gondolhatjuk. Valójában a különbség sokkal bonyolultabb, amelyet csak akkor érthetünk meg igazán, ha mind a két irányt ismerjük.

Szakdolgozatom négy fő részből épül fel, ezek sorrendben a következők: Első fejezetben a Gazdasági és Monetáris Uniót mutatom be, hogy tisztázzam a hivatalos euro csatlakozás folyamatát és annak kialakulását, majd Magyarország euro csatlakozásának menetét, a 2008-as konvergencia jelentés alapján. Ezt követően Görögország csatlakozását ismertetem, az összegzés előtt, pedig az egyoldalú euroizáció lehetőségét vizsgálom meg.

Összességében dolgozatom lényege, hogy Magyarországnak nem az euroizáció eszközt igénybevevő országokat kell követnie, hanem egy olyat, amelyik hivatalos úton lett euro övezeti tag, ezek között a nemzetek között van olyan, aki korábban gazdaságilag elmaradott ország volt, de azáltal, hogy minél előbb be akart lépni az euro övezetbe hivatalos úton, alapvető pozitív változásokon ment keresztül, saját pénzügyi és gazdasági területeit figyelembe véve. Görögország így tett, Magyarország számára pedig ez lehet a követendő példa.

* üzleti kommunikáció szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Vigh László főiskolai docens, ÁVF

Udvarhelyi Bálint*

**ONLINE MARKETING STRATÉGIÁK
ONLINE MARKETING ESZKÖZÖK A MAGYARORSZÁGI HANGSZER ÉS HANGTECHNIKA
PIACON****

Az internet lehetőségeinek kihasználása egyre fontosabb lesz minden iparágban, ahogy a felhasználók kritikus tömege létrejön. Igaz ez a hangszer és hangtechnika kereskedelem területén is.

Mivel a keresők kiemelt helyen szerepelnek az emberek internetezéssel töltött idejében, indokoltnak tartom, hogy a keresőmarketinget a többi online kommunikációs eszköz közül kiemeljem, és különös figyelmet szenteljek neki. A kereső ugyanis azon interaktív eszköz, amely legtöbbet elárul a felhasználó érdeklődéséről, internetezési szokásairól. A keresők használatának elemzése így az internethasználat megismerésének alapvető eszközévé válik. Hasznos információt szolgáltat továbbá a vásárlók offline viselkedésével kapcsolatban is.

Bemutatom az internetes hirdetési piac fejlődését az első bannerektől a kontextus-érzékeny reklámgig, majd a ma ismert PPC rendszerekig. Kitérek továbbá a PPC rendszerekkel kapcsolatos problémákra is.

Dolgozatom célja, hogy betekintést adjon a célpiac online kommunikációjába oly módon, hogy a használt módszertan alkalmas legyen a kereskedelem és szolgáltatások más területeinek elemzésére is. Mivel külső, bárki által elérhető információk alapján kell elvégezni egy cég online konkurencia elemzését, a felhasznált eszközök között lényeges szerepe volt a Google keresőnek és a Google Adwords keresőhirdetési eszközeinek.

A kutatás kiterjed a piac alapvető kulcsszavainak megismerésére, azok rangsorolására, valamint összevetem az így kapott listát a piac szereplői által használt kulcsszavakkal is.

A piacon az online kommunikációs verseny már elkezdődött, de – ismerve a hotel vagy a biztosítási piac versenyének intenzitását – a fejlődési potenciál még óriási.

A cégek többsége kezdetleges weboldalt üzemeltet, kevés helyen hirdet, és a keresőhirdetések használata is csak néhány cégre jellemző.

Azok a cégek, akik most energiát fektetnek az internetbe, jó eséllyel megtérülő beruházás mellett döntenek.

* *vállalkozásszervező szakos végzett hallgató*

** *Belső konzulens: Bárd András főiskolai tanár, ÁVF*

Ungri Renáta*

A HAMÁSZ TÖRTÉNETE ÉS SZEREPE AZ IZRAELI-PALESZTIN KONFLIKTUSBAN**

A 2006. január 25-ei palesztin törvényhozói választás eredménye sokkolta a nemzetközi színtér résztvevőit, de legfőképp Izraelt és az Amerikai Egyesült Államokat, hisz egy olyan párt kapta meg a jogot a kormányalakításra, amely a legtöbb ország szemében terroristacsoportként van számon tartva. A párt a „Választás és Reform” nevet viselte a 2006. évi választásokon, tagjait az Iszlám Ellenállási Mozgalom (ismertebb nevén a Hamász) tette ki.

Szakdolgozatomban egy átfogó képet szeretnék festeni a Harakat al-Mukávama al-Iszlamíja szervezetről megalakulásától egészen napjainkig.

Dolgozatom két nagyobb részből tevődik össze; az első rész a Hamász megalakulásától, azaz az I. intifáda kitörésétől a 2006-os palesztin törvényhozói választásokig tart, míg a második rész az ezt követő időszakról, azaz a Hamász választási győzelmétől egészen 2009 tavaszáig, magában foglalva az annapolisi konferenciát, valamint Gázai offenzívát.

Dolgozatomban arra kerestem a választ, hogy a Hamász hogyan tudta elnyerni a palesztinok többségének bizalmát, milyen nehézségekbe ütközött a választási győzelmük után. Leginkább azonban azt tekintem célnak, hogy az egész palesztin-izraeli konfliktust objektívan tudjam feltárni a Hamászon keresztül, s látni azt, hogy a békefolyamatok kivitelezésének megakadályozásáért nemcsak az egyik fél a felelős.

Kutatásom során megtudtam, hogy a Hamász azért tudta megnyerni a palesztinok nagyobb részének a támogatását, mert az oslói békefolyamatok végleges kudarcba fulladása után az emberek tudtak azonosulni a szervezet nézeteivel, ideológiáival, valamint egy óriási szociális hálózatot sikerült nekik kiépíteniük az elmúlt években, amelyen keresztül számtalan palesztin embernek tudtak kézzel fogható támogatást nyújtani.

A szervezet leginkább ezen tényezőknek köszönhető, hogy 2005-ben az önkormányzati, 2006-ban pedig a törvényhozói választásokon is győzelmet aratott; a palesztinok többsége tehát annak a szervezetnek szavazott bizalmat, amelyik a sötét időszakban nem hagyta magukra őket, és segített nekik a túlélésben.

A többség akaratát azonban sem Izrael, sem pedig az Egyesült Államok nem volt hajlandó elfogadni, s egy legális választás eredményét szinte érvénytelenként kezelték; a segélyeket befagyasztották, s az amúgy is nyomorú sorsban élő palesztin emberek életét még inkább ellehetetlenítették. Ehhez az izolációs politikához az Európai Unió is hozzájárult, a kvartett tagjai közül egyedül Oroszország mutatott hajlandóságot arra, hogy tárgyalóasztalhoz üljön a demokratikus úton megválasztott Hamász vezetőivel.

A 2007. november 27-én megtartott annapolisi konferencia sem tudta rendezni az izraeli-palesztin konfliktust. A Közel-Keleten fennálló konfliktus tehát nem tűnik úgy, mintha a közeljövőben megoldódna, s ezt mi sem bizonyítja jobban, mint az, hogy 2008. december 27-én Izrael megindította „öntött ólom” fedőnevű támadását a Gázai övezet, amely még inkább elmélyítette az amúgy is fennálló problémákat, valamint számos kialakulóban lévő folyamatot szakított meg, gondolok itt például a szír-izraeli tárgyalásokra.

* nemzetközi tanulmányok szakos végzett hallgató

** Belső konzulens: Csicsmann László főiskolai docens, ÁVF

Egyes szakértők szerint ez a béketárgyalás állt a legközelebb ahhoz, hogy megoldódjon a helyzet a két ország között.

Ez az esemény tehát megint olyan mélypontra vitte a palesztin-izraeli viszonyt, ahonnan nagyon nehéz lesz ismételten elmozdítani a mérleg nyelvét, s ezt nem fogja megkönnyíteni a 2009. február 10-ei izraeli törvényhozói választások után felkért Benjamin Netajahu által vezetett Likud párt sem.