

Gazdaságtudomány I.
2020. október 16. 10.30-12.15
Szekciófelelős:
Gergi Tamás , +36 30 854 8333

Közgazdaságtudomány

		Gazdaságtudomány I.
		Dr. Csernák József (SZIE)
I. panel	10.30-10.45	Liska Fanny
	10.45-11.00	Olasz Nikolett
	11.00-11.15	Pásztor Judit, Bak Gerda
	11.15-11.30	Pásztor Judit
	11.30-11.45	Tóth-Bozó Brigitta
	11.45-12.00	Gerse-Krizsa Teréz
	12.00-12.15	Ecker Klaudia
	12.15-12.30	

Gazdaságtudomány I.
2020. október 16. 10.30-12.15
Szekciófelelős:
Gergi Tamás , +36 30 854 8333

Co-creation elvárások modellezése a szolgáltatásokban

LISKA Fanny
Pannon Egyetem
marketing
liska.fanny@gtk.uni-pannon.hu

A gazdasági értelemben vett közös értékteremtés (co-creation) a vállalat és a fogyasztó közötti interakcióban nyilvánul meg. Jelen kutatás a szolgáltatás piacon megvalósuló fogyasztói döntéshozatal kvalitatív vizsgálatát mutatja be, megvilágítva az igénybe vevői preferenciákban megjelenő co-creation tartalmat. Az empirikus kutatás fókuszcsoporthoz interjúkon alapul, amely anyag mélyebb összefüggései kvalitatív szövegelemző szoftver segítségével kerültek feltárássra. A szövegek átiratának tartalmi elemzése a MAXQDA szöveganalitikai szoftver segítségével valósult meg, szisztematikus kódolás segítségével. A szöveg vizsgálata során a különböző szolgáltatásválasztási szempontokban megjelenő tartalmakat aszerint elemezve, hogy ilyen preferencia-arányok jelennek meg benne kitűnt, hogy a co-creation-höz kapcsolódó fogalmak előfordulása figyelemre méltó. Konszenzus alakult ki a fókuszcsoporthoz arról, hogy a szolgáltatások magas- illetve alacsony co-creation tartalom mentén elkülöníthetők. A szövegben létrehozott tag-ek mentén kirajzolódó kódstruktúra alapján a co-creation-höz fűződő következő igénybe vevői elvárások társíthatók: kommunikáció, értékajánlat, elérhetőség, rugalmasság és élmény. Ezeket túl a szolgáltatáskomplexitás is hatással van az igénybevevői co-creation elvárásokra, ahol általában a szolgáltatások komplexitásának növekedésével növekedhet a co-creation tartalom és az igénybevevő minél inkább élezzel a lehetőséggel, annál inkább saját preferenciáira képes szabni az adott szolgáltatást. További kvalitatív eredmény, hogy a potenciális fogyasztók személyisége szerint is elkülönülnek a co-creation-nel kapcsolatos várakozások, amely kifejezetten az introverzió-extraverzió mentén mutatható eltéréseket. A kutatás eredményei egy co-creation elvárások azonosítására javasolt modellbe kerültek beépítésre.

Kulcsszavak: co-creation, szolgáltatások, értékteremtés, fogyasztói döntési magatartás

Gazdaságtudomány I.
2020. október 16. 10.30-12.15
Szekciófelelős:
Gergi Tamás , +36 30 854 8333

Nők a hazai IT kisvállalkozásokban

OLASZ Nikolett
Budapesti Corvinus Egyetem
PhD jelölt
Közgazdaságtudomány
olasz_nikolett@yahoo.com

A magyar egyetemi diplomával rendelkezők több mint felét a nők képviselik. Ugyanakkor a természettudományok, matematika és számítástechnika területén végzett nők aránya csupán 38%. Annak ellenére, hogy napjainkban az IT az egyik leginnovatívabb iparág, pozitív jövőbe mutató tendenciákkal, feltűnően alacsony az informatikai szektorban dolgozó nők aránya. A témával foglalkozó irodalom rámutat arra, hogy a nők számos olyan akadállyal szembesülnek, melyek gátolhatják munkahelyi fejlődésüket, különös tekintettel arra, hogy egyre nehezebb megtalálni az egyensúlyt a család, a munkahely és a karrier között. A munka és a karrier közti konfliktus feloldására, a kettő közti egyensúly javítására tett eddigi kísérletek kevés hatást gyakoroltak az IT ágazatra, különös tekintettel a nők jóval alacsonyabb részvételi arányára. A számok mögötti ok okozati tényezők feltárása kulcsfontosságú tényező a jelenség megértéséhez. Ezért kutatásom során olyan hazai, informatikai szektorban tevékenykedő kis méretű cégeket vizsgáltam, melyek célul tűzték ki munkahelyük diverzitásának növelését női munkatársak felvételével. A tanulmány célja egyrészt, hogy betekintést nyújtson a vizsgált cégeknél végrehajtott sokszínűség politikákba, részleteiben bemutassa, hogy sikerült a diverzitást magasabb szintre emelve stratégiai kérdéssé alakítaniuk, illetve bemutatni milyen eszközöket használtak az implementáció során. Másrészt egy olyan elméleti keretrendszer kidolgozása, mely segítséget nyújt a hazai IT kisvállalatok számára a nőket támogató politikájuk kialakításában, bevezetésében, valamint fejlesztésében. Bemutatom a vizsgálatba bevont cégek diverzitásmenedzsmentjének előnyeit és hátrányait, különös tekintettel a szervezetek termelékenységére, az alkalmazottak motiváltságára. Célom, kiemelni mindazon jellemzőket, melyek segítséget nyújtanak kis szervezetek számára a diverzitás szervezeti szintű sikeres bevezetéséhez.

Gazdaságtudomány I.
2020. október 16. 10.30-12.15
Szekciófelelős:
Gergi Tamás , +36 30 854 8333

Z generáció online: közösségi média használat, FoMO és a társas kapcsolatok közötti összefüggések

PÁSZTOR Judit BAK Gerda

Pannon Egyetem, Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

Gazdálkodás- és szervezéstudományok

pasztor.judit@gtk.uni-pannon.hu

bak.gerda@gtk.uni-pannon.hu

Az egyik alapvető emberi hajtóerő, hogy mind szeretnénk tartozni valahová: egy közösséghez, csoporthoz, vagy akár egy másik emberhez. Elég csak ötven évre visszatekintenünk ahhoz, hogy hatalmas változást vegyünk észre abban, hogyan kommunikálunk egymással. A papíralapú, az országot napok alatt átszelő levelektől eljutottunk az azonnali üzenetküldés világába. A technológiai fejlődés alapjaiban rengette meg kommunikációs szokásainkat. Napjaink kommunikációs színterei közül kiemelkednek a közösségi média platformok (Facebook, Instagram, Twitter, stb), melyek lassan egy „párhuzamos valóságként” szövik be mindennapjainkat. Hatványozottan igaz mindez, ha a késői Y generáció tagjairól beszélünk, vagy ha a digitális világba belecseperedő Z generációt nézzük. Hozzájuk kapcsolódik a FoMO jelensége is, ami nem más, mint egyfajta szorongás, félelem attól, hogy kimaradnak valamiből.

Tanulmányunkban a közösségi média használat intenzitását, a kimaradástól való félelmet (FoMO) és a szociális kapcsolatok, valamint a jólét összefüggéseit vizsgáltuk kvantitatív eszközökkel. Hipotézisünk szerint a FoMO indirekt módon, de hozzájárul a szociális kapcsolatok építéséhez, a közösségi média használat fokozása révén. Szakirodalmi forrásokra alapozott, validált mérőeszközökből létrehozott kérdőív segítségével mértük fel a Z generációs magyar fiatalok közösségi média fogyasztási szokásait, kortárs kapcsolataik milyenségét, FoMO szintjüket és általános pszichológiai jólétüket.

Kutatási eredményeink alátámasztják feltételezésünket, miszerint a FoMO ösztönző erőként hathat és a fokozott közösségi média használat által, közvetve, de elősegítheti az újabb kapcsolatok kialakulását. Az erősebb kapcsolati háló pedig pozitívan hat a fiatalok pszichológiai jólétére.

Az eredmények hozzájárulhatnak a fiatalok közösségi média használatának mélyebb megismeréséhez, és a FoMO jelenségének elterjedtségéről és a Z generáció kortárs kapcsolatairól is pontosabb képet kaphatunk általa. Mivel a Z generáció egyre nagyobb százalékban képviselteti magát a munkahelyeken, ezért társas kapcsolataik, motivációik megismerése és az általános jóllétükre ható tényezők szervezeti szempontból is kiemelkedő jelentőséggel bírnak.

Gazdaságtudomány I.
2020. október 16. 10.30-12.15
Szekciófelelős:
Gergi Tamás , +36 30 854 8333

Kulturális intelligencia (CQ), a jövő vezetőinek kulcskompetenciája

PÁSZTOR Judit

Pannon Egyetem, Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

Gazdálkodás- és szervezéstudományok

pasztor.judit@gtk.uni-pannon.hu

A globalizáció következményeként a vállalatok jelentős része határokon átívelő tevékenységet folytat és sok esetben a munkahelyi közösségek is különböző kulturális háttérrel rendelkező munkavállalókból szerveződnek. A szolgáltatások, áruk és munkaerő intenzív áramlása miatt egyúttal a kulturális különbségeinkből fakadó konfliktusok növekedésével is számolni kell. Ezek a feszültségek pedig negatívan befolyásolhatják az emberek és a szervezetek teljesítményét.

Napjainkban olyan vezetőkre van szükség, akik a szakmai tudáson túl, megfelelő érzelmi és kulturális képességekkel rendelkeznek és hatékonyan képesek reagálni az idegen munkakörnyezet kihívásaira. A globális menedzserek sokkal inkább az egész világ, mintsem egy adott ország perspektívájából szemlélik az üzleti élet döntéseit, emiatt megfelelő egyensúlyt kell találniuk a helyi és a globális környezet elvárásai között, amihez viszont a kiváló intellektus (IQ) és kimagasló érzelmi intelligencia (EQ) legtöbbször nem elég. A siker kulcsa a vezetők kulturális kompetenciájában rejlik, melynek egyik mérőeszköze a Kulturális Intelligencia (CQ). A magas CQ-val rendelkező dolgozók hatékonyabban tudnak kulturálisan diverz csapatokkal dolgozni és sokkal eredményesebben működnek globális üzleti környezetben, ugyanis meglévő képességeiket megfelelően tudják kulturálisan eltérő kontextusban alkalmazni.

Jelen tanulmány összefoglaló képet ad a CQ koncepciójának elméleti háttéréről, bemutatja négy fő dimenzióját (magatartási, motivációs, kognitív és metakognitív). Ezen kívül feltárja a CQ komplex kapcsolatrendszerét más intelligenciatípusokkal (IQ, EQ), különböző személyiségfaktorokkal, a teljesítményt erőteljesen befolyásoló interkulturális kompetenciákkal, a tudásáramlással és az innovációval is. Bemutatásra kerülnek a CQ mérési lehetőségei, valamint az egyes dimenziókra ható fejlesztési lehetőségek is.

Gazdasági hálózatok fogalmi elhatárolása

TÓTH-BOZÓ Brigitta
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
bbrigitta@kgt.bme.hu

A hálózatok kutatásának területe széleskörű és egyre népszerűbb a közgazdaságtanhoz kapcsolódóan is. Az egyének közötti interakciók vizsgálata egy gazdasági folyamat elemzése során egyre relevánsabb. Egy hálózat vizsgálata során a kutató feladata azonosítani a kutatáshoz releváns csomópontokat és kapcsolatokat, ennek minden felelősségével. A hálózatok kutatásának széles módszertana van. Lehetőség van vizsgálni például hálózatok keletkezését, strukturális jellemzőit, határait. A statikus vizsgálatok a hálózat egy pillanatképét hivatottak elemezni, a dinamikus elemzések során az időváltozó is relevanciát nyer. A társadalomtudományok tekintetében releváns hálózatok azonosítása sokszor nem egyértelmű, hiszen az elemek közötti interakciók feltárása komoly kihívás. A közgazdaságtanhoz köthető hálózatok meglehetősen sokszínűek: közös jellemző, hogy az azonosított csomópontok olyan egyéni, vagy szervezeti szinteket reprezentálnak, amelyek egy gazdasági folyamat során relevánsak és ugyanez jellemzi a csomópontok közötti kapcsolatokat is. A közgazdaságtanra jellemző mikro, illetve makro szemlélet a hálózatok esetében is megjelenik. A mikro szemlélet szerint a hálózat egyedi rendszerként vizsgálható, a hálózatokat viszonylag egyszerű struktúra jellemzi, viszont a kapcsolatok minősége erős befolyásoló erővel bír. A hálózatok ilyen típusú vizsgálata elsősorban a játékelméletre támaszkodik. A makro szemlélet a hálózat szerkezeti adottságaira összpontosít, elsősorban statisztikai vizsgálatokon keresztül. A gazdasági hálózat fogalma egyike azoknak a fogalmaknak, amelyeknek egyértelmű, egzakt, általános definíciója nem létezik a szakirodalomban. Kis számmal található definíció, vagy közelítő meghatározás erre vonatkozóan. Tekintettel a gazdasági hálózat definíciójának sokrétűségére, szükséges azt pontosabban definiálni. Exogén gazdasági hálózatnak azonosítok minden olyan hálózati struktúrával rendelkező rendszert, amely közvetlenül vagy közvetve releváns a közgazdasági jelenségek és problémák vizsgálata során. Ezek lehetnek például társadalmi hálózatok, fizikai hálózatok, amelyek hatással vannak a gazdasági folyamatokra. Az endogén gazdasági hálózat egyénei/egységei figyelembe veszik a potenciális kapcsolódási lehetőségeiket a hálózaton belül úgy, hogy célfüggvényük maximalizálására törekszenek, azaz maga a hálózat kialakulása endogén módon történik.

A gazdasági hálózat definiálásán túl a tanulmány tartalmaz egy csoportosítási szempontrendszerrel a társadalmi hálózatokra vonatkozóan a következő szempontrendszer szerint: i) befolyásol-e gazdasági folyamatot; ii) formális megjelenési formával rendelkezik-e; iii) interakciót, vagy piaci folyamatot reprezentál-e. Egyes gazdasági hálózatok közös jellemzője, hogy az egyének/egységek között információ áramlik, speciális jószágként jelenik meg a vizsgált folyamatokban. Így az információ, közgazdasági értelemben jószágként való megjelenítése relevanciát nyer.

Gazdaságtudomány I.
2020. október 16. 10.30-12.15
Szekciófelelős:
Gergi Tamás , +36 30 854 8333

Vevőközpontú gondolkodás az építőanyag-ipar értékteremtő folyamatában

GERSE-KRIZSA Teréz
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem,
Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Doktori Iskola
Társadalomtudomány
krizsa@mvt.bme.hu

Az építőanyag-ipari termékeinek értékteremtő folyamata azok előállításának első lépéseivel kezdődik és a vevők általi használattal ér véget (messze túlmutatva magán a használatbavételen). Éppen ezért az építőanyag-iparban a minőség elsősorban a vevőben és a társadalmi környezetben keltett bizalom formájában realizálódik. A minőség és vevői elégedettség dimenzióinak feltárásához éppen ezért elengedhetetlen a gyártó- és szolgáltatóvállalatok jellemzőinek, a termékek és szolgáltatások minőségdimenzióinak összekapcsolt vizsgálata.

A tanulmány célja az építőanyag-ipar (elsősorban a nyílászárók) előállítási és felhasználási folyamatának áttekintése, a folyamat szereplőinek (elsősorban vevőinek) azonosítása és a folyamatban zajló értékteremtés feltárása. Az értékteremtés fejlesztése érdekében fontos azonosítani, hogy a folyamatban meddig elegendő termékminőségben gondolkozni és hol kerülnek előtérbe a szolgáltatáshoz kapcsolódó dimenziók, szolgáltatáselemek. A tanulmány az egyes folyamatlépésekben felhasználható minőségfejlesztési lehetőségek és alkalmazható eszközök azonosítására is kísérletet tesz.

Gazdaságtudomány I.
2020. október 16. 10.30-12.15
Szekciófelelős:
Gergi Tamás , +36 30 854 8333

Cities as change agents of sustainability – A comprehensive analysis of urban development strategies in Europe

Klaudia ECKER

Kaposvári Egyetem

Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Doktori Iskola

ecker.klaudia@ke.hu

Recent urbanisation trends show that however in 2007 around 50% of the world population lived in urban areas, in 2030 the proportion is expected to increase to 60%. However urban areas occupy only 3% of the Earth's land, they account for 60-80% of energy consumption and 75 % of carbon emissions.

Although urban areas usually arise when discussing rapid growth, air pollution or inequalities, the course of scientific dialogue shifted to assess the advantages and unexplored capacity of cities. Since these rapid challenges vary in many forms and depths, the spectrum of solutions also covers a wide range of interventions and policy measurements.

As a deductive methodological approach, a qualitative analysis of current policy documents and scientific literature introduces that cities shall be investigated not only as contributors to climate change but as patrons of sustainability, while the applied systematic review presents quantitative overview about the state of the art in current urban development concepts.

The presentation concludes that as much as urban settlements are undoubted contributors to climate change, they also act as resourceful ecosystems promoting sustainable development.

Az előadás az Innovációs és Technológiai Minisztérium ÚNKP-19-3-I kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának szakmai támogatásával készült.