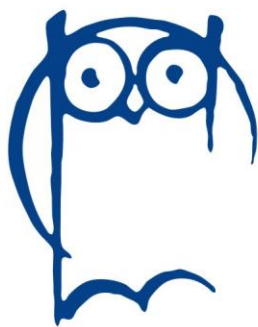


INTÉZMÉNYI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIA

rezümé kötet



Gyöngyös, 2020. november 25.

**SZENT ISTVÁN EGYETEM
KÁROLY RÓBERT KAR, GYÖNGYÖS**

INTÉZMÉNYI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIA

rezümé kötet

Gyöngyös, 2020. november 25.

**SZENT ISTVÁN EGYETEM
KÁROLY RÓBERT KAR, GYÖNGYÖS**

SZIE Egyetemi Tudományos Diákköri Bizottság, Gyöngyösi Károly Róbert Kar

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

SZIE TDK Bizottság, Gyöngyösi Károly Róbert Campus

Elnök: Szabóné Dr. Benedek Andrea PhD, egyetemi docens

Titkár: Dr. Koncz Gábor PhD, egyetemi docens



Felelős kiadó: Dr. habil Bujdosó Zoltán, a Gyöngyösi Károly Róbert Kar dékánja,

Kiadó: Szent István Egyetem Károly Róbert Kar, Gyöngyös

A RENDEZVÉNY TÁMOGATÓI



TARTALOMJEGYZÉK

Tartalomjegyzék.....	5
A Tudományos Diákköri Konferencia programja.....	6
GAZDASÁG- ÉS AGRÁRTUDOMÁNYI SZEKCIÓ	7
EARLY BIRD RESEARCHERS - Fiatalkutatók a tudomány világában SZEKCIÓ	18
Szerzők jegyzéke.....	22

A TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIA PROGRAMJA

2020. november 25.

9:00 **Megnyitó**
Prof. Dr. Gyuricza Csaba mb. rektor videóüzenete
Szekcióelnökök

9:30 **Szekcióülések**

GAZDASÁG- ÉS AGRÁRTUDOMÁNYI SEKCIÓ

Elnök: Dr. Tamus Antalné, főiskolai tanár, professor emerita SZIE KRK
Tagok: Dr. Herczeg Béla, főiskolai tanár SZIE KRK
 Dr. Téglá Zsolt, egyetemi docens SZIE KRK
 Dr. Zörög Zoltán, főiskolai docens SZIE KRK
 Orbán Eszter, hallgató SZIE KRK

Titkár: Lénárt Dóra, SZIE KRK

A szekció online elérhetősége: https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_N2I4OGMwNjltMTUwMC00M2Q2LWlwYTAyYTIhMTVhM2UwMGY0%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%224ae1b9d9-0d1b-4d0b-a03a-d412d708a99e%22%2c%22Oid%22%3a%22b5bc4f4e-1f32-435e-ae4e-7323f60719c9%22%7d

EARLY BIRD RESEARCHERS - FIATAL KUTATÓK A TUDOMÁNY VILÁGÁBAN SEKCIÓ

Elnök: Dr. Erdélyi Tamás, főiskolai docens SZIE KRK
Tag: Dr. Ambrus Andrea, egyetemi adjunktus SZIE KRK
Tag és titkár: Fiser Noémi, egyetemi tanársegéd SZIE KRK

A szekció online elérhetősége: https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_MThkNzFjYTgtMmQ2My00YmVhLWlyNzktN2Y3MDMzMWViMmZh%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%224ae1b9d9-0d1b-4d0b-a03a-d412d708a99e%22%2c%22Oid%22%3a%22b5bc4f4e-1f32-435e-ae4e-7323f60719c9%22%7d

Eredményhirdetés

GAZDASÁG- ÉS AGRÁRTUDOMÁNYI SEKCIÓ

A szekció online elérhetősége: https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_N2l4OGMwNjltMTUwMC00M2Q2LWlwYTAtYTlhMTVhM2UwMGY0%40thread.v2/0?context=%7b%22id%22%3a%224ae1b9d9-0d1b-4d0b-a03a-d412d708a99e%22%2c%22oid%22%3a%22b5bc4f4e-1f32-435e-ae4e-7323f60719c9%22%7d

Elnök: Dr. Tamus Antalné, főiskolai tanár, professor emerita SZIE KRK
Tagok: Dr. Herczeg Béla, főiskolai tanár SZIE KRK
Dr. Téglá Zsolt, egyetemi docens SZIE KRK
Dr. Zörög Zoltán, főiskolai docens SZIE KRK
Orbán Eszter, hallgató SZIE KRK

Titkár: Lénárt Dóra, SZIE KRK

A szekció résztvevői:

BAZSIK ISTVÁN (MSc, Vidékfejlesztési agrármérnök szak)
BORTURISZTIKAI ÉS BORFOGYASZTÓI FELMÉRÉS MONORON
Témavezető: Dr. Koncz Gábor, egyetemi docens

DOBOS JUDIT (MA, Turizmus menedzsment szak)
A PENTA HELIX INNOVÁCIÓS MODELL MEGVALÓSULÁSÁNAK VIZSGÁLATA A NONPROFIT SEKTORBAN
Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, egyetemi docens

FAZAKAS RITA TÍMEA (BA, Pénzügy és számvitel szak)
GENERÁCIÓK KÖZÖTTI KÜLÖNBSEGEK AZ ÖNGONDOSKODÁS TEKINTETÉBEN
Témavezető: Dr. Csernák József, adjunktus

FÜLÖP GÁBOR (BSc, Mezőgazdasági mérnök szak)
HALFAUNISZTIKAI VIZSGÁLATOK MAGYARORSZÁGON, HORGÁSZBEFOGÁSI (NÉBIH) ADATOK ALAPJÁN
Témavezető: Szabóné Dr. Béres Beatrix, adjunktus

HORVÁTH ALEXANDRA (BA, Pénzügy-számvitel szak)
A CSALÁDI OTTHONTEREMTÉSI KEDVEZMÉNY HATÁSAI
Témavezető: Dr. habil Baranyi Aranka, egyetemi docens
Dr. Csernák József, adjunktus

KRECH PÉTER (MA, Vezetés és szervezés szak)
AZ AUTOMATIZÁCIÓ ÉS A ROBOTIKA MOTIVÁCIÓRA GYAKOROLT HATÁSAI
Témavezető: Dr. Herneczky Andrea, főiskolai docens
Dr. Csernák József, adjunktus

NAGY RÉKA (Bsc, Kereskedelem és marketing szak)

*„KARITATÍV KERKEZÉS” A JÓTÉKONYKODÁS MOTÍVUMAINAK MARKETING
SZEMPONTÚ ELEMZÉSE*

Témavezető: Dr. Domán Szilvia, főiskolai docens

VARGA ZSOLT (Bsc, Gazdaságinformatika szak)

A TOMORY GÁBOR NÉPTÁNCISKOLA HIVATALOS WEBOLDALA

Témavezető: Dr. Pántya Róbert, főiskolai docens

VARTIK MELINDA (Msc, Vezetés és szervezés szak)

*TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁSOK, MINT INNOVÁCIÓS LEHETŐSÉG CIVIL
SZERVEZETEK RÉSZÉRE*

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, egyetemi docens

ITDK SZIE Károly Róbert Kar, Gyöngyös

Borturisztikai és borfogyasztói felmérés Monoron Bazsik István, Vidékfejlesztési agrármérnök Msc. II. évfolyam Dr. Koncz Gábor, PhD egyetemi docens

Problémafelvetés

Magyarország szőlészeti, borászati és borturisztikai piacának a nagy termelési centrumok mellett több kiemelt turisztikai szereplője is van, ilyen többek közt Tokaj, Eger és a Balaton-felvidék. Ebben a környezetben lenne szükséges Monornak, a monori bornak, és a helyi pincefalunak megtalálni a helyét, szerepét, lehetőségeit.

Kutatási célkitűzés

Felmérni a monori bor, és a pincefalu ismertségét, elismertségét, illetve az alapvető fogyasztói igényeket.

Hipotézisek

A monori bor ismertsége a Monori járás, illetve Budapest és agglomerációja kivételével alacsony szintű a fogyasztók száma alapján. A monori bor minősége a fogyasztók megítélése szerint jó, azért a magyar átlaghoz hasonló árat hajlandóak fizetni. Az OEM megjelölésről a fogyasztók többsége nem rendelkezik megfelelő ismeretekkel, ezért a Monori OEM megjelölés pénzben kifejezhető hozzáadott értéke jelenleg kérdéses. A palackozott borok iránti érdeklődés és fizetési hajlandóság nagyobb, mint a folyóboroké, így a termelőknek ebbe az irányba érdemes fejleszteni. Ahhoz hogy a generációk közti ízlésbeli különbségeket a termelők lekövethessék, a fehérbor-termelés mellett a rozé borok készítésére érdemes koncentrálni.

Anyag és módszer

A vizsgálatok során primer adatgyűjtés került végrehajtásra 21 pontos kérdőívvel, amelyet online, illetve papír alapon lehetett kitölteni. Az online kérdőív kitöltésére önkényes mintavétellel került sor, ezt követően a kézi ívek gyűjtése során koncentrált mintavételezésre került sor így törekedve a kemény változók szerinti reprezentativitás elérésére. Az adatok feldolgozása során SPSS programmal kétmintás T-próba, keresztábrás vizsgálat, és χ^2 próba került végrehajtásra.

Kutatási eredmények

A helyieken kívül más számára alig ismert Monor hegyközség, a pincefalu, illetve az az unikális érték, hogy itt található Európa egyik legnagyobb egybefüggő területen fekvő pincefaluja. A monori borral ugyan már találkoztak a hazai fogyasztók, de ez nem elegendő ahhoz, hogy visszatérően fogyasszák is azt, tehát az országos fogyasztói bázis kialakítása távolinak tűnik, a Budapest és környéki expanzióra viszont érdemes koncentrálni. A megkérdezettek többsége szerint, a monori bor jó, a palackozott borért többet fizetnének a fogyasztók, mint a korrigált átlagár. A Monori OEM megjelölés jelenleg kevésbé ismert, a fogyasztók számára nem képez hozzáadott értéket. A palackozott monori borért a fogyasztók az átlagnál magasabb árat hajlandóak fizetni. A Z generáció nem kedveli a vörösbort, a rozé bor kedvelők aránya jóval nagyobb, mint más generációknál.

Következtetések, javaslatok

A közel ezer pincét számláló Európai szinten is jelentős monori pincefalu, mint fő marketingelem jelenjen meg egy önálló jelmonddal és intenzív marketing kampánnyal. A rendezvények és azok színvonalának jövőbeni fenntartása hasznos. A Monori bor helyi fogyasztói bázisa erős, a budapesti piac közelsége, és a fogyasztói attitűdök alapján az esetleges piaci expanzió javasolt. A kisebb termelőknek is érdemes a borpalackozást megoldani. A rozé borok termelésére érdemes koncentrálni, az ahhoz szükséges reduktív technológiai kapacitást bővítésével. A Monori OEM-hez fűződő brand építési elképzeléseket felül kell vizsgálni.

**A PENTA HELIX INNOVÁCIÓS MODELL MEGVALÓSULÁSÁNAK
VIZSGÁLATA A NONPROFIT SZÉKTORBAN**

Dobos Judit, Turizmus Menedzsment MA I. évfolyam
Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, egyetemi docens

Problémafelvetés és kutatási célkitűzés

Többféle innovációs modell létezik. A „hármás spirál modell” továbbgondolásaként megjelent a „Quadruple” és a „Penta Helix” elmélete, melyek egyfajta idealizált működést mutatnak a modell alrendszerai, alkotói között. A valóság azonban az idealizált világgéppel nem minden esetben egyezik meg. Kutatásom célja: a Penta Helix (Quintuple Helix) elméleti, innovációs modelljét a gyakorlatban is megvizsgálni, külföldi, nonprofit szektorban gyűjtött tapasztalataimat felhasználva. Célom, a szervezetek működési hátterét összevetve, következtetésre jutni a modell való életben történő alkalmazhatóságával kapcsolatban.

Anyag és módszertan

A felvázolt téma mélyrehatóbb elemzési lehetőségének érdekében, a szekunder kutatás mellett, primer vizsgálatokat is végeztem, elsősorban esettanulmányok és mélyinterjú formájában. Az esettanulmányok során elemeztem egy skandináv, egy mediterrán és egy afrikai szervezet működését, a Quintuple Helix modellt alapul véve. Mélyinterjút készítettem a Newill Academy Development Project egyik építészevel. Kutatásaim során hangsúlyt fektettem az intézmények partner hálózatainak, támogatóinak, adományozóinak elemzésére éppúgy, ahogy az emberi erőforrást biztosító hátterükre.

Kutatási eredmények

A Quintuple Helix modell gyakorlatban történő vizsgálata három különböző ország nonprofit szervezeteinek tekintetében igazolta az elmélet gyakorlati működőképességét. A skandináv intézmény példája ugyanis reprezentálja azt, hogy a modell bizonyos tényezők függvényében a gyakorlatban is működőképes lehet. A másik két szervezet esetében, bizonyos dimenziók azonban hiányoznak.

Következtetés és javaslat

A modell gyakorlati alkalmazhatósága egy jól működő, kapitalista rendszerben, fejlett társadalom esetében beigazolódni látszik. Ez a működési forma, a különböző helixek minél hatékonyabb bevonásával példaként szolgálhat olyan társadalmak és szervezetek számára, melyek a skandináv országok fejlettségét, infrastrukturális hátterét, szociális és szervezeti hálójának szintjét jelenleg még nem érik el.

Generációk közötti különbségek az öngondoskodás tekintetében

Fazakas Rita Tímea, Pénzügy és számvitel szak, II. évfolyam

Témavezető: Dr. Csernák József, PhD adjunktus

Kutatásom témájának az öngondoskodás vizsgálatát választottam Magyarországon. Azért erre a témára esett a választásom, mert gyerekkorom óta pénzügyi tudatosságra neveltek a szüleim. Megtanították hogyan tudok takarékoskodni és pénzügyi döntéseim során milyen tényezőket vegyek figyelembe. Nap, mint nap azt tapasztalom, hogy a velem egyidős fiatalok a szüleik támogatására szorulnak, ha dolgoznak is minden keresetüket mulandó dolgokra költik, gondolok itt például a gyakori külföldi utakra, koncertekre, reggelig tartó mulatozásokra, illetve drágább termékekre, melyekért az értékük többszörösét is hajlandóak kifizetni, kizárólag azért, mert fel van tüntetve rajtuk egy híresebb márka logója. Ezeket a problémákat gyakran a pénzügyi ismeretek hiányának tulajdonítják, így aktuálisnak tartom a kérdéskörrel való foglalkozást.

TDK Dolgozatomat a generációk megtakarítási szokásairól írtam. Azért ezt a témát választottam, mert úgy véltem érdemes foglalkozni a generációk közti különbségekkel, hogy megfigyelhessük hova tart a világ, és ha szükséges időben tudjunk lépni a megoldásában.

Az alábbi hipotéziseket a szakirodalom áttanulmányozása után fogalmaztam meg:

1. A Z generációra vannak a legnagyobb hatással a reklámok.
2. A Z generáció anyagilag kevésbé független, mint az X vagy az Y.
3. Az X generáció a biztonságos megtakarításokat, míg az Y, Z generáció a nagyobb hozamot preferálja.
4. A Z generáció tagjai kevésbé veszik figyelembe a minőséget.
5. A fiatalabb generációk kevésbé figyelnek oda megtakarításaikra, mint elődjük.

Kutatásom során kérdőív formájában gyűjtöttem össze a számomra releváns információkat. A kérdőívem legfontosabb részét a születési év és az iskolai végzettség jelentette, ugyanis főleg e két komponens alapján tudtam alátámasztani, illetve megcáfolni hipotéziseimet. A kérdőívemben jövedelemmel, megtakarítással kapcsolatos kérdéseket tettem fel, mivel kíváncsi voltam a különböző generációk pénzügyi tudatosságára és ismereteire is. A felvetéseim igazolására készítettem a feleletválasztós, rövid válaszadós, illetve rács feleletválasztós kérdésekből álló kérdőívet. A „rács feleletválasztós” kérdésben különböző kijelentésről kellett döntenie a válaszadónak egytől ötig terjedő Likert-skálákon, hogy mennyire igaz rá, illetve ért egyet az adott állítással. Az így szerzett adatokat Microsoft Excel szoftver segítségével rendszereztem, illetve ennek a szoftvernek a segítségével készítettem el a dolgozatban szereplő diagramokat és a bizonyításhoz használt Pearson-féle Khi-négyzet (χ^2) próbákat is.

A felsorolt hipotézisekből a második és negyedik felvetéseimben megerősítettek az első, harmadik és ötödik hipotézisemben megcáfoltak a kapott eredmények. Az eredmények kapcsán javaslom a pénzügyek hasznosíthatóságának gyakorlati oktatását minimum középiskola első osztályától bevezetni, mivel úgy gondolom ez a korosztály már alkalmas ezeknek az ismereteknek a befogadására. Illetve a szülők pénzügyi továbbképzésének állami támogatását is javaslom, hogy ezek tekintetében ők is tudják gyermekeik pénzügyi tudatosságát fejleszteni már kisgyermek koruktól. A továbbiakban javaslom az állami szerepvállalás növelését, hogy a médián keresztül (akár reklámokkal) nevelje pénzügyi tudatosságra az idősebb generációkat is.

**HALFAUNISZTIKAI VIZSGÁLATOK MAGYARORSZÁGON,
HORGÁSZBEFOGÁSI (NÉBIH) ADATOK ALAPJÁN**

Fülöp Gábor, Mezőgazdasági mérnöki (Bsc) II. évfolyam

Témavezető: Szabóné Dr. Béres Beatrix, PhD, adjunktus

Problémafelvetés

A halgazdálkodást folytató egységeknek törekedni kellene arra, hogy a horgászok számára egyre bővülő halkínálatot nyújtson pl.: nagyobb (10kg fölötti) pontyok és amurok. A különböző halfajok eltérő tenyésztéstechnológiája miatt, nevelésük olykor nagyon költséges és sok időt is igényel. A halakat telepítésétől a befogásukig nagyon sok eltérő hatás éri.

Kutatási célkitűzés

Célom, hogy egy átfogó képet kapjak Magyarország minden megyéjében, kiemelten Budapesten a különböző halfajok eloszlásáról a horgászok által leadott fogási napló összesített adatai alapján. Megvizsgálom, hogy a szélsőséges időjárás miként befolyásolja a halbefogásokat.

Kutatási kérdés(ek)

Milyen eloszlásban és milyen mennyiségben vannak jelen a különböző halfajok Magyarország területén? Mely halfajok vannak kimagasló mennyiségben jelen, és mely halfajok a számát szükséges esetlegesen gyarapítani?

Hipotézis(ek)

Feltételezem, hogy a 2018-as évben, annak szélsőséges időjárási körülményei miatt kevesebb halat fogtak a öt legtöbbet fogott kategóriából, mint 2017-ben. Horgászként azt feltételezem, hogy a ponty lesz minden vizsgált területen a legtöbbet fogott halfaj. Feltételezem, hogy a törpeharcsa, mint invazív halfaj, jelentősen el van szaporodva Magyarország egész területén, így az általam közölt ranglistán szerepelni fog.

Anyag és módszer (a kutatás adatbázisa, módszertana)

Vizsgálatomat a NÉBIH 2017-2018-as megyei összesítő táblázatai segítségével építem fel. Dolgozatomat Microsoft Office Word 2007-es és 2020-as változatok segítségével írtam meg és szerkesztettem. Táblázatokat és diagramokat a Microsoft Office Excel 2007 és 2020-as változatokkal csináltam.

Kutatási eredmények

19 megyét és Budapest területén vizsgáltam az öt legtöbbet fogott halfaj kategóriát. Vizsgálatommal stabil képet kaptam arról, hogy globálisan mik az erősségei és gyengeségei a magyarországi halgazdálkodásnak horgászati szempontból.

Következtetések, javaslatok

Keszegfélék telepítésének mennyiségét célszerű lenne tovább növelni, mely a gyerekek horgásztatásában játszana nagyon fontos szerepet. Véleményem szerint olcsóbbá tenné a telepítéseket, ha már ivadék korban kerülnének ki a halak a horgászvizekbe. Ezzel időt és pénzt is meg lehetne spórolni, mivel a horgásztó ideális nevelőtő is lehet.

A CSALÁDI OTTHONTEREMTÉSI KEDVEZMÉNY HATÁSAI

Horváth Alexandra, pénzügy-számvitel szak, II. évfolyam

Témavezetők: Dr. Baranyi Aranka, egyetemi docens

Dr. Csernák József, adjunktus

Problémafelvetés

Fő probléma, hogy Magyarország népessége a '80-as évek elejétől folyamatosan csökken. A fiatal felnőttek életében fontos lépés az önálló lakhatás megszerzése családjuk biztonságban tartásához. Viszont az alacsony jövedelmük akadályozza a helyzetüket a lakáspiacon, ezért egyre kevesebb gyermek születik. Ezen problémák javítására az állam létrehozta a Családi Otthonteremtési Kedvezményt.

Kutatási célkitűzés

Szakedolgozatom célja, hogy megismerjem mind a fiatalabb és mind az idősebb korosztály CSOK-hoz való viszonyulását illetve szeretnék egy átfogó képet kapni az állami támogatás hatékonyságáról. Továbbá szeretném megismerni a háztartások megtakarítási fontosságát és képességét.

Kutatási kérdés(ek)

Tanulmányi munkám során megvizsgáltam a lakossági megtakarítási eszközöket. Ezután ismertettem a CSOK támogatás szabályozását és kitértem Magyarország lakáspiaci helyzetére és a hazai gyermek születésszámra.

Hipotézis(ek)

H1: A háztartások személyes megtakarítási rátájuk növekedését befolyásolja jövedelmük nagysága és iskolai végzettségük.

H2: A Családi Otthonteremtési Kedvezményhez sok fiatal pozitívan viszonyul.

H3: A Családi Otthonteremtési Kedvezmény növeli a fiatalok megtakarítási rátáját.

Anyag és módszer (a kutatás adatbázisa, módszertana)

Primer kutatásom során kérdőíves felmérést végeztem, melyet 259 fő töltött ki online. Az adatok elemzéséhez és kiértékeléséhez keresztábra elemzést és varianciaanalízis vizsgálatot végeztem. Továbbá a kvantitatív kutatásom kiegészítéseként mélyinterjú felmérést végeztem.

Kutatási eredmények

Kutatásomból kiderül, hogy sem a jövedelem nagysága sem az iskolai végzettség nem befolyásolja a megtakarítás tényét. Sok fiatal óvatos a CSOK támogatás igénybevitelével kapcsolatban, viszont az igénybevevők esetében pozitívan hat a megtakarítási hajlandóságukra.

Következtetések, javaslatok.

Véleményem szerint a megtakarítási termékekkel és támogatásokkal kapcsolatban széleskörű információt kellene a háztartások rendelkezésére bocsájtani. A pénzügyi intézmények a digitális csatornák fejlesztésével, új digitalizált folyamatok bevezetésével segíthetné a lakosságot a gyorsabb, hatékonyabb ügyintézésben.

AZ AUTOMATIZÁCIÓ ÉS A ROBOTIKA MOTIVÁCIÓRA GYAKOROLT HATÁSAI

Kretz Péter, Vezetés és szervezés MA, II. évfolyam

Témavezetők: Dr. Herneczky Andrea, PhD, főiskolai docens

Dr. Csernák József, PhD, adjunktus

Problémafelvetés és kutatási célkitűzés

Napjainkban egyre inkább teret nyer a robotika, automatizáció. Tanulmányomban azzal foglalkozom, vajon a robotizációnak van-e befolyásoló tényezője a humán tőke motiváltságára. Jelenleg elég nehéz megmondani, mennyire változtatják meg a jelenlegi munkaköröket és milyen új feladatokat hozhat létre a technológiai fejlődés.

Anyag és módszertan

A kutatásom arra irányul, hogy a munkavállalók, hogyan viszonyulnak az automatizáció és robotika térnyeréséhez.

Áttanulmányoztam a témában releváns szakmai forrásokat, nemzetközi publikációkat, cikkeket, a kérdéses témában jártas és hozzáértő szakértők anyagait.

Az analízisem során kvantitatív jellegű primer kutatást végeztem, melynek formája kérdőív volt. Az empirikus kutatás során begyűjtött adatokat leíró statisztika segítségével értelmeztem. Továbbá keresztábra-elemzési módszert alkalmaztam, mely során több változó közötti összefüggésvizsgálatot értékeltem. A keresztábra-elemzés során Khi-négyzet statisztikát alkalmaztam, mellyel a változók összefüggésének statisztikai szignifikanciáját mértem.

Kutatási eredmények

Az egyértelműen látszik, hogy bizonyos demográfiai jellemzők és attitűdök esetén más és más kapcsolódási viszony figyelhető meg a munkavállalók és az automatizáció között.

Az szinte biztosnak tekinthető, hogy a munkavállalók hallottak arról és érzékelik, hogy a változás elkezdődött és roham tempóban haladunk afelé, hogy a robotika és az automatizáció minél magasabb arányban jelen legyen a munkánk során.

A munkavállalók a hozzáadott munka végzésében látják a motivációjuk megtartását és szívesen részesül az átképzési stratégiáknak. Ezt a fajta motivációt a munkáltatóknak mindenképpen fenn kell tartani és hozzásegíteni a munkavállalókat, hogy motivált és értékteremtő gondolkodásmódot, illetve hozzáállást tanúsítsanak a munkájuk során.

Következtetés és javaslat

A kreativitásnak, az innovatív szemléletmódnak kell előtérbe kerülnie. Azok az attitűdök, amelyek ebben a motivált közegben „szocializálódnak” digitálisan, fogják meghatározni a későbbi munkaerőpiaci potenciálokat

Kulcsszavak: #automatizáció #motiváció #digitális kultúra #hozzáadott érték.

„KARITATÍV KEREKEZÉS” A JÓTÉKONYKODÁS MOTÍVUMAINAK MARKETING SZEMPONTÚ ELEMZÉSE

Nagy Réka, Kereskedelem és marketing BA szak
Témavezető: Dr. Domán Szilvia, főiskolai docens

Problémafelvetés és kutatási célkitűzés

Dolgozatom témájaként saját „vállalkozásom”, a Karitatív kerekezés megszületését, hátterét és működését elemeztem. Az általam útjára indított kezdeményezés célja, hogy jótékonyági sportolóként összekötsem az anyagi segítségre szoruló embereket, vagy intézményeket a támogatókkal. A kutatásom célja a jótékonykodás általános megítélésének felmérése, a válaszadók adományozási intenzitásának, valamint az adományozás módjainak, céljainak és mértékének megismerése, az adományozás motivációjának és további szempontjainak kutatása és végül a hitelesség megítélésének megismerése.

Kutatási kérdések

Mit tesz hitelessé, vagy éppen hiteltelenné egy jótékonyági adománygyűjtő akciót? Mi alapján döntenek el a magán adományozók és mi alapján a cégek vezetői, hogy milyen felhívást találnak támogatásra érdemesnek? A segítség mely módszereit részesítik előnyben a legtöbben? Milyen hatást gyakorolnak az országos médiában megjelenő, alapítványi visszaélésekről szóló hírek az egyén döntésére?

Hipotézisek

Feltételeztem, hogy:

- A személyes érintettség (azaz pl. ha egy közeli barát, rokon, ismerős, vagy ő maga egy adott betegséggel él) hatással van arra, hogy valaki milyen alapítványt, szervezetet, egyesületet, kezdeményezést támogat.
- Az egyén jótékonykodással kapcsolatos döntését befolyásolja, hogy közvetve, vagy közvetlenül ismeri-e az adománygyűjtőt. (Könnyebben támogatnak pl. olyan kezdeményezést, aki mögött egy általuk, vagy barátjuk / ismerősük által ismert személy áll.)
- Az alapos tájékoztatás és a rendszeres kommunikáció egyaránt fontos, hiszen a támogatók ez alapján döntenek arról, hogy milyen kezdeményezésnek ajánlják fel adományukat.
- A nagy, országos szinten ismert alapítványokról szóló visszaélésekkel kapcsolatos hírek, botrányok, még évekkel később is hatással vannak az emberek hozzáállására.
- Egy személyesen átélt rossz tapasztalat jó példával is nehezen írható felül.

Anyag és módszer

A kutatás előkészítése után külső és belső szekunder kutatást végeztem, majd ezt követően többféle, kvalitatív és kvantitatív primer kutatási módszert is alkalmaztam a téma feltárására.

A jótékonyossággal kapcsolatos kutatásaim előkészítéseként egy szűkebb körben történő beszélgetés (mélyinterjú) sorozatot végeztem feltáró kutatásként, melyek célja egy standard interjúhoz alkalmazható kérdőív témaköreinek összeállítása, megalapozása volt.

A kvantitatív kutatási módszerek közül a kérdőíves online kutatást választottam, melyben 297 fő vett részt.

Kutatási eredmények, következtetések és javaslatok

Egy hipotézisemet támasztották alá a kutatási eredményeim, a további négy részben igazolódott be. Ezekben az esetekben más álláspontot képviseltek azok, akik magányszemélyként adományoznak és azok, akik egy céget képviselnek a jótékonyági kezdeményezések támogatásával.

Kutatásomból kiderült, hogy a rendszeres és alapos kommunikáció, valamint a személyes kapcsolatok megléte kiemelten fontos egy jótékonyági kampány sikeréhez.

A Karitatív kerekezéssel kapcsolatban elsődleges célom a kommunikációm hatékonyabbá tétele, valamint a megfelelő csatornák felkutatása a lehető legszélesebb kör eléréséhez. Nem szeretnék csapatot bővíteni, hiszen csak a saját tetteimért, ígéreteimért tudok felelősséget vállalni. Fontos, hogy hű tudjak maradni a számomra fontosnak tartott értékekhez.

A TOMORY GÁBOR NÉPTÁNCISKOLA HIVATALOS WEBOLDALA

Varga Zsolt, gazdaságinformatika szak, végzős évfolyam

Dr. Pántya Róbert, főiskolai docens

Amióta az eszemet tudom, mindig is foglalkoztatott a néptánc és egészen kisiskolás korom óta művelője vagyok a különböző táncoknak szerte a Kárpát-Medencéből. A Tomory Gábor Néptánciskola táncos tagjaként úgy éreztem, hogy az érdeklődőknek és a nézőknek szeretnék készíteni egy platformot, ahol betekintést nyerhetnek a tánciskola múltjába, a táncegyüttesek mindennapjaiba és tájékozódhatnak, az elmúlt és a még elkövetkezendő fellépéseinkről, programjainkról, elért eredményeinkről.

A kutatásom célja, hogy a többi néptáncegyütteshez hasonlóan, én is bemutassam a vidéki tánciskolánkat a WordPress weblapszerkesztő program segítségével. Szeretném bizonyítani, hogy egy weblapszerkesztő alkalmazással is lehetőség van egy teljes értékű webes alkalmazás létrehozására, amely felveszi a versenyt a teljesen önállóan készített, kézzel kódolt weblapokkal is.

Mennyire találunk a felhasználók átláthatónak egy oldalt? Mért ítéli el számos informatikus és webfejlesztő a WordPress-t és a hasonló webszerkesztő alkalmazásokat? Milyen irányba fejlődik az informatika a jövőben?

A hipotézisem szerint, ahogy a világ is egyre jobban fejlődik és felgyorsul, hasonló ütemben változik vele a technológia és az informatika is. Ezt számos programozási nyelv, illetve módszer is alátámasztja. Véleményem szerint azért, mert egy folyamatot átláthatóbban hajtanak végre és felgyorsítva alkalmaznak, nem veszít a sikerességéből.

Az általam felhasznált forrásokat a tánciskolát működtető testvérpár Tomory Kinga és Tomory Gergely bocsátotta a rendelkezésemre. A dolgozatomhoz felhasznált szakirodalmat elektronikus formában megtalálható szakkönyvekből merítettem, emellett az egyetem falai közt tanult tudásomra és webfejlesztés során gyűjtött tapasztalataimra hagyatkoztam.

Kutatásom során, számos magyar néptánchagyományok ápolásával foglalkozó honlapot felkutattam, köztük neves és sokak körében ismert néptáncegyüttesekét is. A Tomory Gábor Néptánciskola hivatalos honlapjának megalkotása előtt, a képzeletemben felvázoltam az oldalt és a felépítését, amelyet Kingával és Gergellyel folyamatos kapcsolattartás és egyeztetéseket követően megszerkesztettem. A végeredményt tekintve, mind áttekinthetőség, mind pedig kezelhetőség szempontjából, felveheti a versenyt a hasonló témákat feldolgozó weboldallal. Véleményem szerint, mielőtt bármely fejlesztő megszerkesztené a kívánt weboldalát, érdemes körültekintően meglátogatni minél több oldalt, amelynek egyezik a tartalma. Számos következtetés levonható a felhasználói felületből és abból, hogy mi, mint felhasználók, hogyan képzelünk el egy weboldalt.

TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁSOK, MINT INNOVÁCIÓS LEHETŐSÉG CIVIL SZERVEZETEK RÉSZÉRE

Vartik Melinda, Vezetés és szervezés MA szak, I. évfolyam

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus

Problémafelvetés: Az elmúlt évek alatt igen sok civil szervezet szűnt meg, de emellett több újfajta nonprofit szervezet is létrejött, melyek a társadalmi vállalkozások. A csökkenő pályázati lehetőségek, adományok, egyéb forráslehetőségek arra készítetik a civil szervezeteket, hogy a közhasznú tevékenységeiket bevétel generálásra fordítsák.

Az 1950-es évektől egyre jobban érvényesítik a vállalatok szabályozásban a fenntarthatóság elvét, hogy nyereségorientált működés, profittermelés mellett a tevékenységük társadalmi és környezeti hatásaival is foglalkozzanak. A zöld gazdaság nem életképes, mert nincs a megvalósításra elegendő forrás. Köztes megoldásként a gazdaságban létrejöttek a társadalmi vállalkozások, mely olyan tudatosan tervezett vállalkozói tevékenység, amely a társadalmi problémák innovatív megoldására jött létre.

Kutatási célkitűzés: A dolgozatom két cél feltárására irányul: elsősorban, mi szükséges egy civil szervezetnek ahhoz, hogy társadalmi vállalkozássá fejlődjön, s ennek érdekében hogyan tudja a vezető személyes kompetenciáit fejleszteni. Másodsorban célom az is, hogy már jól működő társadalmi vállalkozásokat állítsak példaként.

Kutatási kérdések: A társadalmi vállalkozás átmenet a nonprofit és a profit szektor között? Hogyan ötvözhető a gazdasági tevékenység és a szociális problémák megoldására való törekvés? Mi szükséges a sikeres átmenet biztosításához?

Hipotézisek: A társadalmi vállalkozássá való fejlődés során gátat jelent a szervezeteknek az anyagi háttér, korlátozott pályázati források elérése, csökkenő vállalati és magánadományozás, valamint a szakmai ismeretek hiánya. A megkérdezett már működő társadalmi vállalkozások bemutatták, honnan is indultak, milyen úton jutottak el a sikeres működéshez.

Anyag és módszer (a kutatás adatbázisa, módszertana): A primer kutatásom során mélyinterjút készítettem a Canvas modell alapján két már jól működő társadalmi vállalkozás ötletgazdájával. Az individuális értékek vizsgálatára kérdőívet küldtem ki az ország különböző területein működők civil szervezeti vezetők részére. Esettanulmányban bemutattam egy jól működő társadalmi vállalkozás weboldalát a „7C” módszerrel.

Kutatási eredmények: A kitűzött célokhoz rendelt hipotézisek beigazolódtak a kutatás során. A civil szervezetek nincsenek felkészülve az üzleti szemléletű gondolkodásra, mert eddig nem voltak erre rákényszerülve. A forprofit szférának is érdemes lenne átgondolni a nyereségük felhasználását, hogy a tulajdonosok érdekeinek kielégítése mellett a társadalmi problémák javításához is nagyobb mértékben hozzájáruljanak. A gazdasági célok és társadalmi célok azonosítása alapelv a társadalmi vállalkozásoknál, s ezzel együtt a gazdasági problémák és szociális problémák adottak a célokhoz.

Következtetések, javaslatok: A civil gondolkodásmód még elég messze áll az üzleti gondolkodástól. Elsősorban azt tartom fontosnak, hogy egy szemléletváltás elinduljon a civil szektorban. Megtanulják a civil szervezeti vezetők, hogyan értékesítsék jó ötletüket és a felhalmozott szaktudásukat, az önkéntes munka helyett a foglalkoztatási jogviszony kerüljön előtérbe.

EARLY BIRD RESEARCHERS - FIATAL KUTATÓK A TUDOMÁNY VILÁGÁBAN SZEKCIÓ

A szekció online elérhetősége: https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_MThkNzFjYTgtMmQ2My00YmVhLWlyNzktN2Y3MDMzMWVIMmZh%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%224ae1b9d9-0d1b-4d0b-a03a-d412d708a99e%22%2c%22Oid%22%3a%222b5bc4f4e-1f32-435e-ae4e-7323f60719c9%22%7d

Elnök: Dr. Erdélyi Tamás SZIE KRK
Tag: Dr. Ambrus Andrea, egyetemi adjunktus SZIE KRK
Tag és titkár: Fiser Noémi, egyetemi tanársegéd SZIE KRK

A szekció résztvevői:

JÁRVÁS GERGŐ (12. évfolyam, Deák Ferenc gimnázium közgazdasági és informatikai szakgimnázium, Jászárokszállás)

AZ INFLUENCEREK HATÁSA A Z GENERÁCIÓRA

Témavezető: Kisfaludi Irén

JAKUS VIKTOR (12. évfolyam, Deák Ferenc gimnázium közgazdasági és informatikai szakgimnázium, Jászárokszállás)

AZ EGYESÜLT KIRÁLYSÁG 47 ÉVE AZ EU-BAN ÉS A BREXIT

Témavezető: Kisfaludi Irén

PAPP JÁNOS SÁNDOR (12. évfolyam, Deák Ferenc gimnázium közgazdasági és informatikai szakgimnázium, Jászárokszállás)

AZ INTERNET, AVAGY MI TALÁLHATÓ A JÉGHEGY ALATT

Témavezető: Kisfaludi Irén

AZ INFLUENCEREK HATÁSA A Z GENERÁCIÓRA

Járvás Gergő, 12. évfolyam, Deák Ferenc gimnázium közgazdasági és informatikai szakgimnázium, Jászárokszállás
Témavezető: Kisfaludi Irén

Problémafelvetés: Érdeklődés felkeltése a 2019. szeptember 13-án Budapesten megtartott influencer fesztivál témái iránt, amelyre az OTP Fáy András Alapítvány támogatásával 21 jászárokszállási diák látogatott el. A fesztivál mottója ebben az évben a „szeméttől a kincsekig” volt, ugyanis az internetes platformokon mindkét minőségű tartalommal találkozhatunk. Az esemény abban is segített, hogyan lehet „kincseket” gyártani. A téma nagyon aktuális, főként azért, mert a közösségi-média, a jó oldala mellett számos veszélyt is hordoz e generáció számára. A legnagyobb platform, ahol jelen vannak és jelenlegi életszakaszukban a legnagyobb aktivitással, ezért számukra a téma több terület mellett leginkább kiemelendő. Foglalkozni kell vele!

Kutatási célkitűzés: Cél az internet aktuális trendjeinek követése. Marketing szempontból értelmezni kell a social media, a tartalomgyártás és az influencer-marketing sikereit, trendjeit, lehetőségeit és problémáit.

Kutatási kérdések: Mi az „influencer” szó jelentése? Találkoztál már valaha influencerrel? Az influencerkedés melyik tudományhoz tartozik? Mi az „inbound” marketing fogalma? Volt-e már vásárlásod egy influencer hatására? Vásároltál egy influencer webshopjából? Gondolkodtál már valaha azon, hogy influencer legyél? Influencerek neve, akiket ismersz? Külföldi influencerek, akiket ismersz? A hazai vagy a külföldi influencereket tartod sikeresebbnek? Milyen oldalakon követsz influencereket?

Anyag és módszer (a kutatás adatbázisa, módszertana): A vizsgálathoz a jászárokszállási székhelyű Deák Ferenc Gimnázium, Közgazdasági és Informatikai Szakgimnázium diákjai által, primer kutatás kereteiben kitöltött kérdőíveket használtam fel.

Kutatási eredmények: Különböző internetes platformokon (Youtube, Instagram, Facebook, TikTok) több ezer követővel rendelkező híres emberekkel találkozunk a kutatásba bevont diákok, akiket ebből kifolyólag már ismernek. A középiskolás nemzedék fokozott érdeklődést mutat a téma iránt, a vizsgálat azt mutatja, hogy a korszerű ismereteik és a szolgáltatások igénybevétele sokszor nem ésszerű.

Következtetések, javaslatok:

A Social-médiában vloggerek, celebek, Instagram sztárok hemzsegnek, mint például „a Sziget Fesztiválon, de a cél más, az internet aktuális trendjeinek követése. Az utóbbi pár évtizedben tapasztalható robbanásszerű infokommunikációs fejlődés eredményeképpen a generációs vizsgálatok a marketing területén előtérbe kerültek. Fontos azonban, hogy új eszközrendszer igényel az Y és a Z generáció megszólítása és mások az egyes célcsoportok igényei.

A kutatás eredményei rávilágítottak arra hogy, a korosztály inspirált, ezzel a témával foglalkozni célszerű, élni kell az internetes platformok adta lehetőségekkel, úgy, hogy a kincset érő tartalmakat megtaláljuk.

Ezért ezeket figyelembe véve kell az influencer-kérdést megközelíteni.

AZ EGYESÜLT KIRÁLYSÁG 47 ÉVE AZ EU-BAN ÉS A BREXIT

Jakus Viktor, 12. évfolyam Deák Ferenc gimnázium közgazdasági és informatikai szakgimnázium, Jászárokszállás
Témavezető: Kisfaludi Irén

Problémafelvetés: Az Egyesült Királyság 2016. június 23-án hivatalosan is megkezdte a jogviszony felbontását az európai unióval, amelynek sorsdöntő procedúrája 2020. január 31.-én a CEU-s időzóna szerint éjfélkor következett be: megszűnt a brit uniós tagság. Ez idáig nem történt hasonló az EU történetében. A britek így kiléptek az EU piacából és vámunióból, megszűnt a kötelező befizetés is az EU büdzséjébe. Hogyan alakul Nagy-Britannia és az EU kereskedelme, a külföldi munkavállalók helyzete és milyen globális gazdasági hatást gyakorol az érintettekre.

Kutatási célkitűzés: A szakdolgozat célja, a Brexit lehető legfrissebb adatok alapján történő elemzése, az Egyesült Királyság, az Európai Unió és benne Magyarország gazdaságára gyakorolt hatása. Választ keres arra, hogy a középiskolásokat foglalkoztatja-e ez a téma és milyen mélységekben ismerik. Emellett megoldásokat, kínál arra, hogy ezen jövőjüket befolyásoló tényező iránt érdeklődjenek.

Kutatási kérdések: Mikor csatlakozott Nagy-Britannia az Európai Unióhoz? Milyen történelmi esemény következett be 2020. január 31-én az Európai Unió történetében? Mi ez az egész Brexit? A konzervatívok milyen érvei szóltak Nagy-Britanniában az önálló brit gazdaság mellett? Mit jelent a kereskedelmi megállapodás? Melyek azok a kérdések, amelyek miatt az Európai Unió és az Egyesült Királyság között nem jött létre a kereskedelmi megállapodás? A brexit milyen hatást gyakorol a magyar gazdaságra? A külföldi munkavállalók helyzete Brexit után? A változások lehetővé teszik, hogy az Európai Unió megújuljon, a brit kilépés kedvező hatásai.

Anyag és módszer (a kutatás adatbázisa, módszertana): A vizsgálathoz a jászárokszállási székhelyű Deák Ferenc Gimnázium, Közgazdasági és Informatikai Szakgimnázium diákjai által, primer kutatás kereteiben kitöltött kérdőívek kerültek felhasználásra.

Kutatási eredmények: a középiskolás nemzedéket érintő történelmi, gazdasági eseményről van szó. A diákokat érdeklődnek az életüket befolyásoló európai kilátások iránt, viszont a középiskolai tananyag nem nyújt ehhez elegendő ismeretet, felkészítést.

Következtetések, javaslatok: A Brexit tárgyalások kimenetele bizonytalan, hogy egy teljes körű kereskedelmi megállapodás váltja fel év vége után az EU-brit kapcsolatokat, vagy ennek hiányában válnak ki a Britek a közös piacból és a vámunióból.

A cél elvben egy olyan megállapodás, ami nem vámunió ugyan, de lehetővé teszi az áruk és szolgáltatások kereskedelmét zéró vámtételekkel, kvóták nélkül, ha lehet, minél jobban megkönnyített tőke- és korlátozott, de nem túlságosan nehezített munkaerőmozgások mellett.

A jövő év első napjától azonban az EU-országokból és az unión kívülről újonnan érkezőkre a brit kormány tervei szerint egységes bevándorlási szabályozás lép életbe, amely - főleg a jelentkezők szakképzettsége és angol nyelvtudása alapján - pontozásos kritériumrendszer alapján bírálja majd el a letelepedési kérelmeket.

Ezek a változások olyan hatással lesznek minden érintettre, amely mellett a középiskolás generáció sem mehet el. A kerttantervi tananyag erre nem készít fel, ezért kiemelt figyelmet kell szánni e területen a kortárcsoportok kibontakozásának és a társadalmi felelősségvállalásnak.

AZ INTERNET, AVAGY MI TALÁLHATÓ A JÉGHEGY ALATT

Papp János Sándor, 12. évfolyam Deák Ferenc gimnázium közgazdasági és informatikai szakgimnázium, Jászárokszállás
Témavezető: Kisfaludi Irén

Problémafelvetés: Az Internet információszerzés kulcsává vált. Innen olvashatjuk el a híreket a nagyvilágból, egy dolgozatra való felkészülésre is segítséget nyújthat és egy esetleges társaságon belüli szakmai vitában is jól jön ha „ráguglizunk” az adott témára..., de míg mi nyugodtan böngészünk vajon ki figyel minket?

Kutatási célkitűzés: A szakdolgozat célja, hogy feltárja, mennyire ismeri a középiskolás korosztály a biztonságos, felelős internethasználat szabályait. Rávilágítson a kiberbűnözés veszélyeire, hogy néhányan arra használják az internetet, hogy másoknak ártsanak, kellemetlenséget okozzanak. Emellett, felhívja a figyelmet a veszélyekre, megtanítja a net-etikett szabályait, eligazít, hogy internetes zaklatás esetén honnan lehet segítséget kérni.

Kutatási kérdések: A legjobb digitális eszközök azok, amik az analóg világban segítenek? Amit az ismerősöd képe alá kommentelsz elmondanád neki szemtől szembe is?

Történt veled már olyan dolog az interneten, ami kifejezetten bántott?

Az online gyűlölködés vagy egyéb probléma esetén tudod hová fordulhatsz segítségért?

Az online zaklatást hol lehet bejelenteni?

Biztos, hogy mindent meg kell osztanod magadról?

Használ sz jelmondatot?

Lehetőség, amit az internet biztosít számodra.

Lehetőség, amit az internet biztosít számodra és élsz vele.

Adathalászat – de mi is az?

Anyag és módszer (a kutatás adatbázisa, módszertana): A vizsgálathoz a jászárokszállási székhelyű Deák Ferenc Gimnázium, Közgazdasági és Informatikai Szakgimnázium diákjai által, primer kutatás kereteiben kitöltött kérdőívek kerültek felhasználásra.

Kutatási eredmények: A középiskolás nemzedék számára az internet legnépszerűbb felületei a közösségi oldalak. Lehet ismerkedni, kapcsolatot tartani a barátaikkal, chatelni, fényképeket, videókat feltölteni és megosztani, alkalmazásokat kipróbálni. Azt gondolják, hogy a virtuális térben való állandó jelenlétükkel nem maradhatnak le semmiről. Nincsenek tisztában azzal, hogy a közösségi oldalak felelőtlen használata számos veszély forrása lehet, ezért esnek gyakran áldozatul. Az igyekezet ellenére a korosztály nem mutat kellő tájékozottságot, és internethasználati szokásaik veszélyeket hordoznak magukban.

Következtetések, javaslatok:

A tizenéves korosztály állandó információdömpingben él. Nincs tisztában a biztonságos internethasználat szabályaival. Rá kell vezetni a felhasználókat arra, hogy milyen könnyen és észrevétlenül csúszhat ki kezünkől magánéletünk irányítása. Nem szabad lehetővé tenni, hogy mindent megtudjanak rólunk és visszaélésre adjunk lehetőséget.

Egyéni felelősség, amire kellő figyelmet kell fordítani. A kertetantervi tananyag erre nem készít fel, ezért kiemelt figyelmet kell szánni e területen a kortárcsoportok kibontakozásának és a társadalmi felelősségvállalásnak.

SZERZŐK JEGYZÉKE

BAZSIK ISTVÁN	9	JAKUS VIKTOR	20
DOBOS JUDIT	10	KREZ PÉTER	14
FAZAKAS RITA TÍMEA	11	NAGY RÉKA	15
FÜLÖP GÁBOR	12	PAPP JÁNOS SÁNDOR	21
HORVÁTH ALEXANDRA	13	VARGA ZSOLT	16
JÁRVÁS GERGŐ	19	VARTIK MELINDA	17