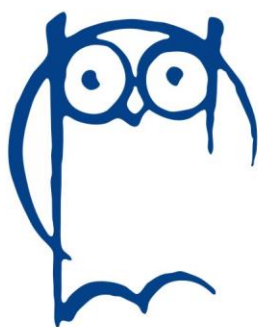




ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM
GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS

INTÉZMÉNYI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIA

rezümé kötet



Gyöngyös, 2020. május 13.

**ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM
GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS**

INTÉZMÉNYI TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIA

rezümé kötet

Gyöngyös, 2020. május 13.

**ESZTERHÁZY KÁROLY EGYETEM
GYÖNGYÖSI KÁROLY RÓBERT CAMPUS**

EKE Egyetemi Tudományos Diákköri Bizottság, Gyöngyösi Károly Róbert Campus

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

EKE GTK TDK Bizottság, Gyöngyösi Károly Róbert Campus

Szabóné Dr. Benedek Andrea PhD, adjunktus

EKE AVK TDK Bizottság, Gyöngyösi Károly Róbert Campus

Elnök: Dr. Konecz Gábor PhD, főiskolai docens

Tagok: Dr. Ambrus Andrea PhD, adjunktus

Dr. Tury Rita PhD, adjunktus

Lőcsei Viola, hallgató



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

Kiadó: Eszterházy Károly Egyetem Gyöngyösi Károly Róbert Campus

TARTALOMJEGYZÉK

Tartalomjegyzék.....	4
A Tudományos Diákköri Konferencia programja.....	5
VIDÉKFEJLESZTÉSI SZEKCIÓ	6
KÖZGAZDASÁGTANI (ANGOL NYELVŰ) SZEKCIÓ.....	8
Szerzők jegyzéke.....	13

A TUDOMÁNYOS DIÁKKÖRI KONFERENCIA PROGRAMJA

2020. május 13.

13:00 **Megnyitó**
Szekcióelnökök

13:20 **Szekcióülések**

VIDÉKFEJLESZTÉSI SZEKCIÓ

Elnök: Dr. Koncz Gábor, egyetemi docens EKE GYKRC
Tagok: Dr. Ambrus Andrea, adjunktus EKE GYKRC
 Dr. Szegedi László, egyetemi docens EKE GYKRC
 Tóth Adrienn Mária, hallgató EKE GYKRC

Titkár: Dr. Tury Rita, adjunktus EKE GYKRC

KÖZGAZDASÁGTANI SZEKCIÓ

Elnök: Dr. Réthy István, főiskolai tanár EKE GYKRC
Tagok: Fiser Noémi, adjunktus EKE GYKRC
 Dr. Erdélyi Tamás, főiskolai docens EKE GYKRC
 Hinz Mónika, hallgató EKE GYKRC

Titkár: Chudasama Ronald Mahendra, hallgató GYKRC

Eredményhirdetés

VIDÉKFEJLESZTÉSI SEKCIÓ

Elnök: Dr. Koncz Gábor, egyetemi docens EKE GYKRC
Tagok: Dr. Ambrus Andrea, adjunktus EKE GYKRC
Dr. Szegedi László, egyetemi docens EKE GYKRC
Tóth Adrienn Mária, EKE GYKRC
Titkár: Dr. Tury Rita, adjunktus EKE GYKRC

A szekció résztvevője:

ANTAL SÁNDOR (ÁVK)

Zöldenergia helye és szerepe a rövid ellátási láncban

Témavezető: Dr. Vincze Judit, egyetemi docens

ZÖLDENERGIA HELYE ÉS SZEREPE A RÖVID ELLÁTÁSI LÁNCBAN

ANTAL SÁNDOR

Vidékfejlesztési Agrármérnöki mesterszak
Témavezető: Dr. Vincze Judit egyetemi docens

Az energiaellátás jövője napjainkban több olyan morális - és szakmai kérdéseket vet fel, melyekre a válaszok még a legmagasabb szakmai fórumokon is bizonytalanok, a vélemények és eredmények gyakran szöges ellentétben állnak egymással. A zöld energia felhasználásán belül a legtöbb és a legfajsúlyosabb kérdést a biomassza jövője váltotta ki. Regionális szinten, ezekre a kérdésekre lehet megfelelő válasz, az agrárium szélesebb körű bevonása az energiatermelés területére. A kialakult helyzetre tekintettel, fokozottan előtérbe helyeződik a multifunkcionális mezőgazdaság kérdésköre. A sokfeladatú mezőgazdaság filozófiájának és alapelveinek mentén működő vidékgazdálkodás megfelelő válaszokat és megoldásokat nyújthat a XXI. század első felében jelentkező problémák egy jelentős részére.

A célkitűzéseink megfogalmazásánál egyrészt a jelenlegi körülményeket, másrészt a perspektivikus fejlesztési lehetőségeket vettük figyelembe. Ezek alapján a következő célokat határoztuk meg:

1. A szakirodalmi kutatás alapján a fenntarthatóság, a fenntartható fejlődés, valamint a multifunkcionalitás definiálása, jellemzőinek megismerése, összegzése.
2. A REL termelői - és fogyasztói oldal igényeinek és lehetőségeinek feltérképezése, összesítése.
3. A biomassza felhasználás REL-ba történő integrálhatóságának vizsgálata. A szükséges feltételek/feltétel rendszerek feltárása és rendszerezése.
4. Az alkalmazható REL típusok szervezeti felépítésének modellezése, az egyes modellek szervezési – működési jellemzőinek vizsgálata, a tapasztalatok összegzése.

A szakirodalmi források vizsgálata során összegeztük azokat a jellemzőket, amelyek a biomassza felhasználására szerveződő rövid ellátási láncok közös sajátosságait jelentik. Így feltártuk a multifunkcionális mezőgazdaság irányelveit, amelyek keretet szolgáltatnak a rövid ellátási láncok működéséi feltételeinek meghatározásához.

A szekunder kutatás során a REL-ok termelői oldalát, valamint a felhasználás lehetőségeit vizsgáltuk. Termelői oldalon meghatároztuk azokat a fundamentális követelményeket, amelyek meghatározzák a termelői oldal szervezési - és bővítési lehetőségeit. A biomassza végfelhasználási jellemzői alapján a közösségi felhasználási lehetőségek közül a falufűtőművek üzemét vizsgáltuk részletesebben. A tapasztalatok alapján szerkesztettük meg a falufűtőművek alkalmazásának probléma – és célfa struktúráját.

A primer kutatás során a fogyasztói oldalt vizsgáltuk, valamint meghatároztuk azokat a szervezeti lehetőségeket, amelyekben a REL megvalósítható. A fogyasztói vizsgálat során mértük és elemeztük azokat az attitűdöket, amelyek jellemzően meghatározzák a rövid ellátási láncba történő részvételi hajlandóságot és lehetőséget. Ezzel kapcsolatban külön mértük a résztvevők hasznosságérzetét a zöldenergiákkal kapcsolatban.

Eredményeink alapján levontuk következtetéseinket, majd a tapasztalatok alapján megfogalmaztuk javaslatainkat a REL-ok szervezése vonatkozásában.

KÖZGAZDASÁGTANI (ANGOL NYELVŰ) SZEKCIÓ

Elnök: Dr. Réthy István, főiskolai tanár EKE GYKRC
Tagok: Fiser Noémi, adjunktus EKE GYKRC
Dr. Erdélyi Tamás, főiskolai docens EKE GYKRC
Hinz Mónika, hallgató EKE GYKRC
Titkár: Chudasama Ronald Mahendra, hallgató GYKRC

A szekció résztvevői:

SOK SILAPICH (GTK)

The impact of digital marketing on consumer purchase behavior: Cambodia

Témavezető: Dr. Taralik Krisztina, egyetemi docens

ANNA ABA ASEDA OTABIL (GTK)

The role of an entrepreneurial graduate environment and cultural diversity in promoting enterprise development

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus

LIHLE MTABELA (GTK)

Business model innovation

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus

MOH'D KHIER ALAMAIREH (GTK)

The relation: Planned obsolescence and consumer behavior

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus

**THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING ON CONSUMER PURCHASE
BEHAVIOR: CAMBODIA**

SOK SILAPICH

Business Development MA II. évfolyam

Témavezető: Dr. Taralik Krisztina, egyetemi adjunktus

With the advancement of technology, the way marketing presenting to its customers was changed in a digital platform. Digital marketing opens up a new way to both marketers to easily connect with the audiences and in a back way to be more convenient for all customers. This revolution has enabled consumer purchase behavior to become more personalize and flexible. However, this benefit hasn't spread widely to Cambodian online customers yet since the e-commerce law hasn't introduced and approved for implementation officially. It means Cambodian consumers are still facing risk over their purchasing decision and having such a limited digital market option.

The purpose of this study is to find out the most influential digital marketing channels which have a strong effect on Cambodian consumers and their perspectives on agreement with the online purchasing security or the ease of usage. Furthermore, this paper will also demonstrate the genders and marital status could be a matter to lead consumer purchasing behavior differently.

By seeking understanding consumer purchasing behavior, satisfaction, and effectiveness which have impacted by digital marketing, the researcher uses serval methods to analyze the finding data such as descriptive statistics, ANOVA, cross-tabulation, chi-square to compare various independent variables with dependent variables.

The result shows that social media is considered a potential digital marketing tool for Cambodian online consumers. Different ages from a group of consumers indicate their ideas separately for the security of online purchasing through social media. Furthermore, genders and marital status have proven statistically significant differences in consumer online shopping attitude.

On this basis, it is recommended to future scholars, researchers to look deeper into the reasons which made social media become the most popular digital platform for Cambodian online consumers whether there is limitation toward their choices. Also, business owners and marketers should strengthen the digital marketing strategy to ensure that products are advertised in the right place and responded to the needs of customers in this digital era. Providing the best solution to secure the online purchasing transection or product guarantee is necessary.

THE ROLE OF AN ENTREPRENEURIAL GRADUATE ENVIRONMENT AND CULTURAL DIVERSITY IN PROMOTING ENTERPRISE DEVELOPMENT

ANNA ABA ASEDA OTABIL

Business development MA II. évfolyam

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus

Problem statement: Entrepreneurship has been recognized as a booster for economic development in many countries and has also been considered as an approach to ease the mismatch between the supply of graduates and available jobs. As such higher education institutions (HEIs) have been tasked to ensure that all graduates receive some form of entrepreneurship education. As a result, graduate entrepreneurship is quickly gaining attention especially since a number of well-known startups, which have become successful businesses, were started on university campuses. However, are entrepreneurship program modules all it takes to prepare an individual to start a business in real life? Another responsibility of higher education institutions is to encourage diversity on its campuses. Due to globalization and other factors, there is more awareness and acknowledgement of the diversity of the world and the benefits as well as challenges that come with this diversity. HEIs are encouraged to ensure that this reality is reflected on their campuses. Eszterházy Károly University's Gyöngyös Campus, for example, has a growing international student body and alumni from almost all the continents of the world. With this diverse international student body comes diversity in ideas, perspectives and a general outlook on life. However, in what way is the university harnessing this graduate environment of diversity and entrepreneurial education to its benefit and to the benefit of its students?

The purpose of study: This research seeks to examine international students' perceptions about entrepreneurship education and cultural diversity at Eszterházy Károly University, Gyöngyös Campus.

Methods: The research utilizes a qualitative research approach where semi-structured interviews are used to enable international students to share their views and expectations of entrepreneurial education and cultural diversity

Findings: Research findings show that much effort is required by the university to create an entrepreneurial graduate environment and harness the available diversity to an effective end.

BUSINESS MODEL INNOVATION

LIHLE MTABELA

Management and Leadership MA I. évfolyam

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus

The problem: This research aims to discuss the business model themes supported by the innovation regarding empirically driven insights into how and why traditional business models have evolved into modern business models over the course of time.

My research objective:

To analyze the extent of the differences between electronic business models and traditional business models. To evaluate the current knowledge for BMI and suggest avenues for future research, so both scholars and practitioners can benefit from this insightful knowledge. To examine the factors influencing business model innovation through a case study and to analyze the trends that foster the creation of modern business models

Research questions:

Is there a difference between your traditional business model and modern business model? How vast are the differences between your previous business model and current? What current knowledge of BMIs do you have? What factors have influenced your organization's business model innovation over the years? What are the trends that have guided you to adopt modern business models?

Hypothesis

There is a major difference between the traditional and modern business models. There should be a vast difference between the old business models companies employed and the current business models that are employed. Many companies' employees, especially subordinates have limited knowledge of current BMIs due to the lack of educational competence. Managers and top level management have thorough knowledge concerning current BMIs. Change in customer needs in customer needs/behavior and new customer value proposition are some of the factors that influenced the changes. The major trends that have steered many companies to employ modern business models are sustainability and competitive advantage.

Methodology

Case study method and a qualitative method to give space for personal opinion.

Research results

There was acknowledgement of many differences between the old and the new business models. There was very high understanding of Business Model Innovation. Creating value and offering high value at a higher price. Cost advantages, partnerships, recurring revenues and high competition are the trends that promote the creation of modern business models.

Conclusions

External opportunities are the main drivers that influence the Multi-nationals' decision to innovate their BM, but it is not the only one and is usually combined with internal drivers. The companies' top-level management have adequate knowledge on BMIs and the subordinates have substantial understanding.

Recommendation

Further re- search should focus on more cases, including companies of various sizes, from various industries and various countries. For analysis that is more detailed, the proposed research framework needs further elaboration. Currently this BMI research framework is suitable to reflect the four cases, but may not be completely adequate for analysis of cases that will follow. Therefore, I suggest further enhancement of BMI research framework and more comprehensive review of the business model literature in order to identify important missing elements.

THE RELATION: PLANNED OBSOLESCENCE AND CONSUMER BEHAVIOR

MOH'D KHIER ALAMAIREH

Business Development MA II. Évfolyam

Témavezető: Szabóné Dr. Benedek Andrea, adjunktus

Nowadays, businesses as well as humans are faced with challenges on different levels; Economical, social as well as environmental challenges. Such challenges were raised by approaches and techniques that once were useful, even once saved the economy and helped with the current economical, industrial among other advancements humans witnessed during the past few decades. Still every time has its own challenges, needs and accordingly its own approaches and techniques. In this study consumer behavior is studied, analyzed and introduced to be linked with how a proper understanding of consumer behavior can help businesses start, steer and guide the next phase of business, AI and IoT. Businesses that will eliminate approaches such as planned obsolescence, which is unsustainable, environmental unfriendly and in some cases unethical as well. Planned obsolescence is accordingly introduced and linked to consumer behavioral aspects, leading to a suggested solution with a practical demonstration on how this solution can be implemented and introduced. This study is qualitative, still, in the future it will be combined with a quantitative study that will surely help take this study to the next level.

SZERZŐK JEGYZÉKE

ALAMEIRAH, MOH'D KHIER 12
ANTAL SÁNDOR 7
MTABELA, LIHLE 11

OTABIL, ANNA ABA ASEDA10
SILAPICH, SOK.....9