

**Egyetemi doktori (PhD) értekezés tézisei**

**IKT VÁLLALATOK TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁSA,  
ÖSSZEFÜGGÉSBEN EGYETEMI HALLGATÓK  
MUNKAHELYVÁLASZTÁSI PREFERENCIÁIVAL**

**Bene Ágnes**

Témavezető:

**Dr. habil. Móré Marianna**

egyetemi docens, dékán



**DEBRECENI EGYETEM**

Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

Debrecen,

2021

# 1. A KUTATÁS ELŐZMÉNYEI, CÉLKITŰZÉSEI ÉS A KUTATÁSI HIPOTÉZISEK

„Az emberiség a gépeket választotta” szögezi le GYARMATHY (2020:3). Ez nem csak azzal jár, hogy gombnyomásra akarunk és tudunk mindent elérni, megoldani, hanem azzal is, hogy ezt az igényt ki lehet és kell elégíteni. A technológiai fejlődés gyorsuló növekedésében élünk (KURZWEIL, 2005). Könnyen belátható, hogy ezen egyszerű okoknál fogva is az informatikai és infokommunikációs termékeket és szolgáltatásokat fejlesztő és kínáló gazdasági szegmens mérete és súlya folyamatosan nő.

Az információtechnológia uralta világában a tudás és az oktatás felértékelődik, hiszen hiába a felgyorsult ütemű technológiai fejlődés, az evolúció ezt képtelen követni, az emberi természet alapján véve nem változik, így az embereknek ahhoz, hogy boldogulhassanak, tanulniuk kell (DYSON, 1997). Arról nem is beszélve, hogy a szülők, vállalati szereplők és más döntéshozók felelőssége egyre csak nő azzal, hogy az információ bárki számára (a veszélyeztetett korcsoportok számára is) korlátlanul és valós időben rendelkezésre áll. SELIGMAN (2004) szerint a technológiai fejlődés egyike azon területeknek, aminek segítségével általánosan növelhető az emberek jólléte a Földön. Az életet kellemesebbé, pozitív érzésekkel telivé, tartalmasabbá és jobbá tehető a technológia segítségével. De legalább ilyen kártékony is lehet, ha nem bánnak vele felelősen.

Ezt a két területet, az oktatást, és az IKT vállalatok világát kísérelem meg egymáshoz közelíteni a gazdasági élet egyik növekvő jelentőségű fogalmán a CSR - en keresztül, az egyetemi hallgatók munkahelyválasztási preferenciáinak vizsgálatával és az IKT vállalatok oktatási és tehetséggondozással kapcsolatos CSR gyakorlatán keresztül.

A vállalati társadalmi felelősségvállalás (Corporate Social Responsibility, CSR) gyökerei egészen az ókori római mecenatúráig nyúlnak vissza (CSAPÓNÉ RISKÓ, 2016). Azt, ahogyan ma gondolkodunk a CSR - ről, Howard BOWEN (1953) alapozta meg Az üzletember társadalmi felelőssége című könyvével. DRUCKER (1954) a CSR - t, és azon belül a közfelelősséget a vállalati célok eléréséhez szükséges nyolc kulcstevékenység egyikének tartotta. Az ezt követő évtizedek konzervatív gondolkodóira FRIEDMAN (1970) intelme nyomta rá leginkább bélyegét, aki szerint az üzleti vállalkozás társadalmi felelőssége a profit termelés. DAVIS (1973), aki az etikai dimenziót és az önkéntességet hangsúlyozva azzal, hogy a felelősség ott kezdődik, ahol a jog véget ér, ő hangsúlyozta először, hogy az üzletemberek felelősségének arányban kellene állni a társadalmi hatalommal. A vállalatok társadalmi

felelősségvállalásának részletes elemzéséhez a hierarchikus modellek nagyban hozzájárultak. Ezek közül a legismertebb, és máig alkalmazott modell CARROLL (1991) CSR piramisa. A piramis alsóbb szintjein elhelyezkedő gazdasági és jogi felelősség a társadalom követelménye. Az etikai felelősséget, mint társadalmi elvárást tekinthetjük. A piramis csúcsán elhelyezkedő filantrópikus felelősség testesíti meg a társadalmi kívánalmakat. ELKINGTON (1997) három pillérű CSR modellje horizontálisan ragadja meg a CSR területeket. Szerinte a vállalati működés három alappillérrel a gazdasági, a környezeti és a társadalmi felelősséggel írható le. A harmadik nagy csoportja a CSR modelleknek az érintetti elméletek alapvetésein nyugszik. A vállalat tipikus érintetti csoportjai ÁSVÁNYI (2013) megközelítésében az alkalmazottak; a menedzserek; a tulajdonosok; a helyi közösség; a fogyasztók; a szállítók; a hitelezők; a versenytársak; az állam; a környezet; a média; az NGO - k; a jövő generációi. Az érintetteket csoportosítva juthatunk el a CSR tevékenységek célcsoportját figyelembe véve a külső (vállalaton kívüli) és a belső (vállalati kereteken belülré irányuló) CSR felosztáshoz (TURKER, 2009).

Az Európai Bizottság állásfoglalása szerint a vállalati társadalmi felelősségvállalás felelősség a társadalomért, a működés társadalomra gyakorolt hatásaiért. Középpontjában a vállalatok állnak, támogató és szabályozó szerepben megjelenik a kormányzati és civil szektor is. (EC, 2015). Míg korábban a vállalatok önkéntességét hangsúlyozták a CSR tekintetében szabályozói oldalról, addig mára egyértelmű elvárásként fogalmazódik meg a vállalatok szerepe a megosztott közös értékteremtésben (SPELKENS, 2017). A globális gazdaságban viszont ma már szinte lehetetlen bármilyen szabály érvényesítése a szereplők önkéntes felelős magatartása nélkül (PONCE DEL CASTILLO, 2020).

**A vállalati társadalmi felelősségvállalást az Európai Unió új CSR elveivel összhangban úgy értelmezem, mint megosztott értékteremtést, ami - előtérbe helyezve a pozitív pszichológia szempontjait, növeli a jóllétet és törekszik a társadalmi egyenlőtlenségek csökkentésére.**

A felelősségvállalás és a CSR kommunikáció akkor építheti a munkáltatói márkát, ha összhangban van a vállalat tényleges gyakorlatával. Ennek alappillére az átláthatóság, a felelős működés (KNOX – MAKLAN, 2004).

Az IKT szektor meghatározása nem egyszerű feladat. A vállalatok egyre nagyobb része lesz egyre inkább technológiával átitatott. Éles határt az alapján sem lehet meghúzni, hogy az adott vállalat termelő vállalatként a hardver gyártásban, vagy szolgáltatóként a szoftver fejlesztésben érdekelt, mert vannak vegyes profilú vállalatok és a fejlesztők munkája polcról levehető (vagy

webshopból behúzható) termékekben is formát ölthet, hogy csak a legnyilvánvalóbb „kilógókat” jellemezzem. Az új gazdasági irányzatok, mint a közösségi gazdaság, a kooperáció és a startup kultúra az együttműködésre építenek. Az IKT szereplőktől nem áll messze az együttműködés. A kezdeti startup-ok, mint a Microsoft, az Apple, majd később a Google vagy a Yahoo mérnökei és fejlesztői is szívesen találkoztak egymással. A versengésükből viszonylag korán, a kompatibilitás került ki győztesen. A mai startup ökoszisztémának is szerte a világban fontos alapértéke az együttműködés és a transzparencia. A közösségi gazdaság és a kooperatív együttműködések a hálózatos működés előnyeit használják ki a közös értékteremtésben, a fenntartható működésben. Mindkét fogalom szorosan összekapcsolódik a társadalmi felelősséggel.

### **1.1. A kutatás fontosabb célkitűzései**

A kutatás elsődleges célkitűzése volt feltárni a hazai IKT vállalatok CSR eszköztárát, ezen belül is azokat a tevékenységeket, amelyek az oktatással, oktatási intézményekkel és a tehetséggondozással függenek össze. Bemutatni, hogy milyen szerepe van és lehet a CSR tevékenységnek a munkáltatói márka felépítésében és kommunikálásában. A szakértői interjúk során bővebben szerettem volna megismerni az iparági véleményformálók motivációit, személyes véleményét és tapasztalatait a vállalati társadalmi felelősségvállalásról az iparágban, a vállalataikat tekintve, és az ő személyüket tekintve. Azt is szerettem volna feltárni, hogy ők és cégeik hogyan gondolkodnak a diplomás pályakezdő fiatalokról, milyennek látják őket és milyen elvárásaik vannak velük szemben.

Megvizsgáltam, hogy hogyan reagálnak az IKT vállalatok a fokozódó szakemberhiányra, milyen lépéseket tesznek CSR - en innen és túl a szakképzett munkaerő jelenlegi és jövőbeni biztosítására, a munkavállalók megtartására.

A vizsgálatnak nem volt célja a vizsgált vállalatok CSR tevékenységének maradéktalan leírása.

A munkahely-választási preferenciák kérdésköre számos tényező mentén vizsgálható. Némelyek arra engednek következtetni (regionális különbségek, iskolai végzettség), hogy bizonyos körülmények között egyetlen preferencia létezik, ami nem más, mint maga a munkavállalás lehetősége. Változásokat láthatunk a munkáltatói és munkavállalói elvárásokban egyaránt. A változások kihívásokat rejtenek, amelyekkel úgy lehet sikeresen megküzdenni, ha feltárjuk az aktuális helyzetet, igyekszünk megszerezni a releváns információkat.

Az egyetemi hallgatók munkahelyválasztási preferenciáit vizsgáló kutatások azt támasztják alá, hogy a mostani egyetemista generáció sokkal tudatosabb, és a fizetésnél jobban motiválják a munkavállalás egyéb tényezői (KUDARI, 2020). A Z generáció munkahelyi motiválásában egyre nagyobb szerepe van a kellemes munkahelyi légkörnek, a munkahely-magánélet egyensúly kérdéseinek, a családbarát hozzáállásnak, a képzési programoknak, egyéni fejlesztési terveknek és a szakmai elismerésnek (POÓR et al., 2018).

Az egyetemi hallgatók véleményének feltárása a vállalati társadalmi felelősségvállalás területeinek megítéléséről a vállalatok és a társadalom számára azért is fontos lehet, mert ők alakítják majd a jövőnket, vélemény formálóként, döntéshozóként, a magas pozíciók várományosaiként (DEUTSCH – BERÉNYI, 2016) akár kormányzati, akár civil, akár a verseny szférában. Egy másik nézőpontból, BOCSI (2015) értékszempontrú megközelítésében az egyetemek a munkaértékeket befolyásoló, alakító tényezőként jelennek meg, amelyek szélesebb perspektívában a munkahelyi szocializáció egyik fázisaként is felfoghatók.

POÓR és szerzőtársai (2018) kiemelik, hogy a munkaerőpiacon megjelenő Z generáció elérésének módja új célcsoport specifikus eszközökön és csatornákon keresztül történik.

Egyetemi hallgatók CSR - rel kapcsolatos attitűdjeinek illetve az egyes CSR tevékenységekkel kapcsolatos értékítéleteinek azonosítása volt a kutatás másik ambíciózus célja. Feltárni véleményüket az IKT szektor szereplőivel kapcsolatban, továbbá meghatározni és értékelni az egyetemi hallgatók munkahely-választási preferenciáinak és a vállalatok ténylegesen megvalósuló CSR tevékenységeinek kapcsolatát. Ezt követően javaslatokat megfogalmazni a két terület közelítésére.

## **1.2 A kutatás hipotézisei**

**H1:** Az IKT szektor vállalatvezetőinek vannak olyan közös értékpreferenciái, amik mentén alakítják vállalataik működtetését, CSR - jét.

**H2:** Az IKT vállalatok CSR tevékenységét a munkaerő piaci verseny erősen meghatározza, és ezért CSR tevékenységük elsősorban a telephelyek régióira fókuszál.

**H3:** Az IKT vállalatok CSR tevékenységében az oktatás fókuszú programok iparág specifikusnak tekinthetők.

**H4:** Leírhatók olyan jó gyakorlatok az IKT vállalatoknál, amelyek felelős tevékenységek, és hatással lehetnek az egyetemi hallgatók munkahelyválasztási preferenciáira.

**H5:** A vizsgált hallgatói minta munkahelyválasztási preferenciái nem térnek el az utóbbi évek (5 év) hasonló kutatásaiban tapasztaltaktól.

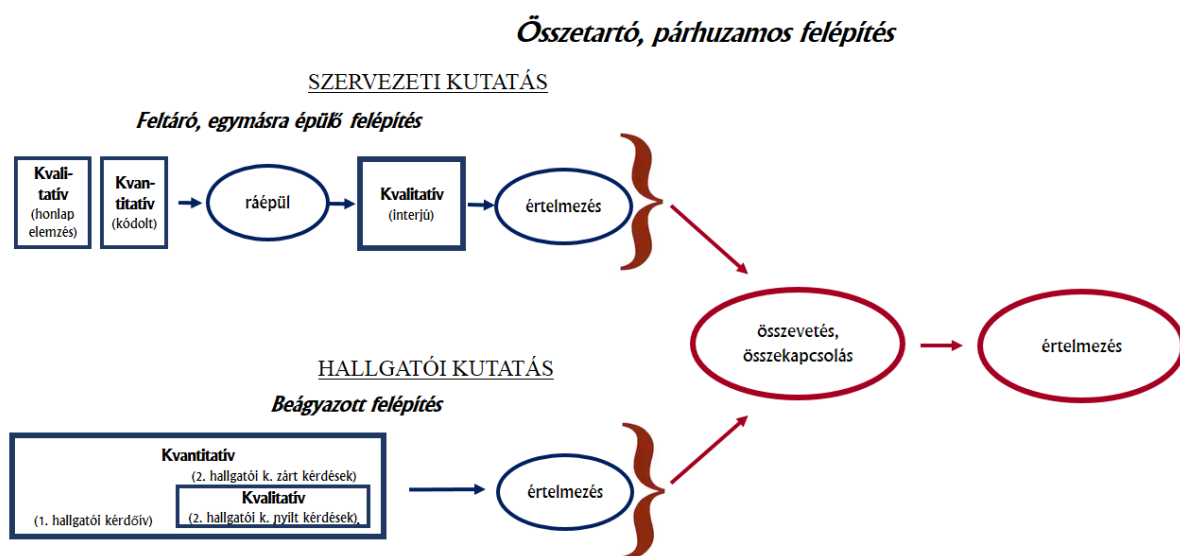
**H6:** Az egyetemi hallgatók munkahelyválasztási preferenciájuk kialakításakor figyelembe veszik a jövőendő munkáltatójuk CSR tevékenységét.

**H7:** Az egyetemi hallgatók a régió nagyvállalataihoz kapcsolódva alakítják ki véleményüket az IKT vállalatokról.

## 2. ADATBÁZISOK, ÉS AZ ALKALMAZOTT MÓDSZEREK ISMERTETÉSE

Az Értekezésben alkalmazott kevert módszertani megközelítés előnye, hogy a kvantitatív és kvalitatív módszerek keverése közelebb áll a komplexebb vizsgálatokat igénylő gyakorlatiasabb problémafelvetéshez, és azok megoldásához (SÁNTHA 2013; BALÁZS – HÓGYE-NAGY, 2015). Az 1. ábra szemlélteti a kutatás módszertani felépítését. A hallgatói kutatás és a szervezeti kutatás megvalósítására és értelmezésére összetartó, párhuzamos felépítésben került sor.

Jelen kutatás módszertanának újszerűségét nem maga a kevert módszertan alkalmazása, hanem a kevert módszertani kutatási design elemeinek összhangja, illetve az egyes részkutatások tervezett egysége, amely végső soron egy összetett kutatási probléma célzott megoldásához vezetett.



1. ábra: A saját kutatás módszertani megközelítése

*Forrás: Saját szerkesztés CRESWELL – PLANO CLARK 2011:69-70. alapján*

A kutatás elméleti keretét a vállalatgazdaságtan adja, azon belül a vállalati társadalmi felelősségvállalás gyakorlati szempontú megközelítése (DÓRY et al., 2019) Az elméleti megközelítést tovább árnyalják a marketing, a fenntarthatósági, a pozitív pszichológiai és a kooperációs szempontok (SHAMAUN et al., 2019; GÉRING, 2018; PETERSON et al., 2007). Az egyetemi hallgatók véleményének feltárása nem csupán azért lehet fontos egy vállalati

kutatásban, mert a felnövekvő nemzedékek tagjaiként potenciális munkavállalói a szervezeteknek, hanem azért is, mert diplomás munkavállalóként ők a jövő vezetői generációja, döntéshozóként ők formálják majd a vállalatok stratégiáját és irányítják az operatív működést (DEUTSCH - BERÉNYI, 2018).

A kutatás két nagyobb egysége egy összetartó, párhuzamos felépítésű modellben ötvöződik.

Mivel a kutatás fókuszában az informatikai és a telekommunikációs vállalatok tevékenysége áll, ezért a kutatás leghangsúlyosabb eleme a szervezeti kutatás kvalitatív része (interjúk). Ezt előzte meg a szervezeti kutatás másik eleme, ami a honlap elemzésekhez kapcsolódott. Utóbbi inputként szolgált az iparági és más szervezetek (nonprofit szervezetek, egyetemi szereplők) döntéshozóinak, szakértőinek interjú vizsgálatához is.

A hallgatói kutatás első kérdőíves kutatása (1. Hallgatói kérdőív, CSR, 2016) számos olyan kérdést vetett fel, ami indokolta egy későbbi, - ezzel szorosan összefüggő kutatás megvalósítását. A hallgatói kutatás második eleme a 2019-ben elvégzett kérdőíves kutatás (2. Hallgatói kérdőív, IT CSR 2019) végül azért szerepel nagyobb súllyal az adatelemzésben és értelmezésben, mert egyrészt kifejezetten az IKT vállalatok CSR tevékenységével kapcsolatos vélemények feltárását célozza, másrészt a személyesen asszisztált kitöltésnek köszönhetően sikerült a kérdőív nyílt kérdéseire részletes és informatív válaszokat kapni, ami lehetővé tette a széleskörűbb elemzést.

A hallgatói kutatás célja a Debreceni Egyetem hallgatóinak véleményét feltárni a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának azon területeiről, amelyekkel közvetve vagy közvetlenül kapcsolatba kerülhetnek. Az általánosabb (1. Hallgatói kérdőív CSR 2016) első kutatásban arra a kérdésre is választ szerettem volna kapni, hogy érdemes-e a vállalatoknak menni az egyetemre (a képzésben részt venni, rendezvényeken, egyéb módon az egyetemi platformokon jelen lenni), és nem várni, hogy az egyetemisták találjanak rájuk.

A hallgatói kutatás második részében (2. Hallgatói kérdőív IT CSR 2019) már kifejezetten az IKT vállalatokkal kapcsolatos hallgatói véleményeket kívántam feltárni. Hogyan határozzák meg ezt a kört, milyennek látják az IKT vállalatokat a potenciális munkavállalóik, a megkérdezett egyetemi hallgatók. Mit gondolnak ezen vállalatok társadalmi felelősségéről? Összességében a kutatás célja a megkérdezett egyetemi hallgatók, mint a jövő potenciális döntéshozóinak véleményfeltárása a vállalati társadalmi felelősségvállalással kapcsolatban, azon belül is, az IKT szektor szereplőivel, az ő elvárt CSR tevékenységükkel kapcsolatban.

A szakértői interjúk során bővebben szerettem volna megismerni az iparági véleményformálók motivációit, személyes véleményét és tapasztalatait a vállalati társadalmi felelősségvállalásról



az iparágban, a vállalataikat tekintve, és az ő személyüket tekintve. Azt is szerettem volna feltárni, hogy ők és cégeik hogyan gondolkodnak a diplomás pályakezdő fiatalokról, milyennek látják őket és milyen elvárásaik vannak velük szemben.

## 2.1. Vizsgálati minták jellemzői

A 2016-os kutatásban résztvevő vállalatok mellett 2020-ban bevontam a honlap elemzésbe azokat az IKT vállalatokat, amelyek az interjúalanyokhoz köthetőek. Utóbbiakat abból a célból, hogy a kialakult CSR tevékenységek rendszerének az értekezés témájához releváns példáit mutathassam be. A honlap elemzésbe bevont vállalatokat az 1. táblázat tartalmazza.

**1. táblázat: A honlap elemzésbe bevont vállalatok (2016; 2020)**

Vállalatok 2016	Sanofi	Bosch	ITSH	MKB Bank	Tesco
IKT vállalatok, szervezetek 2020.	NI	KÜRT	Prezi	Graphisoft	DBSC Kerekasztal

*Forrás: Saját szerkesztés*

A szakértői interjúk tervezési szakaszában elsőként azt kellett tisztázni, hogy milyen elvek mentén válasszam ki az interjú alanyokat.

- ICT iparágban országosan releváns szakértő, akinek nemzetközi tapasztalata is van, az iparágban, a vállalatvezetésben (*Vállalat:* dr. Kürti Sándor, Bojár Gábor, Halácsy Péter);
- ICT iparágban regionális szinten meghatározó szakértő, lehetőség szerint a hallgatói mintában nagy gyakorisággal megjelenő egyik vállalat felelős döntéshozója (*Vállalat:* dr. Ábrahám László, Bodroközi László);
- országos szinten, nemzetközi tapasztalattal (*Szervezet:* Pistyur Veronika)
- regionális szakmai (*Szervezet:* Bede Márta; Kissné Nyéki Éva)
- regionális szinten (*Szervezet:* Tövískes Imre)
- a Debreceni Egyetem olyan döntéshozója, akinek rálátása van az IKT szektor vállalataival létrejött/tervezett együttműködésekre, illetve ezen a területen tapasztalatokkal rendelkezik (*Egyetem:* Dr. Ailer Piroska, Dr. Csátár Péter)

A 2. táblázat tartalmazza az interjúk és interjúalanyok főbb jellemzőit.

**2. táblázat: Az interjúk összefoglaló táblázata**

<b>név</b>	<b>képviselt szervezet</b>	<b>oktatási összefüggés</b>	<b>pozíció</b>	<b>helyszín</b>	<b>időpont</b>
<b>Pilot</b>	anonim	projektek	titoktartást kért	Debrecen, bérelt iroda	2018. 01.30.
<b>Pistyr Veronika (DLA)</b>	Bridge Budapest	projektek	alapító, vezető	Budapest, Bridge Budapest iroda	2019.10.31.
<b>Bodrogközi László</b>	Neuron	DE IK, szakmai gyakorlat	alapító, vezető	Debrecen, Neuron iroda	2019.11.20.
<b>Halácsy Péter</b>	Prezi, Budapest school	Budapest School	alapító, vezető	skype	2019.11.11.
<b>dr. Kürti Sándor</b>	Kürt Zrt.	H2O; KÜRT Alapítványi Gimnázium	alapító, vezető	skype	2020.01.09.
<b>Bojár Gábor</b>	Graphisoft	BIT; projektek	alapító, vezető	Budapest, Graphisoft Park, BIT iroda	2020.01.06.
<b>dr. Csatar Péter</b>	DE BTK	DBSC összekötő	stratégiai és gazdasági dékán helyettes	Debrecen, DE, iroda	2020.01.15.
<b>Bede Márta</b>	DBSC Kerekasztal; NI	DBSC Kerekasztal	alapító, vezető (2019 végéig)	Debrecen, bérelt iroda	2020.01.21.
<b>Tövisskes Imre</b>	CSR Debrecen	szolgáltató-köztes szereplő	alapító, vezető	Debrecen, bérelt iroda	2020.02.25.
<b>dr. Ábrahám László</b>	NI	projektek	alapító, ügyvezető 2019-ig	Debrecen, NI iroda	2020.02.04.
<b>Kissné Nyéki Éva</b>	DBSC Kerekasztal; BT	DBSC Kerekasztal	vezető (2020-tól)	Debrecen, BT	2020.02.10.
<b>dr. Ailer Piroska</b>	DE	ipari/vállalati kapcsolatok	műszaki innovációért és képzésfejlesztésért felelős rektor helyettes	Debrecen, DE irodája	2020.02.19.

*Forrás: Saját szerkesztés*

Mindkét kérdőív adatfelvételére a téli vizsgaidőszakban került sor. A mintanagyság nagyságrendileg hasonló volt, míg a 2016-os adatfelvételt követően 502 fő adatait, addig a 2019-es kérdőív kitöltése után 408 fő adatait elemeztem. A kitöltők átlagéletkora és annak szórása is nagyon hasonlóan alakult a kérdőívekénél. A minták jellemzőit a 3. táblázatban foglaltam össze.

**3. táblázat: A hallgatói kutatás mintáinak jellemzői**

	1..Hallgatói kutatás 2016 (CSR - DE)	2..Hallgatói kutatás 2019 (IT CSR - DE)
Adatfelvétel időpontja	2016 január-február	2019 január-február
Nyers adatok	n=514	n=408
Kizárt válaszadók	>5%	nem volt
Elemzésbe vont adatok	n=502	n=408
Válaszadók átlagéletkora	21,1 év	21,4 év
Átlagéletkor szórása	1,83	1,95

*Forrás: Saját szerkesztés*

## 2.2. Alkalmazott módszerek ismertetése

A hallgatói kutatás a Debreceni Egyetemen (DE) zajlott. A 2020-as adatok alapján az Intézmény a legszélesebb képzési kínálatot nyújtó egyetem Magyarországon. A 14 karon több, mint 30 000 hallgató képzése zajlik.

Az adatfelvétel a Debreceni Egyetem különböző karain meghirdetett nem szakmai tantárgycsoport vizsgatevékenységeihez kapcsolódott. Két periódusban (2016-ban és 2019-ben) két hasonló tematikájú, de különböző tartalmú saját szerkesztésű kérdőívvel történt a megkérdezés. A válaszadók kérdőív kitöltő tevékenysége nem kapcsolódott közvetlenül a vizsgaértékeléshez. A kérdőív felvételét a vizsga megkezdése előtt, a vizsgáztatótól különböző személy végezte. A kérdőív kitöltésekor a vizsgáztató személy egyetlen alkalommal sem volt jelen, így befolyást a válaszára semmilyen formában nem gyakorolhatott.

Az adatfelvétel mindkét kérdőív esetében véletlenszerűen kijelölt vizsganapokon történt, személyesen asszisztáltan. A válaszadók mindkét esetben a DE különböző karairól származtak, a minták nem reprezentatívak. Az adatfelvételt Pilot kutatás előzte meg.

Az adatelemzés R és SPSS statisztikai szoftverrel, illetve tartalomelemzéssel történt.

A kutatások szervezeti kutatás részében az IKT vállalatok társadalmi felelősségvállalását a vállalati oldalról vizsgáltam, elsősorban a megvalósuló gyakorlataik és a vezetők, szakértők személyes véleményének oldaláról. A szervezeti viselkedés leírására elsősorban az interjú

módszert választottam. Ezt a kvalitatív módszert (fő módszer) szándékoztam megalapozni egy olyan módszertannal, amely átfogó képet ad a mintában szereplő szervezetek társadalmi felelősségvállalásáról az oktatás és tehetséggondozás területén honlapjaik tartalomelemzésén keresztül (kvalitatív módszer a kódolással számszerűsített adatok részben kvantitatív elemzésével).

A vizsgálat célja a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának tevékenység-hálózatának feltérképezése volt azokon a területeken, amelyek az oktatáshoz, tehetséghez, tehetséggondozáshoz köthetők. A vizsgálatnak nem volt célja a vizsgált vállalatok CSR tevékenységének maradéktalan leírása.

A tartalomelemzésbe a résztvevő vállalatok hivatalos honlapjait, különös tekintettel azok CSR - rel kapcsolatos menüpontjait, és a hírfolyamot, Fenntarthatósági jelentéseit, és kapcsolódó tematikus honlapjait vontam be.

Az adatelemzésekhez felhasznált szoftver a Microsoft Excel 2013 volt, míg az ábra készítéséhez a Microsoft Office 2013 SmartArt alkalmazása.

A szakértői interjúk interjúalanyainak kiválasztása önkényesen történt. A félig struktúrált interjúkat előre meghatározott vezérfonal (kérdéssor) mentén készítettem el.

Az interjúk elemzésének lépései a következők voltak:

1. Az interjúkon készült hangfelvételeket begépeltem.
2. Az interjúkat először folyamatos nyílt kódolással dolgoztam fel.
3. Következő lépésben a szakirodalmon alapuló, a hallgatói kutatás eredményeivel összhangban lévő saját dimenziókba soroltam a kódokat.
4. A saját dimenzióba rendezéssel párhuzamosan felkértem egy független kódolót (MBA végzettségű, tudományos munkát is végző szakértő) dimenziók kialakítására.
5. Ezt követően az elemzésre a minták összeillesztésének módszerét alkalmaztam, vagyis a saját dimenziók adattartalmát (kódokat) összehasonlítottam a független kódoló dimenzióival (GOLNHOFER, 2001), és ebből készítettem egy mátrixot.

A mintavétel nagysága (11 fő) nem tette lehetővé, hogy érvényes statisztikai elemzést hajtsak végre a kapott információkból.

### **3. AZ ÉRTEKEZÉS FŐBB MEGÁLLAPÍTÁSAI**

A pályakezdő diplomások számára a munkahelyválasztási preferenciák kevésbé árnyaltak a CSR tevékenységek szempontjából. Egyértelmű, hogy fontos számukra a kompenzációs csomag, ám még ennél is fontosabb, hogy a leendő munkahelyükön pozitív légkör és jó kollektíva várja őket. A munkáltatókról szerzett információik sokszor hiányosak, így jobb híján az egyetemi hallgatói léthez képest ítélik meg a konkrét CSR tevékenységeket. A térben és időben a saját élethelyzetükhöz képesti relatív távolság szerint gondolkodnak a CSR kategóriákban. Az egyik ilyen kategória a munkáltatók oktatással és képzéssel kapcsolatos tevékenysége. Nagyon pozitívan ítélik meg, ha egy vállalat hangsúlyt fektet a dolgozók oktatására, fejlesztésére, illetve külső oktatási intézményekkel működik együtt.

Az IKT vállalatok aktív egyetemi szerepvállalása több szempontból is indokolható.

A tehetséges munkavállalókért folytatott küzdelem színhelye a felsőoktatás (és a középfokú oktatás). A mai egyetemista korosztály egy potenciális munkáltató megítélésében előnyben részesíti az „emberi tényezőket”, mint a kollektíva, a munkakörnyezet, a személyes fejlődés lehetőségei. Ezekről hozzáférhetőség alapján szerez információkat. Ha nem fér hozzá közvetlenül a céges információkhoz, akkor vagy nincs is információja, vagy a lehető leggyorsabban informális csatornákon keresztül szerzi azt be. A jelenleg rendelkezésre álló informális kommunikációs csatornák kínálata széles, gyorsabbak és olajozottabban működnek, mint valaha. Ha egy cég valós képet akar festeni magáról a majdani diplomás munkavállalói előtt, akkor nem maradhat távol az egyetemistáktól.

Az Egyetemnek ebben a folyamatban a kapuőr szerep jut, ami nem nélkülözheti a folyamatos monitoringot és értékelést.

Az egyetemi és vállalati döntéshozók egyaránt azt hangsúlyozzák, hogy az oktatási intézmények nem lehetnek passzív befogadói a vállalatok irányából érkező kezdeményezéseknek. Ideális esetben már a tervezés fázisában is együtt kellene működniük, mert így valósítható meg a kezdeményezések optimális hasznosulása. Ha például egy eszközzadomány nincs a képzésbe integrálva, akkor egyrészt zárt szekrényekben köthet ki, másrészt ha használatba is kerülnek ezek az eszközök, nem biztos, hogy a felhasználók javát szolgálják, ha nincs koncepció, keretek célok és képzés.

*H1: Az IKT szektor vállalatvezetőinek vannak olyan közös értékpreferenciái, amik mentén alakítják vállalataik működtetését, CSR - jét.*

A megkérdezett IKT vállalatvezetők hiszik, hogy a technológiai fejlődés megfelelő kezekben jó irányba viszi a társadalmat.

Közös értéként jelenik meg az átláthatóság, a nyílt kommunikáció iránti elkötelezettség. Minden megkérdezett vezető fellép a korrupció ellen, annak tovagyűrűző károkozását hangsúlyozva a minőség, a verseny, a fejlődés, és az innováció területén. Ugyanakkor kiemelik a felelős adózás jelentőségét, az ellátórendszerek hatékony működtetésének reményében.

További közös értéként jelenik meg az együttműködés a közös értékteremtésben a kompatibilitás és a közös érdekek mentén, valamint a tudásmegosztás, különösen az utóbbi esetén a társadalom széles körére kiterjesztve. Hangsúlyozzák a magas minőség iránti elkötelezettségüket a jó termék, szolgáltatás előállításának érdekében.

Nagyra tartják a függetlenséget, ahol a döntési szabadság a kihívásokra való rugalmas reagálást is biztosítja.

Hisznek a példamutatás jelentőségében, Példamutatás, melynek a szervezeti szintű és a személyes aspektusai is jelentőséggel bírnak. Egy nagy befolyással bíró tőkeerős IKT vállalat pozitív tevékenységének multiplikátor hatása lehet.

Szerintük a vállalati társadalmi felelősségvállalásnak üzenet értéke van a szervezeten kívülre és befelé is, utóbbi támogathatja a kollégák elköteleződését.

A leírt értékpreferenciákkal **az első hipotézist igazolom.**

*H2: Az IKT vállalatok CSR tevékenységét a munkaerő piaci verseny erősen meghatározza, és ezért CSR tevékenységük elsősorban a telephelyek régióira fókuszál.*

Az interjúk mindegyikében számot adtak arról a szemléletről a megkérdezettek, hogy az oktatási rendszerre úgy tekintenek, mint a későbbi munkavállalók kibocsájtóira. A tehetséges munkavállalókért folytatott verseny színtere ma már a közép- és felsőfokú oktatási intézmény. Az oktatási intézményben való jelenlét, és annak tartalma versenyelőnyt jelenthet a munkáltatónak. Rövid és hosszú távon egyaránt, mert ha nem is szerez tehetséges munkavállalót egy vállalat közvetlenül az oktatási intézményben, jelenlétével és tevékenységével a vállalatáról alkotott képet befolyásolja, ami a későbbiekben válhat versenyelőnyvé a munkaerőpiacon.

**A második hipotézis első részét igazolom.**

Az informatika korában a földrajzi helyzet jelentősége visszaszorul, az IKT vállalatok a globális piacon versenyeznek. A hazai IKT vállalatok nagy részére jellemző, hogy munkavállalói állományuk nemzetközi, a többségükre az is, hogy telephelyeik nem csak Magyarországra korlátozódnak. CSR tevékenységükre nem csak az alapítói szándékok, a szervezeti kultúra, hanem a befogadó ország kultúrája és szabályrendszere (például adózási szabályok) is hatással vannak. Ebből a szempontból nem is tehetik meg, hogy csak a telephelyeik régióira fókuszáljanak. A vállalatok oktatási és tehetséggondozással kapcsolatos CSR - je szoros összefüggésben van a munkaerő utánpótlás kérdéseivel. Magyarországon az egyetemi hallgatók túlnyomó többsége az egyetemének régiójában vállal munkát a diplomaszerezést követően. Ezért ha a vállalat érvényesíteni akarja a munkaerő utánpótlási szempontokat, elsősorban a telephelyek régióira kell, hogy fókuszáljon az oktatással és tehetséggondozással összefüggő CSR területeken. Ezen tényezőket figyelembe véve **a második hipotézis arra vonatkozó megállapítását, miszerint az IKT vállalatok CSR tevékenysége elsősorban a telephelyek régióira fókuszál, részben tekintem igazoltnak.**

*H3: Az IKT vállalatok CSR tevékenységében az oktatás fókuszú programok iparág specifikusnak tekinthetők.*

Az IKT vállalatok meghatározása nagyon képlékeny. A digitalizáció a 3. Informatikai forradalom és az Ipar 4.0 hatására egyre több vállalat működésében van már akkora súlya az informatikának és információtechnológiának, hogy az iparágak határai elmosódnak. Az IKT vállalatoknak legalább három olyan csoportja működik Magyarországon, amelyek CSR tevékenysége némileg eltérő. A multinacionális IKT vállalatok az anyavállalat CSR elveit követve szabják az ezirányú tevékenységet „magyarosra”. A hazai tulajdonú, nagy múltú IKT vállalatok iparág specifikusnak tekinthető társadalmilag felelős tevékenysége az oktatáshoz köthető. A multinacionális és hazai startupok kevésbé iparág specifikus, sokkal inkább startup kultúra specifikus CSR-t folytatnak. Persze tekintve, hogy a startupok jelentős többsége IKT vállalatnak tekinthető (köztük az óriás multi Microsoft, Google), az ő tevékenységük akár teljes egészében lefedheti az IKT iparág specifikus CSR-t. A nagy multivá nőtt startupok vezetői magán és céges alapítványaikon keresztül végzik CSR tevékenységük jelentős részét. A hagyományos vállalati társadalmi felelősségvállaláshoz köthető tevékenységeik volumenét az ezzel elérhető adózási kedvezmények is befolyásolják. A hazai startupok közösen létrehozott non profit szervezeteken keresztül elsősorban szintén az oktatást támogatják. Tehát az oktatás támogatása IKT szektorspecifikus CSR területnek tekinthető.

### **A harmadik hipotézist igazoltnak tekintem.**

*H4: Leírhatók olyan jó gyakorlatok az IKT vállalatoknál, amelyek felelős tevékenységek, és hatással lehetnek az egyetemi hallgatók munkahelyválasztási preferenciáira.*

A CSR tevékenységek megítélése a megkérdezett hallgatók esetében hozzáférhetőség vezérelt. A jelenlegi élethelyzetükhöz kapcsolódó területek „láthatóak” számukra, azaz éppen azon tevékenységei a vállalati társadalmi felelősségvállalásnak, amelyek az oktatással és képzéssel kapcsolatosak. Az is látható az eredményekből, hogy ezek a tevékenységek összefüggenek egymással, és tematikusan rendeződnek a preferenciáikban.

A kutatás során feltártam olyan jó gyakorlatokat, amelyek kifejezetten az egyetemista korosztályt célozzák. Ilyen a DBSC Kerekasztal kooperatív működése, az AIT ösztöndíj programja.

Ezen túl vannak olyan kezdeményezések is, amelyek fiatalabb korosztályokat támogatnak, a Kürt Alapítványi Középiskola, a Lányok Napja, a NI oktatási programjai, az általános iskolásokat érintő KIR, a Budapest School.

Külön érdemes azon kezdeményezéseket kiemelni, amelyek a pedagógusok munkáját támogatják, vagy éppen ismerik el, mert az ő motiválásuk nélkül elképzelhetetlen az oktatás fenntartható támogatása. Ilyen jó gyakorlat az Alapítvány a Magyar Természettudományos Oktatásért Rátz Tanár Úr Életműdíja, a NI oktatási programjainak pedagógusokat támogató szegmensei.

### **A negyedik hipotézist igazolom.**

Az összeállított tevékenységlista a vállalatok oktatással, tehetséggondozással, oktatási intézményekkel kapcsolatos CSR tevékenységeit rendszerezve, alkalmas lehet ezen kezdeményezések átvilágítására, új tevékenységek meghatározására.

*H5: A vizsgált hallgatói minta munkahelyválasztási preferenciái nem térnek el az utóbbi évek (5 év) hasonló kutatásaiban tapasztaltaktól.*

Az utóbbi évek hallgatói munkahelyválasztási preferenciákat vizsgáló hazai kutatásai a mai egyetemista Z generáció korábbiakhoz képest erősebb tudatosságát hangsúlyozzák. Ők a leendő munkahelytől személyes törődést várnak el, a jó munkahelyi légkör és a modern munkakörülmények mellett. Határozott elvárásaik vannak a munka - magánélet megfelelő



egyensúlyát tekintve, és a kihívást jelentő munkafeladatokat keresik. Egyre fontosabbak számukra a fenntarthatósági és környezetvédelmi szempontok. A vizsgált hallgatói mintában a CSR területek iránti fokozott érdeklődést tapasztaltam. A megkérdezett hallgatók fontosnak tartják a vállalatok felelős viselkedését. A különböző területek megítélésében a hallgatókat a hozzáférhetőség vezérli. A jelenlegi élethelyzetükhöz közelebb álló területeket magasabbra értékelik. A jó munkakörülményeket, jó kollektívát ugyanúgy fontosnak tartják, mint azt, hogy a vállalat oktatási, képzési, fejlődési lehetőséget, és továbblépést biztosítson a munkavállalók számára. A kapott eredmények összhangban vannak az utóbbi évek hasonló fókuszú kutatásainak eredményeivel. **Az ötödik hipotézist igazolom.**

*H6: Az egyetemi hallgatók munkahelyválasztási preferenciájuk kialakításakor figyelembe veszik a jövőendő munkáltatójuk CSR tevékenységét.*

**A hatodik hipotézist igazolom,** mert a hallgatói kutatás mindkét mintájában azt igazolják a kutatási eredmények, hogy a megkérdezettek számára a munkabéren túl, egyéb, a vállalati társadalmi felelősségvállalás tárgykörével összefüggő szempontok is nagy jelentőséggel bírnak, ha leendő munkahelyükkel szembeni elvárásaikat kell megfogalmazniuk. A vállalati működés transzparenciája, a vállalati kommunikáció, azon belül a CSR kommunikáció egyaránt fontos számukra egy munkáltató megítélésénél. A jó munkakörülmények, az ergonomikus munkakörnyezet, a jó munkahelyi kollektíva egyaránt vonzó számukra. Elvárják, hogy a munkaadó biztosítson számukra oktatást és képzést, támogassa a fejlődésüket és biztosítsa az előrelépést. Az oktatással és tehetséggondozással összefüggésben nagyra értékelik a vállalatok ezirányú külső CSR tevékenységeit, hiszen ezek hozzák közel számukra a munka világát. A hozzáférhetőség biztosításával a CSR és CSR kommunikáció kötheti össze a munkaerőpiacot az oktatással.

*H7: Az egyetemi hallgatók a régió nagyvállalataihoz kapcsolódva alakítják ki véleményüket az IKT vállalatokról*

Azok a megkérdezettek, akik bármilyen jellemzést adtak az IKT vállalatokról meg is tudtak nevezni legalább egyet. A megnevezett és jellemzett vállalatoknak két csoportját lehet meghatározni.

Az első csoportot azok a vállalatok alkották amiket pozitívan jellemeztek a hallgatók, kiemelve a munkáltatói jellemzőket, mint például a pozitív környezet, jóllét; a fejlődési, tanulási lehetőségek, jó fizetés, karrier; a rugalmasság, és a csapatmunka. Ebbe a csoportba tartoznak a régió nagyvállalatai, mint az ITSH, a NI és a BT. Esetükben tehát elfogadom, hogy a hallgatói véleményeket ezen vállalatok jellemzése alakította.

A vállalatok másik csoportjában a fejlődés, bővülés, nagy potenciál, nagy hírnév, és erős versenyképesség kapcsolódott a nagy multik, mint az Apple, a Microsoft, a Google megnevezéséhez. Vagyis az általánosabb szektorjellemzőket a multinacionális vállalatok image – határozza meg a hallgatói véleményekben.

Tehát elmondható, hogy a konkrét munkavégzéshez köthető, munkavállalási preferenciákat érintő vélekedéseket konkrét vállalatokról alkotott vélemények befolyásolják a vállalat megítélésén túl, iparági megítélés szintjén is. Az IKT szektort érintő általánosabb vélekedések, mint a fejlődési potenciálhoz, versenyképességhez kapcsolódó vélemények általánosabb szinten fogalmazódnak meg, a szektor világszerte ismert piacvezető vállalatainak image-én, megítélésén keresztül. **Ezen okokból kifolyólag a hetedik hipotézist részben tekintem igazoltnak.**

## 4. AZ ÉRTEKEZÉS ÚJ, ILLETVE ÚJSZERŰ EREDMÉNYEI

1. **Az IKT vállalatvezetők a társadalmi felelősségvállalás fundamentumának tartják a transzparenciát, az etikus üzleti magatartást. Küzdenek a korrupció ellen, mert tovagyűrűző romboló hatása a gazdaságra és a társadalomra is káros.**

A megkérdezett döntéshozók nagyon határozottan fellépnek a korrupció ellen, ami elfedi a minőséget, akadályozza a versenyt, blokkolja az innovációt. Ha a korrupcióval lehet érvényesülni, akkor minden más erőfeszítés hiábavaló, így a tehetségek elsikkadhatnak, jobb esetben elvándorolnak. A valós munka, az eredmények relativizálódnak.

A transzparencia és az etikus üzleti magatartás ellenben pozitív folyamatokat generál és tart fenn. A szervezeten kívül bizalmat épít, a szervezeten belül lojalitást.

Ezzel összhangban, a jövő döntéshozói, a hamarosan friss diplomásként munkaerőpiacra lépők munkahelyválasztási preferenciáiban is fontos elvárás a transzparencia.

2. **Pozitív pszichológiai keretben értelmezhető a vállalatvezető CSR alakításában betöltött szerepe és annak személyes vetületei.** Azzal, hogy a vezető felelős tevékenységével (beleértve a CSR – t is) a pénz és más gazdasági tényezők mellett a társadalmi kapcsolatok, társadalmi kérdések területén idéz elő pozitív változást, nem csak mások, de saját pszichológiai jóllétét is növelheti. Aki boldogságot és szubjektív jóllétet él meg, szívesebben segít másoknak, így kialakítva egy pozitív visszacsatolási kört. Ha a vezető szellemi örökségével hatást gyakorol a vállalatra és a társadalomra (legacy), saját boldogságának, jóllétének növelésén túl szimbolikus halhatatlanságát is biztosítja.

További terepe a pozitív hatás gyakorlásának a személyes példamutatás, a mentorálás, mások fejlődésének elősegítése. A generációk közti sikeres együttműködés különösen az ismeretátadás és szemléletformálás, valamint az utódlás biztosításának területén nyújthat személyes és szervezeti előnyöket.

3. **A hazai IKT vállalatok társadalmi felelősségvállalásának három útja rajzolódik ki az interjúk alapján:**

### *Nemzetközi nagyvállalati háttérrel bíró hazai multik útja*

Az anyavállalat kész receptjével művelik a CSR - t. Náluk a „gondolkodj globálisan és cselekedj lokálisan” jelmondat megállja a helyét. Oktatással és tehetséggondozással kapcsolatos felelős tevékenységük elsődleges mozgatórugója az utánpótlás szerzés, a jövő

generáció, mint a vállalat érintettjének gondozása, brand építés. A belső CSR - jük kiforrott, hozzák az anyavállalat jól bevált gyakorlatait, ugyanakkor a legújabb nemzetközi trendeknek megfelelő új elemeket ők építik be elsőként.

### ***Évtizedes hazai vállalatok útja, karizmatikus ma is aktív alapítókkal***

Hazafias gondolkodásúak és lokálpatrióták. Már aktív vezetőként cégeikkel, és a visszavonulásuk után is hosszú távú oktatási együttműködések támogatnak az oktatás minden szintjén szakértőkkel, nonprofit szervezetekkel együttműködve. Saját oktatási intézményeket hoztak létre, amelyekben felelős szempontok alapján támogatják a hazai tehetségeket, az átlagtól bármilyen szempontból eltérő diákok fejlődését.

### ***Hazai startupok útja***

A hazai startupok a CSR-ben is, mint a működés minden más területén globálisan gondolkodnak. Egymással, a többi piaci szereplővel, a szakmai szervezetekkel, oktatási intézményekkel és a non profit szektor szerveződéseivel is együttműködnek. Ők maguk alapítanak velük újabb kezdeményezéseket. Eredeti megoldásokat alkalmaznak, amelyekben tetten érhető a „meg tudod csinálni - csináld magad”, problémamegoldó, mérnöki gondolkodás. Legnagyobb értékük a függetlenség és együttműködés együttes megvalósítása.

- 4. Az informatikai és telekommunikációs szektor szereplőinek CSR tevékenységét a vállalat típusa és a vállalatvezető személye befolyásolja leginkább, a telephelyek elhelyezkedése kevésbé mérvadó.** A külföldi és hazai tulajdonosi háttérrel bíró, a nemzetközi szinten több tízezer munkavállalót foglalkoztató és az éppen induló hazai néhány fős startupok ugyanazon a munkaerőpiacon, ugyanazon oktatási intézményekből kikerülő potenciális munkavállalókért versenyeznek. Ez a verseny gyakran már az oktatási intézményekben eldőlhet, ezért minden IKT szereplőnek elemi érdeke, hogy jelen legyen. A multinacionális IKT szereplők a CSR szélesebb eszköztárát használják, és a vezető befolyása csak másodlagos az anyavállalat CSR stratégiája mellett. A hazai IKT vállalatok karizmatikus alapítójának, vezetőjének szerepe nagyon meghatározó vállalatának CSR - jében még akkor is, ha már távozott a cégtől. Az ő szellemi öröksége él tovább. Különösen igaz ez akkor, ha hosszú távú oktatási, tehetséggondozási projekt fűződik a nevéhez. A hazai „új hullámos” startupok a CSR - jüket egymással és külső, - általában a szakterülethez értő szakértők bevonásával, nonprofit szereplőkkel együttműködve valósítják meg.

**5. Az IKT vállalatok felelőssége több dimenzióban értelmezhető az oktatással, tehetséggondozással összefüggésben.**

Ezek a vállalatok birtokolják a technológiát, a technológia és kommunikáció új szimbiózisában befolyásolják a közvéleményt. Az oktatás és kutatás területén egyre nagyobb szerepet vállalnak az IKT vállalatok, ennek háttérében a felgyorsult technológiai fejlődés, a digitalizáció támasztotta kihívások, a növekvő és kielégítetlen munkaerőigény sürgetése, és az oktatási intézmények irányából érkező igények állnak. Az, hogy mely területeken és milyen mértékben vállal egy IKT vállalat szerepet, szorosan összefügg a vállalat társadalmi felelősségvállalásával. A vállalatok ezirányú tevékenységében hangsúlyos a szereplők közötti együttműködés, már a projektek tervezési szakaszában is. Felelőségük az oktatási intézményekkel kapcsolatban kettős, egyrészt az etikus és előremutató együttműködés partneri felelőssége, másrészt a határok és érdekek tiszteletben tartása. A hallgató érdeke a szakmai tapasztalatszerzésen túl a magasabb iskolai végzettség megszerzése. Az intézmény érdeke a szakmai együttműködésen, kompetenciafejlesztésen és értéknövelésen túl, hogy a hallgató a teljes képzési ciklust abszolválja.

**6. Összeállítottam egy tevékenység listát.** A vállalatok oktatással, tehetséggondozással, oktatási intézményekkel kapcsolatos CSR tevékenységeit rendszerezve különbséget lehet tenni a szervezetben megvalósuló, a saját dolgozói állományt célzó tevékenységcsoport és a szervezeten kívülre irányuló tevékenységek köre között.

A rendszer a vállalatok számára alkalmazható CSR tevékenységeik átvilágításában vagy megtervezésében, a kutatók számára pedig a megvalósult CSR elemzésében az oktatással, oktatási intézményekkel, tehetséggondozással összefüggő területeken.

**7. Az egyetemi hallgatók CSR tevékenységekkel kapcsolatos attitűdje hozzáférhetőség vezérelt. Az aktuális élethelyzet és rövidtávú terveik jelentik a hozzáférés korlátait.**

A hozzáférhetőség biztosításával a CSR és CSR kommunikáció kötheti össze a munkaerőpiacot az oktatással. A vállalati működés transzparenciája, a vállalati kommunikáció, azon belül a CSR kommunikáció egyaránt fontos a hallgatók számára egy munkáltató megítélésénél. A jó munkakörülmények, az ergonómikus munkakörnyezet, a jó munkahelyi kollektíva egyaránt vonzó számukra. Elvárják, hogy a munkaadó biztosítson számukra oktatást és képzést, támogassa a fejlődésüket és biztosítsa az előrelépést. Az oktatással és tehetséggondozással összefüggésben nagyra értékelik a vállalatok ezirányú külső CSR tevékenységeit, hiszen ezek hozzák közel számukra a munka világát. A

kérdőívben megnevezett konkrét CSR tevékenységek közül (21 + 1 tevékenység) a legfontosabbnak az ergonómikus (a test és lélek sajátosságait tudatosan figyelembe vevő) környezet biztosítását tartották a válaszadók. A vállalat aktív szerepvállalása az oktatásban, - mint szakdolgozat írás, kutatás segítése; gyakornoki program; a dolgozóik oktatása, mellett a környezettudatosság is magas prioritással bír számukra.

Jelen kutatás eredményeit tekintve a legfontosabb prioritizáló szempontnak a hozzáférés bizonyult.

**8. Az egyetemi hallgatók, mint potenciális munkaadókra tekintenek az IKT vállalatokra. Többségük szívesen dolgozna itt, a véleményüket olyan nagy régiós IKT foglalkoztatók vezérlik, akik oktatással és tehetséggondozással kapcsolatos tevékenységeikkel jelen vannak a felsőoktatási intézményben.**

A hallgatói vélemények olyan képet festenek az IKT szektor vállalatairól, amiben nagy hangsúlyt kap az erős fejlődési potenciál, a rugalmasság, a minőségorientált gondolkodás. Tisztában vannak vele, hogy ez a szektor folyamatosan bővül, és egyre több munkahelyet kínál. Ezeket a munkahelyeket biztos munkahelyekként képzelik el, amikhez anyagi megbecsülés, tanulási, fejlődési lehetőségek, pozitív légkör, és megfelelő munkakörnyezet társul, amit vonzónak találnak.

Válaszaikból az is kiderül, hogy véleményüket azok a nagy régiós IKT munkáltatók formálják elsősorban, akik hozzáférhetőek számukra, jelen vannak kezdeményezéseikkel a felsőoktatásban.

## **5. AZ EREDMÉNYEK GYAKORLATI HASZNOSÍTHATÓSÁGA**

A kutatás során születtek olyan konkrét eredmények, amelyeket a vállalatok fel tudnak használni, be tudnak építeni CSR tevékenységükbe illetve általánosabban a vállalati kommunikációba. Összeállítottam egy olyan tevékenység listát ami a vállalatok számára lehet hasznos CSR tevékenységeik átvilágításában vagy megtervezésében, a kutatók számára pedig a megvalósult CSR elemzésében az oktatással, oktatási intézményekkel, tehetséggondozással összefüggő területeken.

A kihívások és lehetséges megoldások módszeres bemutatásával a munkaerőpiac különböző szereplőit (ide értve az oktatást is) szeretném ösztönözni az együttműködésre, mert csak együttműködéssel lehetnek ténylegesen társadalmilag felelősek, és közösen lehetnek olyan hatékonyak, hogy az a gazdaság és társadalom számára is értéket képviseljen.

Az oktatásban (vállalati támogatással) működő jó gyakorlatok rendszerszintű bevezetésének támogatása stratégiai fontosságú állami feladat. Ebben a vállalatok partnerként képzelik el az együttműködést, mert az ő feladatuk elsősorban az értékteremtés és profit termelés. A jó gyakorlatok bemutatásával azok elterjedését kívánom ösztönözni.

Az iparág vállalatainak felelőssége, hogy önmérsékletet gyakoroljanak a munkaerőigényük kielégítésében akkor, ha még aktív tanulmányokat folytató potenciális munkavállalókról van szó. Ezzel egyrészt szolgálják a megosztott közös értékteremtést a szereplők kompetencia határainak és működésének tiszteletben tartásával, másrészt a hallgatók személyes karrieresélyeinek szempontjait tartják tiszteletben etikus viselkedésükkel.

Az oktatási intézményekben történő aktív szerepvállalással közelebb hozhatják a gazdasági szektort az oktatáshoz, a tanárképzéssel, kurzusaikkal, a szakmai gyakorlatokkal elősegíthetik, hogy az iskolapadokból kikerülők kompetenciái és elvárásai közelebb legyenek a munkaerőpiaci igényekhez és lehetőségekhez. A hallgatók és középiskolások informálását célzó projektek a felnövekvő generációk érdekeit szolgálják.

Ezekben az együttműködésekben az oktatási intézményeknek kapuőr szerep jut, ami azt jelenti, hogy szakmai háttérükkel és tapasztalataikkal integrálniuk kell a vállalatok felől érkező bármilyen aktivitást a saját rendszerükbe. Ez nem csak lehetőséggel de felelősséggel is jár, mert ha a szereplők között nincs megfelelő együttműködés, akkor a legjobb szándék is kudarchoz vezet. Az oktatási intézménynek meg kell tudni határozni az igényeket, és a lehetőségekhez szabni azokat az együttműködés során.

A Debreceni Egyetem felismerte az ilyen együttműködések stratégiai jelentőségét, azonban célszerű lenne kari szinten megfelelő szervezeti keretet biztosítani a rugalmas együttműködésnek a szubszidiaritás elvét szem előtt tartva.

A kutatásból az is kiderült, hogy a hallgatóknak kevés ismerete van a vállalati társadalmi felelősségvállalásról, viszont nagyon érdeklődnek iránta. Van ugyan arra példa, hogy tanulhatnak a CSR-ről, de csak nagyon korlátozott körben. Célszerű lenne széles körben (minden karon) olyan kurzusokat indítani, amelyek az önéletrajz íráson és karrier tervezésen túl, a munkavállaláshoz kapcsolódó területeken, a vállalati társadalmi felelősségvállalásról szolgálnak információval, akár külső, vállalati szakemberek bevonásával. A pozitív forgatókönyv szerint minden egyetemista munkavállaló lesz valahol, és minél korábban érinti meg a munka világa, annál felelősebb döntést tud hozni a munkahelyválasztásnál.



### 3. AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉBEN KÉSZÜLT PUBLIKÁCIÓK

#### Idegen nyelvű tudományos folyóiratcikk

1. Lázár, T. - Bene, Á. (2018/a): Requirements for multicultural competencies defined by a focus group, International Journal of Engineering and Management Sciences / Műszaki és Menedzsment Tudományi Közlemények 3(3), pp. 44-56.
2. Lázár, T. - Bene, Á. (2018/b): Need for Multicultural Competencies in the Selection Process of Multinational Companies Humán Innovációs Szemle 8-9(1-2.), pp. 85-96.
3. Móré, M. - Bene, Á. (2018): Generational Challenges in Organisations Tudásmenedzsment 19(1) pp. 15-23.

#### Magyar nyelvű tudományos folyóiratcikk

4. Bene, Á. (2020): Fiatalos IT vállalatok? Milyenek látják a fiatalok az IT szektor szervezeteit? Új Munkaügyi Szemle 1(3), pp. 54-63.
5. Bene, Á. - Móré, M. - Gerhát, R. (2018): A Magyar Telekom mint nemzeti fő támogató szponzori szerepvállalása a 2017-es Vizes Világbajnokság felkészülési időszakában. Taylor: Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Folyóirat: A Virtuális Intézet Közép-Európa Kutatására Közleményei 10(2), pp. 44-54.
6. Bene, Á. - Móré, M. (2017): Egy világméretű sportesemény, a 2017 Vizes VB néhány társadalmi aspektusa, a jövő managereinek szemszögéből International Journal of Engineering and Management Sciences / Műszaki és Menedzsment Tudományi Közlemények 2(4), pp. 40-59.
7. Lázár, T. - Bene, Á. (2017): (Pro)aktivitás egy nemzetközi nagyvállalat magyar leányvállalatának társadalmi felelősségvállalásában. Különleges Bánásmód 3(4), pp.77–95.
8. Bene, Á. (2016/a): Tehetség és oktatás a vállalatok társadalmi felelősségvállalásában Különleges Bánásmód 2(2), pp. 53 - 69.
9. Bene, Á. (2016/b): A CSR különleges bánásmódja. Különleges bánásmód 2(1), pp. 27-41.

#### Konferencia kiadványban megjelent könyvrészlet idegen nyelven

10. Bene, Á. – Móré, M. – Bene, P. – Pogácsás, P. (2020): Persuasion in sustainability, from David Attenborough to Greta Thunberg, In: Csaba József Kovács, Zsombor Kápolnai, Péter Földi, Ildikó Bajcsi (ed.) (2020): Book of Abstracts International Conference of

Economics Phd Students and Researchers in Komarno, Komárno Slovakia, 21 December, 2020.

11. Bene, Á. - Salamon, P. (2016): CSR Potential In: Kékesi, T. (ed.) The Publications of the MultiScience XXX. microCAD International Multidisciplinary Scientific Conference . Konferencia Miskolc Magyarország , 2016.04.21 2016.04.22. Miskolc: University of Miskolc, 2016. Paper F\_5\_Bene\_Agnes.pdf. pp. 1-9.

#### **Konferencia kiadványban megjelent absztrakt magyar nyelven**

12. Bene, Á. (2020): Koopetíció a hazai üzleti szolgáltató szektorban: a Debreceni BSC Kerekasztal, Absztrakt kötet, A Magyar Tudomány Ünnepe 2019 „Értékteremtő Tudomány”, Nyíregyháza, Magyarország 2020.11.18. pp. 18.
13. Bene, Á. (2019): IT vállalatok és a vállalati társadalmi felelősségvállalás egyetemi hallgatók munkahelyválasztási preferenciáiban In: ADA 2019 – Rövid absztraktok (2019) p. 5
14. Bene, Á. - Ásványi, K. (2017): HR funkciókkal összefüggő CSR tevékenységek megítélése egyetemi hallgatók munkahelyválasztási preferenciáiban In: Dajnoki K, Berde Cs (szerk.) – rezümékötet A globalizáció és a változás hatása az emberi erőforrás menedzsment funkciókra. 2017.09.29 Debrecen: Debreceni Egyetem Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar, 2017. p. 19. (ISBN:978-963-473-037-8)
15. Bene, Á. (2017): Vállalati társadalmi felelősségvállalás egyetemi hallgatók munkahely választási preferenciáiban In: Doktorandusz konferencia : IKDI Debreceni Egyetem, (2017) p. 13.

#### **Idegen nyelvű konferencia előadás**

16. Bene, Á.- Móré, M. - Bene, P. - Pogácsás, P. (2020): Persuasion in sustainability, from David Attenborough to Greta Thunberg, International Conference of Economics Phd Students and Researchers in Komarno, Komárno Slovakia, 21 December, 2020.

#### **Magyar nyelvű konferencia előadás**

17. Bene, Á. (2020): Koopetíció a hazai üzleti szolgáltató szektorban: a Debreceni BSC Kerekasztal, A Magyar Tudomány Ünnepe 2019 „Értékteremtő Tudomány”, Nyíregyháza, Magyarország 2020.11.18.
18. Bene, Á. (2019/a): IT vállalatok hallgatói szemmel,- Hallgatói vélemények feltárása a Debreceni Egyetemen Doktorandusz Konferencia, Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar, Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Debrecen 2019. 11. 22.

19. Bene, Á. (2019/b): IT vállalatok és a vállalati társadalmi felelősségvállalás egyetemi hallgatók munkahelyválasztási preferenciáiban ADA 2019, Debreceni Egyetem Informatikai Kar, Előadás, Debrecen, 2019.05.25-2019.05.26.
20. Bene, Á. - Móré, M. (2017): A Magyar Telekom, mint nemzeti fő támogató szponzori szerepvállalása a 2017-es vizes világbajnokság felkészülési időszakában, a jövő döntéshozóinak szemszögéből vizsgálva 7. Vezetéstudományi Konferencia, Szervezetek és vezetés Taylor után 106 évvel, 2017. május 26. Szeged
21. Bene, Á. (2017/a): Vállalati társadalmi felelősségvállalás egyetemi hallgatók munkahelyválasztási preferenciáiban Doktorandusz konferencia: IKDI, Debrecen, Magyarország, 2017.12.08.
22. Bene, Á. (2017/b): HR funkciókkal összefüggő CSR tevékenységek megítélése egyetemi hallgatók munkahelyválasztási preferenciáiba Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar; Humán Szakemberek Országos Szövetsége Debreceni HR Klub, A globalizáció és a változás hatása az emberi erőforrás menedzsment funkciókra, Debrecen, Magyarország, 2017 szeptember 29.
23. Bene, Á. - Móré, M.(2017): Egy világméretű sportesemény, a 2017 Vizes VB néhány társadalmi aspektusa, a jövő managereinek szemszögéből Kihívások és tanulságok a menedzsment területén, Debreceni Egyetem Műszaki Kar, 2017.03.09-10.

## A TÉZISFÜZETBEN FELHASZNÁLT IRODALOM

1. Ásványi, K. (2013): A komolyzene vállalati támogatásának útvesztői = Competing for corporate support: the classical music case, PhD Disszertáció Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástani Doktori Iskola pp. 1-191.
2. Balázs, K. – Högye-Nagy, Á. (2015): Kevert módszerű pszichológiai kutatás: A kvalitatív és kvantitatív kutatási módszer integrációjain. Balázs K., Kovács J., Münnich Á. (Szerk.)(2015): Pszichológiai módszertani tanulmányok. Debreceni Egyetemi Kiadó. pp. 9-28.
3. Bocsi, V. (2019): Hallgatók értelmiségképe Szociológiai Szemle 29(2). pp. 94-111.
4. Bowen, H. (1953): Social Responsibilities of the Business-man. New York: Harper.
5. Carroll, A. B. (1991): The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. Business Horizons (July-August). pp. 39- 48.
6. Creswell, J. W. – Plano, Clark, V.L. (2011): Designing and Conducting Mixed Methods Research. Sage Publications Ltd., Thousand Oaks
7. Csapóné Riskó, T. (2016): Fókuszban az alkalmazottak, Studia Mundi-Economica, 3(1). pp. 26-39.
8. Davis, K. (1973): The case for and against business assumption of social responsibilities. Academy of Management Journal, June, pp. 312–322.
9. Deutsch, N. – Berényi, L. (2018): Personal approach to sustainability of future decision makers: a Hungarian case. Environment, development and sustainability, 20(1). pp. 271-303.
10. Dőry, B. – Harsányi, D. – Porubcsánszki, K. – Lajtos, A. (2019): Helyzetkép és inspiráció: felmérés a magyarországi vállalati társadalmi felelősségvállalásról, elérhető: <https://nonprofitpartner.hu/csr-kerdoiv/> letöltés: 2020.04.05.
11. Drucker, P. F. (1954). Management by objectives and self-control. Practice of management.
12. Dyson, E. (1997): Education and jobs in the digital world. Communications of the ACM, 40(2). pp. 35-36.
13. Elkington, J. (1997): Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business. Oxford: Capstone Publishing Ltd.
14. European Commission (EC) (2015): EU Multi Stakeholder Forum on Corporate Social Responsibility 3-4 February, 2015 Brussels, Executive Summary

15. Friedman, M. (1970): The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. New York Times. September 13. 1970. pp.122-126.
16. Géring, Zs. (2018): A vállalati társadalmi felelősségvállalás kritikai megközelítései: A vállalati állampolgárság, az explicit/implicit CSR és az 'újrapolitizált' vállalat koncepciói Replika, 106-107. pp. 57-76.
17. Gyarmathy, É. (2020): Az infokommunikációs társadalom generációi, OFOE, Budapest
18. Knox, S. – Maklan, S. (2004): Corporate Social Responsibility: Moving Beyond Investment Towards Measuring Outcomes. European Management Journal 5(22). pp. 508–516.
19. Kudari, N. (2020): Munkaerőpiaci bemelegítés a MENTA előtt, IVSZ hírek, elérhető: <https://ivsz.hu/hirek/munkaeropiaci-bemelegites-a-menta-elott/> letöltés: 2020.10.10.
20. Kurzweil, R. (2005): The singularity is near: when humans transcend biology. New York: Viking.
21. Peterson, C. – Ruch, W. – Beermann, U. – Park, N. – Seligman, M. E. (2007): Strengths of character, orientations to happiness, and life satisfaction. The journal of positive psychology, 2(3). pp. 149-156.
22. Ponce Del Castillo, A. (2020): The Digital Services Act Package: Reflections on the EU Commission's Policy Options. ETUI Research Paper-Policy Brief, 12. pp.1-6.
23. Poór, J. – Kovács, Á. – Kolbe, T. – Csapó, I. (2018): Szakemberhiány és munkaerőmegtartás a kulcsmunkakörökben 2018, Kutatási zárójelentés, SZIE, MHRKK, Budapest
24. Sántha, K. (2013): A harmadik paradigma a neveléstudományi vizsgálatokban. Iskolakultúra 23:2 pp. 82-91.
25. Seligman, M. (2004): The new area of positive psychology, TED Talk elérhető: [https://www.ted.com/talks/martin\\_seligman\\_the\\_new\\_era\\_of\\_positive\\_psychology/transcript](https://www.ted.com/talks/martin_seligman_the_new_era_of_positive_psychology/transcript) letöltés: 2019.10.01.
26. Shamaun, N. – Ahmed, M. W. – Siddiqui, M. A. (2019): Coopetition doctrine for corporate social responsibility, VFAST Transactions on Education and Social Sciences, 7(1). pp. 11-15.
27. Spelkens, J. (2017): Growth through sustainability and partnerships, Céges Társadalmi Felelősségvállalás kultúrája Európában és Magyarországon Konferencia 2017.05.12. Budapesti Európai Ifjúsági Központ.
28. Turker, D. (2009): Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study. Journal of Business Ethics, 85(4). pp. 411-427.



Nyilvántartási szám: DEENK/220/2021.PL  
Tárgy: PhD Publikációs Lista

Jelölt: Bene Ágnes  
Doktori Iskola: Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola  
MTMT azonosító: 10054546

### A PhD értekezés alapjául szolgáló közlemények

#### Folyóiratcikkek, tanulmányok (10)

1. **Bene, Á.**: Fiatalos IT vállalatok? Milyenek látják a fiatalok az IT szektor szervezeteit: Hallgatói vélemények feltárása a Debreceni Egyetemen.  
*Új Munkaügyi Szemle. 1 (3), 54-63, 2020. ISSN: 2677-1306.*
2. **Bene, Á.**, Móré, M., Gerhát, R.: A Magyar Telekom mint nemzeti fő támogató szponzori szerepvállalása a 2017-es Vizes Világbajnokság felkészülési időszakában.  
*Taylor. 10 (2), 44-54, 2018. ISSN: 2064-4361.*
3. Móré, M., **Bene, Á.**: Generational Challenges in Organisations.  
*Tudásmenedzsment. 19 (1), 15-23, 2018. ISSN: 1586-0698.*
4. Lázár, T., **Bene, Á.**: Need for Multicultural Competencies in the Selection Process of Multinational Companies.  
*Humán Innovációs Szemle. 8-9 (1-2), 85-96, 2018. ISSN: 2062-0292.*
5. Lázár, T., **Bene, Á.**: Requirements for multicultural competencies defined by a focus group.  
*International Journal of Engineering and Management Sciences. 3 (3), 44-56, 2018. EISSN: 2498-700X.*  
DOI: <http://dx.doi.org/10.21791/IJEMS.2018.3.4>.
6. Lázár, T., **Bene, Á.**: (Pro)aktivitás egy nemzetközi nagyvállalat magyar leányvállalatának társadalmi felelősségvállalásában.  
*Különleges Bánásmód. 3 (4), 77-95, 2017. EISSN: 2498-5368.*  
DOI: <http://dx.doi.org/10.18458/KB.2017.4.77>
7. **Bene, Á.**, Móré, M.: Egy világméretű sportesemény, a 2017 Vizes Világbajnokság néhány társadalmi aspektusa a jövő managereinek szemszögéből a felkészülési időszakban.  
*International Journal of Engineering and Management Sciences. 2 (4), 40-59, 2017. EISSN: 2498-700X.*  
DOI: <http://dx.doi.org/10.21791/IJEMS.2017.4.4>.
8. **Bene, Á.**: A CSR különleges bánásmódja.  
*Különleges Bánásmód. 2 (1), 27-41, 2016. EISSN: 2498-5368.*  
DOI: <http://dx.doi.org/10.18458/KB.2016.1.27>





9. **Bene, Á.**, Bene, P.: Specialties of first smed in pharmaceutical manufacturing.  
*International Journal of Engineering and Management Sciences. 1 (1), 1-11, 2016. EISSN: 2498-700X.*  
DOI: <http://dx.doi.org/10.21791/IJEMS.2016.1.48>.
10. **Bene, Á.**: Tehetség és oktatás a vállalatok társadalmi felelősségvállalásában.  
*Különleges Bánásmód. 2 (2), 53-69, 2016. EISSN: 2498-5368.*  
DOI: <http://dx.doi.org/10.18458/KB.2016.2.53>

Konferenciaközlemények (6)

11. **Bene, Á.**: Koopetíció a hazai üzleti szolgáltató szektorban: a Debreceni BSC Kerekasztal.  
In: , Debreceni Egyetem Egészségügyi Kar, Nyíregyháza, 18-18, 2020. ISBN: 9789634902706
12. **Bene, Á.**, Móré, M., Bene, P., Pogácsás, P.: Persuasion in sustainability, from David Attenborough to Greta Thunberg.  
In: PhD Students and Researcher Conferences in Central Europe I.: International Conference of Economics PhD Students and Researchers in Komárno: Book of Abstracts. Ed.: by Csaba József Kovács, Zsombor Kápolnai, Péter Földi, Ildikó Bajcs, Téka, Komárno, 12-12, 2020. ISBN: 9788097274276
13. **Bene, Á.**: IT vállalatok és a vállalati társadalmi felelősségvállalás egyetemi hallgatók munkahelyválasztási preferenciáiban.  
In: ADA 2019 : rövid absztraktok, Debreceni Egyetem, Debrecen, 5, 2019.
14. **Bene, Á.**, Ásványi, K.: HR funkciókkal összefüggő CSR tevékenységek megítélése egyetemi hallgatók munkahelyválasztási preferenciáiban.  
In: , DE GTK : H SZOSZ Debreceni HR Klub, Debrecen, 19, 2017. ISBN: 9789634730378
15. **Bene, Á.**: Vállalati társadalmi felelősségvállalás egyetemi hallgatók munkahelyválasztási preferenciáiban.  
In: Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola : Doktorandusz Konferencia. Kiadta: a Gazdaságtudományi Kar, Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Debrecen, 13, 2017.
16. **Bene, Á.**, Salamon, P.: CSR Potential.  
In: The Publications of the MultiScience - XXX. microCAD International Multidisciplinary Scientific Conference University of Miskolc, 21-22 April, 2016, Miskolc University Press, Miskolc, , 2016. ISBN: 9789633581131





### További közlemények

#### Folyóiratcikkek, tanulmányok (5)

17. Halász, D., **Bene, Á.**: A zeneterápia lehetőségei idősgondozók kiegészének megelőzésében.  
*Magyar Gerontológia*. 12 (különszám), 30-31, 2020. ISSN: 2062-3682.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.47225/MG/12/Különszám/8463>
18. Balázs, K., **Bene, Á.**: Az aktív időskor szerepe a fogyasztóvédelemben.  
*Magyar Gerontológia*. 11 (36-37), 65-77, 2019. ISSN: 2062-3682.
19. **Bene, Á.**: Az időskorúak fogyasztóvédelmi érintettségéről: kerekasztal beszámoló.  
*Magyar Gerontológia*. 11 (37), 119-121, 2019. ISSN: 2062-3682.
20. **Bene, Á.**: Idősoktatás felsőfokon.  
*Magyar Gerontológia*. 9 (33), 49-70, 2017. ISSN: 2062-3682.
21. Balázs, K., **Bene, Á.**, Hidegkuti, I.: Vulnerable older consumers: new persuasion knowledge achievement measure.  
*International Journal of Consumer Studies*. 41 (6), 706-713, 2017. ISSN: 1470-6423.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/ijcs.12383>

#### Konferenciaközlemények (3)

22. **Bene, Á.**, Móré, M.: Idősek új szerepekben a reklámparban.  
In: Nyíregyházi Gerontológiai Napok XII. Nemzetközi Tudományos Konferencia :  
Absztraktfüzet. Szerk.: Patyán László, Bene Ágnes, Debreceni Egyetem Egészségügyi Kar,  
Nyíregyháza, 11, 2019. ISBN: 9789634901532
23. **Bene, Á.**, Balázs, K., Móré, M., Zombory, J.: University related geronto-education in Hungary.  
In: Die Erfindung des Alters : Geriatriekongress 2019. Ed.: Universität Wien, Universität  
Wien, Wien, 114, 2019.
24. Balázs, K., **Bene, Á.**, Bakó, P.: A meggyőzési tudatosság mérése idősek körében.  
In: Múlt és jelen összeér: Magyar Pszichológiai Társaság XXV. Jubileumi Országos  
Tudományos Nagygyűlése: Kivonatkiötet / fel. szerk. Vargha András, Magyar Pszichológiai  
Társaság, Budapest, 95-96, 2016. ISBN: 9786158024129



A DEENK a Jelölt által az iDEa Tudóstérbe feltöltött adatok bibliográfiai és tudományometriai ellenőrzését a tudományos adatbázisok és a Journal Citation Reports Impact Factor lista alapján elvégezte.

Debrecen, 2021.04.27.