

Duna-kavics

A Dunaújvárosi Egyetem online folyóirata 2023. XI. évfolyam V. szám

Műszaki-, Informatikai és Társadalomtudományok



VARSÁNYI GÁBOR
A felnőtt korosztály tánc iránti
motivációi 2. rész



**IHÁSZ LEANDRÓ-KESZI-SZEREM-
LEI ÁNDREA**
Az MKB Bank NYRT. értékének
meghatározása különböző vállá-
latértékelési módszereken keresz-
tül 2. rész



OLÁH CSENGE-KOVÁCS SZILVIA
A Z-generáció megítélése a ma-
gyarországi rejtett gazdaságról
2022-ben 2. rész



Dunakavics

A Dunaújvárosi Egyetem online folyóirata 2023. XI. évfolyam V. szám

Műszaki-, Informatikai és Társadalomtudományok

MEGJELENIK ÉVENTE 12 ALKALOMMAL

SZERKESZTŐBIZOTTSÁG

András István, Bacsa-Bán Anetta, Balázs László,
Nagy Bálint, Németh István, Pázmán Judit, Rajcsányi-Molnár Mónika.

Felelős szerkesztő Németh István
Tördelés Duma Attila

Szerkesztőség és a kiadó címe 2400 Dunaújváros, Táncsics M. u. 1/a.

Kiadja DUE Press, a Dunaújvárosi Egyetem kiadója
Felelős kiadó Dr. habil András István, rektor

<http://dunakavics.due.hu>

ISSN 2064-5007

Tartalom

VARSÁNYI GÁBOR

A felnőtt korosztály tánc iránti motivációi 2. rész

5

IHÁSZ LEANDRÓ-KESZI-SZEREMLEI ANDREA

*Az MKB Bank NYRT. értékének meghatározása különböző vállalat-
értékelési módszereken keresztül 2. rész*

35

OLÁH CSENGE-KOVÁCS SZILVIA

*A Z-generáció megítélése a magyarországi rejtett
gazdaságról 2022-ben 2. rész*

51

Galéria

(Sóti István fotói)

68



A felnőtt korosztály tánc iránti motivációi

Pedagógiai kutatás

2. rész

Összefoglalás: Kutatásom célja a felnőtt korosztály tánc, mint tevékenység és táncanfolyam elkezdése iránti motivációinak feltérképezése volt. A motivációk megértésétől a tánciskolám sikerességének és versenyképességének növelését várom. Ha pontosabban ismerem a motivációkat, az igényeknek megfelelőbb, magasabb színvonalú oktatást nyújthatok, és eredményesebb hirdető is lehetek. A kutatás hipotézisei a saját tapasztalataimra épültek. A mintaválasztás a Salsa Con Timba Tánciskola aktuális tanulói voltak. A felmérés pillanatában a megkérdezettek fele tekinthető kezdőnek, akik csak pár órán vannak túl, a többiek pár hónap és pár év közötti tapasztalattal bírtak. A felmérés nyomtatott kérdőív segítségével történt a tánciskola keddi és csütörtöki óráin résztvevő tanulókkal október második és harmadik hetében. A következő motivációkat vizsgáltam meg összességében, nemek szerint, és párban vagy egyedül érkezés estén: kikapcsolódás, ismerkedés, fejlődés, tanulás, szórakozás, közösséghez tartozás, mozgás, új hobbi, önkifejezés, egészség. A kulturális meghatározottság miatt a szexi nőies/férfias mozgás és a vezethetőség/vezető képesség iránti motivációkat is vizsgáltam és hirdetésre, tanítványok toborzására vonatkozó kérdéseket tettem fel, a nem és párban vagy egyedül érkezés megállapítása után. A teljes kutatási anyagot, hipotéziseket, kérdőívet, leíró és matematikai statisztikák és eredmények a kutatásban megtalálhatóak.

Kulcsszavak: Tánc, motiváció, kutatás.

Abstract: The aim of my research was to map the motivations of adults to start dance as an activity and dance course. From understanding the motivations, I expect to increase the success and competitiveness of my dance school. If I know my motivations more accurately, I can provide a higher quality education that meets the students' needs and become a more effective advertiser. The hypotheses of the research were based on my own experience. The

* Dunaiújvárosi Egyetem,
MA Mérnök-informatikus,
Mérnök-tanár
Email: varsanyi.gabor.
salsacontimba@gmail.com

sample selection was current students at the Salsa Con Timba Dance School. At the time of the survey, half of the respondents were considered beginners who were only a few hours past, the rest had between a few months and a few years of experience. The survey was conducted using a printed questionnaire with students attending Tuesday and Thursday classes at the dance school in the second and third weeks of October. I examined the following motivations as a whole, by gender, and when arriving in pairs or alone: recreation, getting to know each other, developing, learning, having fun, belonging to a community, moving, a new hobby, self-expression, health. Due to the cultural specificity, I also examined the motivations for sexy feminine / masculine movement and driveability / leadership and asked questions about advertising and recruiting students after establishing gender and couple or single arrival. The full research material, hypotheses, questionnaire, descriptive and mathematical statistics and results can be found in the research.

Keywords: Dance, motivation, research.

Az újhobbi-motiváció eltérése nemek szerint

csoportosító változó: nem

függő változó: újhobbi-motiváció

A számításokat SPSS- és Jasp-programokkal végzem.

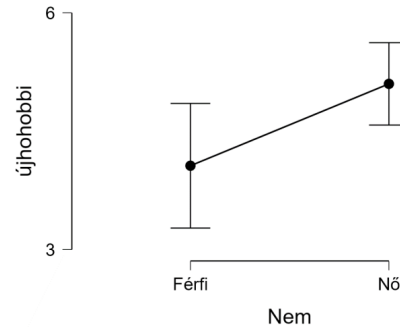
Leíró statisztikák:

16 férfit és 30 nőt vizsgálunk, összesen 46 főt. Az újhobbi-motiváció átlaga férfiaknál 4.063, nőknél 5.1, a szórás férfiaknál 1.482, nőknél 1.398:

Group Descriptives					
	Group	N	Mean	SD	SE
újhohobbi	Férfi	16	4.063	1.482	0.370
	Nő	30	5.100	1.398	0.255

Descriptives Plots

újhobbi



FÜGGETLEN CSOPORTOK ÖSSZEHAONLÍTÁSA

Lépések:

1. lépés: normalitás vizsgálata nemek szerint

SPSS-ben futtatva a Kolmogorov–Szmirnov-tesztet, a férfi csoportban az újhobbi-motiváció eloszlása szignifikánsan különbözik a normális eloszlástól: $p=0.004$ ($p<0.05$)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test^a

		új hobb
N		16
Normal Parameters ^{b,c}	Mean	4,06
	Std. Deviation	1,482
Most Extreme Differences	Absolute	,263
	Positive	,263
	Negative	-,174
Test Statistic		,263
Asymp. Sig. (2-tailed)		,004 ^d

- a. Nem = Férfi
- b. Test distribution is Normal.
- c. Calculated from data.
- d. Lilliefors Significance Correction.

A női csoportban az újhobbi-motiváció eloszlása szignifikánsan különbözik a normális eloszlástól: $p < 0.001$.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test^a

		új hohobbi
N		30
Normal Parameters ^{b,c}	Mean	5,10
	Std. Deviation	1,398
Most Extreme Differences	Absolute	,340
	Positive	,260
	Negative	-,340
Test Statistic		,340
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^d

- a. Nem = Nő
- b. Test distribution is Normal.
- c. Calculated from data.
- d. Lilliefors Significance Correction.

2. lépés: szóráshomogenitás vizsgálata

A Levene-teszt szerint a szóráshomogenitás nem sérül szignifikánsan: $p = 0.325$ ($p > 0.05$)

Test of Equality of Variances (Levene's)

	F	df	p
újhohobbi	0.991	1	0.325

3. lépés: mivel a normalitás sérült, de a szóráshomogenitás nem, ezért a Mann-Whitney-próbát alkalmazom. A Mann-Whitney-próba szerint az újhobbi-motiváció a férfi és nő csoport között szignifikáns: $p = 0.017$ ($p < 0.05$), mely szakmailag közepes mértékű eltérést jelent (rank biszeriális korreláció = -0.406). Ezek alapján és az átlagok összehasonlítása alapján elmondható, hogy a nők újhobbi-motivációja szignifikánsan és közepes mértékben nagyobb, mint a férfiak újhobbi-motivációja.

Independent Samples T-Test

	Test	Statistic	df	p	Effect Size
újhobbyi	Student	-2.348	44.000	0.023	-0.727
	Welch	-2.306	29.221	0.028	-0.720
	Mann-Whitney	142.500		0.017	-0.406

Note. For the Student t-test and Welch t-test, effect size is given by Cohen's d. For the Mann-Whitney test, effect size is given by the rank biserial correlation.

9. Az egészségmotiváció eltérése nemek szerint

csoportosító változó: nem

függő változó: egészségmotiváció

A számításokat SPSS- és Jasp-programokkal végzem.

Leíró statisztikák:

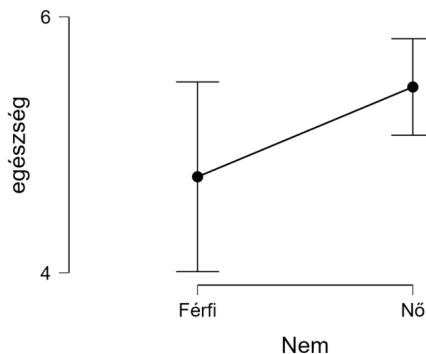
16 férfit és 31 nőt vizsgálunk, összesen 47 főt. Az egészségmotiváció átlaga férfiaknál 4.75, nőknél 5.452, a szórás férfiaknál 1.39, nőknél 1.028:

Group Descriptives

	Group	N	Mean	SD	SE
egészség	Férfi	16	4.750	1.390	0.348
	Nő	31	5.452	1.028	0.185

Descriptives Plots

egészség



FÜGGETLEN CSOPORTOK ÖSSZEHASONLÍTÁSA

Lépések:

1. lépés: normalitás vizsgálata nemek szerint

SPSS-ben futtatva a Kolmogorov–Szmirnov-tesztet, a férfi csoportban az egészségmotiváció eloszlása szignifikánsan különbözik a normális eloszlástól: $p < 0.001$.

N		16
Normal Parameters ^{b,c}	Mean	4,75
	Std. Deviation	1,390
Most Extreme Differences	Absolute	,321
	Positive	,184
	Negative	-,321
Test Statistic		,321
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^d

- a. Nem = Férfi
b. Test distribution is Normal.
c. Calculated from data.
d. Lilliefors Significance Correction.

A női csoportban az egészségmotiváció eloszlása szignifikánsan különbözik a normális eloszlástól: $p < 0.001$.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test^a

		egészség
N		31
Normal Parameters ^{b,c}	Mean	5,45
	Std. Deviation	1,028
Most Extreme Differences	Absolute	,445
	Positive	,297
	Negative	-,445
Test Statistic		,445
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^d

- a. Nem = Nő
b. Test distribution is Normal.
c. Calculated from data.
d. Lilliefors Significance Correction.

2. lépés: szóráshomogenitás vizsgálata

A Levene-teszt szerint a szóráshomogenitás nem sérül szignifikánsan: $p=0.413$ ($p>0.05$)

Test of Equality of Variances (Levene's)			
	F	df	p
egészség	0.682	1	0.413

3. lépés: mivel a normalitás sérült, de a szóráshomogenitás nem, ezért a Mann–Whitney-próbát alkalmazom

A Mann–Whitney-próba szerint az egészségmotiváció a férfi és nő csoport között szignifikáns: $p=0.017$ ($p<0.05$), mely szakmailag közepes mértékű eltérést jelent (rank biszeriális korreláció = -0.379). Ezek alapján és az átlagok összehasonlítása alapján elmondható, hogy a nők egészségmotivációja szignifikánsan és kis mértékben nagyobb, mint a férfiak egészségmotivációja.

Independent Samples T-Test					
	Test	Statistic	df	p	Effect Size
egészség	Student	-1.963	45.000	0.056	-0.604
	Welch	-1.783	23.707	0.087	-0.574
	Mann-Whitney	154.000		0.017	-0.379

Note. For the Student t-test and Welch t-test, effect size is given by Cohen's d. For the Mann–Whitney test, effect size is given by the rank biserial correlation.

Több nő választja ezt a tevékenység formát, erősebb motivációval rendelkeznek vagy az azonos motiváció több nőnek elég a táncanfolyamokon való részvételhez.

A nemenkénti motivációs átlagokat százalékosan a következő ábra szemlélteti. A motivációk többségénél, a nők és férfiak motivációja között szignifikáns eltérés mutatkozott.



A nőknél az önkifejezés-, kikapcsolódás-, mozgás, újhobbi- és egészségmotivációknál szignifikánsan erősebb a motiváció. A nullhipotézist elvettem, a hipotézist teljesen igazoltam, és nem csak az igazolható, hogy eltérést mutat a nemek között, hanem azt is megállapíthatjuk, hogy a nők erősebben motiváltak.

Az egyedül résztvevő nők motivációja mögött személyiségfejlesztési motívumok, az egyedül résztvevő férfiaknál inkább társkeresési motívumok dominálnak.

A nullhipotézis: Az egyedül érkező személyek személyiségfejlesztési és társkereső motivációi között nincs eltérés nemek között.

10. A különböző nemű és a párral vagy pár nélkül jövő személyek önkifejezési motivációjának összehasonlítása.

csoportosító változó: nem, kivel jött
függő változó: önkifejezés-motiváció
A számításokat SPSS-sel végeztem.

Leíró statisztikák:

6 pár nélkül érkező férfi töltötte ki a kérdőívet, önkifejezés-motivációjának átlaga 2.83, a szórás 1.722. A 9 párral érkező férfi önkifejezés-motivációjának átlaga 2.78, szórása 1.641. A pár nélkül érkező 15 nő önkifejezés-motivációjának átlaga 5, szórása 1.134, a párral érkező 15 nő motivációjának átlaga 4.47, szórása 1.552.

Descriptive Statistics

Dependent Variable: önkifejezés

Nem	Kivel jött	Mean	Std. Deviation	N
Férfi	Pár nélkül	2,83	1,722	6
	Párral	2,78	1,641	9
	Total	2,80	1,612	15
Nő	Pár nélkül	5,00	1,134	15
	Párral	4,47	1,552	15
	Total	4,73	1,363	30
Total	Pár nélkül	4,38	1,627	21
	Párral	3,83	1,761	24
	Total	4,09	1,703	45

Többszemponos varianciaanalízis

Lépések:

1. Szóráshomogenitás vizsgálata

A Levene-teszt alapján a szóráshomogenitás nem sérül: $p=0.527$ ($p>0.05$).

Levene's Test of Equality of Error Variances^{a,b}

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
önkifejezés	Based on Mean	,796	3	41	,503
	Based on Median	,407	3	41	,749
	Based on Median and with adjusted df	,407	3	33,193	,749
	Based on trimmed mean	,754	3	41	,527

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Dependent variable: önkifejezés

b. Design: Intercept + Nem + Kiveljött + Nem * Kiveljött

2. Ellenőrzöm a főhatásokat és interakciós hatásokat

A nemnek és a kiveljött-változónak nincs interakciós hatása (Nem * Kiveljött $F=0.258$, $p=0.614$).

A nem főhatása szignifikáns ($F=16.823$, $p<0.001$), a kiveljött-változó főhatása nem szignifikáns ($F=0.392$, $p=0.534$).

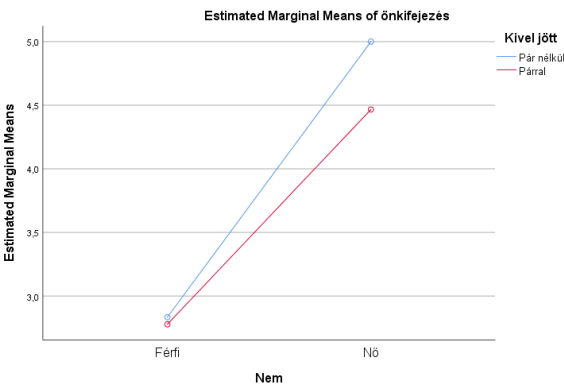
Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: önkifejezés

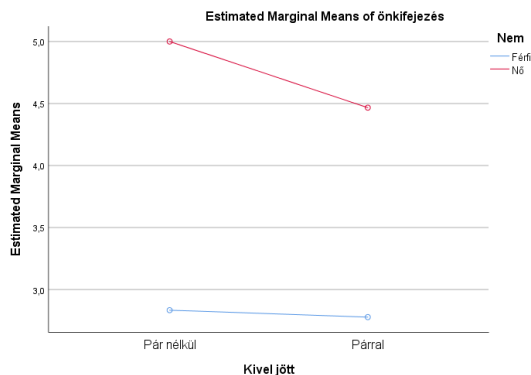
Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	39,522 ^a	3	13,174	6,129	,002
Intercept	552,988	1	552,988	257,285	,000
Nem	36,159	1	36,159	16,823	,000
Kiveljött	,844	1	,844	,392	,534
Nem * Kiveljött	,555	1	,555	,258	,614
Error	88,122	41	2,149		
Total	880,000	45			
Corrected Total	127,644	44			

a. R Squared = ,310 (Adjusted R Squared = ,259)

A fenti eredményeket ábrázolja a nem–kiveljött-plot, a szignifikancia-értékek és az ábra alapján leolvasható, hogy a nők önkifejezési-motivációja nagyobb a férfiak önkifejezési-motivációjánál.



A kiveljött-nem-plotról szintén leolvasható, hogy a nők önkifejezés-motivációja nagyobb a férfiak önkifejezés-motivációjánál.



11. A különböző nemű és a párral vagy pár nélkül jövő személyek ismerkedés-motivációjának összehasonlítása.

csoportosító változó: nem, kivel jött
függő változó: ismerkedés-motiváció
A számításokat SPSS végeztem.

Leíró statisztikák:

6 pár nélkül érkező férfi töltötte ki a kérdőívet, ismerkedés-motivációjuk átlaga 3.50, a szórás 1.049. A 10 párral érkező férfi ismerkedés-motivációjának átlaga 2.30, szórása 1.567.

A pár nélkül érkező 15 nő ismerkedés-motivációjának átlaga 3, szórása 1.512, a párral érkező 15 nő motivációjának átlaga 2.6, szórása 1.682.

Descriptive Statistics

Dependent Variable: ismerkedés

Nem	Kivel jött	Mean	Std. Deviation	N
Férfi	Pár nélkül	3,50	1,049	6
	Párral	2,30	1,567	10
	Total	2,75	1,483	16
Nő	Pár nélkül	3,00	1,512	15
	Párral	2,60	1,682	15
	Total	2,80	1,584	30
Total	Pár nélkül	3,14	1,389	21
	Párral	2,48	1,610	25
	Total	2,78	1,534	46

TÖBBSZEMPONTOS VARIANCIANALÍZIS

Lépések:

1. Szóráshomogenitás vizsgálata

A Levene-teszt alapján a szóráshomogenitás nem sérül: $p=0.754$ ($p>0.05$).

Levene's Test of Equality of Error Variances^{a,b}

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ismerkedés	Based on Mean	,473	3	42	,703
	Based on Median	,171	3	42	,916
	Based on Median and with adjusted df	,171	3	34,110	,915
	Based on trimmed mean	,399	3	42	,754

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Dependent variable: ismerkedés

b. Design: Intercept + Nem + Kiveljött + Nem * Kiveljött

2. Ellenőrzöm a főhatásokat és interakciós hatásokat

A nemnek és a kiveljött-változónak nincs interakciós hatása (Nem * Kiveljött $F=0.677$, $p=0.415$).

A nem főhatása nem szignifikáns ($F=0.042$, $p=0.838$, $p>0.05$), és a kiveljött-változó főhatása sem szignifikáns ($F=2.71$, $p=0.107$).

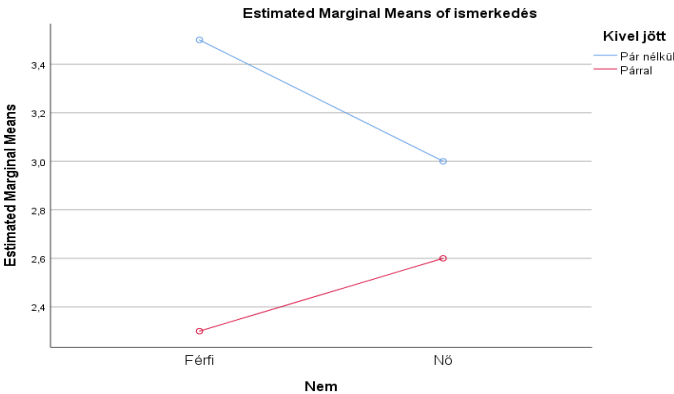
Tests of Between-Subjects Effects

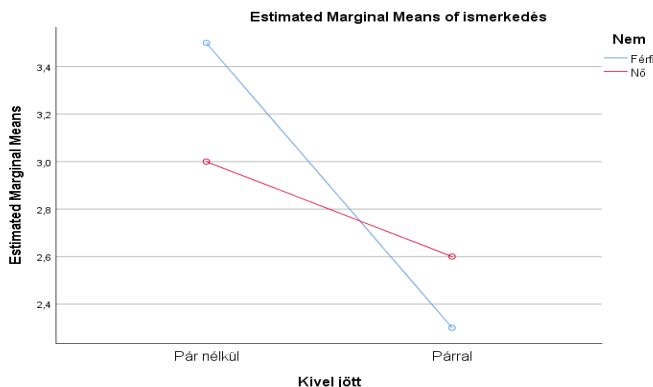
Dependent Variable: ismerkedés

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	6,626 ^a	3	2,209	,935	,432
Intercept	324,900	1	324,900	137,558	,000
Nem	,100	1	,100	,042	,838
Kiveljött	6,400	1	6,400	2,710	,107
Nem * Kiveljött	1,600	1	1,600	,677	,415
Error	99,200	42	2,362		
Total	462,000	46			
Corrected Total	105,826	45			

a. R Squared = ,063 (Adjusted R Squared = -,004)

A fenti eredményeket ábrázolja a nem–kiveljött-plot.





Az önkifejezési motiváció esetében a nem főhatása szignifikáns, a nők önkifejezési motivációja nagyobb, mint a férfiak önkifejezési motivációja. Nincs interakciós hatás a nem és a kiveljött-változók között, és a kiveljött-változó főhatása sem szignifikáns. A társkeresési motiváció esetében nem volt szignifikáns főhatása sem a nemnek, sem a kiveljött-változónak, és interakciós hatása sem volt a két csoportnak. Így a hipotézist elvetem, egyedül a nemnek volt hatása az önkifejezési motivációra.

A nullhipotézist elvetem, de az alternatív hipotézis csak részben igaz.

A nők önkifejezési motivációja nagyobb, mint a férfiaké, de az egyedül érkezés nőknél nem szignifikánsan nagyobb a párral érkező nőkhöz képest.

Az ismerkedés-motivációra sem a nemnek, sem az egyedül érkezésnek nem volt szignifikáns hatása. Ez az eredmény számomra rendkívül meglepő. Annak tulajdonítom, hogy a jelen mintában az átlagéletkor jóval magasabb, mint amikor én salsázní kezdtem. Jelen kutatás a kort nem vizsgálta.

A kulturális meghatározottság miatt Magyarországon a tánc többségében nőies hobbi.

A nullhipotézis: A kulturális meghatározottság nem különbözik a táncban nemek szerint.

12. Az jó (nőies/férfias) mozgás-motiváció eltérése nemek szerint

csoportosító változó: nem

függő változó: jó (nőies/férfias) mozgás

A számításokat SPSS- és Jasp-programokkal végzem.

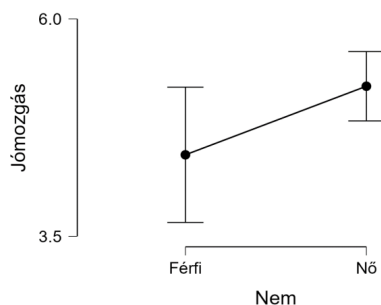
Leíró statisztikák:

16 férfit és 31 nőt vizsgálunk, összesen 47 főt. A jómozgás-motiváció átlaga férfiaknál 4.438, nőknél 5.226, a szórás férfiaknál 1.459, nőknél 1.087:

Group Descriptives					
	Group	N	Mean	SD	SE
Jómozgás	Férfi	16	4.438	1.459	0.365
	Nő	31	5.226	1.087	0.195

Descriptives Plots

Jómozgás



FÜGGETLEN CSOPORTOK ÖSSZEHAONLÍTÁSA

Lépések:

1. lépés: normalitás vizsgálata nemek szerint

SPSS-ben futtatva a Kolmogorov-Szmirnov-tesztet, a férfi csoportban a jómozgás-motiváció eloszlása nem különbözik szignifikánsan a normális eloszlástól: $p=0.52$ ($p>0.05$).

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test^a

		Jó mozgás
N		16
Normal Parameters ^{b,c}	Mean	4,44
	Std. Deviation	1,459
Most Extreme Differences	Absolute	,213
	Positive	,142
	Negative	-,213
Test Statistic		,213
Asymp. Sig. (2-tailed)		,052 ^d

- a. Nem = Férfi
b. Test distribution is Normal.
c. Calculated from data.
d. Lilliefors Significance Correction.

A női csoportban a jómozgás-motiváció eloszlása szignifikánsan különbözik a normális eloszlástól:
 $p < 0.001$.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test^a

		Jó mozgás
N		31
Normal Parameters ^{b,c}	Mean	5,23
	Std. Deviation	1,087
Most Extreme Differences	Absolute	,343
	Positive	,238
	Negative	-,343
Test Statistic		,343
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^d

- a. Nem = Nő
b. Test distribution is Normal.
c. Calculated from data.
d. Lilliefors Significance Correction.

2. lépés: szóráshomogenitás vizsgálata

A Levene-teszt szerint a szóráshomogenitás nem sérül szignifikánsan: $p=0.281$ ($p>0.05$)

Test of Equality of Variances (Levene's)			
	F	df	p
Jómozgás	1.192	1	0.281

3. lépés: mivel a normalitás sérült, de a szóráshomogenitás nem, ezért a Mann–Whitney-próbát alkalmazom

A Mann–Whitney próba szerint a jómozgás-motiváció a férfi és női csoport között szignifikáns: $p=0.042$ ($p<0.05$), és szakmailag közepes mértékű eltérést mutat (rank biszeriális korreláció = -0.345). Ezek alapján és az átlagok összehasonlítása alapján elmondható, hogy a nők jómozgás-motivációja szignifikánsan és kis mértékben nagyobb, mint a férfiak mozgás-motivációja.

Independent Samples T-Test					
	Test	Statistic	df	p	Effect Size
Jómozgás	Student	-2.093	45.000	0.042	-0.644
	Welch	-1.905	23.838	0.069	-0.613
	Mann-Whitney	162.500		0.042	-0.345

Note. For the Student t-test and Welch t-test, effect size is given by Cohen's d. For the Mann–Whitney test, effect size is given by the rank biserial correlation.

13. Az vezethetőség/vezetőképesség motiváció eltérése nemek szerint

csoportosító változó: nem

függő változó: vezethetőség/vezetőképesség

A számításokat SPSS- és Jasp-programokkal végzem.

Leíró statisztikák:

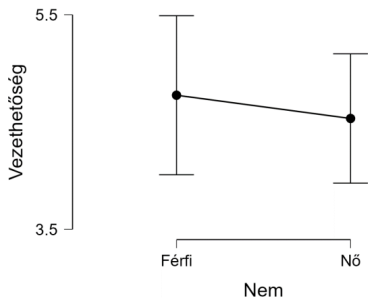
16 férfit és 30 nőt vizsgálunk, összesen 46 főt. A vezethetőség/vezetőképesség motivációátlaga férfiaknál 4.75, nőknél 4.533, a szórás férfiaknál 1.39, nőknél 1.613:

Descriptives
Group Descriptives

	Group	N	Mean	SD	SE
Vezethetőség	Férfi	16	4.750	1.390	0.348
	Nő	30	4.533	1.613	0.295

Descriptives Plots

Vezethetőség



FÜGGETLEN CSOPORTOK ÖSSZEHASONLÍTÁSA

Lépések:

1. lépés: normalitás vizsgálata nemek szerint

SPSS-ben futtatva a Kolmogorov–Szmirnov-tesztet, a férfi csoportban a vezethetőség/vezetőképesség motiváció-eloszlása nem különbözik szignifikánsan a normális eloszlástól: $p=0.1$ ($p>0.05$).

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test^a

		Vezethetőség
N		16
Normal Parameters ^{b,c}	Mean	4,75
	Std. Deviation	1,390
Most Extreme Differences	Absolute	,196
	Positive	,184
	Negative	-,196
Test Statistic		,196
Asymp. Sig. (2-tailed)		,100 ^d

- a. Nem = Férfi
 b. Test distribution is Normal.
 c. Calculated from data.
 d. Lilliefors Significance Correction.

A női csoportban a vezethetőség/vezetőképeség-motiváció eloszlása szignifikánsan különbözik a normális eloszlástól: $p < 0.001$.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test^a

		Jó mozgás
N		31
Normal Parameters ^{b,c}	Mean	5,23
	Std. Deviation	1,087
Most Extreme Differences	Absolute	,343
	Positive	,238
	Negative	-,343
Test Statistic		,343
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^d

- a. Nem = Nő
 b. Test distribution is Normal.
 c. Calculated from data.
 d. Lilliefors Significance Correction.

2. lépés: szóráshomogenitás vizsgálata

A Levene-teszt szerint a szóráshomogenitás nem sérül szignifikánsan: $p=0.427$ ($p>0.05$)

Test of Equality of Variances (Levene's)			
	F	df	p
Vezethetőség	0.644	1	0.427

3. lépés: mivel a normalitás sérült, de a szóráshomogenitás nem, ezért a Mann–Whitney-próbát alkalmazom

A Mann–Whitney próba szerint a vezethetőség/vezetőképesség-motiváció a férfi és nő csoport között nem szignifikáns: $p=0.801$ ($p>0.05$).

Independent Samples T-Test					
	Test	Statistic	df	p	Effect Size
Vezethetőség	Student	0.454	44.000	0.652	0.141
	Welch	0.476	34.950	0.637	0.144
	Mann-Whitney	251.000		0.801	0.046

Note. For the Student t-test and Welch t-test, effect size is given by Cohen's d. For the Mann–Whitney test, effect size is given by the rank biserial correlation.

A kulturális meghatározottságot a szexi nőies/férfias mozgáson és a vezethetőség/vezetőképesség-változókkal mértem, melyeken keresztül a résztvevők kifejezheték hagyományos nemi szerepeik táncban megvalósuló kulturális hatását.

A vezetőség/vezethetőség a nők és férfiak csoportjában nem mutatott szignifikáns eltérést.

A szexi nőies/férfias mozgás szignifikánsan és kis mértékben nagyobb volt a nők esetében. A nullhipotézist elvetem. Ez lehet az egyik magyarázata, hogy miért van több női táncos az iskolámban vagy Magyarországon, mint férfi. Az alternatív hipotézis részben igaz, részben a kulturális meghatározottság miatt nőies hobbi a tánc. Egy újabb, több különböző tevékenységgel egyszerre foglalkozó kutatással lenne érdemes vizsgálni a kulturális meghatározottságot.

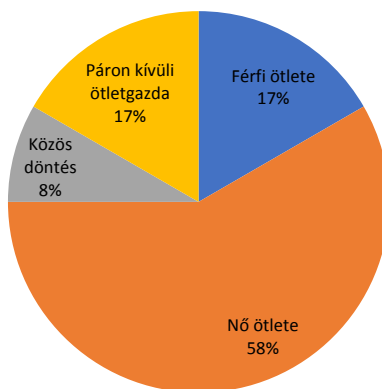
A tánc, abban az esetben is inkább női választás, ha párként vesznek részt a tevékenységben.

A nullhipotézis: A párban érkezőknél a nemnek nincs hatása arra, hogy kinek a választása a tánc, mint közös tevékenység.

14. A tánc, mint női választás

A 13 párból 1 pár jött közös döntésből, 2 pár mások ajánlására. A párokból 3 férfi szerint volt a saját ötlete, bár ennek kicsit ellentmond, hogy csak két hölgy tulajdonította párjának az ötletet. Azaz egy pár esetében, mind a két fél magáénak tulajdonítja az ötletet. De bármelyik félnél legyen is az igazság, több, mint a duplája a párban érkezőknél a női választás, a párban érkező férfi választáshoz képest. A nullhipotézist elvetem, és az alternatív hipotézis egyértelműen igazolást nyert. A szemléletes megjelenítéshez a kétes eredményt kihagyom az ábrából, a lényegen nem változtat.

Páros tevékenység kinek a választása



HIRDETÉSI ÉS OKTATÁSI SZEMPONTOKAT SEGÍTŐ NYÍLT KÉRDÉSEK FELDOLGOZÁSA:

„Azért a salsát választottam” mondat befejezései

A beérkezett válaszokból kategóriákat csináltam. 13 féle válasz érkezett a kérdésre:

- tetszik: 7db
- laza-kötetlen-vidám: 6db
- ritmusos- pörgős: 6db
- ismerős ajánlotta: 5db
- zene miatt: 5db

- latin: 3db
- kubai: 3db
- pár nélkül is lehet menni: 3db
- ez van közel: 2db
- párommal harmonizálódni: 2db
- elegáns: 2db
- önkifejező: 1db
- más táncokat táncoltam, ezt még nem: 1db

Azokat a kategóriákat tekintettem relevánsnak, amelyek legalább ötször szerepeltek. Ezek a következők: ismerős ajánlotta, tetszik, laza-kötetlen-vidám, ritmusos-pörgős, zene miatt.

Ezeket hirdetési és reklámszövegekben fogom alkalmazni a meglévő szövegek helyett és azok kiegészítéseként. Például: Tetszik a salsa? Kipróbálnál egy laza, kötetlen, vidám táncot, melynek zenéje dallamos, ritmusos? Tetszik a salsa zene? Mi megtanítunk táncolni rá.

Miért kezdte el salsázní?

Erre 21 féle válaszkategóriát tudtam készíteni.

- mozgás: 8db
- latin: 6db
- kikapcsolódás: 5db
- zene: 5db
- tánc: 5db
- bulikban magabiztosság; jó, ha az ember tud táncolni: 5db
- kultúra: 4db
- mást táncolt már és ki akarta próbálni: 3db
- régen tervezte: 3db
- társaság-közösség: 3db
- dallamos-hangulatos: 3db
- érdekes: 2db
- vidám: 2db
- szórakoztató: 2db
- életérzés: 1db
- érzelmes: 1db
- jó mozgást akartam: 1db

- szexi: 1db
- párja kubai: 1db
- jók a figurák: 1db
- új hobbi: 1db

Itt a következő válaszok szerepeltek legalább 5 embernél: mozgás, latin, kikapcsolódás, tánc, zene, jó, ha az ember tud táncolni, bulikban magabiztosság (bulizás). Amelyik kategóriák újak számomra, az a latin, és a táncolni tudás előnyei, bulikban magabiztosság.

Ezeket hirdetési és reklámszövegekben fogom alkalmazni a meglévő szövegek helyett és azok kiegészítéseként. Például: Szereted a latin zenét? A tánc magabiztosságot ad. Fesztelenül, jól éreznéd magad egy buliban, ahol nem kell elbújni, vagy szégyenkezned, ha táncolásra kerül a sor? Magabiztosan élveznéd tánc tudásod előnyeit?

A latin táncot felveszem a kulcsszavak közé a google adwordsben. Eddig nem tettem, hiszen az a társas táncok kategóriája, cha-cha-cha, jive stb., de végül is miért ne jöhetne salsázní, aki latin táncokkal szeretne foglalkozni.

Mit gondolsz, hogyan lehetne – az előbb felsoroltakon kívül – embereket toborozni a salsa tanfolyamainkra?

21 féle javaslat érkezett. Ezek a következők:

- facebook
- bemutatókkal rendezvényeken
- nyílt napon bemutatót tartani
- kubai napok szervezésével
- sok videóval
- google
- plakát
- tudatmódosítás :) tánc boldoggá tesz
- több ingyenes nyílt nap
- fitness termekben, jóga stúdiókban
- flashmob
- insta
- helyi kerületi újságok
- környező kerületekben rendezvény
- szabadtéri táncolást szervezni

- reklám a tv-ben
- akció annak, aki hoz egy embert ajánlás útján
- tiktok
- internet
- buli
- szórólap

Minden javaslatot megvizsgáltam. Facebook-on már jelenleg is hirdető vagyok. Jelenleg kísérletet teszek egy erősebb hirdetésre a google-ben csökkenni látszó keresletre. Rendezvényeken tartunk bemutatókat, ha felkérés érkezik. Ingyen már nem csináljuk, mert nem sikerült az eddigi rendezvények után emberszerzési eredményt felmutatnom. Az első 6 évben, minden nyílt és ingyenes óra végén tartottunk bemutatót, ezt követően nem. Az a tapasztalatom, hogy többen jönnek utána a fizetős órára, mint előtte. Azt gyanítom, hogy a bemutatóval szembesülnek, hogy milyen összetett dolog is salsát táncolni, és ez az elején hirtelen riasztó lehet. Ha már örömteli elfoglaltsága valakinek a salsa órákra járás, nem így éli meg, ezért ezt már tudatosan nem csinálom. A kubai napokon szerintem sokkal inkább azok vesznek részt, akik már salsáznak vagy kubaiak vagy azok ismerősei. A sok videóval egyetérték, a tánciskola facebook oldalán és honlapján rengeteg videót osztok meg, az órákról rendszeresen készítek felvételeket. A google, a legerősebb hirdetési felületem már jelenleg is. Régen helyeztem ki plakátokat, de az internet előretörésével, egyre kevesebb eredményt hoztak, egyszerűen nem éri meg úgy hirdetni. Sok erőforrást igényel, és meg sem közelíti az online felületek eredményeit emberszerzés terén. Évente 4 ingyenes napot tartok, lehetőségeim ennyit engednek meg. Fitnesztermekben többször próbálkoztam plakát és szórólap kihelyezéssel, hiszen a férfiakat kell inkább vadászni és a konditermekben sok a férfi. Vagy a módját nem találtam el, vagy oda egyszerűen más érdeklődésű emberek járnak, ahogy szerintem a jóga is teljesen más, de nem sikerült eredményt elérnem. Flashmob-ok sok jó táncossal látványosak igazán, és a munka befektetésének értékéhez képest kevés emberhez lehet eljutni. Az Instagramot mindenképpen fel kell vennem a hirdetési felületeim közé. Helyi kerületi újságokban hirdetéssel már tíz éve felhagytam, kezdetben még működött, de később egyre kisebb eredményt hoztak. Szerintem alig olvassa valaki őket az aktív korosztályokból. A környező kerületekben rendezvényeken sokat próbálkoztunk még a túlárado lelkesedés korszakában, de igazából eredménytelennek bizonyult. Szabadtéri táncolást is szerveztünk a környező metrómegállóknban, a délutáni csúcsforgalomkor, közben szórólapozással, de valamiért nem működött. Reklám a tévében elképesztően drága, aki az egész ország területéről gyűjt embert, annak talán megérheti, de még a hatalmas országos tánciskoláknál is csak egyszeri próbálkozást láttam. Akció, aki hoz egy embert. Gondolkodom rajta. Ebből a felmérésből az derült ki, hogy az emberek 32% ismerős ajánlásával került ide. Azaz aki elégedett vagy elégedett volt velünk, az úgy is ajánlja. Elképzelhető, hogy motiváció mellett még szívesebben ajánlanák. Olyasmin gondolkodom, hogy bevezetem, aki hoz egy új embert annak következő órája ingyen van.

A tiktokon már be is regisztráltam, és megnéztem, hogyan milyen feltételekkel lehet fizetett videót megjelentetni. Mert követőkért, lájkért harcolni, napi szinten videót megosztani, videót vágni rengeteg munka. Sajnos a Tiktok jelenleg ott tart, mint pár éve a Facebook, nem lehet Magyarországnál kisebb területre célozni. Az egész országban megjelenő hirdetésnél a költségek döntő többsége kárba megy, ha valaki csak egy pár kilométeres körzetből gyűjt embert.

Az a mondas, hogy 7 másodperces videót kell készíteni. Van előre fizetős, összeg elhelyező Google-hoz hasonló fizetési lehetőség, és utólag fizetős, mint a Facebooknál. Azonban a hirdetőfelület még nagyon kezdetleges, például hiányoltam, ami a Facebooknál van, hogy becslést kapok, hogy adott ajánlat mellett, kb. hány ember fogja látni a hirdetésemet. Az internet a tuti befutó ötlet, magam is oda teszem a hangsúlyt. A buli szerintem nem jó, mert az azoknak való, akik már tudnak valamennyire salsázni. Hiába tartok egy oktatást az elején, az semmire nem elég. Inkább félnék, hogy csak egy kellemetlen élmény éri azokat, akik még nem tudnak táncolni és nem tudnak mihez kezdeni a buliban. A már táncolni tudó emberek is kerülnek őket, hiszen ők azért mennek, hogy táncoljanak és olyanokkal, akik tudnak, hiszen az sokkal élvezetesebb. Szórólap már nem megfelelő hirdetési eszköz, az emberek többsége már nem szereti, ha ilyenekkel zaklatják őket utazásuk közben. Azt hiszem az internet megjelenésével, amikor bármilyen szolgáltatás könnyen megkereshetővé válik, nagyon kevesen reagálnak pozitívan egy szórólagra.

Összegzések

SZAKIRODALOM

A témában két hasonló kutatást találtam. Profi táncosok motivációival egy magyar nyelvű kutatás foglalkozott, ami nagyon eltérő a rekreációs vagy hobbítáncosok motivációitól. Interjú alapon történt felmérés, az életút csomópontjainál felmerülő motivációkat gyűjtötte össze. Közös pontként, megjelenik a jó közösség, és a társak, de a fellépés, szép ruhák, siker, utazások, élmények és az anyagi elismertség motivációi dominálnak. A klinikai- és egészségpszichológiai szakirányú pszichológusok által, online kérdőív segítségével végzett angol nyelvű kutatása a rekreációs táncosok, esetünkben a felnőtt salsa- és társastáncosok motivációit gyűjtötte össze, akik már legalább hetente egyszer rendszeresen táncolnak. A faktoranalízis segítségével a 71 összegyűjtött elemből 8 fő motivációt állapítottak meg. A kutatásomban mért motivációkkal összehasonlítva, egyrészt a következőket tudtam megcélztatni egymásnak: **Fitnesz (Fitness) – mozgás, egészség, hangulatjavítás (Mood Enhancement) – szórakozás, Intimitás – (Intimacy), közösséghez tartozás (Socialising) – közösséghez tartozás, önkívület (Trance), tudásszint (Mastery) – tanulás, fejlődés, önbizalom (Self-confidence) és kikapcsolódás (Escapism).** Három, általuk alkotott motiváció csoportban

volt eltérés. Önkívület, önbizalom, intimitás. Mind a három már gyakorlott hobbi táncosok megtapasztalása. Kutatásomban a táncos lét, mint tapasztalat megkezdéséig elvezető motivációkat szerettem volna vizsgálni, mert elsődleges motivációm a kezdők gyűjtése volt, de ezt a kutatást is rendkívül hasznosnak találtam, hiszen nem csak az emberszerzés, hanem a megtartás is nagyon fontos. A szerintem átlagosan egy év után elérhető transz, vagy szerintem pontosabban flow-élmény ilyen irányú tapasztalat nélkül nem feltételezhető kezdeti motiváció. Az önbizalomra a kezdeti motiváció a kutatásomban is megjelenik a nyílt kérdéseknél a magabiztosság, a jó mozgás, a bulizás elérendő céljaiban. Az önkifejezést nem vizsgálták. Hangulatjavítás, kikapcsolódás, önbizalom a gyakorlott táncosok legfőbb motivációja, ami összevág a táncot éppen elkezdők szórakozás, kikapcsolódás, mozgás, egészség iránti motivációjával. A tánc intenzitását, heti gyakoriságát befolyásoló motivációk megegyeznek, az alkoholfüggéshez, szerencsejátékhoz vezető három motiváció-val a hangulatjavítással, közösséghez tartozással és kikapcsolódással.

Hipotézisek vizsgálatának összegzése

A TÁNC, MINT TEVÉKENYSÉG IRÁNTI MOTIVÁCIÓ, ELTÉRÉST MUTAT A NEMEK KÖZÖTT.

A nullhipotézis: A tánc, mint tevékenység iránti motiváció nem mutat eltérést a nemek között. A kérdőív nyolcadik kérdésével vizsgáltam a hipotézist, amit a második nemre vonatkozó kérdéssel csoportosítottam.

A nőknél az önkifejezés, kikapcsolódás, mozgás, új hobbi és egészségmotivációknál szignifikánsan erősebb a motiváció.

A nullhipotézist elvetem, a hipotézist teljesen igazoltam, és nem csak az igazolható, hogy eltérést mutat a nemek között, hanem azt is megállapíthatjuk, hogy a nők erősebben motiváltak.

Az egyedül résztvevő nők motivációja mögött személyiségfejlesztési motívumok, az egyedül résztvevő férfiaknál inkább társkeresési motívumok dominálnak.

A nullhipotézis: Az egyedül érkező személyek személyiségfejlesztési és társkereső motivációi között nincs eltérés nemek között. A kérdőív nyolcadik kérdésével vizsgáltam a hipotézist, amit a második nemre vonatkozó és a negyedik „kivel érkezett” kérdésekkel csoportosítottam.

Az önkifejezési motiváció esetében a nem főhatása szignifikáns; a nők önkifejezési motivációja nagyobb, mint a férfiak önkifejezési motivációja. Nincs interakciós hatás a nem és a „Kivel jött” változók között, valamint a „Kivel jött” változó főhatása sem szignifikáns. A társkeresési motiváció esetében nem volt szignifikáns főhatása sem a nemnek, sem a „Kivel jött” változónak és interakciós hatása sem volt a két csoportnak. Így a hipotézist elvetem, egyedül a nemnek volt hatása az önkifejezési motivációra.

A nullhipotézist elvetem, de az alternatív hipotézis csak részben igaz.

A nők önkifejezési motivációja nagyobb, mint a férfiaké, de az egyedül érkezés a nőknél nem szignifikánsan nagyobb a párral érkező nőkhöz képest.

Az ismerkedés-motivációra sem a nemnek, sem az egyedül érkezésnek nem volt szignifikáns hatása. A jelen mintából kapott eredményre magyarázatot adhat a kutatásban résztvevők magas átlagéletkora. Ez tapasztalati megállapítás, jelen kutatás az életkort nem vizsgálta. Érdekes lenne egy olyan kutatás, ami a felnőtt rekreációs táncban a motivációkat életkor szerint is vizsgálja.

A kulturális meghatározottság miatt Magyarországon a tánc többségében nőies hobbi.

A *nullhipotézis*: A kulturális meghatározottság nem különbözik a táncban nemek szerint. A kérdőív kilencedik kérdésével vizsgáltam a hipotézist, amit a második nemre vonatkozó kérdéssel csoportosítottam.

A kulturális meghatározottságot a szexi nőies/férfias mozgáson és a vezethetőség/vezető képesség változókkal mértem, melyeken keresztül a résztvevők kifejezhetnék hagyományos nemi szerepeik táncban megvalósuló kulturális hatását.

A vezetőség/vezethetőség a nők és férfiak csoportjában nem mutatott szignifikáns eltérést.

A szexi nőies/férfias mozgás szignifikánsan és kis mértékben nagyobb volt a nők esetében. A null hipotézist elvetem. Ez lehet az egyik magyarázata, hogy miért van több női táncos az iskolában, vagy Magyarországon, mint férfi. Az alternatív hipotézis részben igaz, részben a kulturális meghatározottság miatt nőies hobbi a tánc, de minden bizonnyal még egyéb tényezők is szerepet játszanak ebben. Egy újabb több tevékenységgel egyszerre vonatkozó kutatással lehetne pontosítani a kulturális meghatározottság szerepét a tevékenységekben, hogy mekkora ez a hatás.

A tánc, abban az esetben is inkább női választás, ha párként vesznek részt a tevékenységben.

A *nullhipotézis*: A párban érkezőknél a nemnek nincs hatása arra, hogy kinek a választása a tánc, mint közös tevékenység. A kérdőív kettes (nem), négyes (kivel jött) és a hatos (kinek az ötlete volt) kérdésekkel vizsgáltam.

A párban érkezőknél 57%-ban a nő és csak 17%-ban a férfi választása a közös tánc. Egyértelműen női választás. A nullhipotézist elvetem, az alternatív hipotézis igazolást nyert.

KÖVETKEZTETÉSEK

A tánctanfolyam iránti elsődleges motivációk a kikapcsolódás, szórakozás és a mozgás. Kicsit lemaradva a fejlődés és az egészség követi. Új hobbi, közösséghez tartozás, fejlődés és a közeli elérhetőség kicsit kisebb mértékben, de erős motiváló tényezők a választásban. Számomra meglepő módon, a saját kezdeti legerősebb motivációm az ismerkedés a legkevésbé motiváló tényezőnek bizonyult, fontosságát tekintve jelentősen elmaradva a többitől. Elképzelhetőnek tartom, hogy a jelen minta átlagéletkora és a megváltozott átlagéletkor miatt van. A nők a tánc iránt motiváltabbak és az önkifejezési motívumok sokkal erőteljesebbek, mint a férfiaknál, ami a párban táncolni kezdőknél a férfiak számára egy tánc felé mozgató erő a párjuk személyében. Ebben a mintavételben annyi férfi kezdett párban női ötlet hatására táncolni, mint ahányan nő nélkül egyedül kezdtek táncolni.

PEDAGÓGIAI KÖVETKEZTETÉSEK

A tánc oktatási-tanulási folyamatnak jó hangulatban, szórakoztató formában, önbizalmat támogató módon kell megvalósulnia, a teljes kikapcsolódás élménye mellett. A tudás ilyen körülmények között történő átadása az oktató legfontosabb kihívása, feladata. A folyamat közösségformáló ereje, mentális és fizikai egészségre gyakorolt jótékony hatása miatt konstruktív életvezetés irányába szélesíti a tevékenységrepertoárt. Érdekes lenne egy kutatás a táncon, tánctanuláson, táncos közösséghez tartozáson keresztül végbemennő személyiségfejlődésről, viselkedés-változásról.

HIRDETÉSRE, TANÍTVÁNYOK TOBORZÁSÁRA VONATKOZÓ KÖVETKEZTETÉSEK

Az online hirdetés és az ismerős ajánlás a legjobb lehetőségek. A marketing szövegeket bővíteni kell a motivációk kutatásából megismert ismeretek alapján. A következő ismérvek tudatosultak bennem a táncról, tánctanulásról: A tánc és a tánctanulás kikapcsol, szórakoztat, oldja a stresszt, javítja a hangulatot, önbizalmat ad, transzba ejt, átmozgat, kultúrával, tudással, képességekkel és készségekkel ruház fel, segíti a fizikai és mentális egészséget, jó közösségeket szervez, teret nyújt az önkifejezésnek és az intimitásnak, karöltve jár a zenével. A tánctanulás elkezdési motivációk megvalósulnak, a gyakorlattal fontos új motivációkkal gazdagodnak. A Google továbbra is a legfontosabb hirdetési platform, talán mert itt érhetjük el azokat, akik már keresnek minket. A Facebook mellett az új közösségi oldalak felé nyitni kell. Az Instagram felé egyszerűbb, hiszen a Facebook-on lehetővé teszi egy kattintással a tartalmak Instagram-on történő meg-

osztását. Az új, legtrendibb közösségi oldal a Tiktok. A húszas évei elején járó és tinédzser generáció leginkább itt érhető el, de az idősebb korosztály egy Facebook-on nem elérhető része is elérhető itt. Azok, akik a közösségi oldalak használatát a gyerekeiktől tanulták, az egyéb közösségi oldalakon részvételhez motiváció nem alakult ki, vagy nem valósult meg. Sajnos jelenleg a legkisebb célzandó körzet a teljes Magyarország, hirdetési szolgáltatási szempontból ez az oldal még le van maradva, az idősebb oldalakhoz képest, így jelenleg körzethez kötött szolgáltatásoknál még nem hatékony, de a kollégiummal rendelkező Dunaújvárosi Egyetem számára már most kiváló lehetőségnek tűnik. Az ismerős általi ajánlás motivációjának erősítése óralátogatási kedvezményekkel erősen megfontolandó, azok megfelelő mértéke kitalálendő.

Felhasznált irodalom

- Maraz, A.–Király, O.–Urbán, R.–Griffiths, M. D.–Demetrovics, Zs. (2015): Why do you dance? Development of the Dance Motivation Inventory (DMI). *PloS one*, 10., (3.), e0122866.
- Mikonya, György (2013): *A tánctanulás motivációs rendszerének vázlata*.
- Quiroga Murcia, C.–Kreutz, G.–Clift, S.–Bongard, S. (2010): Shall we dance? An exploration of the perceived benefits of dancing on well-being. *Arts & Health*, 2(2),
- Takács Szabolcs: *Bevezetés a matematikai statisztikába I*.
- Takács Szabolcs: *Bevezetés a matematikai statisztikába II*.
- Viljoen, M.–Levay, P. F. (2021): *Dance as physical exercise for older people*.



Az MKB Bank NYRT. értékének meghatározása különböző vállalatértékelési módszereken keresztül 2. rész

Összefoglalás: A vállalatértékelés témája mind népszerűbb, mind többek által érintett, vizsgált téma, hiszen egyre fontosabb szerepet tölt be a vállalatok életében, legyen szó akár egy cég eladásáról vásárlásról, esetleg hitel felvételéről. A cikk a vállalatértékelés témakörét a bankok nézőpontjából, azon belül is elsősorban az MKB bank példáján keresztül mutatja be. A külső és belső környezeti elemzés után ismert modellek segítségével próbál képet alkotni a bankszektorról. Kitér a bankok által legtöbbször alkalmazott értékelési módszerekre, mint például a mérlegalapú, az eredménykimutatás-alapú, illetve a diszkontált CashFlow-alapú vállalatértékelési módszerekre. Az értékelések 5 év beszámolóí alapján készültek, néhol azonban historikus adatokra is támaszkodik a minél pontos kalkulációk elkészítése érdekében, hogy pontosabb képet alkothasson Magyarország egyik jól ismert bankjáról.

Kulcsszavak: Vállalatértékelés, piaci alapú értékelés, vagyonérték.

Abstract: The topic of company valuation is both more popular and a subject that is being investigated by many people. I think it plays an increasingly important role in the life of companies, whether it is a question of selling or buying a company or taking out a loan. The article presents the topic of company valuation from the point of view of banks, primarily through the example of MKB Bank. After the external and internal environmental analysis, the article tries to form an image of the banking sector using well-known models. It covers the most commonly used valuation methods used by banks, such as balance sheet-based, profit and loss-based, and discounted cash-flow-based company valuation methods. The evaluations were made based on 5-year reports, but in some cases, historical data is also relied on to make the most accurate calculations, in order to create the most accurate picture of one of Hungary's well-known banks.

Keywords: Company valuation, market-based valuation, asset value.

* Dunaiújvárosi Egyetem,
Társadalomtudományi Intézet,
Gazdálkodás és menedzsment
BA-hallgató

** Dunaiújvárosi Egyetem,
Társadalomtudományi Intézet,
E-mail: keszia@uniduna.hu

[44] Az MKB Bank Története. <<https://www.mkb.hu/az-mkb-bankrol/bemutatkozunk/tortenet>> (Utolsó letöltés: 2022. 10. 01.)

[45] Az MKB bankról. <https://web.archive.org/web/20111128041033/http://www.mkb.hu/az_mkb_bankrol/bemutakozas/tortenet/index.html> (Utolsó letöltés: 2022. 10. 01.)

MKB Bank Nyrt. bemutatása

Ebben a fejezetben az MKB Bank Nyrt. (továbbiakban: MKB, bank, társaság) általános bemutatása a célunk. Röviden ismertetjük a Bank történetét, az alapítástól kezdve napjainkig. Ezt követően a szervezeti felépítést fogjuk ismertetni, valamint a bank különböző tevékenységi területeit, majd a 2022-es év első félévének eredményeit.

A BANK TÖRTÉNETE

Az MKB Bank Nyrt. működését 1950-ben kezdte meg, így a hazai bankrendszer egyik legrégebbi tagjának számít. Alapításának egyik legfontosabb célja a külkereskedelemmel kapcsolatos bankári feladatok ellátása volt. A kereskedelmi banki felhatalmazást az 1987-es bankreform során kapta meg, számos más hazai bankkal, például a Kereskedelmi és Hitelbankkal (K&H) valamint a Budapest Bankkal (BB) együtt. Ezen felhatalmazásnak köszönhetően a Bank a hagyományos üzletágai megerősítése mellett új üzletágakat is beindított, amiket sikeresen fel is futtatott. A hazai vállalatok teljeskörű kiszolgálása hamarosan a Bank fő üzletágává nőtte ki magát. (44)

A MKB által 1994. július 15-én megtartott rendkívüli közgyűlés az egész hazai bankszektor szempontjából történeti jelenségű eseménynek számított. Ezen a közgyűlésben lezáródtak a bank privatizációjáról szóló tárgyalások, és hivatalosan is új korszak kezdődött, az első hazai nagybank, az MKB Bank magánosítása. A bank magánkézbe adása egy többlépcsős folyamat keretében valósult meg, ennek első lépésként a mai BayernLB (akkor: Bayerische Landesbank Girozentrale – BLB) 25%-os részesedést szerzett a Bank tulajdonosi szerkezetében, míg az European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) 16,7%-os részesedésre tett szert. Mivel a befektetők bizalma folyamatosan növekedett, így 1995 elején a Deutsche Investitions und Entwicklungsgesellschaft (DEG) 8,3%-os részesedést vásárolt a Magyar Államtól. A privatizáció sikeres lezárását jelentette az a tranzakció, amikor a BayernLB megvásárolta az Állami Privatizációs és Vagyonkezelő Rt. (ÁPV Rt.) portfóliójában lévő 25,8%-os részvénytársaságot. [45]

Az Állami Pénz- és Tőkepiaci Felügyelet 2162/1998. december 29. számú engedélye felhatalmazta a BayernLB-t, hogy megvásárolja a DEG teljes MKB-részesedést megtestesítő részvénytársaságját. Ezen adás-vétel után a BayernLB részesedése

csaknem 75%-ra nőtt. A következő hónapokban további tranzakciók révén még a BAWAG szerzett tulajdonosi hányadot a Bankban, 2012-re ez a kettő cég lett a Bank kizárólagos tulajdonosa. [46]

2014-ben a Magyar Állam megvásárolta a BayernLB-től a bankot, és néhány évvel később, 2019-ben eladta azt a Mészáros csoportnak, akik a bank részvényeit a Magyar Bankholding Zrt.-be (továbbiakban: bankholding, holding) apportálták. A holding így már 3 hazai nagybankot is birtokolt, név szerint a Budapest Bank Zrt.-t, a Takarékbank Zrt.-t és az MKB Bank Nyrt.-t. A Magyar Nemzeti Bank 2020-ben adta meg az engedélyt, hogy a Budapest Bank, illetve a Takarékbank részvényeit is a bankholdingba apportálják, így megteremtve a lehetőséget, hogy egy kétlépcsős, hármas fúzió révén egybeolvassza a három fent megnevezett Bankot, és egyként működjön tovább. Először a Budapest Bank olvadt be az MKB Bank-ba 2022. április 1-jén, majd a tervek szerint a Takarékbank 2023. május 1-jétől az MKB része. [47]

AZ MKB BANK NYRT. SZERVEZETI FELÉPÍTÉSE

Az igazgatóság a társaság ügyvezető szerve, melynek tagjai képviselik a bankot harmadik személyekkel szemben, valamint bíróságok és más hatóságok előtt. Az igazgatóság kizárólagos hatáskörébe tartozik, a közgyűlés napirendjére helyezett ügyekre vonatkozó álláspontjának, illetve javaslatának kialakítása és a felügyelőbizottság, valamint a közgyűlés elé terjesztése. Az igazgatóság továbbá vezeti a társaság részvénykönyvét, valamint meghatározza a társaság üzletpolitikáját és üzleti tervét.

A Társaság legfőbb szerve a közgyűlés, mely hatáskörébe többféle feladat elvégzése is beletartozik. Ezen feladatok közé sorolható az Alapszabály elfogadása vagy módosítása, döntés az alaptőke felemeléséről, az Igazgatóság tagjainak megválasztása, az állandó könyvvizsgáló megválasztása, illetve értékeli a vezető tisztségviselők előző üzleti évben végzett munkáját is. [48]

Az alábbi listában összegyűjtöttük, hogy kik az MKB jelenlegi vezető tisztségviselői, és hogy milyen a pozíciót töltöttek be, illetve, hogy pontosan mióta töltik be az adott pozíciót a bankban.

- Dr. Barna Zsolt, 2021. január 1-je óta az elnök-vezérigazgató
- Ginzer Ildikó, 2021. november 16. óta a standard kiszolgálásért felelős üzleti vezérigazgató-helyettese

[46] *MKB márka bemutatása és rövid története.* <<https://magyarbrands.hu/magyar-markak/magyar-markak-adatlapjai/mkb/>> (Utolsó letöltés: 2022. 10. 01.)

[47] *Az MKB Bank Története.* <<https://www.mkb.hu/az-mkb-bankrol/bemutatkozunk/tortenet>> (Utolsó letöltés: 2022. 10. 01.)

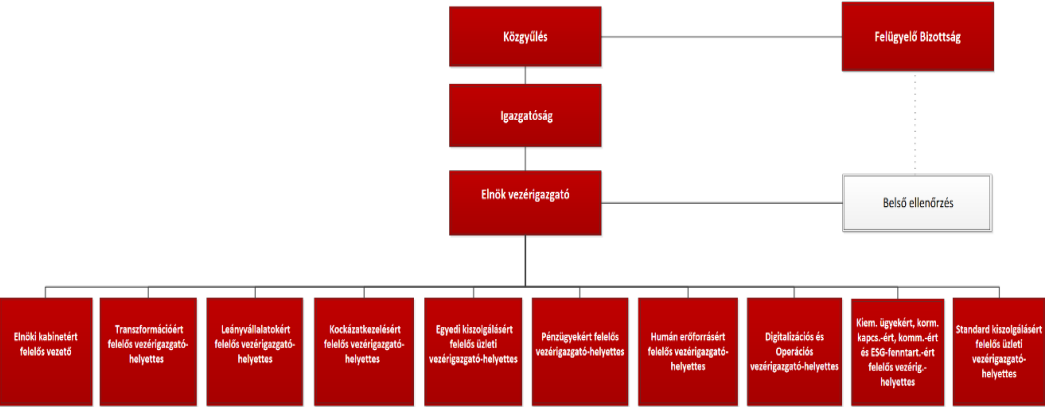
[48] *Az MKB Bank Alapszabálya.* <https://www.mkb.hu/sw/static/file/MKB_Egyesult_Bank_Alapszabaly_egysegos_szerkezetben_2022_04_29.pdf> Letöltés: 2022. 11. 08.

[49] Vezérigazgató és vezérigazgató-helyettesek.
<<https://www.mkb.hu/befektetoknek/tarsasagiras/vezirigazgato-es-helyettesei>>
Letöltés:
2022. 11. 08.

- Dobi Kitti, 2021 júliusától kezdve a bank humán erőforrásért felelős vezérigazgató-helyettese
- Egerszegi Ádám, 2021. december 10. óta transzformációért felelős vezérigazgató-helyettes
- Martzy Antal, 2021 december 8-tól a pénzügyekért felelős vezérigazgató-helyettesi pozíciót látja el
- Szabó Levente, 2021. december 10-től az egyedi kiszolgálásért felelős üzleti vezérigazgató-helyettes
- Dr. Szomolai Csaba, 2021 december 9 óta a kockázatkezelési vezérigazgató-helyettes
- Dr. Mészáros Beatrix, 2022 február 9-től leányvállalatokért felelős vezérigazgató-helyettes [49]

A Bank lapos szervezeti struktúrát használ, ami sokkal hasznosabb tud lenni egy ilyen jellegű cégnél, mint egy divizionális struktúra. Ez a szervezeti felépítés a társosztályok közötti hatékony és gyors együttműködést teszi elérhetővé. Döntéshozatal szempontjából hierarchikusan decentralizáltnak mondható. A 7. ábrán látható szervezeti egységek vezetői felelősek saját egységeiken belül a szakmai színvonal fenntartásáért, valamint a kitűzött célok eléréseért. A következő ábrán láthatjuk az MKB Bank Nyrt. szervezeti felépítését

7. ábra. Az MKB Bank Nyrt. szervezeti felépítése



Forrás: MKB Bank Nyrt. saját honlapja

A 7. ábrán láthatjuk az MKB Bank Nyrt. szervezeti felépítését, amelyben a lapos struktúrán kívül a fölé-alá rendeltségi viszonyok is láthatóak

AZ MKB BANK NYRT. FŐBB TEVÉKENYSÉGI TERÜLETEI

A bank gazdasági tevékenységének egységes ágazati osztályozási rendszere – TEÁOR – alapján főtevékenységnek számít:

– 64.19'08 Egyéb monetáris közvetítés, amely a bank főtevékenysége

További tevékenységek, melyeket a bank elvégez:

– 69.20'08 Számviteli, könyvvizsgálói, adószakértői tevékenység

– 64.91'08 Pénzügyi lízing

– 64.92'08 Egyéb hitelnyújtás

– 64.99'08 Máshova nem sorolt egyéb pénzügyi közvetítés

– 66.12'08 Értékpapír-, árutőzsdei ügynöki tevékenység

– 70.22'08 Üzletviteli, egyéb vezetési tanácsadás

– 66.19'08 Egyéb pénzügyi kiegészítő tevékenység [50]

A társaság számos pénzügyi és kiegészítő pénzügyi szolgáltatást nyújt az ügyfelek számára. A továbbiakban ezen szolgáltatásokat igyekszem bemutatni. A bank hitelt és pénzügyi kölcsönt nyújt lakossági ügyfelektől kezdve egészen a nagyvállalatokig. Pénzforgalmi szolgáltatásokat nyújt, például fizetési számlára történő készpénz be-, illetve kifizetési lehetőséget, valamint bankkártyát bocsát ki. Ezen kívül letéti szolgáltatást nyújt, követelést vásárol, valamint pénzváltásra is van lehetősége az ügyfeleknek.

A befektetési és árutőzsdei szolgáltatások tekintetében a bank többek között befektetési tanácsadással foglalkozik, valamint az ügyfeleknek lehetőségük van saját-számlás kereskedésre is. [51]

AZ MKB BANK NYRT. EREDMÉNYE 2022 ELSŐ FÉLÉVÉBEN

2022 első félévében a bankcsoport korrigálatlan számviteli eredménye 10,8 milliárd forint volt, ennek köszönhetően az adózott eredmény növekedése az előző negyed-

[50] *MKB Bank Nyrt. tárolt cégkivonata*, <<https://www.e-cegjegyzek.hu/?ceg-adatlap/0110040952/TaroltCeg-kivonat>> Letöltés: 2022. 11. 09.

[51] *MKB Bank Alapszabálya*. <https://www.mkb.hu/sw/static/file/MKB_Egyesult_Bank_Alapszabaly_egyseges_szerkezetben_2022_04_29.pdf> Letöltés: 2022. 11. 09.

[52] *MKB Bank Nyrt. 2022-es első negyed-éves gyorsjelentése*.

[53] *Tájékoztató az MKB Bank Nyrt. 2022-es első féléves eredményéről*.

[52] *MKB Bank Nyrt. 2022-es első negyed-éves gyorsjelentése.*

[53] *Tájékoztató az MKB Bank Nyrt. 2022-es első féléves eredményéről.*

évre tekintve felülmúlta az egyéb átfogó eredmény csökkenését. Ha teljes éveket vizsgáljuk, akkor a korrigálatlan teljes átfogó jövedelem csaknem 5,6 csökkent, amit a számviteli eredmény 3,3 milliárdos csökkenése, és az egyéb átfogó jövedelem 2,3 milliárd forintos csökkenésének eredője adja. A korrigált teljes átfogó jövedelem az első negyedévben 16,3 milliárd forint volt, +5,5 milliárd forintos korrekció miatt. [52]

A mérlegfőösszeg 10 189,7 milliárd volt a második negyedév végén, míg az ügyfélbetétállománya 6 267,5 milliárd forint volt. Az ügyfélhitelek bruttó állománya több, mint 4 500 milliárd forint volt, viszont éves szinten +516,3 milliárd forint bővüléssel számol a bank. Második negyedévben a hitel/betét mutató kis mértékben csökkent, megközelítőleg 74% volt az időszak végén. A saját tőke a második negyedévben 711,7 milliárd forintról 727,8 milliárdra nőtt. A bank első félévi korrigált saját tőkearányos eredménye 30% volt, míg a tőkemegfelelési mutató 17%-os értéket ért el. A saját tőke arányos eredmény, amit a teljes átfogó eredmény alapján kalkuláltak 26,8% volt. [53]

Az MKB Bank Nyrt. belső és külső környezetének vizsgálata

Ezen fejezetben az MKB Bank Nyrt. belső, illetve külső környezetének elemzését fogjuk elvégezni. A belső környezet feltárásához a McKinsey 7S modellt fogom használni, míg a külső környezetet a Porter-féle 5 erő modell segítségével fogom bemutatni.

AZ MKB BANK NYRT. BELSŐ KÖRNYEZETÉNEK VIZSGÁLATA

A következő alfejezetben ismertetni fogjuk az MKB belső környezetének felépülését, rendszerét. A kemény tényezők ismertetése után a puha tényezők feltárását fogjuk elvégezni.

Kemény tényezők

Stratégia: Az MKB Bank Nyrt. rövid és hosszútávú célkitűzései, stratégiai tisztán meghatározottak és a dolgozókkal is folyamatosan egyeztettek azokat, hogy az adott terv mely lépcsőfokánál tart a Bank. Rövidtávú célok közé sorolhatjuk a Takarék-

bank beolvadását, az ügyfélkör integrálását, illetve a bankfiókok, ATM-ek arculatának egységesítését. Az így létrejövő Nagybank hosszútávú célja, hogy hazánk legmodernebb Bankjává váljon, amely nemzetközi terjeszkedésben is fel tudja majd venni a versenyt a konkurenciával.

A bank missziója az ügyfelek magas szintű kiszolgálása, a folyamatos innováció és széleskörű szolgáltatások nyújtása mind magánszemélyeknek, mind vállalatok számára. A bank által a közelmúltban – 2022 első negyedében – elvégzett legfontosabb stratégiai lépés a Budapest Bank Zrt. sikeres beolvasztása volt.

Szervezet: A 7. ábrán láthatjuk az MKB Bank Nyrt. szervezeti felépítését. Láthatjuk, hogy a bank lapos szervezeti struktúrát használ, ami sokkal hasznosabb tud lenni egy ilyen jellegű cégnél, mint egy divizionális struktúra. Ez a szervezeti felépítés a társosztályok közötti hatékony és gyors együttműködést teszi elérhetővé. Döntéshozatal szempontjából hierarchikusan decentralizáltnak mondható. Az ábrán látható szervezeti egységek vezetői felelősek saját egységeiken belül a szakmai színvonal fenntartásáért, valamint a kitűzött célok eléréseért.

Stílus: Bürokratikus vezetési stílus jellemzi a bankot, mert habár a dolgozók szabadabban dönthetnek, a felsővezetők szigorú szabályok szerint végzik munkájukat, amire nem jellemző a rugalmasság. Ebben a vezetési rendszerben minden tervek szerint működik, azoktól eltérni nem, vagy csak kevésbé lehet.

A vezetők többféleképpen is jutalmazták beosztottjaikat. Ezen jutalmazás egyik formája lehet pénzübeli jutalom, amit bónusz vagy fizetésemelés formájában lehet kiosztani, viszont lehet akár dologi is, például egy év végi ajándécsomag.

Puha tényezők

Rendszer: A bank többfajta vállalatirányítási rendszert használ, a különböző okokból kifolyólag, például az üzemeltetési költség csökkentése, munkatársak közötti kommunikáció gyorsítása vagy döntéshozatal egyszerűsítése, segítése végett. Megkülönböztethetünk felhőalapú rendszereket, webes rendszereket, illetve különböző integrált vállalatirányítási rendszereket.

Természetesen nem csak a dolgozók számára készültek informatikai rendszerek. A bank ügyfelei számára elérhető többek között a TeleBank, ami egy általános ügyfélszolgálati rendszer, ahol a bank hiteleivel kapcsolatos információkat szerezhet be az ügyfél, továbbá aktuális kedvezményeket vagy akár árfolyamokat is le tud kérdezni. Ezen kívül a bank internetbanki szolgáltatásokat is nyújt, MKB NetBANKár és MKB Internetbank – korábbi Budapest Bank ügyfelek részére – rendszerek segítségével, ahol lehetőség van tranzakciókat indítani, rendelkezésre álló egyenleget leellenőrizni és még sok másra.

Személyzet: A Bank több mint ezer embert foglalkoztat országszerte, és a folyamatos fejlesztéseknek köszönhetően ez a szám évről évre növekszik. Az ilyen mértékű növekedésnek köszönhetően nagyon változatos a dolgozók szakmai, illetve személyes háttere. A munkahelyi sokféleség és befogadás pedig elengedhetetlen a hatékony működéshez.

Az új munkavállalók kiválasztása többfordulós interjúkn keresztül történik. Az első körben egy telefonos interjúkn kell megfelelnie a leendő munkavállalónak, ahol az érdeklődéseiről, céljairól és motiváltságáról kérdezik. Második – és egyben végső – körben egy személyes interjú keretében, ahol az adott osztály vezetőjével kell elbeszélgetni a jelentkező szakmai kompetenciájáról, tanulmányi múltjáról, valamint a jövőbeni céljairól.

Szakértelem: Személyi szinten a bank különböző módokon igyekszik folyamatosan emelni a dolgozói szakértelmét, például különböző, a Bank által támogatott belső vagy külső képzésekkel, vagy felsőoktatási képzések elvégzési esélyének megteremtésével. Így érhető el, hogy a kiosztott feladatokat, hatékonyan és gyorsan végezzék el.

Szervezeti szinten a bank célja a csoportok együttműködésének és problémamegoldó képességének javítása. Az ilyen, és ehhez hasonló fejlesztéseknek köszönhetően a dolgozók teljesítménye folyamatosan javul, ami a vállalat hatékonyságának folytonos növelését eredményezi.

Közös értékek: Az MKB Bank Nyrt. értékeibe tartozik többek között a bizalom, a minőség, az átláthatóság és a felelősség. A Bank továbbá igyekszik fellépni a környezeti, társadalmi problémák megoldásának ügyében különböző alapítványain, programjain, illetve nonprofit szervezetein keresztül.

AZ MKB BANK NYRT. KÜLSŐ KÖRNYEZETÉNEK VIZSGÁLATA

Ezen alfejezetben bemutatjuk az MKB külső környezetét, így egy pontos képet kaphatunk a hazai bankpiacon, illetve az MKB ezen piacon elfoglalt helyéről is.

Új belépők fenyegetése: Más országokhoz hasonlóan, úgy hazánkban is szigorú szabályok vonatkoznak a bankok alapítására. Amennyiben valaki hitelintézetet szeretne alapítani, akkor egy, a Magyar Nemzeti Bank által kibocsátott engedélyre van szükség. Az engedély megszerzéséhez a kérelmezőnek mellékelnie kell a kérelemhez többek között az alapítani tervezett hitelintézet alapító okiratát, a szükséges induló tőke – bank esetében 2 milliárd forint – befizetésére és rendelkezésére állásáról szóló igazolást, valamint az alapítani kívánt hitelintézet szervezeti és működési szabályzatát. [54] Láthatjuk, hogy pénzintézeteket, azon

belül kereskedelmi bankokat alapítani egy hosszadalmas és bonyolult folyamat, éppen ezért nagyon kevés bankot hoztak létre az elmúlt pár évben. Tehát elmondható, a magas belépési korlátoknak köszönhetően alacsony az új belépők fenyegetése.

[54] Hitelintézet alapításának engedélyezése

Helyettesítő termékek fenyegetése: A helyettesítő termékek száma fokozatosan emelkedik a Fintech-cégek elterjedése miatt. A 2008-as válság után megingott az emberek bizalma a hagyományos kereskedelmi bankokkal szemben, és ez utat engedett az olyan cégeknek, amik a bankokkal ellentétben csupán 1–2 pénzügyi szolgáltatást biztosítanak, például pénzküldés, fizetés, biztosítás. Mivel ezek a cégek nem rendelkeznek széles termékpalettával, így nem tudják kielégíteni a hagyományos hitelintézetek minden ügyfelét, viszont az ilyen jellegű Fintech-cégek összeolvadása egyre gyakoribb, amivel a potenciális vásárlóközeg is kiszélesedik. Helyettesítő terméket nyújtanak továbbá a többi kereskedelmi bankok is, mint például az OTP Bank Nyrt, a K&H Bank Zrt, valamint az Erste Bank Hungary Zrt. is. A kereskedelmi bankok esetében az adott ügyfél akár az összes meglévő igényét ki tudja elégíteni egy pénzintézetben belül, míg, ha Fintech-cég mellett döntene akkor előfordulhat, hogy csak 2–3 ilyen jellegű vállalkozás segítségével tudná teljesen elfüggetleníteni magát egy kereskedelmi banktól. Láthatjuk, hogy ilyen téren hazánkban nagy és folyamatos fenyegetést jelentenek a helyettesítő termékek jelenléte, és folyamatos bővülése.

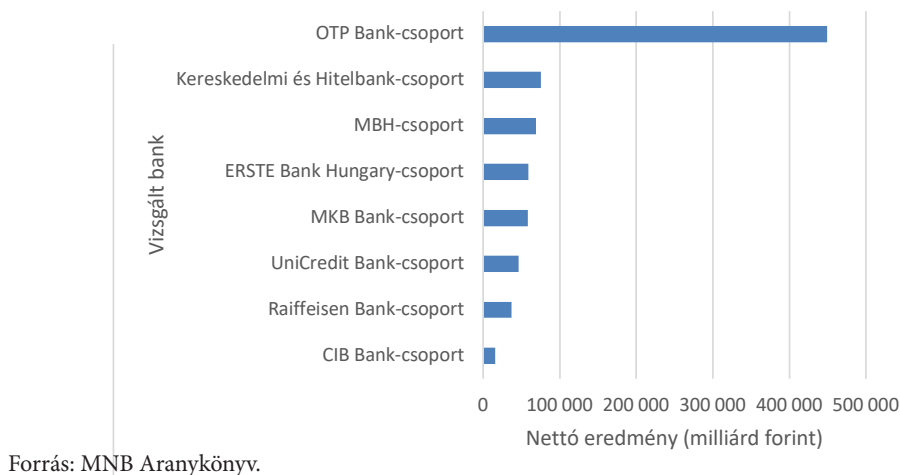
Vásárlók alkuereje: A kereskedelmi bankok nagyban függenek ügyfeleiktől, viszont nem minden ügyfélnek van ugyanakkora alkuereje. Egy átlagkeresetű kliensnek például csekély alkuereje van csupán, mivel a bank csak kevésbé érezné meg távozását, viszont ha a lakossági kliensek nagy része egyszerre szeretné otthagyni a Bankot, akkor az már komoly gondokat tudna okozni. Elmondhatjuk, hogy egy lakossági ügyfélnek elenyésző alkuereje van csupán, mert míg a meglévő és potenciális ügyfelek száma nagy – és ez a szám folyamatosan növekszik – addig a kereskedelmi bankok száma kicsi. Vállalati területen a kis- és középvállalatoknak a lakosságnál már nagyobb az alkuereje viszont még nekik sem szignifikáns, mert az ilyen méretű vállalkozásokból is sok található hazánkban, viszont lakosság- arányosan már kevesebb, így nagyobb az alkuerejük is. Nagyvállalatoknak van a legnagyobb alkuerejük, mivel számuk sokkal kevesebb mint a kis és középvállalatok száma, emellett nagyvállalatok a bank bevételének jelentős részét teszik ki. Ezért egy vagy több nagyvállalati ügyfél távozása nagyon rossz következményekkel járna a bank szemszögéből.

Beszállítók alkuereje: Az MKB esetében beszállítónak számítanak többek között a Posta, irodaszergyártó vállalatok, banki szoftvereket forgalmazó cégek és a Magyar Nemzeti Bank is. Az MNB igen komoly hatást képes gyakorolni az MKB-ra a jegybanki alapkamat, valamint különböző belső bankközi kamatok változtatásával. A hagyományos beszállítóknak – posta, irodaszergyártó vállalatok, banki szoftver forgalmazó cégeknek – viszont csupán elenyésző alkuereje van egy kereskedelmi bankkal szemben, mivel nem fizikai termékeket árulnak, amikhez nyersanyagokra lenne szükség, valamint egy esetleges áremelkedés következtében más szállítót alkalmazhatna a bank. Ugyanerre a meglátásra juthatunk a beszállítók szemzőgének vizsgálatakor is, mivel csupán elenyésző számú bank található hazánkban, így nekik lesz nagy az alkuereje, nem pedig a szállítóknak.

Iparági verseny intenzitása: Az iparági verseny hazánkban igen intenzívnek mondható. Jelenleg nagyjából 17 különböző hitelintézet közül tudnak választani a leendő ügyfelek. Ezen bankok mindegyike komoly befolyással bír, és közülük egyesek már külföldre is elkezdtek terjeszkedni. Az iparági verseny intenzitását erősíti még a kilépési költségek nagysága is. A hazánkban jelen lévő hitelintézetek közül az 5 legnagyobb tavalyi eredményét a következő ábrán láthatjuk.

A 8. ábrán láthatjuk a tavalyi bank rangsort, melyet az MNB tett közzé. Ezen rangsor alapján – mely nettó eredmény szerint vizsgálta a bankokat – 2021-ben az OTP Bank Nyrt. volt a hazai piac legmeghatározóbb alakja, második helyen a K&H Bank Zrt. közel hetedannyi eredménnyel.

8. ábra. Hazai nagybankok rangsora 2021-ben



A nagy konkurenciához pedig hozzásorolható a korábban már bemutatott Fintech-cégek folyamatos térhódítása is, amelyek az internet gyorsaságának és elterjedtségének köszönhetően akár országhatárokon túl is képesek ügyfeleket szerezni, így tovább növelve az iparági verseny intenzitását.

Mérleg és eredménykimutatás alapú vállalatértékelés az MKB Bank Nyrt.-nél

Ezen fejezetben az MKB Bank Nyrt. értékét fogjuk meghatározni a korábban ismertetett vállalatértékelési módszerek segítségével. Elsőként a mérlegalapú módszereket fogjuk bemutatni, majd az eredménykimutatás alapú módszereket.

MÉRLEGALAPÚ VÁLLALATÉRTÉKELÉS

Ezen alfejezetben a bank értékét fogjuk meghatározni mérlegalapú módszerek segítségével. Az eredményeket grafikusán is ábrázoljuk, a könnyebb megértés végett. A számolásokhoz a bank által nyilvánosan megosztott mérleget használtuk.

Könyv szerinti érték

A bank könyv szerinti értékének meghatározásakor az (1) képletet alkalmaztuk, és azt öt évre visszamenőleg kiszámoltuk, amit az alábbi táblázatban láthatunk.

1. táblázat. Az MKB Bank Nyrt. könyv szerinti értéke

Év	2017	2018	2019	2020	2021	2021/2017 (%)
Könyv szerinti érték (millió Ft)	141 279	159 624	193 555	202 974	238 881	169%

Forrás: Saját szerkesztés, saját számolások alapján.

Az 1. táblázatban láthatjuk a vizsgált időszakra vonatkozó könyv szerinti értékeket. A 2021-es érték 69%-kal volt magasabb, mint a 2017-re számított érték. A táblázatból láthatjuk, hogy a könyv szerinti érték évről évre nagyjából 15–20%-kal növekedett, kivéve 2020-ban, ugyanis akkor csak 4%-os emelkedés volt tapasztalható.

A kapott eredményekből látható, hogy a bank csaknem megkétszerezte könyv szerinti értékét a vizsgált 5 év alatt, így a kezdeti 141 279 000 000 Ft-ról 238 881 000 000 Ft-ra növekedett értéke. Ezen érték az elkövetkezendő években várhatóan még gyorsabban fog növekedni, amint végbemennek a bank fúziós tervei.

Korrigált könyv szerinti érték

A korrigált könyv szerinti érték meghatározásához a (2) képletet használtuk fel, és 5 évre visszamenőleg számítottuk ki a bank értékét segítségével.

A korrigált könyv szerinti érték meghatározásához szükséges az eszközök piaci értékének meghatározása. Ehhez a bank számviteli politikáját kellett áttanulmányozni, hisz abban mutatja be, hogy egy adott eszköz könyv szerinti és piaci értéke milyen viszonyban van egymással. A számviteli politika megismerése után a (2) egyenletbe behelyettesítve megállapítható a bank korrigált könyv szerinti értéke, amit az alábbi táblázat foglal össze.

2. táblázat. Az MKB Bank Nyrt. korrigált könyv szerinti értékének alakulása

Év	2017	2018	2019	2020	2021	2021/2017 (%)
Korrigált könyv szerinti érték (millió forint)	237 892	249 281	262 346	275 530	277 939	117%

Forrás: Saját szerkesztés, saját számolások alapján.

A 2. táblázatban láthatjuk a bank korrigált könyv szerinti értékének alakulását a vizsgált időszakban. Évről évre nagyjából 5%-os növekedés volt tapasztalható. A könyv szerinti értéknél tapasztalható 2020-as visszaesés nem látható ezen mutatónál, mivel abban az évben sokkal magasabb piaci értéken tartották számon a bank eszközeit a számviteli politika szerint. A teljes időszakot tekintve az MKB korrigált könyv szerinti értéke 17%-kal volt nagyobb 2021-ben mint 2017-ben, viszont 2020-ról 2021-re alig 1%-ot növekedett ezen érték ugyanis az MKB abban az évben változtatott a számviteli politikáján a támogatott lakossági hitelek egy adott körének besorolásával és értékelésével kapcsolatban. A módosítás értelmében a bank csökkentette az ügyfelekkel szembeni követelések értékelését. A módosítás ellenére a bank értéke a vizsgált időszak végén, tehát 2021-ben megközelítőleg 277 939 000 000 Ft volt.

Likvidációs érték

A bank likvidációs értékét a (3) egyenlet alapján számítottuk ki, a vizsgált időtáv jelen esetben is az elmúlt 5 év volt.

A likvidációs érték meghatározásához szükséges értékeket úgy alakítottuk ki, hogy az eszközök nettó értékesítésének bevételeit az eszközök könyv szerinti értéke adta, eszerint az eszközöket a mérlegben feltüntetett értékükön értékesítettük, a likvidációs költséget pedig úgy alakítottuk ki, hogy az értékesíteni kívánt eszközök könyv szerinti értékének 1%-a adja meg a likvidáció költségeit. Az így kapott eredményeket a 3. táblázatban tüntettük fel.

3. táblázat. Az MKB Bank Nyrt. likvidációs értékének alakulása 2017–2021 között

Év	2017	2018	2019	2020	2021	2021/2017 (%)
Likvidációs érték (millió Ft)	120 769	141 038	175 830	175 048	205 679	170%

Forrás: Saját szerkesztés, saját számolások alapján.

A 3. táblázatból láthatjuk a bank likvidációs értékének alakulását a vizsgált időszakban. A bank ilyen megfontolásból származtatott értéke 2021-ben 70%-kal volt magasabb, mint 2017-ben. Évről évre nagyjából 15–20%-os növekedést tapasztalhatunk az értékek között, kivéve 2020-ban, ugyanis akkor nem

csak a növekedés lassult be, hanem még csökkent is az érték 1%-kal. A táblázatból láthatjuk, hogy a bank likvidációs értéke 120 769 000 000 Ft-ról 205 679 000 000 Ft-ra növekedett a vizsgált időszakban.

Ahogy azt a korábbi fejezetben részleteztük, egy adott vállalat likvidációs értéke a vállalat értékének abszolút minimumának felel meg, ennek értelmében ezen érték adja meg a bankra számolható legkisebb értéket.

Rekonstrukciós érték

A bank rekonstrukciós értékét az (5) egyenlet segítségével számoltuk ki, a vizsgált időtartam ebben az esetben is a 2017 és 2021 közötti időszak volt.

Az (5) egyenletben meg kellett különböztetni a bank kritikus és nem kritikus eszközeinek értékét. Mivel egy pénzügyi intézetet vizsgálunk, így kritikus eszközökhöz másfajta eszközök tartoznak, mint például egy termelő vállalatéhoz. Kritikus eszköznek vettem a bank pénzeszközeit, a hitelintézetekkel szembeni követeléseket, a származékos pénzügyi eszközöket, az értékpapírokat és az ügyfelekkel szembeni követeléseket. Azért döntöttem így, mert egy bank életében sokkal fontosabbak ezen eszközök, mint a nem kritikus eszközök, viszont természetesen azok is fontosak a bank sikeres működéséhez. Miután meghatároztuk a kritikus eszközöket, kiszámoltuk a helyettesítési értéküket, mégpedig úgy, hogy a fenti eszközök könyv szerinti és korrigált könyv szerinti értékét vettük alapul, amihez hozzáadtuk a rekonstrukció értékét, ami a fent megnevezett eszközök értékének 1%-a volt, ezen 2 tétel összege határozta meg a kritikus eszközök helyettesítési értékét.

A számításhoz fontos másik érték az úgynevezett nem kritikus eszközök likvidációs értéke volt. Az előző értékhez hasonlóan most is első lépés volt az eszközök meghatározása. Nem kritikus eszközökhöz soroltuk az értékesítésre tartott befektetett eszközöket és megszűnt tevékenységeket, az egyéb eszközöket, a tényleges adóköveteléseket, a halasztott adóköveteléseket, a leányvállalatokban, társult és közös vezetésű vállalkozásokban lévő befektetéseket, valamint az immateriális javakat és eszközöket. Ezen eszközök, habár hasznosak a bank egészséges működésének fenntartásához, mégsem olyan fontosak mint a fent felsorolt eszközök. Miután meghatároztuk a nem kritikus eszközöket, ki kellett számolni a likvidációs értéküket, mely az előző részfejezetben ismertetett módon történt.

A bankra kiszámított rekonstrukciós értéket az alábbi táblázatban foglaltuk össze:

4. táblázat. Az MKB Bank Nyrt. rekonstrukciós értékének alakulása 2017–2021 között

Év	2017	2018	2019	2020	2021	2021/2017 (%)
Rekonstrukciós érték (millió Ft)	256 727	266 415	277 928	301 274	308 400	120%

Forrás: Saját szerkesztés, saját számolások alapján.

A 4. táblázatból láthatjuk, hogy a bank rekonstrukciós értékeinek alakulását. A vizsgált időszak végén ezen érték 20%-kal volt magasabb, mint a kezdeti időpontban. Évről évre 5%-os növekedés tapasztalható, kivéve 2021-ben, mivel akkor csupán 2%-os növekedés jellemezte a bankot. Mivel ezen érték leginkább az eszközök korrigált könyv szerinti értékétől függ, így a korrigált könyv szerinti érték számításával foglalkozó részfejezetben látható okok miatt érthető a lassulás mértéke. Viszont az MKB értéke a lassulás ellenére is 256 727 000 000 Ft-ról 308 400 000 000 Ft-ra növekedett a vizsgált időszakban.

Ahogy azt a korábbi fejezetben részleteztük, egy adott vállalat rekonstrukciós értéke a vállalat értékének abszolút maximumának felel meg, ennek értelmében ezen érték adja meg a bankra számolható legnagyobb értéket.



A Z-generáció megítélése a magyarországi rejtett gazdaságról 2022-ben

2. rész

Összefoglalás: A rejtett gazdaságba beletartozik minden olyan nem regisztrált tevékenység, ami hozzájárul a GDP előállításához, olyan jövedelem, amit a hatósági nyilvántartásokban nem regisztráltak, törvénybe ütközik, valamint azon tevékenységek is, amik kikerülnek az állami szabályozást vagy adóelkerülés céljából rejtve maradnak az állam elől. A rejtett gazdaság mérését és becslését leginkább a rejtett mivoltuk nehezíti meg és az, hogy nem áll rendelkezésre kellő mennyiségű információ. A szakemberek különböző becsléseket végezhetnek nyilvános adatbázisokból vett adatok segítségével, aggregátumokat felhasználva, valamint a vállalati szektor vagy az adott terület lakosságának megkérdezéséből. Kutatásunk 2022. őszén, online kérdőív segítségével vizsgálta, hogy a Z-generáció tagjai miként vélekednek a rejtett gazdaságról, valamint felmérte, hogy a mennyire vannak tisztában a Magyarországon bevezetett gazdaságfehérítő intézkedésekkel.

Kulcsszavak: Informális gazdaság; gazdaságfehérítés; fekete foglalkoztatás; adóelkerülés; korrupció; homo sapiens digitális.

Abstract: The hidden economy includes all unregistered activities that contribute to the production of GDP, income that is not registered in the official records, which is in violation of the law, as well as activities that evade state regulation or remain hidden from the state for the purpose of tax evasion. The most difficult thing to measure and estimate the hidden economy is their hidden nature and the fact that there is not enough information available. Experts can make different estimates with the help of data taken from public databases, using aggregates, as well as from surveys of the population, of the company sector or of the given area. In the autumn of 2022, our research, using an online questionnaire, examined how the members of Generation Z think about the hidden economy, as well as assessed how aware they are of the economic whitening measures introduced in Hungary.

* Dunaiújvárosi Egyetem,
Társadalomtudományi Intézet,
gazdálkodási és menedzsment,
BA-hallgató
Email: cseni20170911@gmail.com

** Dunaiújvárosi Egyetem,
Társadalomtudományi Intézet,
egyetemi tanársegéd
Email: kovacsasz@uniduna.hu

Keywords: Informal economy; economic whitening; black employment; tax evasion; corruption; homo sapiens digitalis.

Szakpolitikai intézkedések, mint a kihívásokra adott válaszok

Magyarországon számos kezdeményezés indult a gazdaság kifehéritése érdekében, ami elsősorban a következő területeket érintette: adószabályozás, munkaügyi szabályozás, vállalkozások működésének szabályozása. Ennek érdekében magát az Adótörvényt (2017.évi CL. törvény az adózás rendjéről) is megreformálták. Változásokat vezettek be az adókötelezettség tekintetében, például törvénybe iktatták a bejelentkezési és bejelentési kötelezettséget az adóhatóság felé. Adóenyhítéseket vezettek be a rejtett gazdaság által leg súlyosabbnak ítélt területeken, ilyen volt például az építőipar és a gépjármű-forgalmazás. Csökkentették az adóterheket (pl. 25 éves kor alatti SZJA-mentesség, SZOCHO és EKHO mértékének, illetve az iparüzési adó 1%-ra csökkentése).

Kedvezőbb adózási formákat alakítottak ki (általányadózás megújítása), csökkentették az adókulcsokat (kedvezményes adókulcsok 18%, 5%), valamint egyszerűsítették az adózást (egykulcsos adórendszer bevezetése). Növelték a munkaügyi ellenőrzéseket, az ellenőrzések hatékonyságát, valamint 2022 elején a Kormány növelte a béreket: a minimálbért bruttó 200.000 Ft-ra és a garantált bérminimumot bruttó 260.000 Ft-ra.

Hazánkban az internet és a digitalizáció megjelenése előtt a társadalom nagy része a készpénzzel való fizetést részesítette előnyben. A 2000-es években túlnyomórészt készpénzfizetés zajlott, a 2018-as adatok szerint a készpénzes tranzakciók aránya még meghaladta a 80%-ot, a digitális fizetések csak 20%-ot értek el. Azonban az elektronikus fizetések száma nagymértékben növekedett az elmúlt évek során, amely azt jelenti, hogy hazánk egy sokkal költséghatékonyabb fizetési rendszer irányába tesz lépéseket. A Kormány felismerte a digitális fizetési csatornában rejlő lehetőségeket, így a készpénzhasználat visszaszorítása érdekében gazdaságfehérítő intézkedéseket vezetett be. Szem előtt tartva az adóelkerülő magatartást hazánkban, a vállalkozások életébe és a magánszemélyek jogkövetői magatartásának ösztönzése érdekében további gazdaságfehérítő intézkedéseket fogantatosítottak.

2013-ban vette kezdetét a digitális gazdaságfehérítés időszaka. 2013-ban egyes vállalkozások számára kötelezővé tették az online pénztárgépek alkalmazását, majd 2015-ben megjelent az Elektronikus Közúti Áruforgalom Ellenőrző Rendszer (EKÁER). Az elektronikus fizetés ösztönzése érdekében a Kormány 2016-ban indította el a POS-terminál (Point of Sale terminals) telepítési programot. Az adóelkerülés elleni fellépés harmadik pilléréként, 2018-ban jelent meg az online számlarendszer, majd a banki szektorban az azonnali fizetés. Ezek a digitális gazdaságfehérítő intézkedések hozzájárulnak az állami bevételek

növeléséhez, javítják az adóhatóság ellenőrzési tevékenységének hatékonyságát, növelik az átláthatóságot, erősítik a tisztességes adófizetést és ezzel együtt csökkentik az adóelkerülési tevékenység előfordulását. [30]

Az online világba beleszületett nemzedék: a Z-generáció

A társadalom különböző életkorú csoportjai között fennállnak bizonyos különbségek, mivel ezen csoportok tagjai eltérő gazdasági, társadalmi környezetben nőnek fel, másfajta folyamatok hatnak rájuk, másfajta világszeméletet tulajdonítanak maguknak, valamint az adott kor történelmi eseményeit is másként élik meg. A közös élmények hatással vannak az adott korcsoport értékrendjének alakulására, befolyásolják a munkához, társaikhoz való viszonyukat, viselkedésüket és személyiségüket is.

A számítógép és az internet megjelenésének köszönhetően létrejöttek olyan kategorizálások is, amelyek az egyes csoportok digitális világhoz történő viszonyulásán alapulnak. Az emberiség történelmében a számítógép megjelenése gyors és széleskörű változásokat generált. Az élet minden területét átalakította a számítógépen alapuló digitális technológia, amelynek megismerése, elsajátítása és napi szintű használata a társadalom tagjai számára néhol nehézségeket, néhol pedig új kihívásokat jelentett. A digitális technológia megváltoztatta a kommunikációs szokásainkat és felgyorsította életritmusunkat. Az internetnek köszönhetően már a világ bármely pontján ugyanazokat az eseményeket, folyamatokat követhetjük nyomon, azonos hatások és trendek érvényesülnek, a távolságok megszűnnek, azonnal kapcsolatba tudunk lépni bárkivel, bármikor és ezek hatására új típusú, globális generációról is beszélhetünk.

William Strauss és Neil Howe meghatározása szerint azokból áll egy társadalmi generáció, akik egy történelmi időn, illetve téren osztoznak és életük azonos időszakában élnek meg bizonyos történelmi szituációkat. A szerzőpáros teremtette meg a generáció-elméletek alapjait, azonban a digitalizáció hatására ezek az elméletek már kiszélesedtek és egy realisztikusabb, modernebb megfogalmazást igényeltek. Az 1980-as és 1990-es évek felhasználói elsősorban információkeresésre használták az internetet, azonban az újabb generáció számára a világháló már a kommunikációról, az együttműködésről és az önkifejezésről szól. [31] A fentebb említett új kategorizálásnak (a digitális világhoz történő viszonyulásának) köszönhetően Kulcsár

[30] A POS-terminalok: az üzletekben és egyéb elárúsító-, szolgáltatóhelyeken felszerelt kártyaleolvasó eszközök, amelyek lehetővé teszik az ügyfelek számára a kártyás fizetési módot.

[31] Pais Ella Regina (2013): *Alapvetések a Z-generáció tudomány kommunikációjához*. tanulmány. Pécs: PTE. <https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/pais_alapvetesek_a_z_generacio_tudomanykommunikaciojához_-_tanulmany_2013.pdf>

[32] Kulcsár Zsolt: *Az integratív e-learning felé*. Kiadja Kulcsár Zsolt Pp. 8–9.
<<https://mek.oszk.hu/06600/06695/06695.pdf>>

[33] Buda András (2019): *Generációk, társadalmi csoportok a 21. században*. Budapest: Akadémiai.
<https://mersz.hu/hivatkozas/matud_f16546/#matud_f16546>

Zsolt művének átdolgozott verziójában (2009-ben) már megjelentek az új generációs besorolások, miszerint: 1925 és 1945 között születetteket Veteránoknak, 1946 és 1964 között születetteket Bébi-bumm generációnak, 1965 és 1979 között születetteket X-generációnak, 1980 és 1995 között születetteket Y-generációnak és az 1996 és 2009 között születetteket Z-generációnak nevezi. A 2010 után születetteket pedig már a görög ABC első betűjével jelzi, ők az alfa generáció. [32]

Az 1996 és a 2009 között született korosztályt, a Z-generációt, többféle jelzővel is szokták illetni: a net-generáció, a digitális bennszülöttek, a Facebook-generáció, az online világba született nemzedék. Marc Prensky amerikai író egy új megnevezést alkotott, a „homo sapiens digitalis” kifejezést a Z-generáció tagjaira. Véleménye szerint ezen új embertípusnak nemcsak okosabban, hanem bölcsebben is kellene használnia a digitális technológiát, mivel a technológia önmagában nem helyettesíti az intuíciót, a helyes ítéletet, a problémamegoldó-képességet, és nem ad világos erkölcsi iránytűt sem. Éppen ezért a „homo sapiens digitalis” [33] két kulcsfontosságú tekintetben különbözik a közembertől:

Egyrészt, a digitális fejlődést az emberi élet szerves, természetes részeként fogadjuk el, másrészt digitális bölcsességgel is bír. E generáció tagjai nem éltek olyan társadalomban, ahol nem volt internet. Csak azt a világot ismerik, ahol már nemcsak a számítógép van jelen, hanem az internet is. Gyerekkoruktól kezdve megfelelően használják és tudatosan alkalmazzák az IKT (Információs és Kommunikációs Technológiák) eszközöket és magát az internetet is. Fiatalkoruk meghatározó elemévé vált az internet, az online világ. Idejük jelentős részét az online világban töltik, szinte a nap 24 órájában jelen vannak. Már csak unalomból is felnéznek a különböző platformokra, közösségi oldalakra (Facebook, Instagram, Messenger, YouTube, TikTok, Twitter, Snapchat, Pinterest stb.), hátha történt valami új, érdekes esemény. Barátaikkal a kapcsolatot általában a közösségi oldalakon tartják és előszeretettel használják a mobiltelefonjukat szimpla időtöltésre, kikapcsolódásra, szórakozásra vagy akár munkavégzésre is. Számukra nemcsak egy hétköznapi dolog a számítógép vagy a mobiltelefon, hanem ezek az eszközök már létszükségletté is váltak. A társadalom ezen generációjára jellemző a multifunkcionalitás és a jó információs készség. Az egyének sokkal bátrabbak, nyíltabbak, kezdeményező típusúak, a gyors technológiai fejlődés hatására sokkal gyorsabb ritmusban élnek az életüket. Társas életüket a nyilvánossággal megosztják, fontos számukra a személyi szabadság érzete, valamint megszokták a változásokat és elődeiknél jobban bíznak saját magukban és képességeikben.

A Z-generáció tagjai gyorsan képesek alkalmazkodni a legújabb technológiához. Már a kezdetektől fogva ki vannak téve nagy mennyiségű információnak, így elmondható, hogy jelentős tudással bírnak, de csak az őket érdeklő területekről rendelkeznek mélyebb ismeretekkel. Az online világ hatására kitágulnak az „én” határai, megváltoznak az emberi kapcsolataik és más értékeket helyeznek előtérbe, más lesz számukra a fontos. Mindezen pozitív hatásokon kívül meg kell említeni a negatív hatásait is az online világnak. A virtuális világban való folyamatos jelenlét miatt sokkal több negatív tapasztalattal szembesülnek, elidegenednek a környezettől és gyengül a konfliktuskezelési készségük az offline világban. Életük egy részét a rohanás, a stressz, a pénzszerezés, a szorongás, a zaklatottság, a magány és a társatlanság jellemzi.

A Z-generáció vagy másnéven a globális net generációja, olyan szavakat és kifejezéseket is használ, amit a többi generáció nem feltétlen ért meg, így nyelvhasználatukra a globalitás jellemző (például: cringe, crush, valaki „flexel”, vibe, chill, lol stb.). Minden eddiginél inkább átlépték a globális, kulturális és szociogazdasági határokat. A világ különböző pontjain elő fiatalok ugyanazokat az ételeket ehetik, ugyanazokat a filmeket nézhetik, ugyanazokat a zenét hallgathatják és ugyanazok a trendek befolyásolhatják őket, így ők maguk is kapcsolatban állnak egymással a világhálón keresztül. [31]

Összeségében elmondható, hogy az előregedő társadalmat, az idősebb korosztályt (a Veteránokat vagy a Bébi-bumm generációt) vagy nem érdekli, vagy már megse akarják tanulni, használni az internetet és a digitális eszközöket, mert eddig is elvoltak nélkülük. Ezzel ellentétben a fiatal korosztály számára már elképzelhetlenné válna a világ a digitális technológia, az internet és a közösségi média nélkül.

A Z-generációt megcélzó empirikus kutatás kérdőívének összeállításakor tehát mindezen háttérre alapozva, a következő kutatási kérdések fogalmazódtak meg:

1. A Z-generáció tagjai milyen digitális helyzetben vannak és milyen mélységben alkalmazzák a digitális tevékenységeket?
2. A Z-generáció tagjai mit gondolnak, mik tartoznak a rejtett gazdaság tevékenységei közé?
3. A Z-generáció tagjai miként ítélik meg az egyes rejtett gazdasági tevékenységeket és hogy viszonyulnak ezekhez a tevékenységekhez?
4. A Z-generáció tagjai mennyire ismerik a Magyar Kormány által bevezetett gazdaságfehérítő intézkedéseket és mit gondolnak, mennyire hatékonyak ezek az intézkedések?

[31] Pais Ella Regina (2013): *Alapvetések a Z-generáció tudomány kommunikációjához*. tanulmány. Pécs: PTE. <https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/pais_alapvetesek_a_z_generacio_tudomanykommunikaciojához_-_tanulmany_2013.pdf>

[34] Kényelmi mintavétel vagy másnéven önkényes mintavételi mód: a módszer az egyszerűséget, valamint a kényelmet helyezi előtérbe és a populáció legelérhetőbb tagjaiból vesz mintákat. Nem valószínűségi mintavételi mód, illetve nem reprezentatív eljárás.

5. A Z-generáció tagjai tapasztalták-e a környezetükben a rejtett gazdaság felbukkanó jeleit?

Kutatási módszertan és eredmények bemutatása

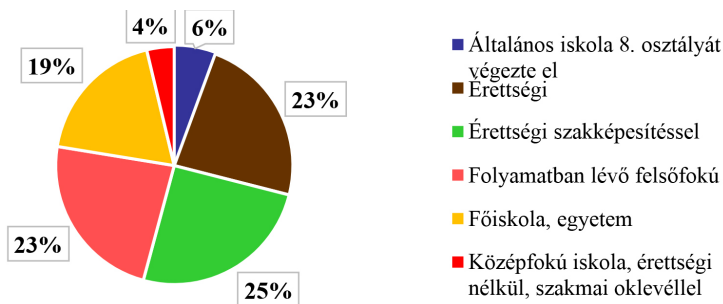
Az 53 kérdésből álló, online kérdőív, Google Forms segítségével, 2022. október 28. és november 20. között volt elérhető a válaszadók számára. Az adatfelvétel csatornáit a jelen tanulmány társszerzőjének, Oláh Csengének – aki maga is a Z-generáció tagja – Facebook és Instagram oldalai voltak, illetve ezen kívül a Facebook-on több kérdőív-kitöltő oldal, a Tolnai lakosok közös csoportja, a Dunaújvárosi Egyetem Kerpely Antal Kollégium csoportja jött számításba, valamint a felhívás hólabdaszerűen, személyre szólóan is célba ért. A kérdőív tehát kényelmi mintavétellel [34] készült; az adatfelvétel biztosította az önkéntesség és az anonimitás feltételeit. A kérdőívet összesen 130 személy töltötte ki, a Z-generáció tagjaitól 107 válasz érkezett. A kérdőív szakaszai a következők:

1. Demográfiai kérdések.
2. Digitalizációval kapcsolatos kérdések.
3. Rejtett gazdasággal kapcsolatos kérdések.
4. Magyarország gazdaságfehérítő intézkedéseivel kapcsolatos kérdések.

DEMOGRÁFIAI ADATOK

A kérdőívet 54%-ban (58 fő) nők, illetve 46%-ban (49 fő) férfiak töltötték ki. A két nem kitöltői közel azonos arányban oszlottak meg. A kitöltők lakóhelye szerint, Tolna megyéből (42 fő), Fejér megyéből (16 fő), illetve Pest megyéből (15 fő) érkezett a legtöbb válasz. A válaszadók 18%-a (19 fő) a fővárosban, 10%-a (11 fő) megyei jogú városban, 38%-a (41 fő) városban és 34%-a (36 fő) pedig községben él. Összegezve, a válaszadók 66%-a (71 fő) városban él, így a kitöltés értékelésekor inkább városias felfogásról beszélhetünk. Az alábbi diagrammon a kitöltők legmagasabb iskolai végzettsége látható:

3. ábra. Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége

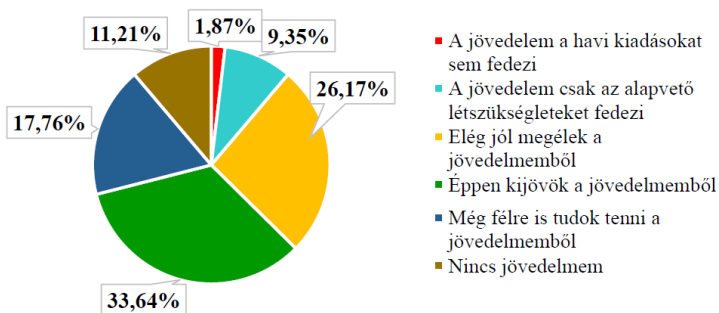


Forrás: Oláh (2022: 50).

A válaszadók 25%-a (27 fő) rendelkezik érettséggel és mellette valamilyen szakképesítéssel. Továbbá megfigyelhető, hogy az érettséggel rendelkezők aránya megegyezik a jelenleg felsőoktatásban résztvevők arányával, ami 23% (25 fő). A kitöltők 19%-ának (20 fő) pedig van főiskolai vagy egyetemi végzettsége. Ebből adódóan a kitöltők többsége magas iskolázottságú.

A kérdőív egy további kérdése a kitöltők szubjektív jövedelmi megítélésére irányult:

4. ábra. Az Ön szubjektív jövedelmi megítélése



Forrás: Oláh (2022: 50).

[35] Mobiltárca: telefonunkon digitalizált formában (applikáción) tárolhatjuk fizetőeszközeinket és NFC rádiófrekvencia segítségével fizethetünk.

A diagramon jól látható, hogy válaszadók 33,64%-a (36 fő) éppen csak kijön a jövedelméből. A kitöltők 26,17%-a (28 fő) elég jól megél a jövedelméből, valamint 17,76%-uk (19 fő) még félre is tud tenni. A válaszadók $\frac{3}{4}$ -e vagy dolgozik, vagy pedig munka mellett vesz részt valamilyen felsőoktatásban és van jövedelme, így a válaszok alapján következtethetünk arra, hogy a kitöltők többsége fenn tud tartani egy bizonyos jövedelmi színvonalat.

DIGITALIZÁCIÓVAL KAPCSOLATOS KÉRDÉSEK ELEMZÉSE

A gazdaságfehérítő intézkedések közül például az online pénztárgéphez vagy az EKÁER használatához, vagy magukhoz a POS-terminálokhoz nélkülözhetetlen az internetkapcsolat és a digitalizált tartalom. 12 kérdés keretén belül felmérésre került a kitöltők digitális helyzete és az, hogy milyen mélységben alkalmazzák a digitális tevékenységeket.

Az első két kérdést összevetve kiderült, hogy a válaszadók 96%-ának (102 fő) a háztartásában van vezetékes internete, valamint 98%-uk (104 fő) rendelkezik mobilinternettel is. Emellett a válaszadók 88%-a (93 fő) szintén használja internetét elektronikus ügyintézésre. A válaszadók 23%-a (25 fő) 6 óránál többet internetezik egy nap. A megkérdezettekről elmondható, hogy átlagosan napi 4–5 órát töltenek az interneten. 2022. október 1-jén indult el az első online népszámlálás, amiből az egyik kérdés teljes egészében átvételre került, a kitöltők digitális tudás-mélységének felmérése miatt. A kitöltőknek jelölniük kellett az összes digitális tevékenységet, amit rendszeresen végeznek. Ezek alapján megállapítható, hogy a válaszadók túlnyomó többsége alap-, illetve középszintű felhasználó, akik nem csak információ keresésre és hírek olvasására használják az internetet, hanem különböző szerkesztő programokat használnak, az interneten keresztül kommunikálnak egymással, online vásárolnak, illetve már online intézik ügyeiket is.

A következő kérdés a válaszadók fizetési szokásaira vonatkozott. Kiderült, hogy a válaszadók még mindig használnak készpénzt, de 40%-uk (42 fő) a bankkártyás fizetési módot használja leggyakrabban. Szorosan mögötte 30%-kal (32 fő) a készpénzes fizetési mód, illetve az érintésmentes fizetési mód használata áll. Összeségben elmondható, hogy a megkérdezettek 70%-a (74 fő) leginkább bankkártyával, illetve a telefonon lévő mobiltárca [35] alkalmazással fizet.

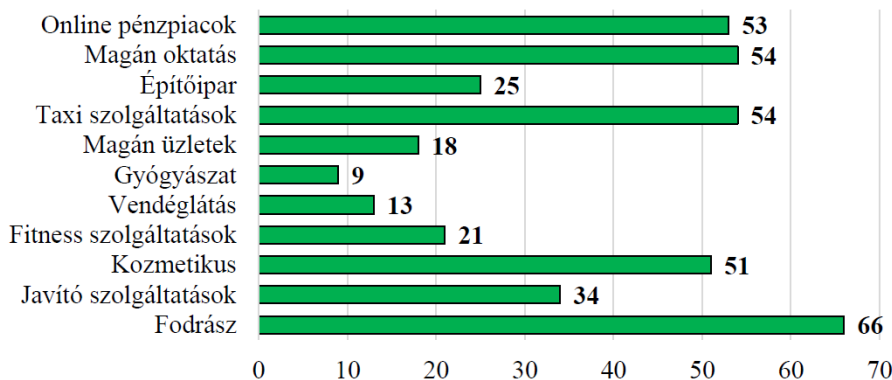
Egy következő kérdés alapján az is látszik, hogy a válaszadók többsége leggyakrabban a mobiltelefonját használja a fizetés során.

H1: A kérdőívben a digitális tevékenységekkel kapcsolatban feltett 12 kérdés alapján és ebben a fejezetben taglalt válaszok kiértékelése után a második hipotézisünk első felét igazolni lehet, miszerint: a Z-generáció tagjai már birtokolnak egy alap-, illetve középszintű digitális tudást.

REJTETT GAZDASÁGGAL KAPCSOLATBAN FELTETT KÉRDÉSEK ELEMZÉSE

A kérdőív következő kérdése a szolgáltatói ágak szerinti számlaadás hiányára vonatkozott:

**5. ábra. Ön szerint melyik szolgáltatói ág kerüli legtöbbször a számlaadást?
(fő)**

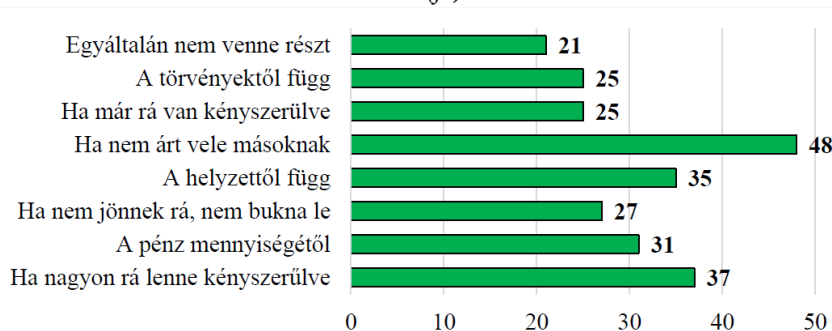


Forrás: Oláh (2022: 53).

A felsorolt szolgáltatói ágak közül a válaszadók többsége (66 fő) szerint a fodrászok kerülik legtöbbször a számlaadást, illetve szorosan mögötte a kozmetikusok, az online piacok (marketplace-ek, használt termékeket értékesítő weboldalak), a magánoktatás és a taxi, fuvarozó szolgáltatások.

Következő lépésben felmértük, hogy a kitöltők mit gondolnak, mitől függ, hogy részt vennének-e a rejtett gazdaságban:

6. ábra. Ön mit gondol, mitől függ, hogy részt venne-e a rejtett gazdaságban?
(fő)



Forrás: Oláh (2022: 54).

Meglepő módon a válaszadók 44,86%-a (48 fő) úgy gondolja, hogy ha nem árt vele másoknak vagy a környezetének, akkor részt venne a rejtett gazdaságban. Emellett érdemes megfigyelni azt is, hogy a válaszadóknak csak a 19,6%-a (21 fő) gondolja, úgy, hogy egyáltalán nem venne részt a rejtett gazdaságban. A kitöltők ¼-e szerint, csak akkor, ha nagyon rá lenne kényszerülve, vagy számára az adott helyzettől és a pénz mennyiségétől függ, illetve, ha nem jönnek rá, nem bukna le, tehát a szankcionálásra nem kerül sor.

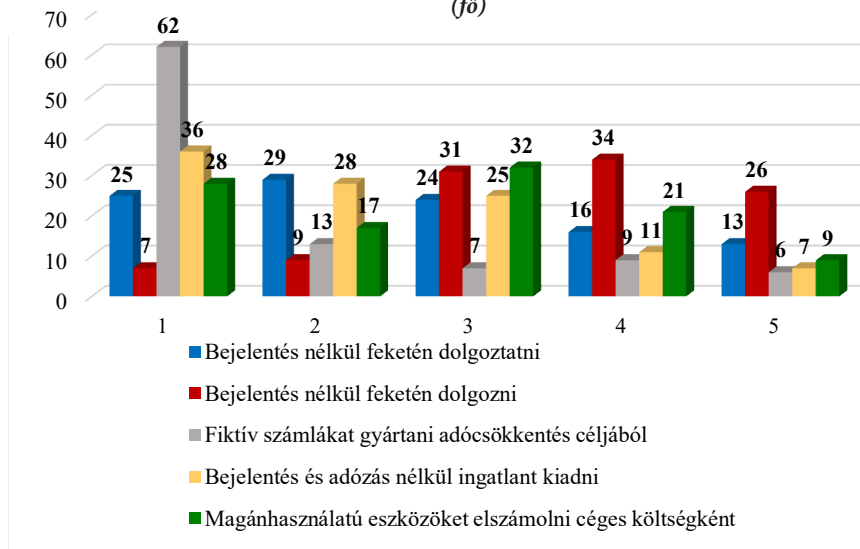
A kérdőív tartalmaz 3 olyan kérdést, amelyek a gazdasági előírások betartására, illetve áthágására kérdeznek rá. „Mi az Ön véleménye a következő állításról?”

- Mindenkinek be kell tartania a gazdasági előírásokat. (pl: adófizetés, számlaadási kötelezettség)
- Ha másoknak nem okoz kárt, áthághatja a gazdasági előírásokat.
- Ha előnyére van és megteheti, akkor áthághatja a gazdasági előírásokat.

A válaszadók 80,7%-a (86 fő) egyetértett abban, hogy mindenkinek be kell tartania a gazdasági előírásokat. A következő két kérdésre adott válaszok már eléggé megosztóak voltak. A válaszadók 49,5%-a (53 fő) nem ért egyet a második állítással, miszerint, ha nem okoz másoknak kárt, akkor áthághatja a gazdasági előírásokat; 22,43%-uk (24 fő) nem tudta eldönteni és 27%-uk (29 fő) pedig azt válaszolta, hogy egyetért a kijelentéssel. A válaszadók többsége (61,68%) viszont nem ért egyet a harmadik állítással: ha előnyére van és megteheti, akkor áthághatja a gazdasági előírásokat.

Továbbá a kérdőív tartalmaz 5 olyan kérdést is, amelyek arra vonatkoznak, hogy a válaszadók szerint az adott tevékenység erkölcsileg mennyire elítélendő. Egy 5 fokozatú skálán értékelték az állításokat, ahol az 1 = Teljes mértékben elítélendő, 3 = Nem tudom eldönteni, az 5 = Egyáltalán nem ítéendő el.

7. ábra. Ön szerint erkölcsileg mennyire ítélendőek el a következő tevékenységek (fő)



Forrás: Oláh (2022: 55).

A diagramon jól látható, hogy a válaszadók többsége (57,9%; 62 fő) teljes mértékben elítélendőnek tartja a fiktív számlák gyártását. Ez annak tudható be, hogy e tevékenység törvénybe ütközik és büntetendő, illetve a hírekben is többször olvashatunk ilyen lebukásról. A bejelentés nélkül, feketén dolgoztatók erkölcsi megítélése nagyon megosztó volt. A válaszadók 50%-a (54 fő) erkölcsileg elítélendőnek tartja a fekete foglalkoztatást. A kitöltők kicsivel több mint $\frac{1}{4}$ -e (27%; 29 fő) nem tartja elítélendőnek és 22,43%-uk (24 fő) pedig nem tudta eldönteni. A következő tevékenység erkölcsi megítélésénél fordult a kocka. Ugyanis a válaszadók 56%-a (60 fő) erkölcsileg nem ítéli el a bejelentés nélkül feketén dolgozókat, illetve 29%-uk (31 fő) nem tudta eldönteni. A következő kérdés a bejelentés és adózás nélküli ingatlan kiadásra vonatkozott. A diagramon jól látható, hogy a válaszadók többsége (59,8%; 64 fő) elítéli ezt a tevékenységet, azonban $\frac{1}{4}$ -ük nem foglalt állásponthoz. Az utolsó tevékenység (magánhasználatú eszközöket elszámolni céges költségként) erkölcsi megítélésénél észrevehető, hogy a válaszadók 30%-a (32 fő) nem tudta eldönteni a tevékenységről, hogy elítélendő vagy sem. Azonban a diagram jól szemlélteti, hogy azok a válaszadók többen vannak (45 fő) akik elítélik, mint akik nem ítéli el (30 fő) e tevékenységet.

[36] A borraavaló, általában egy kis összegű jövedelem, aminek átadása azt fejezi ki, hogy a vendégek mennyire elégedettek egy bizonyos szolgáltatással.

Következő témánk a borraavaló [36] intézményét tárja fel a Z-generáció tagjai körében. A borraavaló intézménye nem legális, hiszen ezután sem a munkáltató, sem a munkavállaló nem adózik, így a rejtett gazdaság részét képezi. A kitöltőktől megkérdeztük, hogy erkölcsileg mennyire ítélik el a borraavaló adását, illetve az elfogadását. Mindkét esetben azt tapasztaltuk, hogy a válaszadók több mint 85%-a (91 fő, illetve 93 fő) nem ítéli el sem a borraavaló adását, sem pedig az elfogadását. Nem meglepő módon a kitöltők 52%-a (56 fő) rendszeresen ad borraavalót, 40%-uk (43 fő) nem minden esetben; legtöbbször a vendéglátóiparban és a szépségiparban (kozmetikus, fodrász) élnek ezzel a lehetőséggel. A borraavaló, mint plusz jövedelem után nincs adóbevallás, így a rejtett gazdaság részét képezi, ellenben a kitöltők 65%-a (70 fő) ezt nem így gondolja. A válaszadók 20%-a (21 fő) pedig nem tudta eldönteni, hogy szerinte a borraavaló adása a rejtett gazdaság része vagy sem.

A kutatásban feltett kérdésekre adott válaszok kiértékelése után az első hipotézis (H1) csak részben nyert igazolást. Azért nem teljes mértékben állja meg a helyét, mert a fontosabbnak vélt és kiértékelt rejtett gazdaság tevékenységei közül a válaszadók nem minden esetben nyilvánultak meg teljes mértékben elítélően. Például, a kitöltők többsége nem ítéli el erkölcsileg a be nem jelentett, feketén dolgozó munkavállalókat, illetve nem ítélik el a borraavaló intézményét sem. Emellett érdemes megemlíteni, hogy a válaszadóknak csak a 19,6%-a (21 fő) állította azt, hogy egyáltalán nem venne részt a rejtett gazdaságban. A válaszadók másik részénél már megoszlott az az arány, hogy mitől függene, hogy ők részt vennének-e benne. A gazdasági előírásokkal szemben elkövetett rejtett gazdasági tevékenységeket (például az adócsalást) illetően viszont a válaszadók elítélően nyilvánultak meg.

A válaszadók a bejelentés nélküli feketén dolgozó munkavállalókat erkölcsileg nem ítélik el, így érdemes volt áttekinteni azt is, hogy a megkérdezettek környezetében vannak-e olyan személyek, akik jelenleg is feketén dolgoznak: a válaszadók 60%-a (64 fő) ismer olyan személyt a környezetében, akit a felmérés időszakában feketén foglalkoztatnak.

Arra kérdésre, hogy előfordult-e már a megkérdezettekkel az az eset, hogy egy eladó vagy egy szolgáltató utalt arra, inkább számla nélkül intézzék az ügyletüket: a válaszadók 56,1% (60 fő) jelezte, hogy már előfordult és 40%-a (24 fő) 5.000–10.000 forint közé tenné a nevezett értékösszeget.

Azok közül, akik még nem adóznak, 10,28% (11 fő) azt a választ jelölte meg, hogy ha teheti és nem bukna le, akkor szabályellenes tevékenységet folytatna a jövőben; 14,95% (16 fő) pedig nem szeretett volna válaszolni a kérdésre. A válaszadók 74,77%-

a (80 fő) azt nyilatkozta, természetesen szabályszerűen fog eljárni a jövőben. Egy nyitott kérdésében a válaszadók kifejehtették saját véleményüket is, meglátásaikat a rejtett gazdasággal kapcsolatban, az alábbiak olvasható néhány visszajelzés:

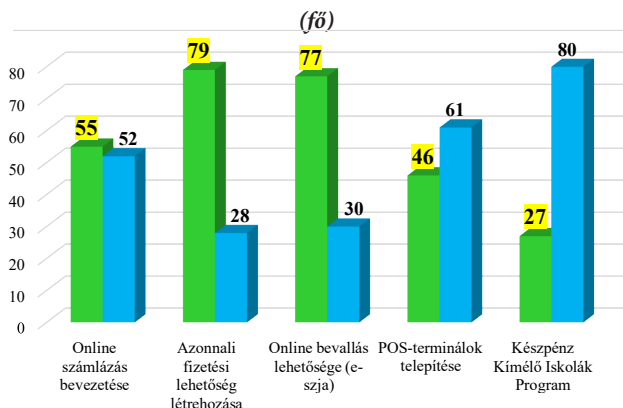
- „Nem minden esetben csak fekete és fehér, néha van olyan, amikor nem a saját hibánkból járunk el szabályellenesen, illetve olyan a jogszabályi háttér, hogy néha máshogy meg se tudják oldani az emberek.” [Z-generáció tagja, nő, városban él, jelenleg felsőoktatásban tanul, nincs jövedelme]
- „Az élet boldog pillanatait hozza magával, ha a gazdaság jól működne nem lenne rejtett gazdaság. Szerintem ez nem rossz dolog, csak egyes emberek túl komolyan veszik az életet. Mindenkinek joga van kedvesnek, boldognak lenni. Ha nem más kárára történik, akkor teljesen elfogadható.” [Z-generáció tagja, nő, városban él, érettségivel rendelkezik, jövedelme csak az alapvető létszükségleteket fedezi]
- „Lehetőséget ad más módokon való megközelítésekhez, viszont, ha ezt mindenki kihasználná, akkor már nem lenne igazán rejtett.” [Z-generáció tagja, férfi, megyei jogú városban él, érettségivel és szakképesítéssel, elég jól megél a jövedelméből]
- „Szükséges rossz, aminek a legnagyobb okozója a társadalmi egyenlőtlenség.” [Z-generáció tagja, férfi, Budapesten él, egyetemi végzettséggel, éppen kijön a jövedelméből]
- „A rejtett gazdaságnak megvannak a maga előnyei, de hátrányai is. Úgy gondolom a társadalomnak összességében árt, de az egyénnek, esetleg a környezetének lehet hasznos.” [Z-generáció tagja, férfi, községben él, egyetemi végzettséggel, elég jól megél a jövedelméből]
- „A „közemberek” rejtett gazdasága a politikai helyzettől függ, ameddig az országos korrupció ekkora mértékű, természetesnek tartom, hogy a kisember is igyekszik minél nagyobb vagyont megteremteni.” [Z-generáció tagja, nő, Budapesten él, érettségivel és szakképesítéssel, még félre is tud tenni a jövedelméből]
- „Szerintem, amíg nem ártanak vele másoknak és csak a saját büntetésüket kockáztatják, addig nincs vele nagy baj.” [Z-generáció tagja, nő, városban él, általános iskolai végzettséggel, elég jól megél a jövedelméből]
- „Megértem, hogy a törvény igyekszik megszüntetni a rejtett gazdaság bármely formáját, elvégre valamennyi csalásnak minősül. Ugyanakkor jobb lenne, ha erkölcsi alapon (teljes empátiával) belátnák törvényhozóink, hogy vannak, akiknek minden egyes pénz számítana. És azok az emberek többsége nem tud szert tenni gazdasági tanulmányokra, hogy megtanulja mi szabályszerű, mi nem.” [Z-generáció tagja, nő, városban él, jelenleg felsőoktatásban tanul, nincs jövedelme]
- „A rejtett gazdag legtöbb esetben, válasz a vállalati szektor részéről a túl magas adókra. Ezért nem teljesen elítélendő.” [Z-generáció tagja, férfi, megyei jogú városban él, jelenleg felsőoktatásban tanul, még félre is tud tenni a jövedelméből]

[37] Készpénzkímélő Iskolák: a kísérleti program 2018. tavaszán indult 15 iskolában, a fizetéssel járó adminisztráció csökkentése, a fizetési folyamatok felgyorsítása, valamint az ehhez kapcsolódó pénzügyi ismeretterjesztés és szemléletformálás céljából.

MAGYARORSZÁG GAZDASÁGFEHÉRÍTŐ INTÉZKEDÉSEIVEL KAPCSOLATOS KÉRDÉSEK ELEMZÉSE

A következő diagram azt szemlélteti, hogy a válaszadók közül hányan ismerik, vagy éppen nem ismerik a felsorolt gazdaságfehérítő intézkedéseket:

8. ábra. Ön hallott már az alábbi gazdaságfehérítő intézkedésekről?

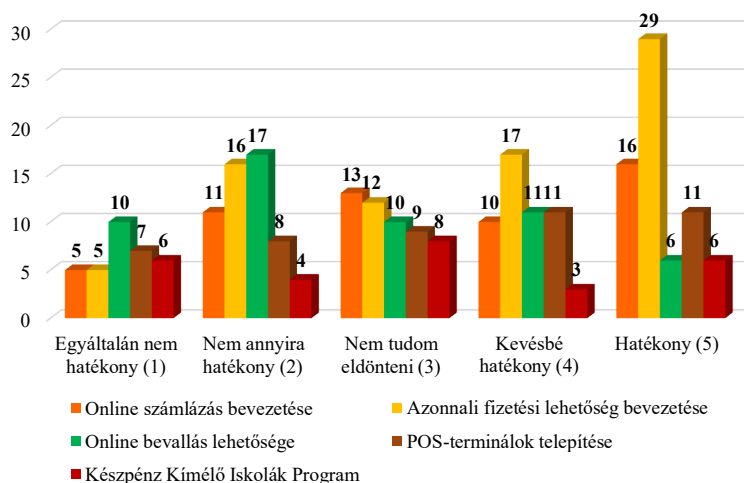


Forrás: Oláh (2022: 58).

A diagramon jól látható, hogy a válaszadók túlnyomó többsége már hallott az online számlázás bevezetéséről (55 fő), az azonnali fizetési lehetőség bevezetéséről (79 fő) és az online bevallás lehetőségéről (77 fő) is. A válaszadók 57%-a (61 fő) viszont még nem hallott a POS-terminálok telepítéséről, illetve 74,77%-a (80 fő) a Készpénzkímélő Iskolák programról. [37]

A következő kérdés arra vonatkozott, hogy akik ismerik a fent említett gazdaságfehérítő intézkedéseket vagy hallottak róluk, mennyire tartják hatékonynak azokat. Az alábbi diagram egy szűrt és tovább gondolt változata az előbbinek:

9. ábra. Ön mit gondol, mennyire hatékonyak az alábbi gazdaságfehérítő intézkedések? (fő)



Forrás: Oláh (2022: 59).

A diagramon látható, hogy az azonnali fizetési rendszer bevezetését a megkérdezettek 58,23%-a (45 fő) eléggé hatékonynak találja. A kitöltők 47,27%-a (26 fő) szintén hatékonynak tekinti az online számlázás bevezetését, illetve 47,83%-uk (22 fő) eléggé effektívnek gondolja a POS-terminálok telepítését. Észrevehető, hogy annak ellenére, hogy a válaszadók közül 77 fő hallott az online bevallás lehetőségéről, mégis 35%-a (27 fő) úgy gondolja, hogy nem hatékony ez az intézkedés. Összességében elmondható, hogy a válaszadók az azonnali fizetési lehetőséget, az online számlázás bevezetését, illetve a POS-terminálok telepítését tekintik a leghatékonyabb gazdaságfehérítő intézkedésnek.

A válaszok kiértékelése után a második hipotézis (H2) második felét részben igazolni tudjuk, mivel a megnevezett gazdaságfehérítő intézkedések közül a válaszadók többsége csak kettőről (POS-terminálok telepítéséről és a Készpénzkímélő Iskolák programjáról) nem hallott, azonban a többi intézkedésről jellemzően hallottak.

Összegzés, következtetések és javaslatok

A vizsgált szakirodalmak alátámasztják, hogy a rejtett gazdaságnak számos szinonimája él a köztudatban, amivel különböző tartalmakat árnyalhatunk. A rejtett gazdaság fogalma megközelíthető általánosságban vagy gazdaságpolitikai, statisztikai, jogi, vagy adózási szempontból. Magyarországon a legelterjedtebb elnevezései a szürkegazdaság, az árnyékgazdaság, a feketegazdaság és/vagy az informális gazdaság. Összegezve elmondhatjuk, hogy a rejtett gazdaságba beletartozik minden olyan nem regisztrált tevékenység, ami hozzájárul a bruttó hazai össztermék előállításához, olyan jövedelem, amit a hatósági nyilvántartásokba nem regisztráltak, törvénybe ütközik, valamint ide tartoznak az olyan tevékenységek is, amik kikerülnek az állami szabályozást vagy adóelkerülés céljából rejtve maradnak az állam elől. A rejtett gazdaság mérését és becslését leginkább a rejtett mivoltuk nehezíti meg és az, hogy nem áll rendelkezésre kellő mennyiségű információ. A szakemberek különböző becsléseket végezhetnek nyilvános adatbázisokból vett adatok segítségével, aggregátumokat felhasználva, valamint a vállalati szektor vagy az adott terület lakosságának megkérdezéséből.

Hazánkban számos kezdeményezés indult a gazdaság kifehéritésére, amit nagyban elősegített a digitalizáció és az internet térhódítása. 2013-ban vette kezdetét a digitális gazdaságfehérítés időszaka. A vállalkozások számára kötelezővé tették az online pénztárgépek alkalmazását, megjelent az Elektronikus Közúti Áruforgalom Ellenőrző Rendszer, bevezették az online számlázás lehetőségét, valamint a banki szektorban létrehozták az Azonnali Fizetési Rendszert. A gazdaságfehérítő intézkedések bevezetésének eredményeként nőtt az állami költségvetés bevétele, csökkenni látszódik az adóelkerülési tevékenység előfordulása, valamint egyre jobban csökken a készpénzhasználat is.

A kutatás megvizsgálta, hogy a Z-generáció tagjai miként vélekednek a rejtett gazdaságról, valamint felmérte, hogy a mennyire vannak tisztában a Kormány által bevezetett gazdaságfehérítő intézkedésekkel. Ennek érdekében két hipotézissel dolgoztunk, amelyek a következők:

H1: A rejtett gazdaság tevékenységeit teljes mértékben elítélik a Z-generáció tagjai.

H2: A digitális tudás birtokában lévő Z-generáció tagja ismerik a gazdaságfehérítő intézkedéseket.

Az első hipotézis részben elvetetésre került, mert a válaszadók nem minden esetben nyilvánultak meg teljes mértékben elítélően. A kitöltők többsége erkölcsileg nem ítéli el a be nem jelentett, feketén dolgozó munkavállalókat, illetve nem ítélik el a borraivaló intézményét sem. A válaszadóknak kevesebb, mint 20%-a állította azt, hogy egyáltalán nem venne részt a rejtett gazdaságban, míg a gazdasági előírásokkal szemben elkövetett rejtett gazdasági tevékenységeket a válaszadók teljes mértékben elítélik.

A felállított második hipotézis első felét igazolni sikerült, ugyanis a Z-generáció tagjai rendelkeznek alap-, illetve középszintű felhasználói készségekkel. Ez abban nyilvánul meg, hogy a válaszadók túlnyomó többsége nem csak információ keresésre és hírek olvasására használja az internetet, hanem különböző szerkesztő programokat is tudnak kezelni, az interneten keresztül kommunikálnak egymással bármilyen IKT-eszköz segítségével (nem okoz nekik problémát a használat), online vásárolnak, illetve már online intézik ügyeiket is. Azonban a hipotézis másik felét csak részben lehetett igazolni, mert a kérdőívre érkezett válaszok kiértékelése után megállapítható, hogy a válaszadóknak csak a 60%-a van tisztában a gazdaság-
fehérítő intézkedésekkel.

Összeségében megállapítható, hogy a rejtett gazdaság további visszaszorítása mindenféleképpen szükséges és határozottabb fellépést igényelne azokban a szektorokban, ahol nincsenek bevezetve az online pénztárgépek és elsősorban készpénzforgalmat bonyolítanak. Hazánkban megközelítőleg az elmúlt 10 évben a csökkenő adóterhek, illetve a bevezetett gazdaságfehérítő intézkedések miatt nő az adófizetési hajlandóság, azonban még mindig vannak olyan területek, ahol az adómorál javulása elvárható lenne.

Ezt elősegíteni például az edukáció tudná: ha nincs adóbefizetés, nincs finanszírozása a közszolgáltatásnak – de ez összefügg az öngondoskodással és azzal, hogy megrengett a bizalom az állam által megoldott feladatok hatékonyságában, vagy az államhoz befolyt pénzek megfelelő elosztásában, az újraelosztás működésében.

Galéria

Sóti István fotói

