

elméleteknek, és az ezeket alátámasztó empirikus kutatásoknak köszönhetően pedig egyre inkább általánossá vált az a nézet, miszerint a két tényező között pozitív irányú, szoros kapcsolat áll fent.

Számtalan kutatás igazolta, hogy a fejlettebb pénzügyi közvetítéssel rendelkező országok hosszabb távon magasabb gazdasági növekedésre voltak képesek. Sőt, arra is bizonyítékot találtak, hogy ez a hatás nem csak a hosszabb időintervallumokon, de rövidtávon, egy-egy válság esetében is fenn állt. Egy jobban működő pénzügyi közvetítőrendszer hatékonyabban tudta egy válság gazdaságra gyakorolt negatív hatásait is ellensúlyozni. Bár olyan tanulmányok is napvilágot láttak, melyek elméleti és gyakorlati oldalról egyaránt megtámadták ezeket az álláspontokat, kritikáik jóformán feledésbe merültek.

Jelen kutatásom célja, hogy újból felelevenítse az ehhez kapcsolódó vitákat, ugyanis az utóbbi időben, különösen a 2008-2009-es válságot követően, egyre többen hívták fel a figyelmet arra, hogy a piaci intézmények hajlamosak kiszakadni a reálgazdasági működésből, és öncélúvá válni, ezzel hátráltatva a gazdaság működését. A téma különösen fontos Magyarország szempontjából is, hiszen pénzügyi rendszerének, ahogyan a legtöbb poszt szocialista ország esetében, szinte a nulláról kellett felzárkóznia, mely a mai napig sem sikerült teljesen.

Szenek Fanni - Zubor Melissza (SZTE Móra Ferenc Szakkollégium)

Regionális gazdaságfejlesztés támogatása a terméktér segítségével

Regionális gazdaságfejlesztési döntések meghozatalakor gyakran csak a potenciális húzóágazatokat támogatják a térségek, nem veszik figyelembe a gazdasági szerkezet diverzifikációjából adódó előnyöket. Tanulmányunk célja, hogy a terméktér gyakorlati alkalmazásával bemutassuk két térség (Győr és Nyíregyháza) meglévő iparágai közötti technológiai kapcsolatokat, és az ezek nyújtotta diverzifikációs lehetőségeket.

Rádóczi Zsolt (Szegedi Tudományegyetem)

A magyar kis és középvállalkozások és a számviteli közzétételi kötelezettség

Minden vállalkozásnak kötelezően vezetnie kell valamilyen nyilvántartást az évközi tevékenységéről, majd erről minden üzleti év végén beszámolnia. Ennek módja a beszámoló készítés, és annak közzététele. A közzététel legfontosabb célja, hogy a vállalkozások érdekhordozói a megfelelő minőségű és mennyiségű információhoz juthassanak. A megfelelő mennyiségű és minőségű információk közzététele számos kutatót foglalkoztatott a számvitel kialakulása óta.

Számos számviteli elmélet foglalkozik a beszámolási kötelezettséggel, és a vállalkozók információ közlésével (information asymmetry, agency theory, signally theory, political process theory, proprietary theory). Az elméletek más és más megközelítésben vizsgálják a számviteli információk közzétételére vonatkozó

felfogásokat. Kutatásom során ezek megjelenését keresem a kis és középvállalkozások beszámolóiban.

Csiki Ottó (Babeş-Bolyai Tudományegyetem Mikó Imre Szakkollégium)

Vevőérték-számítási módszer alkalmazása a hűségésítési döntések megalapozására

A vevők hűségésítése a 2008-as gazdasági válság után éppen regenerálódó autókereskedések számára kiemelten fontos, hiszen Romániában az autótulajdonosok ritkán cserélnék gépjárművet, így lényeges, hogy vásárlóik a jótállási idő letelte után is a hivatalos márkakereskedésben javíttassák a járművüket. A hűségésítés során rengeteg pénzt takarítható meg, hiszen többszörösen drágább egy új vevő bevonása, mint egy meglévő ügyfél megtartása. A tanulmányban arra a kérdésre kerestük a választ egy valós autókereskedés példáján keresztül, hogy mennyi pénzt lehet allokálni a vevők hűségésítésére, figyelembe véve az ügyfél által generált várható jövőbeli profitok jelenértékét. Ennek érdekében, a szakirodalomra támaszkodva, megalkottunk egy saját vevőérték-számítási modellt, amely a meghibásodási valószínűségekből jelzi előre a vevők jövőbeli költségeit. A jövőbeli pénzáramokat diszkontáltuk, majd korrigáltuk a hűségességi rátával. A felépített modell megmutatja, hogy a hűségességi ráta emelésével mekkora nyereségtöbbletre lehet számítani. A kutatás eredménye egy olyan, a gyakorlatban is releváns számítási módszer, amit általánosan használhat bármely autókereskedés, hogy megalapozott pénzügyi számításokból kiindulva alakíthassa ki a vevők hűségésítését célzó projektjeit. Eredményeink alapján az elpártolási ráta 5%-os csökkentésével a nyereség (évtől függően) 7–68%-kal növelhető, tehát érdemes az ügyfeleket hűségésíteni.

Szládek Dániel (Szegedi Tudományegyetem)

Miért (nem) fizetnek osztalékot a vállalatok? Osztalékpolitikai és részvény-visszavásárlási elméletek

A vállalati pénzügy alapvetően három témakörre fókuszál: a beruházási, a finanszírozási, valamint az osztalékfizetési döntések határozzák meg a vállalat működését. Előadásomban a harmadik területtel foglalkozom, amely arról szól, hogy a vállalat tulajdonosai, azaz a részvényesek mekkora összegben, és milyen formában részesülnek a vállalat által megtermelt pénzmennyiségből.

Ennek kapcsán az osztalékpolitikával kapcsolatos elméleteket mutatom be: ismertetem a klasszikus bal- és jobboldali, valamint középutas szakemberek álláspontját, majd néhány modernebb elméleti irányzatról is szót ejtek. A fejlett részvényt piacokon megfigyelhető jelenség, hogy manapság kevesebb vállalat fizet osztalékot. Ennek egyik oka a XXI. században egyre népszerűbbé váló részvény-visszavásárlás, amely egy alternatív módja a tulajdonosok kompenzációjának. Előadásom második felében arra keresem a választ, hogy a vállalati pénzügyekkel