

a *sexus* meghatározására az oszteoarcheológiában általánosan alkalmazott standard makromorfológiai módszereket használtam. A paleopatológiai vizsgálatok során a hangsúlyt a bemutatott esetek *postcranialis* vázán előforduló *perimortem* sérülések feljegyzésére és elemzésére fektettem. A megfigyelt *postcranialis* sérülések a kivégzés előtti napok küzdelmei során keletkezhetnek akár csatahelyzetben, akár a menekülő keresztény sereg és a civil lakosság üldözése során. Azonban nem kizárt, hogy az általam detektált léziók az írott forrásokban említett, a csata utáni oszmán-török sereg általi kivégzés eseményéhez köthetők. Az érintett egyének sérüléseinek vizsgálata hozzásegít az áldozatok utolsó napjainak megismeréséhez, betekintést kaphatunk a csata, valamint az azt követő események folyamatába is.

Gémes Imre (Budapesti Corvinus Egyetem Rajk Szakkollégium)

Térbeli interakciók a magyar kiskereskedelmi benzinpiacon

Az elmúlt években számos sokkhatás érte a magyar üzemanyagpiacot. A fogyasztói jólét és a piac kiegyensúlyozott működésének biztosítása érdekében elengedhetetlen annak megértése, hogy ezek a kis márkák hogyan lépnek kölcsönhatásba a többi résztvevővel. Az előadott tanulmányom azt vizsgálja, hogy a mindössze néhány töltőállomással rendelkező kis üzemanyagmárkák hogyan lépnek térbeli kölcsönhatásba más töltőállomásokkal a magyar 95-ös oktánszámú benzin piacán. Idősoros térökonometriai elemzéssel feltárom, hogy a versenytársak által felszámított árszint változása hogyan hat a kis töltőállomásnak az árváltozására. A hatásokat a versenytársak típusa szerint különítem el a töltőállomás helyi piacán, amelyet körkörös területként határozok meg. Az érintett helyi piacok sugarának fokozatos növelésével bemutatom, hogy a távolság függvényében hogyan bontakozik ki a térbeli függőség. Hasonló felállásban a körkörös piacok helyett koncentrikus gyűrűket vezetek be a heterogén állomáshálózati sűrűségből eredő torzítások mérséklése érdekében. Összességében a nagy prémium márkák által felszámított áraknak van a legnagyobb és legtartósabb hatása a távolság függvényében, ezt követik a nagy diszkontok és más kis állomások árai. A térben releváns nagy prémium és nagy diszkont márkák a kis márkák 10 kilométeres körzetében találhatók, míg a releváns kis márkák legfeljebb 5 kilométerre vannak az adott kis állomástól. Ezekben a széles tartományokban az interakció szintje a távolsággal gyorsan csökken. Az eredmények érdekesek lehetnek a versenyhatóságok számára a piac meghatározásakor és az új állomások helyéről döntő város-tervezők számára.