

Magyar Agrár-és Élettudományi Egyetem
Károly Róbert Campus

Kommunikáció, és üzleti kommunikáció egy lakossági ügyfélkapcsolati tanácsadó szemüvegén keresztül.

Záródolgozat

Dropka Enikő

IH23YT

Gazdálkodás Menedzsment Felsőoktatási Szakképesítés

Konzulens: Dr. Herneczky Andrea

Főiskolai Docens

Gyöngyös, 2023.05.03.

Bevezetés	3
1. Témaválasztásom indoklása	3
1.1 Dolgozatom felépítése	3
1.2 Hipotézisem	4
2. Vállalatok, multinacionális vállalatok	4
2.1 Gazdaság	4
2.3 Vállalat, mint fogalom.....	5
2.4 Multinacionális vállalatok	6
2.5 Vállalatok gazdasági szerepe	6
2.6 Bankok és banki szolgáltatások szerepe	6
3. A kommunikáció fogalma	7
3.1 Üzleti kommunikáció	7
3.2 Kapcsolatfelvétel típusai	8
3.2.1 Írásos	8
3.2.2 Telefonos	8
3.2.3 Személyes	9
3.3 Csoportkommunikáció	9
4. A lakossági ügyfélkapcsolati tanácsadó munkám	9
4.1 Az OTP Bankról	10
4.1.2 Története	10
4.1.3 Szolgáltatások és termékek	11
4.1.4 Tulajdonosi szerkezete	11
4.1.5 A szervezet felépítése	12
4.1.6 Vállalati stratégia	12
4.1.7 Piaci pozíció vizsgálata	12
4.1.8 SWOT analízis	15
5. Munkám részletesen	16
5.1 Ügyfélkapcsolati és felelős kommunikáció	16
5.2 Ügyfélkapcsolat és kapcsolatteremtés	17
5.3 Angol nyelv fontossága	18
5.4 Üzleti kommunikáció használata munkám során	18
5.5 Szakterületek közötti kommunikáció	19
5.6 Vállalatinformációs rendszerek	19
5.7 Bankfióki kommunikáció	20
Összegzés	20

Bevezetés

1. Témaválasztásom indoklása

A mai magyar gazdaságot számos tényező befolyásolja melyről úgy gondolom érdemes, beszélni, érdemes megvizsgálni, és érdemes előreutató hipotéziseket felállítani a témával kapcsolatban. Maga a téma igencsak sokrétű, sokféleképpen elemezhető, több szempontból megfigyelhető, pontosan ezért tartom érdekesnek és izgalmasnak. A gazdaságot befolyásoló tényezők sora ma igencsak nagy, számomra a bankok, és a nagyvállalatok állnak a középpontban, hiszen ezt volt lehetőségem megtapasztalni, bepillantást nyerni a szervezeten belül végbemenő gazdasági folyamatokba.

Záródolgozatom középpontjában a hazai bankok, nagyvállalatok szerepét fogom vizsgálni, illetve azt, hogy ezen szervezeteken belül milyen az általános szervezeti kultúra érvényesülése, és, hogy adott esetben milyen a belső kommunikációjuk.

A kommunikáció mindennapjaink része, minden élőlény életében jelen van. Kommunikáljuk, érzéseinket, vágyainkat és még nagyon sok mást, magához az élethez elengedhetetlen, úgy ahogyan az üzleti élethez is. Az üzleti és vállalati világ egyik alappilére úgy gondolom a kommunikáció, melyet dolgozatomban is több példával szeretnék alátámasztani. Ugyanakkor szeretnék rávilágítani a különböző vállalati folyamatokban fellelhető kommunikációs hibákra, és javaslatot tenni azok, széleskörű és átfogó megoldására, oly mértékben, hogy minden folyamat, gördülékenyen és akadálymentesen tudjon végbemenni, így javulhat az adott vállalat több területen is, és jobb eredményekkel illetve számokkal büszkélkedhessen.

1.1 Dolgozatom felépítése

Dolgozatomban az alapfogalmak ismertetése után két fő részben mutatom be a kommunikáció fontosságát, illetve azt, hogy maga a kommunikáció milyen fontos egy vállalat életében. Mivel a téma nagyon komplex így több kisebb részre bontottam a két fő részt is. Az első fő témaköröm, maguk a nagyvállalatok, ahol részletezem a gazdasági szerepüket, bemutatom fontosságukat és, hogy a kommunikáció milyen szerepet játszik, mindennapjaikban, ezen belül a kommunikációt illetve annak különböző szintjeit és formáit ismertetem a felhasznált szakirodalom segítségével. Majd dolgozatom második felében mint lakossági ügyfélkapcsolati tanácsadói munkavégzésem során gyűjtött tapasztalataimat

taglalom. Összegzésként pedig javaslatot teszek és megfogalmazom az általam megoldásként alkalmazható módszereket.

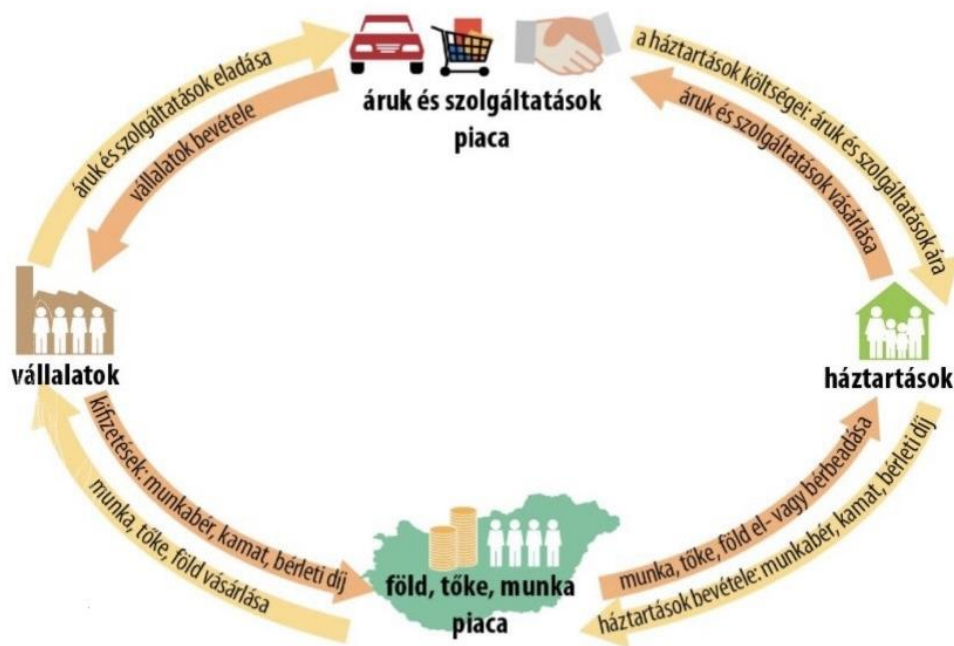
1.2 Hipotézisem

Véleményem szerint napjainkban minden nagyvállalat törekszik a legmegfelelőbb kommunikáció kialakítására, mind belső szinten mind pedig a fogyasztók irányába, ami nem véletlen, hiszen nagyban befolyásolja a vállalat működését. Az eredményességük viszont úgy gondolom, hogy nem véges és még fejleszthető. Fejleszthető a külvilág, az az ügyfelek, és potenciális ügyfelek felé, illetve a belső kollegák és az egymáshoz kapcsolt mégis különböző területeken dolgozó kollegák között. A vállalatok ma igencsak befolyásolják az ország gazdasági helyzetét, így fontos, hogy a legtöbb vállalat belső kommunikációja és külső környezet felé irányuló kommunikációja is megfelelő legyen, hogy a gazdasági mutatók jobbnál jobb eredményeket mutassanak, tehát a kommunikáció a kiindulópontja egy szervezet megfelelő működésének amely később befolyásolja a szervezet gazdasági szerepét.

2. Vállalatok, multinacionális vállalatok

2.1 Gazdaság

A gazdaságra a legáltalánosabb és elfogadottabb megfogalmazás úgy hangzik, hogy a gazdaság az emberi szükségletek, és igények kielégítésre végzett, tudatos tevékenységek rendszere, amely folyamatosan változik hiszen szükségleteink és igényeink is változnak. Szereplői a háztartások amelyek a megtermelt javak felhasználója, és amelyek igénybeveszik a különböző szolgáltatásokat, a második fő szereplő az állam, majd ezt követik a vállalatok, melyeket részletesebben és átfogóbban érintek dolgozatomban, és amelyhez kapcsolom hipotézisemet is. Fontos szereplő vagy tényező még a külkereskedelem. Az alábbi ábra úgy gondolom remekül szemlélteti a gazdaság szereplőit és annak körforgását.



1. ábra: A gazdaság körforgása

Forrás: nkp.hu

2.3 Vállalat, mint fogalom

A vállalat tehát olyan önállóan gazdálkodó szervezet amely erőforrásai felhasználásával és ezzel kockázatot vállalva nyereség szerzésére törekszik. A vállalatok a nemzetgazdaság fontos elemei, munkát adnak, termelnek, terméket állítanak elő, szolgáltatnak és adóikkal hozzájárulnak a társadalom szükségleteinek kielégítéséhez. Tevékenységüktől függően lehetnek szolgáltatók, kereskedelmi és termelő, formájukat tekintve lehetnek egyéniék vagy társasok. Méretük szerint lehetnek kis, közép és nagyvállalat. Tehát a vállalat keretet ad valamilyen gazdasági tevékenységnek, melyen belül munkafolyamatok és munkamegosztások jönnek létre. A vállalatnak tulajdonosa lehet természetes személy, egy másik vállalkozás vagy pedig az állam. Viszont vállalatnak nem minden vállalkozás típus tekinthető, ilyen a betéti társaság és a közkereseti társaság, Vállalatnak tekinthető viszont a nyílt és zárt körűen működő részvénytársaság, a korlátolt felelősségű társaság, az egyéni vállalkozás, egyéni cég, és a részvénytársaság. Minden vállalat a nyereségre törekszik, ahogy ez már a fentiekben is említésre került. A nyereség lehet minden vállalat számára a cél, de egyéb más célokat is felállíthat egy adott vállalat. A cél a legtöbb esetben a vállalat

küldetéséből és a belső érintettek víziójából, jövőképéből és törekvéseiből alakul ki. A cél elérésének érdekében pedig stratégiát dolgoznak ki.

2.4 Multinacionális vállalatok

A világgazdaság egyre jelentősebb szereplői, tevékenységük nem csak egy országra korlátozódik. Maga a multinacionális név is erre utal. A legtöbb nemzetközi részvényt piacon is jelenlévő nagyvállalat multinacionálisnak tekinthető hiszen részvényeiket különböző államokból származó befektetők birtokolják. Szerepük nem csak hazai szinten, hanem nemzeti és globális szinten is jelentős, ugyanakkor a foglalkoztatottságra, a munkanélküliségre és a bérek színvonalára is nagy hatást gyakorolnak. A gazdasági növekedést így tehát nagy mértékben befolyásolják. Olyan nagyvállalatok melyek több országban jelen vannak. A közép és nagyvállalati kritériumrendszernek megfelelő társaságból jelenleg Magyarországon nagyságrendileg 2000 működik. Ennek egy kicsivel több mint fele, összesen 1080 cég található közvetlenül vagy közvetett módon magyar magánszemélyek tulajdonában. A fennmaradó 49%-nyi cég túlnyomó többsége, 45%-a található külföldi tulajdonosok kezében, 3%-ot állami szereplők birtokolnak, a fennmaradó társaságok részvényeit pedig a Budapesti Értéktőzsdén vagy más tőzsdéken jegyzik.

2.5 Vállalatok gazdasági szerepe

Véleményem szerint egyértelmű, hogy a vállalatok nagy szerepet játszanak a gazdasági növekedésben, amely az egyik legfontosabb mutató egy ország életében. Az új szolgáltatások, beruházások révén ez a mutató kedvező lehet, ugyanakkor ha ez a gazdasági növekedés lassú, a szolgáltatások színvonala visszaeshet. Az elmúlt évtizedekben a vállalatok gazdasági növekedésre tett hatása igencsak pozitív. Persze sokféleképpen vizsgálhatjuk ezt a növekedést. A mérést végezhetjük egy adott területen, régión, vehetjük indikátornak a termelékenységet vagy a foglalkoztatottságot.

2.6 Bankok és banki szolgáltatások szerepe

A pénzügyi intézetek, a bankok fontos szerepet játszanak a különböző gazdasági folyamatokban, részt vesznek az ország gazdasági helyzetének alakulásában hiszen hiteleznek, segítséget nyújtanak az egyének és vállalkozások számára is a takarékoskodáshoz, pénzügyi tervezéssel, illetve jövőjük biztosításának érdekében lehetőséget nyújtanak, hogy befektessenek és az összegyűjtött megtakarításokkal mozgásban tartják a gazdaságot.

Segítséget nyújtanak ugyanakkor még abban, hogy az ügyfelek hatékonyabban kezeljék a kockázatokat, és kockázati biztosításokat kössenek, emellett a kifizetések teljesítését is megkönnyítik, és részt vesznek az állam által meghatározott kedvezményes hitelek és támogatások folyósításában. Ezeknek a fontos feladatoknak az ellátása révén kialakult egy jól működő pénzügyi rendszer amely hatással van a gazdaság működésére, stabilitására és növekedésére, így ha ez a rendszer összeomlik az súlyos gazdasági következményekkel járhat. A különböző pénzügyi piacok erős összeköttetésben állnak, éppen ezért az Európai Unió létrehozott egy olyan pénzügyi szabályozási rendszert amely a célja pénzügyi szabályozás amely felkészíti az Európai Uniót az esetleges pénzügyi válságokra. Ez a rendszer a bankunió. Ami még az Európai Uniót illeti olyan tekintetben mely befolyásolja a hazai gazdaságot, az a személyek, áruk, szolgáltatások és tőke szabad áramlása, ezzel megteremtve az egységes piacot. Az egységes szolgáltatási piac az Unióban élő fogyasztók és az itt működő vállalkozások javát szolgálja, hiszen ezen a piacon bármely pénzügyi szolgáltatótól igényelhetik, és vásárolhatnak a számukra legmegfelelőbb szolgáltatást, így hozzájárulnak az egységes piac erősödéséhez, mivel az egységes piac révén olyan befektetéseket választanak mellyel magasabb hozamot érhetnek el, tehát a kockázatvállalási hajlandóság is nő, és a piac erősítése mellett hozzájárulnak a versenyhez is.

3. A kommunikáció fogalma

A kommunikáció egy közös jelrendszerrel történő információ csere melynek során, a kommunikálók úgy kombinálják a verbális és nonverbális üzeneteket, hogy az a másik számára egyértelmű üzenetté váljon. A társadalmi alapfolyamatok feltétele az üzenetátadás, mely többféle kontextusban jelenhet meg. Dolgozatomban az üzleti, és csoportkommunikációt helyezem középpontba.

3.1 Üzleti kommunikáció

Az üzleti kommunikáció legfőbb sajátossága, hogy határozott céllal bír az átadni kívánt üzenetünk, fő célunk, hogy információkhoz jussunk. Modelljében nem tér el az előbb említett kommunikációtól. Ez a fajta kommunikáció nem más, mint az üzleti célunk áramoltatása gazdasági környezetben. Minden üzleti tárgyalás sikeressége a kommunikáción múlik. Az ilyen üzleti tárgyalások résztvevői általában ismerik a piaci mozgásokat, figyelik a

versenytársak működését, profitorientáltak és igyekeznek javítani a vállalatuk piaci helyzetét. Komolyan veszik az ügyfelek elégedettségét, igényeiket komolyan veszik. Az ilyen tárgyalások általában azonos szinten lévő feleket között zajlanak, ha hierarchikus szempontból vizsgáljuk az ilyen kommunikációt.

A tárgyalások előtt, fontos az információgyűjtés a másik félről, ha esetlegesen új potenciális ügyfélről vagy partnerről van szó. Információkat általában közvetlen tapasztalás vagy kommunikáció útján nyerhetünk. Az összegyűjtött adatok alapján kell meghatároznunk, hogy melyik szervezettel vegyük fel a kapcsolatot, pontosítanunk kell a felvétel módját, időpontját. Érdemes figyelembe venni a megcélzott partner szokásait is, ha esetlegesen vannak, itt gondolok például az adott régióhoz kötött szokásokra.

3.2 Kapcsolatfelvétel típusai

3.2.1 Írásos

Ma Magyarországon a potenciális partnerekkel való kapcsolatfelvétel írásosan történik e-mail vagy ritka esetekben fizikai postai levelek formájában ahogyan azt munkám során is tapasztalom. Ha a levelünk nemzetközi útra kel, a legtöbb esetben angol nyelven történik a kommunikáció, melynek fontosságára dolgozatom második felében kitérek. Ahhoz, hogy személyes tárgyalásra kerüljön sor elengedhetetlen a kifogástalan külalak és nyelvezet. A levél tartalmi része fontos, hogy a javasolt együttműködésről szóljon, illetve ismertesse a kapcsolatfelvétel célját. Fontos a meggyőzés, főleg az együttműködésről és arról, hogy a cég is figyelemreméltó.

3.2.2 Telefonos

Személyes kedvencem a telefonos kapcsolatfelvétel. Minden telefonos megkeresés esetén fontos, hogy lényegretörő és koncentrált legyen. Ezek a hívások általában gyorsak, hiszen köszönés, és bemutatkozás után a kapcsolatot létesítő fél rátér a lényegre, felkelti a partner érdeklődését majd, ha ez sikeres, egyeztetnek a személyes találkozási időről. Ezen típusú kapcsolatfelvételt tartom a legnehezebbnek, hiszen annak az esélye, hogy a megkeresett partnertől, vagy ügyféltől nemleges választ kapunk, vagy elutasítást, sokkal nagyobb. Mivel nem tudunk nonverbális jelekkel kommunikálni, nem tudjuk kellően felmérni megcélzott partnerünket.

3.2.3 Személyes

Az üzleti kommunikátor céllal irányítja viselkedését és kommunikációját, éppen ezért fontos számára az első benyomás, hogy a partner minél jobb képet alakítson ki róla. Kommunikációja lehet alárendelő, mellérendelő és fölérendelő. A személyes kapcsolatfelvétel esetében érvényesülnek a nonverbális kommunikációs eszközök is melyek megfelelő ismeretében, a találkozó pozitív eredményekkel zárulhat.

3.3 Csoportkommunikáció

A csoportok olyan társadalmi tömörülések ahol a csoport tagjai hatással vannak egymás viselkedésére, mivel kölcsönös közvetlen kapcsolatban állnak egymással. Ennek a közvetlenségnek és csoportosulásnak az oka lehet a közösen végrehajtott cselekvés, például munkavégzés. A csoportra egy bizonyos kommunikáció és kommunikációs kapcsolattípus a jellemző. A csoport struktúráját az egyéni és csoportcél viszonya határozza meg. Jellemzően kialakulnak csoporton belüli kisebb csoportok, normák és státuszok alakulnak ki.

Státuszhierarchia kialakul a kisebb és nagyobb csoportokban is egyaránt. Az a személy aki csoporton belül magasabb státusznak örvend, azok általában könnyebben kezdeményeznek kommunikációt, melyre az alacsonyabb státuszúak inkább csak reagálnak. Ha a csoport több mint öt tagú, akkor a kommunikáció a csoport egészének szól nem csak az egyéneknek.

Általánosságban a kommunikáció a magasabb státuszúaknak szól, alacsonyabb státuszúak esetén azoknál a személyeknél nő a kommunikációs szint akik a felsőbb státusz felé kívánnak mozdulni. A magasabb státuszúak könnyebben bírálják másokat, míg alacsonyabb státuszúak csak a velük egy szinten lévőket bírálják. Amikor a kritika elnyeri a hierarchiában magasabban elhelyezkedők tetszését, a kommunikáció megnő a két szint között, és így könnyebben terjednek a híresztelések, hírek.

4. A lakossági ügyfélkapcsolati tanácsadó munkám

2022.márciusában kezdtem munkámat az OTP Bank Nyrt-nél, ahol feladataim közé tartozik az ügyfelek megfelelő kiszolgálása, igényeik felmérése és kielégítése, akár magyar akár angol nyelven, a megfelelő szolgáltatás nyújtásának felismerése, melyhez elengedhetetlen a napi gazdasági aktualitások ismerete, és a megfelelő kommunikáció használata.

Munkámat önállóan, mégis csoportban végzem. Önállóan, hiszen az én feladatom minden ügyfél számára a megfelelő tanácsadás nyújtása a megfelelő termékismeret, a gazdasági helyzet, és az ügyfélről gyűjtött információk alapján a megfelelő szolgáltatást ajánlani számukra.

Csoportban hiszen csoportokra bontva dolgozunk és minden kisebb csoport rendelkezik egy kitűzött céllal, amely kiemelten fontos a vállalat előrehaladásának érdekében. A csoportmunka fontos a különböző területeken, régiókban dolgozó munkatársakkal is, hiszen vannak olyan közös projektek, feladatok, melyhez olyan belső kollégák bevonása szükséges.

4.1 Az OTP Bankról

Dolgozatomban a pénzügyintézetet mint nagyvállaltot mutatom be, és jellemzem a bankfiókok, a háttérműveleti osztályok kommunikációját, a média kommunikációt, és a tanácsadók ügyfelek irányába történő kommunikációját, illetve bemutatom a pénzügyintézet stratégiáját elhelyezkedését a magyar gazdaságban.

4.1.2 Története

A pénzügyintézet elődje az Országos Takarékpénztár Nemzeti Vállalat 1949. március 1-jén jött létre, így immár több mint hetven éve van jelen a magyar gazdaságban, és hetven éve partnere ügyfelek pénzügyi kérdéseiben. A kezdetben lakossági betétgyűjtéssel és hitelnyújtással foglalkozó pénzügyintézet tevékenységi köre fokozatosan kibővült, az 1970-es években a tanácsok pénzügyeinek kezelésével, a kétszintű bankrendszer kialakítását követően, az 1980-as évek végétől pedig a vállalatok számára is megkezdte pénzügyi szolgáltatások nyújtását. Az 1990-es években végbement piaci átmenet után is megőrizte stabilitását, és ügyfelek bizalmát az egyre fokozódó bankpiaci versenyben, a professzionális működési feltételek megteremtésével, a termékek és szolgáltatások folyamatos fejlesztésével nemcsak megállta helyét a tőkeerős, nagy múltú, nemzetközi hitelintézetekkel folytatott versenyben, de Európában is egyedülálló fejlődésen ment keresztül.

Az 1990-es években olyan újításokkal állt elő, mint a világon elsőként bevezetett SMS-kontroll-értesítés, vagy a Magyarországon széles körben elterjesztett bankkártya-használat és ATM-hálózat. Innovációjának köszönhetően azóta is élen jár a digitális fejlesztések versenyében. A magyar nagyvállalatok közül az első között mérettette meg magát a nemzetközi piacokon.

A kétezres években megkezdett nemzetközi akvizícióknak köszönhetően immár régiós szinten is jelentős szereplővé vált, az OTP-csoport ma már több, mint negyvenezer munkavállalója tizenhatmillióháromszázezer ügyfelet szolgál ki a közép-kelet-európai régió tizenegy országában.

Ügyfelek bizalmának, a folyamatos fejlődésnek és a példaértékű működésnek köszönhetően az OTP bank Európa második legmagasabban értékelt bankrészvényévé vált 2018-ban, a kontinensen kilencedik helyen végzett az Európai Bankhatóság által végzett stressz-teszten. Elkötelezett az átlátható, és fenntartható működés mellett. Felelős intézményként társadalmi felelősségvállalással, támogatásokkal részt vesz a helyi közösségek építésében, a kulturális és sportéletben. Az OTP Bank privatizációja 1999-ben fejeződött be, a részvények külföldi, és magyar intézményi befektetők, illetve magánszemélyek tulajdonában van. A részvényeket 1995-ben vezették be a Budapesti részvénytőzsdére, de jelen van a bank a luxemburgi és a londoni tőzsdén is.

4.1.3 Szolgáltatások és termékek

Az OTP Bank 1990-ben alakult részvénytársasággá. A hitelintézet által végzett nem banki tevékenységeket leválasztották, létrejöttek a leányvállalatok, és a bank vezetőjévé vált egy teljes körű pénzügyi szolgáltatásokat nyújtó bankcsoportnak, amely az univerzális bankszolgáltatásokon kívül egyebek mellett jelzálogbanki, lakástakarékpénztári, faktoring, lízing, alapkezelési, nyugdíjpénztári és egészségpénztári szolgáltatásokat is kínál.

A versenyképesség növekedését a legkorszerűbb integrált számítástechnikai rendszer kiépítése segítette, amely megteremtette a lehetőségét a minőségi termék és szolgáltatásfejlesztésnek, az értékesítési csatornák bővítésének, és a hatékony bankműködésnek. A kilencvenes évek második felétől jelentős figyelmet fordított elektronikus csatornákra. Azóta az egyedülálló brand, egységes szolgáltatás-struktúra, és technológiai háttér megteremtésével létrehozott OTP direkt szolgáltatásoknak jelentős lakossági és vállalati ügyfélköre van.

4.1.4 Tulajdonosi szerkezete

A pénzügyintézet kettős irányítási struktúrával rendelkezik, ahol az igazgatóság a társaság ügyvezetőirányítási jogkörrel rendelkező vezető testülete, a Felügyelő bizottság a társaság felügyeleti jogkörrel rendelkező vezető testülete, amely a bank ügyvezetését, üzletvitelét a működés törvényességét ellenőrzi, valamint többek között elfogadja a Bankcsoporti Javadalmazási Politikájának rendelkezéseit. Az Audit Bizottság, mint testület a Felügyelő

Bizottság tevékenységének eredményes működését segíti elő, továbbá figyelemmel kíséri a belső ellenőrzési, kockázatkezelési, beszámolási rendszereket és a könyvvizsgáló tevékenységét.

4. 1.5 A szervezet felépítése

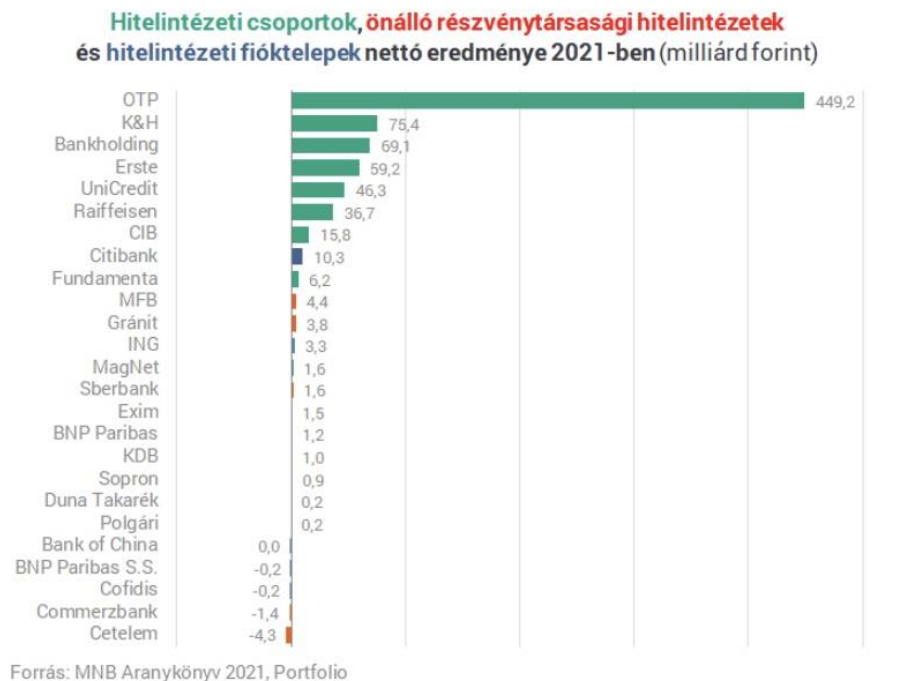
Szervezeti szempontból a bank egy nagyon összetett belső szerkezetű gazdasági szereplő. A vezérigazgató munkáját számos másik vezető segíti, szervezeten belül is divíziók alakultak ki, illetve országos szinten régiók. Régiókon és divíziókon belül is további vezetők vannak fióki szinten, és bankfiókok között is megkülönböztetünk különböző kategóriába sorolt fiókokat. Mindennapi munkámat a váci bankfiókban végzem, amely a többi kisebb létszámú és forgalmú fiókoknak mutat példát. A fiókban jelenleg összesen húszan dolgozunk együtt nap mint nap, csapatban. Bár mindannyian más-más területtel foglalkozunk, elengedhetetlen a pontos és felelős, hatékony munkavégzéshez a csapatmunka. Az ilyen csapatmunkákat fiókban belül csoportvezetők segítik a fiókvezető mellett. Minden ilyen összedolgozásnál fontos a megfelelő kommunikáció, és a megfelelő konfliktuskezelés mind a munkatársak, mind pedig az ügyfelek irányába.

4.1.6 Vállalati stratégia

Az OTP csoport Kelet-Közép-Európa meghatározó univerzális bankcsoportja, egyben Európa egyik legsikeresebb pénzintézete. A Csoport stratégiai célja, hogy az ügyfelek, befektetők és munkavállalók igényeit, és elvárásait minél magasabb szinten kielégítse, valamint környezeti, társadalmi és vállalatirányítási szempontból nemzetközi szinten is pozitív példaként szolgáljon. Felkészült, segítőkész munkatársaik, korszerű informatikai megoldásaik, és univerzális, ugyanakkor személyre szabható termékkínálatuk révén kiszámítható partnerei ügyfeleiknek a régió tizenegy országában, valamint a már aláírt adás-vételi szerződés pénzügyi teljesítése után hamarosan Üzbegisztánban is. A munkatársaik magas színvonalú teljesítménye, az általuk létrehozott értékek fontos építőkövei az csoport eredményeinek. Kiválóan felkészült munkavállalóikat folyamatos képzésekkel segítik. A csoportban folyó innovációk is fokozzák a versenyképességet, ami hozzájárul nemzetközi pozíció további erősítéséhez. Stratégiájának alappillérei: a stabilitás és fenntarthatóság, a növekedés, az innováció, és a nyereségesség.

4.1.7 Piaci pozíció vizsgálata

A Magyar Nemzeti Bank 2021. márciusában közzétett adatai szerint a magyar bankszektor 820-milliárdos konszolidált és 555-milliárdos nem konszolidált nyereséget ért el a 2021-es évben, a nemzeti bank huszonöt hitelintézeti csoportot, részvénytársaságot, és hitelintézeti fióktelepet vett számításba, összesített nyereségük 782-milliárd volt. Ennek 57%-a az OTP Banknál koncentrálódott, melynek eredménye a külföldi leánybankjaival került szemléltetésre az alábbi ábrán.

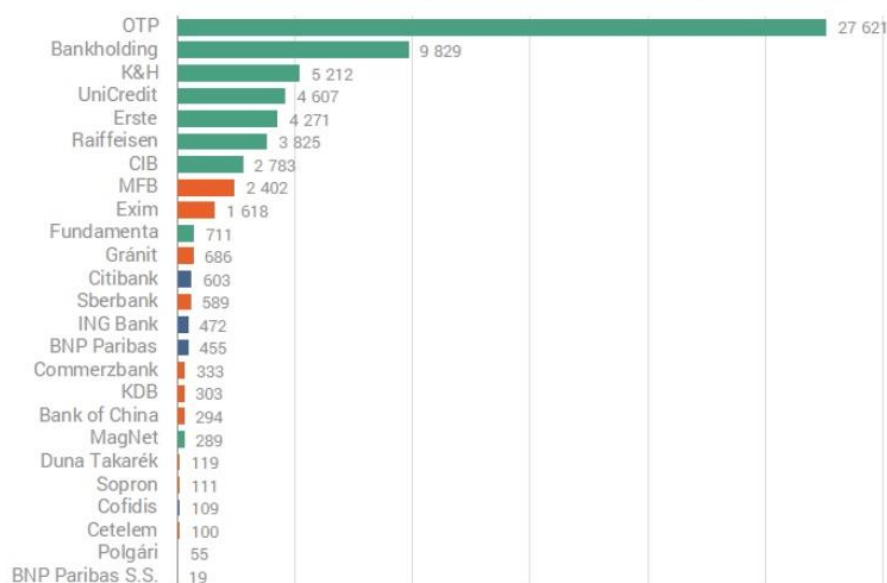


2. ábra: Hitelintézetek 2021-es nettó eredménye

Forrás: portfolio.hu

Az ábra ugyanakkor nagyon jól szemlélteti, hogy a vizsgált pénzintézetek közül öt volt veszteséges. A következő ábrából pedig jól megállapítható, hogy méretét tekintve is az OTP vezet, hiszen az ábra a mérlegfőösszeget vizsgálja, és ha összevetjük az eredményeket megállapítható, hogy az OTP mérlegfőösszege egyenlő a vállalatot követő öt hitelintézet összesített mérlegfőösszegével.

**Hitelintézetek csoportok, önálló részvénytársasági hitelintézetek
és hitelintézeti fióktelepek mérlegfőösszege 2021 végén (milliárd forint)**



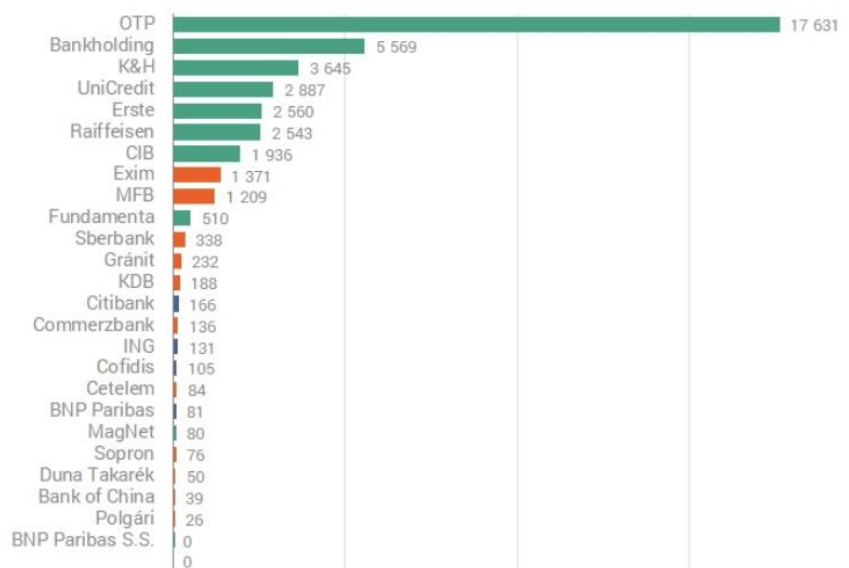
Forrás: MNB Aranykönyv 2021, Portfolio

3. ábra: Hitelintézetek mérlegfőösszege 2021 végén

Forrás: portfolio.hu

A hitelállományt, betétállományt és mérlegfőösszeget mutató ábra alapján a Bankholding áll a másodikhelyen, és tör előre.

**Hitelintézetek csoportok, önálló részvénytársasági hitelintézetek
és hitelintézeti fióktelepek hitelállománya 2021 végén (milliárd forint)**



Forrás: MNB Aranykönyv 2021, Portfolio

4. ábra: Hiteintézetek hitelállománya 2021 végén - Forrás: portfolio.hu

A Nemzeti Bank által közétett adatok alapján tehát megállapítható, hogy a magyar bankszektor tőkehelyzete stabil és rendkívül likvid, és ha csak a számokat vizsgáljuk, mint tényeket, egyértelműen és világosan megállapítható, hogy a OTP nagy fölényrel vezeti a szektort.

4. 1. 8 SWOT analízis

SWOT analízis a stratégiaalkotás során kiemelten fontos, hiszen segít meghatározni az adott vállalat erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit és veszélyeit. A SWOT mint szó betűszóként funkcionál

1. Strengths, mint erősség
2. Weaknesses mint gyengeségek
3. Opportunities mint lehetőségek
4. Threats mint veszélyek

Az analízis lényege tehát, hogy rávilágítson a vállalat esetleges hibáira, gyengeségeire, rávilágítson arra, hogy melyek a javítandó területek, mire fontos kiemelten odafigyelni a veszélyeket tekintve, és hogy az erősségeit tekintve melyek azok a további lehetőségeket melyeket megfelelő erőfeszítéssel, fejlesztéssel és munkával ki lehet használni.

Az alábbi mátrixban munkám során gyűjtött tapasztalatok alapján figyelembe vettem a belső tényezőket, mint erősségek és gyengeségek, illetve a külső tényezőket, mint lehetőségeket, és veszélyeket. A vállalat stratégiájának célja, mint már a fentiekben is említésre került, az ügyfelek, a befektetők valamint munkavállalóik igényeinek kielégítése, valamint, hogy környezeti társadalmi és vállalatirányítási szinten is nemzetközi példaként szolgáljon.

Erősségek	Gyengeségek
- A legnagyobb hazai pénzügyintézet - A legszélesebb termékkínálat - Hűséges ügyfelek - Megbízható munkatársak és ügyintézők - Lelkiismeretes munkavégzés - A legmegfelelőbb és személyreszabottabb pénzügyi tanácsadás - Legmodernebb és fejlettebb digitális fejlesztések és felületek	- Szolgáltatások díja - Különböző területek közötti kommunikáció
Lehetőségek	Veszélyek
- Tanácsadók szakmai fejlesztése - Külföldi bankfiókok nyitása - Társadalmi változások, igények	- Új piacra lépők - Negatív jogi és gazdasági változások - Társadalmi változások, igények

Erősségek igencsak kiemelkedő számban jelennek meg a mátrixban, melyek alapján jól

megállapítható, hogy a vállalat kellően fejlett, és elterjedt a banki szolgáltatást igénylők körében, ugyanakkor a sok erősség mellett, vannak még javítandó területek, melyeket gyengeségként jelöltem meg, itt kommunikációt helyezem fókuszba.

Lehetőségként szerepelnek a külföldi bankfiókok nyitása, ugyan a hitelintézet már jelen van a nemzetközi piacon és, ahogyan a fentiekben is említésre került, a közeljövőben Üzbegisztánban nyitja meg kapuit egy újabb bankfiók, emellett már viszonylag elterjedt a Kelet-Európai régióban, a folyamatos fejlődés mellett a területi terjeszkedés is jelentős lehetőségként szerepel a vállalat szempontjából, hiszen stratégiájuk szerint fontos a nemzetközi jelenlét, és a terjeszkedéssel új kapuk nyílhatnak meg az innováció területén is. Veszélyként jelöltem meg az új piacra lépőket, melyek közül kiemelném a Magyar Bank Holdingot, hiszen mérlegfőösszeg, hitelállomány, és betétállányát tekintve a 2021-es évben, ha szorosan nem is követi az OTP Bankot, de a huszónöt intézet közül a második hellyel büszkélkedhet.

A vetélytársak mellett fontos megemlíteni az új gazdasági és jogi szabályokat, hiszen minden pénzügyintézet élete függ a szabályozásoktól. Összességében ha a vállalat külső és belső környezete lehetővé teszi a nemzetközi terjeszkedést a munkavállalók kommunikációjának fejlesztése mellett még sokáig megtarthatja pozícióját a piacon.

5. Munkám részletesen

2022. március hónap első munkanapjával kezdtem meg munkámat az OTP Bank Nyrt. váci bankfiókjában, mint számlakezelő munkatárs. Feladataim közé tartozott az új ügyfelek megfelelő tájékoztatása a piacon szereplő termékeinkről a jelenlegi gazdasági helyzet megfelelő és alapos ismeretével egyetemben, illetve a lakossági ügyfelek fogyasztási hitelezése, és azok bírálása, az ügyfelek anyagi körülményeinek felmérése oly mértékben, amely segítségemre van munkám során. Feladataim közé tartozik még a külföldi és a magyar lakosok számára történő számlanyitás mind angol, mind magyar nyelven. 2022 júliusában a bank munkavállalói tekintetében átállt a tanácsadói modellre, minden olyan munkavállalót aki bankfiókban dolgozik napi szinten, ügyfelekkel, azokat tanácsadóként minősíti, hiszen mindennapunk része a tanácsadás, fontos, hogy megfelelő és hasznos és felelős segítséget tudjak nyújtani ügyfeleimnek pénzügyeikkel kapcsolatban. A tanácsadói modellre való átállás során munkakörömbe tartozó feladatok nem változtak.

5.1 Ügyfélkapcsolati és felelős kommunikáció

Számomra minden új betérő ügyfél nagyon izgalmas, kihívásokkal teli. Minden ügyfél igénye más, minden ügyfél gazdasági tájékozottsága és ismerete is más. Igyekszem olyan ügyintézt nyújtani melynek során minden ügyfél megérti a számára szükséges gazdasági összefüggéseket, így azt is megérti miért az adott terméket ajánlottam neki.

A banki termékekről, szolgáltatásokról való tájékoztatás és kommunikáció a vállalat működésének legtöbb országában erősen szabályozott terület. A változó szabályoknak a bankcsoport minden esetben törekszik megfelelni, és a vállalat minden tagja ezen túlmutatva is évről évre sokat tesz a megfelelő tájékoztatásért. Az értékesítés során a vállalat célja, hogy olyan termékeket ajánljon és értékesítsen az ügyfeleknek, amelyek illeszkednek élethelyzetükhöz és igényeikhez, és támogatják őket pénzügyi céljaik elérésében. A közérthető kommunikáció továbbra is az ügyfélközpontúság egyik pillére. Fő törekvés, hogy az üzenetek érthetőek legyenek, segítsék az ügyfelek eligazodását, tájékozódását, a számukra megfelelő termék kiválasztását.

A vállalat 2022-ben elkészítette és honlapján is elérhetővé tette felelős marketingpolitikáját, amely rögzíti a tisztességes kereskedelmi kommunikáció, a korrekt tájékoztatás és a termékajánlás alap elveit is. Az elkötelezett termékei felelős marketingje mellett, prioritásként kezeli a tisztességes kereskedelmi kommunikációt, a korrekt tájékoztatást és termékajánlást. Kiemelten ügyel arra, hogy meglévő és leendő ügyfeleit pontosan, egyértelműen, és teljeskörűen tájékoztassa a termékekről és szolgáltatásokról, illetve azok igénybevételének feltételeiről, valamint megfeleljen a fogyasztóvédelmi előírásoknak. Céluk, hogy ügyfeleik informált döntést tudjanak hozni termékeik, és szolgáltatásaik igénybevételéről.

Marketingtevékenység során alapvető elvárásként mérlegeli azt, hogy jelenlegi és leendő ügyfeleiknek olyan termékeket, és szolgáltatásokat ajánljon, amelyek megfelelnek tényleges igényeiknek, élethelyzetüknek és pénzügyi ismereteiknek, olyan kötelezettséggel járnak, melyeket hosszú távon is képesek vállalni, hozzáadott értéket teremtenek számukra, kockázatai igazodnak finanszírozási igényeikhez és jövedelmükhöz.

5.2 Ügyfélkapcsolat és kapcsolatteremtés

Minden betérő ügyfél külön személyiséggel rendelkezik, így természetesen nem kezelhetőek egyformán, szinte minden ügyfél elvár egy bizonyos kapcsolódást az ügyintézőtől, mely számomra is elengedhetetlen a megfelelő, pontos, önálló és logikus munkavégzéshez. Meg kell

találni a közös hangot, fontos a figyelmesség és a kedvesség és nem szabad figyelmen kívül hagyni az ügyfél elvárásait, ezek a legfontosabbak.

Ezekén kívül oda kell figyelnem, hogy az ügyfél jó érzéssel és elégedett távozzon, ne legyen számára kifogásolható az ügyintézés minősége, ideje, illetve az általam nyújtott információk is pontosak legyenek. Sok esetben előfordul, hogy maga az ügyfél nem tudja pontosan megfogalmazni problémáját, ilyenkor szeretek rávezető kérdéseket alkalmazni kommunikáció közben, hogy feltárjam mi az adott probléma, vagy kérdés, ha ez sikerült igyekszem önállóan, és hatékonyan végrehajtani a probléma vagy kérdés adta feladatot. Minden feladat elvégzését önállóan végzem, viszont előfordulnak olyan ügyletek is melyekhez elengedhetetlen a már korábban említett csapatmunka, melyet vagy fióki szinten kezelünk, vagy pedig a központi, háttérműveleti osztály segítségét kérem.

5.3 Angol nyelv fontossága

Az idegennyelv használata munkám során kiemelten fontos, hiszen napról napra azt tapasztalom, hogy egyre több ügyfél tér be aki nem beszél a magyar nyelvet, vagy az angolt használja, ha pedig nem, akkor ennek hiányában fordítót hoz magával aki megint csak az angol nyelvet részesíti előnyben. Kollegáim többsége, hozzám vagy az olyan kollegákhoz irányítják az ilyen ügyfeleket, akik beszélnek az angol nyelvet, sajnos nem sokan vagyunk. Munkánknak pedig ez fontos része, hiszen a régióinkban rengeteg olyan multinacionális cég telepedett le és még települ folyamatosan, amelyek a külföldi munkavállalókat részesítik előnyben, és ezeknek a külföldi munkavállalóknak szükséges legalább egy bankszámla nyitása melyre munkabérük érkezik így az angol nyelv, vagy valamilyen más közösen értett nyelv használata pedig elengedhetetlen az ügyintézéshez, ha minden dolgozó ismerné az angol nyelv alapjait, emellé pedig a gazdasági angol alapjait, gördülékenyebb, gyorsabb és hatékonyabb ügyintézés menne végbe minden ilyen új ügyfélnél, melyből a pénzügyi is csak profitálhat, így hozzájárulva a gazdasági mutatók sikeréhez.

5.4 Üzleti kommunikáció használata munkám során

Ahogy már a fentiekben is említettem kiemelten fontos az ügyfelek szakértelemmel történő tájékoztatása. Mindenekelőtt fontos felmérni az ügyfél pénzügyi és gazdasággal kapcsolatos napakészségét és tudását, ennek függvényében fontos tájékoztatni a lehetőségekről, azokról a szolgáltatásokról melyek ideálisak lehetnek a pénzügyi szokásaihoz mérten.

Az üzleti kommunikáció konkrét és lényegretörő, melyet az ügyfelek többsége szívesen fogad, és partnerként kommunikál ilyen módon, viszont az ügyfelek azon típusai akik elutasítóak, tapasztalatom szerint nem mozognak otthon a pénzügyi világban, ezért fontos mindenk előtt felmérni az ügyfél tájékozottságát, mely tapasztalataim alapján számos kollegánál elmarad, ennek hiányában pedig az ügyfél tájékoztatlan marad, nem vette igényébe a számára ajánlott szolgáltatást, hiszen nem látja át, hogy számára ez milyen előnyökkel jár, és hogy mit profitálhat belőle.

5.5 Szakterületek közötti kommunikáció

A különböző szakterületek közötti kommunikáció elengedhetetlen, mivel számos különböző terület létezik a vállalatban belül, hiszen egy tanácsadó nem érthet egyszerre mindenhez, nem lehet mindennek tudója, így fontos az együttműködés, az együttműködéshez pedig elengedhetetlen a megfelelő kommunikáció és a tisztelet. A mindennapokban mégis azt tapasztalom, hogy ez a kommunikáció nem minden esetben őszinte, nyílt, és transzparens, így az együttműködés sem a leghatékonyabb. Ügyintézési folyamatok akadnak el, melyek nem csak a tanácsadók munkáját nehezítik meg, hanem az ügyfelek bizalmát is elveszthetjük. Minden szakterület részéről fontos a pontos kommunikáció, hiszen ez biztosítja az információk áramlását. Ha ügyintézés során elakad egy folyamat a nem megfelelő kommunikáció miatt akkor esetlegesen egy olyan folyamatot állítunk meg amely befolyásolja a gazdasági tevékenységét is a vállalatnak, azzal pedig hatással vagyunk az egész ország gazdasági mutatójára.

5.6 Vállalatinformációs rendszerek

A szakterületek közötti kommunikációhoz és a vállalat gördülékenyebb működéséhez hozzájárulnak a különböző vállalatinformációs rendszerek. Ezek a rendszerek a vállalat belső működésére és a vállalat környezetére vonatkozó információk beszerzését, feldolgozását, tárolását és a szolgáltatását végző személyek, tevékenységek és a funkciók ellátását lehetővé tevő szoftvereszközök összessége. A vállalat életében a legtöbbet használt ilyen rendszer az SAP és a CRM. A legtöbb munkatárs bátran, határozottan és kellő tudással alkalmazza ezeket a rendszereket, így jó néhány adat tárolása, feldolgozása gördülékenyen, és hatékonyan megy végbe.

5.7 Bankfióki kommunikáció

A bankfiókon belüli kommunikáció, úgy gondolom megfelelően jellemzi egy csapat összetartását, munkáját és munkamegosztását, és a fiókon belül kialakult kommunikációs és egyéb más szempontokon alapuló hierarchiát. Amint az már említésre került, nagyon fontos az adott ügyfél igényeinek felmérése és a megfelelő szolgáltatás nyújtása, ha az igényeknek megfelelő terméket ajánlunk és ezzel felkeltjük az ügyfél érdeklődését, onnantól lép életbe az igazán éles üzleti kommunikáció, hiszen az ügyfelet fontos megtartani, fontos részünkről a precizitás, és az átláthatóság. Minden bankfiókra ugyanazok a kommunikációs szabályok érvényesek, mégis azt tapasztalom, hogy néhány munkatárs lekezelő, erőszakos, nem figyel oda kellően az ügyfélre. Bár minden bankfiókot belső munkatársak ellenőriznek meghatározott időnként, és az ügyfeleket is mindig megkérjük, hogy az általunk e-mailbe vagy sms-ben küldött kérdőívet ügyintézésünkről töltsse ki, melyben az ügyintézés minősége is szerepel, úgy gondolom ez nem elegendő ahhoz, hogy mindenki a megfelelő kommunikációt alkalmazza.

Összegzés

Hipotézisem szerint a nagyvállalatok kommunikációja, illetve a dolgozók kommunikációja alapjaiban befolyásolja gazdasági tevékenységük eredményességét, amely hatással van az ország gazdasági teljesítményére, tehát a gazdasági mutatók alakulására nagy mértékben hatással van a kommunikáció.

Dolgozatomban a mindennapi munkavégzésem során tapasztalt szituációkat elemeztem ezzel egyidejűleg a vállalat kommunikációját is, így bemutatásra került a vállalat, annak gazdasági tevékenysége, és elhelyezkedésének vizsgálata a piacon. SWOT analízissel szemléltettem erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit és veszélyeit. Bemutattam magát a kommunikációt, üzleti kommunikációt azon belül is a kapcsolatfelvétel lehetséges módjait. Kitértem a csoportkommunikációra és bemutattam a munkámra jellemző csoportkommunikációt.

Mindezen adatok és tények alapján megállapítható, hogy a pénzintézet gazdasági, és piaci pozíciója stabil, és piacvezető. Versenytársai és veszélyei is elenyésző számban vannak jelen. Jelen van a nemzetközi piacon, terjeszkedését továbbra, jelenleg is folytatja. A példákat tekintve, helye a piacon valóban stabil, viszont nyereségét tovább tudná növelni.

A nyereség és hitelezés növekedésével, hatással van az ország gazdasági tevékenységére, és gazdasági teljesítésére, mivel minden folyamat az ügyintézőknél, azaz a tanácsadóknál kezdődik, így kiemelten fontosnak tartom a tanácsadók kommunikációjának fejlesztését.

A fejlesztések során, mindenképpen ismertetném a kommunikáció fontosságát munkájukban, a kapcsolatfelvétel megfelelő módját, és hogy minden ügyfél ugyanolyan fontos. A fejlesztéseket szituációs gyakorlatokkal egészíteném ki, ahol az elsajátított technikákat már bátran tudják alkalmazni a mindennapokban.

Ugyanakkor a háttérműveleti osztályokkal, vagy más területeken dolgozó kollégákkal való kommunikáció javítására is felhívnám a figyelmet, hiszen egy folyamat elakadásának az esetek kisebb százalékában az alkalmazott kommunikációs csatornák felelnek, nagyobb százalékában a munkatársak közötti kommunikáció az ok. Sok esetben nem kapok munkatársaimmal megfelelő tájékoztatást a háttérműveleti osztály munkatársaitól, vagy lekezelőek, vagy pedig napokkal később kapunk választ, az adott kérdésre vagy segítség kérésre. A rendelkezésre álló kommunikációs csatornák közül a legnépszerűbb az e-mailes, és telefonos megkeresés, de mobilon és központi hívószámon egyaránt ugyanúgy mindenki elérhető, illetve egy belső fejlesztésű csatorna is rendelkezésre áll. A csatornák működésébe fennakadás szinte soha nem áll fenn, viszont a munkatársak túlterheltsége kihat munkavégzésükre, közérzetükre, ezáltal kommunikációjukra is, így megnehezítve az én/mi munkánkat is, így fontos lenne bizonyos területek kisebb csoportokra való megbontása.

A bankfiókokon belüli csoportkommunikáció nagyon fontos egy csapat életében, hiszen a megfelelő utasítások és feladatkiosztások, mellet a mindennap együtt dolgozó kollegák kommunikációján múlik egy csapat teljesítménye. A természetes létrejött hierarchiában kölcsönösen mindenki együtt dolgozik, a közös érdekek kerülnek előtérbe, csakúgy mint a gazdaság és a bankszektor viszonyában.

A bankszektor és a gazdaság kölcsönös egymásrautaltságban működik, ha az egyik sikeres, a másik is, ha sikertelen az egyik fél, mindkét fél sikertelen. Ez a fajta egymásrautaltság hatással van a környezetükre is, áthatja a teljes közeget. A jogi vagy egyéb más társadalmi változások a gazdasági berendezkedés fő lehetősége, illetve veszélyforrása ahogyan azt SWOT analízisemben is jelöltem. Ezért is fontos a társadalmi elvárások, kérdések és igények folyamatos figyelemmel kísérése, esetleges teljesítése. Az elvárások és igények kérdése mellett, fontos a bizalom, hiszen ha nincs meg a bizalom, az nagyon sokmindent ellehetetlenít, minden banki szolgáltatás a kölcsönös bizalomra épül. Hitelt csak megbízható adósok kapnak, betétet megbízható bankokra, intézményekre bízunk, a számlavezetést, utalásokat, legyen kis vagy nagy összegű, mind a bizalomra alapozzák. Az igények feltárása, azok kielégítése, a bizalom elnyerése, és az, hogy az ország gazdasági eredményei és mutatói is pozitív irányba mozduljanak el, a mi bankszektorban dolgozó tanácsadók munkavégzésén, a folyamatok gördülékenységén, de legfőképpen kommunikációnkon is alapszik.

Irodalomjegyzék

Szakirodalom

Vértessy László (2018) - A multinacionális vállalatok szerepe a gazdaságban és a munkaerőpiacon 6-10.o.

Szerb László-Varga Attila-Sebestyén Tamás-Szabó Norbert : A vállalkozás szerepe a gazdasági növekedésben Magyarországon- Közgazdasági szemle. LXVI. ÉVF. 2019.- 607-634.o.

Berke Szilárd (2014) - Üzleti kommunikáció - 10-17.o.

Langer Katalin (2007) - Kompetenciaalapú szituatív üzleti kommunikáció-76-77.o.,62-65.o.,

Varga József - Elbegdorj Temuulen – Bareith Tibor (2019) A gazdasági növekedés és a hitelezési volumen összefüggésének empirikus elemzése Magyarországon- Pénzügyi szemle 483-491.o.

Internetes források

[Pénzügyi intézmények mérlegei \(mnb.hu\)](https://statisztika.mnb.hu/publikacios-temak/penzugyi-intezmenyek-merlegei)

<https://statisztika.mnb.hu/publikacios-temak/penzugyi-intezmenyek-merlegei>

portfolio.hu - [Megérkezett a friss banki lista: a te bankod hányadik a magyar rangsorban? - Portfolio.hu](#)

otpbank.hu - [ESG Felelos Marketing politika 2022.pdf \(otpbank.hu\)](#) ,
[230406 kozgy eloterjesztesek h.pdf \(otpbank.hu\)](#)

NYILATKOZAT

a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió⁴ nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: DROPKA ENIKŐ
 A Hallgató Neptun kódja: 1H23YT
 A dolgozat címe: Kommunikáció és üzleti kommunikáció egy lehetséges
 A megjelenés éve: 2023 üzleti kapcsolatok tanácsadó
 A konzulens tanszék neve: GAZDASÁGI személyesítés keretében

Kijelentem, hogy az általam benyújtott záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió³ egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, s az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a Záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemi tulajdonkezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitóri rendszerébe.

Kelt: 2023 év augusztus hó 09 nap

Droptin
Hallgató aláírása

³ A megfelelő dolgozatípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.

⁴ A megfelelő dolgozatípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.

**KONZULTÁCIÓS
NYILATKOZAT**

Dropka Enikő hallgató (Neptun azonosítója: IH23YT)
konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a
záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfólió
áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és
etikai szabályairól
tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védeésre
javaslom / nem javaslom.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem

Kelt: Gyöngyös, 2023.05.09.



Belső konzulens