

Tisztelt Partnereink!

Engedjék meg, hogy bemutassuk a Neumann János Egyetem hallgatói által készített kutatás eredményeit, amelyben a duális képzésben részt vevő vállalatokat elemeztük. A munka célja az volt, hogy részletes képet nyújtsunk ezen cégek tevékenységéről, gazdasági teljesítményéről, és a duális képzéshez való hozzájárulásukról.

A kutatást egyetemünk oktatójának, Dr. Trautmann László tanár úrnak, valamint Czeglédi Tímea hivatalvezető asszonynak a szakmai irányításával valósítottuk meg. Csatunk hét főből áll, akik szorgalmasan dolgoztak a vállalatok adatainak összegyűjtésén, rendszerezésén és elemzésén. A vizsgálat során a gazdasági mutatók, például a foglalkoztatottak száma, az árbevétel, az adózott eredmény, az ágazati besorolások, valamint a vállalatok internetes, és azon belül közösségi médiás tevékenységei kerültek előtérbe.

Ez a kutatás fontos betekintést nyújt a duális partnervállalatok működésébe, hozzájárulva az egyetem képzési programjainak fejlesztéséhez és a munkaerőpiac igényeihez való jobb igazodáshoz. Az eredmények rávilágítanak arra, hogy a duális képzés hogyan erősítheti a hallgatók szakmai fejlődését és a vállalatok eredményességét.

Reméljük, hogy az elemzésünk eredményei hasznos és érdekes betekintést nyújtanak, és elősegítik az egyetem és a cégek közötti együttműködés további fejlődését.

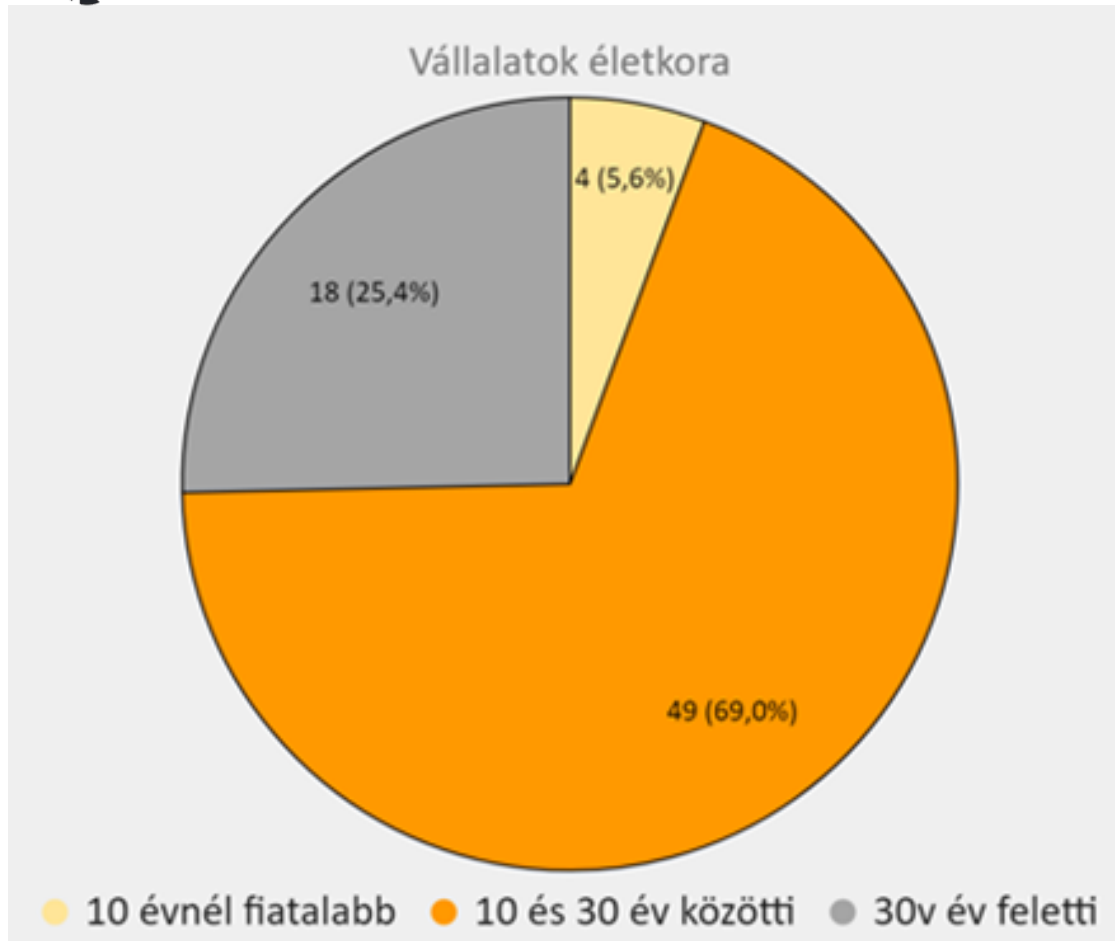
A Kutatócsoport



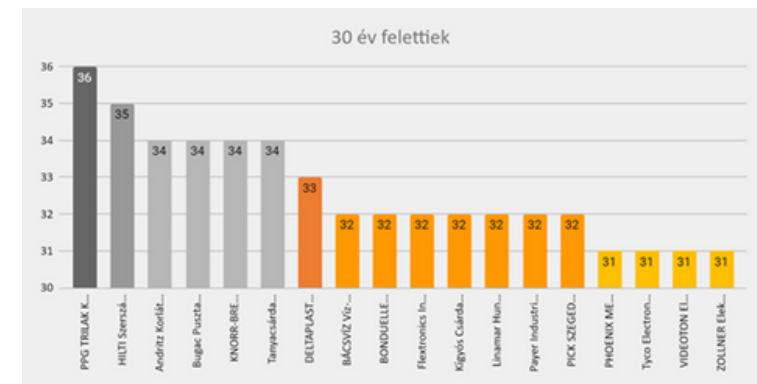
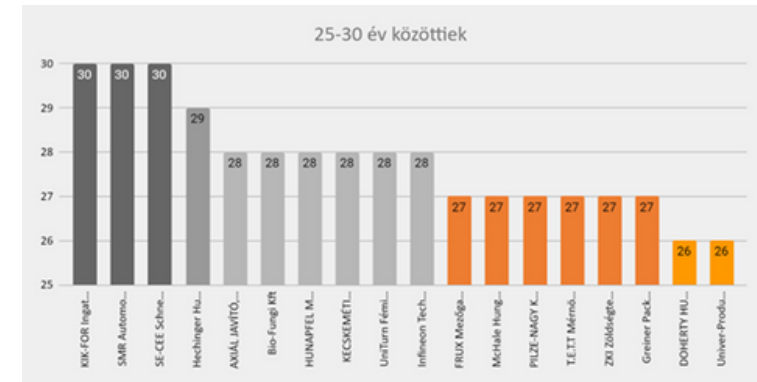
ELŐSZÓ



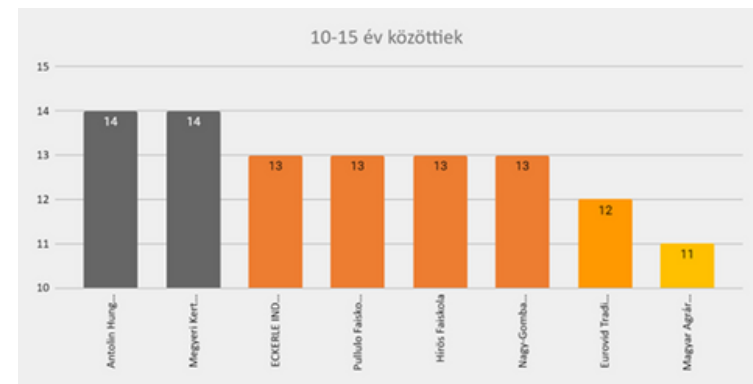
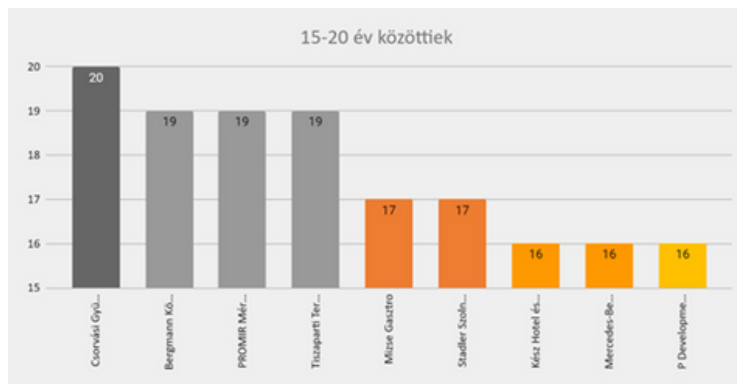
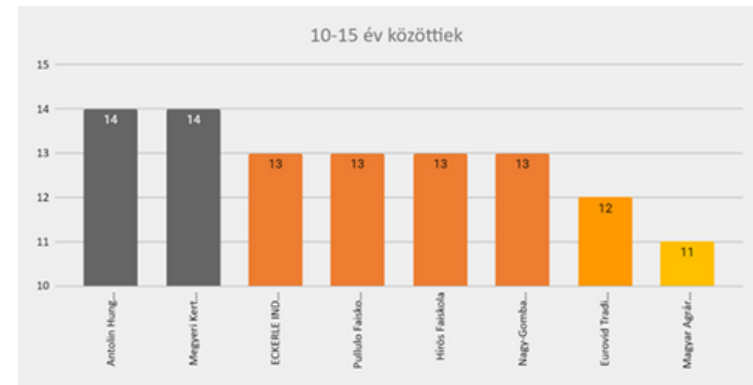
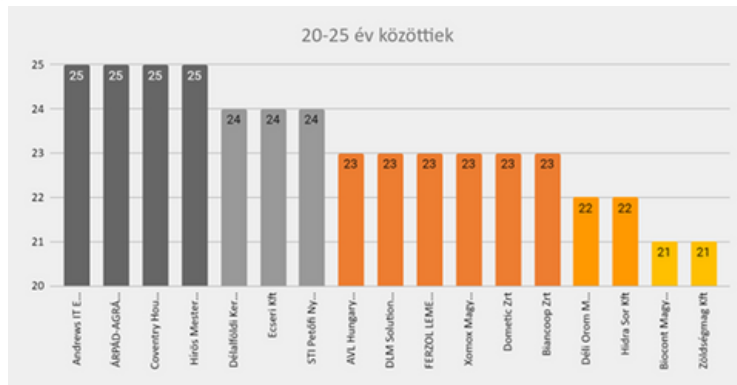
Vállalatok megoszlása alapadatok szerint



Fent a vállalatok életkorát ábrázoljuk, látható, hogy a Neumann János Egyetemmel partnerségben levő cégek, hogyan oszlanak el kor szerint. Az ábra szerint jellemzően azok a cégek kapcsolódnak be a duális képzésbe, akik nem a rendszerváltás környékén jöttek létre, hanem fiatalabbak, de mégis jelentős múltra tekintenek vissza.

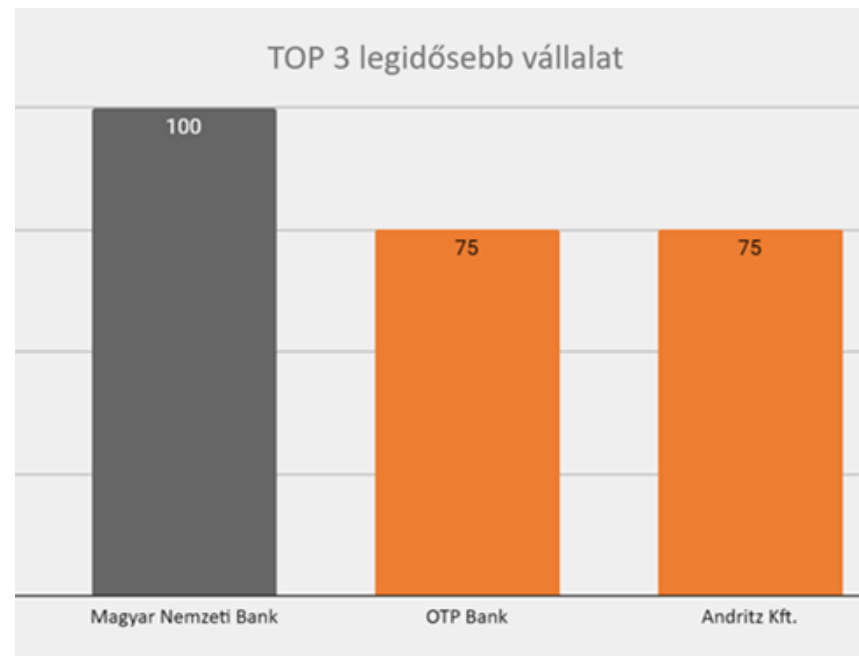
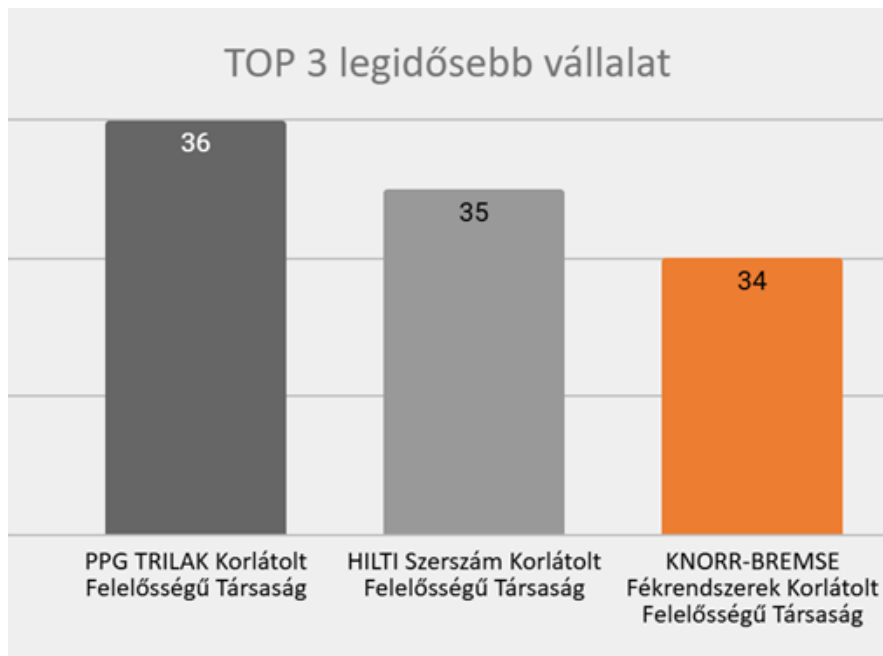


A részletesebb kormegoszlás azt mutatja, hogy a legtöbb cég 25-30 éves, valamint 30 évnél régebben alapították. Szám szerint ezek 18-18 db, amik kiteszik a listánk felét (a drasztikusan kiugró adatokat produkáló cégeket kivéve ebből a listából; Magyar Nemzeti Bank, OTP Bank, Az Andritz Kft. 1994-es bejegyzési adatát vettük figyelembe az <https://www.e-cegjegyzek.hu> weboldalának alapján). Szembetűnő, hogy kevesebb az azon vállalatoknak a száma, amelyek fiatalabbak, mint 20 évesek.



Érdekességgént készítettünk egy TOP 3-as listát a legidősebb és legfiatalabb partnercégekkel. Hogy igazságosabb legyen ez a verseny a legidősebb kategóriában nem szerepel a Magyar Nemzeti Bank, ami immár 100 éves, és az OTP Bank, ami pedig 75. életévét töltötte be. (Az Andritz Kft. 1994-es bejegyzési adatát vettük figyelembe az <https://www.e-cegyezzek.hu> weboldalának alapján.)

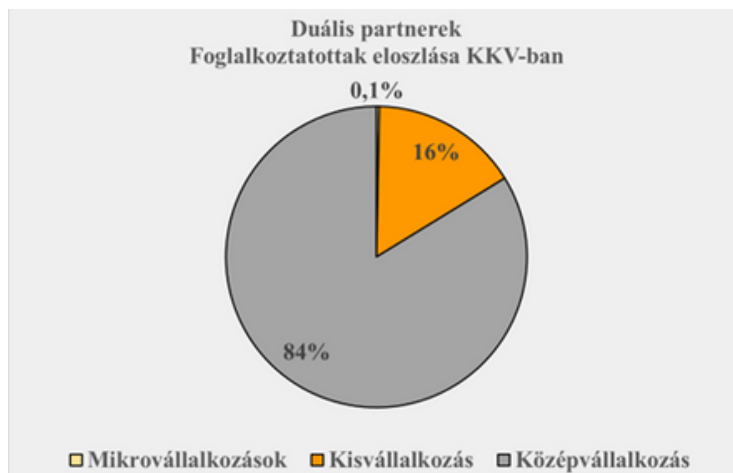
Említést érdemel az a holtverseny, ami ugyan ebben a kategóriában alakult ki. Csupán pár hónap különbséggel szintén 34 évet tudhat maga mögött a Tanyacsárda Kft és a KNORR-BREMSE Fékrendszerek Korlátolt Felelősségű Társaság.



Ha egyetlen céget sem zárunk ki a versenyből és az imént említett cég valódi alapítását nézzük, akkor egy egészen más toplistát kapunk.

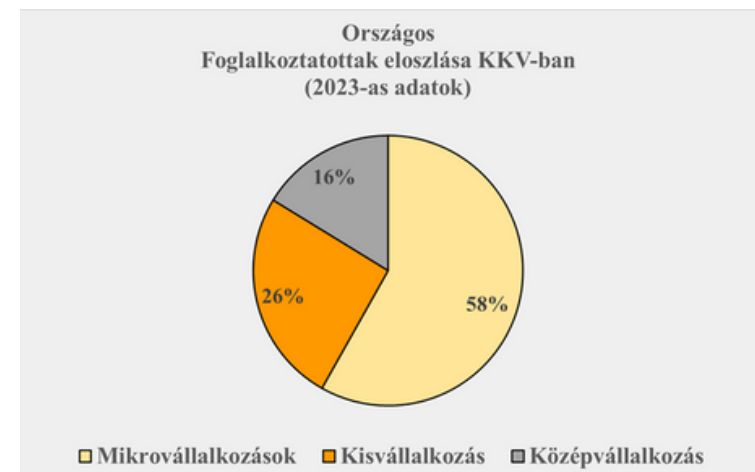


Látható, hogy milyen arányban oszlanak meg méret szerint a vállalatok, amelyekkel egyetemünk dolgozik a duális képzési program keretein belül. Ebből levonható, hogy túlnyomórészt nagyvállalatokkal dolgozunk, illetve a mikrovállalatok kapnak a legkisebb szerepet a képzésben.



Így oszlanak el a foglalkoztatottak a mikro-, kis-, és középméretű KKV-k közt, a duális képzésben résztvevő cégek közt. Azt a következtetést lehet levonni belőle, hogy ebben a csoportosításban a legtöbbeket középvállalatok foglalkoztatnak.

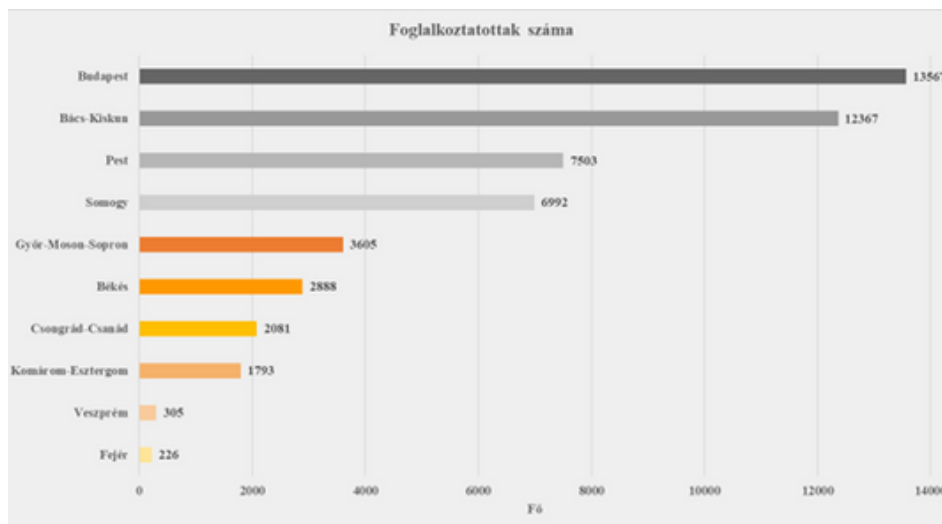
FOGLALKOZTATOTTAK SZÁMA SZERINTI MEGOSZTLÁS



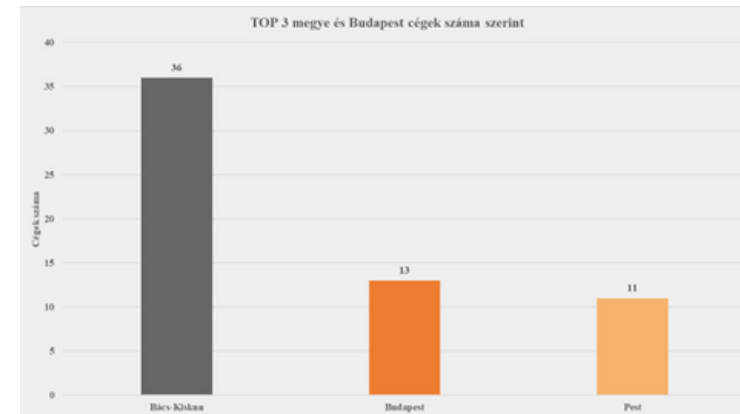
Ezzel szemben látható, hogy országos viszonylatban a mikrovállalatok alkalmazzák a legtöbb embert, és a középvállalatok a legkevesebbet.



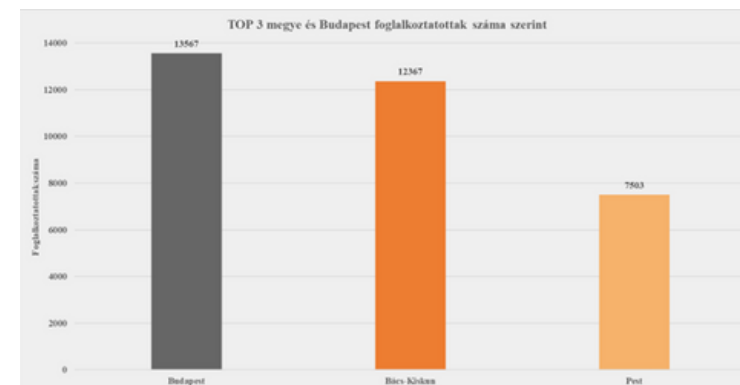
Az adott ágazatban dolgozók számaiból jól kivehető, hogy a gyártás és az ipar dominál a duális partnercégek közül.



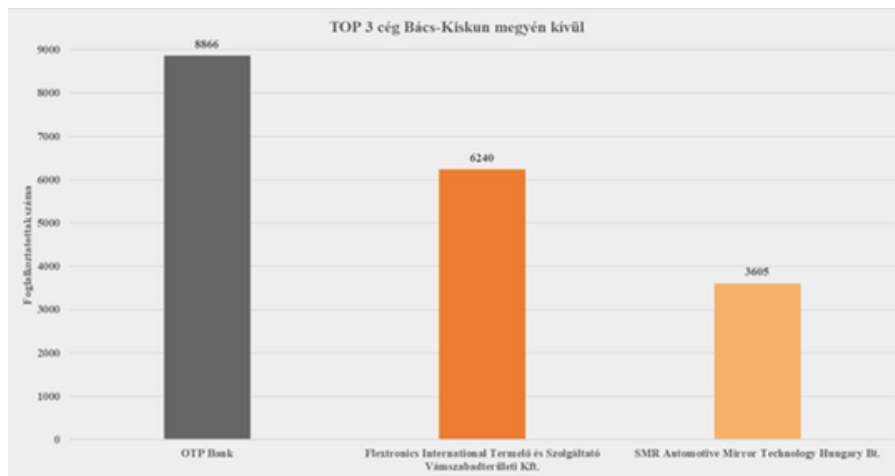
Az adott megyékben és Budapesten dolgozók száma jól mutatja, hogy kimagaslóan sokan dolgoznak az ország közepén, Duna-Tisza közt, melyet az ország nyugati része követ, Dunántúl.



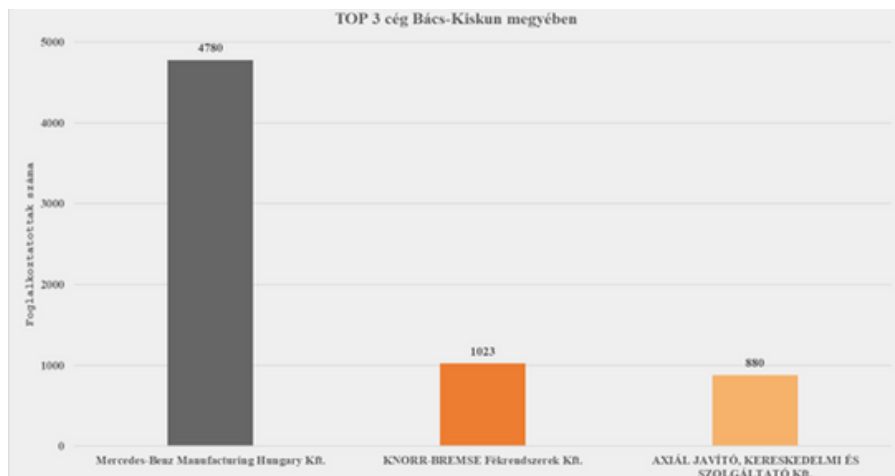
Az adott megyében és Budapesten lévő cégek száma kiválóan érzékelteti, hogy a duális partnerek közül a legtöbb az egyetemhez közel helyezkedik el, illetve a döntő többsége a Duna-Tisza közén.



Az adott megyében és Budapesten foglalkoztatott emberek száma, top 3-as felsorolásban.



A foglalkoztatottak száma szerinti top 3 Bács-Kiskun megyén kívül található cég látható.

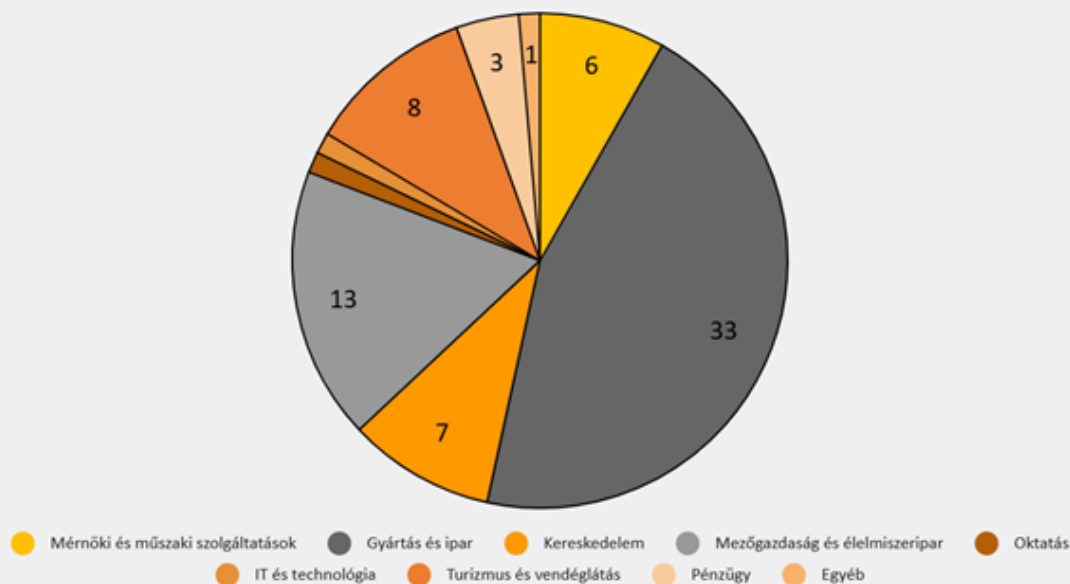


A top 3 Bács-Kiskun megyében lévő cég látható, foglalkoztatottak száma szerint felsorolva.

Összegzés:

A duális képzési program vállalati hálózata jelenleg nagyobb és középvállalatokra épül, földrajzilag pedig az ország középső és nyugati régióira koncentrálódik. A mikrovállalatok alacsony részvételi aránya és a területi egyenlőtlenségek a program szerkezeti jellemzőit hangsúlyozzák. Az adatok szerint a képzési kapcsolatok erőssége a nagyvállalati együttműködésekben, az ipari szektorban és a regionális központokban megnyilvánuló partnerségi hálózatban rejlik.

Vállalatok ágazat szerinti eloszlása



Ágazat

A legtöbb partnercég a gyártás és ipar ágazati csoportba tartozik, majd ezt követik a mezőgazdasági és élelmiszeripari cégek. Az ábrát vizsgálva kijelenthetjük azt, hogy diákjaink sok, különböző ágazatban működő cég közül választhatnak abban az esetben, ha részt vennének a duális képzésben. A színes választék miatt biztosan megtalálják a munkahelyet, ahol egyetemi tanulmányaik során gyakorlati tudást szerezhetnek szakmájukban, miközben betekintést nyerhetnek a munka világába, megtanulják azt, hogyan kell hasznos részévé válni egy vállalatnak.

Ágazat	Foglalkoztatottak száma
Gyártás és ipar	30317
Pénzügy	10663
Mezőgazdaság és élelmiszeripar	3915
Kereskedelem	1281
Logisztika	1099
Mérnöki és műszaki szolgáltatások	918
Turizmus és vendéglátás	438
IT és technológia	74
Oktatás	23

Jegyzett tőke



Elmondható, hogy nincs nagy értékbeli különbség az alapítási tőkével kapcsolatban. A cégek közt nincs kiugró érték a jegyzett tőkével kapcsolatban. Kijelenthető, hogy a jegyzett tőke jellemzően a vállalat kezdő méretétől függ. Mind a kis, közép és a nagyvállalatok hasonló mértékben vannak jelen a duális partnerek között.

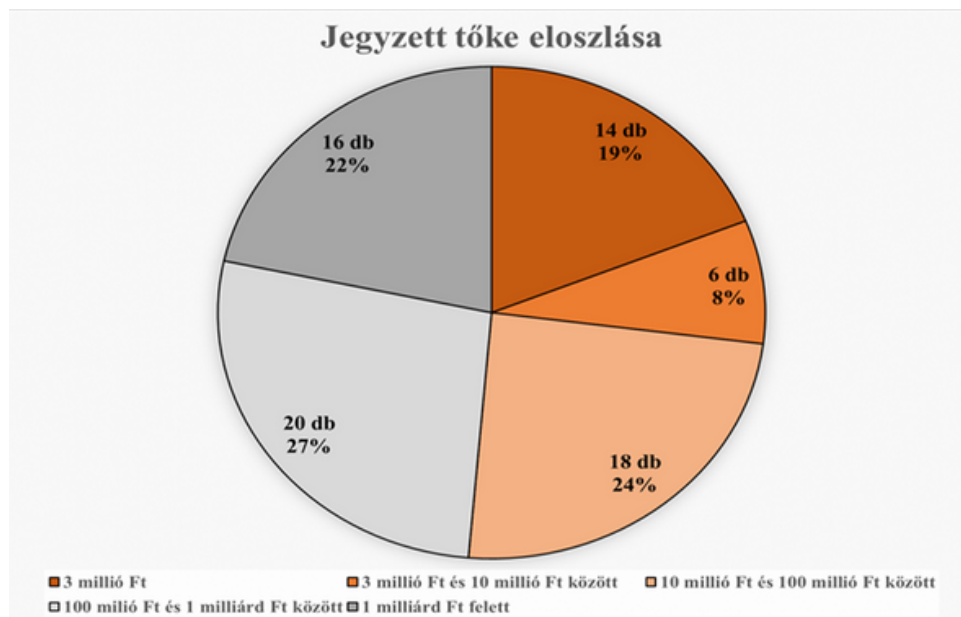
Összesen 14 db cég kezdte tevékenységét 3 millió Ft jegyzett tőkével. Elmondható, hogy ezek a cégek többnyire Kft-k és csak a minimum jegyzett tőkét határozták meg a vállalat indulásakor.

6 db vállalat az, amely 3 és 10 millió forint közötti jegyzett tőkével rendelkezik. Az összes cég esetén Kft-ről van szó.

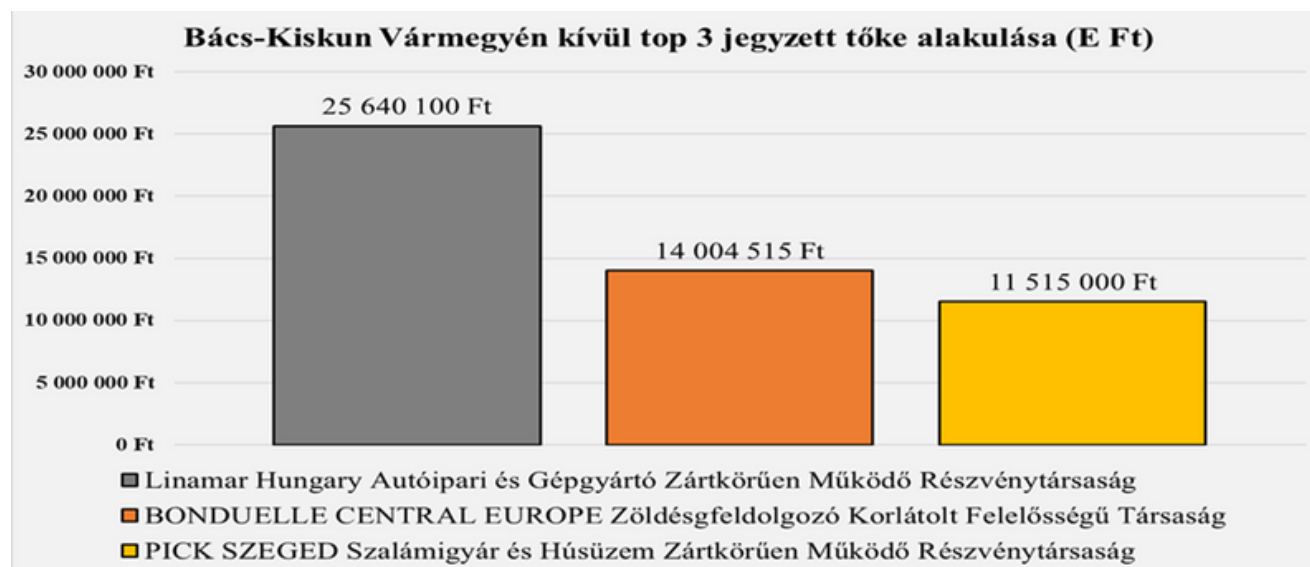
Összesen 18 darab vállalat található a 10 és 100 millió Ft közötti jegyzett tőke intervallumban, melyek leginkább Kft-k, de Szövetkezettel is találkozhatunk. Ebben a sávban a legkiemelkedőbb a Bio-Fungi Kft.

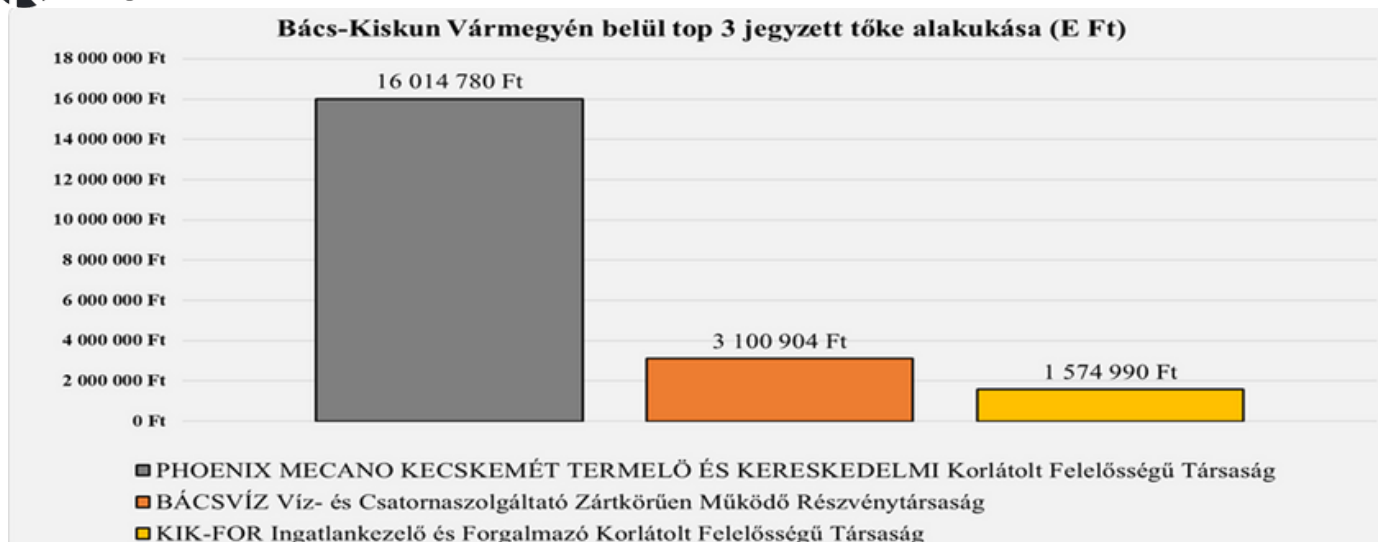
A 100 millió és az 1 milliárd közötti jegyzett tőkével rendelkező vállalatok száma a legterjedelmesebb, az összes sávhoz viszonyítva. Összesen 20 db vállalat található. Leginkább a kft. és a zrt. vállalati forma jellemző ezekre a vállalatokra.

1 milliárd felett 16 cégnek van a jegyzett tőkéje, a jellemző vállalati forma a kft. és a zrt.



A kördiagram bemutatja, hogy a vállalatok mennyi jegyzett tőkével alapultak. Elmondható, hogy összesen 74 db vállalatról beszélünk. 6 vállalatot kivettünk: az OTP Bankot, a Magyar Agrár-, Élelmiszergazdasági és Vidékfejlesztési Kamarát, a Népfőiskola Alapítványt, a Magyar Nemzeti Bankot, Kecskemét Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatalát, és a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Hetényi Géza Kórház-Rendelőintézetet. Kijelenthető, hogy a 100 millió és az 1 milliárd Ft közötti jegyzett tőkével induló vállalkozások száma a legtöbb a képzés keretein belül. Összességében szinte egyenlően oszlik meg a vállalatok száma az egyes értékeknél, kivéve a 3 és 10 millió forint közötti értéknél, ahol összesen csak 6 vállalat található.





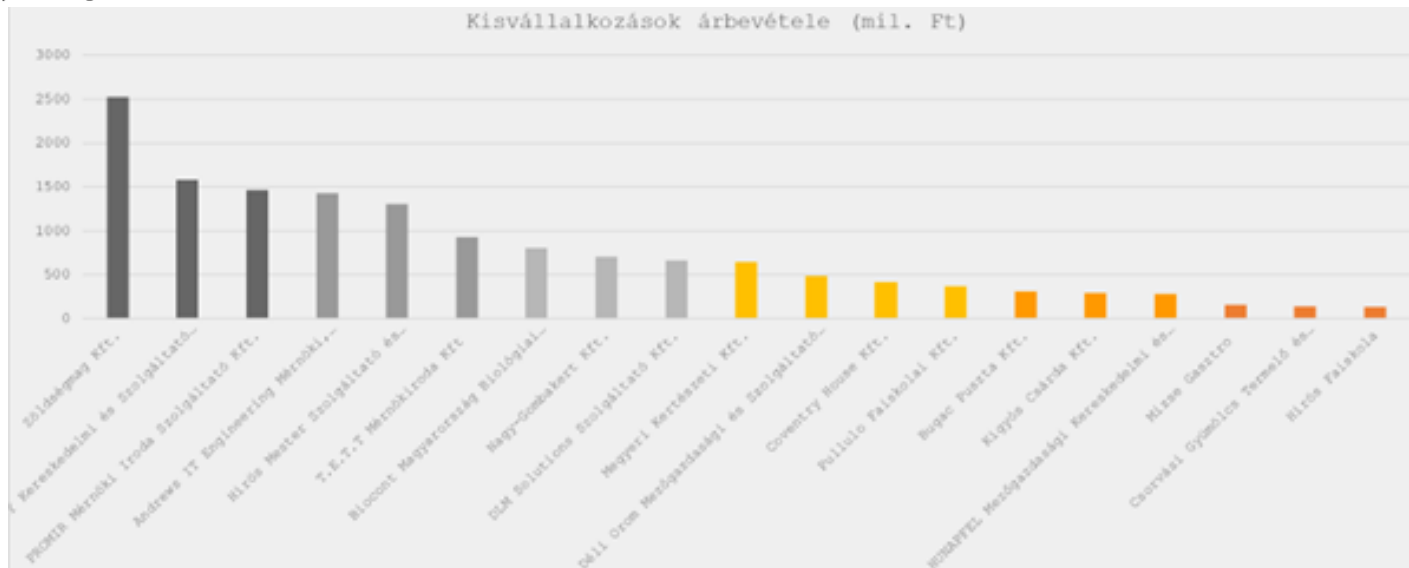
Ebből a 2 ábrából levonható, hogy a top 3 legnagyobb jegyzett tőke szempontja szerint a Vármegyén kívüli cégek alapítanak nagyobb tőkével gazdasági társaságot. A kiugró adatok már itt megjelennek ezer forint csoportosításban. Elmondható, hogy leginkább nagy vállalatok alakulnak ilyen magas jegyzett tőkével.

Árbevétel



A duális képzésben résztvevő mikrovállalkozások száma alacsony, nem több, mint 2. A 20 és 30 millió forint közti árbevétel korlátozott piaci jelenlétet feltételez, a vállalatok inkább a helyi piacokra fókuszálnak. A mikrovállalatok csekély száma annak az eredménye is lehet, hogy a vállalatok nem felelnek meg a követelményeknek, vagy nem érdekeltek a partnerségben.

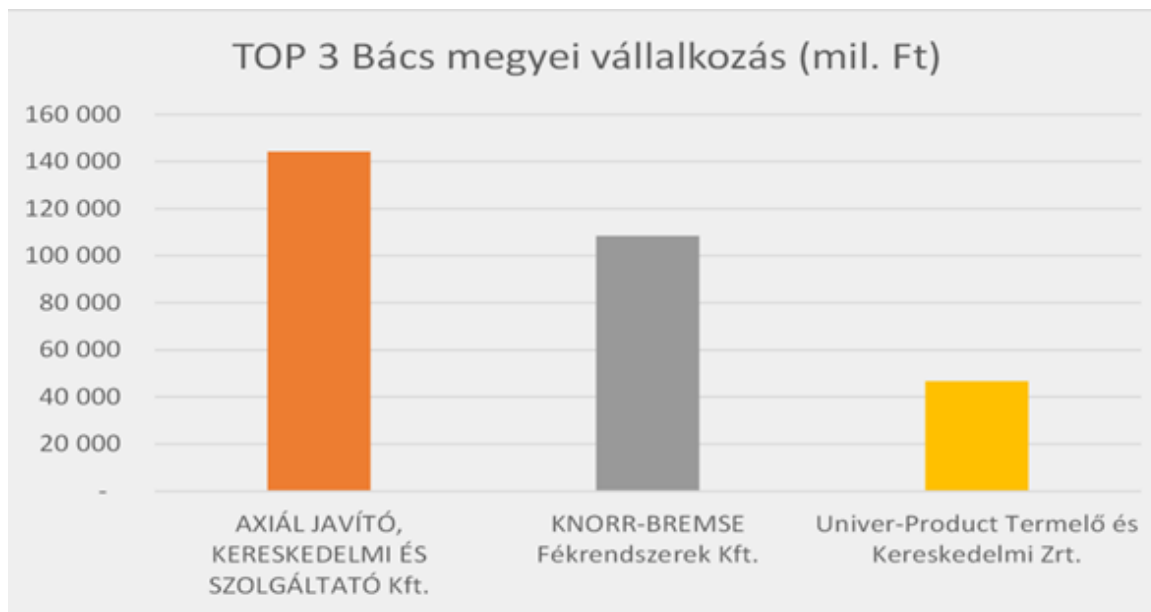
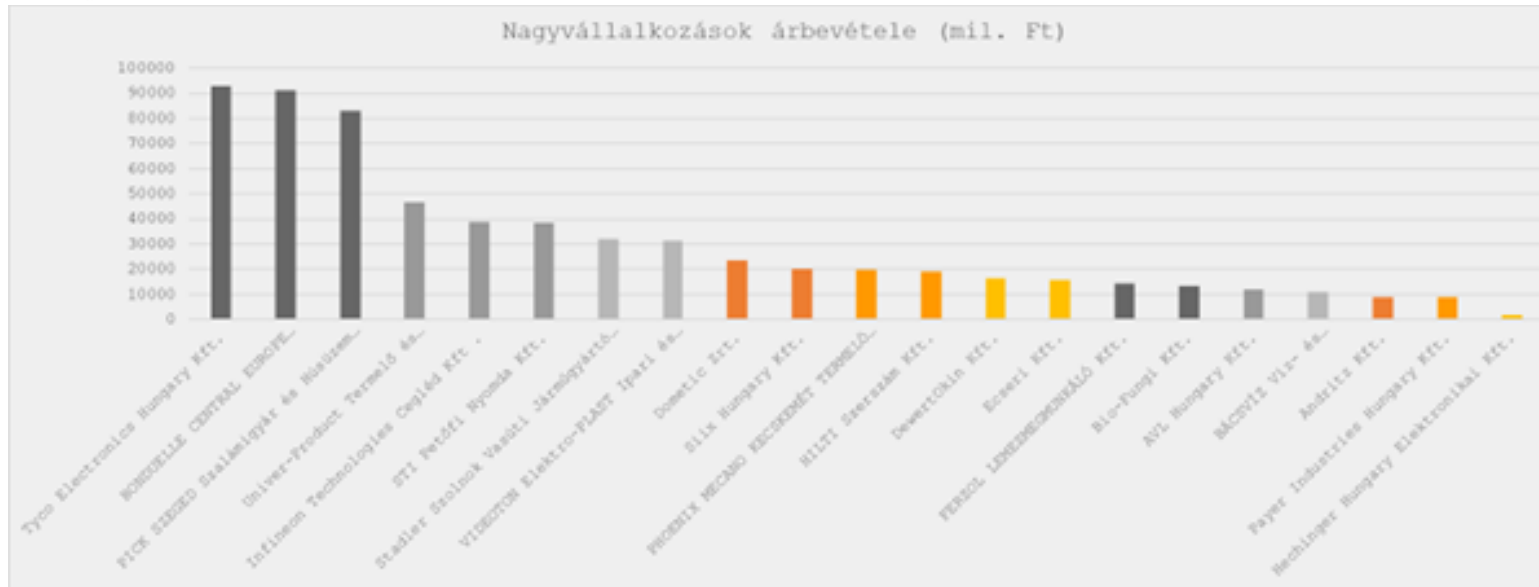
A határozottan kiemelkedő vállalkozások árbevétele millió forint összegben látható. A Mercedes ezek közül rendkívül kimagasló értéket produkál. Profil szerint mindegyik vállalkozás a gépipar valamely szektorában folytat tevékenységet.



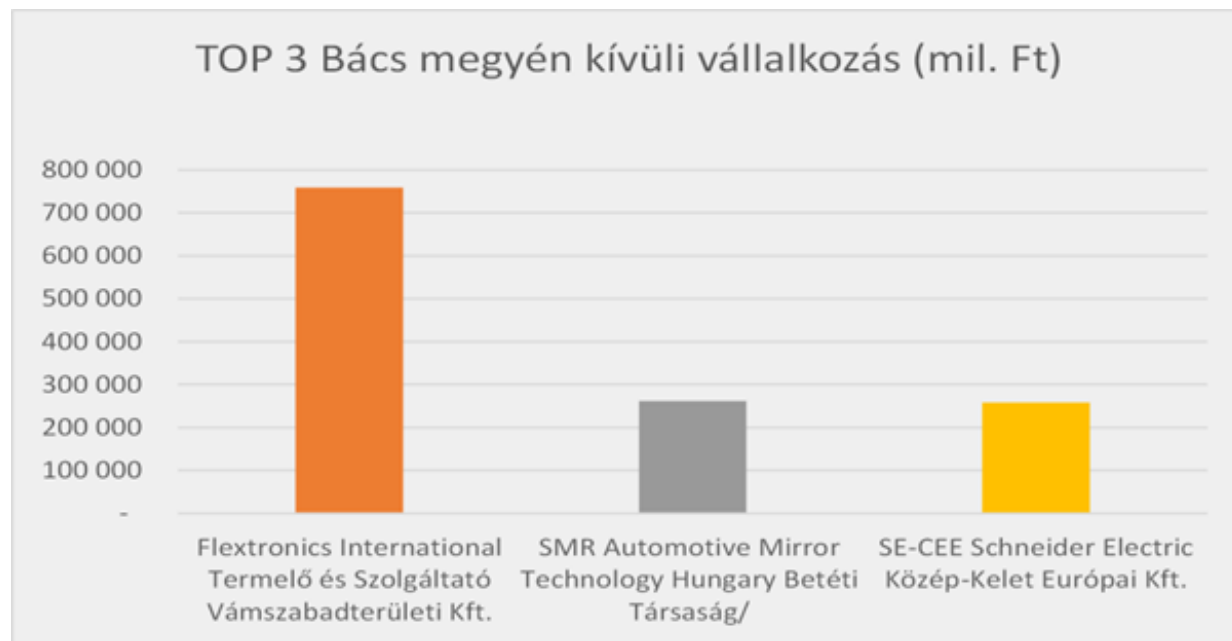
A centerben lévő vállalatok árbevételei közel azonosak. A kisvállalkozások között a Zöldségmag Kft. árbevétele a legmagasabb, ez egy kiugró érték, ami jóval meghaladja a többi vállalkozás árbevételét.



A középvállalkozások árbevételeit láthatjuk, megfigyelhető, hogy néhány vállalkozás kivételével nagyon hasonló árbevételek képződtek.



A nagyvállalkozások árbevételeit láthatjuk. Az AXIÁL Javító, Kereskedelmi és Szolgáltató Kft., a Flextronics International Termelő és Szolgáltató Vámszabadterületi Kft., a KNORR-BREMSE Fékrendszerek Kft., a Linamar Hungary Autóipari és Gépgyártó Zrt., a Mercedes-Benz Manufacturing Hungary Kft., az SMR Automotive Mirror Technology Hungary Betéti Társaság, a ZOLLNER Elektronik Gyártó és Szolgáltató Kft., az SE-CEE Schneider Electric Közép-Kelet Európai Kft. Vállalkozások kivételre kerültek a diagramból, hiszen a magas árbevételeik nagyon eltorzítanák az ábrát. A fent felsorolt vállalkozásokat egy másik ábrán vetettük össze.



A két ábra a három legmagasabb árbevételt mutatja megyei, illetve megyehatáron túli osztásban. A Mercedes-Benz Kft-t nagy méretére való tekintettel kivettük az elemzésből. A feltüntetett vállalkozások mind az ipar valamely területén végzik tevékenységüket.

Általánosan elmondható, hogy szélsőértékek általában a legmagasabb árbevételeknél jelennek meg, továbbá a középső értékek nagyjából azonosak, ez a verseny kiegyenlítetttségére utalhat.

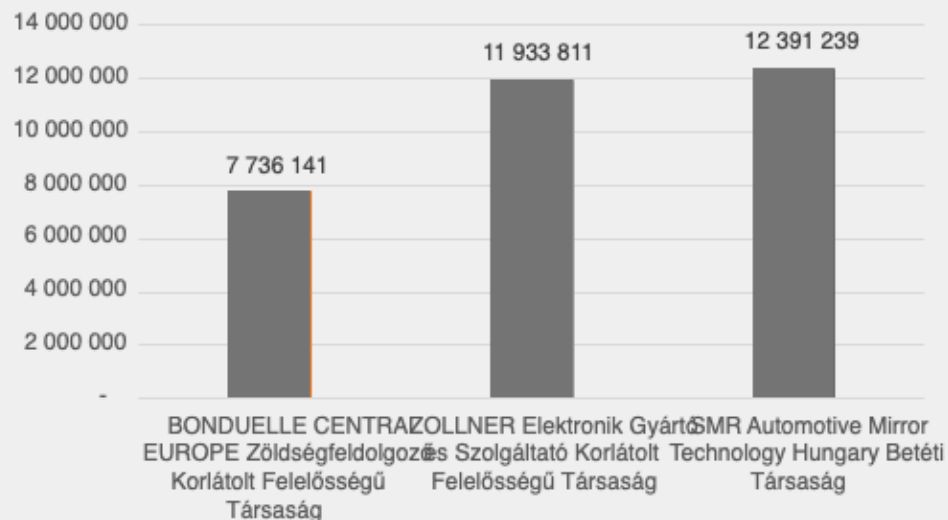
Adózott eredmény



Az adózott eredmény egy vállalkozás bruttó nyeresége ami levont adó és kötelező járulékokkal megterhelt végső összeg. Ez az összeg tükrözi a ténylegesen megtartott profitot, amely tovább osztható osztalékként, vagy visszaforgatható a vállalkozás fejlesztésére. Az adózott eredményt a számviteli eredményből kiindulva, az adótörvények szerint módosított adóalap alapján számítják ki, figyelembe véve az adókötelezettséget befolyásoló egyedi szabályokat és kedvezményeket.

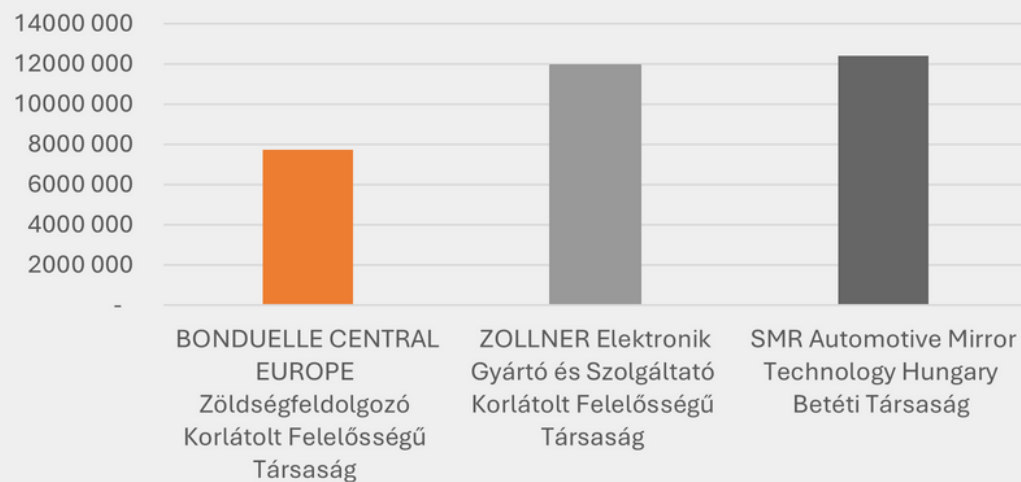
A Neumann János Egyetem jelenlegi duális partnereiből két mikrovállalat van. A grafikonból egyértelműen látszik, hogy míg Frux Kft. kimagasló profitot ért el addig Csanád Mihály egyéni vállalkozó az éves beszámoló szerint veszteséges volt.

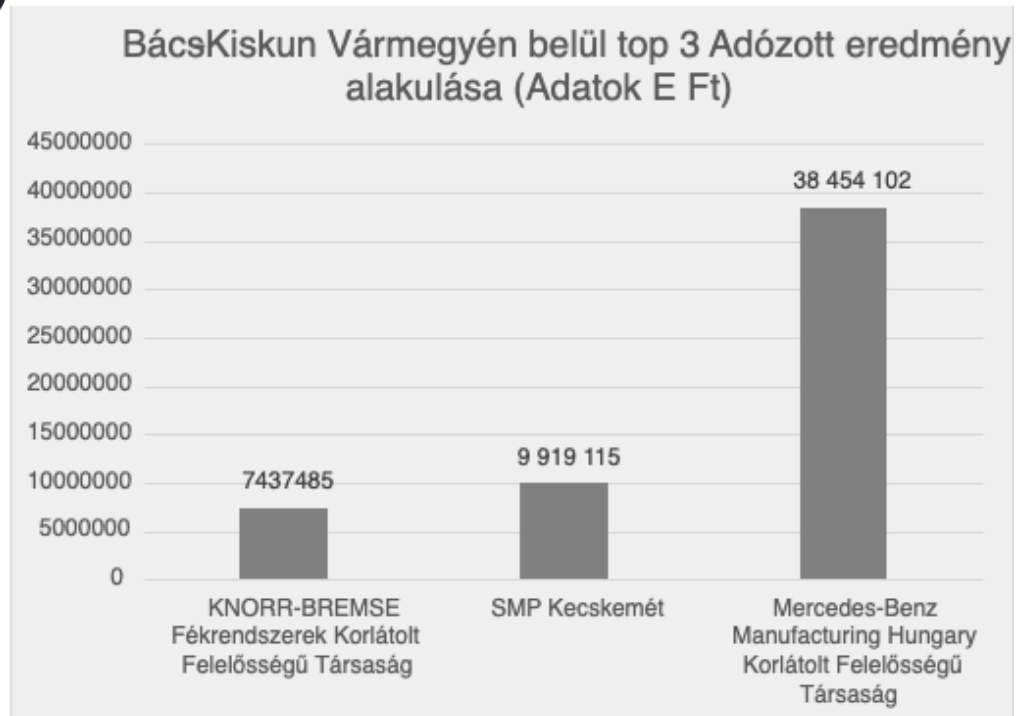
BácsKiskun Vármegyén kívül top 3 Adózott eredmény alakulása (Adatok E FT)



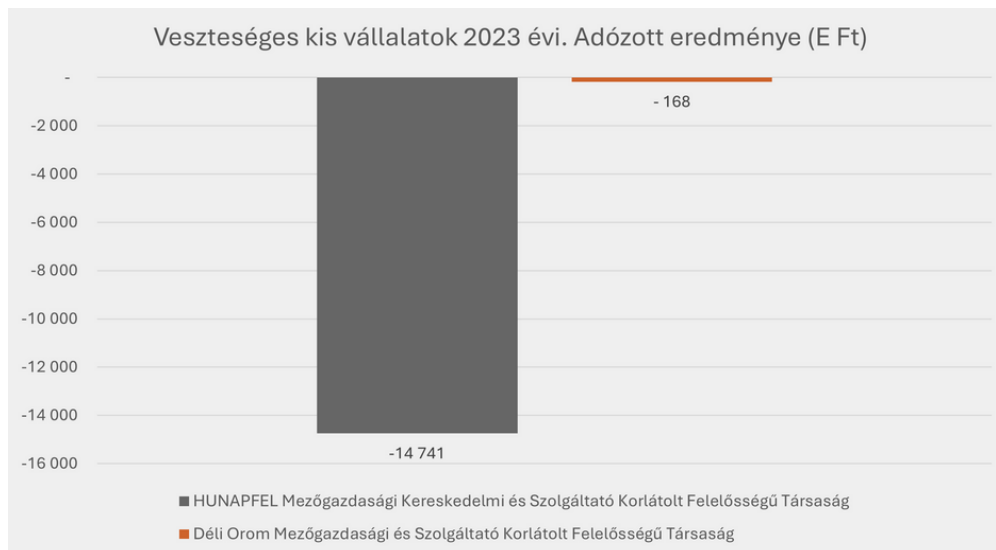
Itt látható a Bács-Kiskun vármegyén kívül található top 3 vállalat, akik a legjobb teljesítményt nyújtották 2023-ban.

Bács-Kiskun Vármegyén kívül top 3 Adózott eredmény alakulása (Adatok E FT)



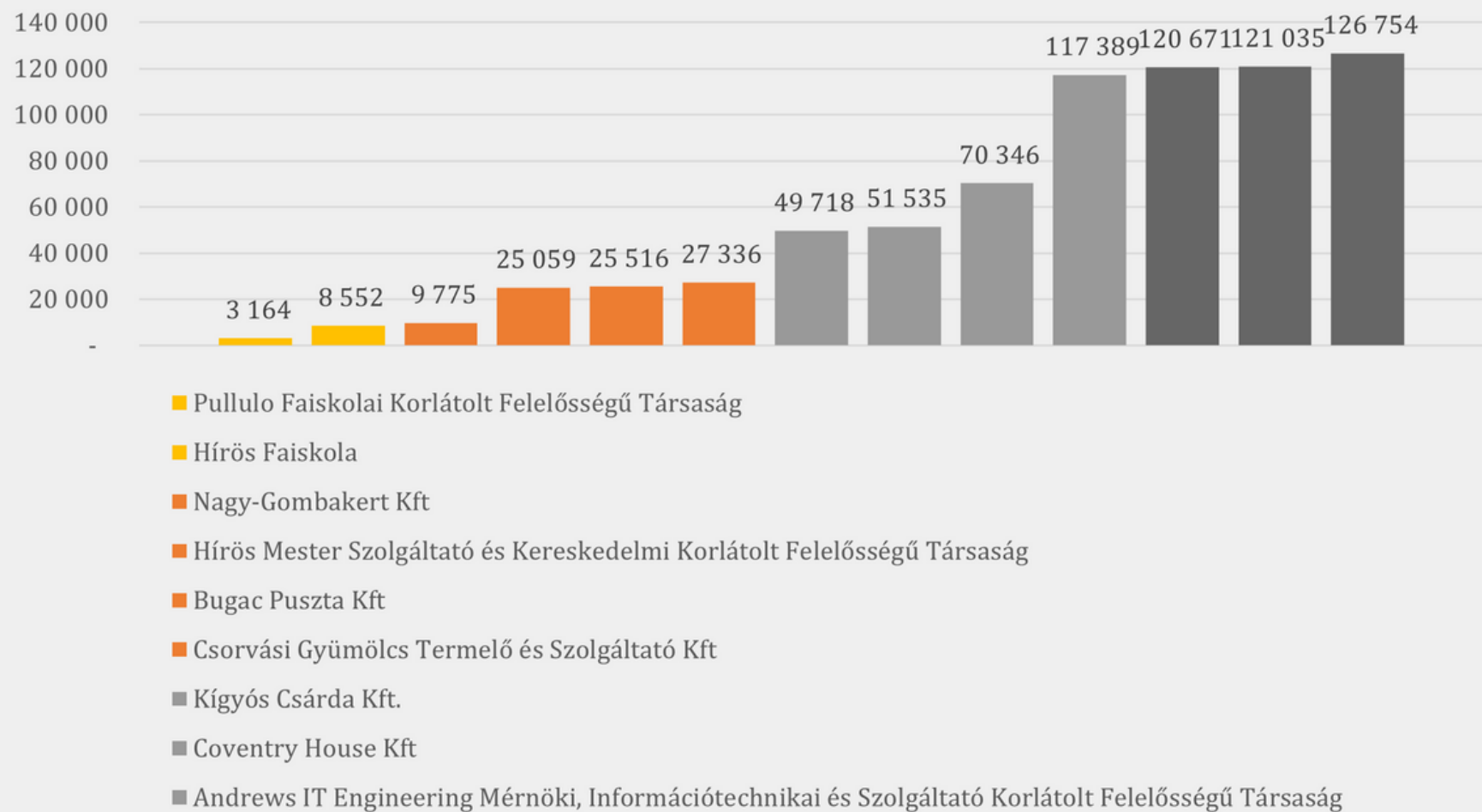


Itt látható Bács-Kiskun vármegyén belül található top 3 vállalat, akik a legjobb teljesítményt nyújtották 2023-ban. A két kép összehasonlítása képen a Mercedes-Benz 3-os adózott eredményt ért el.



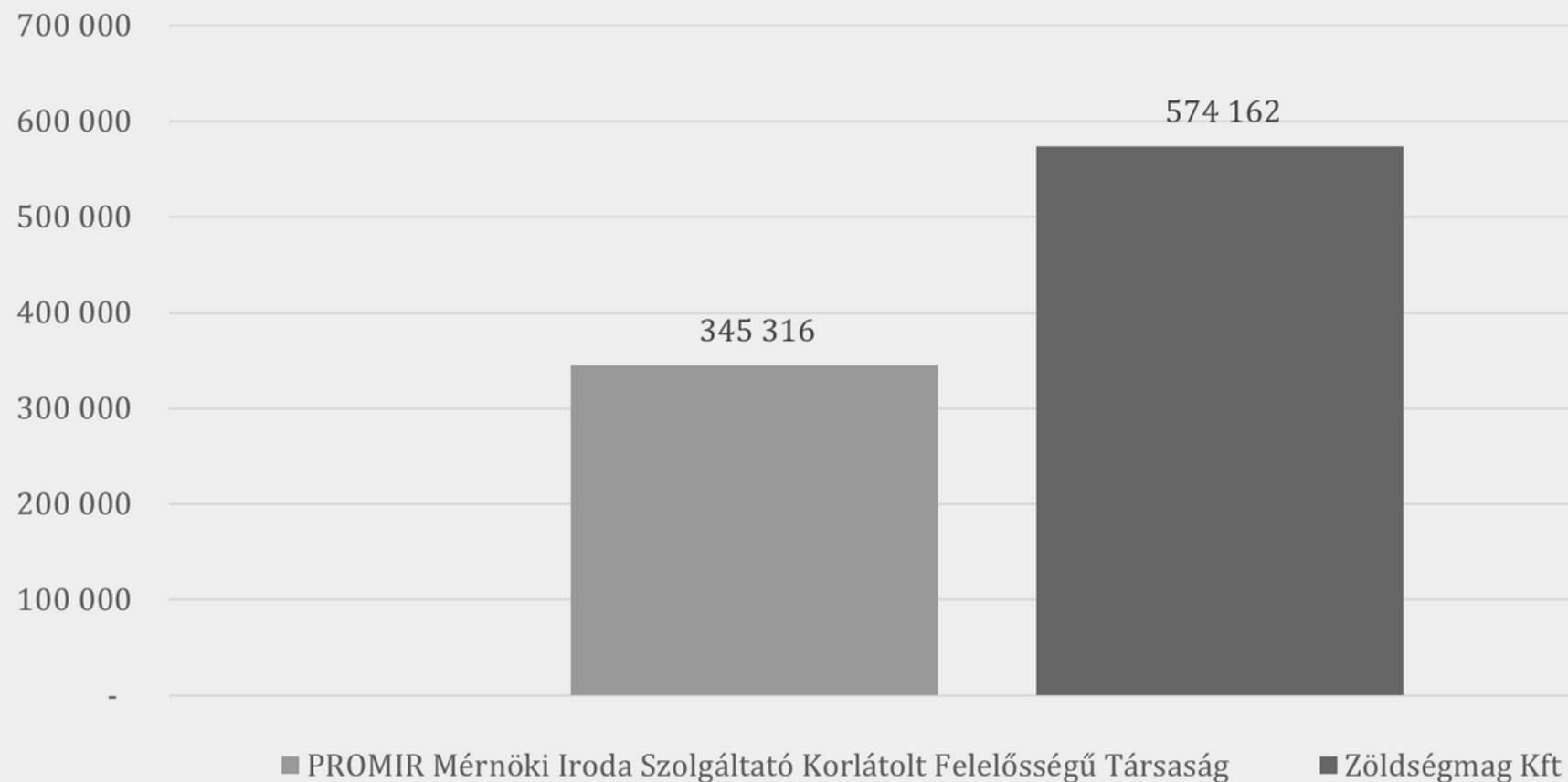
A kis vállalatokból csak 2 lett veszteséges 2023-ban. Ami a Déli Orom Kft-nél még elenyésző a veszteség. Addig a Hunapfel Kft. jelentős veszteséget ért el.

Nyereséges kis vállalatok 2023 évi. Adózott eredménye (E ft)



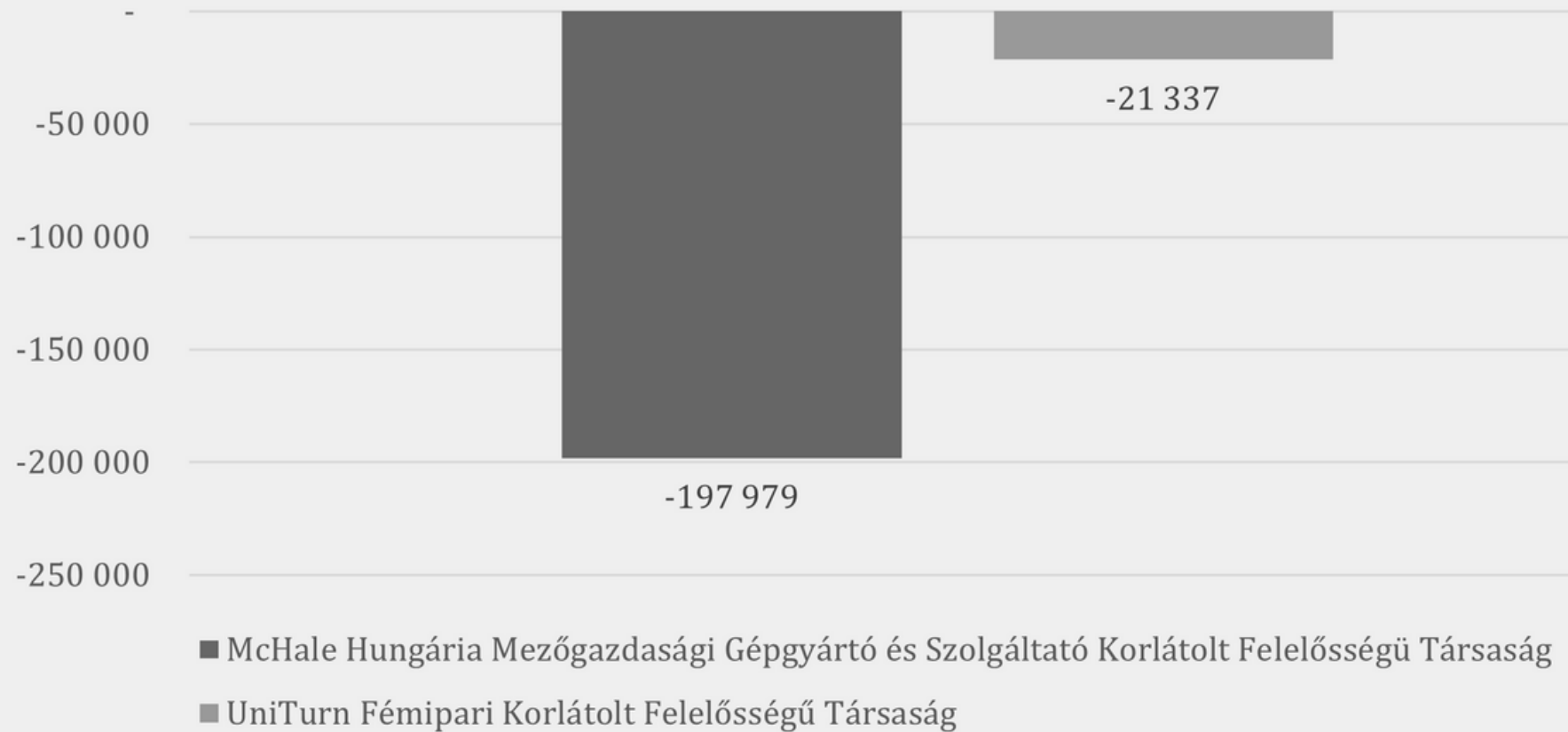
Itt látható 2023-ban a nyereséges kisvállalatok. Jól látható, hogy 5 vállalat ért el csak 100 millió feletti adózott eredményt.

Kiemelkedő kis vállalatok 2023 évi. Adózott eredménye (E ft)

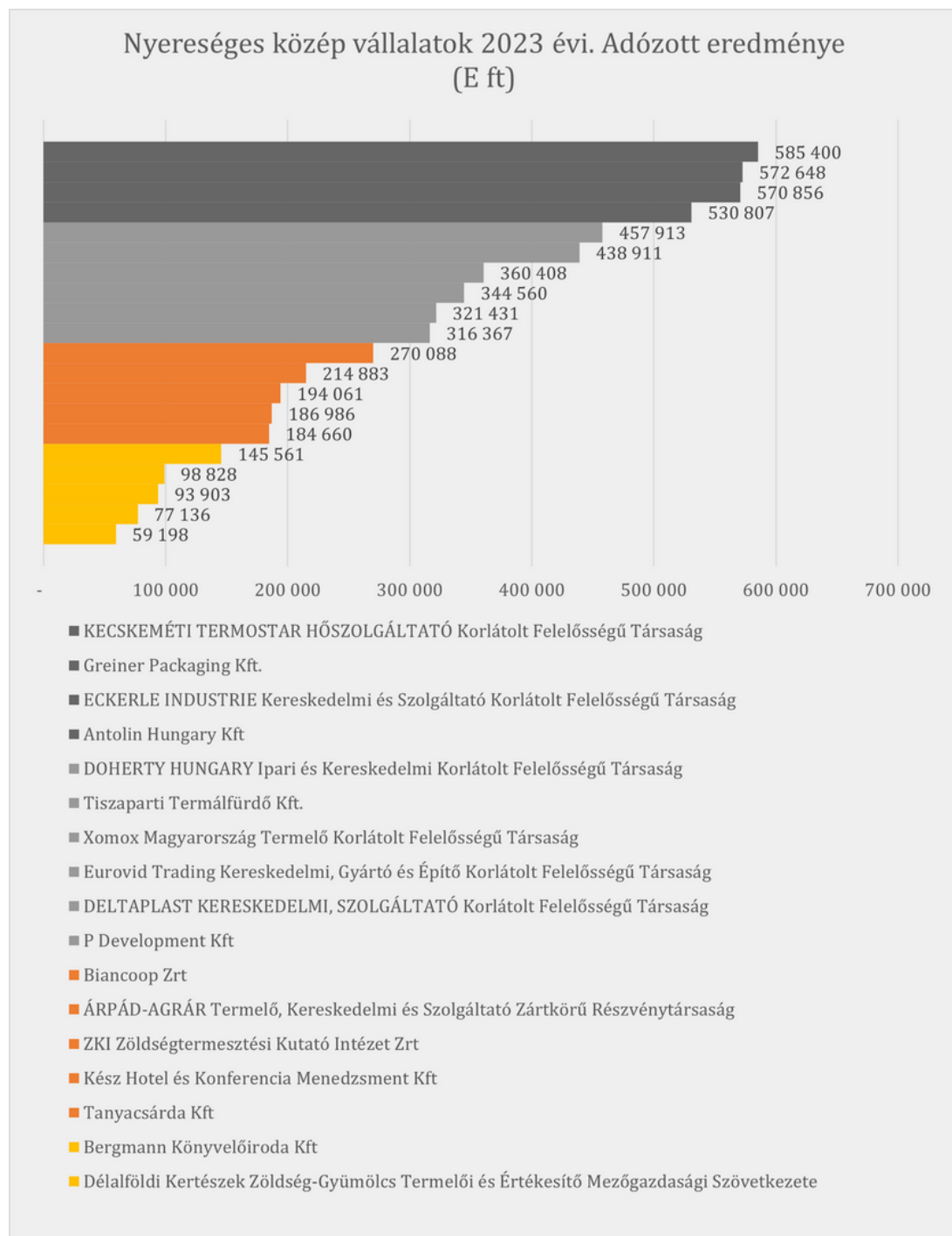


Az oszlopdiagramból jól kivehető, hogy 2023-ban csak 2 kis vállalat volt, aki elérte a több mint 300 millió forintos nyereséget.

Veszteséges közép vállalatok 2023 évi. Adózott eredménye (E ft)

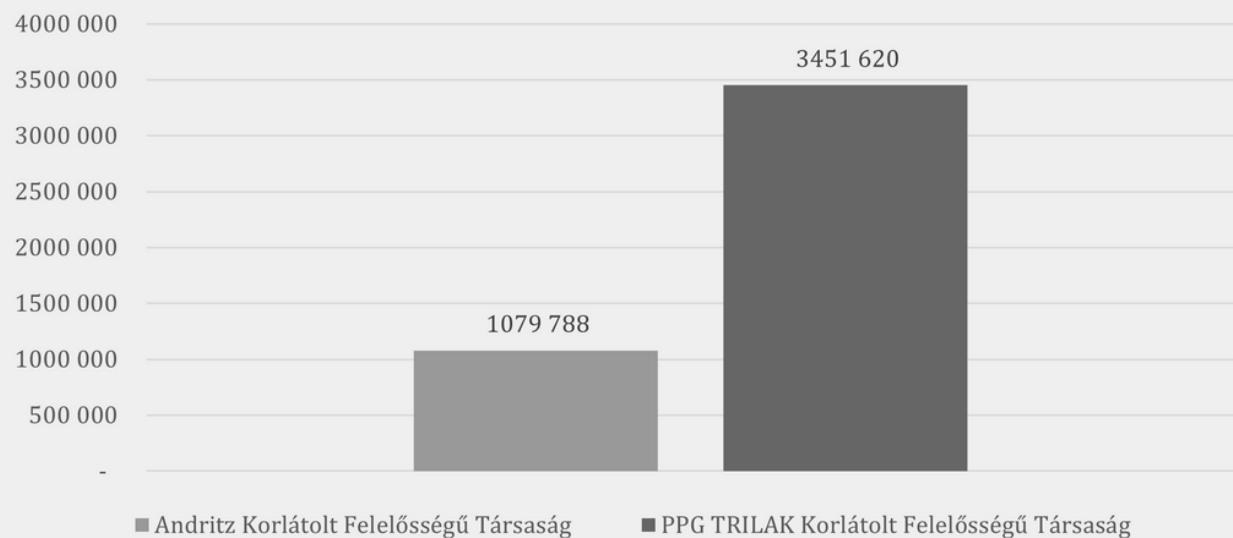


A jelenlegi partnerekből 2023-ban csak kettő Közép vállalat realizált veszteséget. Az Uniturn Kft. Kisebb míg a McHale Kft. Nagyobb veszteséget realizált.



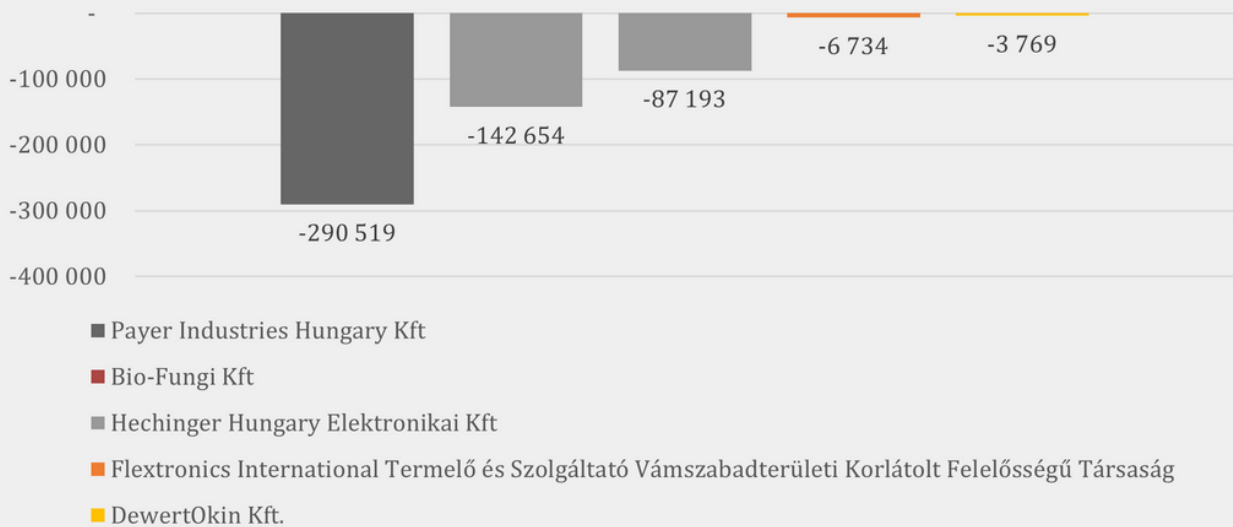
2023-ban rengeteg közép vállalat volt, aki nyereséges volt. Jól látszik, hogy 4 vállalat büszkélkedhet 500 millió forint feletti nyereséggel.

Kiemelkedő közép vállalatok 2023 évi. Adózott eredménye (E ft)

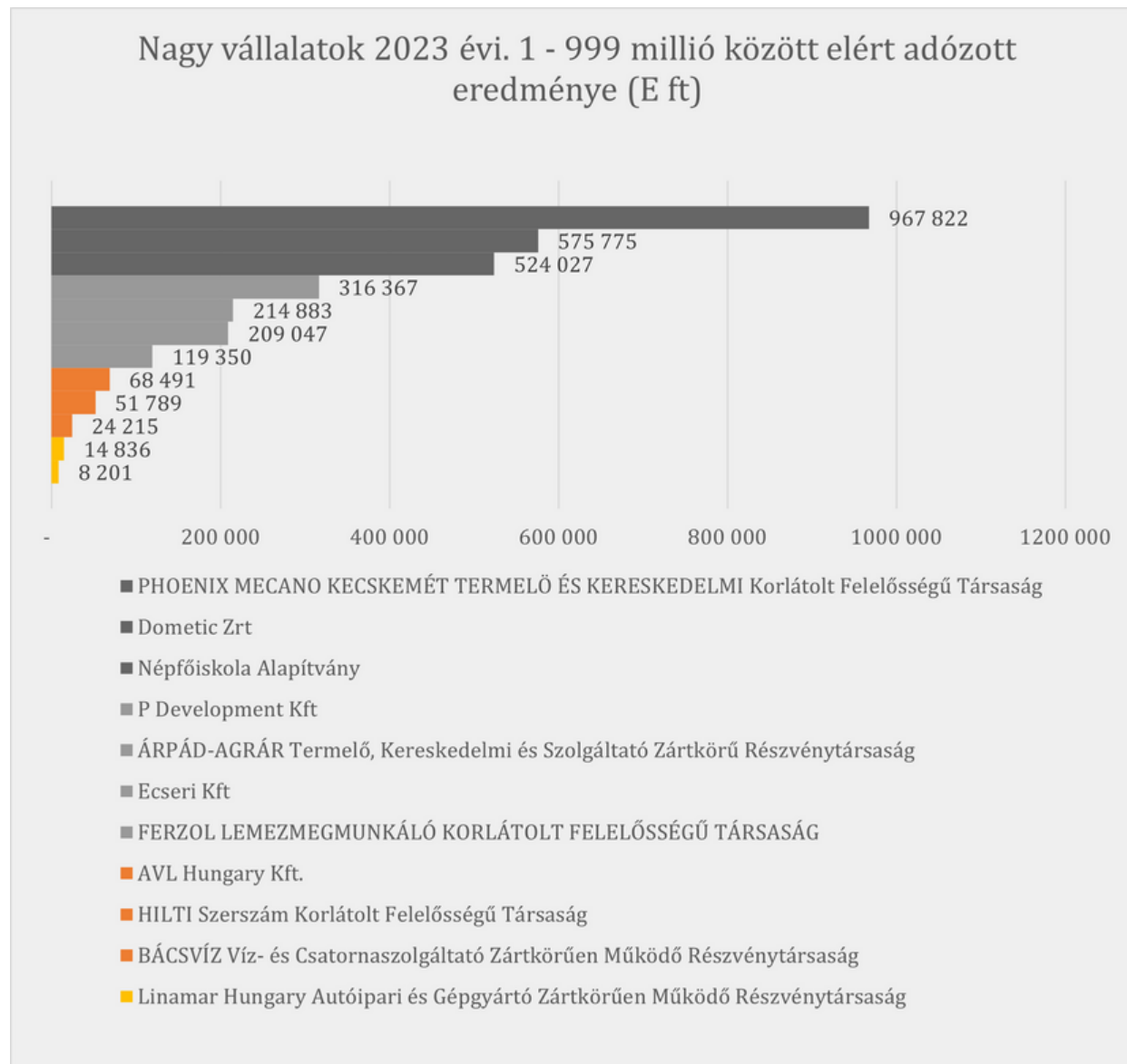


2023-ban két vállalat volt, aki átlépte az 1 milliárd forintnyi nyereséget, ami közép vállalkozás viszonylatba eléggé kiemelkedő. Ezt a PPG Trilak Kft. Azzal tetőzte, hogy 3 milliárd forint felett teljesített.

Veszteséges nagy vállalatok 2023 évi. Adózott eredménye (E ft)

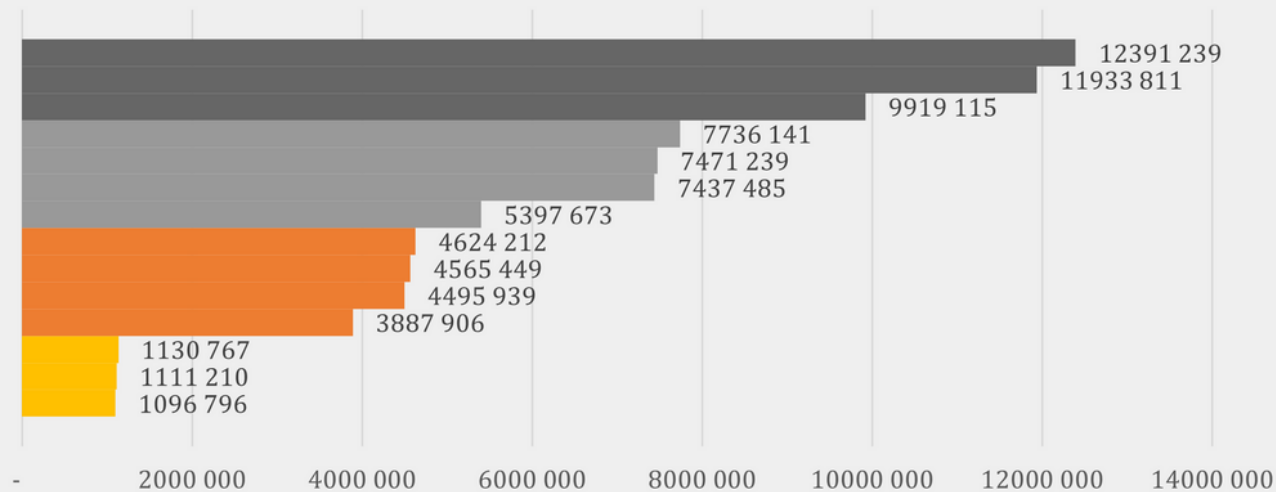


2023-ban 5 nagy vállalat volt, akik veszteséggel zárták az évet. Köztük a Payer kft. volt, aki 290 millió forint veszteséget realizált.



A nagy vállalatok közül 1 vállalat volt, aki majdnem elérte az 1 milliárd forintot, az a Phoenix Mecano Kft. volt.

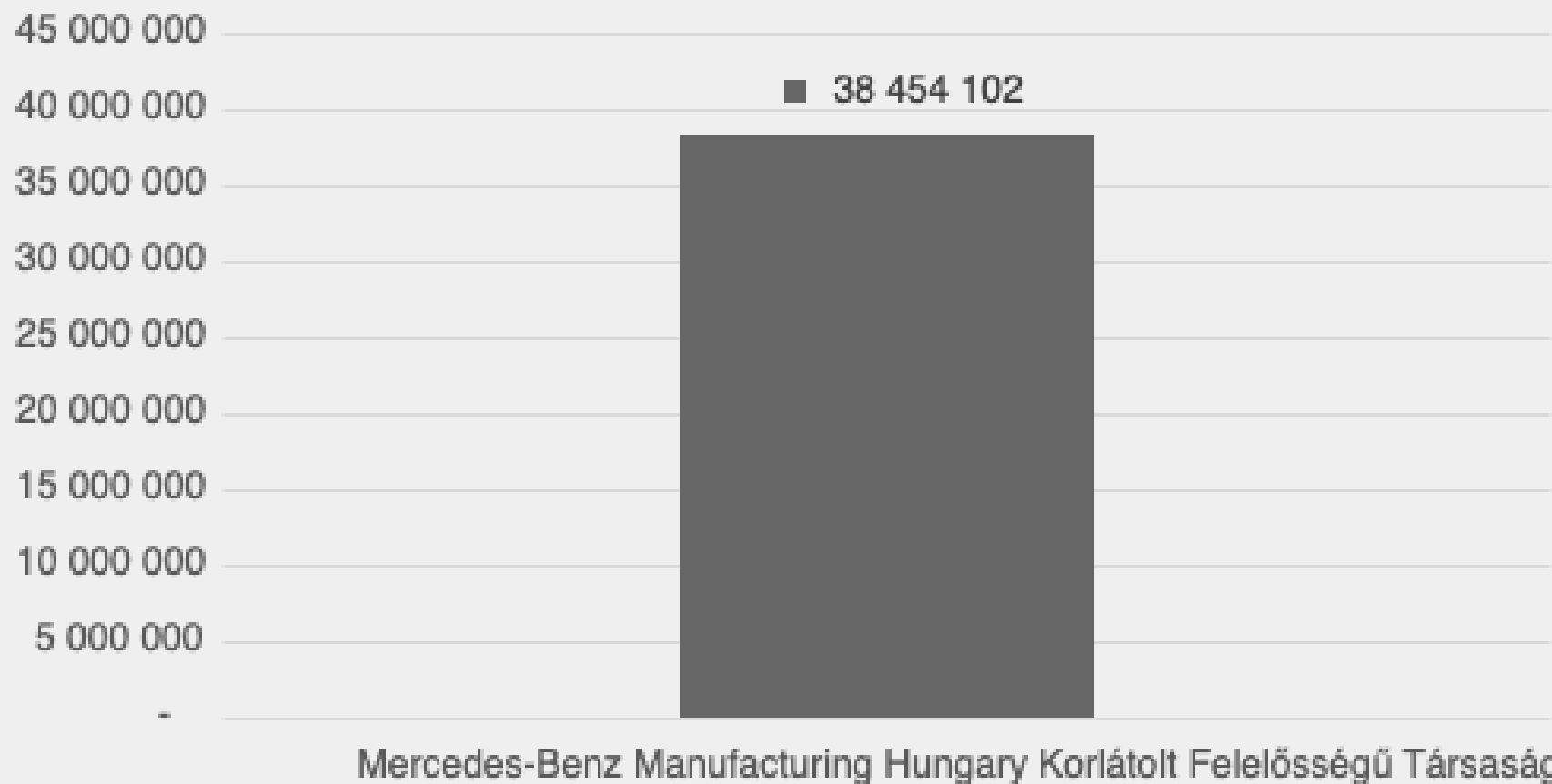
Nagy vállalatok 2023 évi. 1 milliárdot feletti vállalatok adózott eredményei (E ft)



- SMR Automotive Mirror Technology Hungary Betéti Társaság
- ZOLLNER Elektronik Gyártó és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság
- SMP Kecskemét
- BONDUELLE CENTRAL EUROPE Zöldségfeldolgozó Korlátolt Felelősségű Társaság
- AXIÁL JAVÍTÓ, KERESKEDELMİ ÉS SZOLGÁLTATÓ KORLÁTOLT FELELŐSSÉGŰ TÁRSASÁG
- KNORR-BREMSE Fékrendszerek Korlátolt Felelősségű Társaság
- Siix Hungary Korlátolt Felelősségű Társaság
- Infineon Technologies Cegléd Kft
- Tyco Electronics Hungary Kft
- VIDEOTON Elektro-PLAST Ipari és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság
- Univer-Product Termelő és Kereskedelmi Zártkörűen Működő Részvénytársaság
- Stadler Szolnok Vasúti Járműgyártó Kft.
- SE-CEE Schneider Electric Közép-Kelet Európai Kft

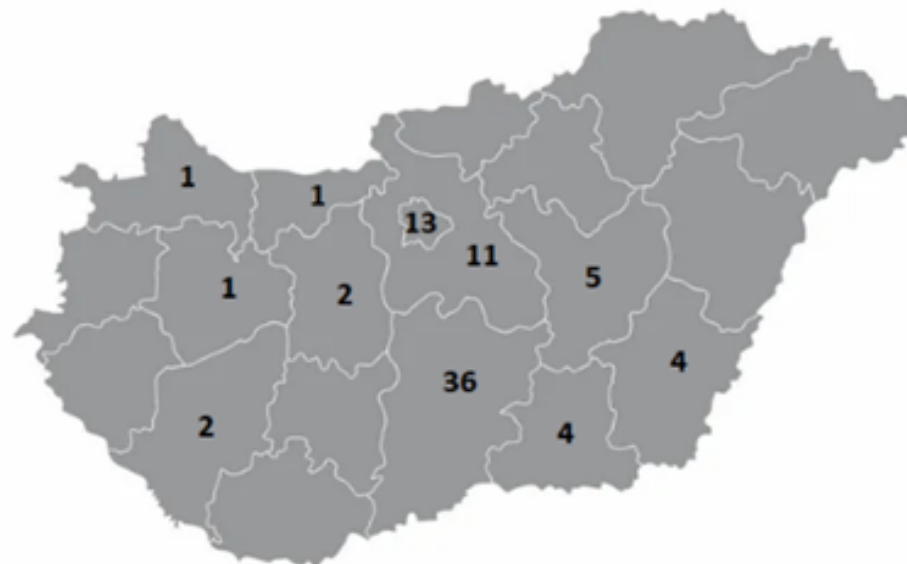
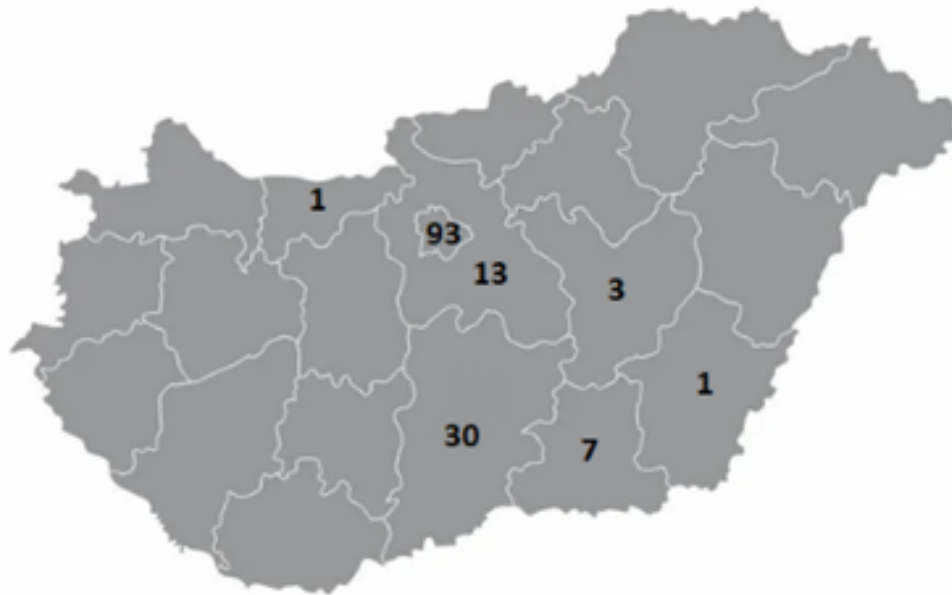
A nagy vállalatok közül 14 vállalat volt, aki 1 milliárd forint felett teljesített. Ebből SMR Bt volt, aki 12 milliárd fölötti bevétellel zárta az évet.

Legkimagaslóbb nagy vállalat 2023 évi. Adózott eredménye (E ft)



És végül a legsikeresebb vállalat 2023-ban a Mercedes-Benz. A nyeresége több mint 38 milliárd forint volt.

Térképek



A vállalatok székhelyei és telephelyei térképen jelölve.

A mellékelt térképek szemléltetik a duális képzésben részt vevő vállalatok székhelyeit és telephelyeit, kiemelve a képzőhelyek földrajzi eloszlását. Ezek a térképek segítenek megérteni, hogy a különböző iparágakban működő cégek hogyan járulnak hozzá a gyakorlatorientált oktatás megvalósításához, lehetővé téve a hallgatók számára, hogy a lakóhelyükhöz közeli vállalatoknál szerezzenek szakmai tapasztalatot. A duális képzés előnyeiről és a részt vevő partnerekről további információk találhatóak a Neumann János Egyetem Gazdaságtudományi Karának honlapján.



Bács-Kiskun vármegyei vállalatok székhelyei és telephelyei jelölése járások szerint.

Ezen térképek a Bács-Kiskun vármegye területén működő, duális képzésben részt vevő vállalatok székhelyeit és telephelyeit ábrázolják, járási felosztásban. Érdekesek lehetnek azok számára, akik a duális képzés lehetőségeiről és a helyi vállalatokkal való együttműködésről szeretnének többet megtudni. Világosan mutatják, hogy a legtöbb vállalat székhelye és telephelye Kecskemét városában található. Ez azt jelzi, hogy Kecskemét a megye ipari és gazdasági központja, ahol a duális képzés nagy lehetőséget biztosít a fiatalok számára. A térképek hasznos eszközök lehetnek a duális képzés iránt érdeklődő diákok és vállalkozások számára, mivel segítenek a lehetőségek alapján tájékozódni, és könnyen megtalálni a megfelelő együttműködési lehetőségeket.

Webes jelenlét



Vállalatok jelenléte a weben és a közösségi médiában

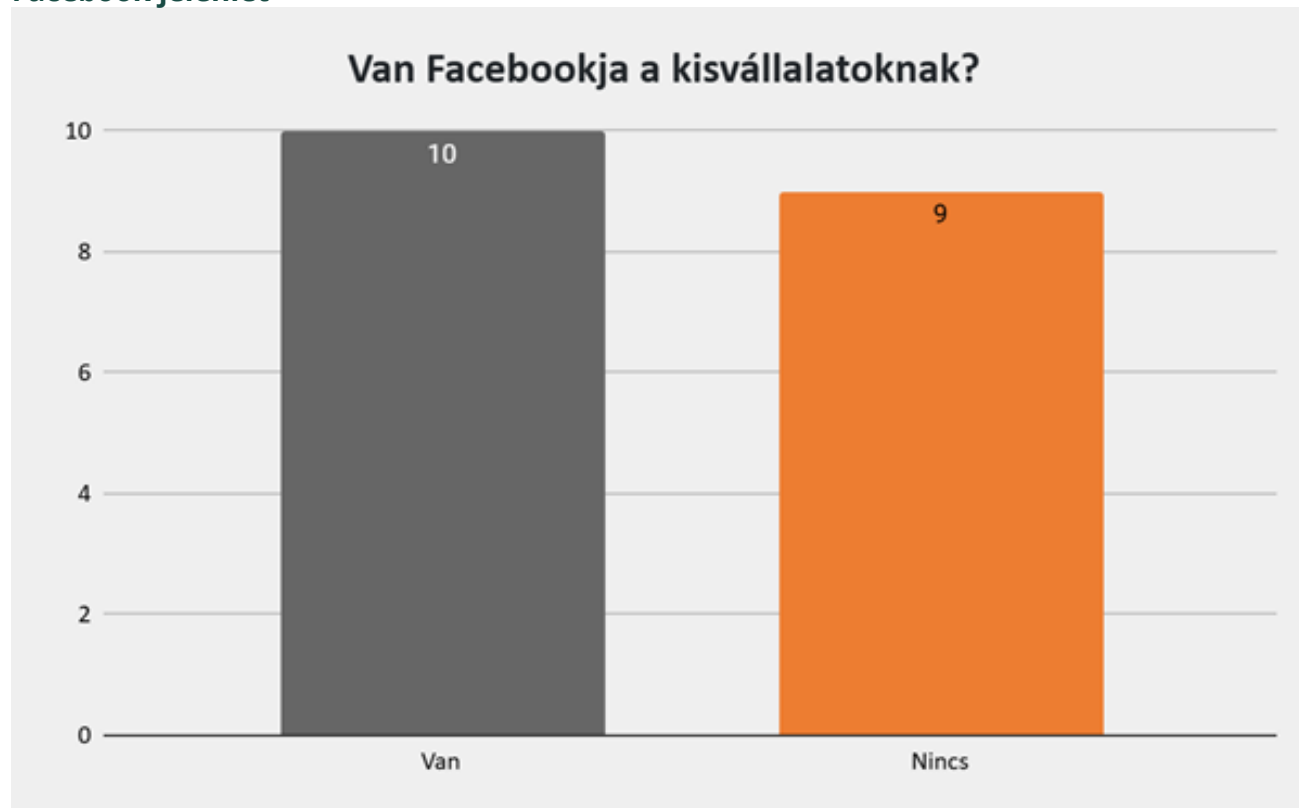
Kijelenthető, hogy weboldala szinte minden kisvállalatnak van már, néhány mezőgazdasági, és gasztro vállalkozástól eltekintve. Országos szinten ebben a kategóriában a vállalatok 70%-ának van weboldala, ezzel szemben a duális partnerek 84%-a rendelkezik honlappal.

A közép- és nagyvállalatok esetében mindenkinek van weboldala, kivétel nélkül, míg országos szinten ez a cégek 85%-áról mondható el közép- és nagyvállalatok esetében, és 95%-áról nagyvállalatok esetében.

Összegzés:

Az online jelenlét elengedhetetlen tényezővé vált a versenyképesség megőrzése és a növekedési lehetőségek kihasználása szempontjából. Látható tehát, hogy 3 kisvállalatot leszámítva minden duális partnernek van weboldala.

Facebook jelenlét

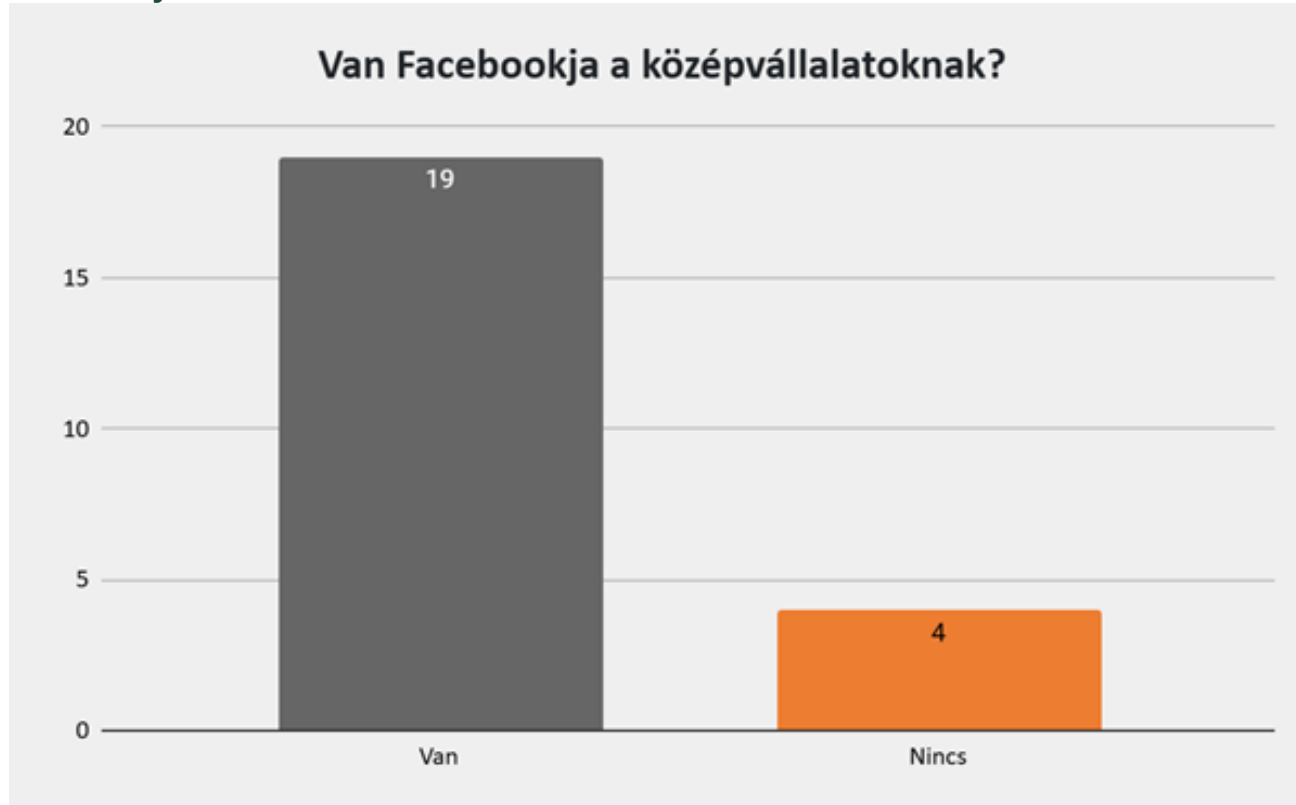


Vállalatok jelenléte a weben és a közösségi médiában

A kisvállalatoknál az esetek felében van közösségi média jelenlét. Közülük négyen posztolnak rendszeresen.



Facebook jelenlét



Vállalatok jelenléte a weben és a közösségi médiában

A középvezálatoknál megfigyelhető, hogy jobb arányban van facebook oldaluk, mint a kisvezálatoknak. E mellett elmondható, hogy az oldalak nagy része aktív, rendszeresen posztolnak a cégek. A posztok minősége és mennyisége is magasabb, mint a kisvezálatok esetében.

Facebook jelenlét



A nagyvállalatok esetében elmondható, hogy hasonlóan a középvállalatokhoz, szinte mindegyiküknek van Facebook oldala, viszont ők sokkal aktívabbak. Túlnyomórészt letisztult, modern külalakot képviselnek. A posztok rendszerek, több helyen megfigyelhető, hogy hirdetések alkalmaznak.

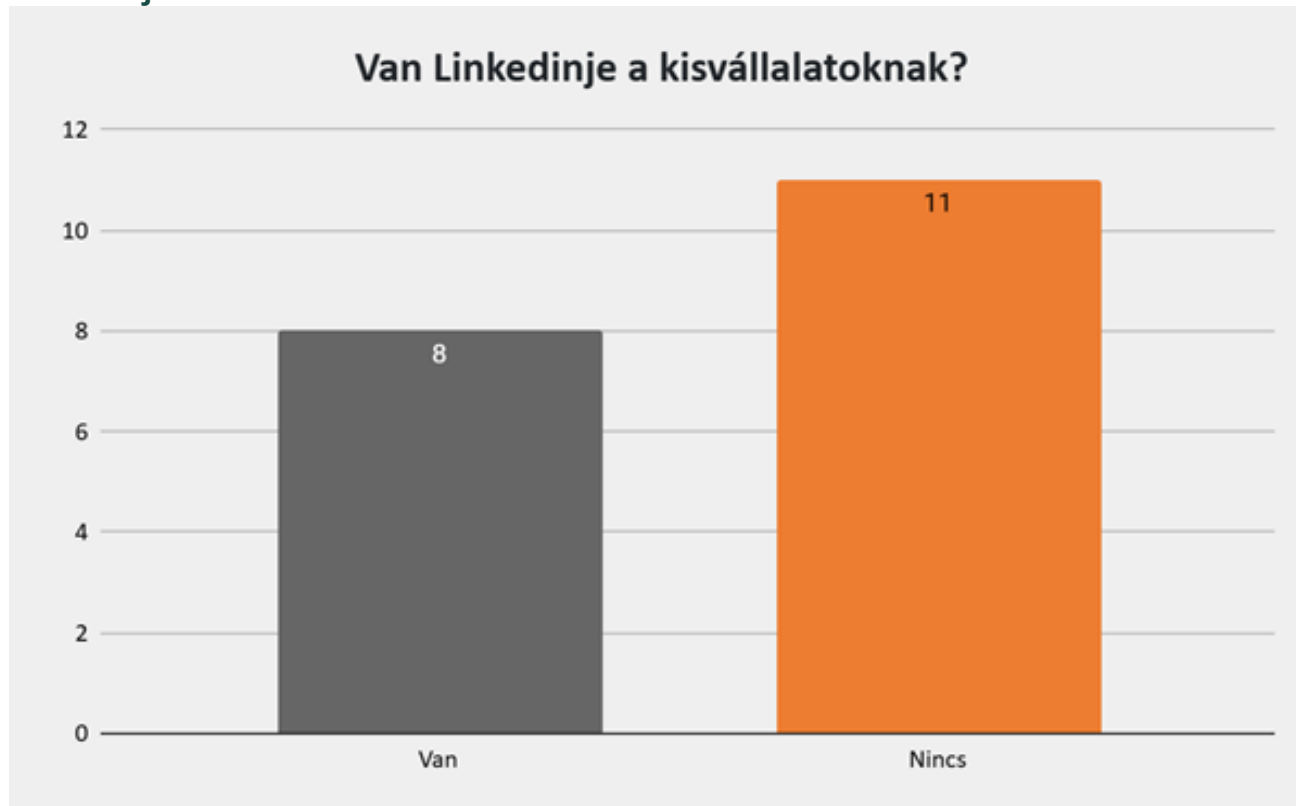
Vállalatok jelenléte a weben és a közösségi médiában

Összegzés:

Megfigyelhető, hogy minél nagyobb egy vállalat, annál nagyobb figyelmet fordít arra, hogy képviselje magát a közösségi médiában, és hogy rendszeresen, jó minőségben posztoljon. Az elemzés alapján egyértelműen látszik, hogy a közösségi média jelenléte és aktivitása szoros összefüggésben áll a vállalat méretével. A kisvállalatok esetében még van tér a fejlődésre, különösen a rendszeres posztolás és a tartalom minősége terén. A középvállalatok már tudatosabban használják a közösségi médiát, ami pozitívan hat a vállalati arculatra és az ügyfélkapcsolatokra. A nagyvállalatok pedig példát mutatnak azzal, hogy profi módon, modern megjelenéssel és rendszeres aktivitással építik online jelenlétüket.

A közösségi média nemcsak a láthatóság növelésében, hanem a vásárlói elköteleződés erősítésében és a márkaépítésben is kulcsszerepet játszik. Minél nagyobb figyelmet fordítanak a cégek erre a területre, annál nagyobb eséllyel tudják növelni piaci részesedésüket és versenyképességüket. Ez különösen fontos a digitális korban, ahol az online térben való aktív jelenlét szinte elvárás minden vállalkozás számára.

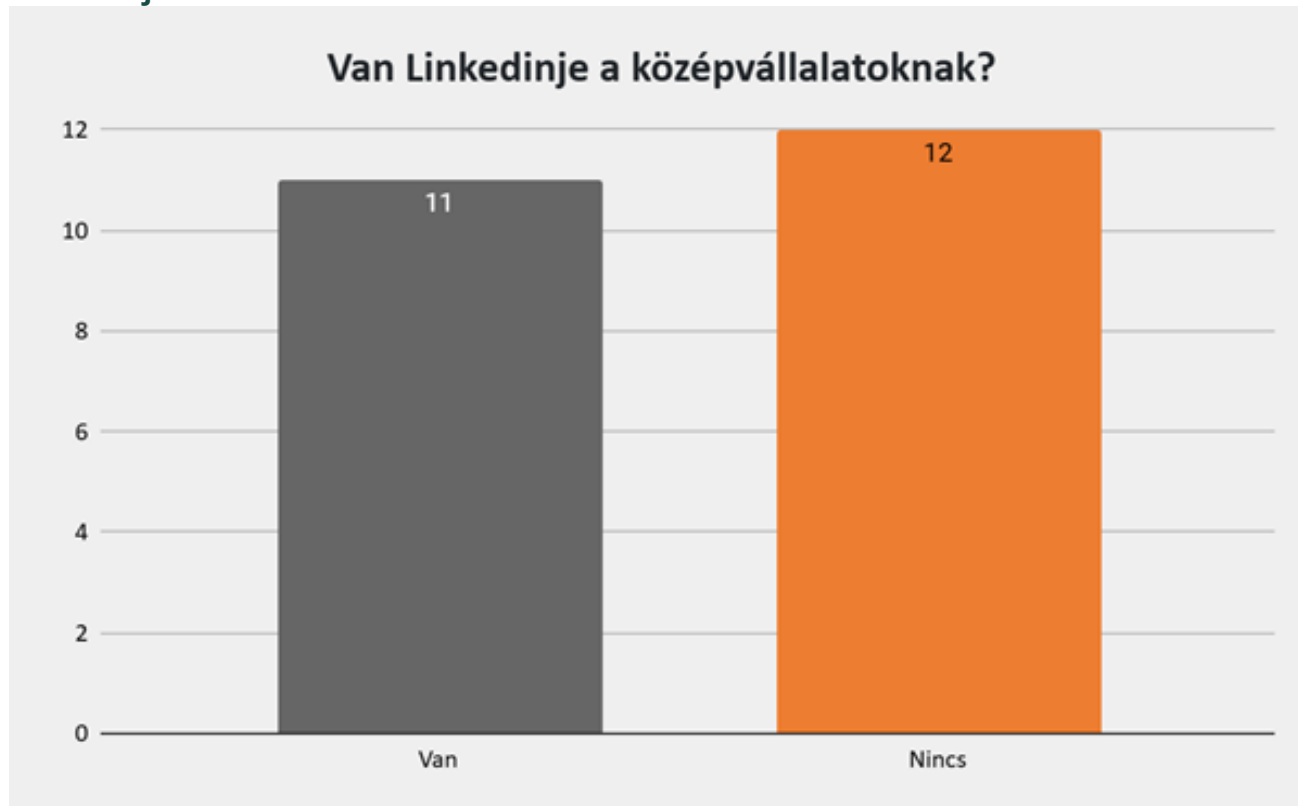
LinkedIn jelenlét



Vállalatok jelenléte a weben és a közösségi médiában

A kisvállalatokra nem jellemző, hogy aktívak lennének Linkedinen, egy-két kivételtől eltekintve. Sok esetben, ahol van profil, ott egyáltalán nincs aktivitás, vagy nagyon rég volt már.

LinkedIn jelenlét

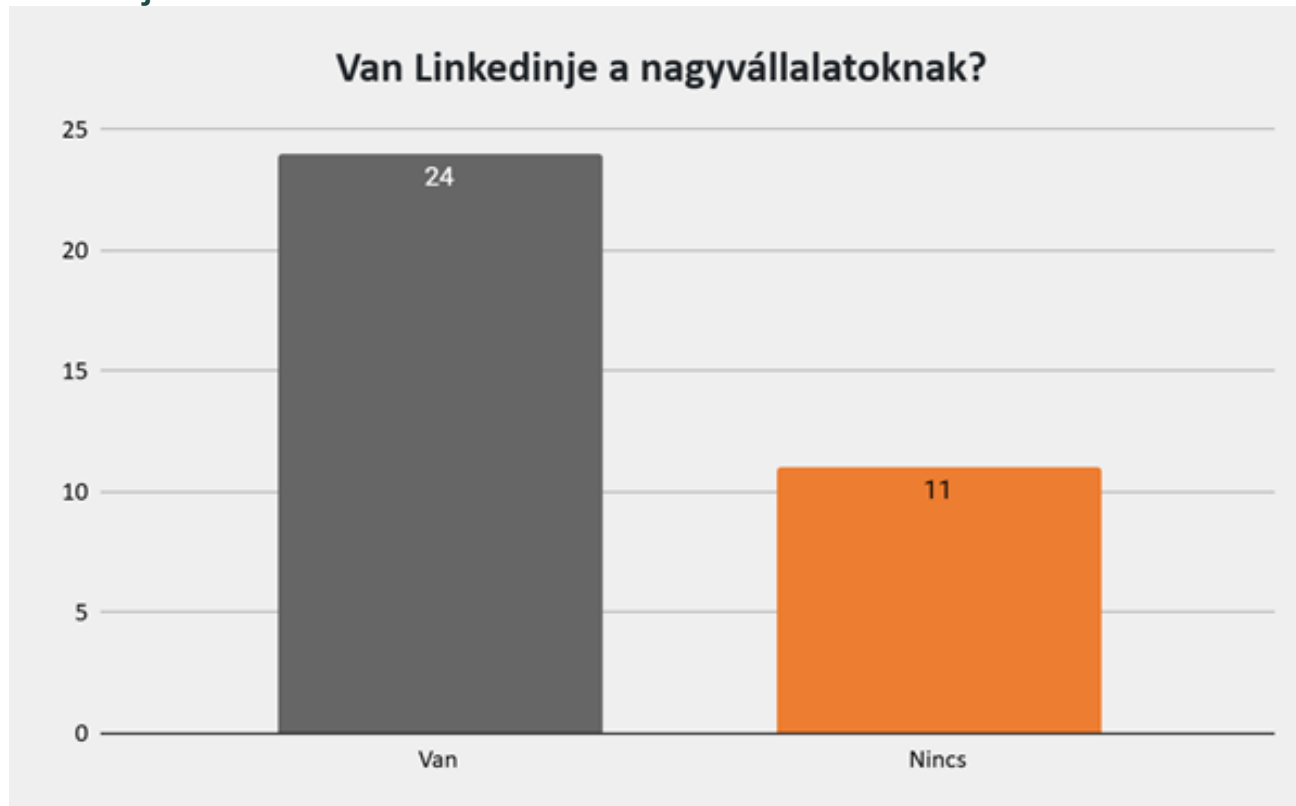


Vállalatok jelenléte a weben és a közösségi médiában

A középvállalatoknak jobb arányban van LinkedIn profilja, mint a kisvállalatoknak, de nem sokkal. Közülük 8-an tettek már közzé tartalmat, többségük rendszeresen posztol.



LinkedIn jelenlét



Linkedinen szintén a nagyvállalatok a legaktívabbak, erre a platformra is nagy hangsúlyt fektetnek. Náluk már az is jellemző, hogy állás hirdetéseiket itt is hirdetik.

Vállalatok jelenléte a weben és a közösségi médiában

Összegzés:

Az elemzés rámutat, hogy a LinkedIn használata jelentős mértékben eltér a vállalatok méretétől függően. A kisvállalatok körében a platform kihasználtsága minimális, és még azok is, akik jelen vannak, jellemzően alacsony aktivitást mutatnak. Ez arra utal, hogy sok kisvállalkozás még nem ismeri fel a LinkedIn-ben rejlő üzleti lehetőségeket.

A középvállalatok esetében már látható némi tudatosság a LinkedIn használatában, hiszen többüknek van profilja, és rendszeresen posztolnak. Ez a tevékenység hozzájárul a szakmai kapcsolatok kiépítéséhez és a vállalati imázs erősítéséhez.

A nagyvállalatok azonban egyértelműen vezető szerepet töltenek be a LinkedIn platformon. Nemcsak aktívan posztolnak, hanem az állás hirdetéseik kommunikációjához is gyakran használják, ezzel maximalizálva a platform által kínált lehetőségeket. Ez jól mutatja, hogy a nagyvállalatok stratégiaileg kezelik a LinkedIn-t, és hatékony eszközként használják a szakmai jelenlét erősítésére és a toborzási folyamatok támogatására.

Összességében elmondható, hogy a LinkedIn egyre fontosabb szerepet tölt be a vállalati szférában, és minél nagyobb egy cég, annál tudatosabban és aktívabban használja ezt a platformot a szakmai céljai eléréséhez.

Vállalatok munkaerő felvételi szándékai

//	Vállalatok száma	Fizikai munka	Szellemi munka	Összesen
Kisvállalatok	19 db	27 db állás	8 db állás	35 db állás
Középvállalatok	23 db	46 db állás	28 db állás	74 db állás
Nagyvállalatok	35 db	228 db állás	297 db állás	525 db állás
Összesen	77 db	301 db állás	333 db állás	634 db állás

Munkaerő felvételi szándékok

A táblázat megmutatja, hogy egyes vállalati méretek szerint milyen és mennyi állást hirdettek meg a közelmúltban. Kijelenthető, hogy több, mint 80%-os aránnyal a nagyvállalatok kínálják a legtöbb állást mind fizikai, mind szellemi pozíciók kapcsán. A táblázatról még megtudhatjuk, hogy nagy különbség nincsen a kis- és a középvállalatok között munkaerő felvételi szándékuk szerint.

Záró gondolatok

A kutatás során átfogó képet kaptunk a Neumann János Egyetem duális képzési partnereinek jellemzőiről, méret szerinti megoszlásáról, földrajzi elhelyezkedéséről, valamint online jelenlétéről. Az adatok elemzése alapján világosan látható, hogy a duális képzési rendszer legfőbb pillérei a közép- és nagyvállalatok, melyek tudatosan törekednek a szakmai utánpótlás kinevelésére és aktívan jelen vannak a digitális térben is.

Különösen fontos tapasztalat számunkra, hallgatók számára az, hogy a partnervállalatok jelentős része olyan ágazatokban tevékenykedik, ahol fejlődési lehetőséget biztosítanak a gyakorlat során. A duális képzés tehát nem csupán elméleti ismeretek kiegészítését szolgálja, hanem valódi hidat képez az egyetemi tanulmányok és a munkaerőpiac elvárásai között.

Reméljük, hogy munkánk hozzájárulhat ahhoz, hogy a jövőben még több hallgató válassza ezt a képzési formát, és hogy az egyetem és a vállalatok közötti együttműködés tovább erősödik. A felmérés során szerzett gyakorlati tapasztalat számunkra is fontos visszacsatolást adott, és lehetőséget biztosított az adatfeldolgozásban, kutatásban és elemzésben való elmélyülésre.

Készítette:

Csikós Noé, gazdálkodási és menedzsment
Fekete Kristóf, gazdálkodási és menedzsment
Halmai Tünde Luca, kereskedelem és marketing (kereskedelmi)
Kerekes Krisztina, gazdálkodás és menedzsment
Kovács András Kristóf, pénzügy és számvitel
Kovács Tibor Árpád, pénzügy és számvitel
Szilvási Tibor, pénzügy és számvitel
Tantucz Zoltán Levente pénzügy és számvitel

