

**Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar**  
**University of Miskolc Faculty of Economics**

# **KONFERENCIAKIADVÁNY**

**„MÉRLEG ÉS KIHÍVÁSOK”**  
**XI. NEMZETKÖZI TUDOMÁNYOS KONFERENCIA**

**ISBN 978-963-358-202-2**

**2019. október 17-18.**  
**Miskolc-Lillafüred**

**Felelős szerkesztők:**

**Veresné prof. dr. Somosi Mariann  
Dr. Lipták Katalin**

**Miskolci Egyetem  
Gazdaságtudományi Kar  
H-3515 Miskolc-Egyetemváros**

## TARTALOMJEGYZÉK

<b>Balaton Károly</b> ÚJSZERŰ MEGKÖZELÍTÉSEK A VÁLLALATOK STRATÉGIAI VEZETÉSÉBEN	6
<b>Bartha Zoltán - Bereczk Ádám</b> MELY ÉRDEKELTEK IGÉNYEIRE KONCENTRÁLNAK A MAGYAR TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁSOK?	15
<b>Bene Zsuzsanna</b> A TOKAJI PEZSGŐ EREDETVÉDELMI RENDSZERE A FENNTARTHATÓ ÉLELMISZERTERMELÉS TÜKRÉBEN	26
<b>Bozsik Sándor</b> A KELET-KÖZÉP EURÓPAI ORSZÁGOK MAGÁNHITELEZÉSÉNEK ALAKULÁSA 2004 ÉS 2018 KÖZÖTT	38
<b>Bozsik Sándor - Szemán Judit - Olajos István</b> A TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ FINANSZÍROZÁSI ÉS JOGI PROBLÉMÁINAK TÜKRÖZŐDÉSE A SZOCIÁLIS SZÖVETEKEZETEK ESETÉBEN EGY KÉRDŐÍVES FELMÉRÉS ALAPJÁN	51
<b>Csiszár Csilla Margit</b> ADATVÉDELEM A DIGITÁLIS TÉRBEN AVAGY MENNYIRE VAGYUNK BIZTONSÁGBAN	62
<b>Horváthné Csolák Erika</b> A DEMOGRÁFIAI FOLYAMATOK ÉS AZ EGÉSZSÉGÜGYI INTÉZMÉNYEK KAPACITÁSAINAK VIZSGÁLATA AZ EURÓPAI OECD ORSZÁGOKBAN	69
<b>Diachenko Tetiana - Kosenko Andryi - Tkachov Maksim</b> FORMATION OF COMPETITIVE STRATEGIES OF ENTERPRISES FOR TECHNOLOGICAL EQUIPMENT REPAIR	79
<b>Füredi-Fülöp Judit - Várkonyiné Juhász Mária</b> TUDÁSALAPÚ HOZZÁADOTT ÉRTÉK MEGJELENÍTÉSE A PÉNZÜGYI KIMUTATÁSOKBAN	89
<b>Gliznutsa Maryna</b> INNOVATIVE POTENTIAL AS A COMPONENT OF DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF THE COUNTRY	99
<b>S. Gubik Andrea - Farkas Szilveszter - Szilágyi Roland</b> A VÁLLALKOZÓI HAJLANDÓSÁG ELTÉRÉSEI A VISEGRÁDI ORSZÁGOK EGYETEMISTÁI KÖRÉBEN	108
<b>Hajdú Noémi - Molnár László</b> BEISKOLÁZÁSI FACEBOOK KAMPÁNY HATÉKONYSÁGÁNAK ÉRTÉKELÉSE	121
<b>Hegedűs Mihály</b> A VERSENYKÉPESSÉGI PROBLÉMÁK MAGYARORSZÁGON 2019-BEN	130
<b>Illés Mária</b> TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁSOK – A DEFINIÁLÁSI PROBLÉMA	142
<b>Illés Bálint Csaba - Oravecz Titanilla – Mucha László – Tóth Gedeon</b> A VÉDJEGYHASZNÁLAT FONTOSSÁGA A MAGYAR MÉHÉSZEK VERSENYKÉPESSÉGÉNEK NÖVELÉSE ÉRDEKÉBEN	153
<b>Karajz Sándor</b> A DIGITALIZÁCIÓ HATÁSA A PERIFÉRIKUS TÉRSÉGEK TÁRSADALMI INNOVÁCIÓJÁRA	162
<b>Kobielieva Tetiana</b> FOUR LINES OF COMPLIANCE-PROTECTION OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE	170
<b>Koltai Tamás - Tamás Alexandra</b> RELATÍV HATÉKONYSÁGVIZSGÁLAT (DEA) ALKALMAZÁSA AZ ÁLLAMIGAZGATÁSBAN: GYAKORLATI EREDMÉNYEK ÉS ELMÉLETI PROBLÉMÁK	183
<b>Kovács Levente</b> JELENÉRTÉK ALAPÚ PÉNZÜGYI SZÁMÍTÁSOK	195

<b>Kovács Levente</b> AZ AZONNALI ÁTUTALÁS GAZDASÁGI HATÁSAI	204
<b>Kuruczleki Éva</b> MÉRÉSI MODELLEK AZ EGYÉNI ÉS VÁLLALATI PÉNZÜGYI KULTÚRÁBAN	212
<b>Lengyel Levente - Kitti Fodor</b> ANALYSIS OF EFFECTS ON LIFE EXPECTANCY AT BIRTH	225
<b>Lengyel Levente - Szilágyi Roland</b> THE STRUCTURE OF SHARING ECONOMY USERS AND PROVIDERS	234
<b>Lipták Katalin – Voykina Ekaterina – Kvachev Vadim</b> A MUNKA FOGALMÁNAK ÚJJÁSZÜLETÉSE	245
<b>Nagy Szabolcs</b> AZ ÁR, A MINŐSÉG, A MÁRKANÉV ÉS A KÖRNYEZETBARÁTSÁG FONTOSSÁGA A VÁSÁRLÓI DÖNTÉSEK SORÁN	252
<b>Nováky Erzsébet - S. Gubik Andrea</b> A GYENGE JELEK SZEREPE A JÖVŐBENI BIZONYTALANSÁG MÉRSÉKLÉSÉBEN	264
<b>Pál Tibor</b> MINŐSÉG ÉS MINŐSÍTÉS A SZÁMVITEL GYAKORLATÁBAN	277
<b>Pererva Petro</b> THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ESSENCE OF TECHNOLOGY TRANSFER ON THE BASIS OF ENTREPRENEURSHIP AND INTRAPRENEURSHIP	284
<b>Péter Zsolt - Orosz Dániel</b> A FELSŐOKTATÁSI INTÉZMÉNYEK HELYE SZEREPE AZ OKOS VÁROSSÁ VÁLÁS FOLYAMATA SORÁN KÜLÖNÖS TEKINTETTEL HAZÁNK MEGYEI JOGÚ VÁROSAIBAN	298
<b>Poór József- Kovács Ildikó Éva - Szlávics Ágnes - Juhász Tímea - Buzády Zoltán - Kerekes Kinga - Allen Engle</b> A MULTINACIONÁLIS CÉGEK EMBERI ERŐFORRÁS MENEDZSMENT GYAKORLATAINAK JELLEMZÉSE EMPIRIKUS KUTATÁSOK FÉNYÉBEN, KÖZÉP-KELET-EURÓPÁBAN	306
<b>Popov Mykola - Notovskiy Pavlo</b> FORMATION OF ENERGY SAVINGS DIRECTIONS AT OIL AND FAT INDUSTRY ENTERPRISES OF UKRAINE	317
<b>Olga Savchenko - Ugur Turan</b> SUSTAINABLE DEVELOPMENT AS A NECESSARY COMPONENT OF COUNTRIES ECONOMIC GROWTH	328
<b>Süveges Gábor Béla</b> APPLICABILITY OF DIFFERENT TYPES OF ECONOMIC ANALYSIS FOR HEAT-SUPPLIERS	334
<b>Szendi Dóra</b> KONVERGENCIA ÉS TERÜLETI AUTOKORRELÁCIÓ NÉMETORSZÁGBAN, A FAJLAGOS GDP EGYENLŐTLENSÉGEI 30 ÉVVEL A BERLINI FAL LEOMLÁSÁT KÖVETŐEN	340
<b>Szűcsné Markovics Klára</b> A LÉTESÍTMÉNY-BERUHÁZÁSOK DÖNTÉS-ELŐKÉSZÍTÉSÉNEK FOLYAMATA A FELDOLGOZÓIPARBAN	351
<b>Tokár-Szadai Ágnes</b> A TANÁCSADÁSI SZOLGÁLTATÁS IGÉNYBEVÉTELE CÉLJAINAK VÁLTOZÁSA ÉSZAKKELET-MAGYARORSZÁGON 2001-2016	364
<b>Dunay Anna - Tóth András - Kovács Anikó - Illés Bálint Csaba - Bittsánszky András</b> HÚSPÓTLÓ NÖVÉNYI ALAPANYAGOK JELENTŐSÉGE ÉS MIKROBIOLÓGIAI BIZTONSÁGA	375
<b>Csemáné Váradi Erika - Vinnai Edina - Lengyel Levente</b> FIATALOK A DIGITÁLIS TÉRBEN – EGY BORSOD MEGYEI KUTATÁS ELSŐDLEGES EREDMÉNYEI	384
<b>Varga Beatrix - Fodor Kitti</b> A FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉS ÉS A KRITIKUS ELEMELK	393

<b>Varga Krisztina</b> TÁRSADALMI INNOVÁCIÓS FOLYAMATOK EGY HÁTRÁNYOS HELYZETŰ JÁRÁSBAN	404
<b>Vilmányi Márton - Hetesi Erzsébet - Tarjányi Margit</b> SZERVEZETKÖZI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK JELLEGZETESSÉGEI EGÉSZSÉGÜGYI SZEKTORBAN	417
<b>Musinszki Zoltán - Mélypataki Gábor - Lipták Katalin</b> A DIGITALIZÁCIÓ ÉS A KONTROLLER	429
<b>Berényi László</b> AZ ÚJDONSÁG ELTERJEDÉSÉNEK ÉS ELFOGADÁSÁNAK MODELLJEI	437
<b>Boncz Bettina - Szabó Zsolt Roland</b> A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA HATÁSA A MUNKAERŐPIACRA	445
<b>Dabasi-Halász Zsuzsanna</b> ÖSSZEHOSONLÍTÓ TANULMÁNY A FIATALOK MOBILITÁST KIALAKÍTÓ STRUKTÚRÁKRÓL	457
<b>Dunavölgyi Mária - Baksa Máté</b> SZEGREGÁCIÓ ÉS INTEGRÁCIÓ A SZERVEZETI KAPCSOLATHÁLÓZATOKBAN: VEZETŐI KÉPESSÉGEK ÉS VERSENYKÉPESSÉG	466
<b>Gyökér Irén - Finna Henrietta</b> AGILITÁS A HR-BEN	475
<b>Kádárné Horváth Ágnes - Kis-Orloczki Mónika - Takácsné Papp Adrienn</b> A KÖRFORGÁSOS GAZDASÁG LEHETŐSÉGEI AZ ACÉLIPARBAN	497
<b>Marciniak Róbert</b> ÜZLETI SZOLGÁLTATÁS 4.0 TECHNOLÓGIÁK	511
<b>Molnár László - Hajdú Noémi</b> A PBL-MÓDSZERTAN ALKALMAZÁSA A MARKETINGKUTATÁS OKTATÁSÁBAN	520
<b>Nagy Katalin</b> TÁRSADALMI INNOVÁCIÓS LEHETŐSÉGEK A TURIZMUSBAN	530
<b>Siposné Nándori Eszter</b> ÚJSZERŰ MEGOLDÁSOK A FOGLALKOZTATÁS ELŐSEGÍTÉSÉRE A CENTRUM- TÉRSÉGEKBEN ÉS A PERIFÉRIÁKON EGY TÁRSADALMI INNOVÁCIÓS DÍJ PÉLDÁJÁN KERESZTŰL	547
<b>Szilágyiné Fülöp Erika - Voith Katalin</b> KAMARAI ÉRDEKKÉPVISELET BELGIUMBAN ÉS MAGYARORSZÁGON	557
<b>Andráskó Dóra - Bakó Tamás</b> AZ EGYÉNI FELELŐSSÉG ÉS A TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS KAPCSOLATÁNAK EMPIRIKUS VIZSGÁLATA	566
<b>Kucsma Daniella</b> TELJESÍTMÉNYÉRTÉKELÉSI RENDSZEREK ÚJRA GONDOLVA	577

## AZ ÚJDONSÁG ELTERJEDÉSÉNEK ÉS ELFOGADÁSÁNAK MODELLJEI

### MODELS FOR DISTRIBUTION AND ACCEPTANCE OF NOVELTY

Berényi László<sup>1</sup>

<sup>1</sup>PhD, dr. habil, egyetemi docens, Miskolci Egyetem, H3515 Miskolc-Egyetemváros,  
+3646565111/1773, szvblaci@uni-miskolc.hu

#### ÖSSZEFOGLALÁS

*A diffúzió a termékek és szolgáltatások, valamint a technológiafejlesztés területén egyaránt kritikus folyamat. A diffúziót leíró modellek egyik csoportja tömegjelenségek alapján írja le a mennyiségi jellemzők alakulását, másik csoportjuk a jelenség mögött meghúzódó egyéni indítékok és motivációk feltárását célozza meg. A vizsgálati módszereket és modelleket folyamatosan fejlesztik és integrálják annak érdekében, hogy minél több kérdésre kínáljanak választ. Tanulmányomban áttekintem a diffúziót leíró általános modelleket, az egyéni viselkedést leíró modelleket, továbbá a technológiák illeszkedésével és elfogadásával foglalkozó modelleket. A modellekhez kapcsolódó statisztikai elemzések értelmezése véleményem szerint korlátozott, azonban ettől függetlenül széles körben használhatók vállalati és társadalmi feladatok támogatásához.*

#### SUMMARY

*Diffusion is an essential process for developing products, services or technology. One group of the models describe the evolution of quantitative indicators based on mass phenomena; another group aims to explore the individual motives and motivations. The concepts are continuously improved to extend the scope and validity. This study reviews general diffusion models, the models of individual behavior and models for adapting and accepting technologies. However, there is a limited interpretation allowed based on the statistical analysis related to the models, understanding the relations can be used widely for supporting corporate and social challenges.*

#### Bevezetés

Az új gondolat megszületése (invenció), annak testet öltése (innováció) önmagában nem értelmezhető, az eredmények használata, elterjedése szervez egységet képez velük. A diffúzió jelensége – többek között – a gazdálkodástudományokban nagy jelentőséggel bír. Például az információ terjedése-terjesztése a vezetési feladatok szempontjából kiemelt fontosságú, a termékek és szolgáltatások elterjedése elsősorban a marketing és az innováció területén meghatározó.

A tudás és a technológiák diffúziója kapcsán pedig nehéz lenne csupán néhány területet kiemelni, azok teljes működést átszövik. A stratégiaalkotás, a termelési rendszerek kialakítása és működtetése, az üzleti adminisztráció, emberi erőforrás menedzsment és a pénzügyi hatások kezelése is kulcsterületnek számítanak.

Milyen tényezők és hatások befolyásolják a fogyasztói döntéseket? Habár üzleti szempontból a diffúzió eredménye tűnik fontosabbnak, a sikerhez szükség van a diffúzió folyamatának és befolyásoló tényezőinek megismerésére is.

A szakirodalomban számos olyan modellt találunk, amelyek a témakörtől, szakmai tartalomtól függetlenül jól használhatók a diffúzió leírására. Tanulmányom célja áttekinteni és rendszerezni a kapcsolódó modelleket, továbbá rámutatni alkalmazási lehetőségekre és korlátokra.

## A modellek csoportosítása

A modellek bemutatásával és rendszerezésével több munka foglalkozik (Chang, 1998; Ajzen, 2005; Nagy, 2006; Isaias és Issa, 2015; Gerdesics és Pavluska, 2015; Keszey és Zsukk, 2017, Deutsch, 2019), a téma iránti érdeklődés töretlen. Ettől nagyságrendekkel nagyobb azon szakcikkek száma, amelyek a modellekre épülő elemzéseket tesznek közzé. A modelleket négy csoportba tudom sorolni (1. táblázat).

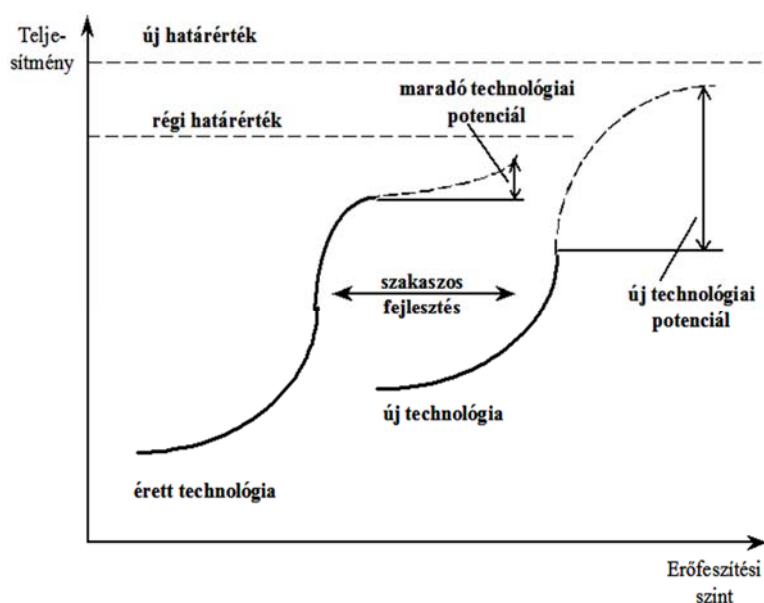
1. táblázat: Modellek csoportosítása

Csoport	Modellek
Diffúziót leíró modellek	Termékéletgörbe, Fogyasztói elfogadás, S-görbe
Viselkedési modellek	Szándékolt cselekvések elmélete, Tervezett viselkedés elmélete
A technológia elfogadási modelljei	Technológiai elfogadási modellek, Technológiai elfogadásának és használatának egyesített elmélete
Feladat és technológia kapcsolatát vizsgáló modellek	Feladat-technológia illeszkedése, integrált modellek

*Forrás: saját szerkesztés*

## Diffúziót leíró modellek

A stratégiai menedzsment, az innovációmenedzsment, a technomenedzsment és a marketing is gyakran használja a termékéletgörbét egy termék vagy szolgáltatás elterjedésének leírására (lásd például Szakály, 2002; Kotler, 2004; Grieves, 2005). A különböző „életszakaszokban” járó termék eltérő menedzsment akciókat kíván a kezdeti befektetések után. Az életszakaszokhoz jól illeszkedik Rogers (1991) fogyasztói magatartást leíró modelljének kategóriái: az újtítok, korai adaptálók, korai többség, késői többség és lemaradók. Az S görbék (1. ábra) szerepe a technológiai előrejelzés kapcsán kiemelkedő, feltételezve azonban azt, hogy a technológia terméket eredményez vagy a technológiát termék hordozza, azok elterjedésének ütemére és mértékére egyaránt utal.



1. ábra: S-görbe

*Forrás: Szakály (2013)*

## Viselkedési modellek

A szándékolt cselekvések elmélete (TRA, Theory of Reasoned Actions) az 1960-as évek végén született meg (Fishbein, 1967), majd többször továbbfejlesztették (Ajzen-Fishbein, 1975; 1980). A modell alapján a tényszerű ismeretekkel és a viselkedéssel kapcsolatos normákkal magyarázható egy cselekvés kimenete, illetve végrehajtásának ténye. Az attitűdök és normák részletes vizsgálata, továbbá hatásuk mechanizmusának feltárása számos további modellt ihletett. A tervezett viselkedés elmélete (TPB, Theory of Planned Behaviour) Ajzen (1991) modellje, lényegében a szándékolt cselekvések elméletének tovább gondolása. Az elmélet igazi újdonsága az, hogy bevezeti a viselkedés kontrollját, más oldalról közelítve a környezeti tényezők módosító hatását:

- Ha a viselkedés megvalósítása teljesen az érintett személy által kontrollált, akkor a szándék önmagában előre jelzi a viselkedést (Ajzen, 1991).
- Ha a személy kontrollja nem teljes (általában ez jellemző), egyéb tényezők hatásával is számolni kell. Az ún. észlelt viselkedési kontroll annak a mértéke, amennyire a személy képesnek érzi magát a cselekvés végrehajtására. A tényleges kontroll a viselkedés megvalósításához szükséges forrásokat és lehetőségeket foglalja össze, amelyek a személy rendelkezésére állnak.

## A technológia elfogadásának modelljei

Az 1980-as években különös figyelmet kapott az információtechnológia területe, ami célirányos vizsgálatokhoz vezetett. A technológia elfogadási modellje (TAM, Technology Acceptance Model) Davis (1986; 1989) munkája, amit a 2000 után kétszer fejlesztettek tovább.

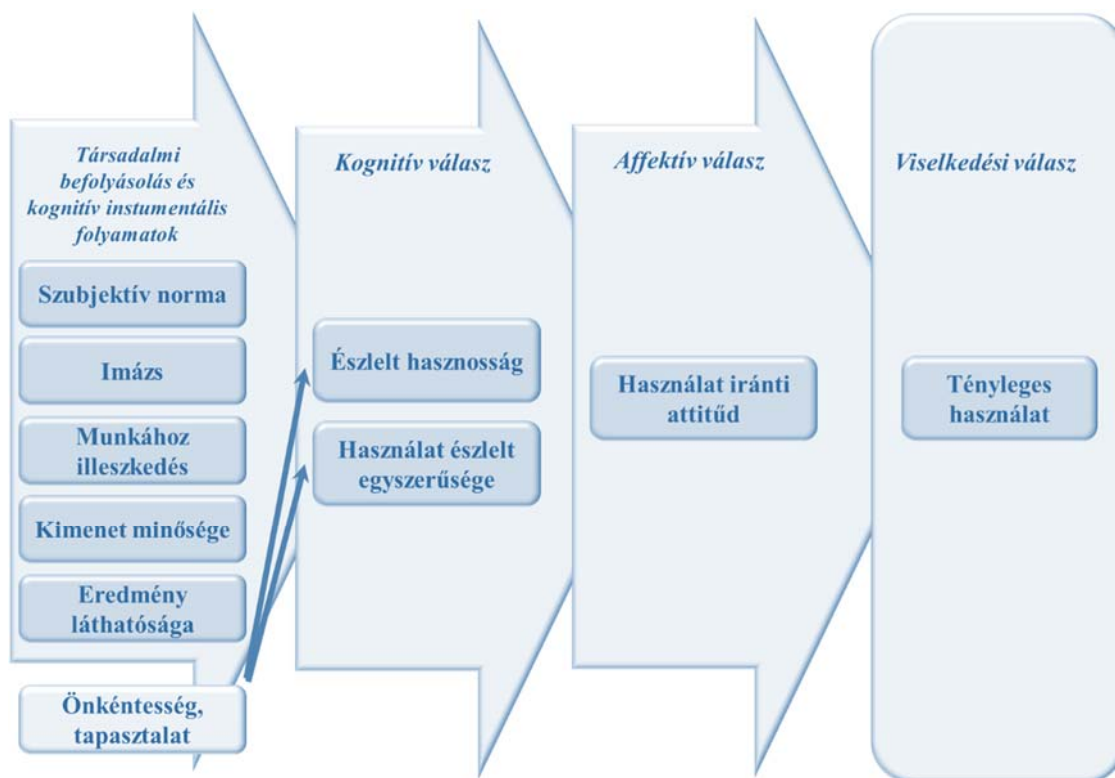
Az elfogadási modellek általános célja egy-egy technológiai innovációval kapcsolatos felhasználói vélemények összegyűjtése és rendszerezése annak érdekében, hogy az adott technológiát javítani vagy fejleszteni lehessen. A technológiai használatát, használati szándékát befolyásoló tényezők:

- Külső változók: ide sorolhatók például a felhasználó személyes tulajdonságai, technológiai innovációk, társadalmi, gazdasági és kulturális környezet sajátosságai.
- Észlelt hasznosság: a vizsgált személy mennyire érzi a vizsgálat tárgyát hasznosnak saját teljesítményének fokozásához.
- A használat észlelt egyszerűsége: a vizsgálat tárgyának használatához szükséges fizikai és szellemi erőfeszítést vélt mértéke.

A TAM 2 modell (2. ábra) az észlelt hasznosság befolyásoló tényezőit fejt ki részletesen, köztük (Venkatesh és Davis, 2000):

- Társadalmi befolyásolók: szubjektív norma, önkéntesség, imázs.
- Kognitív befolyásolók: munkához való illeszkedés, kimenet minősége, eredmények láthatósága.





2. ábra: TAM 2 modell

Forrás: Venkatesh és Davis (2000) alapján

Venkatesh és Bala 2008-ban publikálta a TAM 3 modelljét. A bővítés irány az észlelt használat egyszerűségének részletezése volt.

A technológiai elfogadásának és használatának egyesített elmélete (UTAUT, Unifed Theory of Acceptance and Use of Technology, Venkatesh et al., 2003) integrálja a fejezetben korábban bemutatott modelleket, beleértve a diffúzióra vonatkozó általános megközelítéseket és az egyéni viselkedés befolyásoló tényezőit leíró kezdeményezéseket is. Tömöríti a korábbi modellekbe egyre növekvő számú befolyásoló tényezőket. Az UTAUT modell továbbfejlesztésére is sor kerül (Venkatesh, 2012).

### Feladat és technológia kapcsolatát vizsgáló modellek

A viselkedési és a technológia elfogadási modellekben közös elem a szándék. A környezeti tényezők erős eltérítő (sokszor determináló) hatására az elemzések tapasztalati jól rámutatnak. Goodhue és Thompson (1995) feladat és technológia illeszkedését (TTF, Task-Technology Fit) vizsgáló modellje a kihívást másképpen kezeli: a teljesítményt közvetlenül méri.

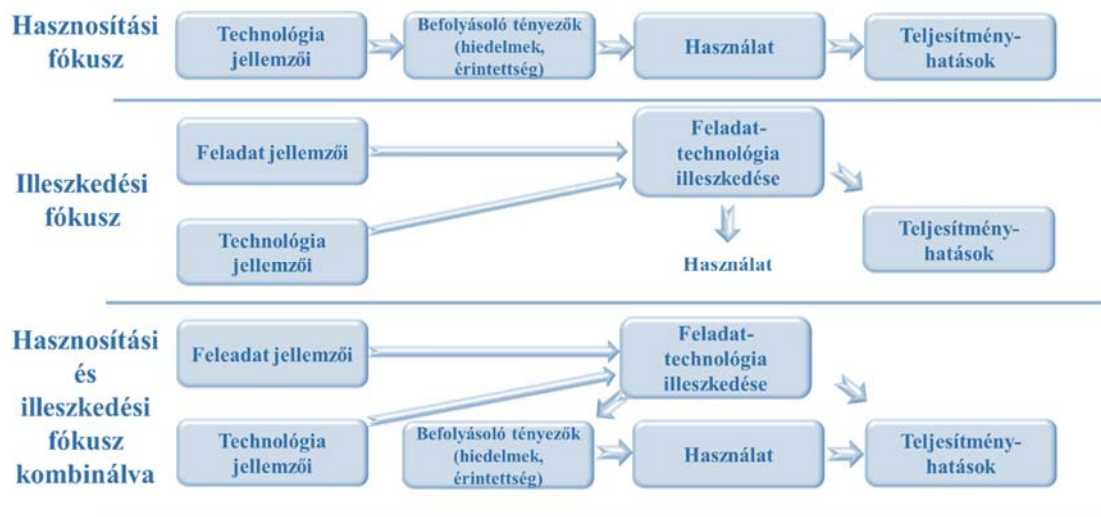
A technológia alatt azon eszközök együttesét kell érteni, amelyeket az egyén feladatai megoldása során használ, ideértve technikai eszközöket, képzést és egyéb támogatást. A feladat az inputot outputtá alakító tevékenység. A kettő illeszkedése annak mértéke, hogy a technológia milyen mértékben segíti az egyént feladatainak elvégzésében.

Valójában három modellről van szó (3. ábra):

- hasznosítás-központú modell,
- illeszkedés-központú modell,
- kombinált modell.

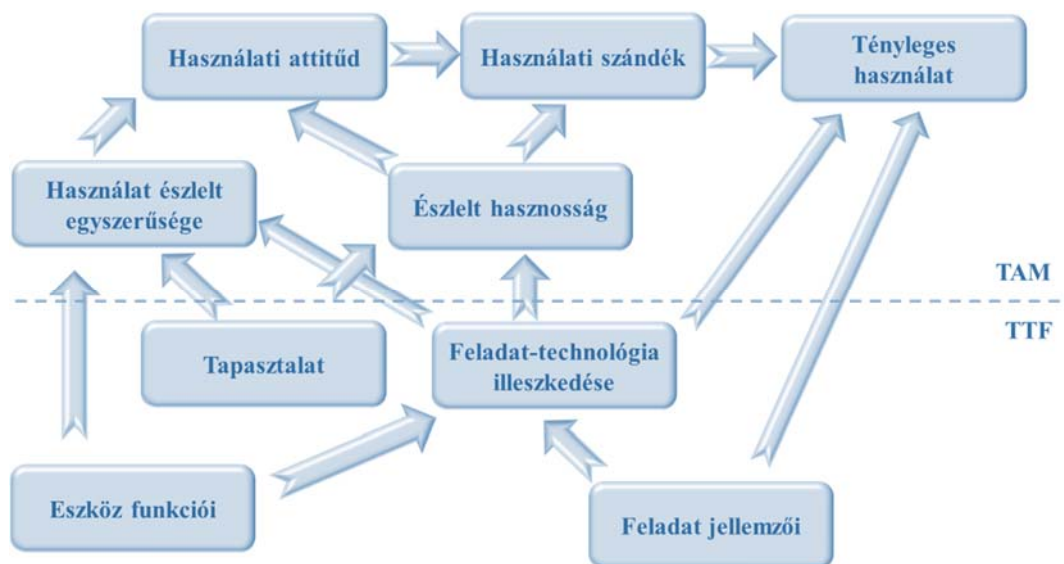
A hasznosítás-központú modell az attitűdükre és viselkedésekre épít, éppen úgy, mint a korábban tárgyalt viselkedési modellek. A technológia sajátosságai alapján a felhasználók attitűdjei, elképzelési befolyásolják annak használhatóságát. A teljesítmény a tényleges használat alapján vizsgálható. Amit ez a modell nem tud kezelni, az a használat önkéntessége. Egy nem kedvelt technológia is vezethet jó teljesítményre, ha azt kötelező használni (például munkáltató előírja), továbbá a használat ténye önmagában nem garantálhatja a jó teljesítményt.

Az illeszkedés-központú modell „szárazabb”, a személyes befolyásoló tényezőket nem kezeli explicit módon. A teljesítményt közvetlenül a feladat és technológia illeszkedése alapján vizsgálja. A kombinált modell összekapcsolja a két megközelítést.



3. ábra: TTF modellek

*Forrás: Goodhue és Thompson (1995)*



4. ábra: TAM és TTF ötvözése

*Forrás: Dishaw és Strong (1999) alapján*

Dishaw és Strong (1999) a TAM és a TTF modellek összekapcsolásában látja a megoldást. Empirikus tanulmányokban mindkét modell bizonyította magyarázó erejét, amit a kombinált megoldás is megőriz, sőt a kapcsolatok révén lehetőséget ad új elemzésekre (4. ábra).

## A modellek értékelése

Az újdonságok elterjedése két szempontból közelíthető meg:

- Az egyén, mint fogyasztó vagy felhasználó saját szükségletei, értékrendje, szokásai stb. alapján dönt egy termék, szolgáltatás vagy technológia használatáról. Motivációinak és döntési mechanizmusának megismerése alapvető fontosságú. A diffúzió folyamata ezen a szinten érthető meg.
- A piac összesítve jeleníti meg a fogyasztói ítéleteket. Az elterjedés mértéke jól mérhető az értékesítésen keresztül, versenyző termékek és technológiák esetén felmérhetők a preferenciák, ugyanakkor elveszenek az egyéni sajátosságok. A diffúzió eredménye itt mérhető.

A termékéletgörbe és a fogyasztói magatartást leíró modellek tömegjelenségeket vizsgálnak, az egyéni motivációkkal nem foglalkoznak. A többi bemutatott modell az egyénre fókuszál és lehetőséget ad olyan statisztikai vizsgálatokra, ami elvileg lehetővé teszi aggregált eredmények bemutatását is, a kapcsolódó – általában – kérdőíves felmérések idő- és erőforrásszükséglete ezt a gyakorlatban nem teszi lehetővé. Az útelemzés módszerével (Wright 1934) és a strukturális egyenletek módszerével (lásd Westland, 2015) lehetőséget kínálnak a modellek arra, hogy konkrét esetekben támogassák a technológiai fejlesztés folyamatát. A modellek továbbfejlesztései és a modellek integrálási kísérletei általában bővítik a bevont tényezők körét, ezzel árnyaltabb képet adva a befolyásoló tényezőkről, azonban ez bonyolítja az adatgyűjtést és elemzést.

Általános problémára mutat rá Keszei és Zsukk (2017), miszerint annak ellenére, hogy a technológiaelfogadás-modellek alkalmazásának egyik nem titkolt célja az innovatív technológiák bevezetési sikerének növelése, a legtöbb általuk elemzett szakcikk már bevezetett technológiákra koncentrálnak. Ez a probléma a többi vizsgált modell esetén szintén fennáll, az előrejelzés pedig a technológiák elterjedését leíró S-görbe esetén nehézkes, függetlenül attól, milyen dimenzióban méri a technológia teljesítményét.

A viselkedési és a technológia elfogadási modellek közös eleme a szándék szempontjának jelenléte. Erről legfeljebb introspektív információval rendelkezhetünk, mérése és értelmezése problémás. A tényleges cselekvések függvényében ugyanannak a szándéknak az értékelése különböző lehet, ismételt vizsgálatra – más kimenettel – nincs lehetőség. A befolyásoló tényezők közötti kapcsolatok feltárásában szisztematikus megközelítésük alapvető fontossággal bír.

A feladat és technológia kapcsolatát vizsgáló modellek képesek kiküszöbölni a viselkedési szándék problémáját, de alkalmazási területük korlátozott abban az értelemben, hogy a feladatot és annak feltételeit konkrétan meghatározva lehet a kapcsolatot elemezni. E modelleket elsősorban információtechnológiai fejlesztések sikerének vizsgálatához fejlesztették ki, logikája azonban más kérdésekhez is jól használható.

## Konklúzió

Az újdonság elfogadásának modelljei kapcsán igaznak tűnik a mondás: ha egy kalapácsod van, minden szögnek tűnik. Saját rendszerükben a modellek zárt és logikus egységet alkotnak, megoldást kínálnak, de nem képesek minden felmerülő kérdést megválaszolni. A modellek továbbfejlesztései egyrészt részletezik, elmélyítik a vizsgálatot, másrészt kombinációik ötvözik az előnyöket. A fejlesztések „mellékhatása”, hogy egyre bonyolultabbá válik használatuk.

A sikeres alkalmazás feltétele az, hogy a megfelelő helyzetre a megfelelő modellt alkalmazzuk. Ebben segítenek a folyóiratokban nagy számban megjelenő empirikus publikációk. Az egyes alkalmazások mögé már kidolgozott módszerek (kérdőívek) használata növeli azok validitását és lehetővé teszi az eredmények összehasonlítását. Véleményem szerint a modellekhez kapcsolódó

statisztikai elemzések számszerű eredményei korlátozottan használhatók fel, mivel a konkrét esetet lefedő minták alapján az általánosítás bizonytalan, a vizsgálatok megismétlésére pedig ritkán adódik lehetőség. Ugyanakkor a modellek mentén az összefüggések felvázolása, vagy legalább sejtése, továbbá az egyéni befolyásoló tényezők profilokba sorolása jól hasznosítható:

- a termék- és szolgáltatásfejlesztés területén a funkciók és a design kialakítására, jól elkülöníthető fogyasztói profilok (ideértve az elvárt szolgáltatásokat vagy a fizetőképességet is) esetén mindamelllett változatok készítésére,
- marketing-akciók megtervezésére, egyes fogyasztói csoportok számára szóló üzenetek megfogalmazásához,
- termékek, technológiák és szolgáltatások értékelésére a stratégiaalkotás támogatásához, a technológiafejlesztés irányainak kijelöléséhez,
- az oktatási és képzési feladatok célirányos megfogalmazásához.

### Irodalomjegyzék

- Ajzen, I. (1991): The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50. évf. 2. sz. pp. 179-211.
- Ajzen, I. (2005): *Attitudes, personality and behavior*, Open University Press, Berkshire
- Ajzen, I., Fishbein, M. (1980), *Understanding attitudes and predicting social behaviour*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs
- Ajzen, I., Fishbein, M. (2005): The influence of attitudes on behavior. In: Albarracín, D., Johnson, B. T., Zanna M. P. (eds.): *The handbook of attitudes*, Erlbaum, Mahwah, pp. 173-221.
- Chang, M. K. (1998): Predicting unethical behavior: A comparison of the theory of reasoned action and the theory of planned behavior, *Journal of Business Ethics*, 17. évf. pp. 1825-1834.
- Davis, F. D. (1986): *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results*, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge
- Davis, F. D. (1989): Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, *MIS Quarterly*, 13. évf. 3. sz. pp. 319-340.
- Dishaw, M. T., Strong, D. M. (1999): Extending the technology acceptance model with task-technology fit constructs. *Information & Management*, 36. évf. pp. 9-21.
- Deustch, N. (ed.) (2019): *A technológia szerepének stratégiai felértékelődése. Szemelvények a stratégiai technomenedzsment témaköréből*, Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest
- Fishbein, M. (1967): Attitude and the prediction of behavior. In: Fishbein, M. (ed.): *Readings in attitude theory and measurement*, Wiley, New York, pp. 477-492.
- Fishbein, M., Ajzen, I. (1975): *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, Addison-Wesley, Massachusetts
- Gerdesics, V., Pavluska, V. (2015): *Irodalomkutatás az innováció elfogadás – elméletekről*, Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- Goodhue, D. L., Thompson, R. L. (1995): Task-technology fit and individual performance, *MIS Quarterly*, 19. évf. 2. sz. pp. 213-236.
- Grieves, M. (2005): *Product lifecycle management: Driving the next generation of lean thinking*, McGraw-Hill, New York
- Isaias, P., Issa, T. (2015): *High level models and methodologies for information systems*, Springer, New York
- Javidnia, M., Nasiri, S. (2012): Identifying factors affecting acceptance of new technology in the industry using hybrid model of UTAUT and FUZZY DEMATEL, *Management Science Letters*, 2. évf. 7. sz. pp. 2392-2393.
- Keszey, T., Zsukk, J. (2017). Az új technológiák fogyasztói elfogadása: A magyar és nemzetközi szakirodalom áttekintése és kritikai értékelése, *Vezetéstudomány*, 48. évf. 10. sz. pp. 38-47.

- Kotler, P. (2004): *Marketing menedzsment: Elemzés, tervezés, végrehajtás és ellenőrzés*, KJK-Kerszöv, Budapest
- Nagy, Sz. (2006): A környezettudatos magatartás attitűdorientált modellje. In: Piskóti, I. (ed.) *Marketingkaleidoszkóp 2006: Tanulmányok a Marketing Intézet kutatási eredményiből*, Miskolci Egyetem Marketing Intézet, Miskolc, pp. 127-150.
- Rogers, E. M. (1991): *Diffusion of innovations*, Free Press, New York
- Szakály, D. (2002): *Innováció és technológiamenedzsment*, Bíbor Kiadó, Miskolc
- Szakály, D. (2013): *Innovációmenedzsment*, Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Miskolc
- Venkatesh, V., Bala, H. (2008): Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions, *Decision Sciences*, 39. évf. 2. sz. pp. 273-315.
- Venkatesh, V., Davis, F. D. (2000): A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies, *Management Science*, 46. évf. 2. sz. pp. 186-204.
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., Davis, F. (2003): User acceptance of information technology: Toward a unified view, *MIS Quarterly*, 27. évf. 3. sz. pp. 425-478.
- Westland, J. C. (2015): *Structural equation modeling: From paths to networks*, Springer, New York
- Wright, S. (1934): The method of path coefficients, *Annals of Mathematical Statistics*, 5. évf. 3. sz. pp. 161-215.