

VÁLSÁG & KILÁBALÁS  
CRISIS &  
RECOVERY  
INNOVATÍV  
megoldások  
INNOVATIVE  
SOLUTIONS

*Nemzetközi Tudományos Konferencia  
a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából*

*International Scientific Conference on the  
Occasion of the Hungarian Science Festival*

*Programfüzet  
és előadáskivonatok*

*Schedule and  
Book of Abstracts*

Sopron,  
**5 november**  
2020



A MAGYAR  
TUDOMÁNY  
ÜNNEPE



*Soproni Egyetem Kiadó  
University of Sopron Press  
Sopron, 2020*

**SOPRONI EGYETEM / UNIVERSITY OF SOPRON**  
**LÁMFALUSSY SÁNDOR KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR**  
**/ ALEXANDRE LAMFALUSSY FACULTY OF ECONOMICS**



# **VÁLSÁG ÉS KILÁBALÁS: INNOVATÍV MEGOLDÁSOK**

**CRISIS AND RECOVERY:  
INNOVATIVE SOLUTIONS**

**Programfüzet és előadáskivonatok**  
Schedule and Book of Abstracts

online kiadvány / electronic publication



**SOPRON / Hungary**  
**2020. november 5. / 5 November 2020**

**Nemzetközi tudományos konferencia a Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából**  
International Scientific Conference on the Occasion of the Hungarian Science Festival

**Mottó / Motto: „Jövőformáló tudomány” / „Future Shaping Science”**

**Szervező / Organizer: A Soproni Felsőoktatásért Alapítvány**  
/ For the Higher Education at Sopron Foundation

**A konferencia védnöke / Patron of the Conference:**  
Innovációs és Technológiai Minisztérium / Ministry for Innovation and Technology

**A kiadványt szerkesztette / Edited by: Dr. RESPERGER Richárd**

**Borítóterv / Cover plan: JUHÁSZ Márton**

**ISBN 978-963-334-371-5 (online)**

**Felelős kiadó / Executive Publisher:**  
**Prof. Dr. FÁBIÁN Attila, a Soproni Egyetem általános rektorhelyettese**  
/ Vice Rector of the University of Sopron

**Kiadja / Publisher:**  
© **Soproni Egyetem Kiadó / University of Sopron Press**  
Sopron, 2020



# TARTALOMJEGYZÉK

<b>SZERVEZŐK</b>	6
<b>PROGRAM</b>	7
<b>PLENÁRIS SZEKCIÓ</b>	8
<b>SZEKCIÓÜLÉSEK BEOSZTÁSA</b>	9
1. szekció: Makrogazdasági válságelméletek és válságkezelés	10
2. szekció: Regionális és területi folyamatok, innovatív megoldások	11
3. szekció: Válságmenedzsment, válságkezelés a vállalati gyakorlatban	12
4. szekció: Marketing és menedzsment	13
5. szekció: Pénzügyek COVID-19 járvány közben és után – napjaink pénzügyei	14
6. szekció: Turizmus – Közlekedés	15
7. szekció: Poszter-előadások	16
<b>ELŐADÁSKIVONATOK</b>	18
Plenáris szekció összefoglalói	19
Szekcióülések előadásainak összefoglalói:	
1. szekció: Makrogazdasági válságelméletek és válságkezelés	22
2. szekció: Regionális és területi folyamatok, innovatív megoldások	32
3. szekció: Válságmenedzsment, válságkezelés a vállalati gyakorlatban	40
4. szekció: Marketing és menedzsment	50
5. szekció: Pénzügyek COVID-19 járvány közben és után – napjaink pénzügyei	61
6. szekció: Turizmus – Közlekedés	69
7. szekció: Poszter-előadások	79
<b>RÖVIDÍTÉSEK</b>	95

# TABLE OF CONTENTS

<b>ORGANIZERS</b>	6
<b>SCHEDULE</b>	7
<b>PLENARY SESSION</b>	8
<b>PARALLEL SESSIONS</b>	9
Session 1: Macroeconomic Crisis Theories and Crisis Management	10
Session 2: Regional and Territorial Processes, Innovative Solutions	11
Session 3: Crises and Crisis Management in Corporate Practice	12
Session 4: Marketing and Management	13
Session 5: Finances During and After the COVID-19 Epidemic – Today's Finances	14
Session 6: Tourism – Transport	15
Session 7: Poster Presentations	16
<b>ABSTRACTS</b>	18
Abstracts of Plenary Session	19
Abstracts of Parallel Sessions:	
Session 1: Macroeconomic Crisis Theories and Crisis Management	22
Session 2: Regional and Territorial Processes, Innovative Solutions	32
Session 3: Crises and Crisis Management in Corporate Practice	40
Session 4: Marketing and Management	50
Session 5: Finances During and After the COVID-19 Epidemic – Today's Finances	61
Session 6: Tourism – Transport	69
Session 7: Poster Presentations	79
<b>ABBREVIATIONS</b>	95

# SZERVEZŐK

*Szervező: A Soproni Felsőoktatásért Alapítvány*

**Soproni Egyetem**  
**Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (SOE LKK)**

*A konferencia elnöke:*

**Dr. Czeglédy Tamás PhD** egyetemi docens, dékán

*Szervező Bizottság:*

*elnök:* **Dr. Koloszár László PhD** egyetemi docens, intézetig., dékánhelyettes

*tagok:* **Prof. Dr. Fábíán Attila PhD** egyetemi tanár

**Prof. Dr. Obádovics Csilla DSc** egyetemi tanár, Doktori Iskola-vezető

**Prof. Dr. Szalay László DSc** egyetemi tanár

**Prof. Dr. Marcus Mau PhD** egyetemi tanár

**Dr. habil. Bodnár Gabriella PhD** egyetemi docens

**Dr. habil. Pogátsa Zoltán PhD** egyetemi docens, intézetigazgató

**Dr. Kovács Tamás PhD** egyetemi docens, intézetigazgató

**Dr. Tóth Balázs István PhD** egyetemi docens, intézetigazgató

**Dr. Resperger Richárd PhD** adjunktus, a konferencia titkára

# ORGANIZERS

*Organizer: For the Higher Education at Sopron Foundation*

**University of Sopron**  
**Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics (SOE LKK)**

*President of the Conference:*

**Dr. CZEGLÉDY Tamás PhD** Associate Professor, Dean

*Organizing Committee:*

*chair:* **Dr. KOLOSZÁR László PhD**, Assoc. Professor, Head of. Inst., Vice Dean

*members:* **Prof. Dr. FÁBIÁN Attila PhD** Professor

**Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla DSc** Professor, Head of the Doctoral School

**Prof. SZALAY Dr. László DSc** Professor

**Prof. Dr. Marcus MAU PhD** Professor

**Dr. habil. BODNÁR Gabriella PhD** Associate Professor

**Dr. habil. POGÁTSA Zoltán PhD** Associate Professor, Head of Institute

**Dr. KOVÁCS Tamás PhD** Associate Professor, Head of Institute

**Dr. TÓTH Balázs István PhD** Associate Professor, Head of Institute

**Dr. RESPERGER Richárd PhD** Assist. Professor, Secretary of the Conf.

# PROGRAM

**2020. november 5. csütörtök**

<b>09:50 – 10:00</b>	<b>MEGNYITÓ, KÖSZÖNTŐ</b>
<b>10:00 – 12:00</b>	<b>PLENÁRIS SZEKCIÓ</b>
10:00 – 10:30	Plenáris előadás
10:30 – 12:00	Kerekasztal beszélgetés
<b>12:00 – 13:00</b>	<b>SZÜNET</b>
<b>13:00 – 17:00</b>	<b>SZEKCIÓÜLÉSEK</b>

# SCHEDULE

**Thursday, 5 November 2020**

<b>09:50 – 10:00</b>	<b>OPENING GREETINGS</b>
<b>10:00 – 12:00</b>	<b>PLENARY SESSION</b>
10:00 – 10:30	Plenary lecture
10:30 – 12:00	Roundtable discussion
<b>12:00 – 13:00</b>	<b>BREAK</b>
<b>13:00 – 17:00</b>	<b>PARALLEL SESSIONS</b>

# PLENÁRIS ELŐADÁS

*Előadó:*

**Dr. Czeglédy Tamás** egyetemi docens, dékán (SOE LKK)

*Előadásának címe:*

**Economic Crisis Caused by the Health Crisis**

## KEREKASZTAL BESZÉLGETÉS

**Economic Crisis Management in the US, Europe and Hungary  
- Covid 2020 Crisis**

*Részvevők:*

**Török Zoltán** (Raiffeisen Bank) és

**Árokszállási Zoltán** (Erste Bank) vezető banki elemzők

Moderátor: **Dr. Pogátsa Zoltán** egyetemi docens (SOE LKK)

## PLENARY LECTURE

*Speaker:*

**Dr. CZEGLÉDY Tamás** Associate Professor, Dean (SOE LKK)

*Title of the Presentation:*

**Economic Crisis Caused by the Health Crisis**

## ROUNDTABLE DISCUSSION

**Economic Crisis Management in the US, Europe and Hungary  
- Covid 2020 Crisis**

*Participants:*

**TÖRÖK Zoltán** (Raiffeisen Bank) and

**ÁROKSZÁLLÁSI Zoltán** (Erste Bank) Leading Bank Analysts

Moderator: **Dr. POGÁTSA Zoltán** Associate Professor (SOE LKK)



# **SZEKCIÓÜLÉSEK BEOSZTÁSA**

**PARALLEL  
SESSIONS**

**MAKROGAZDASÁGI VÁLSÁGELMÉLETEK  
ÉS VÁLSÁGKEZELÉS  
MACROECONOMIC CRISIS THEORIES AND CRISIS MANAGEMENT**

**1. SZEKCIÓ / SESSION 1**

<b>Elnök / Chair:</b>		<b>Dr. habil. POGÁTSA Zoltán PhD</b> <i>Associate Professor (SOE LKK)</i>
<b>Titkár / Secretary:</b>		<b>Dr. RESPERGER Richárd PhD</b> <i>Assistant Professor (SOE LKK)</i>
13.00– 13.20	<b>Dr. POGÁTSA Zoltán PhD</b> <i>Associate Professor (SOE LKK)</i>	<b>Modern Monetary Theory and Covid19 Crisis Management</b>
13.20– 13.40	<b>Dr. MOLNÁR Csilla PhD</b> <i>Associate Professor (SOE BPK)</i>	<b>Válság és ciklusok a 21. században</b> <i>Crisis and Cycles in the 21st Century</i>
13.40– 14.00	<b>SZABÓ Zsolt Mihály</b> <i>PhD Student (Óbuda University)</i>	<b>Fuzzy logikán alapuló modellezési módszerek közgazdaságtudományi alkalmazása különös tekintettel a nyugdíjrendszerek modellezési lehetőségeire</b> <i>Application of Modeling Methods Based on Fuzzy Logic in Economics with Special Regard to Modeling Possibilities of Pension Systems</i>
14.00– 14.20	<b>Dr. VÁRADI Ágnes PhD</b> <i>Research Fellow (Centre for Social Sciences Institute for Legal Studies)</i>	<b>Resilience and Access to Justice in the Context of International and European Standards</b>
14.20– 14.40	<b>Omar ABUARQOB</b> <i>PhD Student (SOE LKK)</i>	<b>Assessment of the Crisis Management Practices in the Jordanian Banking Sector During the 2020 COVID-19 Pandemic</b>
14.40– 15.00	<b>Omar ABUARQOB</b> <i>PhD Student (SOE LKK)</i>	<b>The Jordanian Fiscal Decentralization Experience: Evaluating the Role of the Decentralization Councils in the Fiscal Conditions of Local Communities</b>
15.00– 15.20	<b>Abdelkarim ALHLOUL</b> <i>PhD Student (SOE LKK)</i>	<b>Challenges of the Schoolteachers and Student's Families in Jordan During the Covid-19 Conversion to Online Teaching</b>
15.20– 15.40	<b>Noor ALKHUJERAT</b> <i>PhD Candidate (SOE LKK)</i>	<b>The Extent of the Awareness of Jordan Telecommunication Companies Customers about the Concept of Corporate Social Responsibility</b>
15.40– 16.00	<b>Osama ALKHLAIFAT</b> <i>PhD Student (SOE LKK)</i>	<b>The Impact of Silence Organization-related Factors on Employees' Satisfaction in the Jordan Ministry of Education</b>

**REGIONÁLIS ÉS TERÜLETI FOLYAMATOK,  
INNOVATÍV MEGOLDÁSOK**  
REGIONAL AND TERRITORIAL PROCESSES, INNOVATIVE SOLUTIONS

**2. SZEKCIÓ / SESSION 2**

<b>Elnök / Chair:</b>		<b>Dr. TÓTH Balázs István PhD Associate Professor (SOE LKK)</b>
<b>Titkár / Secretary:</b>		<b>LENTI Attila PhD Student (SOE LKK)</b>
13.00– 13.20	<b>Dr. TÓTH Balázs István PhD Associate Professor (SOE LKK)</b>	<b>Demográfiai trendek és a gazdasági aktivitás változásai a magyar középvárosokban a 2010-es években</b> <i>Demographic Trends and Changes in Economic Activity in Hungarian Medium-sized Towns in the 2010s</i>
13.20– 13.40	<b>CSISZÁR Szabolcs PhD Student (SOE LKK)</b>	<b>Város- és gazdaságfejlesztési folyamatok a Modern Városok Program keretében Sopronban: aktuális helyzetkép</b> <i>Urban and Economic Development Processes of the Modern Cities Program in Sopron: an Actual Overview</i>
13.40– 14.00	<b>BAZSÓNÉ Dr. BERTALAN Laura PhD Assistant Professor (SOE LKK)</b>	<b>Innovatív és okos modellek a városi élelmiszerellátásban</b> <i>Innovative and Smart Models in Urban Food Management</i>
14.00– 14.20	<b>KOZMA Dorottya Edina PhD Student, Research Assistant (PE GTK)</b> <b>Dr. MOLNÁRNÉ Dr. BARNA Katalin PhD Associate Professor (PE GTK)</b> <b>Dr. MOLNÁR Tamás PhD Full Professor (PE GTK)</b>	<b>Rangsoroljunk vagy nem? – A körforgásos gazdaság mérési lehetőségei az EU tagországokban</b> <i>Should We Rank or Not? - Measurement Possibilities of the Circular Economy in the EU Member States</i>
14.20– 14.40	<b>GYULAI Tamás PhD Student (SZE RGDI)</b> <b>Prof. univ. Dr. NAGY Mariana PhD Professor ("Aurel Vlaicu" University of Arad)</b>	<b>Zöld és digitális átalakulás tapasztalatai Magyarország és Románia határ régiójában</b> <i>Green and Digital Transition in the Border Region Between Hungary and Romania</i>
14.40– 15.00	<b>LENTI Attila PhD Student (SOE LKK)</b>	<b>Egy fenntartható fejlődési modell keresése az Amazonas-medencében</b> <i>The Amazon Basin in Search of a Sustainable Development Model</i>
15.00– 15.20	<b>SZALAI Levente PhD Student (PTE TTK)</b>	<b>Ungarisch-deutsche Wirtschaftsbeziehungen vom Beitritt zur Europäische Union bis heute</b>
15.20– 15.40	<b>Dr. TÓTH Arnold PhD Associate Professor (BGE PSZK)</b> <b>KÁLMÁN Botond Master Student (ELTE ÁJK)</b>	<b>Innováció és jog</b> <i>Innovation and Law</i>

**VÁLSÁGMENEDZSMENT, VÁLSÁGKEZELÉS A  
VÁLLALATI GYAKORLATBAN  
CRISES AND CRISIS MANAGEMENT IN CORPORATE PRACTICE**

**3. SZEKCIÓ / SESSION 3**

<b>Elnök / Chair:</b>		<b>Dr. KÓPHÁZI Andrea PhD Associate Professor (SOE LKK)</b>
<b>Titkár / Secretary:</b>		<b>ANGYAL Viktória PhD Student (SOE LKK)</b>
13.00– 13.20	<b>Dr. KÓPHÁZI Andrea PhD</b> <i>Associate Professor</i> <i>(SOE LKK)</i>	<b>HR újratöltve - Korona HR kutatás első fázisának tapasztalatai</b> <i>HR Reloaded - Experience of the First Phase of Corona HR Research</i>
13.20– 13.40	<b>Dr. MESICS Olívia PhD</b> <i>Plant Manager</i> <i>(Opel Szentgotthárd Ltd)</i>	<b>Válságmenedzselés a COVID vírushelyzethez kapcsolódóan az autóipari vállalatoknál</b> <i>Crisis Management at Automotive Companies Related to the COVID-19 Situation</i>
13.40– 14.00	<b>MAŃUROVÁ Klaudia</b> <i>PhD Student (SOE SKK)</i> <b>Dr. habil. HORVÁTH Csaba</b> <i>PhD Honorary Professor</i> <i>(Óbudai Egyetem)</i>	<b>A koronavírus-válság hatásai a magyar nyomdaiparra</b> <i>The Effects of the Coronavirus Crisis on the Hungarian Printing Industry</i>
14.00– 14.20	<b>NÉMETH Ádám</b> <i>PhD Student (BME GTK)</i> <b>Dr. HERCEGFI Károly</b> <i>PhD Associate Professor</i> <i>(BME GTK)</i>	<b>A Design Thinking használata a kilábaláshoz: egy önkéntes szervezet megteremtése a CoViD-19 járvány ideje alatt a közoktatás megsegítésére – esettanulmány</b> <i>Design Thinking Your Way Out: Organizing Volunteers During CoViD-19 Pandemic to Help Public Education – a Case Study</i>
14.20– 14.40	<b>Dr. KALLÓ Noémi PhD</b> <i>Associate Professor</i> <i>(BME GTK)</i> <b>GERSE-KRIZSA Teréz</b> <i>PhD Student (BME GTK)</i>	<b>Lean eszközök alkalmazási lehetőségeinek vizsgálata egy termelési-szolgáltatási értékláncban</b> <i>Examining the Satisfaction-enhancing Effects of Lean Management in a Production-Service Value Chain</i>
14.40– 15.00	<b>NÉMETH Kornél</b> <i>PhD Student (PE NK)</i> <b>Dr. NÉMETH Kornél PhD</b> <i>Associate Professor (PE NK)</i>	<b>Az ipar 4.0 koncepció kihívása a hazai gyártó és feldolgozó iparban tevékenykedő kkv szektorra</b> <i>The Challenge of the Industry4.0 Conception to the National Small and Mid-size Enterprises in Manufacturing and Processing Sector</i>
15.00– 15.20	<b>BAK Gerda</b> <i>PhD Student (PE GTK)</i> <b>Dr. MOLNÁR Tamás PhD</b> <i>Full Professor (PE GTK)</i>	<b>Az internet használat gyakorisága és az online vásárlás kapcsolatának vizsgálata az elmúlt 14 évben</b> <i>The Relationship Between the Frequency of Internet Use and Online Shopping in the Last 14 Years</i>
15.20– 15.40	<b>BAK Gerda</b> <i>PhD Student (PE GTK)</i>	<b>A tanulási stratégiák és a digitális tudás összefüggései</b> <i>Relationships Between Learning Strategies and Digital Knowledge</i>
15.40– 16.00	<b>ANGYAL Viktória</b> <i>PhD Student (SOE LKK)</i>	<b>Krisenmanagement durch Unternehmensinnovation - Am Beispiel der ÖBB zur Bewältigung der Flüchtlingskrise in 2015</b>

**MARKETING ÉS MENEDZSMENT**  
**MARKETING AND MANAGEMENT**

**4. SZEKCIÓ / SESSION 4**

<b>Elnök / Chair:</b>		<b>Dr. BARTÓK István PhD Associate Professor (SOE LKK)</b>
<b>Titkár / Secretary:</b>		<b>NYIKOS Bendegúz Richárd PhD Student (SOE LKK)</b>
13.00– 13.20	<b>Dr. BARTÓK István</b> <i>Associate Professor (SOE LKK)</i>	<b>Vállalati alapvető célok kommunikációja a Budapesti Értéktőzsdén jegyzett részvénytársaságoknál</b> <i>Communication of Business Purposes by Corporations Listed on the Budapest Stock Exchange</i>
13.20– 13.40	<b>KÖNYVES Melinda Katalin</b> <i>PhD Student (BME GTK)</i> <b>Dr. KALLÓ Noémi PhD</b> <i>Associate Professor (BME GTK)</i>	<b>Analysis of Multifactorial Quality Management Tools - How to Improve Them?</b>
13.40– 14.00	<b>REPISKY Máté</b> <i>PhD Student (SZTE GTK)</i>	<b>Theoretical Framework for Researching Entrepreneurial Failure</b>
14.00– 14.20	<b>NYIKOS Bendegúz Richárd</b> <i>PhD Student (SOE LKK)</i>	<b>Celebrity Endorsement and Cognitive Dissonance: Do Ambassadors Have to Fit the Brand?</b>
14.20– 14.40	<b>Stephanie METZNER</b> <i>PhD Student (UCAM / FOM)</i>	<b>The Impact of Digitalization on the Business Model of Managed Service Provider in Challenging Times</b>
14.40– 15.00	<b>David WEBER</b> <i>PhD Student (UCAM)</i>	<b>How Does Multisensory Marketing Influence Attitude and Consumer Behaviour in Online Stores?</b>
15.00– 15.20	<b>Stefan LEDINGER</b> <i>PhD Student (FH Burgenland)</i> <b>Günther MAIER</b> <i>PhD Student (FH Burgenland)</i>	<b>Rationality of Decision Making in B2B Sales: Determinants of Outcome in Complex Seller-Buyer Interactions</b>
15.20– 15.40	<b>Günther MAIER</b> <i>PhD Student (FH Burgenland)</i> <b>Stefan LEDINGER</b> <i>PhD Student (FH Burgenland)</i>	<b>Visualization in B2B Sales: Professional Selling Aids and the Effect on Sales Outcome</b>
15.40– 16.00	<b>Johannes REITERER</b> <i>Head of Programme (FH Wiener Neustadt)</i>	<b>The Importance of Value-based-, Adaptive- and Customer-oriented Selling Behaviours in the Market Area of Industrial Products</b>
16.00– 16.20	<b>Dr. Caspar von der CRONE</b> <i>PhD CEO (CD Consulting gUG)</i> <b>Prof. Dr. Horst LANG</b> <i>(Globus-Betriebe, St. Wendel)</i>	<b>Verbot des Kükentötens, ökonomischer Nutzen</b> <i>Prohibition of Chick Killing, Economic Benefit</i>

**PÉNZÜGYEK COVID-19 JÁRVÁNY KÖZBEN ÉS UTÁN**  
**- NAPJAINK PÉNZÜGYEI**  
**FINANCES DURING AND AFTER THE COVID-19 EPIDEMIC**  
**- TODAY'S FINANCES**

**5. SZEKCIÓ / SESSION 6**

<b>Elnök / Chair:</b>		<b>Dr. SZÓKA Károly PhD Associate Professor (SOE LKK)</b>
<b>Titkár / Secretary:</b>		<b>CZIRÁKI Gábor PhD Candidate, Assistant Lecturer (SOE LKK)</b>
13.00– 13.20	<b>CZIRÁKI Gábor</b> <i>PhD Candidate, Assistant Lecturer (SOE LKK)</i>	<b>Rolling Nuts vs. COVID-19 – az önfenntartó vagyonkezelés vírushelyzet okozta gazdasági válság idején</b> <i>Rolling Nuts vs. COVID-19 – Self-supporting Asset Management in Times of Economic Crisis Caused by a Viral Situation</i>
13.20– 13.40	<b>Emile HÖVEL</b> <i>PhD Candidate (UCAM)</i>	<b>The Effects of Sentiment on the Return Distribution in the German Stock Market Exemplified by the COVID-19 Crisis</b>
13.40– 14.00	<b>Stefan BREUER</b> <i>PhD Student (SOE LKK)</i>	<b>Change Controlling – Measuring Change Success Using the Example of a Dutch University of Applied Sciences</b>
14.00– 14.20	<b>MATTIASSICH-SZOKOLI Enikő</b> <i>PhD Student (SOE LKK)</i>	<b>A Covid hatásai az IFRS szerinti beszámolóképzítésre</b> <i>COVID Effects on to the Report Making According to IFRS</i>
14.20– 14.40	<b>KOZMA Norbert</b> <i>PhD Student (SZIE GTK)</i>	<b>A COVID-19 járvány hatása a kereskedelmi bankok működési kockázataira</b> <i>Impact of the COVID-19 Epidemic on the Operational Risks of Commercial Banks</i>
14.40– 15.00	<b>NÉMETH Tamás</b> <i>PhD Student (SOE LKK)</i>	<b>Tőkeszerkezeti modellek érvényesülése az olasz KKV szolgáltató szektorban 2012-2017 között</b> <i>Enforcement of Capital Structure Models in the Italian SME Service Sector Between 2012-2017</i>
15.00– 15.20	<b>Dr. CSEH Balázs</b> <i>PhD Student (SOE LKK)</i>  <b>Dr. KOVÁCS Tamás PhD</b> <i>Associate Professor (SOE LKK)</i>  <b>Prof. Dr. VARGA József PhD</b> <i>Professor (SZIE, BCE)</i>	<b>A chiemgauer és a wörgl-i helyi pénzek jelenlegi forgásának elemzése a felhasználói tapasztalatok oldaláról</b> <i>Analýsis of the Velocity Circulation of Chiemgauer and Local Currensies in Wörgl from the Side of the User Experience</i>
15.20– 15.40	<b>Dr. SZÓKA Károly PhD</b> <i>Associate Professor (SOE LKK)</i>	<b>Controlling kihívások a pandémia idején – újratervezés és prioritások</b> <i>Controlling Challenges at Time the Pandemic – Redesign and Priorities</i>

**TURIZMUS - KÖZLEKEDÉS**  
**TOURISM - TRANSPORT**

**6. SZEKCIÓ / SESSION 6**

<b>Elnök / Chair:</b>		<b>PAPPNÉ Dr. VANCSÓ Judit PhD Associate Professor (SOE LKK)</b>
<b>Titkár / Secretary:</b>		<b>SZŐKE Tünde Mónika PhD Student (SOE LKK)</b>
13.00– 13.20	<b>Dr. HOSCHEK Mónika PhD Associate Professor (SOE LKK)</b>  <b>Dr. MÉSZÁROS Katalin PhD Associate Professor (SOE LKK)</b>  <b>Dr. NÉMETH Nikoletta PhD Assistant Professor (SOE LKK)</b>	<b>Így utaztunk mi - A magyar turisták utazási szokásai a koronavírus járvány előtti időszakban</b> <i>As We Travelled - Travel Habits of Hungarian Tourists in the Period Before the Covid-19</i>
13.20– 13.40	<b>ARJANA Kadiu</b> <i>PhD Candidate, Lecturer (UAMD)</i>	<b>Pandemic 2020 Marketing Strategies for Albanian Tourism</b>
13.40– 14.00	<b>NEUMANNÉ Dr. VIRÁG Ildikó PhD Associate Professor (PE GTK)</b>  <b>VARGA-DANI Barbara</b> <i>Tourism Expert (PE GTK)</i>	<b>Körforgásos gazdasági koncepció a turizmusban</b> <i>Circular Economy Concepts in Tourism Industry</i>
14.00– 14.20	<b>NEUMANNÉ Dr. VIRÁG Ildikó PhD Associate Professor (PE GTK)</b>  <b>KÁNTOR Szilvia</b> <i>PhD Student (PE GTK)</i>	<b>A Balaton-régióba irányuló turisztikai- és migrációs áramlások modellezésének lehetőségei</b> <i>Modelling Tourism- and Migration Flow in Balaton Region</i>
14.20– 14.40	<b>PAPPNÉ Dr. VANCSÓ Judit PhD Associate Professor (SOE LKK)</b>	<b>Geoturizmus: erősödő színpont a turizmus palettáján</b> <i>Geotourism: a Growing Spot on the Palette of Tourism</i>
14.40– 15.00	<b>SZŐKE Tünde Mónika PhD Student (SOE LKK)</b>	<b>Az új turisztikai térségek. Hogyan tovább?</b> <i>The New Tourist Regions. What's Next?</i>
15.00– 15.20	<b>KELEMEN-HÉNYEL Nikoletta PhD Student (SZIE GTK)</b>	<b>Klaszteranalízis vizsgálat az EU 27 tagországára 2000-től 2019-ig</b> <i>Clusteranalysis Investigation for the 27 EU Memberstates from 2000 to 2019</i>
15.20– 15.40	<b>KELEMEN-HÉNYEL Nikoletta PhD Student (SZIE GTK)</b>	<b>A magyar és német KKV-k aktuális helyzetének felmérése, a szektor alkalmazásban állók véleménye alapján</b> <i>A Survey About the Current Situation of German and Hungarian SMEs, Based on the Opinion of Those Employed in this Sector</i>
15.40– 16.00	<b>Dr. MÉSZÁROS Katalin PhD Associate Professor (SOE LKK)</b>	<b>Közösségi közlekedés fejlesztése Ágfalván</b> <i>Development of Public Transport in Ágfalva</i>

**POSZTER-ELŐADÁSOK**  
**POSTER PRESENTATIONS**

**7. SZEKCIÓ / SESSION 7**

<p><b>CSONKA-AMBRUS Ágnes</b> <i>PhD Student (SZTE GTK)</i></p>	<p><b>The Impact of Covid on the Digital Development of the Creative Industry in Szeged</b></p>
<p><b>Dominik RODE</b> <i>PhD Candidate (UCAM)</i></p> <p><b>Prof. Dr. Cathrin STAMMEN-HEGENER</b> <i>Full Professor (FOM)</i></p> <p><b>Prof. Dr. Nicolás GONZÁLVEZ-GALLEGO</b> <i>Full Professor (UCAM)</i></p>	<p><b>The Influence of Using Digital Technologies at the Retailer's POS on Customer Satisfaction</b></p>
<p><b>Dr. PIRGER Tamás PhD</b> <i>Assistant Professor (SOE LKK)</i></p> <p><b>Dr. PAÁR Dávid PhD</b> <i>Assistant Professor (PTE ETK)</i></p>	<p><b>Civil szervezetek leadership központú megközelítése – a Rotary példája</b> <i>Leadership Based Approach of Civil Organisations – Case Study of Rotary</i></p>
<p><b>TÓTH Gábor</b> <i>PhD Student (SZIE GTK)</i></p> <p><b>Dr. habil. SZÉLES Zsuzsanna PhD</b> <i>Associate Professor (METU, SOE LKK)</i></p>	<p><b>A könyvvizsgáló rotáció eredmény volatilitására gyakorolt hatásának elemzése</b> <i>Analysis of the Relationship Between Auditor Rotation and Earnings Volatility</i></p>
<p><b>TÓTH Gábor</b> <i>PhD Student (SZIE GTK)</i></p> <p><b>Dr. habil. SZÉLES Zsuzsanna PhD</b> <i>Associate Professor (METU, SOE LKK)</i></p>	<p><b>A Big4 könyvvizsgáló cégek számviteli minőségre gyakorolt hatásának összehasonlító elemzése</b> <i>A Comparative Analysis of the Impact of Big4 Audit Firms on Accounting Quality</i></p>
<p><b>Dr. TÓTH Zsolt György PhD</b> <i>Associate Professor (SOE LKK)</i></p> <p><b>NOVOTNI Adrienn</b> <i>PhD Student (SOE SKK)</i></p>	<p><b>A Horizont 2020 által támogatott fenntartható faipari projektek</b> <i>Sustainable Wood Projects Supported by Horizon 2020</i></p>
<p><b>HORVÁTH András</b> <i>PhD Student (SOE LKK)</i></p>	<p><b>A Magyar Nemzeti Bank eszközei és lehetőségei a pénzügyi innovációk szolgálatában</b> <i>How Can The Central Bank of Hungary Support Financial Innovations?</i></p>
<p><b>KAPOCSI Gergely</b> <i>PhD Student (SOE EMK)</i></p> <p><b>VAJDA József</b> <i>PhD Student (SOE EMK)</i></p>	<p><b>A COVID-19 hatásai a magyarországi bér vadászatra</b> <i>Impacts of COVID-19 on Hungarian Trophy Hunting</i></p>
<p><b>Marcel MOCK</b> <i>PhD Candidate (UCAM)</i></p> <p><b>Prof. Dr. Nicolás GONZÁLVEZ-GALLEGO</b> <i>Full Professor (UCAM)</i></p>	<p><b>The Role of Corporate Reporting in the Context of Crises: Integrated Reporting as a Successful Tool for Creating Corporate Transparency</b></p>



**POSZTER-ELŐADÁSOK**  
**POSTER PRESENTATIONS**

**7. SZEKCIÓ / SESSION 7**

<p><b>NEUMANNÉ Dr. VIRÁG Ildikó PhD</b> <i>Associate Professor (PE GTK)</i></p> <p><b>VARGA-DANI Barbara</b> <i>Tourism Expert (PE GTK)</i></p>	<p><b>A Circular Tourism Economy: Transitioning Toward a Circular Economy Within the Tourism and Hospitality Sectors</b></p>
<p><b>Pascal RUHLAND</b> <i>PhD Candidate (UCAM)</i></p>	<p><b>FinTechs and the Financial Industry – Success Evaluation of Different Cooperation Forms</b></p>
<p><b>PAULOVICS Ágnes</b> <i>PhD Student (SOE LKK)</i></p>	<p><b>Innovative Solutions Against the Corona Virus Caused Problems in the Fashion Industry</b></p>
<p><b>Prof. Dr. Roman FEDORENKO</b> <i>Associate Professor (Samara State University of Economics, Russia)</i></p>	<p><b>Digital Instruments of Customs and Logistics Support of Foreign Trade in a Pandemic</b></p>
<p><b>SIPOS Éva</b> <i>PhD Student (SOE LKK)</i></p>	<p><b>A motivációs elméletek a tehetségek feltérképezésében</b> <i>Motivational Theories in Talent Mapping</i></p>
<p><b>Thomas O. UITZ</b> <i>PhD Student (University of Economics in Bratislava, Slovakia)</i></p>	<p><b>The Dimensions of Justice in Service Marketing</b></p>

# **ELŐADÁSKIVONATOK**

**ABSTRACTS**

**PLENÁRIS SZEKCIÓ  
ÖSSZEFOGLALÓI**

**ABSTRACTS  
OF PLENARY SESSION**

# ECONOMIC CRISIS CAUSED BY THE HEALTH CRISIS

*Az egészségügyi válság okozta gazdasági válság*

## **Dr. CZEGLÉDY Tamás PhD**

Associate Professor

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, Hungary)*

## **Dr. Galina Anatolievna KHMELEVA PhD**

egyetemi docens (Associate Professzor)

*Szamarai Állami Közgazdaságtudományi Egyetem, Oroszország (Samara State University of Economics, Russia)*

A crisis is always some kind of disruption, malfunction; economic, moral, social, health-, communicational, political, etc. It is series of events with many characteristics and symptoms. The current economic crisis has been mainly caused by the health crisis: production and supply, sales and turnover as well as decreasing consumption and sales, are all present as crisis patterns. From the course of previous crises and from the crisis management strategy used by governments, we can look at the current attempts on the basis of current experiences. The course of crises can be described with different trends and trendlines. The question is whether the models we have created so far can be fitted to the current crisis, or whether we have faced a crisis with a completely different course, shape and features.

*Keywords: EU, globalization, 21st century, modernization, governance*

*JEL Codes: J10, O10, P10, P20*

---

A válság mindig valamiféle zavar, működési rendellenesség; gazdasági, erkölcsi, társadalmi, egészségügyi, kommunikációs, politikai, azaz sokféle jellegzetességet és jegyet hordozó eseménysorozat. A jelenlegi gazdasági válságot meghatározóan az egészségügyi válság okozta: a termelés és a kínálat, az értékesítés és a forgalom, ill. a fogyasztás és felhasználás zavara mint válságjegyek mind jelen vannak. Az előző válságok lefolyásából és a kormányok által alkalmazott válságkezelési stratégiából a hasznosítható tapasztalatok alapján vizsgálhatjuk a jelenlegi próbálkozásokat. A válságok lefolyása különböző trendekkel, trendvonalakkal írható le. Kérdés, hogy a jelenlegi válságra ráilleszthető-e az eddig megalkotott modellek, vagy egy teljesen más lefolyású, alakú és jegyekkel bíró válsággal kerültünk szembe?

*Kulcsszavak: EU, globalizáció, 21. század, modernizáció, kormányzás*

*JEL-kódok: J10, O10, P10, P20*

# ECONOMIC CRISIS MANAGEMENT IN THE US, EUROPE AND HUNGARY - COVID 2020 CRISIS

KEREKASZTAL BESZÉLGETÉS / ROUNDTABLE DISCUSSION

## **TÖRÖK Zoltán**

vezető banki elemző (Leading Bank Analyst)  
*Raiffeisen Bank*

## **ÁROKSZÁLLÁSI Zoltán**

vezető banki elemző (Leading Bank Analyst)  
*Erste Bank*

## **Dr. habil. POGÁ TSA Zoltán PhD**

egyetemi docens (Associate Professor)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

Két vezető magyar banki elemzővel vitatjuk meg, hogy hogyan alakult a válságkezelés az Egyesült Államokban, az Európai Unióban és Magyarországon.

Milyen intézkedéseket hoztak? Hasznos volt-e a monetáris bázis bővítése?

Kit kell megsegítenie az államnak? A bajban lévő vállalkozásokat, vagy azoknak a munkavállalókat, akik elvesztették állásukat és/vagy fizetésük egy részét?

Milyen alakú lesz a válság? Mikorra várható a kilábalás?

---

With two leading Hungarian bank analysts, we discuss how crisis management has evolved in the United States, in the European Union and in Hungary.

What were the measures enacted? Has the expansion of the monetary base been helpful? Should state aid be going to enterprises in trouble, or to employees who have lost their jobs and/or pay? What sort of a rebound can we expect?

**1. SZEKCIÓ:  
MAKROGAZDASÁGI VÁLSÁGELMÉLETEK  
ÉS VÁLSÁGKEZELÉS**

**SESSION 1:  
MACROECONOMIC CRISIS THEORIES  
AND CRISIS MANAGEMENT**

# MODERN MONETARY THEORY AND COVID19 CRISIS MANAGEMENT

**Dr. habil. POGÁ TSA Zoltán PhD**

Associate Professor

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics*

Modern Monetary Theory (MMT) is a school of economics which has as its starting point that the state can never be forced to go bankrupt in its own currency. It makes use of Wynne Godley's system of sectoral balances approach and Abba Lerner's theory of functional finance to argue that in times of crisis, the government must run a budget deficit rather than attempt to balance the budget. This can be done with the Central Bank financing the government's deficit interest free, as an institution that is able to print its own money. Contrary to the quantity theory of money advocated by neoclassical economics, this will not cause inflation, as output also adjust upwards. Or at least this is the case if the deficit is used to prop up household consumption, rather than propping up large corporations, as it is all too often done today. Household consumption allows output to adjust upwards, which will not lead to inflation. The key to the Covid19 response is therefore appropriate epidemiological response (lockdowns, testing, contacts tracing, etc.) plus MMT support to households and SMEs, rather than avoiding the appropriate epidemiological response to 'save the economy'.

*Keywords:* Modern Monetary Theory (MMT), Covid19, crisis management

*JEL Codes:* E12, H12

# VÁLSÁG ÉS CIKLUSOK A 21. SZÁZADBAN

*Crisis and Cycles in the 21st Century*

**Dr. MOLNÁR Csilla PhD**

egyetemi docens (Associate Professor)

*Soproni Egyetem, Benedek Elek Pedagógia Kar (University of Sopron, Benedek Elek Faculty of Pedagogy)*

Előadásomban arra keresem a választ, hogy napjaink válsága melyik cikluselmélet szerint értelmezhető a leginkább. Köztudott, hogy a Nyikolaj Kondratyjev-féle gazdasági-társadalmi periodikusság teóriája gyakran előkerült az utóbbi három évtizedben – különösen a 2008-as válság volt jól magyarázható vele - de az 1990-es évek elejétől felbukkantak a korábban periférikus tradicionalista cikluselméletek (Oswald Spengler, Gaston Georgel) is. Az általános kritika az ilyesfajta elméletekkel szemben, hogy bármilyen szabályosságot kivetíteni hosszabb időszakra lehetetlen, mert a szerkezeti változások miatt alapvetően megváltoznak a viselkedési összefüggések. Ezen összefüggés figyelembevételével, így a hosszútávú ciklusok alkalmazhatóságának kérdésével, illetve néhány azóta keletkezett válság- és cikluselmélet bemutatásával szeretném zárni előadásomat.

*Kulcsszavak: ciklus, gazdaság, periodikusság, válság, szabályosság*

*JEL-kódok: A10, C50*

---

In my presentation, I am looking for the answer to which cycle theory can best interpret today's crisis. It is well-known that Nikolai Kondratyev's theory of economic-social periodicity has often come to light in the last three decades - in particular, the crisis of 2008 was well explained by it - but from the early 1990s, previously peripheral traditionalist cycle theories (Oswald Spengler, Gaston Georgel) also emerged. The general criticism of such theories is that it is impossible to project any regularity over a longer period of time because structural changes fundamentally change behavioral relationships. In view of this context, I would like to close my presentation with the question of the applicability of long-term cycles and the presentation of some crisis and cycle theories that have emerged since then.

*Keywords: cycle, economy, periodicity, crisis, regularity*

*JEL Codes: A10, C50*



# FUZZY LOGIKÁN ALAPULÓ MODELLEZÉSI MÓDSZEREK KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI ALKALMAZÁSA KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A NYUGDÍJRENDSZEREK MODELLEZÉSI LEHETŐSÉGEIRE

*Application of Modeling Methods Based on Fuzzy Logic in Economics with Special Regard to Modeling Possibilities of Pension Systems*

**SZABÓ Mihály Zsolt**

PhD-hallgató (PhD Student)

*Óbudai Egyetem, Biztonságtudományi Doktori Iskola (Óbuda University, Doctoral School on Safety and Security Science)*

Magyarországnak az Európai Unió tagjaként különböző kihívásokkal kell szembenézni, melyek közül a legfontosabbak az egészségügyi rendszer, társadalombiztosítási- és nyugdíjrendszer, valamint az adórendszer átalakítása. Az említett gazdasági és társadalmi kihívások hosszútávú kormányzati stratégiákat követelnek meg, mely stratégiákat valamilyen módon modellezni, tesztelni, ellenőrizni szükséges. Ennek megoldására találunk hatékony módszertant és lehetőségeket a fuzzy logikán alapuló modellezési módszerek közgazdaságtudományi alkalmazásával, melyet az Európai Unió fejlettebb országaiban már régóta alkalmaznak az intézkedések hatásainak ellenőrzésére. A tanulmány három részből áll. Első része a közgazdaságtudományi modellezés elméleti tervezési folyamatát foglalja össze. A második rész a fuzzy logikán alapuló modellezési módszerek közgazdaságtudományi lehetőségeivel foglalkozik. A harmadik rész az állami nyugdíjrendszerek modellezési lehetőségeit mutatja be.

*Kulcsszavak: közgazdaságtudományi modellezés, Fuzzy logika, nyugdíjrendszer modellezés*

*JEL-kódok: E21, F61, F62, H55, J32*

---

As a member of the European Union, Hungary faces various challenges, the most important of which are the reform of the health care system, the social security and pension system, and the tax system. These economic and social challenges require long-term government strategies, which need to be modeled, tested and controlled in some way. To solve this, we find an effective methodology and possibilities using the fuzzy logic-based modeling methods in economics, which has long been used in the more developed countries of the European Union to check the effects of the measures. The study consists of three parts. The first part summarizes the theoretical design process of economic modeling. The second part deals with the economic possibilities of modeling methods based on fuzzy logic. The third part presents the modeling possibilities of public pension systems.

*Keywords: economics modeling, Fuzzy logic, pension system modeling*

*JEL Codes: E21, F61, F62, H55, J32*

# **RESILIENCE AND ACCESS TO JUSTICE IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL AND EUROPEAN STANDARDS**

**Dr. VÁRADI Ágnes PhD**

Research Fellow

*Centre for Social Sciences Institute for Legal Studies*

“The COVID-19 pandemic is a health crisis with serious human and social consequences, it has also created challenges for courts and judicial authorities in the member States. (...) Member States have made considerable efforts to adjust to new circumstances within a short time and to make the best use of existing resources to ensure the functioning of their courts.” This excerpt from a declaration by the European Commission for the Efficiency of Justice shows that due to the pandemic, the question of crisis-resilient solutions has entered into centre of attention in the field of justice systems as well. As the continuous functioning of the judiciary is a basic safeguard for upholding fundamental rights, equal and unhindered access is indispensable even under exceptional circumstances. The current paper aims to summarize the international and European standards as regards access to justice in crisis situations. The paper focuses on the requirements identified at the level of the United Nations, Council of Europe and European Union. At the same time it is intended to analyse these standards with regards to the general framework of access to justice elaborated in theory and in the case-law. A systematic overview identifying the cornerstones of efficient access to justice can give a new impulse to the scientific assessment of the institution thus contributing to its resilience and efficiency.

*Keywords: economics modeling, Fuzzy logic, pension system modeling*

*JEL Codes: K33, K38, K41*

# **ASSESSMENT OF THE CRISIS MANAGEMENT PRACTICES IN THE JORDANIAN BANKING SECTOR DURING THE 2020 COVID-19 PANDEMIC**

**Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla DSc**

Full Professor, Head of the Doctoral School

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School*

**Omar Salahaldeen Yousef ABUARQOB**

PhD Student

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School*

The year 2020 witnessed one of the most difficult situations on various business, industrial, and financial sectors due to the Covid-19 pandemic that forced governments to take preventive measures to minimize the catastrophic losses of human lives. Jordan has been one of the strictest countries in implementing such preventive measures. In March a complete lockdown was taken in place, with all the sectors being closed except for hospitals and other health institutions. The lockdown was held for almost a month until these restrictions started to ease gradually. However, various sectors remained closed for a long time, and with the situation still being uncertain it is possible that these measures can become strict again. These measures, being very important, caused serious damage to these sectors. High financial losses occurred, many workers have been fired, and some small businesses closed. This calls for the attention for any future lockdowns to minimize that damage and control the losses, this research will aim for that purpose. Since the banking sector is the center of all the financial operations that occur in all the different other sectors, it's affected the most by these measures. In this study, the situation of the banking sector in Jordan will be assessed by the assessment of the damage that was done by the preventive measures taken in place. In addition to that, the strategic planning for the possible future situations that's taken in place will be investigated, as well as providing recommendations for enhancing that planning.

*Keywords: crisis management, banking sector, Covid-19*

*JEL Codes: E58, E62, H11, H12, H84*

# **THE JORDANIAN FISCAL DECENTRALIZATION EXPERIENCE: EVALUATING THE ROLE OF THE DECENTRALIZATION COUNCILS IN THE FISCAL CONDITIONS OF LOCAL COMMUNITIES**

**Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla DSc**

Full Professor, Head of the Doctoral School

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School*

**Omar Salahaldeen Yousef ABUARQOB**

PhD Student

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School*

During the past decade, Jordan suffered severe financial problems due to the lack of resources, which was the direct result of the rapid population growth. The most important problem that appeared with the growth is the vast numbers of small communities that imposed a challenge on the centralized government to efficiently manage these communities both on the administrative and the fiscal ways. For that purpose, the law of decentralization was passed and approved by the parliament in 2017. The law established what is called the “decentralization councils” with the aim of transferring the administrative and fiscal management to these local councils which know and understand the needs of the local communities, increasing the efficiency of the management, and meeting these needs. However, in the last three years since these councils were established, the expected improvements were poor to non-existent. Various reports and news articles confirmed that, showing that these councils have added a liability instead of improving the situation and delivering the expected outcomes. This study is aimed towards investigating the level of which these councils were effective in the fiscal decentralized management, to determine the factors that caused that assessed evaluation, and to provide a set of recommendations to improve the performance of these councils in the fiscal management of the local communities.

*Keywords: fiscal management, decentralization, decentralization councils*

*JEL Codes: E62, H72*

# **CHALLENGES OF THE SCHOOLTEACHERS AND STUDENT'S FAMILIES IN JORDAN DURING THE COVID-19 CONVERSION TO ONLINE TEACHING**

**Abdelkarim ALHLOUL**

PhD Student

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School*

Schools doors were closed not only in Jordan during the Covid-19 pandemic but most of the world's countries had to take this decision to slow progression of COVID-19. The Jordanian government ordered the online teaching conversion along with the curfew that took place 18 March 2020, this closure didn't only effect the social development for the school students but as well left too many families with no choice but to leave their children somewhere but school to go to work. This study is trying to revel the effects of Covid-19 and schools' closure on the school life and how that effected the working families in Jordan.

*Keywords: online teaching, covid-19, coping, social development*

*JEL Codes: A2, H12, H75*

# **THE EXTENT OF THE AWARENESS OF JORDAN TELECOMMUNICATION COMPANIES CUSTOMERS ABOUT THE CONCEPT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

**Noor ALKHUDIERAT**

PhD Candidate

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School*

This study aims to investigate the extent of awareness of telecommunications companies customers (Zain, Umnia, Orange) in Jordan for the concept of social responsibility and the impact of this concept on their loyalty towards the company, for this purpose, a two-part questionnaire was designed to measure social responsibility and customer loyalty, (200) questionnaires were distributed randomly to mobile phone users to form a sample for this study, while (121) questionnaires were retrieved from it. The results of the study showed that there is a moderate awareness of the customers of Jordanian telecom companies of the concept of social responsibility, in addition to a slight effect of social responsibility on the loyalty of these customers, on the other hand, the study did not find any significant differences in awareness of social responsibility or loyalty in terms of the company providing the service. The study recommended raising awareness about social responsibility, its importance and its reflection on the environment and society, through advertisements and awareness leaflets by the company for its clients.

*Keywords: Corporate Social Responsibility, Jordan, customer loyalty, telecommunication companies*

*JEL Codes: M10, M14, M16, A13, L14*

# **THE IMPACT OF SILENCE ORGANIZATION-RELATED FACTORS ON EMPLOYEES' SATISFACTION IN THE JORDAN MINISTRY OF EDUCATION**

**Osama Khaled Ahmad ALKHLAIFAT**

PhD Student

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School, Hungary*

Accountant

*Jordan Ministry of Education, Jordania*

This research aims to determine the impact and relationship direction between organizational silence and the level of employees' satisfaction in the Jordanian Ministry of Education centre (MOE). The study used a questionnaire tool that was developed based on previous studies. The questionnaire was distributed to 100 employees randomly. The alpha coefficient was used to test the reliability of the instrument. Also, multi-regression and the One-way ANOVA analysis were used to examine the hypotheses. The results showed that the sample reported a moderate degree of both silence and satisfaction and that there is an inverse relationship between the organizational factors of silence and job satisfaction. Also, the results showed that the "Lack of support" factor was the most influential factor and the "Mistrust" had the lowest impact on satisfaction.

*Keywords: silence, satisfaction, communication, organizational behaviour*

*JEL Codes: J28, O15, D63*

**2. SZEKCIÓ:  
REGIONÁLIS ÉS TERÜLETI FOLYAMATOK,  
INNOVATÍV MEGOLDÁSOK**

**SESSION 2:  
REGIONAL AND TERRITORIAL PROCESSES,  
INNOVATIVE SOLUTIONS**



# DEMOGRÁFIAI TRENDEK ÉS A GAZDASÁGI AKTIVITÁS VÁLTOZÁSAI A MAGYAR KÖZÉPVÁROSOKBAN A 2010-ES ÉVEKBEN

*Demographic Trends and Changes in Economic Activity in Hungarian Medium-sized Towns in the 2010s*

**Dr. TÓTH Balázs István PhD**

egyetemi docens (Associate Professor)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

A demográfiai és a gazdasági tényezők területi képe iránti érdeklődés töretlen; e tényezők területi sokszínűsége és változatossága arra sarkall, hogy folyamatosan nyomon kövessük a népesedési folyamatokban és a gazdasági aktivitásában történő változásokat, különös tekintettel a belföldi migrációra, a lakásállományra, a gazdaságilag aktív népességre és a működő vállalkozásokra. Az előadás nem vállalkozik többre, mint hogy áttekintse a magyar középvárosok néhány alapvető demográfiai és gazdasági mutatóját az elmúlt tíz év statisztikáinak tükrében. Az előadásban nagy hangsúlyt kap a hazai középvárosok között megfigyelhető belföldi vándorlási folyamatok bemutatása, továbbá a lakásállomány és a gazdasági aktivitás (álláskeresők, vállalkozássűrűség, nemzetgazdasági ágazatok aránya) változásainak ismertetése.

A kutatást az EFOP-3.6.2.-16-2017-00007 azonosító számú projekt támogatta.

*Kulcsszavak: demográfia, belföldi migráció, lakásállomány, gazdasági aktivitás, középvárosok*

*JEL-kódok: R11, R23*

---

The level of interest towards the spatiality of demographic and economic factors is still high; due to the diversity of these factors, the monitoring of demographic processes and economic activity, with special regard to the changes in domestic migration, dwelling stock, working-age population, and functioning enterprises, is essential. The aim of the presentation is to give an overview of some of the demographic and economic parameters of Hungarian medium-sized cities in the light of the statistics of the 2010s. Special attention is given to the description of changes in internal domestic migration, dwelling stock and economic activity (jobseekers, density of enterprises, share of branches of economy) among medium-sized towns.

This research was supported by the project EFOP-3.6.2.-16-2017-00007.

*Keywords: demography, domestic migration, dwelling stock, economic activity, medium-sized towns*

*JEL Codes: R11, R23*

# VÁROS- ÉS GAZDASÁGFEJLESZTÉSI FOLYAMATOK A MODERN VÁROSOK PROGRAM KERETÉBEN SOPRONBAN: AKTUÁLIS HELYZETKÉP

*Urban and Economic Development Processes of the Modern Cities Program in Sopron: an Actual Overview*

**CSISZÁR Szabolcs**

PhD-hallgató (PhD Student)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School)*

Magyarországon 2015 óta nagy súlyt kapott a megyei jogú városok fejlesztése a Modern Városok Program keretében. A fejlesztési program végrehajtásából és eredményeiből adódó hatások, illetve szinergiák vizsgálata elengedhetetlen; a városfejlesztési programot érdemes tudományos kérdéssel felvetéssel elemezni. Azért is indokolt a tudományos vizsgálódás, mert a Modern Városok Program tervezett befejezési dátumához (2022) közeledve kiemelt elemzési területként adódik a gazdaságfejlesztéshez való hozzájárulás. Az előadás célja, hogy összefoglalja a Modern Városok Programmal kapcsolatosan megjelent tudományos szakirodalmak főbb megállapításait, továbbá, hogy ismertesse Sopron esetében a programból megvalósuló fejlesztéseket, továbbá rávilágítson azok indokoltságára. A soproni fejlesztések témakör szerint kerülnek áttekintésre.

*Kulcsszavak: Modern Városok Program, Sopron, helyi gazdaságfejlesztés, városfejlesztés, várospolitikai*

*JEL-kódok: R58, R38, R42*

---

Since 2015 there has been a great emphasis on the development of the towns with county rights in Hungary from the Modern Cities Program. It is essential to examine the effects and synergies with regard to the implementation and outcomes of the development processes; the urban development program is worth being analysed from the scientific point of view. The scientific inquiry is needed as the planned end date (2022) of the Modern Cities Program is getting closer and the contribution of the Programme to the economic development ought to be assessed. The aim of the presentation is to sum up the main findings of the published scientific literature in connection with the Modern Cities Program; furthermore, to review the recent development projects of the Program in the case of Sopron, as well as to reveal their reasonableness. The development projects in Sopron are summarized by topic.

*Keywords: Modern Cities Program, Sopron, local economic development, urban development, urban policy*

*JEL Codes: R58, R38, R42*

# INNOVATÍV ÉS OKOS MODELLEK A VÁROSI ÉLELMISZERELLÁTÁSBAN

*Innovative and Smart Models in Urban Food Management*

**BAZSÓNÉ Dr. BERTALAN Laura PhD**

adjunktus (Assistant Professor)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron,  
Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

A városok az élelmiszerfogyasztás meghatározó szereplői. A városi élelmiszerellátási (urban food movement) megközelítések és a smart city koncepció összekapcsolása megjelent a városfejlesztési koncepciókban. Egyre több városi kormányzat alakítja ki a fenntarthatóbb városi élelmezést szolgáló helyi intézményrendszert, illetve számos civil szervezet, helyi kezdeményezés elkötelezett az élelmezési politika iránt, amelyek célja a városi mezőgazdaság fellendítése, a fenntarthatóbb és alternatív élelmiszerellátási láncok létrejöttének támogatása, az egészségesebb táplálkozás ösztönzése, a lokális élelmiszerek előtérbe helyezése. Ez a szemlélet egyelőre még csak korlátozottan jelenik meg a hazai városfejlesztési koncepciókban, de a helyi élelmiszerek preferálása, a fogyasztói trendek változása kedvezően hatottak az alulról induló, innovatív megoldásokra épülő modellek kialakulásának. Ezt erősítik a globális kihívások, különösen a pandémia, amely a helyi élelmiszerelőállítókat és a fogyasztókat is új helyzet elé állította.

*Kulcsszavak: helyi élelmiszerellátás, smart food city, fenntarthatóság*

*JEL-kódok: R38, R58, O20*

Az előadást az EFOP-3.6.2-16-2017-00007 azonosító számú projekt támogatta.

---

Cities are the most decisive actors of food consumption. The connection between urban food movements and smart city solutions appeared in urban development conceptions. More and more city government created local institutional systems for serving sustainable urban food supply, many civil organization, local initiative committed to food politics, to boost urban agriculture, to support creation of sustainable and alternative food supply chains, to motivate healthier nutrition, to prioritize local food. This approach appears less in the Hungarian urban development concepts, but prioritizing local food and changes of consuming trends effected positively on developing bottom-up and innovative models. This processes are strengthening by global challenges, especially pandemic, which puts the local food producers and consumers in a new position.

*Keywords: local food supply, smart food city, sustainability*

*JEL Codes: R38, R58, O20*

This presentation was supported by the project nr. EFOP-3.6.2-16-2017-00007.

# **RANGSOROLJUNK VAGY NEM? – A KÖRFORGÁSOS GAZDASÁG MÉRÉSI LEHETŐSÉGEI AZ EU TAGORSZÁGOKBAN**

*Should We Rank or Not? - Measurement Possibilities of the Circular Economy  
in the EU Member States*

**KOZMA Dorottya Edina**

tudományos segédmunkatárs (Research Assistant)

**Dr. MOLNÁRNÉ Dr. BARNA Katalin PhD**

tanszékvezető egyetemi docens (Head of Department, Associate Professor)

**Dr. MOLNÁR Tamás PhD**

tanszékvezető egyetemi tanár (Head of Department, Full Professor)

*Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Veszprém (University of Pannonia, Faculty  
of Business and Economics, Veszprém)*

A körforgásos gazdaság a lineárisal ellentétben, a gazdaságot egy fenntartható gazdasági rendszernek tekinti. Ebben a rendszerben a gazdasági növekedés elválik az erőforrások felhasználásától azáltal, hogy csökken a természeti erőforrások használata és azok visszaforgatásra kerülnek. Jelen tanulmány célja, hogy megvizsgálja az Európai Unió által gyűjtött, 28 tagállamra vonatkozó körforgásos gazdaságra jellemző indikátorokat abból a célból, hogy tagállami szintű kompozit indikátorok kerülhessenek megalkotásra. A kutatási cél megvalósítása szekunder adatok segítségével az Eurostat különböző, a körforgásos gazdaság valamely részterületéhez kapcsolódó adatbázisán alapul. A tanulmány kutatási eredménye rávilágított arra, hogy habár a körforgásos gazdasággal kapcsolatban létre lehet hozni egy, minden részterületet mérő, kompozit mutatószámot, azonban még az indikátor segítségével sem könnyű mérni az EU-s tagállamok teljesítményét, rangsorát. Ez annak köszönhető, hogy az országok különböző gazdasági, társadalmi és környezeti helyzettel rendelkeznek, melyek nagyban befolyásolják a rangsorban való elhelyezkedésüket.

*Kulcsszavak: körforgásos gazdaság, Európai Unió, kompozit indikátor, fenntarthatóság  
JEL-kódok: O13, Q01, Q50, Q56*

---

The circular economy, in contrast to the linear one sees the economy as a sustainable economic system. In this system the economic growth is decoupled from resource use by reducing the use of natural resources and recycling them. The aim of this study is to examine the indicators specific to the circular economy for the 28 Member States collected by the European Union with a view to develop composite indicators at a Member State level. The achievement of the research goal with the help of secondary data is based on Eurostat's various databases related to a sub-sector of the circular economy. The research results of the study revealed that although a composite indicator measuring all sub-sectors can be created in connection with the circular economy, it is not easy to measure the performance and ranking of the EU member states even with the help of the indicator. This is due to the fact that countries have different economic, social and environmental situations, which greatly influence their ranking.

*Keywords: circular economy, European Union, composite indicator, sustainability  
JEL Codes: O13, Q01, Q50, Q56*

# ZÖLD ÉS DIGITÁLIS ÁTALAKULÁS TAPASZTALATAI MAGYARORSZÁG ÉS ROMÁNIA HATÁRRÉGIÓJÁBAN

*Green and Digital Transition in the Border Region Between Hungary and Romania*

**GYULAI Tamás**

doktorjelölt (PhD Candidate)

*Széchenyi István Egyetem, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Győr (Széchenyi István University, Doctoral School of Regional- and Business Administration Sciences)*

**Prof. univ. Dr. NAGY Mariana PhD**

egyetemi tanár (Professor)

*Facultatea de Științe Exacte, Universitatea Aurel Vlaicu, Arad (Faculty of Exact Sciences, "Aurel Vlaicu" University of Arad, Romania)*

Az elmúlt hónapokban új kihívásokkal kellett szembenéznie még azoknak is, akiknél már „bejáratott” módszer, hogy a versenyképesség megőrzését innovatív megoldásokkal célozzák elérni. Ehhez viszont vadonatúj módszerek helyett elég lehet az is, ha az új helyzethez illeszkedően hatékonyan szervezzük a folyamatokat. Jó példát adnak erre Magyarország és Románia határrégiói, ahol a hasonló kihívások és közös célok közel egy évtizedes szoros határmenti együttműködésre adtak lehetőséget a magyar Dél-Alföldi régió és a román Nyugati régió között (pl. euro-régiós koncepció 2003-ban, TRANSVISION blueprint 2004-ben). Temesvár központtal 2006-ban megalakult a Tehimpuls Egyesület, amely – mint regionális innovációs központ – az Europe Enterprise Network romániai alközpontjaként sikeresen működik (2016: European Cluster Observatory „eco-model region”, 2017: Digital Cities Challenge). A határmenti együttműködés 2021-től már a „zöld és digitális átmenet” jegyében zajlik a Horizon Europe támogatásával és ehhez tud szervezeti háttérrel adni a „digitális innovációs központok” európai hálózata és a már folyamatban levő nemzetközi projektek (METABUILDING, BRILLIANT, DIW-World, TetRRIS).

*Kulcsszavak: iparpolitika, társadalmi felelősségvállalás, technológiai és nyílt innováció*

*JEL-kódok: L52, M14, O25, O32, O36*

---

The last months brought new challenges to everybody including organisations where using innovative means to maintain competitiveness is „normal” operation. It might require new ways but it can also mean effective re-organisation of processes in conformity to new situations. Good example for it can be seen in the border region between Hungary and Romania where similar challenges and common goals made possible cross-border cooperation for more than a decade between Dél-Alföld region in Hungary and the West region of Romania (p.e. euro-regional concept in 2003, TRANSVISION blueprint in 2004). Tehimpuls Association was established in 2006 which – as regional innovation centre – acts as local node of Europe Enterprise Network successfully (2016: European Cluster Observatory „eco-model region”, 2017: Digital Cities Challenge). Cross-border cooperation from 2021 shall focus on green and digital transition with the support of Horizon Europe and with the European network of Digital Innovation Hubs which provide organisational framework together with several ongoing projects (METABUILDING, BRILLIANT, DIW-World, TetRRIS).

*Keywords: industrial policy, social responsibility, technological and open innovation*

*JEL Codes: L52, M14, O25, O32, O36*

# MAGYAR – NÉMET GAZDASÁGI KAPCSOLATOK AZ EURÓPAI UNIÓS CSATLAKOZÁSTÓL NAPJAINKIG

*Hungarian - German Economic Relations Between 2004-2020*

**SZALAI Levente**

PhD-hallgató (PhD Student)

*Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földtudományok Doktori Iskola (University of Pécs, Faculty of Sciences, Doctoral School of Earth Sciences)*

A második világháború utáni időszak és a szovjet érdekszférában töltött 40 év egy több évszázadra visszanyúló közép-európai gazdasági együttműködési rendszerből ragadta ki hazánkat. Magyarország és Németország közötti kapcsolatok a német újra egyesítés és a kelet-közép-európai rendszerváltások után váltak ismét meghatározóvá. Már a 90-es évek elején bilaterális szerződések keretei között szabályozva elkezdődött a jelentős tőkebefektetés Németország részéről. Ezzel a folyamattal párhuzamosan a kereskedelmi együttműködés is folyamatos bővülésnek indult a két ország között. A tanulmány célja bemutatni, hogy az elmúlt 16 év alatt Németország hogyan vált ismét Magyarország szempontjából a legfontosabb gazdasági partnerré, és hogyan alakult ki ismét a közép-európai gazdasági együttműködés rendszere, melynek hazánk szerves részévé válhatott. A tanulmány elsősorban a magyarországi német forgótőkebefektetések és a német-magyar külkereskedelem szintjét vizsgálja.

*Kulcsszavak: német-magyar együttműködés, külföldi működőtőke, Európai Unió, humánerőforrás-elvándorlás*

*JEL-kódok: F15, B20*

---

The post-World War II period and the four decades under the Soviet sphere of interest cut Hungary out from a century-old Central-European economic cooperation. The relations between Hungary and Germany became significant again following the German reunification and the Central and Eastern European regime changes. From the beginning of the 1990s, significant capital investments were made by Germany in the framework of bilateral agreements. In parallel with this process, the trade cooperation between the two countries continued to expand after the accession to the European Union. The aim of the study is to present how Germany became the most important economic partner of Hungary in the last 16 years and how the Central-European economic cooperation evolved over time. It explains that how became Hungary an integral part of the system of Central European economic cooperation. The study mainly examines the level of German working capital investments in Hungary and German - Hungarian foreign trade.

*Keywords: German-Hungarian cooperation, foreign direct investment, European Union, human resources migration*

*JEL Codes: F15, B20*

# INNOVÁCIÓ ÉS JOG

*Innovation and Law*

## **Dr. TÓTH Arnold PhD**

egyetemi docens (Associate Professor)

*Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar (Budapest Business School, Faculty of Finance and Accountancy)*

## **KÁLMÁN Botond**

egyetemi hallgató (Master Student)

*Eötvös Loránd Tudományegyetem, Állam- és Jogtudományi Kar, Budapest (Eötvös Loránd University, Faculty of Law)*

Az Ipar 4.0 napjainkban zajló forradalmi átalakulásához kapcsolódó egyik kulcsfogalom az innováció. Ez nemcsak az infokommunikációs technológiát érintő kérdés, de leginkább ezen a területen érzékelhető a gyorsuló fejlődés. Átalakulóban van a kutatás-fejlesztés hagyományos modellje is. A vállalati szintű fejlesztéseket egyre inkább felváltják a közös projektek, terjed a nyitott innovációs modell alkalmazása. Az egyre rövidebb termék-életciklus és az egyre növekvő fejlesztési költségek miatt szükségessé vált a vállalatok közötti kooperáció. Ez természetesen a sikerek mellett kikerülhetetlenül konfliktusokat is generál, amelyek egyre nagyobb mértékben terelődnek a jogi intézményrendszer irányába. A jog hagyományosan egy konzervatív rendszer, ami egy fennálló társadalmi-gazdasági állapothoz rendel magatartásmintákat és ezek megsértéséhez társított szankciókat. Az innováció azonban olyan friss és alakulóban lévő helyzetekhez kapcsolódó problémákat terel bírósági útra, amelyekre a jognak nincsenek kész, bevált megoldásai. Jelen tanulmány a jog naprakészségének fontosságát elemzi az innovációval kapcsolatos kérdésekben a Nokia – Daimler jogvita kapcsán.

*Kulcsszavak: Nokia v. Daimler, innováció, jog, versenyképesség, K+F*

*JEL-kódok: K12, K41, O36, L62*

---

One of the key concepts related to the revolutionary changes happening currently around Industry 4.0 is innovation. This is a question affecting not only information-communication technology, but it is also the area that we see the most accelerated development in. The traditional model of research and development is also undergoing change. Company-level developments are being increasingly replaced by joint projects, the application of the open innovation model is becoming more and more widespread. Due to the ever shorter product lifespan and the increasing costs of development, cooperation among companies had become necessary. Naturally, apart from success, this also inevitably generates conflicts, which will have to be solved within the legal system. Law is traditionally a conservative system, which associates behavioral patterns to the existing social-economic state as well as sanctions associated with the violation of these. However, innovation leads to the courts seeing problems related to new situations undergoing change for which the courts are not ready yet, they have to tried-and-true solutions. The present study analyzes the importance of the law being up-to-date in relation to matters of innovation via the Nokia – Daimler legal dispute.

*Keywords: Nokia v. Daimler, innovation, law, competitiveness, marketability, R+D*

*JEL Codes: K12, K41, O36, L62*

**3. SZEKCIÓ:  
VÁLSÁGMENEDZSMENT, VÁLSÁGKEZELÉS  
A VÁLLALATI GYAKORLATBAN**

**SESSION 3:  
CRISES AND CRISIS MANAGEMENT  
IN CORPORATE PRACTICE**



# HR ÚJRATÖLTVE - KORONA HR KUTATÁS ELSŐ FÁZISÁNAK TAPASZTALATAI

*HR Reloaded - Experience of the First Phase of Corona HR Research*

**Dr. KÓPHÁZI Andrea PhD**

egyetemi docens (Associate Professor)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron,  
Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

Magyarországon 2020 májusában országos Kutatócsoport alakult 3 szakmai szövetség, 14 egyetem és szakmai kamarák közreműködésével, a járvány szervezetekre gyakorolt hatásainak vizsgálatára. A kutatás első fázisa lezárult. A tanulmány bemutatja a kutatók munkáját és azokat a legfontosabb eredményeket, amelyeket a HR megoldásokban használtak a szervezetek. A HR előtt álló kihívások megismerése olyan hasznos gyakorlati módszertanokat generál, melyek támogatják a szervezetek eredményes működését. A kutatás második fázisa jelenleg folyik. A bekapcsolódás lehetőségével még élhetnek a szervezetek. A kutatás Nemzetközi vonatkozású is, így az egyes országok tapasztalatai is mintául szolgálhatnak a magyarországi gyakorlat fejlesztéséhez.

*Kulcsszavak: pandémia, új HR megoldások*

*JEL-kód: O15*

---

In Hungary, a national research group was established in May 2020, with the participation of 3 professional associations, 14 universities and professional chambers, to study the effects of the epidemic on organizations. The first phase of the research has been completed. The study presents the work of researchers and the key findings that organizations have used in HR solutions. Understanding the challenges facing HR generates useful practical methodologies that support the effective operation of organizations. The second phase of research is currently underway. Organizations can still take advantage of the opportunity to get involved. The research is also of international relevance, so the experiences of individual countries can also serve as a model for the development of Hungarian practice.

Keywords: Pandemic, new HR practice

*Keywords: pandemic, new HR practice*

*JEL Code: O15*

# VÁLSÁGMENEDZSELÉS A COVID VÍRUSHELYZETHEZ KAPCSOLÓDÓAN AZ AUTÓIPARI VÁLLALATOKNÁL

*Crisis Management at Automotive Companies Related to the COVID-19 Situation*

**Dr. MESICS Olívia PhD**

gyárigazgató (Plant Manager)

*Opel Szentgotthárd Kft. (Opel Szentgotthárd Ltd)*

A koronavírus minden magyarországi autóipari céget befolyásolt. A kezdeti szakaszban (március-május/június) válságmenedzselést alkalmaztak a vállalatok. Az újraindulás utáni időszak számos forgatókönyvet eredményezett a volumenvisszaeséstől a volumennövekedésig. A cégek működését a piaci kereslet befolyásolta alapvetően, amely összességében jelentős visszaesést produkált, fennmaradásukat pedig tartalékaik és a beszállítói láncban lévő pozíciójuk határozta meg. A vírushelyzet kihívás elé állította a HR szakembereket. A kiszámíthatatlanság, a tervezhetőség hiánya még inkább felerősítette az egyéni és szervezeti alkalmazkodó képesség szükségességét.

Az időszak válságkezelését számos fórum, szervezet vizsgálta, általánosságban és iparágspecifikusan is. Jelen tanulmány célja, hogy a koronavírus első hullámát jellemző intézkedéseket összefoglalja az autóiparra vonatkozóan különböző források fgyelembevételével, illetve vállalatvezetőkkel történt interjúk alapján

*Kulcsszavak: koronavírus, válságmenedzselés, szervezeti alkalmazkodó képesség, autóipar*

*JEL-kódok: M11, M14, M54*

---

The Corona-Virus has influenced every single automotive company within Hungary. In its initial phase (between March and May/June), these companies have applied crisis management followed by a post-recovery time that has resulted in many case scenarios ranging from the downturn to even the growth of capacity. The operation of firms has basically been affected by market demand, which in summary has produced a significant recession as well as their survival has been determined by their reserves and position in the supply chain. The virus situation has also put HR experts a huge challenge. Uncertainty and the lack of predictability have even more enforced the need of adaptation skills.

Several forums and organizations have examined how crisis management of this period has taken shape not only in general but also specifically (broken down to industries). Taking into consideration various sources respectively interviews with plant managers, the goal of the present study is to summarize measures taken in the automotive industry during the first wave of the Corona-Virus.

*Keywords: Corona-Virus, Crisis Management, Organizational Adaptability, Automotive Industry*

*JEL Codes: M11, M14, M54*

# A KORONAVÍRUS-VÁLSÁG HATÁSAI A MAGYAR NYOMDAIPARRA

*The Effects of the Coronavirus Crisis on the Hungarian Printing Industry*

**MAŇUROVÁ Klaudia** doktorandusz hallgató (PhD Student)

*Soproni Egyetem, Simonyi Károly Műszaki, Faanyagtudományi és Művészeti Kar, Cziráki József Faanyagtudomány és Technológiák Doktori Iskola (University of Sopron, Simonyi Karoly Faculty of Engineering, Wood Sciences and Applied Arts, Jozsef Cziraki Doctoral School of Wood Sciences and Technologies)*

**Dr. habil. HORVÁTH Csaba PhD** címzetes egyetemi tanár (Honorary Professor)

*Óbudai Egyetem, Rejtő Sándor Könnyűipari és Környezetmérnöki Kar, Médiatechnológiai és Könnyűipari Intézet (University of Óbuda, Sándor Rejtő Faculty of Light Industry and Environmental Protection Engineering, Media Technology and Light Industry Institute)*

A napjainkban is terjedő koronavírus-járvány valószínűleg a gazdasági élet minden területét befolyásolja, ez alól nem képez kivételt Magyarország nyomdaipara sem. Cikkünkben egy felmérést szeretnénk közzétenni, mely a magyarországi nyomdaipari cégek érintettségével foglalkozik, a koronavírus-válság hatásait igyekszik felmérni. A Magyar Grafika folyóirat munkatársainak köszönhetően több mint félszáz nyomdaipari vállalkozás válaszolt a válsággal kapcsolatban felmerülő kérdésekre. Cikkünkben a szakma valós szereplőinek véleményét közöljük többek közt azzal kapcsolatban, hogy várhatóak-e elbocsátások a cégüknél, hogy alakul a fizetési morál az ügyfelek körében, mennyire effektív az otthonról történő munkavégzés és hány kolléga tud így dolgozni, érdeklődünk a megrendelések mennyiségének alakulása iránt, de olyan kérdésekre is kaptunk válaszokat, hogy milyen fejlesztésekkel, újításokkal készül egy-egy vállalat, hogy a válság hatásait csökkentse. A szakma megbecsült képviselőitől sikerült személyes véleményeket és akcióterveket is kapni a kialakult helyzetre való reakciókkal kapcsolatban. Az első felmérés a pandémia első szakaszában készült, majd pár hónapra rá megismétlésre került, így azt is összehasonlítjuk, hogy az elképzelések miként valósultak meg a gyakorlatban.

*Kulcsszavak: nyomdaipar, koronavírus-válság, helyzetjelentés, hatásvizsgálat*

*JEL-kód: L65*

---

The coronavirus pandemic is still spreading and will likely affect all areas of economic life. The Hungarian printing industry is also not an exception. In our article, we would like to publish a survey, that deals with the involvement of Hungarian printing companies and tries to assess the effects of the coronavirus crisis. Thanks to the staff of Magyar Grafika magazine, more than half a hundred printing companies answered questions about the crisis. In our article, we share the viewpoints of the Hungarian professionals on whether redundancies are expected at their company, how payment morale develops among customers, how efficient home office could be and how many colleagues can work in this way. We also received answers to questions about the developments and innovations that companies were preparing to reduce the effects of the crisis. We also managed to obtain personal opinions and action plans from the esteemed representatives of printing industry regarding the reactions to the situation. The first survey was conducted in the first phase of the pandemic and then repeated for a few months, so we also can compare how the ideas were put into practice.

*Keywords: printing industry, coronavirus crisis, situation report, impact assessment*

*JEL Code: L65*

# **A DESIGN THINKING HASZNÁLATA A KILÁBALÁSHOZ: EGY ÖNKÉNTES SZERVEZET MEGTEREMTÉSE A COVID-19 JÁRVÁNY IDEJE ALATT A KÖZOKTATÁS MEGSEGÍTÉSÉRE – ESETTANULMÁNY**

*Design Thinking Your Way Out: Organizing Volunteers During CoViD-19 Pandemic to Help Public Education – a Case Study*

## **NÉMETH Ádám**

PhD-hallgató (PhD Student)

*Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és társadalomtudományi Kar  
(Budapest University of Technology and Economics, Faculty of Economics and Social Sciences)*

## **Dr. HERCEGFI Károly PhD**

egyetemi docens (Associate Professor)

*Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és társadalomtudományi Kar  
(Budapest University of Technology and Economics, Faculty of Economics and Social Sciences)*

2020 március 13-án, pénteken, a Miniszterelnök Úr bejelentette hogy az ország közoktatása március 16-ára távoktatásra kel hogy váltson – egyetlen hétvége olyasmire, amit soha nem történt még meg ebben a méretben Magyarországon. Hogyan derítette ki egy csapat önkéntes, mire van szüksége az iskoláknak a krízis ideje alatt? Hogy használtuk a design thinking empátia részét arra, hogy irányba állítsuk a szervezetet? Ez az Amanoba, egy 150 fős önkéntes szervezet esettanulmánya, amely azért jött létre, hogy tanárokat, szülőket és gyerekeket segítsen a legjobb digitális távoktatási élmény eléréséhez Magyarországon, és összegyűjtse a tudást, hogy lehet ezt megtenni.

*Kulcsszavak: design thinking, service design, covid-19, közoktatás, szervezetépítés  
JEL-kódok: L31, L86, D02*

---

On the eve of 13 March 2020 it was announced that Hungary's public education system needs to switch to remote, effective on 16 March - a single weekend's time for something never done before in scale. How did a bunch of volunteers find out what schools need so they can help in crisis? How can design thinking empathy help steer organizations? This is a case study of Amanoba, a group of 150 volunteers helping teachers, parents and children to provide the best digital/remote education experience in Hungary, and collecting knowledge on how to do that.

*Keywords: design thinking, service design, covid-19, public education, organization management  
JEL Codes: L31, L86, D02*

# LEAN ESZKÖZÖK ALKALMAZÁSI LEHETŐSÉGEINEK VIZSGÁLATA EGY TERMELÉSI-SZOLGÁLTATÁSI ÉRTÉKLÁNCBAN

*Examining the Satisfaction-enhancing Effects of Lean Management in a Production-Service Value Chain*

**Dr. KALLÓ Noémi PhD**

egyetemi docens (Associate Professor)

*Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék (Budapest University of Technology and Economics, Department of Management and Business Economics)*

**GERSE-KRIZSA Teréz**

PhD-hallgató (PhD Student)

*Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék (Budapest University of Technology and Economics, Department of Management and Business Economics)*

A lean menedzsment eszközeit egyaránt alkalmazzák termelő- és szolgáltatóvállalatok a vevői érték vizsgálatára: az értéklánc feltérképezésére, az abban rejlő veszteség feltárására és kiküszöbölésére, ezáltal a vevői érték fokozására. A termelővállalatok napjainkban egyre jellemzőbb szolgálatosodása és a szolgáltatások növekvő fizikai terméktartalma összetett termelési-szolgáltatási értékláncokat alakít ki, melyekben a kétféle értékteremtést együttesen kell vizsgálni.

Egy hosszú élettartamú (építőanyag-ipari) termék termelési-szolgáltatási (és használati) értékláncát elemezve mutatjuk be a lean menedzsment értéknövelésre alkalmas eszközeinek alkalmazási lehetőségeit. Egyúttal szemléltetve azt is, hogy a kétféle értéklánc összekapcsolódása milyen kihívások elé állítja az azokban résztvevő szereplőket, illetve a végső érintettet, a vevőt.

*Kulcsszavak: vevői érték, értéklánc, lean menedzsment*

*JEL-kódok: M10, L68*

---

Production and service companies both use the tools of lean management to examine customer value: to map the value chain, to explore and eliminate the loss in the chain, and to increase customer value. Nowadays, the servitization of production companies and the growing physical product content of services form complex production-service value chains, in which the two types of value creation must be examined together.

In our study, we analyze the production-service (and utilization) value chain of a durable good. By reviewing the value chain of these building products, we present the application possibilities of the value-adding tools of lean management. At the same time, we illustrate the challenges that the interconnection of the two types of value chains poses to the actors involved in them, as well as the benefits it offers to the final customer.

*Keywords: customer value, value chain, lean management*

*JEL Codes: M10, L68*

# AZ IPAR 4.0 KONCEPCIÓ KIHÍVÁSA A HAZAI GYÁRTÓ ÉS FELDOLGOZÓ IPARBAN TEVÉKENYKEDŐ KKV SZEKTORRA

*The Challenge of the Industry4.0 Conception to the National Small and Mid-size  
Enterprises in Manufacturing and Processing Sector*

**NÉMETH Kornél**

PhD-hallgató (PhD student)

*Pannon Egyetem Nagykanizsai Kampusz, Alkalmazott Gazdálkodástani Intézet (University of  
Pannonia Nagykanizsa Campus, Institute of Applied Management Sciences)*

**Dr. NÉMETH Kornél PhD**

egyetemi docens (Associate Professor)

*Pannon Egyetem Nagykanizsai Kampusz, Alkalmazott Gazdálkodástani Intézet (University of  
Pannonia Nagykanizsa Campus, Institute of Applied Management Sciences)*

A témakör aktualitását mutatja, hogy az Ipar4.0 koncepció nemcsak egy absztrakt fogalom, amely nagy gyakorisággal jelenik meg a technológiai, gazdaságpolitikai fórumokon, hanem ma már technológiai vagy akár társadalomtudományi témakörök vezérelve, sőt gazdasági társaságok stratégiai irányvonalának tervezési alapja, annak ellenére, hogy az Ipar4.0 koncepció egy még evolúciós fázisban lévő technológia alapú fejlett gazdaságszervezési trendként azonosítható. A koncepció fiatal, és útkeresési fázisban van, ezért nem áll rendelkezésre nagy számú kutatási anyag, szakirodalom sem explicit sem implicit módon megközelítve az Ipar4.0 koncepció közvetlen gazdasági hatásai illetően, sem pedig a közvetett organizációs vagy társadalmi hatásait illetően. A globális trend természetesen hatást gyakorol a magyarországi termelő szervezetekre is, ennek megfelelő értelmezéséhez, és tudatos menedzsmentjéhez lényeges, hogy képet kapjunk a hazai kis és középvállalati gyártó és feldolgozóipar aktuális kihívásairól, és az ipar4.0 koncepció a szervezetek működésére vonatkozó lehetséges hatásairól. Jelen tanulmány a vizsgálatba bevont cégek ipar4.0 érettségét illetve a cégek szervezeti kihívásait vizsgálja. A kutatás eredményeiből egyértelműen kirajzolódik, hogy a témakörben érintett vállalatok mely technológiai szinten illetve mely szervezeti fázisban vannak, és ez mennyire határozza meg a stratégiai tervezést.

*Kulcsszavak: Ipar4.0, KKV, stratégia, kihívás*

*JEL-kódok: A12, M11*

---

The presentation of the actualities of the topic, that the Industry4.0 conception is not only an abstract concept, which is often used in technological and economic policy forums, but today it is guided by technological or even social science topics, and it is getting to be the baseline of planning of company's strategic direction. Industry4.0 concept can be identified as a technology-based advanced economic operation-organization trend that is still in the evolutionary phase. The concept is young and in a path-finding phase, so there is not a large amount of research material or literature approached either explicitly or implicitly in terms of the direct economic impacts of the Industry4.0 concept, nor in terms of indirect organizational or social impacts. According to the global trend, it has an impact on Hungarian producer organizations and so on in order to properly interpret and consciously manage this, it is essential to get realistic picture of the current challenges of the Hungarian small and medium-sized enterprises (SMEs) in the manufacturing and processing industrial sector, including the potential impacts on the functioning of organizations. The conclusion from this study obviously describes what are the technological maturity level of the concerned enterprises and what is the characteristics of the organization which drives the strategy planning.

*Keywords: industry4.0, SME, strategy, challenge*

*JEL Codes: A12, M11*

# AZ INTERNET HASZNÁLAT GYAKORISÁGA ÉS AZ ONLINE VÁSÁRLÁS KAPCSOLATÁNAK VIZSGÁLATA AZ ELMÚLT 14 ÉVBEN

*The Relationship Between the Frequency of Internet Use and Online Shopping in the Last 14 Years*

**BAK Gerda**

PhD-hallgató (PhD Student)

*Pannon Egyetem, Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Veszprém (University of Pannonia, Doctoral School of Management Sciences and Business Administration, Veszprem)*

**Dr. MOLNÁR Tamás PhD**

intézeti tanszékvezető, egyetemi tanár (Head of Department, Full Professor)

*Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Veszprém (University of Pannonia, Faculty of Business and Economics, Veszprem)*

Korunkat a technológiai fejlődés és a gyors változások jellemzik. A digitális eszközök és az internet elterjedésével a mindennapok átalakultak, megváltozott az információszerzés módja és a vásárlási szokásaink is. Az interneten egy kattintással megoldható a bevásárlás, számos új termék, szolgáltatás látott napvilágot, illetve jut el a fogyasztókhoz. Az egyes technológiai újítások az értékláncok lerövidülését is eredményezték, csökkentve a harmadik felek iránti igényt, mindazonáltal az internetes vásárlások száma és értéke évről évre növekszik.

Kutatásunk célja az internetezés gyakorisága és az online vásárlások kapcsolatát felmérni magyarországi viszonylatban 2006-2019 közötti időszakokra. Feltételezéseink szerint az internetezési gyakoriság hatással van az online vásárlásokra és azok térnyerésére. Olyan kérdésekre kerestük a választ, hogy van-e különbség a nemek tekintetében az internethasználat gyakoriságában, valamint van-e összefüggés a rendszeres internetezés és az online térben zajló vásárlás között. Ehhez idősortelemzést, illetve korrelációelemzést végeztünk a KSH adatain. Az eredmények alapján elmondható, hogy erős kapcsolatot találtunk a rendszeres internet használat és az internetes vásárlás között, kifejezetten a nők tekintetében, valamint különbséget találtunk szintén a nők tekintetében a mindennapos internetezés alakulásában.

*Kulcsszavak: internet, online vásárlás, Magyarország*

*JEL-kód: E21*

---

Our age is characterized by technological development and rapid change. With the spread of digital devices and the Internet, everyday life has changed, the way we obtain information and our shopping habits have also changed. Shopping can be done on the Internet with one click, many new products and services have been launched, and they reach consumers. Some technological innovations have also resulted in shorter value chains, reducing the need for third parties, yet the number and value of online purchases is increasing year by year.

The aim of our research is to assess the relationship between the frequency of internet use and online shopping in Hungary for the period 2006-2019. We hypothesize that the frequency of internet use has an impact on online shopping and its take-up. We sought answers to questions about whether there is a gender difference in the frequency of Internet use and whether there is a correlation between regular Internet use and online shopping. For this, we performed time series analysis and correlation analysis on the CSO data. Based on the results, we found a strong relationship between regular internet use and internet shopping, specifically for women, and we also found a difference in the development of everyday internet use for women.

*Keywords: internet, online purchasing, Hungary*

*JEL Code: E21*

# A TANULÁSI STRATÉGIÁK ÉS A DIGITÁLIS TUDÁS ÖSSZEFÜGGÉSEI

*Relationships Between Learning Strategies and Digital Knowledge*

**BAK Gerda**

PhD-hallgató (PhD Student)

*Pannon Egyetem, Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Veszprém (University of Pannonia, Doctoral School of Management Sciences and Business Administration, Veszprem)*

Napjainkban a digitális technológia elterjedésének következtében újfajta képességeket és tudást kell elsajátítania az embereknek, legyen szó bármelyik generációról. A diákoknak a tanulás során, míg a munkavállalóknak a feladataik elvégzéséhez szükséges egyre nagyobb arányban a számítógépek és az internet adta lehetőségek. Ezeknek az új ismereteknek az elsajátításához elengedhetetlen friss információk feldolgozási módjának ismerete. Erre azért is szükség van, mert a digitális tudás szintje nem csak hazánkban, hanem világszerte is kiemelten fontos fejlesztési terület.

Jelen kutatás során a tanulási stratégiák és a digitális tudás szintje közötti összefüggéseket igyekeztük feltárni, valamint a tanulási módszereket igyekeztünk feltárni a megkérdezettek körében.

*Kulcsszavak: internet, digitális tudás, tanulási orientáció*

*JEL-kód: I20*

---

Nowadays, due to the spread of digital technology, people need to acquire new kinds of skills and knowledge, be it of any generation. Students have an increasing proportion of the opportunities provided by computers and the Internet for learning, while workers need to perform their tasks. Knowledge of how to process up-to-date information is essential to acquire this new knowledge. This is also necessary because the level of digital knowledge is an extremely important area of development not only in Hungary but also worldwide.

In the present research, we tried to explore the connections between learning strategies and the level of digital knowledge, as well as to explore learning methods among the respondents.

*Keywords: internet, digital knowledge, learning orientation*

*JEL Code: I20*



# **KRÍZISMENEDZSMENT VÁLLALATI INNOVÁCIÓ SEGÍTSÉGÉVEL – AZ ÖBB 2015-ÖS MENEKÜLTVÁLSÁG KEZELÉSÉNEK PÉLDÁJÁN**

*A Crisis Management Through Corporate Innovation*

*– The ÖBB's Example of Dealing With the 2015 Refugee Crisis*

**ANGYAL Viktória** PhD-hallgató (PhD Student)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School)*

Az elmúlt évtizedek válságai változatos és erőt próbáló kihívások elé állították a vállalatokat a vizsgált térségben. Jelenleg a legnagyobb kihívás a SARS Covid pandémia, ami nem csak az egészségügy területére, de a gazdaságilag is nagy veszélyt jelent. Már öt éve zajlik egy másik világválság, aminek hatását Európa a mai napig érzi társadalmilag és gazdaságilag is. Ez a Közel-Keletről illetve Afrikából érkező menekültek által előidézett menekültválság, aminek a kezelésére a mai napig nem született konszenzus az európai unió belülről. 2015-ben, amikor váratlanul segítségkérő emberek nagy tömege jutott el Ausztriába, nem csak az osztrák állam, de sok osztrák vállalat is gyors cselekvésre volt kényszerítve, így az osztrák államvasutak az ÖBB is – ami Ausztriában többek között a kritikus infrastruktúra biztosításáért felel. A dolgozók gyors és flexibilis reakciójának köszönhetően olyan innovatív megoldások születtek, amik hosszútávon is pozitív hatással bírnak az ÖBB krízismenedzsmentjében. A jelen kutatásban ezen innovatív megoldások bemutatása és a vállalati krízismenedzsmentre gyakorolt hatásainak összefoglalása a célom. A kutatás eredménye jó gyakorlatként szolgálhat váratlanul felmerülő krízisek kezelésére a gazdasági résztvevők számára.

*Kulcsszavak: krízismenedzsment, innováció, válság*

*JEL-kódok: O15, H12*

---

Because of the crises of recent decades companies in the region under study had to face diverse and trying challenges. Currently, the biggest challenge is the SARS Covid pandemic, which poses a major threat not only to the health sector but also economically. Another world crisis has been going on for five years, and Europe is still feeling the effects both socially and economically. It is meant to be the so called refugee crisis caused by refugees coming from the Middle East and Africa, for the handling of which has not yet been the subject of a consensus within the European Union. In 2015, when a large crowd of people unexpectedly arrived in Austria, not only the Austrian government but also many Austrian companies were forced to act quickly, including the Austrian state railways ÖBB - which is responsible for, among other things, providing critical infrastructure in Austria. Thanks to the quick and flexible response of the employees, innovative solutions have been developed that have a long-term positive impact on ÖBB's crisis management. In the present research, my goal is to present these innovative solutions and to summarize their effects on corporate crisis management. The results of the research can serve as a good practice for dealing with unexpected crises for economic actors.

*Keywords: crisis management, innovation, crisis*

*JEL Codes: O15, H12*

**4. SZEKCIÓ:  
MARKETING ÉS MENEDZSMENT**

**SESSION 4:  
MARKETING AND MANAGEMENT**

# VÁLLALATI ALAPVETŐ CÉLOK KOMMUNIKÁCIÓJA A BUDAPESTI ÉRTÉKTŐZSDÉN JEGYZETT RÉSZVÉNYTÁRSASÁGOKNÁL

*Communication of Business Purposes by Corporations Listed on the Budapest Stock Exchange*

**Dr. BARTÓK István PhD**

egyetemi docens (Associate Professor)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

A kutatás célja a Budapesti Értéktőzsdén jegyzett részvénytársaságok által kitűzött és nyilvánosságra hozott alapvető célok vizsgálata. A kutatás a tőzsdén jegyzett cégek által szolgáltatott és nyilvánosságra hozott adatok és információk feldolgozásán alapul. A vizsgált kérdések között kiemelkedő szereppel bír a vállalati nyereséggel kapcsolatos szerepfelfogás. A vizsgálat feltárja és elemzi a vállalati nyereség orientáltság szerepét a vállalati működés érintettjei és a vállalati értékek kontextusában.

*Kulcsszavak: menedzsment, vállalatgazdaságtan, vállalati célok, társadalmi felelősség, felelős vállalatirányítás*

*JEL-kódok: M10, M20, L21, M14, G34*

---

The goal of the research is to explore and analyse the purposes, which are set and published of the corporations listed on the Budapest Stock Exchange. The research is based on processing data and information published by the listed corporations. The research analyses the perception of the role of profit as a highlighted research issue. The research explores and analyses the role of profit orientation in the context of stakeholders of business and business values.

*Keywords: Management, Business Economics, Business Objectives of the Firm, Social Responsibility, Corporate Governance*

*JEL Codes: M10, M20, L21, M14, G34*

# ANALYSIS OF MULTIFACTORAL QUALITY MANAGEMENT TOOLS - HOW TO IMPROVE THEM?

**KÖNYVES Melinda Katalin**

PhD Student

*Budapest University of Technology and Economics Department of Management and Business Economics*

**Dr. KALLÓ Noémi PhD**

Associate Professor

*Budapest University of Technology and Economics, Department of Management and Business Economics*

The establishment and operation of quality management systems is no longer disputed for most companies, but it is an integral part of day-to-day operations. The tools for the practical application of quality management systems are methods and techniques that can help, for example, to describe processes, identify the causes of problems or analyse risks.

The focus of the present study is also on multifactoral quality management methods on FMEA (Failure Mode and Effect Analysis) and the Ishikawa analysis. However, in many cases these multifactoral methods are not effective enough as they are more difficult to apply. In the spirit of continuous improvement, which is the principle of the TQM (Total Quality Management), our goal is to examine the corporate application of the two methods mentioned above and the elements to be developed. The analysis of automotive processes is the basis of the research, so we conducted semi-structured interviews with people working in this sector. For the fullest possible analysis, we interviewed many participants of the value stream, including employees of production and development companies as well. The result of this study is to determine the advantages and disadvantages, and improvement possibilities of FMEA and Ishikawa diagram based on literature sources, interviews and own experience

*Keywords: quality management, methods, cause-and effect analysis, FMEA, Ishikawa*  
*JEL Codes: L15, L62*

# **THEORETICAL FRAMEWORK FOR RESEARCHING ENTREPRENEURIAL FAILURE**

**REPISKY Máté**

PhD Student

*University of Szeged, Faculty of Economics and Business Administration, Hungary*

Researching entrepreneurial failures from the perspective of the entrepreneur is an emerging theme in the field of entrepreneurship. Moreover, the recent economical changes and challenges are making this theme more current. Past researches mainly focused on one or two main questions of the entrepreneurial failure, such as grief, stigmatisation, coping with failure, antecedents of failure or learning from failure. My suggestion is more complex approach for exploratory researches, which contains not only the “process” of entrepreneurial failure (antecedents and consequences of failure, entrepreneurial reactions: coping, learning and career decision), but the key factors affecting this process (entrepreneurial personality traits, motivations, effects of individuals around the entrepreneur or even socio-emotional wealth). With this suggested new model researchers can study the theme of entrepreneurial failure in a more complete and structured way. Moreover, using this theoretical model can make easier to emphasize the limitations and borders of researches aiming entrepreneurial failure.

*Keywords: entrepreneurial failure, research framework, consequences of failure, coping with failure*

*JEL Codes: L26, D91*

# **CELEBRITY ENDORSEMENT AND COGNITIVE DISSONANCE: DO AMBASSADORS HAVE TO FIT THE BRAND?**

**NYIKOS Bendegúz Richárd**

PhD Student

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School, Hungary*

Celebrity endorsement has a long history in the world of advertising. Today the celebrity endorsement strategies are frequently used by marketers in order to increase their sales and thereby extend the market share of the company. They also believe that using well-known characters in their campaigns can have a huge effect on the purchasing habits of their customers. According to Aristotle, “beauty is a greater recommendation than any letter of introduction”. This sentence perfectly summarizes why products are endorsed by well-known characters, celebrities. They can have a huge effect on the purchasing decision making, on the buying behavior and on the cognitive functions. The signification of cognition and attitudes is crucial in the world of advertising: people realize that they want to look like, be like or act like a celebrity they see in the commercial. They want to pursue their dreams and become famous, good looking and successful: purchasing such products increases their self-confidence and makes them believe that they can achieve their goals. By discovering the true power of celebrity endorsement marketers can achieve incredible results. The question is whether there must be some kind of a relationship between the product and the endorser or it is enough to create cognitive dissonance by showing a favorable image in order to increase the sales.

*Keywords: celebrity, celebrity endorsement, cognitive dissonance, brand ambassador*  
*JEL Codes: D91, E71, M31*

# THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE BUSINESS MODEL OF MANAGED SERVICE PROVIDER IN CHALLENGING TIMES

**M.Sc. Stephanie METZNER**

Sales Leader Technology Service Provider DACH

IBM Deutschland GmbH

*UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia, Spain; FOM Hochschule für Oekonomie und Management, Essen, Germany*

The COVID-19 pandemic is challenging, especially for the economy and the society. Companies have to shift their priorities and operations systems short term, and also develop new strategic options for the future. Crises affect innovation in different ways. For companies' crises create uncertainty and financial problems and normally have a negative impact on innovation. COVID-19 forced us to change the habits. The beginning of "social distancing" illustrates clearly how a crisis can accelerate the adoption of innovations, e.g. tools for video conferencing. So, for some cases the crisis helps to overcome the adoption hurdles of an innovation. Once a company find the right technology service provider, did the necessary investment, learned how to use it or see the benefits of the new technology, they will continue to use the innovation, even after the end of the crisis. The crisis gives a significant push to digitalization and concomitant for technology service provider, who help clients to use new innovations for their business. Companies, especially SMEs need to change quickly and the demand for technology service providers is higher than before. As a result, also service providers have to change their business model and be focussed on the digitalization of their target group. Learn how a service provider has to change their business model to be successful, especially in challenging times.

*Keywords: Digitalization, Digital Transformation, Service Provider, Business Model*

*JEL Codes: M21, O14, O33*

# HOW DOES MULTISENSORY MARKETING INFLUENCE ATTITUDE AND CONSUMER BEHAVIOUR IN ONLINE STORES?

**David WEBER**

PhD Student

*Universidad Católica San Antonio de Murcia, Spain*

Especially at the time of the COVID 19 pandemic, the already steadily increasing sales of ecommerce rose even further. In order to avoid ruinous price competition, it is important for companies that their products in online stores are preferred by consumers, regardless of the price, compared to products from the competition. Multisensory marketing engages the consumers' senses, affects their perception, judgement and even the behaviour and therefore can be considered as a solution. Within the framework of a subject-within design, the hypotheses were examined whether the number of sensory stimuli or whether certain combinations of senses have a significantly stronger influence on buying behaviour in online stores than others. 654 participants evaluated 5 of 16 products each with different combinations of senses in a self-created online store. The results of the study show that almost every combination of senses has a significant influence on consumer behaviour. There was no significant difference between two sensory combinations. It must be examined in more detail, whether this is an effect of the cross-modal correspondence. Furthermore, the effect of super additivity does not seem to have any application in this sample. A second study is currently under revision to check whether the results can also be transferred to other products.

*Keywords: field experiment, multisensory marketing, consumer behaviour, online stores*

*JEL Codes: C93, M31, M37, M39, Y40*



# **RATIONALITY OF DECISION MAKING IN B2B SALES: DETERMINANTS OF OUTCOME IN COMPLEX SELLER-BUYER INTERACTIONS**

**Mag.(FH) Stefan LEDINGER**

PhD Student

*PhD Programme in International Economic Relations and Management, University of Applied Sciences Burgenland, Austria*

**DI(FH) DI Günther MAIER**

PhD Student

*PhD Programme in International Economic Relations and Management, University of Applied Sciences Burgenland, Austria*

Orthodox economic theory suggests that humans are perfectly rational. While this notion has been challenged in multiple ways for Business-to-Consumer interactions, Business-to-Business relationships remain widely considered to be governed by reason. However, as decisions in Business-to-Business interactions are made by humans, the factors that lead to irrational behaviors in the B2C setting may also be at play in B2B. These factors may also be exacerbated by complexity, uncertainty and the need for co-creation of value between purchasing and selling organizations. Potential mechanisms leading to limitations in rationality can be derived from heterodox economic theories, as well as cognitive, business economic and related sciences. However, the role of irrationality and impulsivity in shaping in B2B purchasing decision-making, as well as the influence that the selling organization can exert on the outcome of such processes, are largely unexplored. Here, the relevant literature from above mentioned fields is reviewed and integrated into hypotheses about the structure of rationality in B2B relationships between selling and purchasing organizations. Also, recommendations and challenges for empirical research in this field are discussed. Special attention will be given to the role of the perception of risk.

*Keywords: business development, heterodox economics, rationality*

*JEL Codes: B50, L14, M29, M39*

# **VISUALIZATION IN B2B SALES: PROFESSIONAL SELLING AIDS AND THE EFFECT ON SALES OUTCOME**

**DI(FH) DI Günther MAIER**

PhD Student

*PhD Programme in International Economic Relations and Management, University of Applied Sciences Burgenland, Austria*

**Mag.(FH) Stefan LEDINGER**

PhD Student

*PhD Programme in International Economic Relations and Management, University of Applied Sciences Burgenland, Austria*

The environment in which salespeople perform their activities is constantly changing, calling for and enabling new solutions for presenting solutions, providing value, overcoming objections, and closing deals. Technological advances have been a driving force in these changes, warranting scientific inquiry into the use of new technologies in business development. Technology has also massively changed the way sellers can use visualization, including with new possibilities around 3D visualization and augmented reality. Here, the theoretical underpinnings and extant literature on visualization in professional selling in two specific industries will be reviewed. Further, the potential benefits of visualizing benefits rather than product features will be discussed, based on the assumption that products are purchased not for their properties but for the results that they provide – which may influence the cognitive processing of different types of visuals. Finally, the gaps in the scientific literature will be discussed, along with suggestions on how empirical evidence could be gathered for the effective use of visualization in B2B sales, especially with regard to innovative technological approaches such as augmented reality.

*Keywords: B2B, visualization, sales, augmented reality*

*JEL Code: M31*

# **THE IMPORTANCE OF VALUE-BASED-, ADAPTIVE- AND CUSTOMER-ORIENTED SELLING BEHAVIOURS IN THE MARKET AREA OF INDUSTRIAL PRODUCTS**

**Mag. (FH) Reiterer, Johannes BEd, M.A.**

Head of Programme

*University of Applied Sciences Wiener Neustadt, Austria*

Various scholars identified customer oriented, adaptive- and value-based selling as the most important selling approaches for industrial products. The aim of the paper is to identify the importance of these selling behaviours and selling tactics for such selling situations more in detail.

The conclusion of this scholar is based on an analysis of relevant academic sources in the area of personal selling and industrial buying. A tremendous amount of information about products and solutions are available online. An increasing amount of buying operations are completed online as well. Therefore, selling activities from sales representatives which are adding value to the purchasing process are getting more important in the future. Additionally, it is important to combine elements of different selling tactics more often. Especially when selling organisations have to handle an international operating buying centre with a high number of representatives from different entities. A strategic view on the usage of different selling tools for different selling situations will be more important in the future.

*Keywords: value-based selling, Business-to-Business Marketing, Business-to Business Buying*

*JEL Codes: M31, M39*

# **VERBOT DES KÜKENTÖTENS, ÖKONOMISCHER NUTZEN**

*Prohibition of Chick Killing, Economic Benefit*

**Dr. Caspar von der CRONE PhD**

CEO (CD Consulting gUG)

Managing Director (IG Bio-Initiative)

*Bad Honnef, Germany*

**Prof. Dr. Horst LANG**

Head of Quality Assurance/Environment/Work Safety

*Globus-Betriebe, St. Wendel, Germany*

Germany was the first country to draw the consequences and introduce a legal ban on the killing of chicks. Other EU countries will follow this example. Animal welfare activists and consumers have been calling for this for a long time, so that ultimately an end will be put to the killing of male chicks after hatching throughout the EU and internationally. However, this has important implications for markets, intra-EU trade, price developments and consumption. It will affect manufacturing companies along the whole process chain. The fact is, prices will rise, because animal welfare and animal welfare mean restrictions, both in production and marketing. There will inevitably be structural changes within the sector. In Germany 45 million laying hens produce 15 billion eggs and there are 380 million hens in the EU. The ban on killing male chicks will have a lasting effect on production and marketing. Both the early detection and rearing of male chicks involves high costs and effort. Jobs and economic benefits are therefore also at stake. This contribution is intended to provide an introduction and to present the economic challenges.

*Keywords: animal protection, structural changes, buying behavior, higher prices*

*JEL Codes: D18, D20, D40, E23*

**5. SZEKCIÓ:  
PÉNZÜGYEK COVID-19 JÁRVÁNY KÖZBEN ÉS UTÁN  
– NAPJAINK PÉNZÜGYEI**

**SESSION 5:  
FINANCES DURING AND AFTER THE COVID-19  
EPIDEMIC – TODAY'S FINANCES**

# ROLLING NUTS VS. COVID-19 – AZ ÖNFENNTARTÓ VAGYON-KEZELÉS VÍRUSHELYZET OKOZTA GAZDASÁGI VÁLSÁG IDEJÉN

*Rolling Nuts vs. COVID-19 – Self-supporting Asset Management in Times of Economic Crisis Caused by a Viral Situation*

**CZIRÁKI Gábor**

tanársegéd (Assistant Lecturer)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

A Rolling Nuts vagyonekezelési módszertan legújabb felfedezéseiről kellene e cikknek szólnia. Az új kutatások fényében ugyanis a természet entrópiáján alapuló portfólió menedzsment modell többféle értelmezésnek is helyt ad, az eddig publikáltakon felül. Felfedeztem két további portfólió elosztási metódust, ami szintén a természet határok közé szorított végtelen mintázatán alapul. Vizsgálatom arra terjedt ki, hogy melyik portfólió elosztás a jobb döntés, melyik hoz nagyobb hozamokat, illetve összehasonlítva milyen következtetések vonhatók le egymás mellé állítva a különbözőképp diverzifikált paletták teljesítményét. Mindezt egy kutatócsoport keretében, hogy bővebb merítést tudjak ábrázolni a befektetési döntéshozatal komplex rendszerében. Két hónapos időtávot néztünk, legelőször is rövidtávon keresve a válaszokat a fenti kérdésekre, amikor (előre nem tudva) beköszöntött a címbeli vírus, amely gazdasági, tőzsdei ijedelmet okozva rázta meg a nagyvilágot. Így nem egy szimpla elemzés született kutatásunk zárultával, hanem egy igen pikáns időtávot sikerült analizálni, amely ilyenén módon még érdekesebb következtetések levonására ad módot. Így történt, hogy a 100-nál több Rolling Nuts portfóliónk kiértékelése a válságállóság kérdéskörét járja be, és szolgál ezzel talán még érdekesebb és tanulságosabb meglátásokkal a vagyonekezelés fenntarthatóságának tekintetében.

*Kulcsszavak: entrópia, fenntartható vagyonekezelés, pandémia, Rolling Nuts, válságállóság*  
*JEL-kódok: G01, G11, O16, P41*

---

This article should discuss the latest discoveries in the Rolling Nuts asset management methodology. In the light of new research, the portfolio management model based on the entropy of nature allows for several interpretations, in addition to those published so far. I discovered two additional portfolio allocation methods that are also based on an infinite pattern of nature confined to boundaries. My study covered which portfolio allocation is the better decision, which brings higher returns, and comparing what conclusions can be drawn by juxtaposing the performance of differently diversified palettes. All this in the framework of a research group to be able to depict more immersion in the complex system of investment decision making. We looked at a two-month period, first looking for answers to the above questions in the short term, when (unknowingly) the title virus came in, shaking the world, causing economic, stock market fright. Thus, not a simple analysis was made at the end of our research, but we managed to analyze a very spicy time period, which in this way allows us to draw even more interesting conclusions. This is how the evaluation of our more than 100 Rolling Nuts portfolio explores the issue of crisis resilience, providing perhaps even more interesting and instructive insights into the sustainability of asset management.

*Keywords: entropy, sustainable asset management, pandemic, Rolling Nuts, crisis resilience*  
*JEL Codes: G01, G11, O16, P41*

# THE EFFECTS OF SENTIMENT ON THE RETURN DISTRIBUTION IN THE GERMAN STOCK MARKET EXEMPLIFIED BY THE COVID-19 CRISIS

**Emile HÖVEL**

PhD Candidate

*Universidad Católica San Antonio de Murcia, Spain*

**Prof. Dr. Matthias GEHRKE**

Full Professor

*FOM University of Applied Sciences, Germany*

Sentiment analysis in financial research interprets moods in their significance for the progress of markets or specific financial products. It helps to develop well-founded expectations about market developments and often serves as a justification for movements in prices that cannot be directly explained by fundamental data, especially in times of crises. Investor sentiment obtained from different sources is not time-stable, and when linked to returns, often non-linear. Therefore, model selection is rather challenging.

In this study, a neural network based on LSTM neurons is applied to account for these sentiment immanent characteristics. The recent COVID-19 induced market distortions on the German stock market provides an opportunity to investigate the suitability of predictive sentiment-based analyses. The results obtained can be valuable for portfolio management, whether to minimize risks or systematically exploit factor risks.

*Keywords: investor sentiment, behavioral finance*

*JEL Codes: C45, G41*

# CHANGE CONTROLLING – MEASURING CHANGE SUCCESS USING THE EXAMPLE OF A DUTCH UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**Stefan BREUER**

PhD Student

*University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School*

“Nothing is as constant as change” represents a citation of the philosopher Heraclitus of Ephesus (approx. 540 - 480 BC). This quote proves itself true once again during the current COVID-19 pandemic. Organizations have to deal with changing conditions and uncertainties. In this context, the management is confronted with challenging change processes whereby the results are not predictable. Therefore, current studies show a high failure rate of change-projects and a rarely conducted controlling approach within change processes. The review of current literature proves that none of the leading authors (e.g. Kurt Lewin and John P. Kotter) integrated evaluation and controlling processes in their change management models. Nevertheless, the research also showed that a systematic controlling process is necessary to review the success of individual change measures and to guide change projects in an effective way. Within the framework of this paper, the challenges concerning a missing change controlling approach are characterized within a case study. The object of investigation is the strategic realignment of a Dutch University of Applied Sciences, which comprises a study-course-related adjustment towards a stronger international focus. In order to enable a controlling of the strategic realignment, a balanced scorecard for a higher education institute is developed to control the change process.

*Keywords: Change Management, Change Controlling, Balanced Scorecard, Strategic Realignment*

*JEL Codes: M10, M21*



# A COVID HATÁSAI AZ IFRS SZERINTI BESZÁMOLÓKÉSZÍTÉSRE

*COVID Effects on to the Report Making According to IFRS*

**MATTIASSICH-SZOKOLI Enikő**

PhD-hallgató (PhD Student)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School)*

2020-ban a világméretű COVID járvány megjelenése nagy számú fertőzést okozott Európában is. A vírus megfékezése miatti intézkedések jelentős hatással voltak a gazdasági tevékenységre, így a beszámolók elkészítésére is. A vezetőségnek azonnal reagálni kellett a járvány megfékezése érdekében hozott változásokra, melyek mind az éves pénzügyi kimutatásokat, mind pedig a beszámolót érintették. Mérlegelni kellett bizonyos cégeknek azt is, hogy a járvány hatásainak következményeként folytatni tudja-e a tevékenységét belátható időn belül. A tanulmányban az vizsgálom, hogy milyen számviteli következményei voltak a változtatásoknak, kiemelten az IAS 36 szerinti eszközök értékvesztése standardra, hiszen az immateriális javakat, valamint a goodwillt évente, az egyéb nem pénzügyi eszközöket abban az esetben, ha értékvesztésre utaló jel merül fel tesztelni kell. Megvizsgálom továbbá, hogy az intézkedések következtében melyek azok a mérleg és eredménykimutatás tételek IFRS szerinti, amelyek érintettek lehetnek még.

*Kulcsszavak: IFRS, beszámoló készítés, pénzügyi kimutatás, IAS 36*

*JEL-kódok: F30, M41, M42*

---

When COVID epidemic appeared in 2020, caused a big number of infection in Europe too. The measures because of taming the virus had a considerable effect on the commerce, like this onto the reports' completion. The management had to respond to the changes brought in the interest of getting the epidemic under control, which all of them are, promptly the year financial statements, all of them affected the report though. Certain firms had to consider whether he can pursue his activity in the foreseeable future as the consequence of the effects of the epidemic. In this study I examine what kind of accountancy consequences the changes had, on emphasized the loss of value of devices onto a standard according to IAS 36, the immaterial goods and the goodwill has to be tested annually if a sign indicating loss of value arises. I examine furthermore, that as a result of the measures which items according to balance and a result statement, could be affected according to IFRS.

*Keywords: IFRS, annual report, financial statement, IAS 36*

*JEL Codes: F30, M41, M42*

# A COVID-19 JÁRVÁNY HATÁSA A KERESKEDELMI BANKOK MŰKÖDÉSI KOCKÁZATAIRA

*Impact of the COVID-19 Epidemic on the Operational Risks of Commercial Banks*

**KOZMA Norbert**

PhD-hallgató (PhD Student)

*Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő (Szent István University, Faculty of Economics and Social Sciences)*

egyetemi tanársegéd (Assistant Lecturer)

*Budapesti Corvinus Egyetem, Számvitel Tanszék (Corvinus University of Budapest, Department of Accounting)*

A COVID-19 járvány több szempontból is új kihívások elé állította a kereskedelmi bankokat: az üzleti aktivitás csökkenése, a fizetési moratóriumhoz kapcsolódó szabályozás implementálása, az új típusú munkaszervezés és az otthoni munkavégzés feltételeinek megteremtése mellett a kockázatkezelési tevékenységben is jelentős változások következtek be. A kockázatkezelési tevékenységen belül a működési kockázati kontroll is jelentősen átalakult: az új típusú veszteségek azonosítása, gyűjtése, a korábban ismeretlen kockázatok csökkentése mellett az elégséges tőkeszint meghatározása is fókuszba került. Tanulmányomban azt vizsgálom, hogy – a hatályos szabályozás és a pandémiás időszak gyakorlata alapján - milyen típusú károkat tekinthetünk működési kockázati veszteségnek, hogyan célszerű azt jelenteni a menedzsment részére, illetve milyen módon lehet megállapítani azt, hogy a megképzett tőke elégséges-e a felmerült veszteségek fedezésére. Ezen kérdések tisztázása a jogszabályi megfelelésen túl a banki kockázattudatosság fejlesztését, a jövőbeni potenciális veszteségek gyakoriságának, illetve súlyosságának csökkentését, valamint az optimális tőkeszint meghatározását is eredményezheti.

*Kulcsszavak: COVID-19, működési kockázat, tőkekövetelmény, veszteség*

*JEL-kódok: G28, G32, D81*

---

The COVID-19 epidemic has posed new challenges for commercial banks in several aspects: decreasing business activity, implementation of moratorium-related regulations, evolving new types of work organization and home-office framework, and remarkable changes in risk management. Within risk management activity of banks, operational risk control has also changed significantly: the identification and collection of new types of losses, mitigation of previously unknown risks and the calculation of the sufficient level of capital have come into focus. In my study, I examine what type of damage can be considered as operational risk loss, based on current regulation and the practice of the pandemic period, how it is appropriate to report it to management, and how to determine whether the calculated capital is sufficient to cover the losses incurred. Clarification of these issues can lead not only to the legal compliance but also to development risk awareness, the reduction of the frequency and severity of potential losses, and the determination of the appropriate level of capital.

*Keywords: COVID-19, operational risk, capital requirement, loss*

*JEL Codes: G28, G32, D81*

# **A CHIEMGAUER ÉS A WÖRGL-I HELYI PÉNZEK JELENLEGI FORGÁSÁNAK ELEMZÉSE A FELHASZNÁLÓI TAPASZTALATOK OLDALÁRÓL**

*Analýzis of the Velocity Circulation of Chiemgauer and Local Currensies in Wörgl from the Side of the User Experience*

## **Dr. CSEH Balázs LLD**

PhD-hallgató (PhD Student)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

## **DR. KOVÁCS Tamás PhD**

egyetemi docens, intézetigazgató (Associate Professor, Head of Institute)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

## **Prof. Dr. VARGA József PhD**

egyetemi tanár (Professor)

*Szent István Egyetem, Kaposvári Campus (Szent István University, Kaposvár Campus)  
Budapesti Corvinus Egyetem (Corvinus University of Budapest)*

Jelen publikáció a COVID19 vírus okozta világjárvány Európában jelentkező első hullámát követő dél-németországi, illetve az ausztriai Wörgl városában folytatott tanulmányút keretein belül megvalósult kutatás tapasztalatait írja le. A tanulmány elemzi a Chiemgauer működésének gyakorlati tapasztalatait és a megvalósulás eredményeit. Kérdőíves, illetve mélyinterjú felmérést készítettek a szerzők a Chiemgauer működési területének több városában, illetve a helyi pénz elfogadóhelyein. A tanulmány fókuszában az a kérdés áll, hogy a vizsgált térségben milyen a helyi pénzek elfogadottsága a felhasználói oldalon, illetve van-e valós igény a használatra? Mindezzel kapcsolatban foglalkozunk a helyi pénzek forgásával. Az eredmények felhasználásával következtetéseket vonunk le egy lehetséges magyarországi átültetésre.

*Kulcsszavak: helyi pénz, pénz forgási sebesség, chiemgauer, fenntarthatóság*

*JEL-kódok: B52, E12, M14*

---

The present publication details the findings and observations of a research carried out during a study trip in Southern Germany and the city of Wörgl, Austria, after the first European wave of the COVID19 pandemic. The study analyses the practical experience and the realisation of the mechanisms of Chiemgauer. The authors conducted a survey with the help of questionnaires and in-depth interviews in several cities where Chiemgauer is already a reality and in places where the local currency is accepted. The primary focus of the study casts some light on the acceptance of local currency on the side of customers and whether there is a real demand for using it in the area in question. In connection with all this, we deal with the circulation of local currencies. Using the results, we draw conclusions for a possible transposition in Hungary.

*Keywords: local currency, verocity circulation of money, Chiemgauer, responsibility*

*JEL Codes: B52, E12, M14*

# CONTROLLING KIHÍVÁSOK A PANDÉMIA IDEJÉN – ÚJRATERVEZÉS ÉS PRIORITÁSOK

*Controlling Challenges at Time the Pandemic – Redesign and Priorities*

**Dr. SZÓKA Károly PhD**

egyetemi docens (Associate Professor)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

Az emberek (vállalatok) nem hiszik el a krízist, amíg nem látják saját szemükkel, amíg nem érzik saját bőrükön. Véleményem szerint a jelenleg zajló pandémia felgyorsította az Ipar 4.0-át, illetve a lehetőségek kihasználását. A mostani és a következő évek feladata, hogy ki kell használni az új technológiák és koncepciók lehetőségeit, természetesen vállalatra, személyre szabva. A tanulmányban szeretném röviden bemutatni az újratervezés szükségességét, illetve, hogy a vállalkozásoknak mely területekre kell kiemelt figyelmet fordítani. Valójában nem a folyamatoknak kell kiszolgáltatniuk a változást, hanem pont fordítva, a változás segítse az üzleti folyamatokat. Kiemelt figyelmet kell fordítani a rangsorolásra, azaz, hogy milyen feladatokat, milyen időtávon belül kell megoldani, vagy éppen milyen technológiák, folyamatok kapnak prioritást. Ebben a munkában kulcsszerepe van a controllernek. A controllereknek is megváltozott, módosult a feladatköre, a fókusz kicsit áttolódott az online munkavégzés és a digitális szolgáltatások felé. A változások egyszerre érintik a technológia alkalmazását és kiszolgáltatását, illetve a HR-t is, átalakul a munkavégzés és annak kultúrája, a digitalizáció már nem lehetőség, hanem prioritás.

*Kulcsszavak:* változás, digitalizáció, controlling

*JEL-kódok:* D81, M10, O10

---

People (companies) do not believe in a crisis until they see it with their own eyes until they feel it on their own skin. In my opinion, the ongoing pandemic has accelerated Industry 4.0 and seized the opportunities. The task of the present and the coming years is to take advantage of the opportunities of new technologies and concepts, of course tailored to the company, to the individual. In this study, I would like to briefly present the need for redesign and the areas that businesses need to focus on. In fact, it is not the processes that need to serve the change, but, conversely, the change should help the business processes. Particular attention should be paid to ranking, i.e. what tasks need to be solved, within what timeframe, or what technologies and processes are given priority. The controller has a key role to play in this work. Controllers' tasks have also changed; the focus has shifted slightly towards to online work and digital services. The changes affect the application and service of the technology at the same time, as well as HR, the work and its culture are changing, digitization is no longer an option but a priority.

*Keywords:* change, digitalisation, controlling

*JEL Codes:* D81, M10, O10

**6. SZEKCIÓ:  
TURIZMUS - KÖZLEKEDÉS**

**SESSION 6:  
TOURISM - TRANSPORT**

# ÍGY UTAZTUNK MI - A MAGYAR TURISTÁK UTAZÁSI SZOKÁSAI A KORONAVÍRUS JÁRVÁNY ELŐTTI IDŐSZAKBAN

*As We Travelled - Travel Habits of Hungarian Tourists in the Period Before the Covid-19*

**Dr. HOSCHEK Mónika PhD** egyetemi docens (Associate Professor)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

**Dr. MÉSZÁROS Katalin PhD** egyetemi docens (Associate Professor)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

**Dr. NÉMETH Nikoletta PhD** adjunktus (Assistant Professor)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

Az aktív turizmus olyan turisztikai tevékenység, ahol a turista utazását valamilyen fizikai aktivitással, intenzív mozgással járó szabadidős tevékenység vagy sportolás motiválja, ami a mindennapokon túlmutat. Főbb termékei között a természetjárás; a kerékpáros, a vízi, a lovas, a golf-, a horgász-, a vadász-, a sí-, illetve a kalandturizmus említhető, kiegészülve az egyéb kategóriába tartozó pl. ejtőernyőzéssel vagy sziklamászással. Magyarországon a lovaglás hagyományai miatt a lovasturizmus jelentős, de egyre elterjedtebb a korábban említett többi aktív turisztikai ág is. Motivációi alapvetően az „outdoor” jellegen, azaz a természetközelségen túl a megszerzendő élmény és az egészségtudatosság. A primer kutatás során 452 válaszadó bevonásával kérdőíves felmérés segítségével vizsgáltuk a koronavírus járvány előtti utazási szokásokat, a válaszadók aktív turizmuson belüli preferenciáit, illetve a kiemelt termékeket. A megkérdezettek 63%-a belföldön nyaralt szívesebben és termékek közül kiemelt helyen a természetjárást említették.

*Kulcsszavak: aktív turizmus, motiváció, egészségtudatosság, természet, utazási szokás*

*JEL-kódok: Z30, Z32, I10*

---

Active tourism is a tourism activity where the tourist's journey is motivated by a leisure activity or sport involving some physical activity, intense movement, which goes beyond everyday life. Its main products include hiking, cycling, water sports, horse riding, golf, fishing, hunting, skiing and adventure tourism, in addition to other categories such as parachuting or rock climbing. Due to the traditions of horse riding in Hungary, it is significant, but the other active tourism branches mentioned earlier are also becoming more widespread. Its motivations are basically its 'outdoor' nature and also in addition to the closeness to nature, the experience to be gained and the health awareness are also determining. In the primary research, we examined the pre-epidemic travel habits of the coronavirus, the respondents' preferences within active tourism, and the highlighted products with the help of a questionnaire survey involving 452 respondents. 63% of the respondents preferred to spend their holidays in Hungary and hiking was mentioned as a prominent products among the others.

*Keywords: active tourism, motivation, health awareness, nature, travel habits*

*JEL Codes: Z30, Z32, I10*

# **PANDEMIC 2020 MARKETING STRATEGIES FOR ALBANIAN TOURISM**

**Arjana KADIU**

PhD Candidate, Lecturer

*University "Aleksander Moisiu", FSHPJ, Department of Public Administration, Durrës, Albania*

Year 2020 has recorded significant economic decline in main industries all around the world. Among them, one of the most vulnerable has been no doubt the Tourism industry. Especially in developing countries like Albania, where the economy relies greatly on tourism, it has caused large losses. At this difficult given moment, the question and great challenge is whether we should stay and wait until a scientific solution for Covid 19 is found, or put on our maximal efforts to find alternative solutions and try to elevate the gap a little. The paper aims to study the reaction of the society when confronted with a state of emergency and how the necessity for survival may incite new ways of thinking and reacting. It also aims to analyze the relation of social and psychological factors with economic factors during the current situation and reflect upon alternative ways to recover the actual economic state. Recommendations about future marketing challenges will conclude this study.

*Keywords: decline, tourism, pandemic, alternative solutions*

*JEL Codes: M5, M31, O13, O20, Z32*

# KÖRFORGÁSOS GAZDASÁGI KONCEPCIÓ A TURIZMUSBAN

*Circular Economy Concepts in Tourism Industry*

**NEUMANNÉ Dr. VIRÁG Ildikó PhD** egyetemi docens (Associate Professor)

*Pannon Egyetem, Nemzetközi Gazdaságtan Intézeti Tanszék (University of Pannonia, Department of International Economics)*

**VARGA-DANI Barbara** turisztikai szakértő (Tourism Expert)

*Pannon Egyetem BATUKI kutatóintézet (University of Pannonia, Balaton Tourism Research Institute)*

A körforgásos gazdaság (circular economy) regeneráló gazdaságként is jellemezhető, amelynek célja a termékek, alkatrészek és anyagok legmagasabb szintű hasznosságon és értéken tartása. A körforgásos gazdasági koncepció radikálisan meghatározza a termelés és a fogyasztás alapelveit, különbözik a mai piacon uralkodó lineáris „vedd el-csináld-használj-dobd el” rendszer elvétől. Ez az elképzelés azt hangsúlyozza, hogy kerülni kell a hulladék keletkezését, valamint, hogy a termék minden biológiai és műszaki alkotóeleme áttervezhető és újra felhasználható. A körforgásos gazdaság fenntartható gazdasági rendszerkoncepció is egyben, ahol a gazdasági növekedést elválasztják az erőforrások kiaknázásától, a természeti erőforrások csökkentésén és újrakeringetésén keresztül. Cél a termékek, alkatrészek és anyagok hasznosságának fenntartása, és értékük megőrzése. A körforgásos gazdasági koncepció nagy lehetőségeket rejt magában az idegenforgalmi vállalkozások számára a nagyobb fenntarthatóság és a jövedelmezőség elérése és nem utolsósorban a szállás-, étkezési és gyógy szolgáltatások illetve az ehhez kapcsolódó energiaáramok, élelmiszerek és víz terén. A tanulmány azt vizsgálja, hogy az idegenforgalom és vendéglátás területén a körforgásos gazdasági kezdeményezések valóban hozzájárulhatnak-e a fenntartható fejlődéshez és gazdasági és társadalmi előnyök eléréséhez.

*Kulcsszavak: körforgásos gazdaság, fenntarthatóság, turizmus, értékmegőrzés*

*JEL-kódok: O13, O11, Q0, Q56*

Jelen publikáció/tanulmány/kutatás/kiadvány stb. a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal által biztosított forrásból a 2019-1.3.1-KK-2019-00015 azonosító számú, „Körforgásos gazdasági alapokon nyugvó fenntarthatósági kompetencia központ létrehozása a Pannon Egyetemen” című projekt keretében jött létre.

---

Circular economy (CE) is characterized as a regenerative economy, which aims to keep products, components and materials at their highest level of utility and value. The concept of CE defines a set of principles for production and consumption, different from the linear ‘take-make-use-dispose’ regime. CE suggests that creating waste should be avoided and that all biological and technical components of a product can be redesigned and reused. Circular economy is a sustainable economic system where the economic growth is decoupled from the resources exploitation, through the reduction and recirculation of natural resources. The aims is to maintain the utility of products, components and materials and therefore retain their value. The CE has potentials for tourism industry in reaching higher sustainability and profitability, the provision of accommodation, food and spa services and the related material flows of energy, foodstuffs, water. This study analyses if the circular economy concepts in tourism and hospitality can indeed contribute to the sustainable development as well as to achieve economic and social benefits.

*Keywords: circular economy, sustainability, tourism, value retain*

*JEL Codes: O13, O11, Q0, Q56*



# A BALATON-RÉGIÓBA IRÁNYULÓ TURISZTIKAI- ÉS MIGRÁCIÓS ÁRAMLÁSOK MODELLEZÉSÉNEK LEHETŐSÉGEI

*Modelling Tourism- and Migration Flow in Balaton Region*

**NEUMANNÉ Dr. VIRÁG Ildikó PhD** egyetemi docens (Associate Professor)

*Pannon Egyetem, Nemzetközi Gazdaságtan Intézeti Tanszék (University of Pannonia, Department of International Economics)*

**KÁNTOR Szilvia PhD-hallgató (PhD Student)**

*Pannon Egyetem, Turizmus Intézeti Tanszék, Veszprém (University of Pannonia, Department of Tourism, Veszprém)*

A turizmus – az egyik legfontosabb és leggyorsabban növekvő iparág a világon – jelentős bevételi forrássá vált, amely a helyi gazdaságok növekedésének egyik fő mozgatórugója. A „gravitációs” egyenletek széles körben elterjedtek a külkereskedelem, a migráció, a turisztikai áramlások és a tőkemozgások empirikus elemzésében. Az utóbbi időben megnőtt az érdeklődés a turisztikai mozgásokat leíró modellezés lehetősége iránt. Tanulmányunkban egyrészt a magyarországi régiókba, ezen belül a Balaton térségébe érkező turisták számának vizsgálatát leíró statisztikával és gravitációs modell segítségével vizsgáljuk. Másrészt mivel a területek közötti mobilitás egyik tényezője a térbeli mozgás és migráció, megvizsgáljuk a Balaton térségben nyaralótulajdonnal, második otthonnal rendelkezők, itt dolgozók, illetve a térségben letelepedők migrációs mozgását kapcsolathálózati módszer segítségével. A kutatásban részben primer adatokat használunk egy kérdőíves felmérés alapján, mely a Balaton térségében élő vagy dolgozó lakosság felé irányult. Emellett gravitációs modell segítségével elemezzük a lakhelyváltással, ingázással járó mobilitást és azok lehetséges mozgatórugóit, illetve a turizmus és a munkaerő áramlás kapcsolatát.

Jelen publikáció/kutatás az Európai Unió, Magyarország és az Európai Szociális Alap társfinanszírozása által biztosított forrásból az EFOP-3.6.2-16-2017-00017 azonosítójú „Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek” című projekt keretében jött létre.

*Kulcsszavak: turisztikai áramlás, mobilitás, gravitációs modell, panelmodell, Balaton-régió*  
*JEL-kódok: C10, C23, Z32*

---

Tourism is one of the most important and fastest growing industries in the world, has become a major source of revenue, which is one of the main drivers of local economic growth. Gravity model based studies have achieved empirical success in explaining various types of flows, including migration, tourism and international trade. The approach based on the law of gravity for the study of international tourism flows has been widely used in recent years. One purpose of this paper is to identify and analyze the main demand and supply determinants of international tourism flows to the regions of Hungary especially the Lake Balaton region, with descriptive statistics and gravity model. On the other hand as one of the mobility factors between areas is spatial movement and migration we would like to explore migration movement of people who have cottages and second homes in the Balaton area, and those who work here or want to live here with network connections methodology. In the research, we also use partly primary data based on a questionnaire survey aimed at the population living or working in the Lake Balaton area. In addition, we analyze the migration movements of the region: the mobility due to the change of residence and commuting and their possible drivers, the relationship between tourism and labor flow using a gravity model.

*Keywords: tourism flow, mobility, gravity model, panel model, Balaton region*  
*JEL Codes: C10, C23, Z32*

# GEOTURIZMUS: ERŐSÖDŐ SZÍNFOLT A TURIZMUS PALETTÁJÁN

*Geotourism: a Growing Spot on the Palette of Tourism*

**PAPPNÉ Dr. VANCSÓ Judit PhD**

egyetemi docens (Associate Professor)

*Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

A geoturizmus mind hazánkban, mind világviszonylatban dinamikusan fejlődő jelenség, amely leginkább a tematikus bemutatóhelyekhez, geoparkokhoz köthető. A már meglévő turizmusformákhoz képest a geoturizmus újdonságértéke a földtudományos bázison nyugvó, azonban mégis komplex, a geológia és az arra épülő élő-, valamint épített környezet összefüggéseit egyaránt vizsgáló szemlélet, ahol földtudományi értékeink védelme kap elsődleges fontosságot.

Hazánk két UNESCO Globális Geoparkjának közel tíz éve tartó működése mérhetően pozitív változásokat eredményezett az érintett területek látogatottságában. Félő azonban, hogy az UNESCO rangot elérni nem, vagy csak nehezen tudó, de megismerésre és védelemre méltó értékekkel rendelkező tájaink földtani- és kultúrtörténeti kincsei – védetségüket garantáló kategória nélkül – rejtve maradnak. A Magyar Geopark Bizottság által kidolgozott Nemzeti Geopark Koncepció a fenti problémát hivatott orvosolni

*Kulcsszavak: geopark, geoturizmus, nemzeti geopark, turisztikai termékfejlesztés, Soproni-hegység*

*JEL-kódok: L83, Z32*

---

Geotourism is a dynamically developing phenomenon both in Hungary and in the world. This form of tourism is mostly related to geoparks. Compared to the existing forms of tourism the novelty of geotourism is the earth science basis and on the other hand the complex approach which involves the studying of our living and built environment as well, but the protection of our geological values has primary importance.

The ten years lasting operation of two UNESCO Global Geoparks in Hungary has resulted measurably positive changes in the number of visitors. However, it is feared that the geological and cultural values of our other geographical lands remain hidden without protection guaranteed by category system. Namely achieving a UNESCO Global Geopark title is relatively difficult mostly for territories without enough potential for application procedure. The National Geopark Concept developed by the Hungarian Geopark Committee is intended to solve the problem above.

*Keywords: Geopark, Geotourism, national geopark, touristic product development, Sopron Mountains*

*JEL Codes: L83, Z32*

# AZ ÚJ TURISZTIKAI TÉRSÉGEK. HOGYAN TOVÁBB?

*The New Tourist Regions. What's Next?*

## **SZÓKE Tünde Mónika**

PhD-hallgató (PhD Student)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School)*

A tanulmány rövid történeti bemutatást ad a hazai desztinációk kialakulási folyamatáról az elmúlt két évtizedben, illetve az eközben kialakult, a turizmus és az egész gazdaságot érintő problémák fókuszába helyezi azt. A kutatás a Magyar Turisztikai Ügynökség által meghatározott 11 turisztikai térség mellett a kimaradó területekre helyezi a hangsúlyt, vizsgálva a lehetőségeiket. Meg kell vizsgálni, hogy hogyan lehet továbbfejlődni ebben a keretrendszerben, milyen lehetőségek állnak rendelkezésre a turisztikai vonzerővel rendelkező, együttműködő térségeknek, hogyan tudnak kapcsolódni a kiemelt térségekhez. Milyen lehetőségeket, turisztikai termékeket érdemes a térségben fejleszteni a változó fogyasztói szokások, illetve a COVID-19 következtében fennálló új turisztikai helyzetben. Ezek között megjelenik a lassú turizmus, a niche marketing, az autentikus élmények, és egy mintaprojektként az Alföld Slow térség, mint új, lassú turisztikai desztináció.

*Kulcsszavak: Alföld Slow, COVID-19, kimaradó térségek, lassú turizmus, új turisztikai térségek*

*JEL-kódok: Z32, Z33, Z39*

---

The study provides a brief historical presentation of the development process of domestic destinations in the last two decades and focuses on the problems that have developed in the meantime, affecting tourism and the economy as a whole.

In addition to the 11 tourist areas defined by the Hungarian Tourism Agency, the research focuses on the excluded areas, examining their possibilities.

It is necessary to examine how to develop further in this framework, what opportunities are available for cooperating areas with a tourist attraction, and how they can be connected to priority areas. What opportunities and tourism products should be developed in the region in the new tourist situation due to the changing consumer habits and COVID-19. These include slow tourism, niche marketing, authentic experiences, and, as a pilot project, the Great Plain Slow region as a new, slow tourist destination.

*Keywords: Great Plain (Alföld) Slow, COVID-19, excluded regions, slow tourism, new tourist regions*

*JEL Codes: Z32, Z33, Z39*

# **KLASZTERANALÍZIS VIZSGÁLAT AZ EU 27 TAGORSZÁGÁRA 2000-TŐL 2019-IG**

*Clusteranalysis Investigation for the 27 EU Memberstates from 2000 to 2019*

**KELEMEN-HÉNYEL Nikoletta**

PhD-hallgató (PhD Student)

*Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő (Szent István University, Faculty of Economic and Social Sciences, Gödöllő)*

A kutatásom keretében az Európai Unió 27 tagországainak főbb gazdasági mutatóira végeztem klaszteranalízist. A kutatásom célja, hogy bemutassam, hogy a tagországok klasztercsoportosítása milyen módon változott 2000-es évektől és abban, milyen politikai vagy gazdasági hatások játszottak szerepet. A vizsgálatokor arra a kérdésre kerestem a választ, hogy van-e összefüggés az EU támogatások illetve a tagországok gazdasági mutatói között. Valamint, egy előrejelzést készítettem az országok gazdasági mutatóira 2020 és 2022 évekre, melyben három szenárión keresztül szeretném bemutatni az országok gazdasági mutatóra gyakorolt hatását a COVID-19-nek.

*Kulcsszavak: Európai Unió 27 tagországa, COVID-19, gazdasági mutatók*

*JEL-kódok: P43, N14, E24, C53*

---

Within my research I performed a clusteranalysis about the main economic indicators of the 27 memberstates of the European Union. The goal of my research is to show, how the clusterclassification of the member states from the 2000s changed and which political or economical effects played a role in this process. During the investigation I was working on finding out, if there is a correlation between the EU subventions and the economic indicators of the members tates. Furthermore, I have prepared a forecast regarding the economic indicators of the mentioned member states, in which I would like to show the effects that COVID-19 has on the economic indicators of the countries through three scenarios.

*Keywords: 27 memberstates of the European Union, economic indicators, COVID-19*

*JEL Codes: P43, N14, E24, C53*

# **A MAGYAR ÉS NÉMET KKV-K AKTUÁLIS HELYZETÉNEK FELMÉRÉSE, A SZEKTOR ALKALMAZÁSBAN ÁLLÓK VÉLEMÉNYE ALAPJÁN**

*A Survey About the Current Situation of German and Hungarian SMEs, Based on the  
Opinion of Those Employed in this Sector*

**KELEMEN-HÉNYEL Nikoletta**

PhD-hallgató (PhD Student)

*Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gödöllő (Szent István  
University, Faculty of Economic and Social Sciences, Gödöllő)*

2020 május és szeptembere között egy közel 700 fős kérdőíves felmérést végeztem a német és a magyar KKV szektor alkalmazásában állók között. A kutatásom két részből áll, egyfelől bemutatja, hogy a KKV-k különböző ágazataiban tevékenykedő alkalmazottak hogyan vélekednek az Európai Unió támogatásokról, valamint, miben látják a KKV szektor növekedését. Másfelől a COVID-19 vírus okozta gazdasági hatásokat vizsgálja a KKV alkalmazottak körében, hogyan látják a vállalkozások jelenlegi helyzetét, valamint a jövőképet.

*Kulcsszavak: Európai Unió tagországok, COVID-19, előrejelzés, gazdasági mutatók  
JEL-kódok: A10, A19, P43, H20*

---

Between May and September, 2020, I conducted a survey with close to 700 employees working in the german and hungarian SME sector. My research consists of two parts: on the one hand it shows what the opinion of those working in the different branches of the SMEs is about the subventions of the European Union and in what they see the growth of the SME sector. On the other hand it examines the economic effects caused by the COVID-19 pandemic among the employees of SMEs, how they see the current situation of the enterprises and what vision and outlooks they have regarding the future.

*Keywords: member states of the European Union, COVID-19, forecast, economic indicators*

*JEL Codes: A10, A19, P43, H20*

# KÖZÖSSÉGI KÖZLEKEDÉS FEJLESZTÉSE ÁGFALVÁN

*Development of Public Transport in Ágfalva*

**Dr. MÉSZÁROS Katalin PhD**

egyetemi docens (Associate Professor)

*Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

Sopron a magyarországi vasúti hálózatba a Győr – Sopron és a Sopron – Szombathely vonalakkal, a szomszédos Ausztria hálózatába pedig a Deutschkreuz (Sopronkeresztúr) – Wiener Neustadt (Bécsújhely) és a Sopron – Ebenfurt vonalakkal kapcsolódik be. Sopron város közlekedési hálózatára jelentős terhet jelentenek a gépkocsival közlekedő magyar és ausztriai munkavállalók. Ezért mindenképpen szükséges a város agglomerációs településeiről érkező gépjárműforgalmat csökkenteni és fejleszteni a közösségi közlekedés szolgáltatásait.

A Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kara a Győr–Sopron–Ebenfurti Vasút Zrt.-vel, mint stratégiai partnerével kutatási együttműködés keretében 2020. szeptemberétől felmérte Ágfalván és az ágfalvi lakóparkban élő aktív foglalkoztatottak és tanulók jelenlegi utazási szokásait. A háztartási lekérdezés vizsgálta azt is, hogy lenne-e a lakosságnak igénye Ágfalván egy vasúti megállóhely kiépítésére, ahonnan Sopron illetve Ausztria irányába egyaránt lehetne vonattal utazni. A kérdőíves kutatás eredményei rávilágítanak arra, hogy a megkérdezettek többsége jelenleg saját autóval illetve autóbusszal közlekedik, és igénybe vennék a vasút szolgáltatásait a mindennapi munkába illetve iskolába járás során.

*Kulcsszavak: közösségi közlekedés, utazási szokások, aktív foglalkoztatottak, háztartási lekérdezés*

*JEL-kódok: JO1, R2, R42*

---

Sopron is connected to the Hungarian railway network with the Győr – Sopron and Sopron – Szombathely lines, and to the neighboring Austria network with the Deutschkreuz – Wiener Neustadt and Sopron – Ebenfurt lines. Hungarian and Austrian employees commuting by car are a significant burden on the transport network of Sopron. Therefore, it is absolutely necessary to reduce car traffic arriving from the agglomerations of the city and to develop public transport services.

From September 2020, the Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics of the University of Sopron together with its strategical partner the Győr–Sopron–Ebenfurt Railway Ltd. surveyed the current travel habits of active employees and students living in Ágfalva and in the Ágfalva residential park. The household survey also examined whether the population would need to have a railway station built in Ágfalva, from where it would be possible to travel by train to both Sopron and Austria. The results of the questionnaire research reveal that the majority of the respondents currently travel by car or by bus and would use the services of railway when daily commuting to work or school.

*Keywords: public transport, travel habits, active employees, household survey*

*JEL Codes: JO1, R2, R42*

**7. SZEKCIÓ:  
POSZTER-ELŐADÁSOK**

**SESSION 7:  
POSTER PRESENTATIONS**

# THE IMPACT OF COVID ON THE DIGITAL DEVELOPMENT OF THE CREATIVE INDUSTRY IN SZEGED

**CSONKA-AMBRUS Ágnes**

PhD Student

*University of Szeged, Faculty of Economics and Business Administration*

The 2020 pandemic has accelerated the process of digitization in both the public and private sectors. The minimization of physical connections has strengthened the online presence, thus accelerating the process of digitization around the world, including in Hungary.

Through semi-structured interviews, the present study seeks to explore how the creative industries in Szeged have faced the new challenges posed by COVID-19 and how this has facilitated the digital transformation of businesses. In particular, what new innovative solutions have been sought to be introduced in each sector of the creative industry in order for the company to bridge the critical period caused by the pandemic. The obtained results not only provide an answer as to whether the corona virus pandemic had a positive effect on the digital transformation process of the creative industry in Szeged, but also provide a solution proposal for other companies for their digital development.

*Keywords: creative industry, digital transformation, digital competitiveness, digital innovation, COVID-19*

*JEL Codes: M15, M21*



# **THE INFLUENCE OF USING DIGITAL TECHNOLOGIES AT THE RETAILER'S POS ON CUSTOMER SATISFACTION**

**Dominik RODE, MBA**

PhD Candidate

*Universidad Católica San Antonio de Murcia, Spain*

**Prof. Dr. Cathrin STAMMEN-HEGENER**

Full Professor

*FOM University of Applied Sciences, Professor of Business Administration, Germany*

**Prof. Dr. Nicolás GONZÁLVEZ-GALLEGRO**

Full Professor

*Universidad Católica San Antonio de Murcia, Facultad de Ciencias Jurídicas y de la Empresa, Spain*

Digitalization is advancing at an enormous pace. This poses enormous challenges for the retail industry. Digital technologies and their fast-moving development lead to numerous new process design options for retailers. As a result, retail structures will change. For stationary retailers, these technologies are a way of increasing customer satisfaction in personal sales discussions at the point of sale, and can also serve as a unique selling point, which is particularly important in times of increasing pressure from online retail. This leads to benefits for both retailers and customers. The challenge is to select the right digital technologies for such a unique selling proposition in order to achieve maximum customer satisfaction. On the other hand, however, this rapidly advancing digital change also leads to numerous challenges. That means that the use of digital technologies should be carefully considered in order to take on the right things from this evolving opportunity. The deployment of digital technologies in retail at the point of sale is a broadly discussed field. However, there is a lack of answers in the specialist literature to the question of how the use of mobile digital technologies for personal sales interaction at the POS affects customer satisfaction regarding the different needs of the existing retail sectors. The aim of the planned dissertation is therefore to expand knowledge and identify the factors influencing customer satisfaction in order to define a recommendation measure for management. The present poster therefore provides an overview of the various existing possibilities of digital technologies and their influence on customer satisfaction.

*Keywords: Digital Transformation, Digital Technologies, Customer Satisfaction, Retail*  
*JEL Codes: M31, O33, Q55*

# **CIVIL SZERVEZETEK LEADERSHIP KÖZPONTÚ MEGKÖZELÍTÉSE - A ROTARY PÉLDÁJA**

*Leadership Based Approach of Civil Organisations – Case Study of Rotary*

## **Dr. PAÁR Dávid PhD**

adjunktus (Assistant Professor)

*Pécsi Tudományegyetem, Egészségtudományi Kar (University of Pécs, Faculty of Health Sciences)*

## **Dr. PIRGER Tamás PhD**

adjunktus (Assistant Professor)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

A témához kapcsolódó szakirodalmi és történeti áttekintés, ismertetés után a tanulmány célja rávilágítani, hogy leadership szempontból hogyan jellemezhető egy önkéntességen alapuló civil szervezet, szem előtt tartva a szervezet tagjainak speciális motivációit, illetve megvizsgálni, hogy ezen aspektusból mik a tények, és mik az elvárások a Rotary esetében a hazai klubvezetők felé. A vizsgálathoz a tanulmány szerzői Tannenbaum és Schmidt hatalom-részvétel (leadership) modellje alapján készítettek el egy kérdőívet, és használták azt fel a kutatáshoz. A kapott adatok statisztikai módszerekkel – szocio-demográfiai ismérvek mentén – való kiértékelése után értékelték, illetve összehasonlították a szervezetnél észlelt és elvárt vezetési stílusokat az autokrata és demokrata vezetés által definiált határok között.

*Kulcsszavak: civil, leadership, nonprofit, rotary, vezetés*

*JEL-kódok: M10, M12, M14*

---

The aims of the paper to give a literature and historical review about the topic, to highlight the leadership specialities of a civil organisation based on volunteering keeping in mind the special motivations of the organisation members and to research the expectations and facts into the direction of the club leaders from the Rotarians from those aspect. A questionnaire was made and used based on the Tannenbaum-Schmidt power-participation (leadership) model for preparing the research. The perceived and expected leadership styles were evaluated and compared by statistical methods and different socio-demographical variables between the autocratic and democratic scale of leadership styles.

*Keywords: civil, leadership, non-profit, rotary*

*JEL Codes: M10, M12, M14*

# A KÖNYVVIZSGÁLÓ ROTÁCIÓ EREDMÉNY VOLATILITÁSÁRA GYAKOROLT HATÁSÁNAK ELEMZÉSE

*Analysis of the Relationship Between Auditor Rotation and Earnings Volatility*

**TÓTH Gábor** PhD-hallgató (PhD Student)

*Szent István Egyetem, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Gödöllő  
(Szent István University, Doctoral School of Management and Business Administration)*

**Dr. habil. SZÉLES Zsuzsanna PhD** egyetemi docens (Associate Professor)

*Budapesti Metropolitan Egyetem; Soproni Egyetem (Budapest Metropolitan University;  
University of Sopron)*

A számviteli beszámolók minőségét számos körülmény befolyásolja. Vannak olyan faktorok, melyek hatása nem egyértelmű. A szakmai konszenzus hiányáért nem csak a vélemények mögött húzódó eltérő elméleti megközelítések, hanem az egyes tényezők egyéb tényezőknek való kitettsége is felelős. Ilyen körülmény a könyvvizsgálók rotációja. Jelen tanulmány célja megvizsgálni, hogy a könyvvizsgáló cégek rotációja milyen hatással van a számviteli beszámolók minőségére. Mindezt magyarországi környezetben. A kutatás során egy 2400 darab számviteli beszámoló adatait tartalmazó minta került elemzésre. A használt adatbázis nem csak a mérleg és eredménykimutatás adatokat tartalmazta, hanem az adott beszámoló könyvvizsgálóját is. A könyvvizsgáló adatait a kiegészítő mellékletből írtuk ki. Az összegyűjtött adatokból levezethető, hogy az adott beszámoló rotációval érintett-e. A számviteli minőség elemzéséhez az eredmény volatilitását elemeztük. Eredményeink szerint a könyvvizsgálók rotációja nem vezet a számviteli beszámolók minőségének növekedéséhez.

*Kulcsszavak: diszkrecionális elhatárolások, eredmény volatilitás, könyvvizsgálat, könyvvizsgáló rotáció, számviteli minőség*

*JEL-kód: M41*

---

The quality of accounting reports is affected by a number of factors. There are factors whose impact is not clear. The lack of professional consensus is due not only to the different theoretical approaches behind the opinions, but also to the exposure of individual factors to other factors. Such a circumstance is the rotation of auditors. The purpose of this study is to examine the impact of the rotation of audit firms on the quality of financial reports. All this in a Hungarian environment. In the course of the research, a sample containing the data of 2400 accounting reports was analyzed. The database used contained not only the balance sheet and income statement data, but also the auditor of the given report. The details of the auditor are disclosed in the notes. From the collected data, it can be deduced whether the given report is affected by rotation. To analyze the accounting quality, we evaluated the occurrence of discretionary accruals, the volatility of earnings, timely loss recognition, earnings management towards target, an own developed variable and the compliance with Benford law. Our results show that the rotation of auditors does not lead to an increase in accounting quality.

*Keywords: accounting quality, audit, auditor rotation, discretionary accruals, volatility of earnings*

*JEL Code: M41*

# **A BIG4 KÖNYVVIZSGÁLÓ CÉGEK SZÁMVITELI MINŐSÉGRE GYAKOROLT HATÁSÁNAK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE**

*A Comparative Analysis of the Impact of Big4 Audit Firms on Accounting Quality*

**TÓTH Gábor** PhD-hallgató (PhD Student)

*Szent István Egyetem, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Gödöllő  
(Szent István University, Doctoral School of Management and Business Administration)*

**Dr. habil. SZÉLES Zsuzsanna PhD** egyetemi docens (Associate Professor)

*Budapesti Metropolitan Egyetem; Soproni Egyetem (Budapest Metropolitan University;  
University of Sopron)*

A számviteli minőség területén számos érdekes kutatás készül, melyek között igen nagy arányban jelennek meg a Big4 könyvvizsgáló cégek, mint kontrol vagy célváltozó. Jelen kutatás célja azt megvizsgálni, hogy a könyvvizsgáló cégek csoportosítása helyénvaló-e. Ezt a legtöbb kutatásban arról az oldalról közelítik meg, hogy a Big4 cégek csoportja valóban eltérő hatást gyakorol-e számviteli beszámolók minőségére, mint a nem Big4 cégek. Ezzel szemben mi arra kerestük a választ, hogy a Big4 cégek csoportjába tartozó könyvvizsgáló cégek külön külön azonos hatást gyakorolnak-e a számviteli beszámolók minőségére, mint maga a Big4 csoport összességében. A kutatáshoz egy 2400 db beszámoló adatait tartalmazó minta került felhasználásra, mely a számításokhoz szükséges beszámoló adatokon felül tartalmazta a cég bejegyzett könyvvizsgáló cégének nevét is. A számviteli minőség elemzéséhez a diszkrecionális elhatárolások előfordulását, az eredmény volatilitását, a nagy összegű veszteségek kimutatását a meghatározott eredményre való törekvést és egy saját változó eredményeit értékeltük ki. A tanulmány eredményei szerint, azokban az esetekben ahol statisztikailag kiértékelhető eredmények születtek, nem minden esetben gyakoroltak azonos hatást az egyes Big4 vállalkozások, mint a Big4 csoport összességében.

*Kulcsszavak: Big4, diszkrecionális elhatárolások, eredmény volatilitás, könyvvizsgálat, számviteli minőség*

*JEL-kódok: M41*

---

There are a number of interesting studies in the field of accounting quality, among which Big4 audit firms appear as a control or target variable. The purpose of the present research is to examine whether the grouping of audit firms is appropriate. Most research approaches this from the side of whether a group of Big4 firms actually has a different impact on accounting quality than non-Big4 firms. In contrast, we sought to answer whether the audit firms belonging to the Big4 group of companies individually have the same effect on accounting quality as the Big4 group as a whole. For the research, a sample containing the data of 2400 financial reports was used, which, in addition to the report data required for the calculations, also included the name of the company's registered audit company. To analyze the accounting quality, we evaluated the occurrence of discretionary accruals, the volatility of earnings, timely loss recognition, earnings management towards target, and an own developed variable. According to the results of the study, in cases where statistically evaluable results were obtained, the individual Big4 enterprises did not have the same effect in all cases as the Big4 group as a whole.

*Keywords: accounting quality, audit, Big4, discretionary accruals, volatility of earnings*

*JEL Codes: M41*

# A HORIZONT 2020 ÁLTAL TÁMOGATOTT FENNTARTHATÓ FAIPARI PROJEKTEK

*Sustainable Wood Projects Supported by Horizon 2020*

**Dr. TÓTH Zsolt György PhD** egyetemi docens (Associate Professor)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics)*

**NOVOTNI Adrienn** doktorandusz (PhD Student)

*Soproni Egyetem, Simonyi Károly Műszaki, Faanyagtudományi és Művészeti Kar (University of Sopron, Simonyi Karoly Faculty of Engineering, Wood Sciences and Applied Arts)*

A faipari termékek fenntartható életciklusa kiemelt jelentőséggel bír abban, hogy elmozduljunk az alacsonyabb karbonkibocsátású gazdaság felé. Sajnos, a faipari termékek fenntartható előállítására és fogyasztására korábban igen kis figyelmet kapott a nemzetközi fejlesztési programokban. Ez részben a nem fenntartható eljárásoknak, részben a faipart sújtó, rendkívül negatív fennhangokkal kísért tömegkommunikációs kampányoknak volt köszönhető. Szerencsére, a nemzetközi támogatáspolitikában, a közbeszédben és a nemzetközi tudományos életben pozitív elmozdulás tapasztalható. A „fenntartható fa(ipar)” egyre fontosabb számos tudományterületen és pl. a FAO támogatáspolitikájában. A szerzők megvizsgálták, hogy az elmozdulás európai szinten, a Horizont 2020 programban is megjelenik-e, azaz a fenntartható faipari programok milyen súlyt képviselnek a 2013-2020-as támogatási időszakban. A szerzők a vizsgálat során a CORDIS-ből letölthető hatalmas adatállományt kezelhető relációs adatbázissá alakították, majd tartalomelemzési módszerekkel kiszűrték a fenntartható faipari projekteket. Ezután a Doctus szakértői rendszerrel a támogatások megítélésének rejtett döntési mechanizmusait tárták fel, különböző statisztikai módszerekkel elemezték a támogatott projekteket, illetve kitértek azok projekt-kimenetekkel mért hatékonyságára is.

*Kulcsszavak: fenntartható faipar, Horizont 2020, szakértői rendszerek, hatékonyságvizsgálat*  
*JEL-kódok: O25, Q01*

---

Sustainable life cycle of harvested wood products has a key role in strategies for transitioning to low-carbon economies. However, sustainable manufacture and consumption of wood products have got little attention on the international development programs, partly due to the frequent unsustainable practices. Life cycle of wood products has been linked to environmental degradation in mass media. Fortunately, the situation is starting to change in the international development agenda and public speaking. Sustainable wood is also increasingly becoming a vital factor in science and e.g. in the development agenda of FAO. The authors examined whether the shift is also reflected in Horizon 2020 at the European level. Therefore, they analysed the weight of sustainable wood programs in the 2013-2020 funding period. During the study, the authors converted the huge data set that can be downloaded from CORDIS into manageable relational database and then filtered out sustainable wood industry projects using content analysis methods. Then, with the help of the Doctus expert system, the hidden decision-making mechanisms of the grants were revealed. Finally, the supported projects were analysed using various statistical methods, and their effectiveness measured by project outputs was also discussed.

*Keywords: sustainable wood, Horizon 2020, expert systems, effectiveness assessment*  
*JEL Codes: O25, Q01*

# A MAGYAR NEMZETI BANK ESZKÖZEI ÉS LEHETŐSÉGEI A PÉNZÜGYI INNOVÁCIÓK SZOLGÁLATÁBAN

*How Can The Central Bank of Hungary Support Financial Innovations?*

**HORVÁTH András** PhD-hallgató (PhD Student)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School)*

A jegybank 2018-ban indította az Innovation Hub, valamint a Regulatory Sandbox programját, a pénzügyi ágazatban létrejövő új technológiák ösztönzésére. Az Innovation Hub egy platform, ahol a FinTech innovációk létrehozói iránymutatást kaphatnak a szabályozótól, vagy akár egymástól is. A fő funkciói az új ötletek támogatása, az útmutatás, és a tanácsadás. A Regulatory Sandbox egy olyan szabályozói keretrendszer, amelyben FinTech cégek és a hagyományos pénzügyi szolgáltatók innovatív technológiákat kipróbálhatnak, tesztelhetik. A Magyar Nemzeti Bank ezen két eszközével nagymértékben hozzájárult - különösen az elmúlt időszakban az megváltozott piaci helyzethez igazodó pénzügyi innovációk piacra segítésében. A pandémiás időszakban átalakultak pénzügyi szokásaink is. Megnövekedett az igény a digitális fizetési megoldásokra, számlainformációs szolgáltatásokra, vagy akár a személyes pénzügyi menedzsment fejlesztésére. Kutatásom célja bemutatni, hogy a válság ideje alatt hogyan változtak az innovátorok preferenciái, mely pénzügyi szektorok, milyen típusú fejlesztésekkel, mekkora számban vettek részt a programokban, mindezt összehasonlítva elmúlt időszakkal. A vizsgálati periódust két részre bontom: az első szakaszt a program indításától a válság kezdetéig, a második szakaszt 2020 márciusától napjainkig vizsgálom.

*Kulcsszavak: Innovation Hub, Regulatory Sandbox, FinTech, pénzügyi innováció*  
*JEL-kódok: O30, O38, G41*

---

The „Innovation Hub” and the „Regulatory Sandbox” Programmes have been launched by The Central Bank of Hungary in 2018. The aim of these programmes is to support the development of new technologies in the financial sector. The Innovation Hub is a platform where developers of FinTech innovations can get guidance from regulators, or each other. Its main functions are supporting new ideas, giving guidance and advice. The Regulatory Sandbox is a regulatory framework FinTech companies and traditional financial service providers test their innovative technologies. These two programmes of the Centran Bank of Hungary have helped tremendously to get new financial innovations to the market lately. However, the pandemic changed costumers’ financial habits as well. There is a growing need for digital payment solutions, account information services and for evolving personal financial management. The aim of this research is to demonstrate how changed preferencies of innovators have changed during the crisis, which financial sectors, what kind of developments, in what numbers have participated these programmes. I am analysing and comparing two research periods: the first period from the launch of the programmes to the start of the pandemic crisis, and the second period from March 2020 until nowadays.

*Keywords: Innovation Hub, Regulatory Sandbox, FinTech, financial innovation*  
*JEL Codes: O30, O38, G41*

# A COVID-19 HATÁSAI A MAGYARORSZÁGI BÉRVADÁSZATRA

*Impacts of COVID-19 on Hungarian Trophy Hunting*

**KAPOCSI Gergely** PhD-hallgató (PhD Student)

*Soproni Egyetem, Erdőmérnöki Kar, Roth Gyula Erdészeti és Vadgazdálkodási Tudományok Doktori Iskola (University of Sopron, Faculty of Forestry, Roth Gyula Doctoral School of Forestry and Wildlife Management Sciences)*

**VAJDA József** PhD-hallgató (PhD Student)

*Soproni Egyetem, Erdőmérnöki Kar, Roth Gyula Erdészeti és Vadgazdálkodási Tudományok Doktori Iskola (University of Sopron, Faculty of Forestry, Roth Gyula Doctoral School of Forestry and Wildlife Management Sciences)*

Az elmúlt évtizedekben a mezőgazdaság változásai, valamint a növekvő erdősültség a nagyvadállomány számára kedvezőbb feltételeket biztosított, ez – a magas szintű hazai vadgazdálkodással párosulva – a nagyvadállomány mennyiségi és minőségi növekedéséhez vezetett, amely a vadgazdálkodási statisztikákban (állománybecslés, elejtések) is nyomon követhető. A vadgazdálkodási ágazat bevételeit vizsgálva láthatjuk, hogy az nagymértékben támaszkodik a külföldi és belföldi bérvadászatra, illetve a bérvadászatra épülő kapcsolt szolgáltatásokra. A COVID-19 okozta világjárvány alapjaiban rengette meg a turisztikai ágazatot, a külföldi vendégek száma töredékére esett vissza, hosszabb-rövidebb időszakokra a szükségszerű szabályozások miatt a belföldi turizmus is ellehetetlenült, ez értelemszerűen a bérvadászatban is jelentős változásokat hozott. Azt vizsgáltuk, hogy a koronavírus okozta változások milyen hatással vannak a vadászatra jogosultak (erdőgazdaságok, vadásztársaságok, nemzeti parkok) működésére, a bérvadászat alakulására, gyakorlati példákat kerestünk a negatív hatások ellensúlyozására.

*Kulcsszavak: COVID-19, vadgazdálkodási ágazat bevételei, válságkezelési megoldások*

*JEL-kódok: Q19, Q23, Q26*

---

The recent changes in productivity of agriculture combined with increasing forestation have provided favorable conditions for large game stocks. The conditions coupled with a high level of domestic game management - has led to an increase in the quantity and quality of large game stocks. Examining the revenues of the game management sector, we identified trends indicating the significant reliance on foreign and domestic trophy hunting and the associated services. The pandemic caused by COVID-19 fundamentally shook the tourism sector, it significantly decreased the number of foreign guests. Domestic tourism was greatly limited for longer or shorter periods due to the necessary regulations, which brought significant changes in trophy hunting. We examined the effect of the changes caused by the coronavirus on the operation of those hunting organizations who historically focused on managed trophy hunts. We also examined few practical examples to identify some opportunities to offset these negative effects.

*Keywords: COVID-19, game management sector revenues, crisis management solutions*

*JEL Codes: Q19, Q23, Q26*

# **THE ROLE OF CORPORATE REPORTING IN THE CONTEXT OF CRISES: INTEGRATED REPORTING AS A SUCCESSFUL TOOL FOR CREATING CORPORATE TRANSPARENCY**

**Marcel MOCK, M. Sc., CIIA, CEFA**

PhD Candidate

*UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia, Spain*

**Prof. Dr. Nicolás GONZÁLVEZ-GALLEGO**

Full Professor

*UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia, Facultad de Ciencias Jurídicas y de la Empresa, Spain*

Information has always been very important for company reports. Company reports developed from a financial perspective over the triple bottom line approach of sustainability to an integrated approach. The reduction of information asymmetries has always been an essential task of company reports. This aspect is particularly important in crises. In the context of the growing diversity and complexity of corporate reports, due to increasing stakeholders' and constantly rising regulatory requirements, the disclosure of decision-relevant information is becoming increasingly important to avoid redundancies and confusion but to create transparency. Consequently, the purpose of this research is to identify whether Integrated Reporting, according to "The International Integrated Reporting Framework", is a successful tool to enhance corporate transparency. The research findings suggest that integrated reports enhance transparency which in turn leads to more trust and resilience. Moreover, the results indicate that the principle-oriented framework and the guiding principle materiality enable companies to respond to their specific characteristics to meet the stakeholders' requirements.

Integrated Reporting can be seen as a suitable instrument for creating greater transparency in corporate reporting and thus as a further development step in corporate reporting.

*Keywords: Integrated Reporting, <IR>, Corporate Reporting, Management Approach*

*JEL Codes: D21, L20, M10, M14, M40*



# **A CIRCULAR TOURISM ECONOMY: TRANSITIONING TOWARD A CIRCULAR ECONOMY WITHIN THE TOURISM AND HOSPITALITY SECTORS**

**NEUMANNÉ Dr. VIRÁG Ildikó PhD**

Associate Professor

*University of Pannonia, Department of International Economics, Hungary*

**VARGA-DANI Barbara**

Tourism Eexpert

*University of Pannonia, Balaton Tourism Research Institute, Hungary*

The circular economy (CE) is an innovative economy model which is aimed towards diverting waste from landfill by way of reuse or recycling raw materials and products so that they can be used or sold again, therefore reducing waste and reducing the need for the constant consumption of valuable natural resources. The concept of CE defines a set of principles for production and consumption, different from the linear 'take-make-dispose' regime. It requires a broader and more comprehensive design of radically alternative solutions over the entire life cycle of products. It allows manufacturers to learn about the performance of their product in the market, and improve subsequent product versions. The CE relies on value creation through restoration, regeneration and reuse of resources and introduces an agenda for radical change. The CE has potentials for tourism industry in reaching higher sustainability and profitability, the provision of accommodation, food and spa services and the related material flows of energy, foodstuffs, water.

*Keywords: circular economy, sustainable development, tourism, hospitality sector*

*JEL Codes: O13, O11, Q0, Q56, Z32*

The present publication etc. has been implemented with the support provided from the National Research, Development and Innovation Fund of Hungary, financed under the project no. 2019-1.3.1-KK-2019-00015, titled „Establishment of a circular economy-based sustainability competence center at the University of Pannonia”.

# **FINTECHS AND THE FINANCIAL INDUSTRY – SUCCESS EVALUATION OF DIFFERENT COOPERATION FORMS**

**Pascal RUHLAND**

PhD Candidate

*Universidad Católica San Antonio de Murcia, Spain*

The challenge of innovation and digitalization leads banks to cooperate with FinTechs. The aim is foremost to generate shareholder value. This paper sets the foundation for validating the success of different cooperation forms between banks and FinTechs by evaluating potential success and failure factors. Based on a self-generated and therefore highly qualified data base of about 100 partnerships in Germany, potential success factors were analyzed with an event study. The core results are: First, banks are more likely to be successful in a cooperation if they already have a digital strategy formulated or an incubator / venture capital funds founded. Second, the Fintech is more successful in a cooperation if the founder gained work experiences in banks before.

*Keywords: fintech, financial institutions, cooperation, event study, banks*

*JEL Codes: G210, G230, G340, M130*

# INNOVATÍV MEGOLDÁSOK A KORONAVÍRUS OKOZTA PROBLÉMÁK ELLEN A DIVATIPARBAN

*Innovative Solutions Against the Corona Virus Caused Problems in the Fashion Industry*

**PAULOVICS Ágnes**

PhD-hallgató (PhD Student)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School)*

A textil- és divatipari cégek a 2020-as évre már a járvány kitörése előtt visszaesést jósoltak, s ezen a világjárvány s abból származó válság tovább rontott. A változó vevői igények követése és digitalizáció immár elkerülhetetlenek a túléléshez. Emellett a vállalatoknak stratégiaileg kell gondolkodniuk, s a globális trendeket követniük. A fenntarthatóság és megbízhatóság olyan erények, melyek a vásárlóknak egyre fontosabbak, s a krízis még érzékenyebbé tette őket ezekre a faktorokra. Bár a divatipari cégek most a válságkezelésre koncentrálnak, hosszú távon mégis az ipar radikális involválására lesz szükség. A korona vírus lehetőséget biztosít, hogy a cégek a lényegre fókuszáljanak, s hosszú távú megoldásokat dolgozzanak ki, melyek a környezetet sem terhelik meg. A kutatás a koronavírus okozta problémák ellen kifejlesztett innovatív megoldásokat mutatja be, a ruhaiparra koncentrálnak.

*Kulcsszavak: ruhaipar, COVID-19, koronavírus, innovatív megoldások*

*JEL-kódok: O33, M14, L16*

---

Textile and fashion companies predicted a downturn for 2020 even before the epidemic broke out, and this pandemic and the resulting crisis worsened it. Following changing customer needs and digitization are now inevitable for survival. In addition, companies need to think strategically and follow global trends. Sustainability and reliability are virtues that are becoming increasingly important to consumers, and the crisis has made the shopper even more sensitive to these factors. Although fashion companies are now focusing on crisis management, in the long run, radical reinvention of the industry will be needed. The pandemic provides an opportunity for companies to focus on the essence and develop long-term solutions that do not burden the environment. The research presents innovative solutions developed against the problems caused by the coronavirus, focusing on the clothing industry.

*Keywords: fashion industry, COVID-19, corona virus, innovative solutions*

*JEL Codes: O33, M14, L16*

# DIGITAL INSTRUMENTS OF CUSTOMS AND LOGISTICS SUPPORT OF FOREIGN TRADE IN A PANDEMIC

**Prof. Dr. Roman FEDORENKO**

Associate Professor

*Samara State University of Economics, Faculty of National and World Economics, Russia*

2020 has proven to be a year of challenge for the current global economic system. The pandemic and the economic crisis caused by it had a serious negative impact on the processes of international movement of goods. In these conditions, for regions oriented to world markets, it becomes critically important to be able to provide all logistic and administrative procedures in the shortest possible time and with minimal face-to-face interaction. Digital tools make it possible to simplify customs regulation processes and introduce paperless document flow with a minimum of face-to-face control procedures. Logistics costs can be reduced by tracking shipments using the "Internet of things", transportation costs can be reduced by artificial intelligence, autonomous driving and GPS navigation. All over the world, digitalization programs for interregional and international trade are actively developing. These are the Digital Silk Road of China, the Digital Europe of the EU, and the projects Digital Trade and the Digital Initiatives Fund in Russia. The Covid19 pandemic has forced governments around the world to accelerate the adoption of digital tools. The consequences of these reforms will be significant for a long time to come.

*Keywords: foreign trade, customs and logistics support, digital instruments*

*JEL Codes: F02, F17*

The research was funded by RFBR and FRLC according to the research project № 19- 510-23001.

# A MOTIVÁCIÓS ELMÉLETEK A TEHETSÉGEK FELTÉRKÉPEZÉSÉBEN

*Motivational Theories in Talent Mapping*

**SIPOS Éva**

PhD-hallgató (PhD Student)

*Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola (University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Management and Organization Sciences Doctoral School)*

A motivációs elméletek és eszközök képezik tanulmányom alapját, mivel a motiváció az a fő hajtóerő, mely támogatja az egyént a nehéz, kihívást jelentő feladatok végrehajtásában. A munkavállalók az innovatív vállalat fontos erőforrását képezik, ebből adódóan szükség van a tehetség alapú megközelítésre, a folyamatos fejlesztésre akár a cégen belül is. Napjainkban nélkülözhetetlen a motivált és elkötelezett foglalkoztatotti bázis kialakítása. Ennek eszköze a munkavállalók tehetségének, motivációs hajtóerőinek diagnosztizálása, majd az egyénre szabott motivációs programok kidolgozása, melyek fókuszában jellemzően a külső motiváció áll. A különböző külső és belső motivációs eszközök alkalmazásának eredményeképpen az egyén teljesítménye és termelékenysége javul, tehetségét a vállalatnál kamatoztatja, mely révén a cég versenyképessége is fokozódhat. Az egyén belső motivációinak alaposabb feltérképezése mindezek miatt indokolt, mivel a fellelhető, a munkavállalók motivációinak megismerésére vonatkozó kutatások többnyire a külső motivációs eszközök kiválasztására és eredményességük felmérésére irányulnak

*Kulcsszavak: tehetség, motiváció, teljesítmény*

*JEL-kódok: M54, O15, J24*

---

Motivational theories and tools form the basis of my papers, as motivation is the main drive that supports the person to solve the challenging tasks. Employees are an important resource for an innovative company, since there is a need for a talent-based approach to continuous improvement, even within the company. Nowadays, it is essential to have motivated and engaged employees. It is important to identify the talents and motivational drives of the employees, and with these factors to develop individual motivation programs, focusing not on the external motivation. As a result of the use of various external and internal motivational tools, the achievement and productivity of the individual improves, and their talent is useful for the company. Due to the mentioned factors the competitiveness of the company can also be increased. A more comprehensive mapping of an individual's internal motivations is justified, as the available researches focus mostly on the employees' motivation, mainly the external motivational tools.

*Keywords: talent, motivation, productivity*

*JEL Codes: M54, O15, J24*

# THE DIMENSIONS OF JUSTICE IN SERVICE MARKETING

**Mag. Thomas O. UITZ, MBA**

PhD Student

*University of Economics in Bratislava, Faculty of International Relations, Slovak Republic*

This paper is supposed to provide an overview of the three dimensions of justice in service marketing. First the meaning of service marketing is described. Then articles and papers from leading journals have been included in that research as well as scientific books in order to get a collection of the three dimensions of justice. The justice theory describes four phases: distributive justice, procedural justice and interactional justice. These dimensions are related to each other and perceived justice has an impact on the result of a service recovery. The three dimensions of justice describe step by step the perceived justice of customers. Organisations need to understand that justice theory is a process where each phase may have a critical impact on the overall business.

*Keywords: Customer Relationship Management, Service Marketing, Service Failure, Service Recovery*

*JEL Codes: M1, M3, O3*

# RÖVIDÍTÉSEK

## ABBREVIATIONS

BCE	Budapesti Corvinus Egyetem ( <i>Corvinus University of Budapest, Hungary</i> )
BGE PSZK	Budapesti Gazdasági Egyetem, Pénzügyi és Számviteli Kar ( <i>Budapest Business School, Faculty of Finance and Accountancy, Hungary</i> )
BME GTK	Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar ( <i>Budapest University of Technology and Economics, Faculty of Economic and Social Sciences, Hungary</i> )
ELTE ÁJK	Eötvös Loránd Tudományegyetem, Állam- és Jogtudományi Kar, Budapest ( <i>Eötvös Loránd University, Faculty of Law, Hungary</i> )
FH Burgenland	University of Applied Sciences Burgenland, Eisenstadt, Austria
FH Wiener Neustadt	University of Applied Sciences Burgenland, Wiener Neustadt, Austria
FOM	University of Applied Sciences for Economics & Management, Germany
METU	Budapesti Metropolitan Egyetem ( <i>Budapest Metropolitan University, Hungary</i> )
PE GTK	Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar ( <i>University of Pannonia, Faculty of Economics, Veszprém, Hungary</i> )
PE NK	Pannon Egyetem, Nagykanizsai Kampusz ( <i>University of Pannonia, Nagykanizsa Campus, Hungary</i> )
PTE ETK	Pécsi Tudományegyetem, Egészségtudományi Kar ( <i>University of Pécs, Faculty of Health Sciences, Hungary</i> )
PTE TTK	Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar (University of Pécs, Faculty of Sciences, Hungary)
SOE BPK	Soproni Egyetem, Benedek Elek Pedagógia Kar ( <i>University of Sopron, Benedek Elek Faculty of Pedagogy, Hungary</i> )
SOE EMK	Soproni Egyetem, Erdőmérnöki Kar ( <i>University of Sopron, Faculty of Forestry, Hungary</i> )
SOE LKK	Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar ( <i>University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, Hungary</i> )
SOE SKK	Soproni Egyetem, Simonyi Károly Műszaki, Faanyagtudományi és Művészeti Kar ( <i>University of Sopron, Karoly Simonyi Faculty of Engineering, Wood Sciences and Applied Arts, Hungary</i> )
SZE RGDI	Széchenyi István Egyetem, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Győr ( <i>Széchenyi István University, Doctoral School of Regional- and Business Administration, Győr, Hungary</i> )
SZIE GTK	Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar ( <i>Szent István University, Faculty of Economics and Social Sciences, Gödöllő, Hungary</i> )
SZTE GTK	Szegedi Tudományegyetem, Gazdaságtudományi Kar ( <i>University of Szeged, Faculty of Economics and Business Administration, Hungary</i> )
UAMD	“Alexander Moisiu” University of Durrës, Albania
UCAM	Catholic University of San Antonio in Murcia, Spain