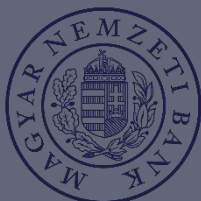




SOPRONI
EGYETEM

LÁMFALUSSY SÁNDOR
KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI
KAR



A konferenciát támogatta / Supported by:
Magyar Nemzeti Bank (MNB)
/ Hungarian National Bank (MNB)

NEMZETKÖZI TUDOMÁNYOS KONFERENCIA A MAGYAR TUDOMÁNY ÜNNEPE ALKALMÁBÓL

International Scientific Conference
on the Occasion of the Hungarian
Science Festival

Sopron, 2021. november 4.
4 November 2021, Sopron



**PANDÉMIA – FENNTARTHATÓ GAZDÁLKODÁS
– KÖRNYEZETTUDATOSSÁG / PANDEMIC –
SUSTAINABLE MANAGEMENT – ENVIRONMENTAL AWARENESS**
PROGRAMFÜZET ÉS ELŐADÁSKIVONATOK / Program and Abstract Booklet

Szerkesztette / Edited by: RESPERGER Richárd

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

Sopron, 2021. november 4. / 4 November 2021, Sopron

**PANDÉMIA – FENNTARTHATÓ GAZDÁLKODÁS
– KÖRNYEZETTUDATOSSÁG /
PANDEMIC – SUSTAINABLE MANAGEMENT
– ENVIRONMENTAL AWARENESS**

PROGRAMFÜZET ÉS ELŐADÁSKIVONATOK /
Program and Abstract Booklet

Szerkesztette / Edited by: RESPERGER Richárd



SOPRONI EGYETEM KIADÓ /

UNIVERSITY OF SOPRON PRESS

SOPRON, 2021

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

Sopron, 2021. november 4. / 4 November 2021, Sopron



Mottó / Motto: „Tudomány: iránytű az élhető jövőhöz” / „Science: a Compass For a Livable Future”

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**

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

Szerkesztette / Edited by: Dr. RESPERGER Richárd

Borítóterv / Cover plan: ZSIDY Emese

ISBN 978-963-334-410-1 (pdf)

DOI: <https://doi.org/10.35511/978-963-334-410-1>

© Soproni Egyetem Kiadó / University of Sopron Press
Sopron, 2021 - Minden jog fenntartva.

TARTALOMJEGYZÉK

| | |
|---|----|
| SZERVEZŐK | 6 |
| PROGRAM | 7 |
| PLENÁRIS ELŐADÁSOK | 8 |
| SZEKCIÓÜLÉSEK BEOSZTÁSA: | 9 |
| 1. szekció (személyes jelenléttel): Versenyképesség és fenntartható gazdálkodás (<i>angol nyelvű szekció</i>)..... | 10 |
| 2. szekció (személyes jelenléttel): Turizmus, marketing..... | 11 |
| 3. szekció (személyes jelenléttel): Fenntarthatóság, környezettudatosság..... | 12 |
| 4. szekció (online): Vállalati döntések a koronavírus-járvány idején (<i>angol nyelvű szekció</i>)..... | 13 |
| 5. szekció (online): Versenyképesség és fenntartható gazdálkodás (<i>angol nyelvű szekció</i>)..... | 14 |
| 6. szekció (online): Fenntarthatóság, környezettudatosság – Marketing..... | 15 |
| 7. szekció (online): Fenntartható pénzügyek..... | 16 |
| 8. szekció (online): Versenyképesség – Munkaerőpiac..... | 17 |
| 9. szekció (online): Poszter-előadások..... | 18 |
| ELŐADÁSKIVONATOK | 19 |
| PLENÁRIS ELŐADÁSOK ÖSSZEFOGLALÓI | 20 |
| SZEKCIÓÜLÉSEK ELŐADÁSAINAK ÖSSZEFOGLALÓI: | 22 |
| 1. szekció (személyes jelenléttel): Versenyképesség és fenntartható gazdálkodás (<i>angol nyelvű szekció</i>)..... | 23 |
| 2. szekció (személyes jelenléttel): Turizmus, marketing..... | 30 |
| 3. szekció (személyes jelenléttel): Fenntarthatóság, környezettudatosság..... | 37 |
| 4. szekció (online): Vállalati döntések a koronavírus-járvány idején (<i>angol nyelvű szekció</i>)..... | 46 |
| 5. szekció (online): Versenyképesség és fenntartható gazdálkodás (<i>angol nyelvű szekció</i>)..... | 54 |
| 6. szekció (online): Fenntarthatóság, környezettudatosság – Marketing..... | 63 |
| 7. szekció (online): Fenntartható pénzügyek..... | 71 |
| 8. szekció (online): Versenyképesség – Munkaerőpiac..... | 78 |
| 9. szekció (online): Poszter-előadások..... | 85 |
| RÖVIDÍTÉSEK | 92 |

CONTENTS

| | |
|--|----|
| ORGANIZERS | 6 |
| SCHEDULE | 7 |
| PLENARY LECTURES | 8 |
| PARALLEL SESSIONS: | 9 |
| Session 1 (with personal attendance): Competitiveness and Sustainable Management (<i>Session in English</i>)..... | 10 |
| Session 2 (with personal attendance): Tourism, Marketing..... | 11 |
| Session 3 (with personal attendance): Sustainability, Environmental Awareness.... | 12 |
| Session 4 (online): Corporate Decisions During the Coronavirus Pandemic (<i>Session in English</i>)..... | 13 |
| Session 5 (online): Competitiveness and Sustainable Management (<i>Session in English</i>)..... | 14 |
| Session 6 (online): Sustainability, Environmental Awareness – Marketing..... | 15 |
| Session 7 (online): Sustainable Finances..... | 16 |
| Session 8 (online): Competitiveness – Labour Market..... | 17 |
| Session 9 (online): Poster Presentations..... | 18 |
| ABSTRACTS | 19 |
| ABSTRACTS OF PLENARY LECTURES | 20 |
| ABSTRACTS OF PARALLEL SESSIONS: | 22 |
| Session 1 (with personal attendance): Competitiveness and Sustainable Management (<i>Session in English</i>)..... | 23 |
| Session 2 (with personal attendance): Tourism, Marketing..... | 30 |
| Session 3 (with personal attendance): Sustainability, Environmental Awareness.... | 37 |
| Session 4 (online): Corporate Decisions During the Coronavirus Pandemic (<i>Session in English</i>)..... | 46 |
| Session 5 (online): Competitiveness and Sustainable Management (<i>Session in English</i>)..... | 54 |
| Session 6 (online): Sustainability, Environmental Awareness – Marketing..... | 63 |
| Session 7 (online): Sustainable Finances..... | 71 |
| Session 8 (online): Competitiveness – Labour Market..... | 78 |
| Session 9 (online): Poster Presentations..... | 85 |
| ABBREVIATIONS | 92 |

SZERVEZŐK

Szervezők: A Soproni Felsőoktatásért Alapítvány
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (SOE LKK)

A konferencia elnöke: Prof. Dr. Széles Zsuzsanna PhD egyetemi tanár, dékán

Tudományos- és Szervező Bizottság:

elnök: Prof. Dr. Obádovics Csilla PhD egyetemi tanár, Doktori Iskola-vezető

tagok: Prof. Dr. Fábián Attila PhD egyetemi tanár, rektor

Prof. Dr. Székely Csaba DSc professor emeritus

Prof. Dr. Kulcsár László CSc professor emeritus

Dr. habil. Pogátsa Zoltán PhD egyetemi docens

Dr. habil. Tóth Balázs István PhD egyetemi docens, igazgató

Dr. Keresztes Gábor PhD egyetemi docens, dékánhelyettes

Dr. Nedelka Erzsébet PhD egyetemi docens, dékánhelyettes

Dr. Hoschek Mónika PhD egyetemi docens, intézetigazgató

Dr. Koloszár László PhD egyetemi docens, intézetigazgató

Pappné dr. Vancsó Judit PhD egyetemi docens, intézetigazgató

Dr. Kovács Tamás PhD egyetemi docens

Dr. Resperger Richárd PhD adjunktus, a konferencia titkára

ORGANIZERS

Organizers: For the Higher Education at Sopron Foundation
University of Sopron Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics (SOE LKK)

President of the Conference: Prof. Dr. Zsuzsanna SZÉLES PhD Professor, Dean

Scientific and Organizing Committee:

chair: Prof. Dr. Csilla OBÁDOVICS PhD Professor, Head of the Doctoral School

members: Prof. Dr. Attila FÁBIÁN PhD Professor, Rector

Prof. Dr. Csaba SZÉKELY DSc Professor Emeritus

Prof. Dr. László KULCSÁR CSc Professor Emeritus

Dr. habil. Zoltán POGÁTSA PhD Associate Professor

Dr. habil. Balázs István TÓTH PhD Associate Professor, Director

Dr. Gábor KERESZTES PhD Associate Professor, Vice Dean

Dr. Erzsébet NEDELKA PhD Associate Professor, Vice Dean

Dr. Mónika HOSCHEK PhD Associate Professor, Director of Institute

Dr. László KOLOSZÁR PhD Associate Professor, Director of Institute

Dr. Judit PAPP-VANCSÓ PhD Associate Professor, Director of Institute

Dr. Tamás KOVÁCS PhD Associate Professor

Dr. Richárd RESPERGER PhD Assistant Professor, Secretary of the Conf.

PROGRAM

2021. november 4. csütörtök

Helyszín: A Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar Campusa
(9400 Sopron, Erzsébet utca 9.)

| | | |
|---------------|---|---------------------------------------|
| 9.00 – 9.50 | Regisztráció* | <i>Előtér</i> |
| 9.50 – 10.00 | Megnyitó, köszöntő | <i>Aula + élő közvetítés</i> |
| 10.00 – 12.00 | Plenáris előadások | <i>Aula + élő közvetítés</i> |
| 10.00 – 11.00 | Dr. Lukács Rita PhD | <i>Aula + élő közvetítés</i> |
| 11.00 – 12.00 | Dr. Németh Patrícia PhD, Kasza Lajos | <i>Aula + élő közvetítés</i> |
| 12.00 – 13.45 | Ebédszünet | <i>Deák Étterem (Erzsébet u. 20.)</i> |
| 14.00 – 17.00 | Párhuzamos szekcióülések | <i>Szekciótermek + MS Teams</i> |

*: a személyesen jelenlévő résztvevők számára

SCHEDULE

Thursday, 4 November 2021

Venue: Campus of the Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics
(Erzsébet Str. 9., 9400 Sopron, Hungary)

| | | |
|---------------|---|--|
| 9.00 – 9.50 | Registration* | <i>Foreground</i> |
| 9.50 – 10.00 | Opening, greeting | <i>Assembly Hall + live stream</i> |
| 10.00 – 12.00 | Plenary Lectures | <i>Assembly Hall + live stream</i> |
| 10.00 – 11.00 | Dr. Rita LUKÁCS PhD | <i>Assembly Hall + live stream</i> |
| 11.00 – 12.00 | Dr. Patrícia NÉMETH PhD, Lajos KASZA | <i>Assembly Hall + live stream</i> |
| 12.00 – 13.45 | Lunch Break | <i>Deak Restaurant (Erzsébet Str. 20.)</i> |
| 14.00 – 17.00 | Parallel Sessions | <i>Session Rooms + MS Teams</i> |

*: for those participants who are present in person

PLENÁRIS ELŐADÁSOK

Dr. Lukács Rita PhD főiskolai docens (*Budapesti Metropolitan Egyetem, Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar*)

Előadásának címe:

Fenntarthatóság és felsőoktatás háromdimenziós nézőpontból
(*angol nyelvű előadás*)

Dr. Németh Patrícia PhD főiskolai docens – **Kasza Lajos** mesteroktató (*Budapesti Gazdasági Egyetem; Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar*)

Előadásuk címe:

A jövő vezetőinek társadalmi felelősségvállalási attitűd vizsgálata
(*magyar nyelvű előadás*)

PLENARY LECTURES

Dr. Rita LUKÁCS PhD Associate Professor (*Budapest Metropolitan University, Faculty of Business, Communication and Tourism*)

Title of the presentation:

Sustainability and Higher Education from a Three-dimensional Perspective
(*lecture in English*)

Dr. Patrícia NÉMETH PhD Associate Professor – **Lajos KASZA** Teaching Professor
(*Budapest Business School; Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism*)

Title of the presentation:

Examination of Future Leaders' Social Responsibility Attitude
(*lecture in Hungarian*)

SZEKCIÓÜLÉSEK BEOSZTÁSA

PARALLEL SESSIONS

COMPETITIVENESS AND SUSTAINABLE MANAGEMENT (Session in English)

Helyszín: A Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar Campusa, **209. terem**

Venue: Campus of the Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, **Room 209**

1. SZEKCIÓ / SESSION 1

| | | |
|------------------------------|---|---|
| Elnök / Chair: | | Prof. Dr. Markus MAU PhD <i>Professor (SOE LKK)</i> |
| Társelnök / Co-Chair: | | Prof. Dr. Nicole MAU PhD <i>Professor (SOE LKK)</i> |
| Titkár / Secretary: | | Mohamed EL MERROUN <i>PhD Student (SOE LKK)</i> |
| 14.00– 14.20 | Prof. Dr. Galina KHMELEVA DSc <i>Full Professor, Head of Department (SSEU)</i> Dr. Marina KURNIKOVA PhD <i>Associate Professor (SSEU)</i> | Challenges and Chances for the Social and Economic Development of a Russian Border Region (the Case of the Samara Region) |
| 14.20– 14.40 | Dr. Caspar VON DER CRONE PhD <i>Managing Director (IG Bio-Initiative, Germany); CEO (CD Consulting gUG, Germany)</i> Prof. Dr. Nicole MAU PhD <i>Professor (SOE LKK)</i> | Soy Supply and Organic Requirements for more Authenticity |
| 14.40– 15.00 | Lisa ANDERLE <i>Researcher (FH Joanneum)</i> Daniel BINDER <i>Senior Lecturer (FH Joanneum)</i> | Destination Resilience: Bridging Theory and Practice for Destination Management Strategies |
| 15.00– 15.20 | Thomas SOLDERITS <i>PhD Student (SOE LKK)</i> | The Impact of Artificial Intelligence on Leadership in the Corona Crisis |
| 15.20– 15.40 | Mohamed EL MERROUN <i>PhD Student (SOE LKK)</i> | Environmental Sustainability as a Strategic Reason for the Investment in Industry 4.0: The Difference between SMEs and Large Companies |
| 15.40– 16.00 | Johannes LITZENBURGER <i>PhD Student (SOE LKK)</i> Prof. Dr. Nicole MAU PhD <i>Professor (SOE LKK)</i> Prof. Dr. Markus MAU PhD <i>Professor (SOE LKK)</i> | Supply Chain Resilience: Lessons Learned during the COVID-19 Outbreak and its Implications for the Future |

TURIZMUS, MARKETING (magyar nyelvű szekció)

TOURISM, MARKETING (Session in Hungarian)

Helyszín: A Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar Campusa, **208. terem****Venue:** Campus of the Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, **Room 208****2. SZEKCIÓ / SESSION 2****Elnök / Chair:****Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla PhD** Professor (SOE LKK)**Titkár / Secretary:****SZŐKE Tünde Mónika PhD** Student (SOE LKK)

| | | |
|-----------------|--|--|
| 14.00– 14.20 | Dr. habil. PAPP-VÁRY Árpád College Professor (METU) Dr. LUKÁCS Rita PhD College Associate Professor (METU) | Felelős márkakommunikáció a koronavírus idején <i>Responsible Brand Communication during the Coronavirus Pandemic Situation</i> |
| 14.20– 14.40 | VIZI Noémi PhD Student (SZTE GTK) | A digitális transzformáció megjelenése a divatipari értékesítési gyakorlatokban <i>The Appearance of the Digital Transformation in Sales Practices of the Fashion Industry</i> |
| 14.40– 15.00 | Dr. JANDALA Csilla PhD Associate Professor (SOE LKK) | A turizmus fenntarthatósága a pandémia után <i>Sustainability of Tourism after the Pandemic</i> |
| 15.00– 15.20 | Dr. HOSCHEK Mónika PhD Associate Professor (SOE LKK) Dr. NÉMETH Nikoletta PhD Assistant Professor (SOE LKK) Dr. MÉSZÁROS Katalin PhD Associate Professor (SOE LKK) | A magyar turisták utazási szokásai a COVID-19 első hulláma előtt és után <i>Travel Preferences of Hungarian Tourists before and after the First Wave of COVID-19</i> |
| 15.20– 15.40 | SZŐKE Tünde Mónika PhD Student (SOE LKK) | Az „Alföld Slow térség” versenyképességének vizsgálata <i>Analysis of the Competitiveness of the „Alföld Slow Region”</i> |
| 15.40– 16.00 | Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla PhD Professor (SOE LKK) | Lovasturizmus a Fertő-tájon <i>Equestrian Tourism at Fertő Landscape</i> |

FENNTARTHATÓSÁG, KÖRNYEZETTUDATOSSÁG (magyar nyelvű szekció)

SUSTAINABILITY, ENVIRONMENTAL AWARENESS (Session in Hungarian)

Helyszín: A Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar Campusa, **210. terem****Venue:** Campus of the Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, **Room 210****3. SZEKCIÓ / SESSION 3****Elnök / Chair:****Dr. BARTÓK István PhD Associate Professor (SOE LKK)****Titkár / Secretary:****IONESCU Astrid PhD Student (SOE LKK)**

| | | |
|-----------------|---|---|
| 14.00– 14.20 | ÉDER Andrea <i>Strategic Deputy Director (STKH)</i> KASZA Lajos <i>Teaching Professor (BGE KVIK)</i> | Hogyan készítsük fel a szervezetet a jövőre? A hulladékgazdálkodás kihívásai az STKH (Sopron és Térsége Környezetvédelmi és Hulladékgazdálkodási Nonprofit Kft.) tükrében <i>How to Prepare the Organization for the Future? The Challenges of Waste Management through the Example of STKH (Sopron and Region Environmental and Waste Management Nonprofit Ltd.)</i> |
| 14.20– 14.40 | Dr. FEHÉR Helga PhD <i>Associate Professor (PE GTK)</i> Dr. KOZMA Dorottya Edina PhD <i>Assistant Professor (PE GTK)</i> | A vállalkozói attitűd vizsgálata bibliometriai módszer segítségével <i>Examining the Entrepreneurial Attitude Composite Word using Bibliometrics</i> |
| 14.40– 15.00 | Dr. KOZMA Dorottya Edina PhD <i>Assistant Professor (PE GTK)</i> BOSNYÁK-SIMON Nikolett <i>PhD Student (PE GTK)</i> | Fenntarthatók a vállalatok? <i>Are Companies Sustainable?</i> |
| 15.00– 15.20 | Dr. DÖRY István CSc <i>Associate Professor (EDUTUS)</i> | Járvány, környezettudatosság, fenntarthatóság – mémelméleti áttekintéssel <i>Pandemic, Environmental Awareness, Sustainability – with a Meme Theory Overview</i> |
| 15.20– 15.40 | IONESCU Astrid <i>PhD Student (SOE LKK)</i> | A home office és a szervezeti kultúra egymásra gyakorolt hatásai a magyarországi multinacionális vállalatoknál – Kutatási tervezet <i>Interactions between Home Office and Organizational Culture at Hungarian Multinational Companies – Research Project</i> |
| 15.40– 16.00 | Dr. NEDELKA Erzsébet PhD <i>Associate Professor (SOE LKK)</i> Dr. HEGEDŰS Mihály PhD <i>College Professor (TPF)</i> | A könyvvizsgálók személyisége <i>The Personality of a Good Auditor</i> |
| 16.00– 16.20 | INZSÖL Renáta <i>PhD Student (SOE LKK)</i> | A rövid ellátási lánc helyzete Vas megyében termelői oldalról <i>The Situation of the Short Food Supply Chain in Vas County from Producers' Perspective</i> |
| 16.20– 16.40 | Dr. BARTÓK István PhD <i>Associate Professor (SOE LKK)</i> | A pandémia hatásainak kommunikációja a Budapesti Értéktőzsdén jegyzett vállalatoknál <i>Communication of the Effects of the Pandemic by Companies Listed on the Budapest Stock Exchange</i> |

VÁLLALATI DÖNTÉSEK A KORONAVÍRUS-JÁRVÁNY IDEJÉN (angol nyelvű szekció)
CORPORATE DECISIONS DURING THE CORONAVIRUS PANDEMIC (Session in English)

Helyszín: Online szekció (MS Teams)

Venue: Online Session in MS Teams

4. SZEKCIÓ / SESSION 4

Elnök / **Chair:**

Dr. habil. Zoltán SZABÓ PhD Associate Professor (SOE LKK)

Titkár / **Secretary:**

Bendegúz Richárd NYIKOS PhD Student (SOE LKK)

| | | |
|-----------------|---|--|
| 14.00– 14.20 | Thorsten SCHMUDE <i>PhD Student (UCAM)</i> | Corporate Strategy in a Disruptive Economic Environment |
| 14.20– 14.40 | Dr. Ágnes VÁRADI PhD <i>Research Fellow (Centre for Social Sciences Institute for Legal Studies, Hungary)</i> | Sustainability and EU Law. Latest Tendencies in the Field of Public Participation in Environmental Matters |
| 14.40– 15.00 | HOÀNG Thị Phương Thảo <i>PhD Candidate (PTE)</i> | Rebuilding the Tourism Industry's Labour-Force after the Global Health Crisis (The Case of Vietnam) |
| 15.00– 15.20 | Bendegúz Richárd NYIKOS <i>PhD Student (SOE LKK)</i> | Satisfying Customers during the Pandemic: Are Restaurants Required to Offer Delivery Service? |
| 15.20– 15.40 | Noor ALKHUĐIERAT <i>PhD Candidate (SOE LKK)</i> | The Impact of the Corona Pandemic on the Project Management Process in Jordan |
| 15.40– 16.00 | Cynthia DAOUD <i>PhD Student (PE GTK)</i> | Companies moving Hybrid during the Coronavirus Pandemic |
| 16.00– 16.20 | David WEBER <i>PhD Student (UCAM)</i> | Limits of Multisensory Marketing in Online Stores with Decreasing Product Congruence |

VERSENYKÉPESSÉG ÉS FENNTARTHATÓ GAZDÁLKODÁS (angol nyelvű szekció)
COMPETITIVENESS AND SUSTAINABLE MANAGEMENT (Session in English)

Helyszín: Online szekció (MS Teams)

Venue: Online Session in MS Teams

5. SZEKCIÓ / SESSION 5

Elnök / Chair:

Dr. Emese BRUDER PhD Associate Professor (MATE Gödöllő)

Titkár / Secretary:

Attila LENTI PhD Student (SOE LKK)

| | | |
|-----------------|---|--|
| 14.00– 14.20 | <p>Zsuzsanna VARGA Master Student (MATE), Business Developer-Strategist, Head of Central and Eastern European Operations (Interstuhl Büromöbel Ltd.)</p> <p>Dr. habil. Etelka KATITS PhD <i>Strategic CEO, Financial Turnaround Expert</i> (KENF Business Consulting)</p> <p>Katinka MAGYARI <i>Economic Advisor, Interim Manager</i> (Magyari-Audit Ltd.)</p> <p>Dr. Ildikó PALÁNYI PhD <i>Associate Professor, Vice Dean (PE GKZ)</i></p> <p>Dr. Éva SZALKA PhD <i>Associate Professor, Dean (SZE MEK)</i></p> | <p>Is Urban Farming the Green Economy of the Future?! Investigation of the Sustainable Management of a Hungarian Startup Enterprise</p> |
| 14.20– 14.40 | <p>Attila LENTI <i>PhD Student (SOE LKK)</i></p> | <p>The Role of Indigenous Agroforestry Systems in the Conservation of the Amazon</p> |
| 14.40– 15.00 | <p>Tamás GYULAI <i>PhD Student (SZE RGDI)</i></p> <p>Prof. univ. Dr. Mariana NAGY PhD <i>Full Professor (Faculty of Exact Sciences, Aurel Vlaicu University of Arad, Romania)</i></p> <p>Raluca CIBU-BUZAC <i>CEO of LUMINSPINO SRL (Timisoara, Romania)</i></p> | <p>Smart Community Development with Intelligent Cities in Cross-Border Regions</p> |
| 15.00– 15.20 | <p>Florian KALTENEGER <i>PhD Student (FH Burgenland), Environmental Manager (Zellstoff Pöls AG, Austria)</i></p> | <p>The Influence of Digitization on Sustainability</p> |
| 15.20– 15.40 | <p>Günther MAIER <i>PhD Student (FH Burgenland)</i></p> | <p>B2B Selling: Developing Possible Resilient Sales Strategies</p> |
| 15.40– 16.00 | <p>Attila LEGOZA <i>PhD Student (ME GTK)</i></p> | <p>Investor Strategy Decisions in Case of Project Implementation</p> |
| 16.00– 16.20 | <p>Péter IMRICKSÓ <i>PhD Student (ME GTK)</i></p> | <p>Lean Thinking Strategy</p> |
| 16.20– 16.40 | <p>Ali Akbar SOHAIL <i>PhD Student (FH Burgenland)</i></p> <p>Abdul QUDDUS <i>PhD Student (Tomas Bata University in Zlín, Czech Rep.)</i></p> | <p>The Impact of Working Capital Management on Firm Profitability: Evidence from Pakistan</p> |

FENNTARTHATÓSÁG, KÖRNYEZETTUDATOSSÁG

– MARKETING (magyar nyelvű szekció)

SUSTAINABILITY, ENVIRONMENTAL AWARENESS – MARKETING (Session in Hungarian)

Helyszín: Online szekció (MS Teams)

Venue: Online Session in MS Teams

6. SZEKCIÓ / SESSION 6

Elnök / Chair:

Dr. MÉSZÁROS Katalin PhD Associate Professor (SOE LKK)

Titkár / Secretary:

Dr. NÉMETH Nikoletta PhD Assistant Professor (SOE LKK)

| | | |
|-----------------|--|--|
| 14.00– 14.20 | Dr. KESZI-SZEREMLEI Andrea PhD College Professor (DUE) | Fenntarthatóság és a zöld pénzügyi nézőpont <i>Sustainability and Green Financial Approach</i> |
| 14.20– 14.40 | Dr. KŐKUTI Tamás PhD Associate Professor (DUE) | Társadalmi hatások és MI! <i>Social Impacts and AI!</i> |
| 14.40– 15.00 | NEUMANNÉ DR. VIRÁG Ildikó PhD Associate Professor (PE GTK) Dr. KOZMA Dorottya Edina PhD Assistant Professor (PE GTK) Dr. MOLNÁRNÉ Dr. BARNA Katalin PhD Associate Professor (PE GTK) | A koronavírus járvány hatása a globális klímaváltozásra <i>Impact of the Coronavirus Epidemic on Global Climate Change</i> |
| 15.00– 15.20 | NEUMANNÉ DR. VIRÁG Ildikó PhD Associate Professor (PE GTK) KÁNTOR Szilvia Research Assistant (PE GTK) STRACK Flórián Research Assistant (PE GTK) | A lakosság éghajlatváltozással kapcsolatos attitűdjének vizsgálata <i>Examining the Attitude of Population towards Climate Change</i> |
| 15.20– 15.40 | Dr. NÉMETH Nikoletta PhD Assistant Professor (SOE LKK) Dr. MÉSZÁROS Katalin PhD Associate Professor (SOE LKK) | Lakossági attitűd vizsgálat Győr-Moson-Sopron megyében – középpontban a szelektív hulladékgyűjtés és a hulladék újrahasznosítás <i>Population Attitude Survey in Győr-Moson-Sopron County - Focusing on Selective Waste Collection and Waste Recycling</i> |
| 15.40– 16.00 | NÉMETH Kevin MSc Student (DE GTK) | A magyar elektromos autóiipar trendjeinek vizsgálata – fókuszban a fogyasztói magatartás <i>Investigation of the Hungarian Electromobility – in Focus the Preferences of the Consumers</i> |
| 16.00– 16.20 | HAJDU Gergő PhD Student (ME GTK) | A márkaélmény és a tartalommarketing kapcsolata <i>The Relationship between Brand Experience and Content Marketing</i> |

FENNTARTHATÓ PÉNZÜGYEK (magyar nyelvű szekció)

SUSTAINABLE FINANCES (Session in Hungarian)

Helyszín: Online szekció (MS Teams)**Venue:** Online Session in MS Teams**7. SEKCIÓ / SESSION 7****Elnök / Chair:****Prof. Dr. SZÉLES Zsuzsanna PhD Professor (SOE LKK)****Titkár / Secretary:****HORVÁTH András PhD Student (SOE LKK)**

| | | |
|-----------------|--|--|
| 14.00– 14.20 | EKE Zsolt <i>PhD Student (SOE LKK)</i> | A hazai biztosítási piac a számok tükrében: díjbevétel, szerződésszám és foglalkoztatottak <i>The Domestic Insurance Market in the Light of the Figures: Premium Income, Contract Number and Employees</i> |
| 14.20– 14.40 | SZABÓ Zsolt Mihály <i>PhD Student (OE)</i> | A pandémia hatásainak módszertani kérdései a nyugdíjbiztonságra <i>The Methodological Issues of the Effects of the Pandemic on Pension Security</i> |
| 14.40– 15.00 | Dr. habil. KATITS Etelka PhD <i>Strategic CEO, Financial Turnaround Expert (KENF Business Consulting)</i> MAGYARI Katinka <i>Economic Advisor, Interim Manager (Magyari-Audit Ltd.)</i> VARGA Zsuzsanna <i>Master Student (MATE), Business Developer-Strategist, Head of Central and Eastern European Operations (Interstuhl Büromöbel Ltd.)</i> | A sikeres fordulatkezelés záloga – a pénzügyi turnaround controlling rendszer alkalmazása a magyar cégvilágban <i>Connecting the Turnaround to Success – the Application of Financial Turnaround Controlling in the Hungarian Business World</i> |
| 15.00– 15.20 | BARTÓK László <i>PhD Student (SZTE GTK), Risk Analyst (OTP Bank)</i> | Egy elfeledett monetáris politikai eszköz újra értelmezése a klímaváltozás elleni küzdelemben: a célzott jegybanki hitelezés <i>Adopting a Forgotten Monetary Policy Instrument against the Climate Change: the Direct Credit Policy</i> |
| 15.20– 15.40 | OLEXÓ Tünde <i>PhD Student (SZE RGDI), Stat. Expert (Hungarian Central Statistical Office)</i> | A zöldítés cseretermékeinek módszertani kezelési lehetőségei az árindexeknél hedonikus regresszióval <i>Methodological Treatment Options for Greening Replacement Products in Price Indices with Hedonic Regression</i> |
| 15.40– 16.00 | Dr. CZIRÁKI Gábor PhD <i>Assistant Lecturer (SOE LKK)</i> | Gördülékeny tervezésű fenntartható vagyonkezelés hosszú- és rövid távú empirikus ütköztető analízise, a legfrissebb kutatási eredmények függvényében <i>Rolling Planned Sustainable Asset Management, Long-term and Short-term Empirical Collision Analysis Depending on the Latest Research Results</i> |

VERSENYKÉPESSÉG – MUNKAERŐPIAC (magyar nyelvű szekció)

COMPETITIVENESS – LABOUR MARKET (Session in Hungarian)

Helyszín: Online szekció (MS Teams)**Venue:** Online Session in MS Teams**8. SZEKCIÓ / SESSION 8****Elnök / Chair:****Dr. KÓPHÁZI Andrea PhD Associate Professor (SOE LKK)****Titkár / Secretary:****ANGYAL Viktória PhD Student (SOE LKK)**

| | | |
|-----------------|---|--|
| 14.00– 14.20 | ANGYAL Viktória <i>PhD Student (SOE LKK)</i> VAJAI Balázs <i>PhD Student (SOE LKK)</i> | Mezőgazdasági vállalkozások jövedelmezősége - Jövedelmezőség és innováció lehetséges további okai <i>Profitability of Agricultural Enterprises - Other Possible Causes of Profitability and Innovation</i> |
| 14.20– 14.40 | Dr. MOHÁCSI Márta PhD <i>Assistant Professor (DE BTK)</i> Dr. habil. FÉNYES Hajnalka PhD <i>Associate Professor (DE BTK)</i> | Karriertudatosság a felsőoktatásba való belépéskor és az egyetemi évek alatt <i>Career Consciousness at Higher Education Entry and During University Years</i> |
| 14.40– 15.00 | MUNKÁCSI Adrienn <i>Assistant Lecturer, PhD Student (BCE)</i> | A hatékony ellátási lánc megvalósulásához szükséges kompetenciák hallgatói és munkaerőpiaci szemszögből <i>Competencies Required for the Implementation of an Efficient Supply Chain from the Perspectives of Students and the Labour Market</i> |
| 15.00– 15.20 | NÉMETH Eszter <i>PhD Student (PE GTK)</i> NÉMETH Kornél <i>PhD Student (PE NK)</i> | Az Ipar 4.0 koncepció kihívása a kis és középvállalkozásokra. Oktatás innováció, termelés digitalizáció szolgálatában az ipari munkaerő- hatékonyság támogatására. Milyen digitális kompetencia szükséges a teljeskörű munkaerő hatékonyság fejlesztéséhez? <i>The Challenge of Industry 4.0 to the Small and Midsize Companies. Education System Innovation, Production Digitalization to Support Overall Labour Effectiveness. What Digital Competencies are Needed to Develop Overall Labour Effectiveness?</i> |
| 15.20– 15.40 | Dr. SZEMLÉR Tamás PhD <i>Associate Professor, Head of Department (NKE ÁNTK)</i> | Versenyképesség madártávlatból: globális kihívások és EU-válaszok a XXI. században <i>Competitiveness from a Bird's Eye View: Global Challenges and EU Responses in the 21st Century</i> |
| 15.40– 16.00 | VÁRZA Ferenc <i>PhD Student (SOE FMK)</i> Dr. habil. HORVÁTH Csaba <i>Honorary University Professor (OE)</i> JOÓBNÉ Dr. PREKLET Edina PhD <i>Associate Professor, Director of Institute (SOE FMK)</i> | Hajlékonyfalú csomagolóanyagok struktúrájának elemzése flexográfiai matt lakkozási technológia esetén <i>Analysis of the Matt Lacquering Structure of Flexible- walled Packaging Materials in the Case of Flexographic Printing Technology</i> |

POSZTER-ELŐADÁSOK

POSTER PRESENTATIONS

9. SZEKCIÓ / SESSION 9

| | |
|--|---|
| <p>VITÉZ-DURGULA Judit <i>PhD Student (SOE LKK)</i></p> | <p>Egészségügyi innovációk Magyarországon – startup aspektus <i>Healthcare Innovations in Hungary – from the Point of View of Startups</i></p> |
| <p>Nicole WASSENBERG <i>PhD Candidate (SOE LKK)</i></p> | <p>Suchmaschinenoptimierung für Organisationen und Unternehmen: Erste Schritte <i>Search Engine Optimization for Organizations and Businesses: Getting Started</i></p> |
| <p>Katharina RÖHRIG <i>PhD Candidate (UCAM)</i></p> <p>Prof. Dr. Dr. habil. Clemens JÄGER <i>Full Professor (FOM)</i></p> <p>Prof. Dr. Gonzalo WANDOSELL PhD <i>Full Professor (UCAM)</i></p> | <p>Success Factors of Organization Design in the IT and High-tech Sector – A systematic Literature Review</p> |
| <p>Dominik RODE <i>PhD Student (UCAM)</i></p> <p>Prof. Dr. Cathrin STAMMEN-HEGENER <i>Full Professor (FOM)</i></p> <p>Prof. Dr. Nicolás GONZÁLVEZ-GALLEGO <i>Full Professor (UCAM)</i></p> | <p>The Use of Digital Technologies within a Sales Pitch in Brick-and-mortar Retail – An Investigation into the Extent to which Success Factors in B2C and B2B Differ</p> |
| <p>Marcel MOCK <i>PhD Candidate (UCAM)</i></p> <p>Prof. Dr. Nicolás GONZÁLVEZ-GALLEGO <i>Full Professor (UCAM)</i></p> | <p>Integrated Reporting: Current Developments and Implications for Future Research – A Structured Literature Review</p> |
| <p>Prof. Dr. Roman FEDORENKO <i>Associate Professor</i> <i>(Samara State Technical University, Heat and Power Department, Russia)</i></p> | <p>Modeling the Customs and Logistics Framework of International Integration Processes</p> |

ELŐADÁSKIVONATOK

ABSTRACTS

PLENÁRIS ELŐADÁSOK ÖSSZEFOGLALÓI

ABSTRACTS OF PLENARY LECTURES

FENNTARTHATÓSÁG ÉS FELSŐOKTATÁS HÁROMDIMENZIÓS NÉZŐPONTBÓL

Sustainability and Higher Education from a Three-dimensional Perspective

Dr. LUKÁCS Rita PhD

főiskolai docens (*College Associate Professor*)

Budapesti Metropolitan Egyetem, Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar

(Budapest Metropolitan University, Faculty of Business, Communication and Tourism)

Abstrakt: A fenntarthatóság és a felsőoktatás kapcsolata igazán különleges, hiszen a felsőoktatási intézmények három különböző szerepben is részt vesznek a fenntarthatóság előmozdításában: fő tevékenységükön, az oktatáson keresztül formálhatják a jövő generációk szemléletmódját, emellett tudományos műhelyként hozzájárulhatnak környezeti, társadalmi és gazdasági problémák megoldásához, ráadásul működésük során jelentős kedvező és kedvezőtlen hatást gyakorolnak közvetlen környezetükre, amelyeket menedzselniük kell.

Az előadás során hazai és nemzetközi példák segítségével fogom bemutatni az egyetemek jelentőségét a fenntarthatóság terén, illetve elemezni fogom a koronavírus felsőoktatásra gyakorolt hatásait is a fenntartható fejlődés szempontjából.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, felsőoktatás, koronavírus

Abstract: The relationship between sustainability and higher education is a unique one, as higher education institutes play three different roles in striving for a higher level of sustainability: through their core activity of education, they can shape future generations' attitudes, as scientific workshops they can contribute to solving environmental, social, and economic problems, while through their operations they have a significant positive and negative impact on their immediate environment to be managed.

In this presentation, the importance of universities for sustainability will be illustrated with help of several national and international examples, and the impact of the coronavirus on higher education will also be analysed from a sustainable development perspective.

Keywords: sustainability, higher education, coronavirus

A JÖVŐ VEZETŐINEK TÁRSADALMI FELELŐSÉGVÁLLALÁSI ATTITÚD VIZSGÁLATA

Examination of Future Leaders' Social Responsibility Attitude

Dr. NÉMETH Patrícia PhD

főiskolai docens (Associate Professor)

Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar
(Budapest Business School, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism)

KASZA Lajos

mesteroktató (Teaching Professor)

Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar
(Budapest Business School, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism)

Absztrakt: Napjainkban a Fenntartható Fejlődés (FF) egyre gyakrabban kerül előtérbe mind társadalmi-, mind gazdasági-, mind pedig vállalati szinten. A FF egyik területe, a társadalmi felelősségvállalás a cégek számára versenyelőnyt jelenthet a termékek és szolgáltatások piacán, s hamarosan alapkövetelmény lesz. A fejlődés szempontjából fontos, hogy a környezetileg is elkötelezett vezetők „valóban zöld” utat mutassanak a cégük és az alkalmazottak számára környezetvédelmi és társadalmi szempontból egyaránt. Tanulmányunk kulcskérdése, hogyan gondolkodnak egyetemünk hallgatói – a jövő vezetői a társadalmi felelősségvállalásról, véleményük szerint mennyire fontos a CSR a vállalatok számára a gazdasági területen. Köteles-e a vállalat felelősséget vállalni a természeti környezetért és a társadalom tagjaiért? Milyen tevékenységek tartoznak a CSR-ernyő alá? Tanulmányunkban összevetjük a nappali képzésben résztvevő hallgatók társadalmi attitűdjét a levelező oktatásban tanuló, már cégeknél dolgozó hallgatók hozzáállásával.

Kulcsszavak: társadalmi felelősségvállalás, attitűd, jövő vezetői, szemléletformálás

Abstract: Nowadays, Sustainable Development (SD) is becoming more and more important at the social, economic and corporate level. One area of SD, social responsibility can be a competitive advantage for companies in the market for products and services, and will be soon a basic requirement. In the field of development, it is important that environmentally committed leaders guide a “truly green” way both environmentally and socially for their company and employees. The key question of our study is how our university students – “the future leaders” think about social responsibility and in their opinion how important CSR is for companies in the economic field. Is the company obliged to take responsibility for the natural environment and the members of society? What activities CSR includes? In our study, we compare the social attitudes of full-time students with the attitudes of students in correspondence education who already work for companies.

Keywords: social responsibility, attitude, future leaders, creating a new approach

**1. SEKCIÓ (SZEMÉLYES JELENLÉTTTEL): VERSENYKÉPESSÉG ÉS
FENNTARTHATÓ GAZDÁLKODÁS (ANGOL NYELVŰ SEKCIÓ)**

SESSION 1 (WITH PERSONAL ATTENDANCE): COMPETITIVENESS AND
SUSTAINABLE MANAGEMENT (SESSION IN ENGLISH)

CHALLENGES AND CHANCES FOR THE SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF A RUSSIAN BORDER REGION (THE CASE OF THE SAMARA REGION)

Prof. Dr. Galina KHMELEVA DSc

Full Professor, Head of Department

Samara State University of Economics, Chair for World Economy, Russian Federation

Prof. Dr. Marina KURNIKOVA PhD

Associate Professor

Samara State University of Economics, Chair for Regional Economy and Management, Russian Federation

Abstract: The paper is aimed to verify the significance of the border situation as an impetus for as a factor of social and economic development capable of creating new opportunities for the region in the context of global challenges on the example of the Samara Region as one of the Russian border subject. The authors use the case analysis to conclude that the competitive advantages of the Samara region created by its border position have the potential to be convert into specific development opportunities for municipalities, located along the border with the Republic of Kazakhstan. A separate section of the paper analyses the obstacles to the development of cross-border cooperation in the region.

Keywords: border region, cross-border cooperation, socio-economic development

SOY SUPPLY AND ORGANIC REQUIREMENTS FOR MORE AUTHENTICITY

Dr. Caspar VON DER CRONE PhD

CEO (CD Consulting gUG), Managing Director (IG Bio-Initiative)
Bad Honnef, Germany

Prof. Dr. Nicole MAU PhD

Professor
University of Sopron, Faculty of Economics, Hungary

Abstract: The share of organic production is continuously increasing in Germany and other EU countries. The EU Commission expects a quota of 25 percent by 2030. This has positive effects on the environment, climate, biodiversity, animal welfare. An increase in organic farming also has a direct impact on reducing or eliminating fertilisers, pesticides and antibiotics.

There are significant growth rates especially in egg production, while other finishing sectors have so far only come up with small shares. In the case of fattening poultry and pigs, the share is still significantly less than 2 %, while eggs already account for 15 % with an upward trend. The demand for protein is mainly covered by soya, but other protein sources, such as legumes and especially sunflowers and rapeseed, have also become very important.

Sustainability and CO₂ reduction are the focus of public attention. Origin from European cultivation is therefore gaining in importance. This significantly reduces the impact on the climate. The previous main suppliers in South America are waiting with smaller market shares. This applies above all to the organic sector, while conventional processing continues to rely on non-European origins for cost reasons.

Keywords: CO₂ reduction, sustainability, organic farming, climate protection

DESTINATION RESILIENCE: BRIDGING THEORY AND PRACTICE FOR DESTINATION MANAGEMENT STRATEGIES

Lisa ANDERLE, BA, MA

Researcher

University of Applied Sciences FH JOANNEUM, Austria

Mag. (FH) Daniel BINDER

Senior Lecturer

University of Applied Sciences FH JOANNEUM, Austria

Abstract: Due to the long-term growth prevalent in tourism over previous decades, one could conclude that the global tourism system would have become resilient to external shocks and triggering events. The Covid-19 pandemic has contradicted this assumption. When it comes to dealing with difficult circumstances, resilience has become the buzzword of our time. Therefore, the resilience approach has also recently found its way into tourism research, but a clear definition for tourism or destination resilience has, so far, been absent. The focus of this publication is to come up with a literature-based conceptualization of destination resilience that enables tourism managers to promote resilience within their area of responsibility. In order to reach this aim, different resilience concepts and theoretical approaches were examined. The results are merged into a model of destination resilience which identifies resilience-promoting activities for destinations within resilient tourism regions. These results will help enable organizations to prepare for future disruption and to deal with the challenges of our time. Learning, being flexible and adaptive are some main features of resilient destinations. Risk management, sustainability issues and fostering stakeholder participation within a destination are some of the most important points.

Keywords: destination, resilience, sustainability

THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON LEADERSHIP IN THE CORONA CRISIS

Author: Dipl.-Ing (FH), Thomas SOLDERITS, MBA

PhD Student

University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, Hungary

Supervisor: Dr. István BARTÓK PhD

Associate Professor

University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, Hungary

Abstract: This publication is a research with the hypothesis: Artificial intelligence can support leadership in the Corona crisis. The purpose of the article is a literature review about the state of the art of artificial intelligence and a research about the impact of artificial intelligence on leadership, based on human behaviour in the Corona crisis.

The result shows that artificial intelligence can have a significant impact on leadership in the Corona crisis. An application of the results of this study could be an early warning system which, with the help of artificial intelligence, recognizes catastrophes and possible resulting crises in the early stages and shows ways of counteracting them.

Keywords: leadership, artificial intelligence, Corona crisis, Automotive Industry

ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY AS A STRATEGIC REASON FOR THE INVESTMENT IN INDUSTRY 4.0: THE DIFFERENCE BETWEEN SMES AND LARGE COMPANIES

Mohamed EL MERROUN

PhD Student

University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, Hungary

Abstract: The decline of environmental sustainability is undoubtedly one of the biggest problems, if not the most severe one that threatens our planet. In the past decade, to overcome this global issue, industries were regulated, events and conferences were organized, objectives have been made, but the high cost of green practices and the massive increase rate of production made all these efforts insufficient, in the other hand, the fourth industrial revolution could potentially provide suitable solutions to achieve high environmental sustainability. The question that could be raised herein is; are the firms planning to align Industry 4.0 with environmental sustainability? The present research contributes to the environmental sustainability literature by studying the vision that companies in Europe have on Industry 4.0 and the main objectives that they want to achieve from this transformation. Furthermore, relying on a statistical study, the research identifies the differences between large companies and SMEs in Europe, when it comes to the incorporation of environmental sustainability objectives within their Industry 4.0 strategy.

Keywords: Environmental sustainability – Industry 4.0 – Large companies – SMEs

SUPPLY CHAIN RESILIENCE: LESSONS LEARNED DURING THE COVID-19 OUTBREAK AND ITS IMPLICATIONS FOR THE FUTURE

Johannes LITZENBURGER

PhD Student

University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, Hungary

Prof. Dr. Nicole MAU PhD

Full Professor

University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, Hungary

Prof. Dr. Markus MAU PhD

Full Professor

University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, Hungary

Abstract: The COVID-19 pandemics show cases across all industries how vulnerable supply chains can be. In many companies this is leading to a shift of paradigms away from low-cost to a more reliable and robust supply chain which comprises higher inventories and logistics cost. This underlines the necessity of supply chain resilience which already became more and more important over the last years. This paper shall investigate different forms of disruption during the pandemics and strategies how to manage them in terms of supply chain resilience. Especially strategies which led to a competitive advantage over a company's competition are of interest. Finally, it will be discussed what implications for the future arise out of the discussed cases.

Keywords: Supply Chain Resilience, COVID, Supply Chain Management, SCM

2. SEKCIÓ (SZEMÉLYES JELENLÉTTTEL): TURIZMUS, MARKETING

SESSION 2 (WITH PERSONAL ATTENDANCE): TOURISM, MARKETING

FELELŐS MÁRKAKOMMUNIKÁCIÓ A KORONAVÍRUS IDEJÉN

Responsible Brand Communication during the Coronavirus Pandemic Situation

Dr. habil. PAPP-VÁRY Árpád PhD

főiskolai tanár (College Professor)

Budapesti Metropolitan Egyetem, Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar (Budapest Metropolitan University, Faculty of Business, Communication and Tourism)

Dr. LUKÁCS Rita PhD

főiskolai docens (College Associate Professor)

Budapesti Metropolitan Egyetem, Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Kar (Budapest Metropolitan University, Faculty of Business, Communication and Tourism)

Absztrakt: A pandémia idején nehéz helyzetbe kerültek a márkák, hiszen a lezárások kezdetekor nem tudták biztosan, hogy fogyasztóik elégedettsége szempontjából a marketingkampányok leállítása, változtatás nélküli folytatása vagy az adott helyzethez való igazítása jelenti-e a legoptimálisabb megoldást. A fogyasztói kutatásokból azóta már jól látszik, hogy leginkább arra volt szükségük az embereknek, hogy a mindennapi életüket körülvevő márkák továbbra is kiszámíthatóságot, biztonságot sugározzanak – sokszor akár a lassan reagáló kormányzatok helyét is átvéve a tájékoztatásban.

Előadásunkban a témával kapcsolatos fogyasztói kutatások főbb megállapításait foglaljuk össze, illetve bemutatjuk azokat a jó gyakorlatokat, amelyek esetében a márkák bizonyították hitelességüket, válság-állóságukat és társadalmi felelősségüket fogyasztóik szemében.

Kulcsszavak: fogyasztói bizalom, koronavírus márkakommunikáció, társadalmi felelősségvállalás

Abstract: During the pandemic, brands found themselves in a difficult situation, as when the first lockdown came, they could not be sure what would be the best solution in terms of customer satisfaction: to stop marketing campaigns, continue them without any changes or adapt to the situation. Since then, consumer research has shown that what people needed the most was being surrounded by brands being part of their daily lives to provide predictability and certainty – often even replacing slow-responding governments in the delivery of information.

In our presentation, we will summarize the main findings of consumer research on this topic and highlight best practices of brands that demonstrated their credibility, crisis resilience and social responsibility in the eyes of their customers with success.

Keywords: consumer trust, coronavirus, brand communication, Corporate Social Responsibility

A DIGITÁLIS TRANSZFORMÁCIÓ MEGJELENÉSE A DIVATIPARI ÉRTÉKESÍTÉSI GYAKORLATOKBAN

The Appearance of the Digital Transformation in Sales Practices of the Fashion Industry

VIZI Noémi

PhD-hallgató (*PhD Student*)

Szegedi Tudományegyetem, Közgazdaságtani Doktori Iskola (*University of Szeged, Doctoral School of Economics*)

Absztrakt: A digitalizáció, mint a mai világban zajló trend és gazdasági transzformációs erő, az élet szinte minden területét gyökeresen átalakította, és lehetővé tette az új, digitális-, vagy információs társadalomra való áttérést (Fernández-Rovira et al., 2021). A digitális transzformáció a Covid-19 pandémia és a vele járó lezárások következtében olyan iparágakat is elért, amelyek korábban „személyes kapcsolatokon” alapultak. A ruházati iparnak (divatipar) is olyan új megoldásokat kellett találnia és alkalmaznia, amelyekkel fogyasztóikat a lezárások ideje alatt is elérik és megtartják. A ruházati ipar a globális gazdaságban betöltött szerepét az is mutatja, hogy a globális GDP-ből 2,3% a részesedése, 3-400 millió főt foglalkoztat, és a világ népességét ellátja ruházati termékekkel. Kutatásomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy a divatipari cégekre, márkákra hogyan hatott a pandémia, azon belül is azt vizsgálom, hogy az elosztás, értékesítés fázisában milyen digitális megoldásokkal érik el fogyasztóikat. Továbbá kitérek az említett szakaszban megvalósuló digitális transzformáció előnyeire illetve hátrányaira.

Kulcsszavak: digitális transzformáció, divatipar, marketing

„AZ INNOVÁCIÓS ÉS TECHNOLOGIAI MINISZTERIUM ÚNKP-21-3-SZTE-235 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK A NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS ALAPBÓL FINANSZÍROZOTT SZAKMAI TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.”



Abstract: Digitization, as a trend and force of economic transformation in today's world, has radically transformed almost every area of life and enabled the transition to a new, digital or information society (Fernández-Rovira et al., 2021). The digital transformation and as a result of the Covid-19 pandemic and the associated closures has also hit industries that were previously based on “personal connections”. The fashion industry has also had to find and apply new solutions to reach and retain their consumers even during closures. The role of the clothing industry in the global economy is also shown by the fact that it accounts for 2.3% of global GDP, employs 3-400 million people and supplies the world's population with clothes. In my research, I am looking for the answer to the question of how fashion companies and brands were affected by the pandemic, and within that I examine the digital solutions used to reach their consumers in the distribution and sales phase. I also discuss the advantages and disadvantages of the digital transformation that has realised at this stage.

Keywords: digital transformation, fashion industry, marketing

„SUPPORTED BY THE ÚNKP-21-3-SZTE-235 NEW NATIONAL EXCELLENCE PROGRAM OF THE MINISTRY FOR INNOVATION AND TECHNOLOGY FROM THE SOURCE OF THE NATIONAL RESEARCH, DEVELOPMENT AND INNOVATION FUND.”



A TURIZMUS FENNTARTHATÓSÁGA A PANDÉMIA UTÁN

Sustainability of Tourism after the Pandemic

Dr. JANDALA Csilla PhD

egyetemi docens (*Associate Professor*)

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

Absztrakt: A világ turizmusa óriási veszteséget szenvedett el a Covid-19 hatására. A szerteágazó kapcsolatrendszer révén ez a gazdaság egyéb szektoraira is hatással volt, nem beszélve a társadalmi következményekről. Hogyan lehet kilábalni ebből a helyzetből? Fenntartható-e a turizmus korábbi formájában?

A válasz Magyarország számára is számos kihívást jelent. A turizmus-vendéglátás ágazat munkaerő-helyzete továbbra is kulcskérdés. Az EU részbeni finanszírozásában megvalósuló Next Tourism Generation projekt esélyt jelenthet a probléma megoldására.

Kulcsszavak: turizmus, fenntarthatóság, munkaerő, készségek és képzés

Abstract: The world's tourism has suffered a huge loss as a result of Covid-19. Through a diversified network of relationships, this has also affected other sectors of the economy, not to mention the social consequences. How can we recover from this situation? Can tourism be maintained in its former form?

The answer also poses a number of challenges for Hungary. The labor situation in the tourism and hospitality sector remains a key issue. The Next Tourism Generation project, co-funded by the EU, could be a chance to solve the problem.

Keywords: tourism, sustainability, labor force, skills and training

A MAGYAR TURISTÁK UTAZÁSI SZOKÁSAI A COVID-19 ELSŐ HULLÁMA ELŐTT ÉS UTÁN

Travel Preferences of Hungarian Tourists before and after the First Wave of 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. NÉMETH Nikoletta PhD

adjunktus (*Assistant 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*)

Absztrakt: A turizmus Magyarországon 2019-ben csúcseredményeket ért el. A KSH adatbázisa alapján a kereskedelmi szálláshelyeken a vendégek száma 12,8 millió, a vendégéjszakák száma 31,3 millió volt. A belföldi turisták 15,6 millió, a külföldi turisták 15,7 millió vendégéjszakát töltöttek el Magyarországon. A COVID-19 világjárvány gyors terjedésének következtében 2020 márciusában Magyarország lezárta a határait, mely a külföldi és belföldi turizmust egyaránt jelentősen érintette. Az utazási korlátozások feloldásával 2020 nyarán robbanásszerűen megnövekedett elsősorban a belföldi utazások száma.

Kutatásunkban a magyar fogyasztók üdülési, nyaralási preferenciáit hasonlítjuk össze 2019-ben és 2020-ban, mely lehetőséget nyújt arra, hogy összevegyük a COVID-19 előtti és az első hullám utáni utazási szokásokat.

Kulcsszavak: aktív turizmus, utazási szokások, COVID-19 első hullám

Abstract: Tourism in Hungary achieved peak results in 2019. According to the CSO database, the number of guests in commercial accommodation establishments was 12.8 million and the number of guest stays 31.3 million. Domestic tourists spent 15.6 million guest nights, while foreign tourists 15.7 million guest nights in Hungary. As a result of the rapid spread of the COVID19 pandemic, Hungary closed its borders in March 2020, which highly affected both foreign and domestic tourism. However, with the lifting of travel restrictions in the summer of 2020, the number of domestic trips increased explosively.

Our research compares the holiday preferences of Hungarian tourists in 2019 and 2020, which provides the opportunity to compare travel habits before COVID-19 and after the first wave.

Keywords: active tourism, travel habits, first wave of COVID-19

AZ „ALFÖLD SLOW TÉRSÉG” VERSENYKÉPESSÉGÉNEK VIZSGÁLATA

Analysis of the Competitiveness of the „Alföld Slow Region”

SZÓKE Tünde Mónika

doktorandusz (*PhD Student*)

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

Absztrakt: A tanulmány rövid bemutatást ad a turisztikai versenyképesség vizsgálatának módszereiről. A tanulmány célja Békés megye nagyobb turisztikai fejlesztéseinek rövid bemutatása, értékelése, és azok társadalmi, gazdasági hatásainak vizsgálata statisztikai adatok alapján. A megye statisztikai adatainak elemzése 2000-től a Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján történik, figyelembe véve a különböző desztináció versenyképességi modelleket, és az azokban elvárt adatokat és mutatókat. Következésképp beazonosításra kerülnek a megye komparatív és kompetitív turisztikai versenyképességi előnyei is. Mindez alapul szolgál az Alföld Slow Egyesület működési területének (Alföld Slow térség) turisztikai versenyképességi vizsgálatához, a sikertényezők beazonosításához.

Kulcsszavak: Alföld Slow, lassú turizmus, Békés megye, versenyképesség

Jelen publikáció az „EFOP-3.6.1-16-2016-00018 – A felsőoktatási rendszer K+F+I szerepvállalásának növelése intelligens szakosodás által Sopronban és Szombathelyen” című projekt támogatásával valósult meg.

Abstract: The paper gives a brief introduction to the methods used to assess tourism competitiveness. The aim of the study is to briefly present and evaluate the major tourism developments in Békés County and to examine their social and economic impact on the basis of statistical data. The analysis of the statistical data of the county is based on the data of the Central Statistical Office since 2000, taking into account the different destination competitiveness models and the data and indicators expected in them. Consequently, the comparative and competitive advantages of the county in terms of tourism competitiveness are also identified. This will serve as a basis for the tourism competitiveness analysis of the Alföld Slow Association's operational area (Alföld slow region) and for the identification of success factors.

Keywords: Great Plain (Alföld) Slow, slow tourism, Békés county, competitiveness

This article was made in frame of the „EFOP-3.6.1-16-2016-00018 – Improving the role of research+development+innovation in the higher education through institutional developments assisting intelligent specialization in Sopron and Szombathely”.

LOVASTURIZMUS A FERTŐ-TÁJON

Equestrian Tourism at Fertő Landscape

Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla PhD

egyetemi tanár (*Professor*)

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

Absztrakt: Hazánkban fontos szerepe van a lovasturizmusnak, mely a magyar idegenforgalom egyik vonzereje, növekedési lehetőségének fontos tartaléka. Európa legtöbb országában a természetes környezetben való lovaglás a zárt magánterületek és magán utak miatt szinte már lehetetlen. Óriási előnyünk, hogy hazánk legszebb tájain, rétjein, erdeiben még szabadon lehet lovagolni. Folyamatban van az egész országot átívelő lovastúra útvonal kialakítása, a megfelelő szálláshelyek feltérképezése, lovas pihenőhelyek létrehozása.

A lovastúrák szereplői a lovasok, a lovak, a lovardák, a szállásadók, vendéglátóhelyek, és a túraútvonal. 587 regisztrált lovarda szerepel a nyilvántartásban, 418 lovarda tevékenységei között szerepel a Tereplovaglás, túrázás. Több, mint 3500 vizsgáztatott ló van. A lovardák patkós minősítése jelzi a színvonalat és a tevékenységek sokszínűségét.

A Fertő-tó környékén lévő településeken több lovarda található. Ezek egy része versenysport istálló, vagy bértartó hely, van lovasiskola, de túrázással, túraszervezéssel és turizmust kiszolgáló lovagoltatással csak a Fertő-parti Lovasklub foglalkozik. Évente megrendezésre kerülő lovastúra a Széchenyiek nyomában c. túra, ahol a lovaglás, lovaskocsis kirándulás mellett a kultúrkörnyezet megismerése is cél.

Kulcsszavak: lovasturizmus, lovastúra útvonal, Patkós minősítés, aktív turizmus, passzív turizmus

Abstract: Equestrian tourism plays an important role in Hungary, which is one of the attractions of Hungarian tourism and an important reserve of its growth potential. In most European countries, riding in the natural environment is almost impossible due to closed private areas and private roads. Our huge advantage is that you can still ride freely in the most beautiful landscapes, meadows and forests of our country. The development of a horseback riding route across the country, the mapping of suitable accommodation and the creation of horse resting places are in progress. Equestrian tours include riders, horses, riding stables, hosts, restaurants, and hiking trails. There are 587 registered riding stables in the register, 418 riding stables include cross-country riding and hiking. There are more than 3,500 qualified horses. The horseshoe rating of riding stables indicates the standard and diversity of activities. There are several riding stables in the settlements around Lake Neusiedl. Some of them are racing sports stables or horse-keeping places for fee, there are a few riding schools, but hiking, tour organization and horseback riding serving tourism are dealt with only by the Equestrian Club on the Fertő Landscape. An annual equestrian tour named the Footsteps of the Széchenyi, where in addition to horseback riding, horse-drawn carriage rides, the goal is to get to know the cultural environment.

Keywords: equestrian tourism, equestrian tour route, Horseshoe qualification, active tourism, passive tourism

**3. SZEKCIÓ (SZEMÉLYES JELENLÉTTTEL): FENNTARTHATÓSÁG,
KÖRNYEZETTUDATOSSÁG**

SESSION 3 (WITH PERSONAL ATTENDANCE): SUSTAINABILITY,
ENVIRONMENTAL AWARENESS

HOGYAN KÉSZÍTSÜK FEL A SZERVEZETET A JÖVŐRE? A HULLADÉKGAZDÁLKODÁS KIHÍVÁSAI AZ STKH (SOPRON ÉS TÉRSÉGE KÖRNYEZETVÉDELMI ÉS HULLADÉKGAZDÁLKODÁSI NONPROFIT KFT.) TÜKRÉBEN

How to Prepare the Organization for the Future? The Challenges of Waste Management through the Example of STKH (Sopron and Region Environmental and Waste Management Nonprofit Ltd.)

ÉDER Andrea

stratégiai igazgatóhelyettes (*Strategic Deputy Director*)

Sopron és Térsége Környezetvédelmi és Hulladékgazdálkodási Nonprofit Kft. (*Sopron and Region Environmental and Waste Management Nonprofit Ltd.*)

KASZA Lajos

mesteroktató (*Teaching Professor*)

Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar (*Budapest Business School, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism*)

Absztrakt: Előadásunkban bemutatjuk a hazai hulladékgazdálkodás előtt álló kihívásokat, a hulladékgazdálkodással foglalkozó vállalat jelenlegi működését. Stratégiai szinten vizsgáljuk a szervezeti célokat, elemezzük a megvalósítás lehetséges alternatíváit. Levezetjük a működés főbb folyamatait és feltárjuk a kritikus sikertényezőket. Szervezetfejlesztési diagnózis felállítása után meghatározzuk az irányokat a vállalati stratégia megvalósítása érdekében. Kísérletet teszünk arra, hogy a következő 2 évre irányt szabjunk a szervezet számára, bemutatjuk azokat a módszereket és elemzéseket, amelyek alkalmazása elengedhetetlen a sikerhez. Összefüggést keresünk a kihívások, a szervezet működése és a szervezeti kultúraváltás között.

Kulcsszavak: stratégia, cél, szervezetfejlesztés, folyamat, Sopron

Abstract: We present the challenges that the Hungarian waste management has to deal with and the current operation of a waste management company. We examine the organizational goals at the strategic level and analyze the possible alternatives for implementation. We conduct the main processes of operation and explore the critical success factors. After setting up an organizational development diagnosis, we determine the directions for the implementation of the corporate strategy. We make an attempt to set the direction for the next 2 years for the organization, we present the methods and analyzes which are essential for success. We search for a connection among the challenges, the operation of the organization and the change in organizational culture.

Keywords: strategy, goal, organizational development, progress, Sopron

A VÁLLALKOZÓI ATTITÚD VIZSGÁLATA BIBLIOMETRIAI MÓDSZER SEGÍTSÉGÉVEL

Examining the Entrepreneurial Attitude Composite Word using Bibliometrics

Dr. FEHÉR Helga PhD

egyetemi docens (*Associate Professor*)

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

Dr. KOZMA Dorottya Edina PhD

adjunktus (*Assistant Professor*)

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

Absztrakt: Minden embert más-más tényező motiválhat vállalkozói tevékenység indítására és folytatására. A vállalkozók egyéni személyiségjegyeinek azonosítására számos hazai és nemzetközi kutatás irányult, azonban ezek nem vezettek minden esetben tudományos konszenzusra. Mindazonáltal ezeknek a tanulmányoknak közös jellemvonása, hogy túlságosan sok, olykor kezelhetetlen számú vállalkozói tulajdonságot azonosítottak pszichológiai, szociológiai és gazdaságvetületek mentén, ahol további nehezítő körülmény a rendszerbe foglalás és az értelmezés a tudományterületek eltérő hangsúlyai miatt. Önmagában a vállalkozói attitűdöt egzakt módon mérni módszertanilag nehézkes és különösen regionális szinten nehéz adatokat gyűjteni a vizsgálatokhoz. Tanulmányunkban a vállalkozói attitűdre, mint összetett kifejezésre végeztünk vizsgálatokat bibliometriai szoftver segítségével arra vonatkozóan, hogy milyen általános és specifikus ismérvek azonosíthatók a nemzetközi felsőoktatási intézmények közötti hivatkozások tekintetében és hogyan alakulnak az országcsoportok közötti kapcsolatok. Számos, témával foglalkozó szakirodalmi tanulmány vizsgálata alapján megállapítható, hogy a vállalkozói attitűd elemzésének gyakorlata a bibliometriai vetületet eddig nem véleményezte, figyelmen kívül hagyta. Tanulmányunkban kísérletet teszünk ennek összetett elemzésére.

Kulcsszavak: vállalkozói attitűd, bibliometria, citáció, hivatkozás

Jelen publikáció/kutatás az Innovációs Technológiai Minisztérium, és a Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Hivatal által támogatott NLP-08 azonosító számú "Társadalmi Innovációs Nemzeti Laboratórium" című projekt keretében jött létre.

Abstract: Each person may be motivated by different factors to start and continue an entrepreneurial activity. Numerous national and international studies have been conducted to identify the individual personality traits of entrepreneurs but these have not always led to a scientific consensus. Nevertheless, a common feature of these studies is that they have identified too many, sometimes unmanageable entrepreneurial traits along psychological, sociological and economic dimensions with the further complication of systematisation and interpretation due to the different emphases of the disciplines. Measuring entrepreneurial attitudes exact in a precise way is methodologically difficult and it is particularly difficult to collect data for studies at regional level. In our study, we investigated entrepreneurial attitudes as a composite term using bibliometric software to identify general and specific criteria for referrals between international higher education institutions and how the relationships between country groups evolve. Based on the examination of several literature studies dealing with the topic, it can be stated that the bibliometric dimension has been ignored in the practice of analysing entrepreneurial attitudes. In our study, we attempt a complex analysis of this.

Keywords: entrepreneurial attitude, bibliometrics, citation, reference

This publication/research has been supported by the Ministry of Innovation and Technology, and the National Research, Development and Innovation Office through the project NLP-08, titled "National Laboratory for Social Innovation".

FENNTARTHATÓK A VÁLLALATOK?

Are Companies Sustainable?

Dr. KOZMA Dorottya Edina PhD

adjunktus (*Assistant Professor*)

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

BOSNYÁK-SIMON Nikolett

doktorandusz hallgató (*PhD Student*)

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

Absztrakt: Számos vállalat vezetőjére egyre nagyobb nyomás nehezedik, amiatt, hogy vállalatukat fenntarthatóvá tegyék. A fenntartható fejlődés, fenntarthatóság iránti érdeklődés növekedésével párhuzamosan nőtt a figyelem a fenntartható vállalatok iránt is. A vállalati fenntarthatóság gyökerei az érdekelt felek elméletében gyökereznek, melyben elismerik, hogy a szervezeteknek nem csak a részvényesek, hanem más érdekelt felek felé is vannak kötelezettségeik. Számos tényező készteti arra a vállalatokat, hogy a fenntartható fejlődés elveit átültessék a vállalati gyakorlatba. De valóban képesek ezt a gyakorlatban is megtenni? Ha igen, akkor hogyan? Milyen eszközök segítségével, milyen tevékenységek mentén teszik ezt? Kutatásunk során ezekre a kérdésekre kerestük a választ. Alapvető célunk annak vizsgálata és feltárása, hogy a hazai szintéren működő nagyvállalatok vállalati gyakorlatában a fenntartható fejlődés mely elemei, eszközei és milyen formában jelennek meg. A kutatási mintába a HVG által 2020-ban összeállított Top 500 listán szereplő nagyvállalatok kerültek be. Összesen 263 nagyvállalatot vettünk górcső alá, és vizsgáltuk meg, hogy készítene-e fenntarthatósági jelentést. Jelen kutatásunkba az élelmiszer- és dohányipar, mezőgazdaság szektor vállalatait vontuk be, s közülük 14 vállalat jelentését vizsgáltuk.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, fenntartható fejlődés, vállalatok, környezet

Abstract: Many business leaders are under increasing pressure to make their companies sustainable. As interest in sustainable development and sustainability has grown, so has the interest in sustainable companies. Corporate sustainability is rooted in stakeholder theory which recognises that organisations have obligations not only to shareholders but also to other stakeholders. There are many factors driving companies to put sustainable development principles into practice. But can they really do this in practice? If yes, how can they do it? What tools and activities have been used to do this? Our research sought to answer these questions. Our basic objective is to investigate and explore which elements and tools of sustainable development are present in the corporate practices of large companies operating in the domestic arena and in what form. The research sample included large companies from the Top 500 list compiled by HVG in 2020. We looked at 263 large companies and checked whether they produce sustainability reports. In the present study, we included companies in the food, tobacco and agriculture sectors and we examined 14 of them.

Keywords: sustainability, sustainable development, companies, environment

JÁRVÁNY, KÖRNYEZETTUDATOSSÁG, FENNTARTHATÓSÁG – MÉMELMÉLETI ÁTTEKINTÉSEL

Pandemic, Environmental Awareness, Sustainability – with a Meme Theory Overview

Dr. DÓRY István CSc

egyetemi docens (*Associate Professor*)

EDUTUS Egyetem, Műszaki Intézet Tatabánya (*EDUTUS University, Tatabánya Technical Institute*)

Absztrakt: Ez a munka feltárja, hogy a mémeknek (evolváló információ részecskének) járványkörnyezetben is meg kell maradniuk. E mémek közül a Fenntarthatóság mémjének előtérbe kell szelektálódnia és tovább kell léteznie, hatnia – rövid, közép és hosszú távon egyaránt. A vizsgálatban összehasonlítjuk a Fenntarthatóság mémjét a járvánnyal kapcsolatos mémekkel (pl. oltásellenesség, vírustagadás, maszk-mémek), amelyeknek rövid távú jellegzetességeik vannak. A Fenntarthatóság mém hosszútávú fennmaradási eszme, ezért közép és hosszú távon is túl kell élnie, hatnia kell. Itt a közép táv olyan súlyos körülményeket jelent, ahol a mémek száma hirtelen beszűkül (bottle neck), amin a Fenntarthatóság gondolatának túl kell jutnia. Ám ezek a körülmények súlyosabbak, mint a jelenlegi világjárvány.

Kulcsszavak: mémelmélet, világjárvány, fenntarthatóság

Abstract: This work reveals that memes (evolving information particles) must also survive in an epidemic environment. Out of these memes, the Sustainability Meme must be selected into the foreground and continue to exist and have an impact - in the short, medium and long term. The study compares the Sustainability meme with pandemic-related memes (e.g. vaccination resistance, virus denial, mask memes) that have short-term characteristics. The Sustainability Meme is an idea of long-term survival, so it must remain and make an impact in the medium and long term as well. In this scope the word „medium” means so severe circumstances where the number of memes suddenly narrows (bottle neck effect), beyond which the idea of Sustainability must pass. These conditions however are more extreme than the current pandemic.

Keywords: meme theory, pandemic, sustainability

A HOME OFFICE ÉS A SZERVEZETI KULTÚRA EGYMÁSRA GYAKOROLT HATÁSAI A MAGYARORSZÁGI MULTINACIONÁLIS VÁLLALATOKNÁL – KUTATÁSI TERVEZET

Interactions between Home Office and Organizational Culture at Hungarian Multinational Companies – Research Project

IONESCU Astrid

PhD-hallgató (*PhD Student*)

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

Absztrakt: A világjárvány hosszú távú otthoni munkavégzésre kényszerítette az irodai dolgozók közel egészét. Számos szervezetnek egyik pillanatról a másikra kellett kidolgozni az alkalmazandó stratégiát és kiépíteni, megteremteni az otthoni munkavégzéshez szükséges feltételeket. Alkalmazása és hatásai eltérő eredményeket és tapasztalatokat produkál annak függvényében, hogy milyen területen és milyen szemszögből vizsgáljuk. Várhatóan a multinacionális vállalatoknál a jövőben is megmarad a hibrid munkavégzés, a munkaélet részévé válik a home office lehetősége, vagy kényszere. Majdani kutatásom célja az otthonról történő munkavégzés előnyeinek és hátrányainak felkutatása – mind munkáltatói, mind munkavállalói szempontból –, a szervezeti kultúrára gyakorolt hatásainak vizsgálata, valamint a szervezeti kultúrában rejlő lehetőségek feltárása, amelyekkel integrálni tudja a hibrid munkavégzést a munkaéletbe. A kutatást magyarországi multinacionális szervezeteknél történő gyakorlatok és tapasztalatok vizsgálatával végzem mélyinterjúk és belső stratégiák feldolgozásával, valamint kérdőíves felméréssel.

Kulcsszavak: home office, szervezeti kultúra, krízismenedzsment

Jelen publikáció az „EFOP-3.6.1-16-2016-00018 – A felsőoktatási rendszer K+F+I szerepvállalásának növelése intelligens szakosodás által Sopronban és Szombathelyen” című projekt támogatásával valósult meg.

Abstract: The pandemic forced almost all office workers to work long-term at home. Many organizations had to develop the applicable strategy from one moment to the next and create the necessary conditions for working from home. Its application and effects produce different results and experiences depending on the sector and perspective from which it is examined. In the case of multinational companies, hybrid working will remain in the future, and the possibility or compulsion of the home office will become a part of working life. The aim of my research projekt is to explore the advantages and disadvantages of home office - from the perspective of employers and employees too -, to examine its effects on organizational culture, and to explore the possibilities of organizational culture to integrate hybrid working into working life. I carry out the research by examining the practices and experiences of Hungarian multinational organizations, by processing in-depth interviews and internal strategies, and by conducting a questionnaire survey.

Keywords: home office, organizational culture, crisis management

This article was made in frame of the „EFOP-3.6.1-16-2016-00018 – Improving the role of research+development+innovation in the higher education through institutional developments assisting intelligent specialization in Sopron and Szombathely”.

A KÖNYVVIZSGÁLÓK SZEMÉLYISÉGE

The Personality of a Good Auditor

Dr. NEDELKA Erzsébet PhD

egyetemi docens (*Associate Professor*)

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

Dr. HEGEDŰS Mihály PhD

főiskolai tanár (*College Professor*)

Tomori Pál Főiskola (*Tomori Pál College*)

Absztrakt: A sikeres könyvvizsgálónak nem csak szakmai kompetenciával kell rendelkeznie, hanem számos egyéb készség is befolyásolja munkája eredményességét. Ezen készségek felmérésére a multinacionális tanácsadó vállalatoknak kiforrott rendszerük van, azonban a magyarországi KKV szektor lehetőségei már lényegesen korlátozottabbak. Célunk egy olyan szempontrendszer kidolgozása, mellyel segíthetjük a mind a hazai könyvvizsgálói tevékenységgel foglalkozó vállalkozásokat, mind azokat, melyek könyvvizsgálót alkalmaznak vagy szeretnének alkalmazni. ezzel is hozzájárulva az eredményes kiválasztáshoz. A kutatásunk első fázisában a HEXACO személyiségteszt alapján megvizsgáltuk, hogy milyen személyiségjegyek jellemzik a könyvvizsgálókat, illetve megkértük a szektorban dolgozókat, hogy jelöljenek meg minimum 5 olyan tulajdonságot, ami nélkülözhetetlen egy jó könyvvizsgáló számára és a kapott válaszokat összehasonlítottuk a teszteredményekkel. Az eredményeink egyértelmű párhuzamot jeleznek a megbízhatóság és őszinteség faktorok esetében.

Kulcsszavak: könyvvizsgáló, kiválasztás, személyiség

Abstract: A successful auditor should have not only professional competence but also many other skills that affect his or her work effectiveness. Multinational consulting companies have their own well-developed systems for assessing these skills, but the opportunities of the Hungarian SME sector are significantly more limited. Our goal is to develop a system of criteria that can help both domestic companies engaged in auditing and those that employ or wish to employ and auditor, thus contributing to the successful selection. In the first phase of our research, we examined the personality traits of auditors based on the HEXACO personality test and asked those who work in the sector to mark at least five features that are essential to a good auditor. The responses obtained were compared with the test results and the outcomes indicate a clear comparison for the reliability and honesty factors.

Keywords: auditor, selection, personality

The research was conducted within the project RFBR and FRLC, number 21-510-23002 «The development of Russian and Hungarian border regions in the face of global challenges»

A RÖVID ELLÁTÁSI LÁNC HELYZETE VAS MEGYÉBEN TERMELŐI OLDALRÓL

The Situation of the Short Food Supply Chain in Vas County from Producers' Perspective

INZSÖL Renáta

PhD-hallgató (*PhD Student*)

Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar, Széchenyi István Doktori Iskola (*University of Sopron, Alexandre Lámfalussy Faculty of Economics, István Széchenyi Doctoral School*)

Absztrakt: A hagyományos élelmiszerrendszerben hatalmas változásokat figyelhettünk meg a 20. század második felétől, amely azóta is tart a globalizáció, az iparosodás és a mezőgazdaságot érintő változások miatt. A COVID-19 világjárvány hatására a helyi élelmiszerrendszer minden eddiginél nagyobb hangsúlyt kapott. A helyben előállított élelmiszerek még inkább előtérbe kerültek egyrészt a beszerzési források beszűkülése, másrészt a külföldi áruk iránt megrendült fogyasztói bizalom következtében. Célul tűztem ki egy szűkebb földrajzi terület, Vas megye rövid ellátási láncának vizsgálatát termelői oldalról megközelítve. A Vas megyei termelői piacokon értékesítő termelők körében 50 interjút folytattam le. A hatékonyan működő rövid ellátási lánc modellnek az interjúalanyok által említett legfontosabb nehézségekre kell megoldást kínálni, úgymint termelés, feldolgozás, értékesítés, logisztika, fejlesztési szükségletek és adminisztráció. A termelők sikeres piacrajutása érdekében szükség van térségi szintű együttműködésekre a rövid ellátási lánc szereplői között.

Kulcsszavak: helyi élelmiszerrendszer, helyi termék, rövid ellátási lánc, vidékfejlesztés

Abstract: Remarkable changes in the traditional food system could have been seen since the second half of the 20th century, which have continued since then due to globalisation, industrialisation and changes in agriculture. In the wake of pandemic COVID-19, the local food system has become more important than ever. Locally produced food has become even more prominent as a result of a shrinking supply and a shaken consumer confidence in foreign goods. The aim of the study is to examine the short food supply chain of a narrower geographical area, the county of Vas, from a producer's perspective. 50 interviews were carried out with producers selling at the Vas County farmers' markets. An efficient short food supply chain model should address the main difficulties mentioned by the interviewees, such as production, processing, marketing, logistics, development needs and administration. Microregional cooperation between the actors of the short food supply chain is necessary to ensure successful market access for producers.

Keywords: local food systems, local products, short food supply chains, rural development

A PANDÉMIA HATÁSAINAK KOMMUNIKÁCIÓJA A BUDAPESTI ÉRTÉKTŐZSDÉN JEGYZETT VÁLLALATOKNÁL

Communication of the Effects of the Pandemic by Companies Listed on the Budapest Stock Exchange

Dr. BARTÓK István János

egyetemi docens (*Associate Professor*)

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

Abstrakt: A jelenlegi COVID pandémia eltérő hatással bírhat a vállalatokra tevékenységük jellege és terjedelme szerint. Jelen kutatás célja annak felmérése, milyen hatással bír a pandémia a Budapesti Értéktőzsdén jegyzett vállalatokra és azok hogyan reagáltak erre. A kutatás középpontjában a jegyzett vállalatok befektetőknek szóló hivatalos kommunikációja áll. A befektetői kommunikáció tartalma elérhető a Budapesti Értéktőzsde weboldalán hozzáférhető vállalati weboldalakon. A kutatás az éves és negyedéves jelentések alapján vizsgálja a vállalatok kommunikációját.

Kulcsszavak: Menedzsment, Vállalatgazdaságtan, A vállalat üzleti céljai, Felelős vállalatirányítás

Abstract: The present COVID pandemic may or may not have an impact on companies depending on the nature and scope of their business. The aim of the research is to explore how companies listed on the Budapest Stock Exchange are effected by and reacted to the pandemic. The research concentrates on the messages listed corporation sent in their official communications to their investors. The content of the investor communication is available on the webpages of the companies on the Budapest Stock Exchange webpage. The research focuses on the annual and quarterly reports published by the companies involved.

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

**4. SZEKCIÓ (ONLINE): VÁLLALATI DÖNTÉSEK A KORONAVÍRUS-
JÁRVÁNY IDEJÉN (ANGOL NYELVŰ SZEKCIÓ)**

SESSION 4 (ONLINE): CORPORATE DECISIONS DURING THE
CORONAVIRUS PANDEMIC (SESSION IN ENGLISH)

CORPORATE STRATEGY IN A DISRUPTIVE ECONOMIC ENVIRONMENT

Thorsten SCHMUDE, MBA, LL.M.

PhD Student

Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM) - Catholic University San Antonio de Murcia, Spain

Abstract: Out of uncertainty, new opportunities can arise—opportunities which in ordinary, stable situations would be almost unthinkable. The pandemic caused by the new coronavirus has unleashed a crisis that will determine the future strategy of all businesses. However, the effects of this pandemic are set to be much more disruptive than the disruptive events that are usually considered in the academic literature. Of course, disruptions can lead to differences and this means risk as well as opportunities. Even though such a situation makes planning difficult, new demand and the opening up of new markets are visible for many companies. Those opportunities that can be developed and exploited over time most likely will turn out to be the most profitable ones. Strategically these opportunities are options, not financial options, but real options for strategic management.

In times of uncertainty, a fast and thorough implementation of strategic moves is becoming even more vital for companies. The detection of opportunities is not a value by itself, only the alignment of the corporation to the strategic options and the, and the accordingly updated strategic path can open up new profitable segments for the future.

Keywords: Corporate Strategy, Disruptive Changes, Covid-19, Strategy Implementation, Strategic Alignment, Dynamic Strategy

SUSTAINABILITY AND EU LAW. LATEST TENDENCIES IN THE FIELD OF PUBLIC PARTICIPATION IN ENVIRONMENTAL MATTERS

Dr. Ágnes VÁRADI PhD

Research Fellow

Centre for Social Sciences Institute for Legal Studies, Hungary

Abstract: “Environmental issues are best handled with the participation of all concerned citizens, at the relevant level”. The wording of Principle 10 of the Rio Declaration draws the attention to the fact that public participation is a crucial element of ensuring environmental sustainability. The current paper aims to present developments related to two aspects of public participation in environmental matters at the level of EU law: the role of public consultation in environmental decision-making and access to justice in environmental matters. Concerning the first topic, the paper raises the question how public consultations appear in the recent case-law of the Court of Justice of the European Union, how their efficient implementation can be verified. As regards the second topic, the paper covers the new proposal, which aims to widen the possibility of access to justice for non-governmental organizations in environmental matters. Through the combination of the descriptive-analytical and the case-based approach, the findings of the current research can give useful insights into the practical and theoretical questions of public participation in environmental matters at the level of EU-law. At the same time the conclusions can support the more efficient participation of all concerned citizens in environmental matters.

Keywords: sustainability, access to justice, public consultation, Aarhus Convention

REBUILDING THE TOURISM INDUSTRY'S LABOUR-FORCE AFTER THE GLOBAL HEALTH CRISIS (THE CASE OF VIETNAM)

HOÀNG THỊ PHƯƠNG THẢO

PhD Candidate

University of Pécs, Hungary

Abstract: This research concerns the huge damage already caused by the Covid-19 pandemic to the tourism industry - and the future risks, especially in respect of the labour-force, as this is seen as the prime factor in determining the success of a service industry. This study attempts to clarify the vital objectives: (1) Synthesizing – comparing the immediate responses of governments and enterprises in the way they protect, support and retain the tourism workforce in several countries; (2) Ways to improve the training strategy of educational institutions and ways in which tourism businesses develop a resource consolidation strategy to respond to sensitive markets and crises similar to the current one. This is a qualitative study, through data synthesis, and a semi-structured interview method. Experts participating in the interviews include five principals of the oldest and largest universities in training tourism, ten leading accommodation, and travel business owners and the managers of the tourism departments of five provinces that have had the highest number of tourists in the last five years. The main results include a comprehensive set of solutions to deal with future crises, risk management in the tourism industry; universities focus on numerous innovations in curriculum and training quality, and systematizing Benchmarking results in a diverse set of solutions to protect, maintain and strengthen human resources from tourism businesses, which focus on increasing insurance packages for employees, downsizing the personnel apparatus in the back office, increase flexibility for employees in concurrent positions, improve skill to work from home.

Keywords: Labour force, Recover, Innovation in training, Emerging labour skills for the tourism industry

SATISFYING CUSTOMERS DURING THE PANDEMIC: ARE RESTAURANTS REQUIRED TO OFFER DELIVERY SERVICE?

Bendegúz Richárd NYIKOS

PhD Student

University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, Hungary

Abstract: With the appearance of the coronavirus, companies across several industries were required to alter their business models in order to avoid going bankrupt. Hospitality is commonly considered as one of the most vulnerable industries for pandemics, therefore the decline on a global scale was inevitable. The occupancy rate of European hotels experienced an overall significant decline in 2020 and reached the lowest peak in May at 13.3 %. Compared to the data from May 2019, this meant a drop of 82.3 %. Restaurants also felt the negative effect of the pandemic: compared to the data of 2019, at the end of February, European restaurants started to experience declines on a daily basis. With the additional unfortunate events and governmental restrictions, not even in a single month were restaurants able to achieve the number of customers served that they reported in 2019. Even though restaurants on a global scale were seriously impacted by the COVID-19 pandemic, the role of delivery services and food delivery applications (FDAs) has significantly grown and the number of global customers is still increasing. The market size of the global online food delivery sector was 107.44 billion US Dollars in 2019 and expected to reach 154.34 by the end of 2023. There is a wide range of factors that influences consumer behaviour such as quality of information, the design and accessibility, reduction on waiting time and experiences regarding online orders. This research aims to uncover the significance of these dimensions with the support of a primary research conducted in Hungary in order to discover whether the international trends are also applicable in the country.

Keywords: COVID-19, pandemic, consumer behaviour, customer satisfaction, food delivery

This article was made in frame of the „EFOP-3.6.1-16-2016-00018 – Improving the role of research+development+innovation in the higher education through institutional developments assisting intelligent specialization in Sopron and Szombathely”.

THE IMPACT OF THE CORONA PANDEMIC ON THE PROJECT MANAGEMENT PROCESS IN JORDAN

Noor ALKHUDIERAT

PhD Candidate

University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, Hungary

Abstract: This study aims to investigate the extent of the impact of the Corona pandemic on the project management process in Jordan, by selecting a sample of (12) construction project managers. A questionnaire was designed consisting of five axes related to the five phases of project management. Those stages included the initiative stage, planning, implementation, control and finally delivery.

In the results, the study indicated that the Corona pandemic had directly affected all stages of project preparation in the Hashemite Kingdom of Jordan. The study recommended the need to take advantage of the pandemic conditions in order to develop the project management system, in addition to developing remote work mechanisms in the areas that allow this.

Keywords: sustainable management, Crisis Management, Business Administration, Jordan

COMPANIES MOVING HYBRID DURING THE CORONAVIRUS PANDEMIC

Cynthia DAOUD

PhD Student

University of Pannonia, Hungary

Abstract: Purpose – Many firms are attempting to assist their staff in overcoming various challenges during the COVID-19 epidemic. Career adaptability has been shown to be beneficial in assisting employees in dealing with obstacles and new decisions taken by the company, and proactive attitude is a key aspect in the development of career adaptability. Career flexibility, on the other hand, may be a double-edged sword, and it's unclear how it affects employees' plans to leave. The COVID-19 epidemic has had the worst conceivable impact on industries and employees. The goal of this study was to see how different COVID-19 effects, such as job insecurity, employees' health complaints during isolation, risk-taking behavior at work, and organizational changes, might affect employees' work-related attitudes (job motivation and job satisfaction), as well as their intentions to leave and how corporations took decisions during this period. During the pandemic, this study will look at the connections between workers' employment status (working or laid off), mental health (psychological well-being and psychological distress) and career turnover intentions that happened during this pandemic and the decisions that were taken by organizations.

Design/methodology/approach – The current study, which is based on social exchange theory, attempts to reconcile conflicting findings in the literature by proposing a moderated mediation model in which work social support moderates the indirect relationship between proactive personality and turnover intentions through the use of work social support.

Findings – Age and marital status had a substantial influence on job motivation and turnover intentions, according to the relevance of demographic factors as control variables.

Originality/value – Many firms have lost staff as a result of the coronavirus epidemic, and many of their operations have been halted. The goal of this research is to offer a series of recommendations to organizations (both public and private) that can help to preserve the human element. Following the distance working style, according to this study, may be the greatest alternative for maintaining the human aspect and ensuring the continuation of these companies' activity. Organizations can also use career planning efforts to compensate for staff loss. Career planning aids succession planning management by preparing people for unfilled jobs that arise after employees have left the company.

Keywords: culture, career adaptability, COVID-19 pandemic, supervisor support, trust

LIMITS OF MULTISENSORY MARKETING IN ONLINE STORES WITH DECREASING PRODUCT CONGRUENCE

David WEBER, MSc

PhD Student

UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia - Catholic University San Antonio de Murcia, Spain

Abstract: The pandemic has changed purchasing behavior as well as awareness of sustainability. More and more companies are presenting themselves and their products as sustainable, resulting in the first wear-and-tear effects. Especially in the digital world, additional stimuli must be used to increase the likelihood of purchase. Multisensory product stimuli in online stores could be one possibility. In two web experiments, the influence of multisensory product stimuli in online stores on consumer behavior was investigated. In the first web experiment, 654 subjects each evaluated six of 16 soft drinks. In the second web experiment, 351 subjects evaluated either five of eight chocolate bars or five different t-shirts. All products were presented for evaluation in a randomized order after the subjects had taken a closer look at them on a self-created website. Besides the product types, the products differed in the respective combination of sensory stimuli so that superadditivity, congruence and cross-modal correspondence effects could be investigated. The results show that not all scientific findings can be transferred to a digital context. Furthermore, implications for companies can be derived, which can generate competitive advantages, especially in the current changing consumer behavior.

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

**5. SEKCIÓ (ONLINE): VERSENYKÉPESSÉG ÉS FENNTARTHATÓ
GAZDÁLKODÁS (ANGOL NYELVŰ SEKCIÓ)**

SESSION 5 (ONLINE): COMPETITIVENESS AND SUSTAINABLE
MANAGEMENT (SESSION IN ENGLISH)

IS URBAN FARMING THE GREEN ECONOMY OF THE FUTURE?! INVESTIGATION OF THE SUSTAINABLE MANAGEMENT OF A HUNGARIAN STARTUP ENTERPRISE

Zsuzsanna VARGA TURNAROUND EXECUTIVE MBA

Master Student (*MATE*), Business Developer-Strategist, Head of Central and Eastern European Operations (*Interstuhl Büromöbel Ltd.*)

Dr. habil. Etelka KATITS PhD

Strategic CEO, Financial Turnaround Expert
KENF Business Consulting

Katinka MAGYARI TURNAROUND EXECUTIVE MBA

Economic Advisor, Interim Manager
Magyari-Audit Ltd.

Dr. Ildikó PALÁNYI PhD

Associate Professor, Vice Dean, Head of Department
University of Pannonia, Zalaegerszeg Faculty of Business Administration, Department of Logistics and Management Informatics

Dr. Éva SZALKA PhD

Associate Professor, Dean
Széchenyi István University, Faculty of Agriculture and Food Science, Department of Agricultural Economics and Rural Development

Abstract: Nowadays, there is a huge interest in putting sustainable management and growth into practice, that was the central idea of the first UN report, published in 1987. In our presentation we look for possibilities and driving forces to make this a reality, and we show possibilities for further development. How can financial accounting data and its obtained results be used and interpreted to measure corporate growth, sustainable growth and development? What operational and strategic opportunities can the sustainable growth rate (SGR) refer to in the case of a start-up but highly innovative Hungarian Agricultural enterprise in its infancy? How does exploring and applying the factors influencing the SGR help to define, implement, and control a scalable growth strategy? We made case and situation analysis from the Hungarian consulting world. We used a quantitative technique, the self-developed FINel finance diagnostic and value creation expert system. In addition to the theoretical conception of sustainable management and SGR, in our study we show its application in business practice. We prove sustainable finance adapted to corporate life cycles as the basis of sustainable corporate management in a holistic approach.

Keywords: sustainable management, growth and development, agricultural startup

THE ROLE OF INDIGENOUS AGROFORESTRY SYSTEMS IN THE CONSERVATION OF THE AMAZON

Attila LENTI

PhD Student

University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, Hungary

Abstract: The Amazon habitat, which covers 60% of the world's remaining rainforests, plays a significant role in global carbon sequestration, global climate change mitigation, and in preserving the Earth's genetic and cultural diversity. In addition to the recently migrated population, about three million indigenous people live in the Amazon Basin, forming 350 different ethnic groups. Their traditional habitats, most of which enjoy official state protection, are threatened by several economic activities, including large-scale agriculture. These communities have thousands of years of experience in managing natural resources sustainably, taking into consideration the specificities of their habitat. Indigenous food production, combined with modern agroforestry knowledge and enjoying political support, has the potential to bring a breakthrough in the transition to a sustainable economic model in the region, while rescuing the Amazon ecosystems. The article approaches the potential of indigenous knowledge primarily in terms of sustainability, biodiversity, and climate adaptation. I have substantial documentation for my research made up by secondary sources and fieldwork in Colombia.

Keywords: sustainability, agroforestry, indigenous, Amazon basin, biodiversity, climate change

This article was made in frame of the „EFOP-3.6.1-16-2016-00018 – Improving the role of research+development+innovation in the higher education through institutional developments assisting intelligent specialization in Sopron and Szombathely”.

SMART COMMUNITY DEVELOPMENT WITH INTELLIGENT CITIES IN CROSS-BORDER REGIONS

Tamás GYULAI

PhD Student

Széchenyi István University, Doctoral School of Regional- and Business Administration Sciences, Győr, Hungary

Prof. univ.dr. Mariana NAGY PhD

Full Professor

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

Raluca CIBU-BUZAC

CEO of LUMINSPINO SRL

Timisoara, Romania

Abstract: Smart communities have been developed by cross-border projects in the border area between Hungary and Slovakia. The transfer of the accumulated knowledge and experience was especially fruitful towards the border regions between Hungary and Romania where the Intelligent Cities Challenge have created favourable framework for cross-border cooperation between the cities of Szeged and Timisoara. The smart development actions were further complemented by the TetRRIS project that brought expertise from the Karlsruhe Technology Region that that connects the border regions between Germany and France. Our paper therefore highlights the smart development initiatives that have already been implemented in Szeged and in Timisoara. The paper also presents digital strategy initiatives in other cities in Hungary and in Romania as well as comparison between the two cross-border regions (Germany-France and Hungary-Romania). The result of the research work shall be especially relevant to practitioners in regional economic development because the practical implementation of the concept of Responsible Research and Innovation can be analysed in both target regions as direct contribution to socially responsible innovative community development with the professional support of the TetRRIS project.

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

THE INFLUENCE OF DIGITIZATION ON SUSTAINABILITY

Dipl.-Ing. Florian KALTENEGER, BSc

Environmental Manager

Zellstoff Pöls AG, Pöls, Austria

Abstract: Sustainability and digitization - two terms that have a significant impact on our social development and will continue to do so. They present society and the global economy with diverse challenges and at the same time open new perspectives. Digital technologies can support and accelerate sustainable development in many areas, and they can also make everyday life easier for people. However, the transformation of society through digitization and sustainability also brings with it corresponding hurdles that are not to be despised. The question is: How does digitalization influence sustainability and sustainability digitalization?

Keywords: digitalization, sustainability, transformation

B2B SELLING: DEVELOPING POSSIBLE RESILIENT SALES STRATEGIES

DI(FH) DI Günther MAIER

PhD Student

PhD Programme in International Economic Relations and Management

University of Applied Sciences Burgenland, Austria

Abstract: The sales environment and especially B2B sales have changed tremendously in the last couple of years. Especially the pandemic crises have addressed disruption regarding sales strategy. The sales force as well as sales managers and the entire organization faces challenges to operate and perform with the new behavior of buyers. Actual research in this field underpin that digital transformation and an adaptive sales force could help to create a more resilient strategy in B2B sales. Technological advances have been a driving force in these changes, warranting scientific inquiry into the use of new technologies in business development. The article outlines the extant literature on transformation and adaptive selling in B2B sales. Based on interviews with sales managers the author explored how these managers could transpose adaption in their business strategy. Further, the potential benefits of adaptive selling and transformation will be discussed, based on the assumption that the salesforce provide solutions like products and service to their customers. In the last section of this article the author examines the gaps in the scientific literature and discuss these with suggestions on how adaptive selling and transformation could support resilient sales strategies in the B2B sales.

Keywords: B2B sales, adaptive sales, digital transformation, sales technology, resilience

INVESTOR STRATEGY DECISIONS IN CASE OF PROJECT IMPLEMENTATION

Attila LEGOZA, MSc in Economics MBA
PhD Student
University of Miskolc, Hungary

Abstract: My research examines the development of strategy management processes among medium-sized enterprises during the implementation of projects, supplemented by an examination of the failure of projects. In today's fast-paced world, investment is worth it. Investors need to decide how they want to implement their plans. This is when they turn to strategic tools. Strategic decisions must always be forward-looking, goal-conscious and feasible. The goal of the strategy can be to achieve the growth of the company, it can be to gain a competitive advantage over competitors, it can be to introduce a new product, to plan the structure of an organization necessary to carry out an investment, and so on. The strategic area I have chosen, which affects my research, is the selection of the organizational structure in accordance with the project to be implemented. However, due to the pandemic, aspects of the project organization that need not be considered before, such as holding online meetings instead of face-to-face meetings, which cannot trigger on-the-spot progress monitoring, should also be taken into account. The empirical survey requires the analysis of questionnaire data and the analysis of the responses received during the interviews. I collect investor and contractor opinions through questionnaires and in-depth interviews, and then analyse and summarize them.

Keywords: strategy, pandemic, investment, project, organization

LEAN THINKING STRATEGY

Péter IMRICKSKÓ, MSc in Economics MBA
PhD Student
University of Miskolc, Hungary

Abstract: As the basis of my study, I provide a comprehensive picture of the development history and principles of lean. In my research, I examine the lean thinking strategy used by a multinational company during a pandemic period. I place great emphasis on examining the effects of the lean thinking strategy applied to them from the perspective of office employees and their leaders as well. I use qualitative and quantitative methods in my research for 4 department with different functionalities, which means a total of 8 groups. In the form of a questionnaire, I examine the impacts, resource requirements, and effectiveness of a lean thinking strategy by comparing the responses of approximately 100 office employees, broken down into different stages. In the case of classes with different functionalities, I preferred more specific research, where I interviewed 4 department heads and 8 group leaders about the challenges and reactions experienced during the lean thinking strategy. The study aims to contribute to the understanding of the application of lean thinking in the strategic management of a multinational company during a pandemic period.

Keywords: lean, pandemic, multinational, strategic management

THE IMPACT OF WORKING CAPITAL MANAGEMENT ON FIRM PROFITABILITY: EVIDENCE FROM PAKISTAN

Ali Akbar SOHAIL

PhD Student

University of Applied Sciences Burgenland, Austria

Abdul QUDDUS

PhD Student

Tomas Bata University in Zlin, Czech Republic

Abstract: This study investigates the impact of working capital management on firm profitability. The study's sample includes of 21 non-financial firms, and data were obtained from the website of Pakistan Stock Exchange from 2014 to 2019. The Pooled, Fixed-effect, Random-effect, and Generalized Least Square methods are applied to estimate the quantitative models' estimation. The findings of the study indicate that working capital management have a significant and positive influence on the firm's profitability. Moreover, the overall regression findings suggest that working capital management is a significant element as an operational liquidity for firms. These results contribute significant indications for managers and related authorities to manage their optimal levels of working capital to boost firm performance.

Keywords: working capital management, cash conversion cycle, inventory turnover ratio, profitability, account payable

**6. SEKCIÓ (ONLINE): FENNTARTHATÓSÁG,
KÖRNYEZETTUDATOSSÁG – MARKETING**

SESSION 6 (ONLINE): SUSTAINABILITY,
ENVIRONMENTAL AWARENESS – MARKETING

FENNTARTHATÓSÁG ÉS A ZÖLD PÉNZÜGYI NÉZŐPONT

Sustainability and Green Financial Approach

Dr. KESZI-SZEREMLEI Andrea PhD

főiskolai tanár (*College Professor*)

Dunaújvárosi Egyetem, Társadalomtudományi Intézet (*University of Dunaújváros, Institute of Social Science, Hungary*)

Absztrakt: A 21. század egyik legnagyobb kihívásának tekinthető a fenntartható fejlődés ütemének megtartása úgy, hogy közben a környezeti károk mértékét csökkentjük. Mivel a kedvezőtlen éghajlati változások hatással vannak az árakra, azokon keresztül a pénzügyi stabilitásra, így a világ pénzügyi intézményei mindinkább kiemelt területként kezelik a pénzügyi rendszerük átalakítását annak érdekében, hogy időben tudjanak szemléletet váltani és átállni egy új környezettudatos üzleti modellre. A zöld pénzügyi törekvések erősödése hazánkban is megfigyelhető, amelynek egyik mérföldköve az MNB 2021 júliusában elfogadott zöld eszköztár-stratégiája, amelynek hatására a közeljövőben a zöld pénzügyi nézőpont további erősödése várható. Az előadás során a vállalkozásokhoz kapcsolódó szemlélet béli változások kerülnek bemutatásra.

Kulcsszavak: fenntartható fejlődés, zöld pénzügyek, környezettudatos üzleti modell

Abstract: One of the biggest challenges of the 21st century is to keep up the pace of sustainable development while reducing environmental damage. Adverse climate change is affecting prices, through prices financial stability, so the world's financial institutions are increasingly prioritizing the transformation of their financial systems so that they can change attitudes and move to a new, environmentally conscious business model in a timely manner. The strengthening of green financial aspirations can also be observed in Hungary. One of the milestones of this is the MNB's green strategy adopted in July 2021, which is expected to further strengthen the green financial perspective in the near future. The presentation will present changes in the approach to businesses.

Keywords: sustainable development, green finances, environmentally conscious business model

TÁRSADALMI HATÁSOK ÉS MI!

Social Impacts and AI!

Dr. KŐKUTI Tamás PhD

főiskolai docens (*Associate Professor*)

Dunaújvárosi Egyetem, Társadalomtudományi Intézet (*University of Dunaújváros, Institute for Social Sciences*)

Absztrakt: Az üzleti környezetben bekövetkező változások felismerésének és pontos tervezésének képessége nélkül a megküzdési stratégiák nem lehetnek proaktívak, csak reaktívak, és ebből következően magasabb költségekkel is járnak. A gazdasági hatások mellett azonban fontos annak tudatosítása is, hogy a felgyorsult fejlődés, amit a digitalizáció, automatizálás, mesterséges intelligencia és a robotok elterjedése generál, markáns változásokat hoz a társadalomban, nem csak a foglalkoztatás területén. A mesterséges intelligencia a mindennapi életben is érzékelhető hatással bír. A témához kapcsolódóan fontos a hallgatók mint a társadalom egy szegmensének viszonya, attitűdje is.

Kulcsszavak: munkaerőpiaci trendek, automatizáció hullámai, MI stratégia

Abstract: Without the ability to identify and accurately plan several changes in the business environment coping strategies cannot be proactive only reactive and hence higher costs. However, in addition to the economic impacts it is also important to be alert that accelerated development driven by digitalisation, automation, artificial intelligence and robots will bring about significant changes in society, not only in the field of employment but in any other fields too. Artificial intelligence also has a tangible impact on our everyday life. Related to this topic the attitude of students as a segment of society towards the related topics is important.

Keywords: labour market trends, waves of automation, AI strategy

A KORONAVÍRUS JÁRVÁNY HATÁSA A GLOBÁLIS KLÍMAVÁLTOZÁSRA

Impact of the Coronavirus Epidemic on Global Climate Change

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

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

Dr. KOZMA Dorottya Edina PhD adjunktus (*Assistant Professor*)

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

Dr. MOLNÁRNÉ Dr. BARNA Katalin PhD egyetemi docens (*Associate Professor*)

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

Absztrakt: A koronavírus világjárvány 2019-es megjelenése kapcsán minden ország korlátozásokat hozott annak érdekében, hogy megfékezze a megbetegedések számát. A vírus egyik igen jó hatása ezáltal a károsanyag-kibocsátás csökkenését hozta, amely a klímaváltozás gyors előrehaladását minimális módon, de befolyásolta. Arra a kérdésre viszont nehéz választ adni, hogy a COVID-19-cel valóban közelebb kerültünk-e ahhoz, hogy jelentős mértékben lassítsuk az éghajlatváltozást. Globális szinten bizonytalan a járvány időbeli és térbeli kihatása. A kutatás elsődleges célja, hogy a megjelent hazai és nemzetközi szakvéleményeket ütköztesse a koronavírus járvány és a klímaváltozás tükrében. Másodlagos célként pedig a szerzők arra tesznek kísérletet, hogy a klímaváltozás témaköréhez kapcsolódó indikátorokat vizsgálják. A tanulmány eredményeivel a szerzők rávilágítottak arra a tényre, hogy a koronavírus járvány és az éghajlatváltozás témaköre igen szorosan összefüggenek, de ettől függetlenül az ember káros viselkedésének rövid távú visszaszorulása nem okoz hosszú távú javulást.

Kulcsszavak: COVID-19, klímaváltozás, világjárvány, légszennyezés

A cikkben bemutatott kutatás a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal által biztosított forrásból NKFIH-471-3/2021 számú "Éghajlatváltozás Multidiszciplináris Nemzeti Laboratórium létrehozása" című projekt támogatásával valósult meg.

Abstract: With the appearance of the Coronavirus pandemic in 2019, all countries have put in place restrictions to curb the number of cases. One of the very good effects of the virus has been to reduce emissions of pollutants, which has had a minimal but significant impact on the rapid progress of climate change. However, it is difficult to answer the question of whether COVID-19 has brought us any closer to significantly slowing climate change. At global level, the temporal and spatial impact of the epidemic is uncertain. The primary objective of this research is to compare published national and international literature on the coronavirus epidemic and climate change. As a secondary objective, the authors attempt to examine the indicators related to climate change. With the results of the study, the authors have highlighted the fact that the Coronavirus epidemic and climate change are closely linked, but that a short-term reduction in harmful human behaviour does not lead to long-term improvements.

Keywords: COVID-19, climate change, pandemic, air pollution

The research presented in this article was carried out with the support provided from the National Research, Development and Innovation Office financed by the project no. NKFIH-471-3/2021 titled "Establishment of a National Multidisciplinary Laboratory for Climate Change".

A LAKOSSÁG ÉGHAJLATVÁLTOZÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITÚDJÉNEK VIZSGÁLATA

Examining the Attitude of Population towards Climate Change

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

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

KÁNTOR Szilvia tudományos segédmunkatárs (*Research Assistant*)

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

STRACK Flórián tudományos segédmunkatárs (*Research Assistant*)

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

Absztrakt: Tanulmányunk egy 2021 évi hazai kutatás eredményeit és sajátosságait mutatja be a klímaváltozással kapcsolatos attitűd kérdőíves felmérése alapján. A kutatás során a magyar emberek éghajlatvédelemmel kapcsolatos tudását, beállítódását és cselekvési készségét vizsgáltuk. Elemzésünkben megvizsgáljuk, hogy a válaszadók mennyire érzékeli az időjárás változás illetve a szélsőséges időjárás hatásait és mennyire gondolkodnak környezettudatosan illetve érznek-e személyes felelősséget éghajlatváltozás kezeléséért. Az emberek többségét aggasztja a globális éghajlatváltozás, és hajlandóak életmódbeli változtatásokra, hogy csökkentsék annak hatásait. A válaszadó véleménye alapján arról is képet kaphatunk arról is, hogy vajon a környezetszennyező életmód, a pazarló fogyasztás, és különböző szektorok (hulladéktermelés, a közúti közlekedés, az energiatermelés, a légi közlekedés) közül melyek leginkább a felelősek az éghajlatváltozásért. A lakosság attitűdjének feltárása lényeges, mert információt nyújt az alkalmazkodás feltételeinek megteremtéséhez.

Kulcsszavak: klímaváltozás, attitűdvizsgálat, alkalmazkodás

A cikkben bemutatott kutatás a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal által biztosított forrásból NKFIH-471-3/2021 számú "Éghajlatváltozás Multidiszciplináris Nemzeti Laboratórium létrehozása" című projekt támogatásával valósult meg.

Abstract: Our study presents the results and peculiarities of a domestic research in 2021 based on a questionnaire survey of attitudes towards climate change. In our research, we examined the knowledge, attitudes and action skills of the Hungarian people in relation to climate protection. In our analysis we examine how the respondents perceive the effects of weather change and extreme weather and how much they think in an environmentally conscious way and if they feel personal responsibility for tackling climate change. The majority of people are concerned about global climate change and are willing to make lifestyle changes to reduce its effects. Based on the opinions of the respondents, we can also get information which factor or sector is the most responsible for climate change among polluting lifestyles, wasteful consumption or the different sectors (waste production, road transport, energy production, aviation). Exploring the attitudes of the population is important because it provides information for creating the conditions for adaptation.

Keywords: climate change, survey of attitude, adaptation

The research presented in this article was carried out with the support provided from the National Research, Development and Innovation Office financed by the project no. NKFIH-471-3/2021 titled "Establishment of a National Multidisciplinary Laboratory for Climate Change".

LAKOSSÁGI ATTITÚD VIZSGÁLAT GYŐR-MOSON-SOPRON MEGYÉBEN – KÖZÉPPONTBAN A SZELEKTÍV HULLADÉKGYŰJTÉS ÉS A HULLADÉK ÚJRAHASZNOSÍTÁS

Population Attitude Survey in Győr-Moson-Sopron County - Focusing on Selective Waste Collection and Waste Recycling

Dr. NÉMETH Nikoletta PhD

adjunktus (*Assistant Professor*)

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

Dr. MÉSZÁROS Katalin PhD

egyetemi docens (*Associate Professor*)

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

Absztrakt: A hulladék a fogyasztói társadalom velejárója. A kommunális hulladék a teljes hulladéknak (ami EU-s szinten évente 2,5 milliárd tonna) a 8,2%-át teszi ki (europarl.europa.eu). A hulladék mennyiségének növekedése veszélyezteti nemcsak a természeti, de a társadalmi környezetet, valamint a fenntarthatóságot is, így törekedni kell a hulladék mennyiségének csökkentésére. A lakosság körében ennek alapja a szelektív hulladékgyűjtés, ami a hulladék újrahasznosításával csökkenti a pazarló anyag- és energiafelhasználást, hozzájárul a környezetvédelemhez és a körkörös gazdaság kialakulásához.

Kutatásunk célja, hogy feltérképezzük Győr-Moson-Sopron megyében a lakosság szelektív hulladékgyűjtéssel kapcsolatos attitűdjét, a meghatározó tényezőket, a szelektíven gyűjtött hulladékok fajtáit, külön vizsgálva az egyes hulladéktípusok lakossági gyűjtési technikáit, valamint a lakosság újrahasznosítási hajlandóságát.

Kulcsszavak: újrahasznosítás, szelektív hulladékgyűjtés, hulladék, háztartások, Győr-Moson-Sopron megye

AZ INNOVÁCIÓS ÉS TECHNOLÓGIAI MINISZTERIUM ÚNKP21-4-II KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK A NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS ALAPBÓL FINANSZÍROZOTT SZAKMAI TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.

Abstract: Waste is inherent in the consumer society. Municipal waste accounts for 8.2% of total waste (2.5 billion tonnes per year at EU level) (europarl.europa.eu). The increasing amount of waste endangers not only the natural but also the social environment, as well as sustainability, so efforts are required to reduce its amount. Widely known possibility for population is the selective collection and recycling of waste, which reduces the unnecessary use of materials and energy, contributes to the protection of the environment and the development of a circular economy. The aim of our research is to map the attitude of the population related to selective waste collection in Győr-Moson-Sopron county, the determining factors, the types of selectively collected waste, examining separately the ways of collection of each type of waste and the population's willingness to recycle.

Keywords: recycling, reusing, waste, households, selective waste collection

SUPPORTED BY THE ÚNKP-21-4-II NEW NATIONAL EXCELLENCE PROGRAM OF THE MINISTRY FOR INNOVATION AND TECHNOLOGY FROM THE SOURCE OF THE NATIONAL RESEARCH, DEVELOPMENT AND INNOVATION FUND.

A MAGYAR ELEKTROMOS AUTÓIPAR TRENDJEINEK VIZSGÁLATA – FÓKUSZBAN A FOGYASZTÓI MAGATARTÁS

Investigation of the Hungarian Electromobility – in Focus the Preferences of the Consumers

NÉMETH Kevin

Nemzetközi gazdálkodás mesterszakos hallgató (*Master Student in International Business Economics*)

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar (*University of Debrecen, Faculty of Economics*)

Absztrakt: Földünk egyre inkább törekszik az alternatív lehetőségek alkalmazására, ha a közlekedés környezetbarátabbá tételéről van szó. Ehhez kapcsolódva fontos megjegyezni, hogy szignifikáns változások történtek a fogyasztók attitűdjeiben. A jelenlegi piaci trendeket vizsgálva láthatjuk, hogy a globális autópiacon folyamatosan növekszik az elektromos autók jelentősége. Előadásomban ezt a kérdéskört szándékozom részletesebben megvizsgálni, mely során mélyebb betekintést nyújtok az elektromobilitás piaci trendjeibe, előnyeibe és hátrányaiba. Ennek megvalósításához elsősorban szekunder és primer adatfeldolgozást végeztem. Ehhez kapcsolódva egy német tanulmány rámutatott arra, hogy egyes régiókban az elektromos járművek akár 28 százalékkal is jobban terhelhetik a légkört, mint a hagyományos autók. Ez úgy lehetséges, hogy az elektromos járművek közvetlen kibocsátása nulla, viszont a közvetett emisszió sok helyen jelentős az áramtermelés technikai jellegzetességeiből adódóan. Előadásom egyik fő célja, hogy valódi képet adjak arról, hogy megéri-e áttérni elektromos autókra. Ezen felül bemutatom a jelenlegi fogyasztói preferenciákat, ösztönzőket, továbbá javaslataimat ismertetem a jövőt tekintve.

Kulcsszavak: elektromobilitás, fenntarthatóság, innováció, autóipar

„Az Innovációs és Technológiai Minisztérium ÚNKP-21-1-I. kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alapból finanszírozott szakmai támogatásával készült.”



Abstract: Our world tries to implement using alternative solutions in the transportation these days. Regards to this sentence we can also say people think differently when they intend to buy a new car in the market of cars nowadays. Investigated the current trends we can see the importance of the electric cars is significantly growing. In my presentation I would like to demonstrate the new market trends, the crucial advantages and disadvantages related to electromobility and some countries' environmental friendly policy. In my research, I used primer and secunder tools to introduce what are the main reasons which can lead the consumers to buy an electric vehicle. A german study says electric cars affect the environment even 28% more than vehicles with regular engine. Regards to this we need to seperate the indirect and direct emissions because latter is obviously zero, but the indirect value can be outstandingly high in some areas because of the attributes of the technique. So my primal objective is giving a real picture about how advanced the electric automotive industry is and my recommendations related to the future. I also attend to represent the preferences of the consumers and some incentives related to the electric cars.

Keywords: electromobility, sustainability, innovation, car industry

„Supported by the ÚNKP-21-1-I. New National Excellence Program of the Ministry for Innovation and Technology from the source of the National Research, Development and Innovation Fund.”



A MÁRKAÉLMÉNY ÉS A TARTALOMMARKETING KAPCSOLATA

The Relationship between Brand Experience and Content Marketing

HAJDU Gergő

PhD-hallgató (*PhD Student*)

Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Hantos Elemér Gazdálkodás- és Regionális Tudományi Doktori Iskola (*University of Miskolc, Faculty of Economics, Hantos Elemér Business and Regional Sciences Doctoral School*)

Absztrakt: A kutatás fő célja a digitális környezetben történő marketingkommunikációt vizsgálata, középpontba helyezve a tágabban értelmezett tartalommarketinget. Jelen tanulmányban a tartalommarketing (CM) és a márkaélmény (BX) kapcsolatát tárgyalom, célként megjelölve a CM, márkaélményben betöltött szerepének hangsúlyozását és elemzését. A célok jellegéből adódóan munkám feltáró kutatás, amely magába foglalja a releváns szakirodalmak feldolgozását, ezen belül az elvi-logikai kapcsolatok feltárását. A szakirodalmi állításokat, elvi-logikai összefüggéseket ütköztetni kívánom kettő fókuszcsoportos interjú eredményével, amelyek több, CM-el kapcsolatos kérdéskört érintő kérdéseket és válaszokat tartalmaznak. Az elemzés során kiderül, hogy a CM-nek lényeges szerepe lehet a BX-en belül. A kutatás eredményei felvetik azt a kutatási problémát, ill. kérdést, hogy a BX skála CM elemzésre és minősítésre való használata mennyiben megalapozott és célravezető. Maga a téma és persze természetesen a kutatási kérdés, kiindulópontként szolgál további kvalitatív és kvantitatív kutatások számára.

Kulcsszavak: tartalommarketing, marketingkommunikáció, online marketing, márkázás, márkaélmény

Abstract: The main objective of the study is to examine marketing communication in the digital environment, focusing on content marketing in a broader sense. In this study, the author discusses the relationship between content marketing (CM) and brand experience (BX) with the aim of highlighting and analysing the role of CM in brand experience. Due to the objective, this thesis is an exploratory research that involves a review of relevant literature, including the exploration of theoretical-logical relationships. The purpose of this paper is to match the statements of the academic literature and the theoretical-logical relationships with the results of two focus group interviews, which include questions and answers on various CM -related topics. The analysis shows that CM can play a significant role within BX. The research findings raise the research problem or question of the extent to which the use of the BX scale is justified and appropriate for the analysis and evaluation of CM. The topic itself, and of course the research question, serves as a basis for further qualitative and quantitative research.

Keywords: content marketing, marketing communication, online marketing, branding, brand experience

7. SZEKCIÓ (ONLINE): FENNTARTHATÓ PÉNZÜGYEK

SESSION 7 (ONLINE): SUSTAINABLE FINANCES

A HAZAI BIZTOSÍTÁSI PIAC A SZÁMOK TÜKRÉBEN: DÍJBEVÉTEL, SZERZŐDÉSSZÁM ÉS FOGLALKOZTATOTTAK

The Domestic Insurance Market in the Light of the Figures: Premium Income, Contract Number and Employees

EKE Zsolt

PhD-hallgató (*PhD Student*)

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

Absztrakt: A huszadik században olyan kedvezőtlen környezeti, gazdasági, társadalmi változások indultak el, mely következtében a korábbiaknál nagyobb, erőteljesebb erőfeszítésre van szükség annak érdekében, hogy életünket a korábban megszokott körülmények között élhessük. Egyfelől a szennyező, üvegházhatást eredményező gázok kibocsátása soha nem látott mértéket ölt, növelve a szélsőséges időjárási jelenségek számát és erejét. Másrészt a bolygó folyamatosan emelkedő népessége az élelemtermelés iránti igény növekedésén keresztül a természetes élőhelyek, az ökoszisztémák csökkenését eredményezik: az esőerdők területének visszahúzódása a széndioxid megkötése csökkenésén keresztül ugyancsak támogatják a kedvezőtlen hatásokat. Mind emellett az elmúlt negyed évszázad a gazdasági-pénzügyi területen is válságokkal tarkított volt, mely igazolta az egyéni befektetők fokozott kitétséget azok hatásainak. A leírtak az öngondoskodás szükségességét és fontosságát húzzák alá, mely a jövőben várhatóan további emelkedést fog mutatni. A bemutatásra kerülő tanulmányomban azt vizsgálom, hogyan változott az elmúlt három évtizedben a biztosítási díjbevétel, a szerződésszám, valamint az igazgatási, üzleti és a teljes ágazatban foglalkoztatottak száma, és ezen paraméterek között milyen összefüggés mutatható ki.

Kulcsszavak: szélsőséges időjárási jelenségek, pénzügyi kitétség, öngondoskodás, összefüggésvizsgálat

Abstract: In the twentieth century, adverse environmental, economic and social changes were launched, which require greater and more vigorous effort than before in order to live our lives in the conditions we used to be. On the one hand, emissions of polluting greenhouse gases are at unprecedented levels, increasing the number and strength of extreme weather events. On the other hand, the planet's ever-increasing population, through the increase in the need for food production, results in a reduction in natural habitats and ecosystems: the retreat of rainforests through the reduction of carbon dioxide also supports adverse effects. In addition, the last quarter of the century has been marked by crises in the economic and financial field, which has demonstrated increased exposure of individual investors to their effects. The descriptions underline the need and importance of self-care, which is expected to increase further in the future. In my study, I examine how premium income, contract numbers and the number of employees in the administrative, business and entire sectors have changed over the last three decades, and what is the correlation between these parameters.

Keywords: extreme weather phenomena, financial exposure, self-care, correlation testing

A PANDÉMIA HATÁSAINAK MÓDSZERTANI KÉRDÉSEI A NYUGDÍJBIZTONSÁGRA

The Methodological Issues of the Effects of the Pandemic on Pension Security

SZABÓ Zsolt Mihály

doktorandusz (*PhD Student*)

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

Absztrakt: Napjainkban a pénzügyi ismeretek és a pénzügyi műveltség alapvető kérdés a mindennapi beszédben, mivel a válságok és azok következményei rávilágítottak a pénzügyi ismeretek hiányosságaira. Amikor a válságok okairól beszélünk, mindig a háztartások, a vállalatok és a bankok felelősségét említjük, a kormányok felelőssége mellett. Ezeknek egyik fő oka a pénzügyi ismeretek és a pénzügyi tudatosság hiánya lehet. A pénzügyi kultúra fontosságáról ma sok cikk és tanulmány foglalkozik. E tanulmányok mindegyike rámutat a pénzügyi ismeretek és a pénzügyi ismeretek fontosságára. A pénzügyi műveltséget csak az oktatás fejlesztheti. A nyugdíjrendszer reformja kardinális és figyelemre méltó téma az Európai Unió minden országában, és gyakran megvitatják különböző tudományos értekezleteken. A következő tanulmány a magyar nyugdíjrendszer jelenlegi pilléreit ismerteti, és demográfiai és statisztikai adatok felhasználásával részletesen kitér a kötelező társadalombiztosítási rendszer problémáira. A kutatás fő célja, hogy bemutassa a magyarországi nyugdíjjuttatások változásának lehetséges forgatókönyvét. Különböző statisztikákat és a gazdasági attitűdök kérdőívén alapuló kutatást alkalmazva.

Kulcsszavak: pandémia, nyugdíjbiztonság pénzügyi kultúra és oktatás, állami nyugdíjrendszerek modellezése, nyugdíj megtakarítások

Abstract: Nowadays, financial literacy and financial literacy are fundamental issues in everyday speech, as crises and their consequences have highlighted gaps in financial literacy. When we talk about the causes of crises, we always mention the responsibility of households, companies and banks, in addition to the responsibility of governments. One of the main reasons for these may be a lack of financial knowledge and financial awareness. The importance of financial culture is discussed in many articles and studies today. Each of these studies points to the importance of financial literacy and financial literacy. Financial literacy can only be developed through education. Pension system reform is a cardinal and remarkable topic in every country of the European Union and is often discussed at various scientific meetings. The following study describes the current pillars of the Hungarian pension system and uses demographic and statistical data to detail the problems of the compulsory social security system. The main goal of the research is to present a possible scenario of the change in pension benefits in Hungary. Using a variety of statistics and research based on a questionnaire on economic attitudes.

Keywords: pandemic, pension security financial culture and education, modeling of state pension systems, pension savings

A SIKERES FORDULATKEZELÉS ZÁLOGA – A PÉNZÜGYI TURNAROUND CONTROLLING RENDSZER ALKALMAZÁSA A MAGYAR CÉGVILÁGBAN

Connecting the Turnaround to Success – the Application of Financial Turnaround Controlling in the Hungarian Business World

Dr. habil. KATITS Etelka PhD stratégiai ügyvezető, pénzügyi turnaround szakértő (*Strategic CEO, Financial Turnaround Expert*)

KENF Üzletviteli Tanácsadás (*KENF Business Consulting*)

MAGYARI Katinka TURNAROUND EXECUTIVE MBA Gazdasági tanácsadó, interim menedzser (*Economic Advisor, Interim Manager*) Magyar-Audit Kft. (*Magyar-Audit Ltd*)

VARGA Zsuzsanna TURNAROUND EXECUTIVE MBA, MATE MESTERSZAKOS HALLGATÓ üzletfejlesztési stratégia, közép-kelet európai igazgató (*Business Developer-Strategist, Head of Central and Eastern European Operations*) Interstuhl Büromöbel GmbH (*Interstuhl Büromöbel Ltd*)

Abstrakt: A vállalati életszakaszokra igazított pénzügyi kontrolling rendszerek egyik része a *turnaround controlling*, amit nem kizárólag a válság szakaszban alkalmazunk. Előadásunkban kiemeljük a magyar fordulatkezelést, mint a vállalati pénzügy kutatások tárgyát és önálló helyét. Ansoff, Argenti és Krystek szerzők megállapításaiból kiindulva miért szükséges kialakítani és működtetni a hazai vállalati körben még kevésbé ismert pénzügyi jelzés- és oktatás módszertanát? Hogyan segíti a pénzügyi *turnaround controlling* alkalmazása a magyar vállalati körben a fordulatkezelés sikeres megvalósítását? Mind ehhez olyan alkalmazást mutatunk be, ami egy hosszú kutatási-tesztelési munka eredménye. Módszertan: a pénzügyi és a vezetői számvitel információiból elemzés, diagnózis és értékelés készítése. A 2007-2020 közötti időszak magyar vállalati adatbázis elemzések kutatási eredményeiből és a magyar tanácsadói világból vett eset- és situáció elemzésekből konklúziók levonása történik szintetizálás céljából. Alkalmazott technika: saját fejlesztésű FINel pénzügyi szakértői rendszer. A kutatási kérdések megválaszolásával körvonalazódik a vállalati *turnaround* pénzügyek tartalma, módszertana, amely hasznos kapaszkodót nyújt a pénzügyekkel és számvittel foglalkozó szakemberek és döntéshozók számára is.

Kulcsszavak: vállalati turnaround pénzügyek, pénzügyi turnaround kontrolling

Abstract: One part of the financial controlling system tailored to corporate life stages is turnaround controlling which we use mainly in the crisis phases but not exclusively. In our presentation, we highlight the Hungarian turnaround management as the subject and independent place of corporate finance researches. Based on the findings of Ansoff, Argenti and Krystek we show why it is necessary to develop and use the methodology of financial signaling and reason researching which is less well known among the Hungarian companies. How does the application of financial turnaround controlling help successful implementation of Hungarian turnaround management? Answering this question, we show an application that is the result of a long research and testing work. The used methodology is analysis, diagnosis and evaluation form financial and management accounting information. Conclusions are drawn from the research results of the Hungarian corporate database analysis of the period 2007-2020, and the case and situation analysis taken from the Hungarian consulting world. The applied technique is the self-development FINel financial expert system. By answering the research questions, the content and the methodology of corporate turnaround finances are taking shape, which also provides a useful helping hand for professionals and decision-makers dealing with finance and accounting.

Keywords: corporate turnaround finance, financial turnaround controlling

EGY ELFELEDETT MONETÁRIS POLITIKAI ESZKÖZ ÚJRA ÉRTELMEZÉSE A KLÍMAVÁLTOZÁS ELLENI KÜZDELEMBEN: A CÉLZOTT JEGYBANKI HITELEZÉS

Adopting a Forgotten Monetary Policy Instrument against the Climate Change: the Direct Credit Policy

BARTÓK László

doktorandusz hallgató (*PhD Student*)

Szegedi Tudományegyetem, Gazdaságtudományi Kar (*University of Szeged, Faculty of Economics and Business Administration, Szeged*)

Kockázatelemző (*Risk Analyst*)

OTP Bank Nyrt. (*OTP Bank Plc.*)

Absztrakt: Az elmúlt években a hétköznapi életünkben is egyre érezhetőbbé vált a klímaváltozás. Az egyre szélsőségesebb időjárási események jól mutatják, hogy az eddigi életmódunk nem folytatható tovább. A globális felmelegedést csak technológiai innovációk útján lehet mérsékelni. A technológiai váltáshoz, azonban mindig is pénzügyi forrásokra, tőkeallokációra volt szükség. Így nemcsak a vállalatoknak kell reagálniuk a klímaváltozás adta kihívásokra, hanem magának pénzügyi rendszer szereplőinek is. Jóllehet, az elmúlt években egyre inkább teret nyert a zöld pénzügyek fogalma, és azon belül is az ESG-teljesítményhez kötött hitelek alkalmazása, mely keretrendszer kidolgozásában nagy szerepet kaptak a szabályozói hatóságok, így a jegybankok is. Kérdés azonban, hogy a történelmi példákból okulva a központi bankok nem vállalhatnának-e még nagyobb szerepet a klímaváltozás elleni küzdelemben? Dolgozatom így egy mára már elfeledett, de meglehetősen sikeresen alkalmazott jegybanki eszközre koncentrálok, az úgynevezett közvetlen jegybanki hitelezési politikára, mely során egyes, kiemelt gazdasági ágakat célzottan tudott finanszírozni a jegybank, miközben az inflációt is kordában tartotta. Az eszköz gyakorlati alkalmazását Franciaország II. világháborút követő példáján keresztül vizsgálom meg.

Kulcsszavak: monetáris politika, zöld pénzügyek, klímaváltozás, hitelezési politika

Abstract: In the last few years, we have started to feel the effect of the climate change in our daily life. The extreme weather showed us that we have to reconsider our lifestyle choices. In order to slow the global warming down, we need technological innovation. To finance these innovations, we always need financial sources and capital allocation. Therefore, not only the corporate sector has to do the necessary efforts, but the actors of the financial system as well. In the last couple of years, green finance and the use of the ESG performance-fixed loans has gotten a more significant role, whose framework was prepared by the financial authorities as the central banks. Nevertheless, we have to ask the following question if we want to learn from the historical example: could the central banks play a more important role in the climate change? In my publication, I will turn my attention to a forgotten, but previously successfully used monetary policy tool, called the direct credit policy. Due to this instrument the central banks were able to finance directly some prioritized economic sectors and keep the inflation in line the same time. I will show through the French example how this monetary policy tool worked after World War II.

Keywords: monetary policy, green finance, climate change, credit policy

A ZÖLDÍTÉS CSERE TERMÉKEINEK MÓDSZERTANI KEZELÉSI LEHETŐSÉGEI AZ ÁRINDEXEKNÉL HEDONIKUS REGRESSZIÓVAL

Methodological Treatment Options for Greening Replacement Products in Price Indices with Hedonic Regression

OLEXÓ Tünde

PhD-hallgató (*PhD Student*)

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

szakstatistikus (*Stat. Expert*)

Központi Statisztikai Hivatal, Nemzeti Számlák főosztály, Fogyasztói árak osztálya (*Hungarian Central Statistical Office, National Accounts Department, Consumer Prices Section*)

Absztrakt: Az előadásban a zöldítési folyamatot módszertani szempontból közelítjük meg. A zöldítési folyamat, fogyasztói preferenciák változása - akár szabályozás által, akár önkéntesen - szervesen hat a fogyasztói kosárra, cseretermékeire, s ezáltal a fogyasztói árindexre is. A fogyasztói árindexből jóléti mutatóként az EUROSTAT szabályzatainak megfelelően a gyakorlatban szükséges a minőségi változás általi árváltozást kiszűrni szimmetrikus és asszimmetrikus módszerekkel szakértői döntés alapján. Mégis, mikor új döntési paraméterek kerülnek be a létező rendszerbe a fogyasztók által (pl. újrahasznosított anyag százaléka, vegetáriánus lét, csomagoló anyag, üzemanyag típus stb.), teljesen más lesz a hedonikus regresszió paramétereiben megjelenő minőségérzet. Ugyanis más szemmel nézzük a világot minden korban. Éppen ezért a hedonikus regressziót is újra szükséges értelmezni halmaz alapúan, mátrix számításokkal, amivel univerzális kezelési módhoz jutunk. Az előadásban a témakört gazdasági, társadalmi, algoritmikus, és strukturális irányból is megközelítjük, hogy komplex képet kapjunk a jövő dinamikus mozgatórugók által befolyásolt fogyasztásának mérési lehetőségeiről a fogyasztói árindex szintjén.

Kulcsszavak: árindexek, hedonikus regresszió, zöldítés, módszertan, EUROSTAT, minőségi kiigazítás

Az előadás tartalma a szerző magánvéleményét tükrözi; nem számít hivatalos állásfoglalásnak a szerző munkahelye, a Központi Statisztikai Hivatal részéről.

Abstract: In the lecture we approach the greening process from a methodological point of view. The greening process and the changes in consumer preferences, whether regulated or voluntary, have an integral impact on the consumer basket, its replacement products and thus on the consumer price index. As a welfare indicator from the CPI, it is necessary in practice to filter out price changes due to quality changes by symmetrical and asymmetrical methods, in accordance with EUROSTAT regulations, on the basis of expert decision. Yet when new decision parameters are added to the existing system by consumers (e.g. percentage of recycled material, vegetarian existence, packaging material, fuel type, etc.), the quality sensation in the parameters of hedonic regression will be completely different. Because we look at the world differently in every age. Therefore, hedonic regression also needs to be reinterpreted in a set-based way, using matrix calculations to obtain a universal treatment method. In the presentation, we approach the topic from an economic, social, algorithmic and structural perspective to get a complex picture of the possibilities of measuring the dynamic drivers of the future consumption at the level of the consumer price index.

Keywords: price indices, hedonic regression, methodology, EUROSTAT, quality adjustment

The content of the lecture reflects the private opinion of the author; does not constitute an official declaration by the author's place of work, the Hungarian Central Statistical Office.

GÖRDÜLÉKENY TERVEZÉSŰ FENNTARTHATÓ VAGYONKEZELÉS HOSSZÚ- ÉS RÖVID TÁVÚ EMPIRIKUS ÜTKÖZTETŐ ANALÍZISE, A LEGFRISSEBB KUTATÁSI EREDMÉNYEK FÜGGVÉNYÉBEN

Dr. CZIRÁKI Gábor PhD

tanársegéd (*Assistant Lecturer*)

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

Absztrakt: A publikáció egy 50 fő bevonásával végzett, 300 befektetési portfóliót és 350 befektetési elemet tömörítő empirikus kutatás eredményeiről ad számot. A kutatás 3 fő dologra fókuszált: befektetői döntéshozatal, diverzifikációban rejlő eltérések és a fenntartható vagyonkezelést célzó javaslatok. A módszertan alapján egyénenként 6–6 befektetési portfóliót képeztünk, keresve a diverzifikációban és a hozamban rejlő eltéréseket. Rövidtávnak praktikusán egy szemeszter (3 hónap) szerepelt, míg hosszú távon 9 év intervallumát vizsgáltuk. Mikor, melyik a nyertes formula, miért, mennyivel, milyen sorrendben, milyen távon, mi magyarázza az eredményeket és milyen intézkedéseket lehet hozni, javaslatokkal lehet élni a stratégia fenntarthatóság tekintetében – hangzottak a kutatás alapvető kérdései. A bemutatott gördülékeny tervezésű portfólió tervezés iránymutatásul szolgálhat a pénzügyi kultúra egyéni és intézményi szereplőinek is egyaránt. Jelen esetben érdekes következtetéseket vonhatunk le a viselkedésorientált pénzügyek hosszú- és rövid távú primer eredményeinek ütköztetésével. A pénzügyi tudatosság és az öngondoskodás magasabb szintre emelése (a pénzügyi kultúra fejlesztése), viselkedésorientált megértéssel kell, hogy párosuljon a hasznosulás érdekében, ami mostani kutatásunk viselkedési- és eredmény fókuszából is jól kiviláglik.

Kulcsszavak: gördülékeny tervezés, öngondoskodás, pénzügyi kultúra, portfólió menedzsment, viselkedésorientált pénzügyek

Abstract: The publication reports the results of an empirical study involving 50 people, comprising 300 investment portfolios and 350 investment items. The research focused on 3 main things: investor decision-making, divergences inherent in diversification, and suggestions for sustainable asset management. Based on the methodology, it was formed 6–6 investment portfolios per individual, looking for differences in diversification and returns. The short term was practically one semester (3 months), the long term 9 years long. The basic questions of the research were: What is the winning formula, when, why, by how much, in what order, in what term, what explains the results and what measures, suggestions can be made regarding the sustainability of the strategy. The smoothly designed portfolio planning can serve as a guide for individual and institutional actors in financial culture. In present case, it can be drawn interesting conclusions by colliding the long- and short-term primary outcomes of behavior-oriented finance. Raising financial awareness and self-sufficiency to a higher level (development of financial culture) must be coupled with behavior-oriented understanding in order to be utilized, which is also clear from the behavioral and outcome focus of the current research.

Keywords: Rolling Planning, Financial Culture and Self-care, Portfolio Management, Behavioral Finance

8. SZEKCIÓ (ONLINE): VERSENYKÉPESSÉG – MUNKAERŐPIAC

SESSION 8 (ONLINE): COMPETITIVENESS – LABOUR MARKET

MEZŐGAZDASÁGI VÁLLALKOZÁSOK JÖVEDELMEZŐSÉGE - JÖVEDELMEZŐSÉG ÉS INNOVÁCIÓ LEHETSÉGES TOVÁBBI OKAI

Profitability of Agricultural Enterprises - Other Possible Causes of Profitability and Innovation

ANGYAL Viktória

PhD-hallgató (*PhD Student*)

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

VAJAI Balázs

PhD-hallgató (*PhD Student*)

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

Absztrakt: Az innováció jelentős szerepet tölt be a vállalatok versenyképességének fenntartásában, jövedelmezőségük javításában és egyben lehetséges fejlődési irányait is elősegítheti. A pénzügyi pályázatok és támogatások valamint a kamattámogatott hitelek pontosan azt a célt szolgálják, hogy a vállalkozások nemzetközi szintű versenyben megállják a helyüket és fejlődésnek induljanak. Köszönhetően az alacsony kamatkörnyezetnek - kombinálva a kamattámogatással - jelentős eszközberuházást lehetett végrehajtani az elmúlt évtizedben alapvetően tőkeszegény gazdasági környezetben. Pataki-Lakatos-Vajai pontosan ezt vizsgálta a társas vállalkozású mezőgazdasági szereplők között és arra az eredményre jutott, hogy önmagában az eszközbeszerzések rövid-közép távon (3 év) nem okozzák a jövedelmezőség növekedését. Emiatt szükséges a meglévő kutatás kiterjesztése nem csak a mezőgazdasági vállalkozásokra, hanem egyéb szektorokra is. A mérleg és eredménykimutatás kapcsán nem mérhető változókat is vizsgálni kell, ami egy erősen kvalitatív kutatást igényel. A kutatás elsősorban az innováció és jövedelmezőség kapcsolatával, valamint annak mérhetővé tételével foglalkozik, valamint hogy a döntéshozók milyen értékek mentén hozzák létre az értékláncot, amely megkülönbözteti vagy kiemeli a vállalkozásukat a többi vállalkozástól.

Kulcsszavak: mezőgazdaság, innováció, versenyképesség, jövedelmezőség

Jelen publikáció az „EFOP-3.6.1-16-2016-00018 – A felsőoktatási rendszer K+F+I szerepvállalásának növelése intelligens szakosodás által Sopronban és Szombathelyen” című projekt támogatásával valósult meg.

Abstract: Innovation plays an important role in maintaining the competitiveness of companies, improving their profitability and can also help them to identify possible directions for their development. Financial tenders and financial supports as well as subsidised loans are precisely designed to help businesses to compete internationally and to develop. Thanks to the low interest rate environment, combined with subsidised interest rate, it has been possible to make significant investments in assets in the last decade when the economic environment was basically poor capitalised. This is exactly what Pataki-Lakatos-Vajai researched among agricultural operators in partnership and concluded that asset purchases alone do not lead to an increase in profitability in the short to medium term (3 years). For this reason, it is necessary to extend the existing research not only to agricultural businesses but also to other sectors. In the context of the balance sheet and profit and loss account, non-measurable variables also need to be researched, which requires a highly qualitative research methodology. The research will focus on the relationship between innovation and profitability and how to measure it, as well as on the values that decision-makers use to create the value chain that differentiates or distinguishes their business from other businesses.

Keywords: agriculture, innovation, competitiveness, profitability

This article was made in frame of the „EFOP-3.6.1-16-2016-00018 – Improving the role of research+development+innovation in the higher education through institutional developments assisting intelligent specialization in Sopron and Szombathely”.

KARRIERTUDATOSSÁG A FELSŐOKTATÁSBA VALÓ BELÉPÉSKOR ÉS AZ EGYETEMI ÉVEK ALATT *Career Consciousness at Higher Education Entry and During University Years*

Dr. habil. MOHÁCSI Márta PhD adjunktus (*Assistant Professor*)

Debreceni Egyetem, Bölcsészettudományi Kar, Szociológia és Szociálpolitika Tanszék
(*University of Debrecen, Faculty of Humanities, Department of Sociology and Social Policy*)

Dr. habil. FÉNYES Hajnalka PhD egyetemi docens (*Associate Professor*)

Debreceni Egyetem, Bölcsészettudományi Kar, Szociológia és Szociálpolitika Tanszék
(*University of Debrecen, Faculty of Humanities, Department of Sociology and Social Policy*)

Absztrakt: Előadásunkban a felsőoktatási hallgatók belépéskori és egyetemi évek alatti karriertudatosságával és az ezekre ható tényezőkkel foglalkozunk egy öt Közép és Kelet európai országban végzett kérdőíves kutatás (N=2199) adatai alapján. A „bemeneti karriertudatosság” kutatásunkban azt jelenti, hogy a diákok a továbbtanulás során az adott diplomával elérhető magasabb béreket, elismert foglalkozás szerzését és a könnyebb munkahelyi elhelyezkedést veszik elsősorban figyelembe. Az egyetemi évek alatti „folyamati karriertudatosságot” pedig kutatásunkban egyes, a karriert támogató eredményességi mutatókban elért nagyobb teljesítménnyel, illetve a tanulmányok mellett végzett karrierépítő célú önkéntes és fizetett munkavállalással operacionalizálunk. Kutatásunkban klaszter és főkomponens-elemzést végeztünk a bemeneti és folyamati karriertudatosság standardizált indexei mentén, illetve logisztikus és lineáris regresszióval vizsgáltuk a karriertudatosságra ható tényezőket. Eredményeink szerint, akik a továbbtanulás során karriertudatosak voltak, nem feltétlenül karriertudatosak az egyetemi évek során, emellett más háttértényezők is befolyásolják a kétféle karriertudatosságot.

Kulcsszavak: karriertudatosság, felsőoktatási hallgatók, kvantitatív elemzés, Közép és Kelet Európa

Az előadás alapja a "Társadalmi és szervezeti tényezők szerepe a hallgatói lemorzsolódásban" 123847 sz. projekt az NKFI támogatásával, a K-17 pályázati program finanszírozásában valósult meg.

Abstract: In this study, we examine higher education students' career consciousness at their entry into higher education and during their studies, and explore the factors affecting career consciousness based on a survey conducted in five Central and Eastern European countries (N = 2199). "Career consciousness at entry" in this study means that students apply to higher education programs based primarily on the higher earnings available through the given degree, the prestige of the profession, and an easy job search. We operationalize "career consciousness during the studies" in terms of high levels of career-related performance indicators, as well as voluntary and paid employment alongside the studies for career-oriented purposes. In our research, we performed cluster and principal component analyses on standardized indices of career consciousness at entry and during the studies. We also examined the factors influencing career consciousness through logistic and linear regression analyses. According to our results, those who are career conscious at the entry into higher education do not necessarily remain career conscious during their studies, and various background factors influence the two types of career consciousness.

Keywords: career consciousness; higher education students; quantitative analysis; Central and Eastern Europe

Project no. 123847 has been implemented with the support provided from the National Research, Development, and Innovation Fund of Hungary, financed under the K_17 funding scheme.

A HATÉKONY ELLÁTÁSI LÁNC MEGVALÓSULÁSÁHOZ SZÜKSÉGES KOMPETENCIÁK HALLGATÓI ÉS MUNKAERŐPIACI SZEMSZÖGBŐL

Competencies Required for the Implementation of an Efficient Supply Chain from the Perspectives of Students and the Labour Market

MUNKÁCSI Adrienn

egyetemi tanársegéd (*Assistant Lecturer*), doktorandusz hallgató (*PhD Student*)

Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola, Vállalatgazdaságtan Intézet
Logisztika és Ellátási Lánc Menedzsment Tanszék

(Corvinus University of Budapest, Doctoral School of Business and Management, Institute of Business Economics, Department for Logistics and Supply Chain Management)

Absztrakt: Az ellátási lánc, mint a vevői elvárások kielégítéséhez hozzájáruló és azt biztosító rendszer a folyamatosan változó világunkban kiemelkedően fontos terület. Ezért az ellátási lánc területen tevékenykedő vállalat olyan kompetenciákkal rendelkező munkavállalókat keres, akik segítik céljai elérésében. A kutatás célja ebből következően az oktatás során fejlesztendő képességek, készségek, attitűdök és ismeretek (kompetenciák) tudatosítása volt a hallgatók és a munkáltatók körében végzett kutatások eredményeinek ütköztetésével. A megkérdezésben a BCE ellátási lánc-menedzsment (ELM) 110 mesterszakos (MSc) hallgatója vett részt, majd válaszaikon szignifikanciavizsgálat készült. A kérdőívben 17 kompetenciacsoportról kellett eldönteni, hogy egy logisztikai, beszerzési, termelési, raktározási, vagy disztribúcióért felelős vezetőnek melyikre milyen mértékben – egy 0-100-ig terjedő skálán értékelve – van szüksége. A prezentációs készségek értékelése mutatta az egyik legérdekesebb eredményt, mert rávilágított a vállalatok-, és a diákok szerint munkáltatók által elvárt kompetenciák közötti eltérésre. A tanulmányban bemutatott eredmények nemcsak további kutatások alapjait fektetik le, hanem hangsúlyozzák a kompetenciák fejlesztésének relevanciáját és a képzésben alkalmazott módszerek újragondolását.

Kulcsszavak: ellátási lánc, logisztika, mesterképzés (MSc), kompetencia, munkaerőpiac

Jelen publikáció az Európai Unió, Magyarország és az Európai Szociális Alap társfinanszírozása által biztosított forrásból az EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00007 azonosítószámú „Tehetségből fiatal kutató - A kutatói életpályát támogató tevékenységek a felsőoktatásban” című projekt keretében jött létre.

Abstract: The supply chain, the system granting customer satisfaction, is an important field in our changing world. This field's profit-oriented companies seek employees with the competencies to achieve their goals. This research's aim was to raise awareness of those competencies that should be developed. The authors questioned 110 supply chain management (SCM) master's degree (MSc) students from Corvinus University of Budapest (CUB) and performed a significance test on their answers. They were asked to assess 17 competency groups and state the extent to which – on a scale from 0 to 100 – supply chain managers need them. One of the most interesting results was the assessment of presentation skills, which indicated differences between the competencies that companies expected and those that students believed were required. This study not only lays the groundwork for further research but also emphasizes the relevance of those competencies to be developed and the rethinking of training methods and outcome requirements.

Keywords: supply chain management, logistics, master's degree (MSc), competency, labour market

The present publication is the outcome of the project „From Talent to Young Researcher project aimed at activities supporting the research career model in higher education”, identifier EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00007 co-supported by the European Union, Hungary and the European Social Fund.

AZ IPAR 4.0 KONCEPCIÓ KIHÍVÁSA A KIS ÉS KÖZÉPVÁLLALKOZÁSOKRA. OKTATÁS INNOVÁCIÓ, TERMELÉS DIGITALIZÁCIÓ SZOLGÁLATÁBAN AZ IPARI MUNKAERŐ-HATÉKONYSÁG TÁMOGATÁSÁRA.

MILYEN DIGITÁLIS KOMPETENCIA SZÜKSÉGES A TELJESKÖRŰ MUNKAERŐ HATÉKONYSÁG FEJLESZTÉSÉHEZ?

The Challenge of Industry 4.0 to the Small and Midsize Companies. Education System Innovation, Production Digitalization to Support Overall Labour Effectiveness.

What Digital Competencies are Needed to Develop Overall Labour Effectiveness?

NÉMETH Eszter PhD-hallgató (*PhD Student*)

Pannon Egyetem Veszprém, Alkalmazott Gazdálkodástani Intézet (*University of Pannonia, Veszprém, Institute of Applied Management Sciences*)

NÉMETH Kornél PhD-hallgató (*PhD Student*)

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

Absztrakt: Az Ipar 4.0 koncepció (I4.0) manapság felkapott jelenség, olyan tendencia, amelyben a decentralizált termelési rendszerek elterjedése és a mesterséges intelligencia, a gépi tanulás, a prediktív és adaptív támogatási rendszerek megváltoztatják az ipari környezetet és ez hatással lesz a kompetencia szükségletekre. Minden változás közvetlen hatással lehet a gazdasági eredményre vagy akár a szervezet versenyképességére. Ez a kutatási projekt komplex interdiszciplináris tanulmány elvégzésével vizsgálja az I4.0 kis- és középvállalkozások számára jelentett hatásait, az általános munkaerő-hatékonyságot és az oktatási rendszerek innovatív képességét a változások támogatására. Az emberi tényező szerepe megkérdőjelezhetetlen az I4.0 koncepció adaptációjában, a megváltozó kompetenciaigények beszerzése minden szervezetben a hatékony működés ezáltal a fennmaradás kulcsa. Tanulmányunkban vizsgáljuk, hogy a digitális transzformáció milyen új digitális kompetenciákat igényel, erre milyen oktatási innovációs lehetőségek szükségesek és a tanulmány célja, hogy bemutassa az összefüggést az oktatási rendszerek átalakítása az ipar igényeinek kielégítésére és az munkaerő hatékonyság között. Ez a tanulmány az ipari gazdaságtanról szól, ahol a szerzők szerint továbbra is a gazdasági siker kulcsa az oktatási rendszerek innovációs képessége, az ipari termelő rendszerek támogatására a humán erőforrás hatékonyságának menedzselésén keresztül.

Kulcsszavak: Ipar4.0, digitális, kompetencia, hatékonyság, képzés

Abstract: The Industry 4.0 concept (I4.0) is a hot topic today, a trend where the spread of decentralized production systems and the appearing of artificial intelligence, machine learning, predictive and adaptive support systems in the industrial environment influences the competence needs. Any change can directly affect the economic performance or even the competitiveness of the organization. This complex interdisciplinary research project examines the impact of I4.0 on small and medium-sized enterprises, the overall workforce efficiency, and the innovative capacity of education systems to support this change. The role of the human factor is unquestionable in the adaptation of the I4.0 concept, the acquisition of new competencies in all organizations may be the key to the efficient operation. In our study, we examine what new digital competencies needed for the digital transformation, what educational innovation opportunities are needed, and the aim of this study is to show the relationships between transforming education systems to meet industry needs and workforce efficiency. This study is about industrial economics, where the authors believe that the key to economic success is the ability of education systems to innovate, and support industrial production systems through the management of human resource efficiency.

Keywords: industry4.0, digital, competence, effectiveness, education

VERSENYKÉPESSÉG MADÁRTÁVLATBÓL: GLOBÁLIS KIHÍVÁSOK ÉS EU-VÁLASZOK A XXI. SZÁZADBAN

Competitiveness from a Bird's Eye View: Global Challenges and EU Responses in the 21st Century

Dr. SZEMLÉR Tamás PhD

egyetemi docens, tanszékvezető (*Associate Professor, Head of Department*)

Nemzeti Közsolgálati Egyetem, Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar,
Közgazdaságtani és Nemzetközi Gazdaságtani Tanszék (*University of Public Service, Faculty of Public Governance and International Studies, Department of Economics and International Economics*)

Absztrakt: A XXI. század során az Európai Unió (EU) már többször is megmutatta a gazdasági növekedéssel, a versenyképességgel és a fenntarthatósággal kapcsolatos ambícióit. A lisszaboni stratégia korlátai, amelyek elsősorban a pótlólagos (uniós) pénzügyi források hiányával, valamint a kötelezettségvállalások nem kötelező jellegével voltak kapcsolatosak, csak részleges sikert tettek lehetővé. A 2008-as gazdasági világválság után az Európa 2020 stratégia – a meglévő uniós eszközökhöz való szervezettebb kapcsolódása ellenére – sem vezetett látványos sikerhez. 2020-ban a COVID-19 világjárvány okozta világméretű sokk életünk minden területét megváltoztatta. Ez alól az EU intézkedései sem jelentettek kivételt: a Next Generation EU olyan újdonság az európai integrációs folyamat történetében, amelynek akár hosszú távú hatása is lehet a további fejlődésre.

Kulcsszavak: versenyképesség, Európai Unió, Lisszaboni stratégia, Európa 2020 stratégia, Next Generation EU

Abstract: Since the beginning of the 21st century, the European Union (EU) has several times demonstrated its ambitions related to economic growth, competitiveness and sustainability. The limitations of the Lisbon Strategy, related to the lack of additional (EU) financial resources as well as the non-obligatory nature of the commitments have resulted in only partial success. After the 2008 world economic crisis, the Europe 2020 Strategy – despite its more organic relationship to existing EU instruments – has led to no spectacular success, either. In 2020, the world-wide shock caused by the COVID-19 pandemic has changed all aspects of our life. This included EU actions, as well: the Next Generation EU instrument is a real novelty in the history of the European integration process, with potential long-term effects on its further development.

Keywords: competitiveness, European Union, Lisbon Strategy, Europe 2020 Strategy, Next Generation EU

HAJLÉKONYFALÚ CSOMAGOLÓANYAGOK STRUKTÚRÁJÁNAK ELEMZÉSE FLEXOGRÁFIAI MATT LAKKOZÁSI TECHNOLÓGIA ESETÉN

Analysis of the Matt Lacquering Structure of Flexible-walled Packaging Materials in the Case of Flexographic Printing Technology

VÁRZA Ferenc doktorandusz hallgató (*PhD Student*)

Soproni Egyetem, Faipari Mérnöki és Kreatívipari Kar, Cziráki József Faanyagtudomány és Technológiák Doktori Iskola (*University of Sopron, Faculty of Wood Engineering and Creative Industries, József Cziráki Doctoral School of Wood Sciences and Technologies*)

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

Nyomda-Technika Kft., Debrecen (*Nyomda-Technika Kft. / Debrecen, Hungary*)

JOÓBNÉ Dr. PREKLET Edina egyetemi docens, intézetigazgató (*Associate Professor, Director of Institute*) Soproni Egyetem, Faipari Mérnöki és Kreatívipari Kar, Fizika és Elektrotechnika Intézet (*University of Sopron, Faculty of Wood Engineering and Creative Industries, Institute of Physics and Electrical Engineering*)

Absztrakt: A flexográfiai nyomtatás a nyomdaipar egyik leggyorsabb ütemben fejlődő ágazata. Kutatásban egy felület nemesítő eljárás a matt lakkozásban rejlő lehetőségeket vizsgáljuk. Napjaink csomagoló anyag trendjének alakulásában egyre nagyobb szerepet kapnak a különböző felület nemesítési eljárások mint például különböző biztonsági lakkok, védőlakkok, barrier lakkok és az általunk választott matt lakk típusok. A kutatás során megvizsgáljuk a változó lakk felhordási mennyiségek esetén a felületi struktúra alakulását és a különböző felületi mintázatú klisék alkalmazása esetén mérni fogjuk a fényességi értékeket. A vizsgálatokhoz egy általunk kifejlesztett lakk típust használtunk, aminek fejlesztésekor kritikus pontok voltak a nagyfokú hőállóság és a fejlesztés legnehezebb pontja az ujjlenyomatállóság. Nyomtatás során három különböző klisé típust és három eltérő felhordású anilox hengert használtunk. A lakkfelhordás eredményességét számos tényező befolyásolja: a nyomóforma lakkfelvétele, a nyomtatási sebesség, a nyomóerő, a hőmérséklet valamint a nyomóforma, és a nyomathordozó tulajdonságai. A fenti vizsgálati eredmények, a flexo nyomtatási technológiában rejlő lehetőségek egy szegmenseként, komoly gazdasági hatással bírhatnak a hatékonyság és a takarékoság területén, hozzájárulva ezáltal a környezetünk védelméhez.

Kulcsszavak: flexográfiai nyomtatás, lakkozás, felületi mintázat

Abstract: Flexographic printing is one of the fastest growing sectors in the printing industry. Our related research project examined the potential of matte varnishing, as surface finishing process. Various surface finishing processes, such as various safety varnishes, protective varnishes, barrier varnishes, and the types of matt varnish we have chosen, are playing an increasingly important role in the development of today's packaging material trend. In the course of the research, we tested the changes in the surface structure of the varnishing layer in the case of varying amounts of lacquer application, and we measured the gloss values in the case of the use of clichés with different surface patterns. For the tests, we used a type of varnish developed by us, the critical required feature of which was a high degree of heat resistance, and in the development of which the biggest challenge was to achieve fingerprint resistance (no fingerprints can be seen on the varnished surface of the media after touching). Three different cliché types and three differently applied anilox rollers were used for printing. The effectiveness of the varnish application is influenced by a number of factors: the varnish uptake of the printing plate, the printing speed, the printing force, the temperature and the properties of the printing plate and the substrate. The results of the above studies, the potential of flexographic printing technology, a segment of opportunities, in themselves may have a serious economic impact on the efficiency, economy, and last but not least - and as a result - also in the field of environmental protection.

Keywords: flexographic printing, varnishing, surface structure

9. SZEKCIÓ (ONLINE): POSZTER-ELŐADÁSOK

SESSION 9 (ONLINE): POSTER PRESENTATIONS

EGÉSZSÉGÜGYI INNOVÁCIÓK MAGYARORSZÁGON – STARTUP ASPEKTUS

Healthcare Innovations in Hungary – from the Point of View of Startups

VITÉZ-DURGULA Judit

doktorandusz (*PhD Student*)

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

Absztrakt: A COVID-19 világjárvány okozta globális kihívás innovatív megoldásokra ösztönzi a világot. Csakúgy, mint más iparágakban, az egészségügy terén is megjelent az igény a digitális, a személyes kontakttól mentes tanácsadásra, a klasszikus orvos-páciens kapcsolattartás mellett. Ez a tendencia várhatóan hosszútávon meghatározza majd az egészségügy jövőjét.

Az egészségügy terén létrejövő ötletek és kutatások száma a feltörekvő cégek számánál is nagyobb, azonban kevés vállalkozás van, ami hosszútávon képes eredményesen működni. Hazánkban több száz egészségügyi kutatás, valamint 100+ egészségügyi startup vállalkozás tűzte ki célul, hogy megoldást kínáljon a megváltozott helyzetre, hiányosságokra. Egy egészségügyi startup sikerét nem garantálja a vízió és az innovatív ötlet, megannyira fontos a megvalósításhoz az időzítés, a szakmaiság, a stabil pénzügyi és jogi háttér megteremtése és folyamatos biztosítása. Ebben a tanulmányban a Magyarországon útnak indult egészségügyi innovációkat térképezem fel. Bemutatásra kerülnek a következők: főbb jellemzők, scaleupok, finanszírozási lehetőségek, trendek – a fellelhető szekunder források tükrében.

Kulcsszavak: egészségügy, innováció, startup

Abstract: The global challenge caused by the COVID-19 pandemic drives the world to innovative solutions. Just as in other industries, a demand appeared for digital, free of personal contact consultation in healthcare, alongside the classic doctor-patient relationship. This trend is expected to determine the future of healthcare in the long term. The number of ideas and research generated in the field of healthcare is even higher than the number of emerging companies, however there are few companies which can operate effectively for a longer time. In Hungary hundreds of healthcare researches and 100+ healthcare startups have set the goal of offering a solution to the changed situation and deficiencies. The success of a healthcare startup is not guaranteed by the vision and innovative idea; the timing, professionalism, creation and continuous operating of the stable financial and legal background are also important for the implementation. The healthcare innovations started in Hungary are mapped in this study. The followings are presented: main features, scaleups, funding opportunities, trends – in the light of available secondary sources.

Keywords: healthcare, innovation, startup

SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG FÜR ORGANISATIONEN UND UNTERNEHMEN: ERSTE SCHRITTE

Search Engine Optimization for Organizations and Businesses: Getting Started

Dipl.-Kffr. Nicole WASSENBERG, MBA

University of Sopron, Management and Organisation Sciences, Hungary

Abstract: One specific topic of online marketing deals with search engine optimization (SEO). The basic idea behind is, that it defines the better findability of websites in the World Wide Web, to bring companies and organizations more attention and thus also more sales through a higher visibility. In order to get into the best-placed results of the search engines (e.g., Google or Bing), a very good content strategy is required. This goes hand in hand with the entire management of the company website to optimize all relevant aspects of the website in such a way that the visibility in search engines increases further and sustainably. For this purpose, some factors must be coordinated in such a way that the content, the strategy, the alignment, and the CMS harmonize with each other. To strive for higher visibility, the starting point is a in-depth analysis of one's own website. In further steps, keywords are defined, and these are strategically anchored in the content strategy. In an ongoing process, keywords, content, and strategy are constantly optimized and further analysed. The paper at hand outlines how organisations and businesses can make use of search engine optimization in the long term.

Keywords: Marketing, SEO (Search Engine Optimization), Online-Marketing

SUCCESS FACTORS OF ORGANIZATION DESIGN IN THE IT AND HIGH-TECH SECTOR – A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Katharina RÖHRIG, MBA

PhD Candidate

UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia - Catholic University San Antonio de Murcia, Spain

Prof. Dr. Dr. habil. Clemens JÄGER

Full Professor

(General business administration, especially finance & turnaround management)

FOM University of Applied Sciences for Economics & Management, Essen, Germany

Dr. Gonzalo WANDOSELL PhD

Full Professor

UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia - Catholic University San Antonio de Murcia, Spain

Abstract: The overriding intention of this paper lies in the importance of global market influences on organizational structures, especially in consideration of the factors of a successful organization design in the IT and high-tech industry. It seems to be indisputable in literature that organization design can make a significant contribution to the success of a company. The IT and high-tech industry is considered to be particularly volatile, which leads to the assumption that the organizational structures must be subject to a special adaptability as well in order to take into account the requirements that are critical to success. Dynamics of market environmental factors therefore require companies to develop customer-oriented innovations in order to provide new product features and to adapt their strategies. Also, completely unpredictable global influences, such as the corona pandemic, forced companies to implement agile and flexible structures since customers' needs were changing more rapidly than before and in an unprecedented manner. The basis for the results of this paper is a systematic literature review of studies of the past 20 years. The results suggest that seven propositions in particular can support the success of a company in terms of the application of an adequate organization design. Thereby, entrepreneurs' personality and mindset seem to have a superior meaning.

Keywords: Organization design, IT and high-tech industry, Entrepreneurship

THE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES WITHIN A SALES PITCH IN BRICK-AND-MORTAR RETAIL - AN INVESTIGATION INTO THE EXTENT TO WHICH SUCCESS FACTORS IN B2C AND B2B DIFFER

Dominik RODE, MBA

PhD Candidate

UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia - Catholic University San Antonio de Murcia, Spain

Prof. Dr. Cathrin STAMMEN-HEGENER

Full Professor

(Professor of Business Administration)

FOM University of Applied Sciences for Economics & Management, Essen, Germany

Prof. Dr. Nicolás GONZÁLVIZ-GALLEGO

Full Professor

UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia - Catholic University San Antonio de Murcia, Spain

Abstract: Digitalization is steadily advancing. This has an impact on almost all areas in our daily life. In addition to politics or people's everyday lives, digitalization also has an enormous impact on brick-and-mortar retail. In recent years, the use of digital technologies in stationary retail has increased rapidly. The use of digital technologies is also being used for sales pitches. This applies to both: B2C and B2B customer talks: On the one hand, industrial partners use digital technologies for their sales talks, such as tablets, when they go into retail. On the other hand sellers in brick-and-mortar retail also use digital technologies, such as configuration programs, in order to be able to advise their end-customers in a targeted manner.

In this context, the author deals on the one hand with showing which digital technologies are used in both areas. On the other hand, however, the author's intention is also to find out to what extent the success factors for sales talks in the B2B area and in the B2C area differ - or possibly lead to the same success. The aim of the study is to expand the knowledge for top management on both sides - for both the B2B and B2C areas. The author would like to identify the success factors on customer satisfaction, to provide an overview that B2B and B2C can use in the form of recommendations for decision-makers on both sides.

This poster therefore gives an overview of the various possibilities of digital technologies that are used in B2B and B2C for sales pitches in retail and identifies their success factors.

Keywords: Digital Transformation, Digital Technologies, Customer Satisfaction, Retail

INTEGRATED REPORTING: CURRENT DEVELOPMENTS AND IMPLICATIONS FOR FUTURE RESEARCH
– A STRUCTURED LITERATURE REVIEW

Marcel MOCK, M. Sc., CIIA, CEFA

PhD Candidate

UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia - Catholic University San Antonio de Murcia, Spain

Prof. Dr. Nicolás GONZÁLVEZ-GALLEGO

Full Professor

Facultad de Ciencias Jurídicas y de la Empresa

UCAM Universidad Católica San Antonio de Murcia - Catholic University San Antonio de Murcia, Spain

Abstract: In April 2021, the European Union published a proposal for a Corporate Sustainability Reporting Directive, which revises and strengthens the already existing rules of the Non-Financial Reporting Directive. For this reason, sustainable and integrated information is becoming increasingly relevant and essential in the context of corporate reporting. Therefore, this study aims to identify the current developments and implications in the field of Integrated Reporting according to the "International Integrated Reporting Framework". A structural literature analysis was conducted to assess the most critical trends, insights, critiques, and developments. The corresponding results were processed descriptively. Based on these findings, implications for future research were derived. The research results show that Integrated Reporting continues to be a relevant field of research. Furthermore, the findings indicate that Integrate Reporting is gaining international importance and will remain in focus and of great significance for companies, not least due to changing regulatory requirements. Nevertheless, the results also suggest that open research questions still need to be further and more decisively emphasized in future studies.

Keywords: Integrated Reporting, <IR>, Corporate Reporting, Management Approach, Structured Literature Review

MODELING THE CUSTOMS AND LOGISTICS FRAMEWORK OF INTERNATIONAL INTEGRATION PROCESSES

Prof. Dr. Roman FEDORENKO

Associate Professor

Samara State Technical University, Heat and Power Department, Russia

Abstract: The modeling process allowed to reveal specific problems that prevent the active inclusion of regional businesses in international supply chains. The most important element uniting all these problems is the need for the formation and subsequent development of a modern customs and logistics framework for the region's foreign trade activities. The key part of this framework is the regional transport and logistics network. We have identified the main factors influencing the development of the transport and logistics network, which were divided into three groups - infrastructure, transport and market. The composition of the transport and logistics network can be represented as a model containing a set of a certain number of logistics objects located on a certain number of sections of the transport network.

Keywords: foreign trade, customs and logistics support, transport, integration

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

RÖVIDÍTÉSEK ABBREVIATIONS

| | |
|---------------|--|
| BCE | Budapesti Corvinus Egyetem (<i>Corvinus University of Budapest, Hungary</i>) |
| BGE KVIK | Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar (<i>Budapest Business School, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism, Hungary</i>) |
| DE BTK | Debreceni Egyetem, Bölcsészettudományi Kar (<i>University of Debrecen, Faculty of Humanities, Hungary</i>) |
| DUE | Dunaújvárosi Egyetem (<i>University of Dunaújváros, Hungary</i>) |
| EDUTUS | Edutus Egyetem (<i>Edutus University, Hungary</i>) |
| FH Burgenland | University of Applied Sciences Burgenland, Eisenstadt, Austria |
| FH Joanneum | University of Applied Sciences, Graz, Austria |
| FOM | University of Applied Sciences for Economics & Management, Germany |
| MATE | Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem (<i>Hungarian University of Agriculture and Life Sciences, Hungary</i>) |
| ME GTK | Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar (<i>University of Miskolc, Faculty of Economics, Hungary</i>) |
| METU | Budapesti Metropolitan Egyetem (<i>Budapest Metropolitan University, Hungary</i>) |
| NKE ÁNTK | Nemzeti Közszolgálati Egyetem, Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar (<i>University of Public Service, Faculty of Public Governance and International Studies, Hungary</i>) |
| OE | Óbudai Egyetem (<i>Óbuda University, Hungary</i>) |
| PE GKZ | Pannon Egyetem, Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg (<i>University of Pannonia, Zalaegerszeg Faculty of Business Administration, Hungary</i>) |
| PE GTK | Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar (<i>University of Pannonia, Faculty of Business and Economics, Hungary</i>) |
| PE NK | Pannon Egyetem, Nagykanizsai Kampusz (<i>University of Pannonia, Nagykanizsa Campus, Hungary</i>) |
| PTE | Pécsi Tudományegyetem (<i>University of Pécs, Hungary</i>) |
| SOE FMK | Soproni Egyetem, Faipari Mérnöki és Kreatívipari Kar (<i>University of Sopron, Faculty of Wood Engineering and Creative Industries, Hungary</i>) |
| SOE LKK | Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar (<i>University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics, Hungary</i>) |
| SSEU | Samara State University of Economics, Russian Federation |
| SZE MEK | Széchenyi István Egyetem, Mezőgazdaság- és Élelmiszertudományi Kar (<i>Széchenyi István University, Faculty of Agriculture and Food Science, Hungary</i>) |
| SZE RGDI | Széchenyi István Egyetem, Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola, Győr (<i>Széchenyi István University, Doctoral School of Regional- and Business Administration Sciences, Győr, Hungary</i>) |
| SZTE GTK | Szegedi Tudományegyetem, Gazdaságtudományi Kar (<i>University of Szeged, Faculty of Economics and Business Administration, Hungary</i>) |
| TPF | Tomori Pál Főiskola (<i>Tomori Pál College, Hungary</i>) |
| UCAM | Catholic University of San Antonio in Murcia, Spain |