

EGY SZLOVÁKIAI VÁLLALAT ÉRTÉKÍTÉLETE A SZERVEZETI BIZALOMRÓL A COVID-19 GAZDASÁGI HATÁSAINAK SZEMPONTJÁBÓL

Éva BALOGH¹- Gabriella MICHALEC²

ABSTRACT

The aim of the research is to highlight the importance of trust between organizations. The key to success is not only numbers and profit margins, but also building trust between employees and employers, employees and business partners. The lack of trust is a phenomenon that can ruin many companies, but it should not always be a volatile quality. This is a tangible, pragmatic advantage that every company can create itself relatively quickly and successfully. The lack of trust can generate difficulties for the company not only in theory, but also in practice. Everyone who's linked to the company can feel it's consequences: suppliers, contractors, consumers, customers, employees, and the organization. However, sometimes there are those kind of influencing factors, that companies cannot fully prepare for and they are not ready for-when something starts in the world that no one expected before and we have no influence on such a process - a pandemic that freezes the world economy.

KEYWORDS

Confidence. Organization. Management. Culture. Knowledge. Trust

BEVEZETŐ

Számos hazai és nemzetközi kutatás szól a választott témánkról, azonban ezek elsődlegesen az elméletben vizsgálják a témakört, esetleg külön-külön szólnak kutatások a szervezeti bizalomról, számszerűsíthető eredmények csekély számban érhetők el. Ez is az egyik oka annak, hogy ezt a kutatási területet választottuk kutatásunkhoz, hogy betöltsük a rést és a hiányokat a téma egészének megvilágításában, számszerűsített adatokat szeretnénk közölni, mennyire fontos e jellemző egy vállalat életében, milyen gazdasági hatásai vannak, amikkel felhívjuk a figyelmet egy olyan területre, ami napjainkban még nincs a középpontban.

A kutatás célja feltárni a kapcsolatot - gazdasági szempontból - a szervezeti bizalom és a COVID-19 összefüggése tekintetében.

Tehát azért is választottuk ezt a témát, mert kevés kutatás és tanulmány született a fenti tényezők összefüggéseit célozva. Ugyanakkor szükséges foglalkozni a témával, mivel a globalizáció erősödik, a versenytársak száma rohamosan növekszik, sok vállalat dolgozik ugyanazon piacon, tehát a versenyszféra nagyon erős. Ezért is fontos egy vállalaton belül kialakítani a kultúrát úgy, hogy etikai elvárásoknak megfeleljenek, és ki kell alakítani szervezetten belül és kívül a partnerekkel a bizalmat, mert nagyon könnyen elveszíthetők ezek hiánya esetén. Ha e két komponens megvan és sikerült megvalósítani, akkor beszélhetünk kezdeti szervezeti sikerről. Azonban a sikeres szervezeti működéshez számos további elvárás megfogalmazódik, amelyeknek helyet kell kapnia a kutatásokban. Sok esetben előfordul, hogy a vállalaton belül úgy tűnik, minden a helyén van, viszont egy fontos összetevő hiányzik, a

¹ Mgr. Balogh Éva, 119582@student.ujs.sk, evuska15@gmail.com

² Mgr. Michalec Gabriella, michalecova.gabriela@gtk.uni-pannon.hu

bizalom, ami nélkül nem működhet jól a szervezet. Ennek ellenére 2019 – ben egy olyan probléma ütötte fel a fejét a világban, amire az emberek többsége nem számított, a COVID-19. A gazdaságot és ezzel a vállalatok működését példátlan módon megváltoztatta a vírus, a legtöbb alkalmazott otthonról dolgozik, a házhoz szállítás iránti igény jelentősen megnőtt, az életermek és sok más intézmény bezárta kapuit a nyilvánosság előtt, és az üzleti kudarcok aránya ugrásszerűen megnőtt [11]. A válság idején a kooperációs tevékenységek megvalósítását magában foglaló kutatási fókusz mindmáig alul van kutatva, ezért nem világos, hogy a szervezetek vezetői hogyan tudják kezelni az együttműködés és a verseny kölcsönhatását, hogy megbirkózzanak a széles körben elterjedt vészhelyzetek potenciálisan pusztító hatásaival (pl. COVID-19) [5]. Ennek a kutatásnak az a célja, hogy megvizsgálja, hogyan tudja egy felvidéki vállalat vezetője felmérni a bizalmi szintet a vállalatban belül ilyen válsághelyzetben és megmutatja, hogy ha egy kisvállalatnál problémát jelentett az életben maradás, miképp sikerült tovább működni és kialakítani a bizalmat.

A szervezeti bizalom értelmezése

Amikor egy vállalat elindításra kerül, fontos, hogy úgy alakítsák ki azt, hogy az hiteles és etikus legyen az emberek számára, amely arra törekszik, hogy megfeleljen a társadalmi elvárásoknak, optimalizálva a vállalat érintettekre gyakorolt hatását és minimalizálva a tevékenységekre káros hatásait [6]. Az Egyesült Államokban az 1950-es években visszasságok alakultak ki a gazdasági életben, erre reagálva alakult ki az üzleti etika. Céljaként kitűzött a morál vizsgálata és annak jobbá fejlesztése úgy, hogy a szervezeti kultúra tanításába beletartozzék az erkölcsi tudatosság [7]. Ebbe a tanításba beletartozik az üzleti bizalom kialakításnak elsajátítása, hiszen a tapasztalatok azt mutatják akár a személyes kapcsolatknál nézve, hogy az emberek olyan vállalatok termékeit és szolgáltatásait veszik meg, akik morálisak és bízni lehet bennük. A bizalmat elérni a fogyasztóknál nem kis feladat, akár évekbe telhet, de megtérül az emberi ráfordítás. Páratlan jelentőségű, ami képes megváltoztatni mindent. Nélküle nem működnek az emberi kapcsolatok, az üzleti élet, a gazdaság költségei megnőnek, a befektetett erőnk, bármibe is kezdünk, nem térül meg, vagy csak nagyon lassan. Amikor a bizalmi szint alacsony egy vállalatban, a működési sebessége lelassul, ami plusz költségekkel jár, ezzel szemben, amikor a bizalom magasan jelen van egy szervezetben, felgyorsulnak a folyamatok és csökken a ráfordított költség az adott munkára. A legnagyobb kiadás az életben a bizalom hiánya, ideértve a vállalatokat és a családokat [3]. Az alacsony bizalomnak számos súlyos kihatása lehet a szerződéskötésekre, ahol megnyúlhat a megegyezés ideje, az együttműködésre, a fejlesztési és innovatív ötletek ki nem mondására és mindezekből bekövetkező gazdasági hatékonyság lassulására [9].

A kutatások száma az üzleti etika és a szervezeti bizalom témákban elenyésző, mert ezek felhasználásában kételkedők véleménye szerint a gazdasági etika egy szobatudomány, ami semmiképpen sem alkalmazható abból a szempontból, hogy segíteni tud vállalatoknak a sikeresebb működés érdekében, ezért is szeretnék mélyebben beleásni és felhívni a figyelmet e két tényező fontosságára [10]. Szólnak kutatások az üzleti morálról, amik abból a szempontból vizsgálják a témát, hogy a gazdaság különböző területein az erkölcsi vákuum milyen jelei tapasztalhatók a vállalatoknál, vagy olyan képzésekre hívják fel a figyelmet, ami a munkavállalók etikai érzékenységének és döntéshozatali képességének javítását célozzák, aminek használata a tőkepiaci érték növekedését hozhatja [10]. Volt, aki szembeállította a profitot és a GDP-t az emberrel egy etikus gazdaságban, miképp az ember fontosabb, mint az előtte megnevezett két tényező. Azonban egyelőre kevés kutatás íródott olyan problémákat övezve, mint például a tavaly decemberben megjelent korona vírus, ami az egész világgazdaságot lefagyasztotta és hatalmas problémákat okozott mind a szervezeti működésben mind a kereskedelemben egyaránt. A víusról általánosságban a következő fejezetben írunk, hogy még átláthatóbbá tegyük a témakör fontosságát.

12th International Conference of J. Selye University
Economics Section

Covid-19

2019 decemberében egy alattomos, ámbrá annál markánsabb vírus ütötte fel a fejét nemcsak az egészségügyben, de vele együtt a gazdaságban is. Mint azt már a médiából kellőképpen megtanulhattuk, a Covid-19 névre keresztelt influenza tünetekkel járó világjárvány Kínában, pontosabban Hupej tartományban ütötte fel a fejét. Mindmáig riasztó sebességgel terjed, milliókat megfertőzve, a gazdasági tevékenységekre mély nyomást gyakorolva, mivel az egyes országok szigorú korlátozásokat vezettek be az emberek szabadon mozgására és a vírus terjedésének megállítására. A gazdasági károk már teljesen nyilvánvalók egészen áprilistól terjedően, ilyen mértékű gazdasági sokkot évtizedek óta nem tapasztalt a világ. Gazdaságok indultak hanyatlásnak, csökkenő stádiumba került a pénzügyi stabilitás, ezen felül pedig mélypontra került a fogyasztói és munkahelyi bizalom. Egy áprilisban elvégzett kutatás szerint érezhetően visszaesett a bizalmi szint munkavállalók és munkaadók között. Ennek legfőbb oka a „home office” adta lehetőség kihasználata volt. Annak ellenére, hogy sok esetben a technikai vívmányok adta lehetőség állt rendelkezésre és sokan otthonról, szinte a fotelból ülve végezheték el napi munkarutinjukat, számos vezető megkérdőjelezte az így dolgozó munkavállalók munkájának hitelességét. Sok munkavállaló élt azzal a panasszal illetően, hogy vezetőik így sokkal jobban és többszöri alkalommal próbálták őket kontrollálni, felügyelet alatt tartani, mint a vírus kirobbanása előtt. Ez pedig nem más eredményez, mint a felek közötti bizalom hiányát. A koronavírus ebből kifolyólag sokféle módon nehezíti meg szervezetek működését. A legelső problémába akkor ütköztek egyes vállalatvezetők, mikor az irodai helyett az otthoni munkavégzésre kellett áttérniük. Noha manapság már rengeteg megoldás áll rendelkezésünkre otthoni munkavégzést illetően, a legtöbb vállalatnál mégis kikristályosodott, hogy képtelenek egy jól működő bizalmi munkakapcsolatot kialakítani az ott dolgozókkal, ami még a vírus idején is fenntartható állapotban maradt volna [4] [7].

Ebből is látni azt, hogy az elmúlt időszakban az egyes vállalatvezetőknek egy olyan működésmódot kellett elfogadniuk, amihez sokan előtte nem voltak hozzászokva, nem voltak rá felkészítve és nehezen tudnak vele azonosulni. Ezért is gondoltuk megvizsgálni, hogy hova is vezet a fajta bizalmatlanság szervezeti szinten? Mit lehet tenni annak érdekében, hogy ez újra a régi kerékvágásban menjen tovább?

Elemzés módszertana

Kutatásunkat egy szlovákiai székhelyű cég vizsgálatával szeretnénk elvégezni.

A témakör precízebb és részletes felkutatásához elsődlegesen irodalomkutatást folytattunk könyvtárakban és elektronikus felületeken. A kézzelfogható tudományos munkák mellett a mai digitális világban az internet nélkülözhetetlen, ahol többek között az egyetemi könyvtárakból elérhető különböző folyóiratokat olvastuk át, a hozzáférhető angol, szlovák és magyar nyelvű tanulmányok beszerzése érdekében. Az online könyvek is segítettek az elméleti rész összeállításában, melyek különböző elektronikus felületeken elérhetők. A begyűjtött irodalom alapján megkezdtük a dokumentumelemzést és az elméleti alapok összegzését.

Primer kutatásunkban a választott cég példáját bemutatva interjút készítettünk, és a válaszok alapján következtetéseket vontunk le.

Kutatási eredmények

A választott cég nevét nem felfedve kívánta megválaszolni kérdéseinket a témával kapcsolatban, azonban annyit megjeleníthettünk róluk név nélkül is, hogy majdnem 12 évvel ezelőtt kezdték meg logisztikához, áruszállításhoz kapcsolódó tevékenységüket. Már az elindítását követően a vállalat korlátozott felelősségű társaságként lett bejegyezve, így a nevében is szerepel az s.r.o. rövidítés. Egyetlen jogos tulajdonosa van a vállalatnak, ő felel teljes vagyonával a vállalat kötelezettségeiért. Országon belüli és nemzetközi áruszállítással foglalkoznak, de amellet reklám és marketing szolgáltatásokat, adminisztratív jellegű

szolgáltatásokat nyújtanak. 12 ember dolgozik a vállalatban: 8 gépjárművezető, 1 fuvarszervező, 1 bérelszámoló, 1 külsős könyvelő és az igazgató. A 2008-as gazdasági világválság után merész ötletként tűnt egy árufuvarozással foglalkozó vállalatot alapítani, de már abban az időben is sikerült a vállalatnak több kölcsönszerződést létrehozni más vállalatokkal áruszállítás okaként. A vállalatnak így könnyű volt felfutnia a piacon, a 7 kamionra mindig találtak elszállítani való árut nem csak belföldön, külföldön is egyaránt. Eleinte egy nemzetközi program segítségével keresték az egyes kamionokra a fuvarokat, majd később, egy helyi magánvállalkozó kérte fel a vállalatot az ő fuvarjainak lebonyolítására. Németország és egy szlovákiai vállalat között forog napi szinten temérdek mennyiségű autóalkatrész és építőiparba szánt nyersanyag.

A szervezet bizalommal kapcsolatos kérdéseit a fuvarszervezési részleg vezetőjének tettük fel, mivel ő az a személy, aki minden részleg munkájába belelát. Az alábbi kérdéseket tettük fel neki:

1. Hogyan valósul meg a kommunikáció az az alkalmazottak és az igazgató között?

Mivel a vállalat nem nagy méretű, hiszen csak 11 ember dolgozik napi szinten a vállalatnak, így nem jelent gondot közvetlen kapcsolatot kialakítani alkalmazott és vezető között. Mivel a vállalatnak két irodája van, az egyikben székel az igazgató, másokban pedig folyik a fuvarszervezés, így a személyes kommunikáció néha nehézkesen valósul meg. A két iroda között van 60 km, így inkább a telefonon keresztüli kommunikációt kamatoztatjuk. A vezető mindig meghallgatja kollégáit, az esetlegesen előforduló problémákat fontosságuk szerint próbálja elbírálni. Időben szétosztják, hogy mikor mit kell elvégezni.

2. Miben nyilvánul meg a vezető és alkalmazott közötti bizalom?

Természetesen jelen van a bizalom, hiszen akkor az alkalmazott sem választotta volna ezt a céget munkahelyéül. Ebből is látszik, hogy megbízik a vállalatban. Persze mint az élet más pontjain is, itt is jelen van néha a feszültség, a munkahely váltási hullám, de végül mindenre találunk megoldást. Sokszor előfordul, hogy szinte egyszerre jön össze minden, rengeteg problémával találjuk szembe magunkat, ilyenkor persze az embernek is elmegy a kedve a munkától. Szinte az összes sofőrrel elmondható, hogy volt már olyan labilis helyzetben, mikor épp nem az ő problémájának megoldását tartottuk szem előtt, s ezáltal azonnali hatállyal munkahelyet szeretett volna váltani. Később rájöttek, hogy nehéz egy teljesen új, ismeretlen közegben újra helytállni, ezért inkább itt maradtak továbbra is töretlenül a vállalatnál. A vezető saját részéről szintén megbízik alkalmazottjaiban, ha ez nem lenne így, már elbocsátotta volna őket. Igen, mint minden más vállalatnál, már ebben a szervezetben is megtörtént esetnek számít, hogy időközben el kellett küldeni alkalmazottat, de arra nyomós okok voltak. Az így megmaradt sofőrök 90 %-ról elmondható, hogy a vállalat elindítása óta oszlopos tagjai a csapatnak. Ezért az ő esetükben nyugodtan rájuk lehet bízni a munkavégzést.

3. Milyen következményei lehetnek a bizalomhiánynak?

Logikusan gondolva két irányból indulhat el: vezetőől munkavállaló felé és munkavállalótól felfelé a vezető irányába. Ahogy azt említettem, volt olyan eset, amikor a vezető nem bízott meg a munkavállalóban, hogy az ő számára kiosztott munkát el tudja végezni, s ez elbocsátást eredményezett maga után. Természetesen a vállalatban is jelen van a három hónapos próba munkaidő, ha valaki ez alatt az idő alatt nem képes ráállni az adott munkafolyamat megértésére és annak elvégzésére, sajnálatos módon meg kell válnunk tőle. A vállalatnál is volt már példa arra, mikor a munkavállaló nem bízott meg a vezetőben; ez legfőképp abban nyilvánult meg, hogy nem kapta meg az előre neki megígért fizetését, amiben belépésekor megegyeztek. Legfőképpen ezt a kétfajta kockázati tényezőt próbálják kikerülni a szervezetben, mivel ha felüti fejét az ilyesfajta probléma, az lehet a vállalat végezete.

4. Belegondoltak-e már abba, hogy ennek gazdasági következményei is lehetnek?

Természetesen igen, pedig sajnos mai napig nincs rá kiépítve egy biztos talajon álló, bármikor felhasználható rendszer megoldással együtt. Fontos kialakítani bizalmi kapcsolatokat az egyes vevők között is, hiszen ha ők nem bíznak meg bennünk, nem veszik meg fuvarjainkat. Ebből is látszik, hogy rengeteg energiát kell befektetni olyan kapcsolatban, ahol bizalomhiány van.

5. Kik között van jelen legnagyobb mértékben bizalom vagy bizalomhiány? Alkalmazottak között vagy alkalmazott és vezető között?

Sokszor észrevehető, hogy a sofőrök inkább a speditőrön keresztül kommunikálnak a vezetővel, mintsem egyenesen a vezetővel. Vállalatunk esetében elmondható, hogy a bizalom könnyebben kialakult a speditóri-alkalmazotti szinten, mint vezetői- sofőri szinten. Előfordul néhány alkalommal, mikor sofőr és sofőr között alakul ki bizalomhiány, ugyanis egymásban konkurenciát látva, nem kommunikálnak vagy kevésbé kommunikálnak egymással.

6. Foglalkozik-e a vállalat a szervezeten belüli bizalom építésével?

Mivel a sofőrök napi szinten úton vannak, s csak legtöbbször hétvége van idehaza, nincs rá legtöbbször idő. Éves szinten két alkalommal tartunk egy-egy céges napot egy finom vacsorával, kötetlen beszélgetéssel együtt, amikor mindenki elmondhatja problémáját, baját, baját munkájával kapcsolatban.

7. Milyen hatással volt Önökre a koronavírus?

Mint minden ágazatot, a logisztikát is kellőképpen sújtotta a koronavírus. Hatalmas gazdasági visszaesés történt, sokkal kevesebb fuvarra kellett lebonolítanunk, sokkal kevesebb fuvar adhattunk el mi magunk is. Áprilisi és májusi hónapra vonatkozólag az előző éves bevételhez számítva 60-70 %-os csökkenést szenvedtünk el, amit még a mai napig próbálunk helyrehozni. Sajnálatos módon ez meglátszik kifizetéseinken is, próbáljuk magunkat beérni hónapról hónapra. A majdnem két hónapos részleges leállás nálunk is azt eredményezte, hogy meg kellett válnunk két kollégánktól, mivel kevesebb lett a munka, nem kellett annyi sofőr egyszerre az utakra, nem tudtuk ennyi ember bérét fizetni. Ámbár az állam által megpályázott pénzügyi segítséget sikeresen megpályáztuk, el is nyertük, ez még mindig édeskeves volt a bérek kifizetésére. Emellett persze rengeteg más kiadásaink is vannak (üzemanyag, szervizköltségek, autópályadíjak, adó, szolgálati telefonok stb.).

Következtetések

Ezen fejezetben szeretnénk pár általunk megfogalmazott javaslatot tenni annak érdekében, hogy a vállalat hogyan tudná a bizalmi szintet növelni, ezáltal is sikeresebbé válni.

Szinte állandó jelleggel ki lehetne hangsúlyozni, hogy a legfontosabb minden esetben egy olyan bizalmi légkör kialakítása, melyben az alkalmazottak jól érzik magukat, nem idegeskednek, nincs aggodás és állandósuló feszengés afelől, hogy a vezetőnek megfelel-e az így elvégzett munkájuk. Fontos tehát a helyes atmoszféra kialakítása minden helyzetben.

Lényegesen fontos lenne odafigyelni a kommunikációra, több esetben bevonni a dolgozókat is a döntéshozatalba, meghallgatni ötleteiket. Ezáltal a munkásokban is azt az érzetet keltenénk fel, hogy fontosak a vállalat számára.

Ha egy új sofőr, kolléga jönne a vállalatba, nélkülözhetetlennek tartanánk egyfajta betanulási tervet, amely során még gyorsabban, hamarabb kiismerné a vállalat működését, a szervezeti kultúráját, működésének célját, ezzel is időt és pénzt megtakarítva.

Nagyot lendíthetne a bizalmi szint kialakításában az évente többszöri alkalommal megszervezett közös események, esetleges csapatépítő jellegű találkozók, vacsorák, ebédek, ahol a dolgozók nyíltan, mindenféle tabu nélkül mondhatnák el véleményüket az egyes esetlegesen jelenlevő problémákról. Az ilyen fajta találkozók könnyen motiváló jelleggel

bírhathatnak a dolgozók körében. A most fennálló kritikus helyzetben is elnézőbb lenne a munkavállaló, tovább kitartana a cég mellett.

Mérvadó még ezen felül a vezető hozzáállása kollégáihoz. Ha egy másik emberrel akarunk bizalmi kapcsolatot kialakítani, ahhoz márpedig meg kell nyílnunk a másik előtt. Ebben nagy segítség lenne, ha a vezető elmondaná beosztottjainak, hogy mikor és miért döntött úgy, ahogy, és miért pont azt a lépést gondolta a legjobb megoldásnak. Nem elég keményen felállni a vállalat élére, tudni kell embernek is maradni a személyes kapcsolatokban.

Amint az látható, a komoly üzleti partnerek felé szinte a bizalmi kapcsolatok biztos talajon állnak, ezen a részen nem található bizalomhiány. Ahogy azt olvashattuk, már a vállalat megalakulásakor létrejöttek kölcsönszerződések, amelyek a mai napig érvényben vannak.

Befejezés

Kutatásunk fő célja az volt, hogy egy adott cégen keresztül feltárjuk gazdasági szempontból a szervezeti bizalom szerepét a jelenlevő, koronavírus sújtotta helyzetben. Az elvégzett kutatásunkból kiderült, hogy egyes esetekben pozitív mértékben van jelen a bizalom - üzleti partnerek és a vállalat között; ezzel szemben vállalaton belül a vezető és alkalmazottak között nagy mértékben megbomlott a bizalmi kapcsolat a járvány sújtotta időszakban. Ennek alapjaként a helytelen és rosszul kialakított információ átadást vetítettük fel, mint problémaforrást. A dolgozók legtöbbször egy harmadik személyen keresztül beszélnek vezetőjükkel, ami egy sok időt és pénzt emészt fel. Arra az elhatározásra jutottunk, hogy minden esetben kulcsfontosságú tényező a bizalom, anélkül nem működhet egy szervezet sikeresen. Meg kell tanulni bízni egymásban, sőt a vezetőknek is meg kell tanulniuk elfogadni és bízni alkalmazottaik elvégzett munkájában, amelyet egy megfelelő környezetben sikeresen magukénak tudhatnak.

IRODALOMJEGYZÉK

- [1] BENCSIK, A. – JUHÁSZ, T. *Tudásorientált szervezetek értékítélete a bizalom gazdasági hatásairól*. *Vezetéstudomány*, 2018. 30-39 p. ISSN 0133-0179.
- [2] BENCSIK, A. *Dolgozói elégedettség – a szervezeti versenyképességet befolyásoló tényező*. *Vezetéstudomány*, 2005. 41-47 p. ISSN 0133-0179.
- [3] COVEY, S.M.R. *The Speed of Trust*. 2006.
- [4] DWIVEDI Y.K., et al. *Impact of COVID-19 pandemic on information management research and practice: Transforming education, work and life*. *International Journal of Information Management*, 2020 <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102211>
- [5] EPSTEIN, E.M. *The “good company,” rhetoric or reality? Corporate social responsibility and business ethics redux*. 2006.
https://www.researchgate.net/publication/227994186_The_Good_Company_Rhetoric_or_Reality_Corporate_Social_Responsibility_and_Business_Ethics_Redux
- [6] FÜLÖP, Gyula R., et al. *Üzleti etika a magyar kisvállalatok gyakorlatában*. *Vezetéstudomány*, 1997. 3-14 p. ISSN 0133-0179.
- [5] DYER, J. H. - SINGH, H. – HESTERLY, W. S. *The relational view revisited: A dynamic perspective on value creation and value capture*. Wiley Online Library, 2018.
<https://doi.org/10.1002/smj.2785>
- [7] RAHUL D., et al. *Impact of digital surge during Covid-19 pandemic: A viewpoint on research and practice*. *International Journal of Information Management*, 2020.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102171>
- [8] SZEGEDI, K. *Hazai nagyvállalati etikai kódexek tartalmi értelmezése*. *Vezetéstudomány*, 2012. 44-55 p. ISSN 0133-0179
- [9] TARNAI, M. *A bizalom szerepe a gazdasági kapcsolatokban*. *A Gazdaság és az emberi viszonyok c. fejezet része Gazdaságpszichológia*, 2003, Budapest. 676–715 p.

- [10] TÖRÖK, A. *Racionalitás és etika a gazdasági döntésekben*. Közgazdasági Szemle, 2000. 918-931 p. ISSN 1588-113X.
- [11] WASHINGTON POST. *U.S. becomes first country to report 100,000 confirmed Coronavirus cases; Trump Defence Production Act*. 2020.
<https://eu.usatoday.com/story/news/nation/2020/03/27/scientists-track-coronavirus-strains-mutation/5080571002/>