



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
KONFERENCIAKÖTET / Conference Proceedings**

Szerkesztette / Edited by: OBÁDOVICS Csilla, RESPERGER Richárd, SZÉLES Zsuzsanna

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**

KONFERENCIAKÖTET /
Conference Proceedings

(LEKTORÁLT TANULMÁNYOK / PEER-REVIEWED STUDIES)

Szerkesztette / Edited by:
OBÁDOVICS Csilla, RESPERGER Richárd, SZÉLES Zsuzsanna



SOPRONI EGYETEM KIADÓ /
UNIVERSITY OF SOPRON PRESS

SOPRON, 2022

**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:
Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla, Dr. RESPERGER Richárd, Prof. Dr. SZÉLES Zsuzsanna**

A kötet tanulmányait lektorálták / Peer-reviewed by:
Dr. BARTÓK István, BAZSÓNÉ dr. BERTALAN Laura, Dr. BEDNÁRIK Éva, Dr. habil. BODNÁR Gabriella,
Dr. BRUDER Emese, Dr. HOSCHEK Mónika, Dr. habil. Eva JANČÍKOVÁ, Dr. JANDALA Csilla,
Dr. habil. KOLOSZÁR László, Dr. KÓPHÁZI Andrea, Dr. KOVÁCS Tamás, Prof. Dr. KULCSÁR László,
Prof. Dr. Markus MAU, Prof. Dr. Nicole MAU, Dr. MÉSZÁROS Katalin, Dr. NEDELKA Erzsébet,
Dr. NÉMETH Nikoletta, Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla, PAPPNÉ dr. VANCSÓ Judit, Dr. habil. PAPP-VÁRY Árpád,
Dr. PATAKI László, Dr. PIRGER Tamás, Dr. RESPERGER Richárd, Dr. habil. SZABÓ Zoltán,
Prof. Dr. SZÉKELY Csaba, Prof. Dr. SZÉLES Zsuzsanna, Dr. SZÓKA Károly, Dr. TAKÁTS Alexandra

Tördelőszerkesztő / Layout Editor: TAKÁCS Eszter

Borítóterv / Cover Plan: ZSIDY Emese

ISBN 978-963-334-411-8 (pdf)

DOI: 10.35511/978-963-334-411-8

© Soproni Egyetem Kiadó / University of Sopron Press
Sopron, 2022 – Minden jog fenntartva.

SZERVEZŐK

Szervezők: A Soproni Felsőoktatásért Alapítvány
Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

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

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.

TARTALOMJEGYZÉK / CONTENTS

Plenáris előadások

Plenary Lectures

Sustainability and Higher Education from a Three-dimensional Perspective <i>Dr. Rita LUKÁCS</i>	10
A jövő vezetőinek társadalmi felelősségvállalási attitűd vizsgálata <i>Examination of Future Leaders' Social Responsibility Attitude</i> <i>Dr. NÉMETH Patrícia – KASZA Lajos</i>	20

1. szekció: Versenyképesség és fenntartható gazdálkodás

Session 1: Competitiveness and Sustainable Management

Challenges and Chances for the Social and Economic Development of a Russian Border Region (the Case of the Samara Region) <i>Prof. Dr. Galina KHMELEVA – Dr. Marina KURNIKOVA</i>	33
Soy Supply and Organic Requirements for more Authenticity <i>Dr. Caspar VON DER CRONE – Prof. Dr. Nicole MAU</i>	41
The Impact of Artificial Intelligence on Leadership in the Corona Crisis <i>Thomas SOLDERITS</i>	51
Environmental Sustainability as a Strategic Reason for the Investment in Industry 4.0: The Difference between SMEs and Large Companies <i>Mohamed EL MERROUN</i>	63
Supply Chain Resilience: Lessons Learned during the COVID-19 Outbreak and its Implications for the Future <i>Johannes LITZENBURGER – Prof. Dr. Nicole MAU – Prof. Dr. Markus MAU</i>	68

2. szekció: Turizmus, marketing

Session 2: Tourism, Marketing

Felelős márkakommunikáció a koronavírus idején <i>Responsible Brand Communication during the Coronavirus Pandemic Situation</i> <i>Dr. habil. PAPP-VÁRY Árpád – Dr. LUKÁCS Rita</i>	74
A digitális transzformáció megjelenése a divatipari értékesítési gyakorlatokban <i>The Appearance of the Digital Transformation in Sales Practices of the Fashion Industry</i> <i>VIZI Noémi</i>	84
A turizmus fenntarthatósága a pandémia után <i>Sustainability of Tourism after the Pandemic</i> <i>Dr. JANDALA Csilla – GÁL Pál Zoltán – Dr. BÖRÖCZ Lajos – DARÁZS Fanni</i>	96
Az „Alföld Slow térség” versenyképességének vizsgálata <i>Analysis of the Competitiveness of the „Alföld Slow Region”</i> <i>SZŐKE Tünde Mónika</i>	107
Aktív lovasturizmus Magyarországon és a Fertő-tájon <i>Active Equestrian Tourism in Hungary and at Fertő Landscape</i> <i>Prof. Dr. OBÁDOVICS Csilla</i>	119

3. szekció: Fenntarthatóság, környezettudatosság

Session 3: Sustainability, Environmental Awareness

A vállalkozói attitűd vizsgálata bibliometriai módszer segítségével <i>Examining the Entrepreneurial Attitude Composite Word using Bibliometrics</i> Dr. FEHÉR Helga – Dr. KOZMA Dorottya Edina	132
A fenntarthatóság környezeti elemeinek megjelenése a hazai nagyvállalatok gyakorlatában <i>The Emergence of Environmental Elements of Sustainability in the Practice of Large Hungarian Companies</i> Dr. KOZMA Dorottya Edina – BOSNYÁK-SIMON Nikolett	149
Járvány, környezettudatosság, fenntarthatóság – mémelméleti áttekintéssel <i>Pandemic, Environmental Awareness, Sustainability – with a Meme Theory Overview</i> Dr. DÓRY István	165
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> IONESCU Astrid	168
A könyvvizsgálók személyisége <i>The Personality of a Good Auditor</i> Dr. NEDELKA Erzsébet – Dr. HEGEDŰS Mihály.....	177
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> Dr. BARTÓK István János	185

4. szekció: Vállalati döntések a koronavírus-járvány idején

Session 4: Corporate Decisions During the Coronavirus Pandemic

Corporate Strategy in a Disruptive Economic Environment – Foremost A Strategic Alignment Topic? Thorsten SCHMUDE	193
Sustainability and EU Law. Latest Tendencies in the Field of Public Participation in Environmental Matters Dr. Ágnes VÁRADI	207
How to Recover the Labor Force of the Tourism Industry after the Global Health Crisis? – A Study in Vietnam Thị Phương Thảo HOÀNG.....	215
The Impact of the Corona Pandemic on the Project Management Process in Jordan Noor Ahmad Mahmood ALKHUDIERAT	228

5. szekció: Versenyképesség és fenntartható gazdálkodás

Session 5: Competitiveness and Sustainable Management

Is Urban Farming the Green Economy of the Future?! Investigation of the Sustainable Management of a Hungarian Startup Enterprise Zsuzsanna VARGA – Dr. habil. Etelka KATITS – Katinka MAGYARI – Dr. Ildikó PALÁNYI – Dr. Éva SZALKA	237
--	-----

Szakirodalmi áttekintés az amazóniai indián chagrák – őshonos agrárerdészeti rendszerek – ökológiai, társadalmi és gazdasági jelentőségéről <i>The Role of Indigenous Agroforestry Systems in the Conservation of the Amazon</i> LENTI Attila	252
Smart Development with Digital Intelligent Cities in Cross-Border Regions Tamás GYULAI – Prof. univ. Dr. Mariana NAGY – Raluca CIBU-BUZAC	264
Explaining Correlations of Digital Transformation and Adaptiveness in B2B Sales in Relation to Resilience Günther MAIER	278
Investor Strategy Decisions in Case of Project Implementation Attila LEGOZA	289
Lean Thinking Strategy Peter IMRICKSKO	296
The Impact of Working Capital Management on Firm Profitability: Evidence from Pakistan Ali Akbar SOHAIL – Abdul QUDDUS	303

6. szekció: Fenntarthatóság, környezettudatosság – marketing
Session 6: Sustainability, Environmental Awareness – Marketing

Társadalmi hatások és MI! <i>Social Impacts and AI!</i> Dr. KÓKUTI Tamás	312
A koronavírus járvány hatása a globális klímaváltozásra <i>Impact of the Coronavirus Epidemic on Global Climate Change</i> NEUMANNÉ VIRÁG Ildikó – Dr. KOZMA Dorottya Edina – Dr. MOLNÁRNÉ dr. BARNA Katalin	325
A márkaélmény és a tartalommarketing kapcsolata <i>The Relationship between Brand Experience and Content Marketing</i> HAJDU Gergő	341

7. szekció: Fenntartható pénzügyek
Session 7: Sustainable Finances

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> EKE Zsolt	359
A pandémia hatásainak módszertani kérdései a nyugdíjbiztonságra <i>The Methodological Issues of the Effects of the Pandemic on Pension Security</i> SZABÓ Zsolt Mihály	366
A sikeres fordulatkezelés záloga – a pénzügyi turnaround controlling rendszer alkalmazása a magyar cégvilágban <i>Connecting the Turnaround to Success – the Application of Financial Turnarond Controlling in the Hungarian Business World</i> Dr. habil. KATITS Etelka – MAGYARI Katinka – VARGA Zsuzsanna	379
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> Dr. CZIRÁKI Gábor	395

8. szekció: Versenyképesség – munkaerőpiac

Session 8: Competitiveness – Labour Market

Agrár vállalkozások jövedelmezőségét befolyásoló tényezők és az innováció további kutatási lehetőségei

Factors Affecting the Profitability of Agricultural Enterprises and Further Research Opportunities for Innovation

ANGYAL Viktória – VAJAI Balázs407

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 Adrienn420

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. SZEMPLÉR Tamás442

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 – Dr. habil. HORVÁTH Csaba – JOÓBNÉ dr. PREKLET Edina448

9. szekció: Poszter-előadások

Session 9: Poster Presentations

Egészségügyi innovációk Magyarországon – startup aspektus

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

VITÉZ-DURGULA Judit455

Modeling the Customs and Logistics Framework of International Integration Processes

Prof. Dr. Roman FEDORENKO471

A faiparban foglalkoztatottak motivációjának fenntartása a pandémia árnyékában

How to Keep Maintaining the Motivation of People Working in Wood Industry during Coronavirus

NÉMETH Miklós – Dr. TAKÁTS Alexandra476

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)

bartok.istvan@uni-sopron.hu

Absztrakt

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 weboldalon. A kutatás az éves jelentések alapján vizsgálja a vállalatok kommunikációját. A kutatás alapján kiderült, hogy a pandémia negatívan érintette a vállalatok termékei iránti keresletet. Ugyanakkor a vállalatok igyekeztek a negatív hatásokat fejlesztések révén kiküszöbölni és ebben sikert értek el, mivel árbevételük és nyereségük jellemzően kismértékű növekedést mutatott.

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

JEL-kódok: M10, M21, L21, G34

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 reports published by the companies involved. Based on the research the pandemic had a negative impact on the demand towards the products of the corporations. Nevertheless, the corporations made efforts to counterbalance the negative effects with the help of development projects and they achieved success in this as their revenues and profits typically showed some increase.

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

JEL Codes: M10, M21, L21, G34

1. Bevezetés

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 weboldalon. A kutatás a publikus éves jelentések alapján vizsgálja a vállalatok kommunikációját.

1.1. A környezet váratlan változása

A vállalati működés környezete közel sem állandó; hasonlóan a világhoz folyamatosan változik és ezen változások felismerése és kezelése kihívást jelent a vállalatok vezetői számára (Nadkarni–Barr, 2008). Természetesen, ez különösen igaz egy világvárvány idején, melyre senki sem számított és mely hirtelen csapott le a világra.

A tőzsdei vállalatokra különösen nagy felelősség hárul ilyen esetben, hiszen, tulajdonosaik akár túlnyomó többsége nem követi nyomon a vállalat tevékenységét, hanem a nyilvános vállalati jelentések, hozamok és árfolyamok segítségével tájékozódik. Ebben a vállalati körben különös jelentőséggel bír a tulajdonosok tájékoztatása, melynek világos és egyértelmű üzeneteket kell tartalmaznia annak érdekében, hogy a befektetők megérthessék a változások hátterét és következményeit egyaránt (Li–Zhang, 2020). Ezért különösen érdekes, hogy egy ilyen extrém helyzetben milyen jelzéseket küldenek a vállalatok tulajdonosaik és befektetőik számára. Jelen vizsgálat célja a vállalati jelzések vizsgálata a pandémia idején a Budapesti Értéktőzsde jegyzett vállalatainak kontextusában.

1.2. A vállalati célok és a vállalati értékteremtés kettős volta

Az üzleti vállalkozások olyan gazdasági egységek, mely termékeket és szolgáltatásokat állítanak elő profit létrehozása céljából (Chikán, 2008, 24). Ez a definíció a közgazdaságtan nézetével egybevetően fogalmazza meg a vállalkozások és vállalatok társadalmi és gazdasági szerepkörét. Chikán Attila szerint (2003) az alapvető cél megvalósításához egy kétdimenziós értékteremtési folyamaton vezet át az út: a vállalatnak értéket kell létrehoznia egyrészt a tulajdonos számára, másrészt pedig a fogyasztó számára. Mindegy, hogy értelmezzük a nyereséget, mindegy, hogy melyik definíciót használjuk, ez a kettősség mindenképpen létezik. Ez az elgondolás, megintcsak teljesen megfelel a közgazdaságtan általánosan elfogadott alapelveinek. Nem kérdőjelezhető meg sem az, hogy a vállalatok dolga a gazdasági javak előállítás és ez piacgazdasági környezetben csak úgy valósulhat meg, hogy a vevők megvásárolják a termékeket. Az is világos, hogy vállalatok veszteségesen nem képesek fennmaradni, valamint a tulajdonosok akkor fektetnek be egy vállalatba, ha ez számukra elfogadható hozamot biztosít. Tehát, a gazdaság körforgása, piacgazdasági körülmények között nem tartható fenn a kettős értékteremtési folyamat megvalósítása nélkül.

1.3. A vállalati célok változó rendszere

Ugyanakkor, azt is látni kell, hogy a társadalom viszonya a gazdasághoz és abban a vállalatok működéséhez sokat változott az utóbbi évtizedekben. Ennek a változásnak egyik vetülete, hogy megjelentek és elterjedtté váltak a fenntarthatósággal kapcsolatos új elgondolások, melyek általában véve érintik a gazdaság szabályozását és a vállalatok tevékenységét. Ezt tükrözi a tőzsdén jegyzett vállalatok működése iránt megjelenő újfajta befektetői elvárások, melyeknek a vállalatok igyekeznek megfelelni. Ez a vállalati és befektetői törekvés jelenik meg az úgynevezett ESG (environmental, social, and governance), azaz környezeti, társadalmi és vállalati irányítási kérdésekkel foglalkozó jelentésekben, melyek egyre nagyobb szerepre tesznek szert a befektetések megszerzésében (Hartzmark–Sussman, 2019). Mivel a vállalatok azért jelennek meg tőzsdén, hogy hozzáférjenek a befektetői megtakarításokhoz és így kielégítsék növekvő tőkeszükségletüket, így érthető, hogy az új elvárásokat figyelembe veszik céljaik kijelölésekor. A Budapesti Értéktőzsde is kibocsátotta útmutatóját (BÉT, 2020), mellyel a magyar tőzsdei cégek felkészülését kívánja szolgálni a jelentések készítésére.

Az ESG jelentésekhez képest is radikálisabb elképzelést tett közzé az Egyesült Államok legnagyobb tőzsdei vállalatait reprezentáló Business Roundtable (1919). Javaslatuk szerint a vállalatok négy alapvető céllal rendelkeznek, melyek:

- 1) a vevői érték létrehozása, mely megegyezik a klasszikusan vett vállalati alapcéllal;
- 2) az alkalmazottak befektetésként történő kezelése, mely magába foglalja a méltányos bérezést, és emellett az alkalmazottak képzését, fejlesztését valamint korrekt kezelését;

- 3) a szállítók fair és etikus kezelése, mely nemcsak a beszállítók partnerként történő kezelését jelenti, de a helyi közösségek megbecsülését és a fenntarthatóság figyelembevételét;
- 4) a részvényesi érték létrehozása, mely szintén megfelel a klasszikus felfogásnak.

A Business Roundtable nyilatkozata, tulajdonképpen az ESG jelentések tartalmi szempontjainak a beemelését jelenti a vállalati alapcélok körébe. Amellett, hogy a törekvés érthető, azért maradnak kérdőjelek abban a vonatkozásban, hogy ezek a célok vajon minden vállalat és vállalkozás esetében érvényes lenne, vagy csak a nagy tőzsdei vállalatokra kellene vonatkoznia? A kérdés megválaszolásához szempont lehet, hogy amennyiben a befektetők elvárásai között erősödik erre az igény, akkor a nyilvános részvénytársaságok esetében ésszerű lehet reflektálni arra és igazodni hozzá. Másfelől, a nem tőzsdei vállalatok és vállalkozások esetében, ha nem jelenik meg ez az elvárás a szabályozásban, akkor mint önkéntesen vállalt törekvés jelenhet meg a szereplők egy részénél. De aligha valószínű, hogy minden piaci szereplő magáévá teszi az ESG szempontjait.

2. A nyilvánosan működő részvénytársaság Magyarországon

A 2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről 3:211. szakasza szerint az a részvénytársaság, amelynek részvényeit tőzsdére bevezették, nyilvánosan működő részvénytársaságnak (Nyrt.) minősül. Ugyanezen törvény 3:258. szakasza szabályozza a tulajdonosok tájékoztatáshoz való jogát. Az első bekezdés szerint a közgyűlés napirendjére tűzött ügyre vonatkozóan az igazgatóság köteles minden részvényesnek a napirendi pont tárgyalásához a szükséges tájékoztatást megadni, úgy, hogy a részvényes – a közgyűlés napja előtt legalább nyolc nappal benyújtott írásbeli kérelmére – a szükséges felvilágosítást legkésőbb a közgyűlés napja előtt három nappal megkapja.

Normálisan ez azt jelenti, hogy az éves rendes közgyűlés keretében a számviteli törvény (2000) által szabályozott és a tőzsdei elvárásoknak megfelelő tartalmú éves beszámolót tesznek közzé a részvénytársaságok. Ez utóbbi kitélt azért szükséges megtenni, mivel a befektetők igényeinek is meg akarnak felelni a társaságok, ezért közzétesznek olyan mutatókat, mint például az EBIT vagy EBITDA, melyek nem szerepelnek a számviteli szabályok által előírtak között, de segítik a befektetőket a társaság működésének jobb megértésében.

A törvény tartalmaz előírást a tájékoztatás időben történő megjelentetése vonatkozásában, mivel a második bekezdés előírása szerint az igazgatóság a beszámolónak és az igazgatóság, valamint a felügyelőbizottság jelentésének lényeges adatait a közgyűlést megelőzően legalább tizenöt nappal köteles a részvényesek tudomására hozni.

A tájékoztatás fontos garanciáját tartalmazza a harmadik bekezdés, miszerint semmis az alapszabály olyan rendelkezése, amely a részvényesek tájékoztatáshoz való jogát korlátozza vagy kizárja.

2.1. A Budapesti Értéktőzsde által kínált előnyök a nyilvános részvénytársaságok számára

A Budapesti Értéktőzsde további fejlődéséhez szükséges a sikeres kibocsátók számának és a tőzsdei részvényforgalomnak a növelése. Ezen cél elérésének egyik eszköze a potenciális kibocsátók tájékoztatása (BÉT, 2021a) a tőzsdei jelenlét előnyeiről. A potenciálisan elérhető előnyök között első helyen szerepel a kibocsátó ismertségének növelése Magyarországon, mely a marketing területén jól kamatoztatható. A Budapesti Értéktőzsdén jegyzett társaságok ismertségének növekedése előnyt jelent a vevők körében, melyet kihasználhatnak részben az üzleti forgalom növelésére, másrészt pedig bizalom ébresztésére a vevők körében. A tőzsdei jelenlét szintén előnyt jelent, abból a szempontból, hogy akár a vevők, akár a beszállítók és stratégiai partnerek számára a nyilvánosan elérhető információk révén jobb átláthatóságot biztosít, így hozzájárulhat a kapcsolatok elmélyítése vonatkozásában.

A Budapesti Értéktőzsde előnye a hazai vállalatok számára, hogy az ismert környezetben biztosít lehetőséget tőke kibocsátására egy likvid piacon, melyen erőteljesen jelen vannak külföldi befektetők is pozitív környezetet biztosítva a dinamikus és növekvő vállalatok számára. Sőt, a bevezetés költségei csökkentése érdekében a BÉT díjkedvezményeket is biztosít.

3. A kutatás

3.1. A minta

A vizsgálat idején összesen 45 vállalat szerepelt a Budapesti Értéktőzsde részvény kategóriáiban (bét.hu). Értelemszerűen, az alacsony elemszám erőteljesen korlátozza a többváltozós matematikai statisztikai eszközök igénybevehetőségét a jegyzett vállalatok magatartásában megjelenő különbségek magyarázatára. Ugyanakkor, azt gondolom, mégis érdemes áttekinteni a Budapesti Értéktőzsdén szereplő vállalati körben érzékelhető gazdasági hatásokat és a vállalati válaszokat a kialakult helyzetre való tekintettel.

1. táblázat: A Budapesti Értéktőzsdén jegyzett vállalatok megoszlása kategóriánként, 2021.10.24.

BÉT kategória	N
Részvények Prémium	21
Részvények Standard	15
Részvények T	2
Xtend Piac	7
Összesen:	45

Forrás: A bét.hu alapján saját szerkesztés

Az 1. táblázat alapján jól látható, hogy a sokezres magyar nagyvállalati populáció töredék része, összesen 45 társaság jelenik meg csak a tőzsdén. A fejlődő kisebb vállalatok számára lehetőséget biztosító Xtend piac is nagyon alacsony érdeklődést mutat a hét jegyzett társaság alapján. Ebből azt a következtetést vonhatjuk le, hogy bár vannak sikertörténetek, a tőzsdére történő bevonás tekintetében, egyelőre csak mérsékelt sikerrel teljesíti a tőzsde azon küldetését, hogy lakossági megtakarítások segítségével biztosítson erőforrásokat a magyar vállalatok fejlődéséhez.

Az egyes kategóriákban eltérő elvárások érvényesülnek a kibocsátókkal szemben (BÉT, 2021b). A prémium kategória estében a bevezetésre kerülő részvénytársaságok árfolyamértékének meg kell haladnia az 5 milliárd forintot úgy, hogy a közkézhányadnak meg kell haladnia a huszonöt százalékot, vagy a kétmilliárd forint értéket, vagy az ötszáz tulajdonost. A standard kategóriában szereplő kibocsátónak legalább kétszázötven millió forint árfolyamértéket kell elérnie, tíz százalékos közkézhányad mellett, vagy a százmillió forint árfolyamérték mellett, vagy minimum száz tulajdonos mellett. Az Xtend kategóriában ilyen követelmények nincsenek.

Különbségek érvényesülnek a kategóriák között a tájékoztatási kötelezettségek vonatkozásában is. Míg a standard kategóriában a felelős társaságirányítási jelentést már a bevezetéskor közzé kell tenni, addig a standard és Xtend kategóriákban ezt elég megtenni az azt követő évben.

3.2. A járvány hatása a társaságok piacaira

A tőzsdén szereplő társaságok kitétsége a járvány hatásainak függ a tevékenységük jellegétől, így például iparági hovatartozásuktól. Míg például a számítástechnikai eszközök forgalma bővült az otthoni iskolához és munkavégzéshez szükséges eszközök beszerzése, addig a turizmus és a vendéglátás területén az igénybe vett szolgáltatások jelentős csökkenése következett be. A piaci hatások megítéléséhez az éves jelentésekben közöltek vettem alapul, így a bemutatott számok a 2020-as évre vonatkoznak.

2. táblázat: A COVID járvány piaci hatása BÉT kategóriák szerint 2020-ban

COVID hatás BÉT kategória szerint	N	Piac nő	Piac stagnál	Piac csökken
Részvények Prémium	21	2	5	14
Részvények Standard	15	5	0	2
Részvények T	2			
Xtend Piac	7	3	0	2
Összesen	45	10	5	18

Forrás: Saját szerkesztés

A 2. táblázatban közölt adatok alapján jól látható, hogy a részvénytársaságok beszámolóí alapján inkább a termékeik iránti kereslet csökkenése volt a jellemző (18 társaság), míg növekedésről vagy stagnáló piacról összesen 15 vállalat számolt be. Szintén látható a táblázatban, hogy vannak különbségek a kategóriák között. A piac csökkenése jobban érintette a nagyobb méretű, a prémium kategóriába sorolt társaságokat. A standard és az Xtend kategóriába sorolt kisebb, növekedés orientált társaságok nagyobb arányban számoltak be piacuk bővüléséről éves jelentéseikben. A táblázat alapján azt is láthatjuk, hogy a különleges helyzetben, a társaságok egy része jelentésében nem számolt be a piaci körülmények változásáról.

3.3. A járvány hatása az árbevétel és nyereség változására

A járvány egyenlőtlenül befolyásolta az egyes iparágak helyzetét, ugyanakkor az egyedi vállalkozási megoldások eltérhetnek és minden bizonnyal el is térnek egymástól, mely eltérések megjelenhetnek a mutatott vállalati teljesítményben. Ez különösen igaz lehet a magyar gazdaság egyfajta elitjét megtestesítő tőzsdei társaságok esetében.

3. táblázat: Az árbevétel és a nyereség éves változása a tőzsdei társaságoknál, 2020/2109

BÉT kategória	N	Árbevétel 2020/2019	EBITDA 2020/2019	ÁB arányos adózott eredmény 2020
Részvények Prémium	21			
<i>átlag</i>		112%	151%	16%
<i>szórás</i>		95%	193%	23%
<i>medián</i>		102%	103%	6%
Részvények Standard	15			
<i>átlag</i>		162%		-2 183%
<i>szórás</i>		170%		9 409%
<i>medián</i>		97%		7%
Részvények T	2			
Xtend Piac	7			
<i>átlag</i>		1 734 964%	39%	0%
<i>szórás</i>		3 004 726%	0%	11%
<i>medián</i>		285%	39%	1%

Forrás: Saját szerkesztés

A prémium kategóriában szereplő társaságok esetében, jellemzően, kismértékű árbevétel növekedés mutatnak az éves jelentések. Ugyanerről az enyhe javulással leírható helyzetről számolnak be az eredménymutatók.

A standard kategória vállalatai átlagosan jelentős árbevétel növekedésről számoltak be, de nagymértékű különbségekkel. A társaságok egy részénél a szokásostól jelentősen eltérő üzletmenetről számoltak be, melynek következtében radikálisan változott az árbevétel, a nyereség, vagy mindkettő. Így aztán a kialakuló kiugró értékek következtében jelentős torzítás jelent meg az átlagok és a szórás tekintetében. A standard kategória tekintetében jellemző helyzet inkább az enyhe árbevétel csökkenéssel írható le.

Az Xtend piac társaságai esetében viszont a jelentős árbevétel bővülés és általános expanzió a jellemző, magas EBITDA növekedés és csekély árbevétel arányos növekedés mellett. Hasonlóan a standard kategóriához itt is jelen van néhány olyan társaság, melyek esetében ugrásszerű változások következtek be, melyek megzavarják az átlagokat.

A szórásban megmutatózó nagy eltérések arra világítanak rá, hogy az egyéni vállalati helyzetekben és teljesítményekben jelentős különbségek alakultak ki a pandémia következtében.

3.4. A társaságok által adott stratégiai válaszok a kialakult helyzetre

Arra is kíváncsi voltam a kutatás során, hogy milyen módon kommunikálták éves jelentéseikben a váratlanul kialakult krízishelyzetre adott stratégiai válaszaikat a jegyzett részvénytársaságok.

4. táblázat: A járvány hatásaira adott vállalati válaszok

Válasz	Befektetés	Innováció	Befektetést halaszt	Finanszírozás átalakítása	Nincs hatás
Részvények Prémium	15	3	1	1	1
Részvények Standard	6	4		1	1
Részvények T					
Xtend Piac	4	1			

Forrás: Saját szerkesztés

A 4. táblázat alapján jól látható, hogy a társaságok nagyobb része, szám szerint huszonöt cég, befektetések bővítésével reagált a kialakult váratlan krízishelyzetre. Nyolc vállalat az innovációt emelte ki jelentésében, mint kulcskérdést a krízis kezelésében. Tehát, a legtöbb piaci szereplő proaktív stratégiai lépéseket alkalmazott a válság kezelése során. Egy vállalat számolt be arról, hogy elhalasztott befektetést a járvány következtében. Két vállalat döntött úgy, hogy átalakítja finanszírozási szerkezetét. Szintén két vállalat jelezte, hogy nem érzékelt említésre méltó hatást a járvány helyzetben.

4. Összefoglalás

A jegyzett társaságok éves jelentéseikben általában megfelelő tájékoztatást nyújtottak a járvány hatásairól, azaz világosan leírták, miként érintette árbevételük és nyereségük alakulását. A járvány hatásaként általában csökkent a kereslet termékeik iránt. A tőzsdei vállalatok törekedtek a negatív piaci hatások kiküszöbölésére és ebben sikert értek el: jellemzően nőtt az árbevételük és nyereségük, miközben a társaságok kisebbsége esetében csökkenésről vagy éppen ugrásszerű változásokról számoltak be. A járvány negatív hatásainak pozitíva átfordítását proaktív, a jövőt befolyásoló lépésekkel, jellemzően befektetések és innováció révén érték el.

Irodalomjegyzék

2000. évi C. törvény a számvitelről.

2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről

BÉT (2020): ESG Jelentési Útmutató a Budapesti Értéktőzsde kibocsátói számára. BÉT. Budapest

BÉT (2021a): A tőzsdei jelenlét előnyei. <https://www.bet.hu/Kibocsatok/vallalati-tudastar/A-tozsdei-jelenlet-elonyei> 2021.10.24.

BÉT (2021b): A bevezetés feltételei. <https://www.bet.hu/Kibocsatok/vallalati-tudastar/A-bevezetes-feltetelei> 2021.10.24.

Business Roundtable (2019): Statement on the Purpose of a Corporation. August 19, 2019. Letöltve: 2020.11.02.
<https://s3.amazonaws.com/brt.org/BRT-StatementonthePurposeofaCorporationOctober2020.pdf>

Chikán A. (2003): A kettős értékteremtés és a vállalat alapvető célja. Vezetéstudomány – Budapest Management Review, 34 (5). pp. 10-12.

- Chikán A. (2008): Vállalatgazdaságtan. Aula Kiadó. Budapest. p. 24.
- Hartzmark, S. M. – Sussman, A. B. (2019): Do investors value sustainability? A natural experiment examining ranking and fund flows. *J. Finance* 74 (6), 2789–2837.
DOI: <https://doi.org/10.1111/jofi.12841>
- Li, Y. – Zhang, J. (2020): Stakeholder orientation and stock price crash risk. *Finance Research Letters*. Volume 37, November 2020, 101370. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2019.101370>
- Nadkarni, S. – Barr, P. S. (2008): Environmental Context, Managerial Cognition, and Strategic Action: An Integrated View. *Strategic Management Journal* 29. pp. 1395–1427.
DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.717>