



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 Turnaround 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 fenntarthatóság környezeti elemeinek megjelenése a hazai nagyvállalatok gyakorlatában

The Emergence of Environmental Elements of Sustainability in the Practice of Large Hungarian Companies

Dr. KOZMA Dorottya Edina PhD

egyetemi adjunktus (Assistant Professor)

Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar

(University of Pannonia Faculty of Business and Economics, Hungary)

BOSNYÁK-SIMON Nikolett

PhD-hallgató (PhD student)

Pannon Egyetem Gazdaságtudományi Kar

(University of Pannonia Faculty of Business and Economics, Hungary)

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 szinten 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. Jelen tanulmányunkban az élelmiszer- és dohányipar, valamint a mezőgazdaság szektor vállalatait vizsgáltuk, ezek közül is 14 vállalat jelentését.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, fenntartható fejlődés, vállalatok, környezet

JEL-kódok: L26, Q01, Q56

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. In this study, we examined the reports of 14 companies in the food, tobacco and agriculture sectors.

Keywords: sustainability, sustainable development, companies, environment

JEL Codes: L26, Q01, Q56

1. Bevezetés

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. Ezen fogalmak az élet minden területén jelen vannak, képviseltetik magukat. 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, mint például a vevők, beszállítók, munkavállalók és a szélesebb közönség számára is. Ahogy Staib (2005) fogalmaz, a vállalatok felelőssége a kezdetektől nagyobb annál, hogy tulajdonosai számára nyereséget termeljenek. Tény tehát, hogy a vállalatok – a környezethez és tágabban értelmezve, a társadalomhoz fűződő kapcsolatuk tekintetében – sosem voltak önálló szervezetek. Hiszen egyrészt mindenkor reagáltak a komplex és összefonódó környezetre, és az onnét származó információkra, de ugyanakkor – gazdasági tevékenységükből adódóan – függenek is attól (Staib, 2005). Ebből kifolyólag, a gazdaság, a társadalom és a természeti környezet viszonya, a közöttük lévő kölcsönhatás rendkívül összetett (Németh, 2006).

A fenntarthatóság fogalma mindenütt jelen van, legyen az a globalizáció, a vállalati működés vagy éppen a teljesítőképesség. Önmagában fogalmi szempontból ellentmondásos lehet és emellett rendkívül sok megfogalmazásával is találkozhatunk a szakirodalmak között, amelyekben keveredik, hogy mit is értünk pontosan a definíció alatt. A legtágabb értelemben a fenntarthatóság a jelenben tett intézkedéseknek a jövőben rendelkezésre álló lehetőségekre gyakorolt hatásával foglalkozik (Crowther, 2002). Így, ebben a megfogalmazásban azt jelenti, hogy a társadalom nem használhat fel többet egy erőforrásból, mint amennyit az regenerálni képes. Ezek az aggályok a társadalom egészének makroszintjén vagy a nemzetállam szintjén is relevánsak, de ugyanilyen fontosak a vállalat mikro szintjén is (Aras–Crowther, 2008).

A fenntarthatóság korai konceptualizációi viszonylag szűken a környezetvédelemre összpontosítottak, azonban az utóbbi évek kutatásai egyre inkább elismerik, hogy ez csak egy rész-halmazt képez a fenntartható fejlődésből és így a vállalati fenntarthatóságból is. Egyszerűbben fogalmazva, a szervezeteknek kifejezett figyelmet kell fordítaniuk a környezeti, gazdasági és társadalmi tevékenységük pozitív és negatív hatásaira egyaránt. Ha más szóval szeretnénk kifejezni, hogy a vállalatoknak mire van szükségük a fenntarthatóság kihívásainak kezelésére, akkor azt mondhatjuk, hogy rugalmas megközelítést igényelnek, amelyben a szervezetek folyamatosan vizsgálják környezetüket a prioritást élvező kérdések azonosításához és ehhez kapcsolódóan az üzleti stratégiák igazításához. A vállalatoknak minden esetben ki kell fejleszteniük egy olyan képességet, mely segítségével folyamatosan képesek foglalkozni a felmerülő kérdésekkel.

A gyakorlatban a szervezetek többnyire az erőforrás-felhasználás hatékonyságának növelésével törekednek a fenntarthatóságra, erre példa lehet egy energiahatékonysági program. Ami a vállalati fenntarthatóságot illeti, a zavart fokozza az a tény, hogy a fenntartható kifejezést az elmúlt 30 évben a menedzsment szakirodalomban (lásd például Reed–DeFillippi, 1990) pusztán a folyamatosságra használták. Így Zwetsloot (2003) ennek hatására összemosza a vállalati társadalmi felelősségvállalást a folyamatos fejlesztés és innováció technikáival, hogy azt sugallja, hogy ezáltal a fenntarthatóság biztosított.

1.1. Kutatási kérdés és hipotézis

Számos tényező készíti arra a különböző iparágakban tevékenykedő vállalatokat, hogy a fenntartható fejlődés elveit átültessék a saját, napi szintű vállalati gyakorlatukba. Kérdés az, hogy valóban képesek a gyakorlati világban is megtenni mindezeket a lépéseket? Ha igen, akkor milyen módon? Milyen eszközök segítségével, milyen tevékenységek mentén teszik ezt? Kutatásunk során ezekre a kérdésekre keressük a választ. Ehhez kapcsolódóan kutatási hipotézisünk a következő: *A hazai nagyvállalatokról nem lehet egyértelműen állítani, hogy azok mindegyike készít fenntarthatósági jelentést vagy éves energetikai szakreferensi riportot.* Alapvető célunk, annak vizsgálata és feltárása, hogy a hazai szintéren működő, különböző iparágakban

tevékenykedő 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 nagyvállalatokat vontuk be. Jelen tanulmányunkban az élelmiszer- és dohányipar, valamint a mezőgazdaság szektor vállalatait vizsgáltuk meg, hogy készítene-e fenntarthatósági vagy klímajelentést. Ez összesen 36 nagyvállalatot jelent, s közülük 14 vállalat esetében találtunk a fenntarthatóság jegyében készült dokumentumot.

2. Szakirodalmi áttekintés

Napjainkban nem lehet panaszunk arra vonatkozóan, hogy az emberi tevékenység káros környezeti hatásaira vonatkozó nemzetközi, valamint az országos szintű erőfeszítések eltörpülnének a többi társadalmi vagy gazdasági probléma mellett (Zsóka–Zilahy, 2011). A vállalati szféra bevonása nélkül szinte lehetetlen válaszokat adni a környezeti kihívásokra. Széchy (2006) tanulmányában leírja, hogy az 1900-as évek közepétől kezdődően elméleti síkon is megjelenik a vállalati gyakorlatban az üzleti világ társadalmi felelősségvállalásának, felelőségének kérdése. Feltehetjük a kérdést, hogy vajon a vállalati profit növelése mellett kell-e törődniük azon szempontokkal, mint a szegénység, a környezet állapota vagy akár a munkanélküliség?

Egyre több tanulmány utal arra, hogy a vállalatok olyan vállalati fenntarthatósági stratégiákkal kell, hogy rendelkezzenek, amelyek célja a társadalom és a vállalat gazdasági, társadalmi, környezeti igényeinek stabilizálása a fenntarthatósági teljesítmény elérése érdekében (Saunila et al., 2019). Leegyszerűsítve az előbbiekből leírtakat, a vállalati fenntarthatósági stratégia a környezeti és társadalmi dimenziókat a stratégiai menedzsment folyamatába illeszti. A fenntarthatósági kutatások során a vállalatok gyakran rendszerszemléletet alkalmaznak, melyek az üzleti szempontokra, műveletekre összpontosítanak. Baumgartner és Rauter (2017) azt javasolják, hogy a vállalati fenntarthatósági stratégia a környezeti és társadalmi szempontokat a stratégiai menedzsment folyamatába kapcsolja be, továbbá a vállalat stratégiai helyzetét hangsúlyozza a fenntartható fejlődés szempontjából.

Több szerző (Henriques–Sadorsky, 1995; Bansal–Roth, 2000; Lawrence–Morell, 1995) is leírja a vállalati fenntarthatósági menedzsment belső és külső meghatározó tényezőit, azonban még ha némelyikük figyelembe is veszi a vállalati fenntarthatóság gazdasági indoklását, a leíró kutatások összességében számos hiányosságot mutatnak. Ezeket lényegében két csoportra tudjuk osztani, egyik az összehasonlító tanulmányok hiányát tárta fel, míg a másik a vállalati fenntarthatóság gazdasági indoklaira való kifejezett összpontosítást említi problémaként (Steger et al., 2007). A fenntarthatóság a vállalkozások azon képességére utal, hogy azok előre haladjanak a hosszú távú, magas színvonalú működés és gondoskodás révén (Nicolăescu et al., 2015).

2.1. *A fenntartható fejlődés összekapcsolódása a vállalatok működésével*

A fenntartható fejlődés, mint fogalom a XX. és XXI. század mantrájává vált, megvalósulását globális, regionális és nemzeti szinten is hathatós ösztönzés övezi. Manapság a valódi hangsúly a mikrogazdasági szereplők szintjére helyeződött át, mivel a vállalatok tevékenysége alapvető befolyásoló erővel rendelkezik a koncepció megvalósulására (Ransburg–Vágási, 2011). Ha önmagában a fenntartható fejlődést, mint fogalmat vizsgáljuk, akkor megállapíthatjuk, hogy célja egy olyan társadalmi-gazdasági fejlődés megvalósítani, amely nem veszélyezteti a jövő generációk szükségletének kielégítését (WCED, 1987). Elkington (1998) szerint a fenntartható fejlődés három pillérének (gazdaság, környezet, társadalom) meghatározása a vállalati integrációs elvek megfogalmazását is elősegítették.

Howard R. Bowen 1953-ban megjelent „Az üzletember társadalmi felelőssége” (Social Responsibilities of a Businessman) című könyvében jelent meg elsőként a „vállalatok társadalmi felelőssége” (corporate social responsibility – CSR) definíció. E fogalom mára már széles körben elterjedt, hasonlóan a fenntartható fejlődés fogalmához. Egy másik, szintén lényeges, és e témában elsőnek számító mű, Rachel Carson (1962) „Néma tavasz” (Silent Spring) című könyve, mely a környezetvédelem és a fenntarthatóság kapcsolatára fókuszált (Staib, 2005;

Ván, 2012). Témánk szempontjából ez a két legelső fontos kiadvány, mely a kérdéskörrel foglalkozik, és amelyek már akkoriban a széles nyilvánosság elé tárták a vállalatok tevékenységének környezeti és társadalmi vonatkozásait. Ennek következtében, 1972-ben jelent meg a Római Klub „Növekedés határai” (The Limits to Growth) című jelentése, mely a gazdálkodó szervezetek tevékenységének káros következményeit tárgyalta (Meadows et al., 1972).

Az 1980-as évek súlyos környezeti katasztrófái, ipari szerencsétlenségei jelentősen felértékeltek a környezeti kérdések iránti érdeklődést is, hiszen a vállalati tevékenységek ekkor már globális méreteket öltött környezeti problémákat idéztek elő. A környezeti katasztrófák egyértelműen rámutattak az emberi tevékenységek környezeti és társadalmi hatásaira, és előtérbe helyezték a gazdálkodó egységek környezetvédelmi tevékenységének szükségességét. A fenntarthatóság alapvetően az antropocentrizmus és az ököcentrizmus ellentétes nézeteiben gyökerezik, tulajdonképp e két nézet kompromisszumának tekinthető (Staib, 2005). E fogalom/szemlélet az elmúlt néhány évtizedben, a Brundtland-jelentés kiadása óta vált lényeges kérdéskörre az üzleti életben is. Az ENSZ Környezet és Fejlődés Világbizottság, más néven Brundtland-bizottság ugyanis 1987-ben közzétette „Közös jövőnk” című jelentését, mely a gazdasági növekedés új korszakát sürgette. Olyan növekedést kívánt elérni, amely erőteljes, ugyanakkor társadalmilag és környezetileg egyaránt fenntartható (Gyulai, 2013, 797).

Egyik, talán széles körben leginkább ismert meghatározása szerint ez olyan fejlődést jelent, amely kielégíti a jelen szükségleteit, anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő nemzedékek esélyét arra, hogy ők is kielégíthessék szükségleteiket (WCED, 1987). A Bizottság fenntartható fejlődésre vonatkozó akciótervét (Agenda 21) 1992-ben fogadták el a Riói Egyezmény keretében, mely alapvetően rákényszerítette a gazdálkodó egységeket arra, hogy felismerjék a környezeti menedzsment létjogosultságát, ezen túlmenően, mint a fenntartható fejlődés kulcselemét kezeljék (Madarasiné, 2009). Ezt követően a fenntartható fejlődés nemcsak a tudományos életben, hanem a gazdasági szereplők körében is kiemelt kérdéskörre vált, továbbá visszavonhatatlanul bekerült a köztudatba is.

2.2. A vállalati fenntarthatóság fogalma

A vállalati fenntarthatóság fogalma az utóbbi években mind a szervezeti elméletben, mind a gyakorlatban egyre nagyobb jelentőségre tett szert. Bár még mindig nem tisztázott, hogy mit jelent a vállalati fenntarthatóság és hogyan lehet azt a legjobban megvalósítani, sok kutató szerint a vállalati fenntarthatósági elvek elfogadásának útja a fenntarthatóságra orientált szervezeti kultúra elfogadásán keresztül vezet (Linnenluecke–Griffiths, 2010). Az elmúlt években számos szervezet vezetett be vagy változtatott politikákat, termékeket és/vagy eljárásokat a környezet-szennyezés kezelése, az erőforrás-felhasználás minimalizálása, valamint az érdekelt felek közötti kapcsolatok javítása érdekében (Crane, 2000).

Látható, hogy a már közhelyszámba menő fenntartható fejlődési definíciót a mai napig sem voltak képesek a gyakorlat nyelvére lefordítani. A másfél évtizedes történelme során rámutattak, hogy mit takar, azonban működése még mindig ködbe burkolódik. Ha másképpen fogalmazzuk meg ezt a feltételezést, akkor azt mondhatjuk, hogy magával az alapelvvel mindenki egyetért, de az emberiség még mindig nem tudja, hogy miként élheti életét egy fenntarthatóbb módon. Az üzleti szférát vizsgálva a fenntarthatóság szempontjából leginkább a vállalati társadalmi felelősségvállalás terjedt el (Szennay, 2020), mely már korábban is említésre került. Nagyságát tekintve az elmúlt fél évszázad óta széles körben bővült. Braun (2013) úgy fogalmaz, hogy ettől függetlenül a vállalati társadalmi felelősségvállalás az alakulás, diszciplinárizálódás folyamatában van, mivel az elméleti vitákat még a mai napig sem sikerült lezárni és az elmélettel kapcsolatos irányzatok száma folyamatosan nő. A definíció szempontjából a problémákat több szempont okozhatja (Matten–Moon, 2008): 1. nyitottság az alkalmazás szabályaiban, a fogalom versengő; 2. ernyőfogalomként több területtel áll kapcsolatban (fed le); 3. dinamikus definíció (Szennay, 2020).

Shrivastava (1995) a fenntarthatóságban környezeti dimenzióra helyezi a hangsúlyt, és azt teljes körű minőségi környezetgazdálkodásként valósítja meg. Starik és Rands (1995) szá-

mára a fenntarthatóság egy vagy több szervezet képessége (akár egyénileg, akár a többi szervezet számára együttesen), hogy hosszú távon fennmaradjanak és virágozzanak. Bansal (2005) bemutatja a vállalati fenntartható fejlődés fogalmát, amely három lapelvre épül: gazdasági, társadalmi és környezeti integritás. Tekintettel arra, hogy a fenntarthatósági gyakorlatok kulcsfontosságúak egy vállalat túlélése szempontjából, a vállalat stratégiáján belül a célzott fenntartható intézkedések valószínűleg a versenyelőny forrásai lesznek. Ez a megközelítés összhangban van a vállalati fenntarthatóság üzleti érvével, amely számos szempontot tartalmaz, mint például a perspektívákat (Boons–Lüdeke-Freund, 2013).

A fenntartható fejlődést vállalati szinten az Európai Unió a vállalati társadalmi felelősség koncepcióján keresztül értelmezi, melynek keretében a fenntartható fejlődésen keresztül lesznek a vállalatok társadalmilag felelősek (Ransburg–Vágási, 2011). Alaposabb vizsgálat mellett az Európai Bizottság (2001) CSR megfogalmazása az alábbi módon jellemezhető: „*a vállalatok önkéntes alapon beépítik a szociális és környezetvédelmi törekvéseket üzleti tevékenységeikbe és az érdekelt felekkel fenntartott kapcsolataikba*” (Európai Bizottság, 2001, 8).

A vállalati fenntarthatóság definícióját számtalan kritika is érte pozitívumai mellett. Több kutató is azt állítja, hogy a fogalom meghonosítását célzó tevékenységek, változások sok esetben elégtelenek, mivel azok felszínesek és nem járulnak hozzá megfelelően a fenntartható szervezetek és az iparágak kialakulásához (Hart–Milstein, 1999). Minden esetben a vállalatoknak nemcsak a környezeti és társadalmi kihívásokra kell választ adniuk, hanem jelentős kulturális változásokon is keresztül kell menniük (Post–Altman, 1994). A központi gondolat tehát az, hogy a szervezeteknek fenntarthatóság-orientált szervezeti kultúrát kell kialakítaniuk, ha a vállalati fenntarthatóság irányába szeretnének elmozdulni (Linnenluecke–Griffiths, 2010). Bár a fogalom nagy figyelmet kapott a közelmúltban a szervezeti menedzsmentben és a tanulmányokban, még mindig kevés betekintést nyertünk abba, hogy miként valósítható meg a vállalati fenntarthatóság a gyakorlat révén.

Ransburg (2006) szerint a fenntarthatósági jelentésekkel a vállalatok egyfajta önbevallást gyakorolnak és feltárják a fenntartható fejlődés három dimenziójához tartozó teljesítményüket. Továbbá, a kommunikációs csatorna egy részét is képviselik a jelentések. Összefoglalva, a fenntarthatósági jelentések segítségével a vállalatok bizonyos reakció kiváltását tűzik ki célul, mint például:

- részvényárfolyam stabilizálása, valamint a befektetők vonzása (egy transzparens és nyílt jelentéssel a vállalat a befektetők számára mérlegeletlenebbé teszi a befektetéssel járó kockázatokat);
- önmagában egy fenntarthatósági jelentés megalkotása azt jelentheti, hogy az adott vállalat képes és el is akarja fogadni a fenntarthatósági követelményeket;
- a valós kockázat és a kockázat érzete is csökkenthető, tehát bizalmat keltenek;
- hitelfelvétel esetén pozitív képet festhet a vállalkozásról a fenntarthatósági jelentések megléte (Ransburg–Vágási, 2011).

Természetesen a fenntarthatósági jelentések mind pozitív, mind pedig negatív tulajdonságuk szerint is megkülönböztethetők. Előnyük, hogy képesek rávilágítani olyan problémákra vagy folyamatokra, amelyek más módon nem kerülhettek volna napvilágra; a vállalat különálló funkcióit képes a stratégián belül egyesíteni, és nem utolsó sorban segíti a vezetőséget felmérni a fenntarthatósági teljesítményt (Ransburg, 2006). Az előnyökkel szemben sokszor vádak is érték a fenntarthatósági jelentéseket: bonyolultak lehetnek azok számára, akik átlagos ismeretekkel rendelkeznek; nem tudjuk eldönteni, hogy a bemutatott mérőszám alacsony vagy magas (nincs viszonyítás). Sokszor elveszhetünk a terjedelemben, éppen emiatt az értelmezés is nehézkes lehet, továbbá azt is mondhatjuk, hogy nincs meghatározva a célcsoport, akinek szól a jelentés.

Ugyan korábban nem volt konkrétan megszabott tartalom a fenntarthatósági jelentésekkel kapcsolatban, így arról írhattak (számolhattak be) a vállalatok, amiről csak szerettek volna (Asif et al., 2011). Manapság ez már nem igaz, ugyanis az Európai Unió nagymértékben hozzájárult a fenntarthatósági jelentések szabályozási keretének kialakításához a 2014-ben elfogadott

2014/Directive 95/EC irányelv kapcsán (Az Európai Unió Hivatalos Lapja, 2014). A megvalósítás megkönnyítése érdekében az EU 2017 júniusában útmutatót adott ki, amely segíti a vállalatokat a környezeti és társadalmi információk közzétételében.

2.3. A környezeti információk közzétételének jogszabályi háttere

A környezeti/fenntarthatósági jelentések tartalmának bemutatása előtt – egyfajta kitekintésként – fontosnak tartjuk megemlíteni, és feltárni, hogy a vállalatok tevékenységének környezeti hatásairól, környezetvédelmi tevékenységéről a 2000. évi C. törvény a számvitelről mit ír elő Magyarországon. Ahogy Riahi és Belkaoui (2004) fogalmaznak, a számvitel üzleti nyelvnek tekinthető. A számviteli rendszer arra hivatott, hogy a vállalatok teljesítményével kapcsolatos információkat minden érdekelt féllel közölje (Eugénio et al., 2010). A piacgazdaság működéséhez ugyanis nélkülözhetetlen, hogy a piac szereplői számára hozzáférhetően, döntéseik megalapozása érdekében a szervezetek vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetéről, valamint azok alakulásáról objektív információk álljanak rendelkezésre (2000. évi C. törvény a számvitelről).

A hagyományos számviteli rendszer nem szolgáltat információt a gazdálkodó szervezetek tevékenységének környezeti hatásairól. A környezeti számvitel a hagyományos számviteli rendszernek egyik szűken lehatárolt alrendszere, ugyanakkor lényegesen túlmutat e rendszer hagyományos értelemben vett lényegén. A környezeti számvitel a számvitel egyik ága, amely azokat a tevékenységeket, módszereket és rendszereket foglalja magában, amelyek egy meghatározott gazdasági rendszer környezetvédelmi problémáit vagy környezetvédelmi tevékenység gazdasági hatásait tartják nyilván, elemzik, jelentésbe foglalják” (Schaltegger et al., 1996; Schaltegger–Burritt, 2000, 63). Látható tehát, hogy felbontható további két nagy területre, a környezeti pénzügyi és a vezetői számvitelre.

Jelenleg Magyarországon nincs külön kidolgozott hatályos jogszabály a környezeti pénzügyi számvitel területére vonatkozóan. Azonban a vállalatok környezetvédelmi tevékenységével kapcsolatban a számviteli törvény konkrét előírásokat fogalmaz meg, valamint utalásokat tesz az egyes számviteli okmányok esetében, s ezekhez kapcsolódóan adatszolgáltatást is előír.

A beszámoló szöveges része, azaz a kiegészítő melléklet tartalma kapcsán az alábbi előírásokat fogalmazza meg a törvény:

- környezet védelmét közvetlenül szolgáló tárgyi eszközök – 92. § (1) bekezdése szerint – részletezett adatait külön be kell mutatni;
- a veszélyes hulladékok, környezetre káros anyagok nyitó és záró készletének mennyiségi és értékadatait, a veszélyes hulladékok, környezetre káros anyagok mennyiségének és értékének tárgyévi növekedését és csökkenését a vonatkozó jogszabály szerinti veszélyességi osztályok alapján kell bemutatni;
- jogcímenként elkülönítetten be kell mutatni a környezetvédelmi kötelezettségek, a környezet védelmét szolgáló jövőbeni költségek fedezetére a tárgyévben, illetve az előző üzleti évben képzett céltartalék összegét, továbbá a tárgyévben, illetve az előző üzleti évben környezetvédelemmel kapcsolatosan elszámolt költségek összegét, valamint a kötelezettségek között ki nem mutatott környezetvédelmi, helyreállítási kötelezettségek várható összegét (2000. évi C. törvény a számvitelről, 94. § (1), (2), (3)).

Továbbá, a közérdeklődésre számot tartó gazdálkodónak minősülő vállalkozásoknak az üzleti jelentésben külön be kell mutatniuk:

- a környezetvédelemnek a vállalkozó pénzügyi helyzetét meghatározó, befolyásoló szerepét, illetve a vállalkozó környezetvédelemmel kapcsolatos felelősségét;
- a környezetvédelem területén történt és várható fejlesztéseket, az ezzel összefüggő támogatásokat;
- a környezetvédelem eszközei tekintetében a vállalkozó által alkalmazott politikát;
- végezetül, a környezetvédelmi intézkedéseket, azok végrehajtásának alakulását. (2000. évi C. törvény a számvitelről 95. § (5)).

A számviteli törvény vonatkozó előírásain túl, fontosnak tartjuk megemlíteni a 2015. évi LVII. törvényt az energiahatékonyságról, mely törvényt „Az Országgyűlés a nemzeti energiahatékonysági célkitűzés teljesítéséhez szükséges feladatok végrehajtási feltételeinek biztosítása céljából, az energiaellátás és energia-felhasználás hatékonyságának átfogó biztosítására, s ezzel az energiafogyasztói költségek csökkentését, valamint a környezeti erőforrások jövő nemzedékek számára történő megóvását elősegítve alkotta meg” (2015. évi LVII. törvényt az energiahatékonyságról). A jogszabály úgy rendelkezik, hogy a jelentős energiafogyasztással rendelkező nagyvállalatoknak energetikai szakreferenst kell alkalmazniuk, akinek a feladata az energiahatékonysági szemléletmód, energiahatékony magatartásminták meghonosításának elősegítése a szervezet működésében és döntéshozatalában. Ennek keretében többek közt figyelemmel kíséri a szervezet energiafelhasználásának változásait, az energiahatékonysági intézkedések megvalósítását, valamint meghatározott tartalmú és rendszerességű jelentést készít (2015. évi LVII. törvény, 21/B. § (1), (2)). Munkánk során, a vizsgálatba bevont iparágak 36 nagyvállalata közül 8 esetében ugyan fenntarthatósági jelentést nem, de éves szakreferensi energetikai riportot találtunk. E vállalatok a következők:

- Bunge Növényolajipari Zrt.,
- Fornetti Kft.,
- Gallus Baromfitenyésztő Kft.,
- Hungrana Keményítő és Izocukorgyártó Kft.,
- Mogyi Kereskedelmi Kft.,
- Nagisz Zrt.,
- BAT Pécsi Dohánygyár Kft.,
- Tranzit-Ker Zrt.

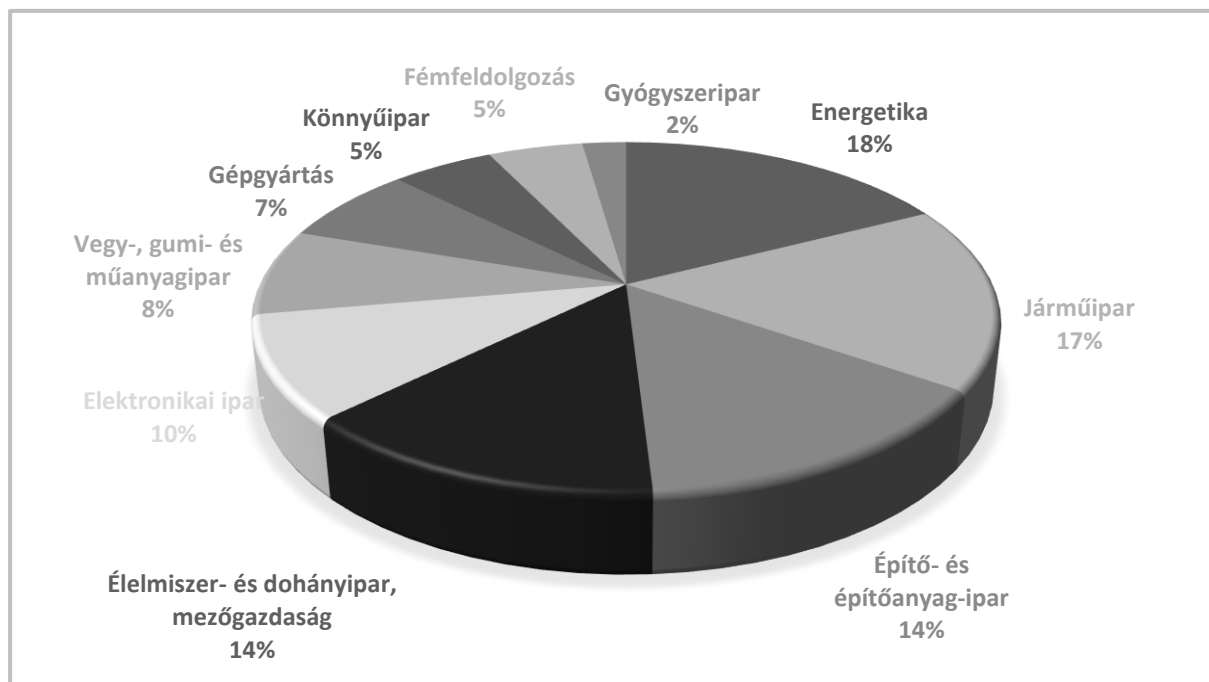
E jelentések tartalmát tekintve, elmondható, hogy a vállalkozások adott évi összesített energiafelhasználását, az energiahordozók felhasználásának megoszlását tárják fel egyrészt fajtajuk, másrészt részterületek szerint. Emellett a felhasznált energia CO₂ kibocsátásának értéke is meghatározásra kerül (tonnában). Kapcsolódva ehhez, az úgy nevezetett tölgyfa-egyenérték mutató is kiszámításra kerül, mely azt mutatja meg, hogy a vállalkozás adott évi energiafelhasználásának CO₂ kibocsátását hány egészséges tölgyfa képes semlegesíteni 50 év alatt. Ezen adatok ismertetésén túl, a jelentések végén a szervezet munkavállalóinak szemléletformálása kap helyet. Mindazonáltal, fontos leszögeznünk, hogy a vállalati fenntarthatóság azonban nem csupán a jogszabályoknak való megfelelést jelenti, mivel ez egy előfeltétele a vállalatok működési engedélyének. Emiatt arra vagyunk kíváncsiak, hogy a vizsgálatba bevont vállalatok közül melyek készítenek átfogó, részletes környezeti/fenntarthatósági jelentést, és abban mi szerepel.

3. Anyag és módszer

Látható, hogy valóban számos tényező készíti arra a vállalatokat, hogy a fenntartható fejlődés elveit átültessék a vállalati gyakorlatba. Kutatásunk célja annak vizsgálata és feltárása volt, hogy a hazai szintéren működő nagyvállalatok vállalati gyakorlatában a fenntartható fejlődés mely elemei, eszközei és milyen formában jelennek meg. Azaz, túl a jogszabályi előírásoknak való megfelelésen, mit tesznek valójában a hazai nagyvállalatok a fenntartható fejlődés égisze alatt?

Vizsgálatunkat azon nagyvállalatok körében végeztük el, melyek termelő-szolgáltató tevékenységükből adódóan közvetlen kapcsolatban állnak természeti környezetükkel, ugyanis kutatásunk elején abból a feltételezésből indultunk ki, hogy alapvetően azon vállalatok körében játszik (véltetően) jelentős szerepet a környezetvédelem, a fenntartható fejlődés, melyek termelő-szolgáltató tevékenységükből adódóan közvetlen kapcsolatban állnak természeti környezetükkel, ezáltal működésük során hatást gyakorolnak rá. Így, kutatási céljainknak megfelelően, a kutatási mintába a 2020-ban összeállított Top 500 listán szereplő nagyvállalatok egy meghatározott körét vontuk be. A listát az energetika, járműipar, építő- és építőanyag-ipar, élelmiszer- és dohányipar, mezőgazdaság, elektronikai ipar, vegy-, gumi- és műanyagipar, gépgyártás,

könnyűipar, fémfeldolgozás, valamint gyógyszeripar ágazatokban működő legnagyobb magyar cégekre szűkítettük le. Ágazati megoszlásukat a 1. ábra szemlélteti.



1. ábra: A vizsgált nagyvállalatok ágazati megoszlása – HVG TOP 500

Forrás: Saját szerkesztés a HVG (2020) Top500 lista adatai alapján

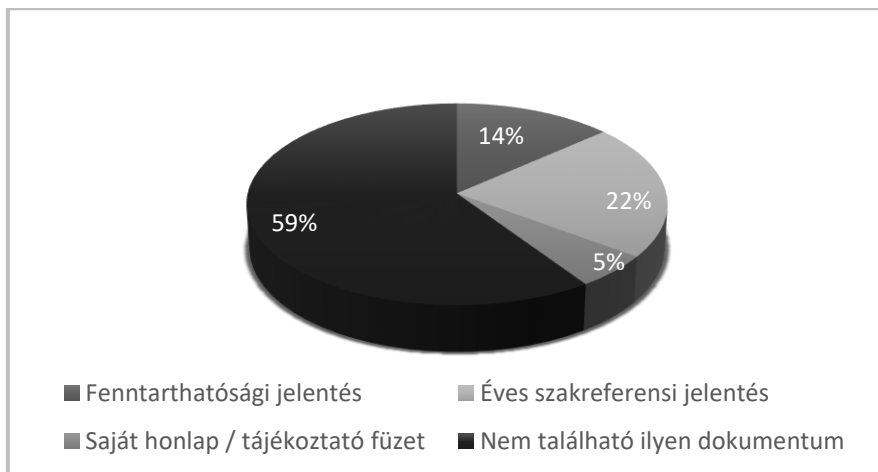
Tevékenységükből adódóan a termelő vállalatok állnak közvetlen kapcsolatban a természeti környezetükkel, így kutatásunk során mindenképp rájuk szerettünk volna koncentrálni, ez így összesen 263 vállalatot jelent. Jelen kutatásunkban közülük a minta nagysága révén tovább szűkítettük a vizsgálatba bevont vállalatok körét és ezek alapján az élelmiszer- és dohányipar, mezőgazdaság ágazatokat választottuk ki. E szektorban összesen 36 vállalat fenntarthatóság zászlaja alatt tett tevékenységét vettük górcső alá. Közülük 14 esetében találtunk fenntarthatósági jelentést, vagy más, a fenntarthatóság jegyében készült dokumentumot. A tanulmány alapját képező kutatásunk tehát feltáró jellegű, kvalitatív kutatás.

4. Kutatási eredmények

Az általunk vizsgált vállalatok tevékenységükből adódóan közvetlen kapcsolatban állnak természeti környezetükkel, hatást gyakorolnak rá. A HVG TOP 500-as listájának „*élelmiszer- és dohányipar, mezőgazdaság*” szektorhoz tartozó 36 nagyvállalat közül 14 vállalatot tudtunk vizsgálni a fent említett szempontok alapján. A fenntarthatósági jelentések segítségével a gazdasági mérőszámok mellett környezeti oldalról is megközelíthető egy vállalat tevékenységének sikere. Céljuk, hogy egyfajta önbevallást gyakoroljanak és feltárják a fenntartható fejlődés dimenzióhoz tartozó teljesítményüket. A nagyvállalatokat a fenntarthatósággal kapcsolatos információk dokumentációja szerint három csoportba tudjuk sorolni:

1. fenntarthatósági jelentést készítő vállalatok;
2. éves energetikai szakreferenci riportot közzé tevő vállalatok, valamint
3. a környezetvédelemmel kapcsolatos információkat saját honlapjukon, vagy tájékoztató füzetben megjelenítő vállalatok.

A 2. ábra szemlélteti a 36 vizsgált vállalat megoszlását annak tükrében, hogy milyen formában találtunk a fenntarthatósággal, környezetvédelemmel kapcsolatos tevékenységeikről, törekvéseikről információt. Vizsgálatunkat ezek alapján az olyan „élelmiszer- és dohányipar, mezőgazdaság” szektorban tevékenykedő vállalatok csoportjával kezdtük, amelyek konkrét fenntarthatósági jelentést készítenek, ide tartozik például a Borsodi Sörgyár Kft., Coca-Cola HBC Magyarország Kft., Dreher Sörgyárak Zrt és még sok vállalat.



2. ábra: Vállalatok megoszlása a fenntarthatósággal kapcsolatos tevékenységeik, törekvéseik dokumentációja alapján

Forrás: a szerzők saját szerkesztése a vizsgált dokumentumok alapján

4.1. A fenntarthatósági jelentést készítő vállalatok

A *Borsodi Sörgyár Kft.* 2019-es évét fenntarthatósági jelentésében sikeresnek ítélte meg, ugyanis a fejlesztésekbe vetett erőfeszítések (ellátási lánc hatékonyságjavítása) megtérülni látszottak. Megerősítették egy olyan vállalat alapjait, amely képes a folyamatos megújulásra, a hosszú távú fenntartható fejlődésre, a biztos háttér megtartására alkalmazottai számára. A környezetre, fenntartható fejlődésre vonatkozó hosszú távú stratégiáját a 2025-ig terjedő időszakra dolgozták ki, melyben kifejezett figyelmet fordítanak a környezettudatos gyártási irányelvekre, hatásaként az ökológiai lábnyom¹ folyamatos csökkentésére törekszenek. 2018-ban a Borsodi Sörgyár Kft. zéró hulladék eredményét a 2019-es év során is megtartotta. A vállalat vezetése úgy fogalmazott (Borsodi Sörgyár Kft., 2019), hogy a korszerű gyártósor a termelési kapacitás és a hatékonyság növelésén túl nagymértékben hozzájárul a fenntarthatósági célkitűzések teljesítéséhez is. A környezettudatos gyártás mellett a vállalat igyekszik minél többet visszaadni a közösségnek azzal, hogy munkavállalói önkéntes munkát végeznek, továbbá kiemelt figyelmet szentelnek a környezetre gyakorolt hatás csökkentésére. A fenntarthatóság megvalósítására három alapelvet határozta meg: *1. felelős frissítés, 2. környezettudatos gyártás, 3. közösen alkotás.*

Az első cél (*felelős frissítés*) arra vonatkozik, hogy a vállalat bővíti a felelős alkoholfogyasztásra vonatkozó programját, a címkéken található tápanyagtartalmat és nem utolsósorban igyekszik meggyőzni a fogyasztóit arról, hogy az alacsonyabb alkoholtartalmú söröket fogyasszák. A cél egy igen fontos részét teszi ki az inverz-logisztika, mely segítségével az alumínium sörösdobozokat még nagyobb számban lehet újrahasznosítani. A *környezettudatos gyártás* során a vízfelhasználás hatékonyságán, a széndioxid kibocsátás csökkentésén és a zéró hulladék megtartásán dolgoztak a vállalat vezetői és alkalmazottai egyaránt, folyamatosan keresik a fejlődési lehetőségeket a gyártási folyamatok optimalizálására. További cél, hogy hosszú távú kapcsolatokat alakítsanak ki és tartsanak fent a főbb alapanyagokat beszállító partnerekkel, szolgáltatókkal. A harmadik és egyben utolsó cél (*közösen alkotunk*) arra hivatott, hogy a vállalatot elismert munkáltatóvá tegye, mely támogatja a működési helyeinek közösségeit (Borsodi Sörgyár Kft., 2019).

¹ Ökológiai lábnyom (ecological footprint) definíciója Wackernagel és Rees (1996) nevéhez fűződik. Csutora (2011) szerint: „az ökológiai lábnyom egy olyan elszámolási keretrendszer, amely bemutatja, hogy az ökoszisztéma termékeiből és szolgáltatásaiból mekkora részt képez a humán célú felhasználás, és ennek meghatározásához a termékek és szolgáltatások előállításához szükséges bioproduktív területek (szárazföld és tenger) nagyságát használja fel mutatóként” (Csutora, 2011, 6).

A *Coca-Cola HBC Magyarország Kft.* 1993 óta van jelen a magyar piacon. A 2019-es fenntarthatósági jelentésükben öt kulcsfontosságú pillérre építettek, ezek ugyanis elengedhetetlenek a felelős és fenntartható növekedéshez, valamint az értékteremtő képességükhöz. A jelentés leírja, hogy a fenntarthatósági célok és felelősségvállalás elválaszthatatlanul kapcsolódnak a vállalati értékekhez. Hasonlóan a legtöbb fenntartható fejlődési, fenntarthatósági stratégiához, a Coca-Cola megközelítése is hosszútávon valósítható meg és jelentős mértékben összefügg, pontosabban az ENSZ által kidolgozott fenntartható fejlődési célok felépítését követik. Legfőbb vállalásaik a következők: előrehaladás biztosítása, újrahasznosított és/vagy megújuló anyagokból készült PET palackok arányának növelése, fajlagos szén-dioxid kibocsátás csökkentése, nyersanyagszükséglet csökkentése, vízfogyasztás csökkentése. A 2020-as fenntarthatósági célokra építve, valamint az ambíciókat magasabbra emelve új stratégiát hirdetett a Coca-Cola, melyben a fő hangsúlyt az egészségesebb táplálkozásra, hulladékmentes világra, PET palackok még erősebb mértékű újrahasznosítására, a megújuló energiaforrásokra, a károsanyag kibocsátás csökkentésére és a vízgazdálkodásra helyezték (Coca-Cola HBC Magyarország, 2019).

A vállalat olyan fenntartható növekedési stratégiát követ, amely sikeres, értékteremtő és megbízható vállalattá teszi a Coca-Cola-t. A társadalmi felelősségvállalás és a fenntarthatóság a vállalat kultúrájának legjelentősebb része, fontosnak tartják, hogy mint egy felelős gazdasági szereplő a működésből származó környezeti kockázatokat megfelelően és körültekintően kezeljék. Az energiahatékonyság javítása, az üvegházhatású gázok kibocsátásának csökkentése, a felelős vízgazdálkodás, a csomagolási hulladék visszagyűjtése és újrafelhasználása mind-mind hozzájárul a fenntarthatóbb környezet megteremtéséhez. Mindemellett gondoskodniuk kell arról is, hogy felelős, fenntartható működési folyamatokat alakítsanak ki munkavállalóik és fogyasztóik számára, mely párhuzamosan történik a tudatosság növelésével. A fenntarthatósági jelentésben kifejezett hangsúlyt helyez a Coca-Cola HBC a lineáris gazdasági modellről a körforgásosra való áttérésre, melyet egyedül nem tudnak megvalósítani. A körforgásos gazdaság az együttműködésre épül, ahol a fogyasztókkal, döntéshozókkal, iparági és szakmai szervezetekkel közös célért dolgoznak. A körforgásos gazdaság megteremtése olyan többszereplős együttműködést igényel, amelyet a Coca-Cola Magyarországnál is ösztönözni próbálnak. Ezek a tevékenységek hozzájárulnak ahhoz, hogy folyamatos fejlődést érhessenek el a tevékenységük során és az ENSZ fenntartható fejlődési céljai mentén könnyebben lehessen azokat értelmezni (Coca-Cola HBC Magyarország, 2019).

A *Dreher Sörgyárak Zrt.* elkötelezett a transzparens és átlátható működés mellett, ezért több, mint tíz éve ad tájékoztatást fenntarthatósági teljesítményéről. A tanulmányban bemutatott jelentés a 2019-es év teljesítményét, eredményeit tárja fel. Számukra a fenntarthatóság nem csak a gazdasági fenntarthatóságot jelenti, hanem figyelembe veszik a gyár belső és külső, szűkebb és tágabb környezetét, közösségeit is. A fenntarthatósági teljesítmény fokozásával elősegíthetik a társadalmi és környezeti problémák megoldását. A 2019-es évben kiadott jelentés öt fő fejezetben elemzi: a környezetet, a gazdaságot, a társadalmat, a termékeket és a sörgyári örökséget. A fenntarthatósággal kapcsolatos működés során a fenntartható fejlődési célokat (Sustainable Development Goals – SDGs) is figyelembe veszik. A Dreher Sörgyárak kiemelt célja a felelős és fenntartható víz- és energiafelhasználás, melynek eredményeként 2019-ben tovább nőtt a megújuló energiaforrások aránya a felhasznált energiamennyiségben. Tevékenységük során törekednek a rendelkezésre álló erőforrások hatékony felhasználására, a folyamatok optimalizálására, a fenntarthatóság biztosítására, a megújuló erőforrások használatára, a hulladékok mennyiségének csökkentésére (Dreher Sörgyárak Zrt., 2019).

Hiszik, hogy a vállalat sikeres működéséhez elkötelezett, elszánt, érdeklődő, együttműködő és felhatalmazó magatartásra van szükség. A fenntartható vállalati működés a Dreher esetében felmerül a mindennapi tevékenységek során is, például a beruházási döntések során mérlegelik a projektek gazdasági hatásai mellett a társadalmi és környezeti hatásokat is egyben. A fenntartható vállalati működés egyik fontos eleme az érdekelt felekkel, stakeholderekkel való kapcsolattartás. Számukra a fenntarthatóság nem csak a gazdasági fenntarthatóságot és a rendelkezésre álló szűkös erőforrások tudatos felhasználását jelenti, hanem figyelembe veszik

emellett a szűkebb és tágabb környezetet is. Hiszik, hogy a fenntarthatósági teljesítményük javításával elősegíthetik a különböző problémák megoldását is. Üzleti tevékenységünkkel hozzájárulnak egy fenntarthatóan működő társadalomhoz, partnerkapcsolatainkban pedig a kölcsönös növekedés biztosítására törekszenek (Dreher Sörgyárak Zrt., 2019).

Bizonyos vállalatok, mint például a következőkben bemutatásra kerülő Givaudan esetén is csak az anyavállalatra vonatkozó fenntarthatósági jelentést találtunk. A vállalat globális iparági vezető szerepet tölt be az élelmiszer- és italgégyártásban, valamint a szépségápolási termékek piacán. A 2020-as év folyamán bemutatták az újonnan meghatározott céljaikat, amelyek nem irányváltást vagy új módszert jelentettek, hanem inkább szavakba öntötték egy olyan megközelítést, amelyet már egy ideje követtek. A különböző érdekelt felektől kapott széleskörű visszajelzések segítettek a vállalatot a céljaik kialakításában és a lényeges témák felülvizsgálatában. A fenntarthatósági jelentés felépítésére jellemző, hogy hasonlóan, mint a Coca-Cola és a Dreher Sörgyárak, az ENSZ fenntartható fejlődési céljaira épít. A fenntarthatósági célok, programok és tevékenységek összekapcsolására külön végrehajtó bizottságot neveztek ki. A vállalat szoros kapcsolatot bonyolít le a helyi termelőkkel és beszállítókkal, melynek során a helyben beszerzett nyersanyagokkal kapcsolatos tevékenységeket egy globális nyersanyag-beszerzési csoportba integrálták. Céljaikat tekintve hasonló paramétereket, jellemzőket láthatunk, mint az előzőekben bemutatott vállalatoknál (Givaudan, 2020).

A *Nestlé Hungária Kft.* „Fenntarthatósági és Közös Értékteremtés összefoglaló” című dokumentumot készít, mely dokumentumban külön alfejezetben, részletesen kerül bemutatásra a környezeti fenntarthatóság. A vállalat alapvető céljaként határozta meg, hogy működésének környezetre gyakorolt hatását semlegesítse. Ennek tükrében, globális vállalásai közt szerepel az üvegházhatású gázok kibocsátásának teljes semlegesítése, ezáltal vezető szerep betöltése az éghajlatváltozás kezelésében, továbbá a párizsi egyezmény céljának, a globális éghajlat-emelkedés 1,5 °C-ra szorításának támogatása (Nestlé Hungária Kft., 2019).

Szintén a fenntarthatóságot szolgálva, a vállalat 2019-ben nyitotta meg az élelmiszeriparban egyedülállónak számító Csomagolótechnikai Intézetet, ahol olyan kutatások folynak, amelyek az újratölthető és újrahasználatos csomagolóanyagok technológiai kérdéseit vizsgálják. 2020–2025 között a termékek csomagolásából világszerte eltávolítják a nem, vagy csak nehezen újrahasznosítható alapanyagokat, és azt alternatív anyagokkal, például papírral helyettesítik.

A magyar hulladék-újrahasznosítási rendszer működésének támogatása céljából, a HUNGARUSZ Szövetség szakmai támogatásával Újrahasznosítási kisokost készített a vállalat, melyben hasznos, gyakorlati tanácsokat fogalmaztak meg a fogyasztók számára a mindennapi hulladékkezelés kapcsán. Mindezek mellett, a jelentésben hangsúlyos szerepet kap a víz-, az energia- és a műanyagfelhasználás folyamatos csökkentése, melyet konkrét szám adatokkal is alátámasztanak (Nestlé Hungária Kft., 2019).

4.2. Online elérhető információk és tájékoztató füzetek alapján jellemzett vállalat fenntarthatósági tevékenysége

A *Fornetti Kft.* fagyasztott pékárú gyártásával és értékesítésével foglalkozik, mely tevékenységek jelentős energiafogyasztással járnak. Az éves energetikai szakreferenci jelentésén túl a vállalat által összeállított, online elérhető tájékoztató füzetet is találtunk. A vállalat fontosnak tartja, hogy működését az energetikai és környezetvédelmi szempontokat figyelembe véve, átláthatóan végezze optimalizálva az energiaköltségeket, amellyel hozzájárulnak a környezetre gyakorolt hatás csökkentéséhez. Éppen ennek köszönhetően az energiapolitikai irányelveik a következők: azonosítani az energiafogyasztást meghatározó (felhasználó, megtakarító) technológiákat, folyamatokat; a gyártás során energiateljesítmény mutatókat dolgozzanak ki (nyomkövetés); betartsák az energiafogyasztásra vonatkozó jogszabályokat. Továbbá, a munkatársakat folyamatos képzésnek vetik alá és olyan célokat, programokat tűznek ki maguk elé, melyekkel a működésben optimalizálják a felhasznált energia mennyiségét (Fornetti Kft., 2019).

5. Következtetések

A vállalati fenntarthatóságot nem tudjuk abszolutizálni, a vállalatok életciklusától függően nem tudjuk alkalmazni mindegyik életszakaszban és természetesen a körülményektől függetlenül nem mindig van összhangban a gazdasági jellegű racionalitással (Losoncz, 2008). Látható, hogy nem csak a fogalomról van nézeteltérés, hanem arról is, hogyan lehet a fenntarthatóságot a szervezeti gyakorlatban is megvalósítani (Daily–Huang, 2001).

Következtetéseinkhez összefoglalásához táblázatot készítettünk, amely arra hivatott, hogy bemutassa a vállalatokat (név, alapítás éve), megmutassa, milyen típusú dokumentummal demonstrálják a fenntarthatóság felé való átmenetet és továbbá azok legkiemelkedőbb céljait. Ennek alapján látható, hogy a bemutatásra kerülő, az élelmiszer- és dohányipar, valamint a mezőgazdaság területén tevékenykedő vállalatok igen eltérő módon tesznek a fenntarthatóságért. Vannak, amelyek valóban erős és látható lépéseket tesznek a fenntarthatóság irányába, míg mások leírják stratégiájukban, hogy mit szeretnének megvalósítani, azonban ezek kevésbé láthatók. A vizsgált vállalatokról készítettünk egy összesítő táblázatot (1. táblázat).

1. táblázat: A vizsgálatba bevont vállalatok fenntarthatósági törekvései

Vállalat neve	Alapítás éve	Fenntarthatósági dokumentum típusa	Megjelenés éve	Főbb definiált célok
<i>Borsodi Sörgyár Kft.</i>	1895/2009	fenntarthatósági jelentés	2019	Az ökológiai lábnyom folyamatos csökkentése. Zéró hulladék eredmény megtartása.
<i>Bunge Növényolajipari Zrt.</i>	1964/1992	éves energetikai szakreferensi riport	2019	
<i>Coca-Cola HBC Magyarország Kft.</i>	1968/1993	fenntarthatósági jelentés	2019	Áttérés a körforgásos gazdasági modellre.
<i>Dreher Sörgyárak Zrt.</i>	1854/1970	fenntarthatósági jelentés	2019	Felelős és fenntartható víz- és energiafelhasználás.
<i>Fornetti Fagyasztott Pékáru-termelő és Kereskedelmi Kft.</i>	1997	éves energetikai szakreferensi riport / online információk honlapról	2019	-
<i>Gallus Baromfitenyésztő és Keltető Kft.</i>	1991	éves energetikai szakreferensi riport	2019	
<i>Givaudan Hungary Kft.</i>	1895/2009	fenntarthatósági jelentés	2020	-
<i>Heineken Hungária Zrt.</i>	1895/1971	tájékoztató	2019	Az ENSZ „Fenntartható fejlődési céljaiból” hatnak eleget tenni.
<i>Hungrana Kft.</i>	1990	éves energetikai szakreferensi riport	2020	
<i>Mogyi Kereskedelmi Kft.</i>	1990	éves energetikai szakreferensi riport	2019	
<i>Nagisz Zrt.</i>	1992	energiafogyasztás éves jelentés	2019	
<i>Nestlé Hungária Kft.</i>	1980	fenntarthatósági jelentés	2019	2050-ig teljesen semlegesítési az üvegházhatású gáz kibocsátását. 100 százalékban megújuló villamosenergia felhasználása.
<i>BAT Pécsi Dohánygyár Kft.</i>	1970	éves energetikai szakreferensi riport	2018	
<i>Tranzit Ker Zrt.</i>	1991	éves energetikai szakreferensi riport	2019	

Forrás: A szerzők saját szerkesztése a vizsgált dokumentumok alapján

Megállapíthatjuk tehát, hogy a vállalatok által készített fenntarthatósági jelentések igen szerteágazók és emellett bizonyos nagyvállalatok tevékenységük hatásainak ellentétesen készít riportokat, gondolunk itt ebben az esetben arra, hogy bár a BAT Pécsi Dohánygyár Kft. igyekszik éves energetikai szakreferensi riportjában beszámolni energiahatékonyságáról, de nem fedkezhetünk meg termékei egészségre ható káros hatásairól, ezzel pedig egyfajta ellentmondás alakul ki.

6. Összefoglalás

Napjainkban számos tényező készíti arra a vállalatokat, hogy a fenntartható fejlődés elveit átültessék a vállalati gyakorlatba. Vizsgálatunk során arra voltunk kíváncsiak, hogy a hazai nagyvállalatok ezeket az elveket hogyan ültetik át a vállalati gyakorlatba, milyen eszközök segítségével, milyen tevékenységek mentén teszik ezt. Kutatásunk során ezekre a kérdésekre kerestük a választ a vállalatok által készített fenntarthatósági jelentések áttekintése során.

Jelen kutatásunk alapvető célja annak vizsgálata és feltárása volt, hogy a hazai szintén 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. Jelen kutatásunkba az élelmiszer- és dohányipar, mezőgazdaság szektor vállalatait vontuk be, ez összesen 36 vállalatot jelentett. Közülük 14 vállalat esetében találtunk a fenntarthatóság jegyében készült és közzétett dokumentumot. A vizsgálatba bevont vállalatok közül 5 esetében találtunk részletesen kidolgozott és közzétett fenntarthatósági jelentést, 8 nagyvállalat éves energetikai szakreferensi jelentése volt elérhető, melyek közül egy vállalat a saját honlapján is közzétett környezetvédelmi, fenntarthatósági információkat, illetve egy vállalat készített online tájékoztató füzetet.

Összességében elmondható az általunk vizsgált fenntarthatósági jelentések felépítése kapcsán, hogy azok az ENSZ fenntartható fejlődési céljaira építenek. Jelentéseiből egyértelműen kiolvasható a fenntartható fejlődés iránti elköteleződésük, fenntarthatósági teljesítményük folyamatos javítására való törekvésük. Egyes nagyvállalatok konkrét célértékeket is rendeltek ezek eléréséhez. A fenntarthatósági jelentések segítségével a vállalatok bebizonyították, hogy a tevékenységeik sikerének méréséhez nem elegendő csupán a gazdasági mérőszámokat prezentálni, a siker mértéke ennél sokkal komplexebb. Ugyanakkor, fontos megjegyeznünk, hogy az elérhető fenntarthatósági jelentések száma alulmúlta várakozásainkat, hiszen a vizsgálatba bevont 36 vállalatnak csupán mintegy 14%-a esetében találtunk ilyen dokumentumot.

Irodalomjegyzék

- Aras, G. – Crowther, D. (2008): Governance and sustainability. An investigation into the relationship between corporate governance and corporate sustainability. *Management Decision*, 46(3), 433-448. DOI: <https://doi.org/10.1108/00251740810863870>
- Asif, M. – Searcy, C. – Zutshi, A. – Ahmad, N. (2011): An integrated management approach to corporate sustainability. *European Business Review*, 23(4), 353-367. DOI: <https://doi.org/10.1108/09555341111145744>
- Az Európai Unió Hivatalos Lapja (2014): *Az Európai Parlament és a Tanács 2014/95/EU irányelve a 2013/34/EU irányelvnek a nem pénzügyi és a sokszínűséggel kapcsolatos információknak bizonyos nagyvállalkozások és vállalatcsoportok általi közzététele tekintetében történő módosításáról*. Retrieved January 24, 2022, from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0095&from=EN>
- Bansal, P. (2005): Evolving sustainably: A longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic Management Journal*, 26(3), 197–218. DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.441>
- Bansal, P. – Roth, K. (2000): Why companies go green: a model of ecological responsiveness. *Academy of Management Journal*, 43(4), 717-736. DOI: <https://doi.org/10.2307/1556363>

- Baumgartner, R. J. – Rauter, R. (2017): Strategic perspectives of corporate sustainability management to develop a sustainable organization. *Journal of Cleaner Production*, 140, 81-92.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.04.146>
- Boons, F. A. A. – Lüdeke-Freund, F. (2013): Business models for sustainable innovation: State-of-the-art and steps towards a research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 45, 9–19.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.07.007>
- Borsodi Sörgyár Kft. (2019): *Fenntarthatósági jelentés 2019*. Retrieved November 29, 2020, from <https://borsodisorgyar.hu/docs/20200805-borsodi-fenntarthatosagi-jelentes-mod20201012-01-online-614090e97b3ca444099152.pdf>
- Braun R. (2013): A vállalatok politikája – vállalati, társadalmi felelősségvállalás, vállalati közösségek és a vállalati stratégia jövője. *Vezetéstudomány*, 44(1), 18–28.
DOI: <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2013.01.02>
- Coca-Cola HBC Magyarország (2019): *Fenntarthatósági jelentés 2019*. Retrieved May 13, 2021, from <https://hu.coca-colahellenic.com/content/dam/cch/hu/documents/media/Fenntarthat%C3%B3s%C3%A1gi%20Jelent%C3%A9s%202019.pdf.downloadasset.pdf>
- Crane, A. (2000): Corporate greening as a normalization. *Organization Studies*, 21(4), 673-696.
DOI: <https://doi.org/10.1177/0170840603024001341>
- Crowther, D. (2002): *A Social Critique of Corporate Reporting*. Ashgate: Aldershot.
- Csutora M. (2011): Az ökológiai lábnyom számításának módszertani alapjai. In: Csutora M. (Ed.): *Az ökológiai lábnyom ökonómiája*. Budapest: Aula Kiadó.
- Daily, B. F. – Huang, S. (2001): Achieving sustainability through attention to human resource factors in environmental management. *International Journal of Operations & Production Management*, 21(12), 1539–1552. DOI: <https://doi.org/10.1108/01443570110410892>
- Dreher Sörgyárak Zrt. (2019): Innováció, tradíció, felelősség. A Dreher Sörgyárak Zrt. 2019. évi fenntarthatósági jelentése. Retrieved September 29, 2021, from https://www.dreherzrt.hu/wp-content/uploads/2020/11/Dreher_Sorgyarak_fenntarthatosagi_jelentes_2019.pdf
- Elkington, J. (1998): *Cannibals with Forks. The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing Limited.
- Eugénio, T. – Lourenco, I. – Morais, A. I. (2010): Recent developments in social and environmental accounting research. *Social Responsibility Journal*, 6(2), 286–305.
DOI: <https://doi.org/10.1108/17471111011051775>
- Európai Bizottság (2001): *Promoting a European framework for corporate social responsibility. Green Paper*. Letöltve 2021. szeptember 5.
http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/greenpaper_en.pdf
- Fornetti Kft. (2019): Fenntarthatóság. Letöltve 2021. július 30.
<https://www.fornetti.hu/rolunk/fenntarthatosag/energiahatekonysag>
- Givaudan (2020): *GRI Sustainability Report. Engage your senses*. Retrieved June 21, 2021, from <https://www.givaudan.com/files/giv-2020-gri-sustainability-report.pdf>
- Gyulai I. (2013): Fenntartható fejlődés és fenntartható növekedés. *Statisztikai Szemle*, 91(8-9), 797-822.
- Hart, S. L. – Milstein, M. B. (1999): Global sustainability and the creative destruction of industries. *Sloan Management Review*, 41(1), 23–33.
- Henriques, I. – Sadorsky, P. (1995): The determinants of firms that formulate environmental plans. In: Post, J. E. (Ed.): *Research in Corporate Social Performance and Policy. Sustaining the Natural Environment: Empirical Studies on the Interface between Nature and Organizations* (pp. 67-97). Greenwich and London: JAI Press.
- HVG (2020): TOP 500. A legnagyobb magyar cégek. *HVG*, 46, 54-63.

- Lawrence, A. T. – Morell, D. (1995): Leading-edge environmental management: motivation, opportunity, resources, and processes. In: Post, J. E. (Ed.): *Research in Corporate Social Performance and Policy: Sustaining the Natural Environment: Empirical Studies on the Interface between Nature and Organizations* (pp. 99-126). Greenwich and London: JAI Press.
- Linnenluecke, M. – Griffiths, A. (2010): Corporate sustainability and organizational culture. *Journal of World Business*, 45, 357-366. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2009.08.006>
- Losoncz, M. (2008): A fenntartható vállalkozások elősegítése. *Vezetéstudomány*, 39(1), 1-12. DOI: <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2008.01.01>
- Madarasiné Szirmai A. (2009): *A pénzügyi kimutatások valóságtartalma a környezeti információk tükrében* (Doktori értekezés). Letöltve a BME adatbázisából <https://repositorium.omikk.bme.hu/bitstream/handle/10890/921/ertekezes.pdf>
- Matten, D. – Moon, J. (2008): Implicit and explicit CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 33(2), 404–424. DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.2008.31193458>
- Meadows, D. H. – Meadows, D. L. – Randers, J. – Behrens, W. W. (1972): *The Limits to growth: A report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*. New York: Universe Books. DOI: <https://doi.org/10.1349/ddlp.1>
- Németh P. (2006): *A vállalati környezetvédelmi tevékenység szerepe a versenyképességben, a piaci sikerességben* (Doktori értekezés). Letöltve a Corvinus adatbázisából http://phd.lib.uni-corvinus.hu/275/1/nemeth_patricia.pdf
- Nestlé Hungária Kft. (2019): *A Nestlé Magyarországon Fenntarthatósági és Közös Értéktéremelés öszszefoglaló 2019*. Letöltve 2021. április 10. <https://www.nestle.hu/sites/g/files/pydnoa246/files/2020-06/CSV-jelentes-Mo-2019.pdf>
- Nicolăescu, E. – Alpopi, C. – Zaharia, C. (2015): Measuring Corporate Sustainability Performance. *Sustainability*, 7, 851-865. DOI: <https://doi.org/10.3390/su7010851>
- Post, J. E. – Altman, B. W. (1994): Managing the environmental change process: Barriers and opportunities. *Journal of Organizational Change Management*, 7(4), 64–81. DOI: <https://doi.org/10.1108/09534819410061388>
- Ransburg B. (2006): A vállalati siker nem csak pénzben mérhető. *Marketing & Menedzsment*, 4, 4-11.
- Ransburg B. – Vágási M. (2011): A fenntartható fejlődés vállalati integrációja és kommunikációja. *Vezetéstudomány*, 42(10), 1-12.
- Riahi-Belkaoui, A. (2005): *Accounting Theory*. London: Thomson.
- Reed, R. – DeFilippi, R. J. (1990): Casual Ambiguity, barriers to imitation and sustainable competitive advantage. *Academy of Management Review*, 15(1), 88-102. DOI: <https://doi.org/10.2307/258107>
- Saunila, M. – Nasiri, M. – Ukko, J. – Rantala, T. (2019): Smart technologies and corporate sustainability: The mediation effect of corporate sustainability strategy. *Computers in Industry*, 108, 178-185. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.compind.2019.03.003>
- Shrivastava, P. (1995): The role of corporations in achieving ecological sustainability. *Academy of Management Review*, 20(4), 936-60. DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9512280026>
- Staib, R. (2005): *Environmental Management and Decision Making for Business*. London: Palgrave Macmillan.
- Starik, M. – Rands, G. P. (1995): The role of corporations in achieving ecological sustainability. *Academy of Management Review*, 20(4), 908–935. DOI: <https://doi.org/10.2307/258960>
- Steger, U. – Ionescu-Somers, A. – Salzmann, O. (2007): The economic foundations of corporate sustainability. *Corporate Governance*, 7(2), 162-177. DOI: <https://doi.org/10.1108/14720700710739804>
- Szennay Á. (2020): A vállalati társadalmi felelősségvállalás megközelítései és a fenntartható fejlődés. *Közgazdasági Szemle*, 67(10), 1057-1074. DOI: <https://doi.org/10.18414/KSZ.2020.10.1057>

- Ván H. (2012): A környezeti számvitel, mint a számviteli rendszer új kihívása. *Pénzügyi Szemle*, 57(4), 469-484.
- Wackernagel, M. – Rees, W. (1996): *Our Ecological Footprint: reducing human impact on the Earth*. Philadelphia: New Society Publishers.
- WCED (1987): *Our Common Future*. New York: United Nations.
- Zwetsloot, G. I. J. M. (2003): From management systems to corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 44(2-3), 201-207. DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1023303917699>
- Zsóka Á. – Zilahy Gy. (2011): A vállalatok szerepe a regionális fenntarthatósági kezdeményezésekben. In *Fenntartható fogyasztás? A fenntartható fogyasztás gazdasági kérdései* (pp. 155-176). Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem.
2015. évi LVII. törvény az energiahatékonyságról
2000. évi C. törvény a számvitelről