

Fenntarthatósági teljesítményértékelési rendszerek a divatiparban. Kritikai áttekintés mikro- és kisvállalkozások szempontjából

EDŐCSÉNY KLÁRA ILONA

Budapesti Corvinus Egyetem, Phd-hallgató, klara.edocseny@stud.uni-corvinus.hu

HARANGOZÓ GÁBOR

Budapesti Corvinus Egyetem, egyetemi tanár, gabor.harangozo@uni-corvinus.hu

A divatipar globális szinten jelentős környezeti és társadalmi kihívásokat jelent a fenntarthatósággal kapcsolatban, miközben a fenntarthatósági teljesítményértékelési keretrendszerek túlnyomórészt a nagyvállalatokra lettek szabva. A tanulmány célja ezen rendszerek kritikai elemzése a mikro- és kisvállalkozások szempontjából, amelyek a divatipar jelentős részét képviselik, mégis kizsorulnak az elérhető értékelési keretrendszerekből. A kutatás kvalitatív elemzésen alapul, és öt főbb nemzetközi értékelési rendszert vizsgál a relevancia, a hatásgyakorlás lehetősége, az egyszerűség és az adat-hozzáférhetőség dimenziói mentén. Az eredmények azt mutatják, hogy ezek az eszközök túl komplexek, költségesek, és gyakran irrelevánsok a mikro- és kisvállalkozások működése szempontjából. A tanulmány következtetése, hogy szükséges egy egyszerűbb, kontextusérzékeny, a célcsoport és a divatipar igényeire szabott fenntarthatósági teljesítményértékelési keretrendszer kidolgozása, amely elősegíthetné ezen vállalkozások számára a fenntarthatósági teljesítményük önértékelését és a javítási lehetőségek megalapozását.

Kulcsszavak: fenntarthatósági teljesítmény, teljesítményértékelés, divatipar, mikro- és kisvállalkozások.

JEL kódok: D12, Q56, Q58.

1. Bevezetés

A divatipart az egyik legszennyezőbb ágazatként tartják számon a világon, a globális éves szén-dioxid-kibocsátás mintegy 10%-áért és a globális szennyvíztermelés közel 20%-áért felelős (UNEP, 2018). A negatív környezeti hatások kezelésére a vállalatok is igyekeznek különféle módon választ találni, az üzleti modellel kapcsolatos innovációktól kezdve (például a körforgásos vagy az anyaghatékonyság javítására épülő üzleti modelleken keresztül, Szigeti et al., 2022) a fogyasztói edukációig. A növekvő szabályozási nyomás (például az EU Fenntartható Textíliák Stratégiája, European Commission, é.n.) és az egyre erősödő igény a fogyasztók részéről az átláthatóságra (Csutora et al., 2022) mind hozzájárulnak a különféle fenntarthatósági értékelési keretrendszerek és indexek megjelenéséhez, amelyek segítséget nyújtanak az egyes divatipari márkáknak, hogy mérni és kommunikálni tudják a környezeti és társadalmi teljesítményüket. Azonban ezeknek az eszközöknek döntő többsége nagyvállalatok, különösen a gyors divat (továbbiakban fast fashion) márkák számára készült, amelyek kiterjedt, sokszor globális ellátási láncsal (Kovács et al., 2018) és jelentős pénzügyi forrásokkal rendelkeznek (Niinimäki et al., 2020). Ez azonban lényeges korlátja is a legtöbb keretrendszer széleskörű elterjedésének, mivel a mikro- és kisvállalkozások egyedi jellemzőit figyelmen kívül hagyják (Almási, 2019; Győri et al., 2024), melyek így jelentős akadályokba ütköznek, ha megfelelően szeretnék mérni a saját fenntarthatósági teljesítményüket.

A tanulmány célja, hogy a fenntarthatósági teljesítményértékelés területén a mikro- és kisvállalkozások fókuszát szem előtt tartva bemutassa és kritikailag értékelje a meglévő, divatipar számára kialakított fenntarthatósági keretrendszereket. A nagyvállalatok uralják a fenntarthatósági diskurzust, miközben a mikro- és kisvállalkozások teszik ki a divatiparban tevékenykedő vállalkozások többségét (Edőcsény & Harangozó, 2021), az Európai Unióban például 2024-ben a divatipari vállalkozások 99,7%-a mikro-, kis- vagy középvállalkozás volt (EURATEX, 2024). Ennek ellenére utóbbi vállalkozások nehezen tudják alkalmazni a meglévő keretrendszereket a magas költségek, az összetett jelentéstételi követelmények és az intézményi támogatás hiánya miatt. A mikro- és kisvállalkozások a nagyvállalatoktól eltérő, számos, egyedi tulajdonsággal rendelkeznek, melyek szükség-szerűvé teszik, hogy a fenntarthatósági értékelési rendszerek is figyelembe vegyék ezen sajátosságokat.

A tanulmány felépítése a következő: a divatipar főbb környezeti és társadalmi kihívásainak áttekintése után kitérünk a mikro- és kisvállalkozások egyedi szempontjaira a fenntarthatósági teljesítményértékelés tekintetében. Ezt követően bemutatjuk, és a vállalati célcsoport szempontjából értékeljük a divatiparban elérhető fenntarthatósági teljesítményértékelési keretrendszereket.

2. A fenntarthatóság jelentősége és jelenlegi helyzete a divatiparban

A divatipar jelenleg mintegy 1,8 billió USD értékű iparág, mely a világ GDP-jének 1,6%-át teszi ki (Uniformmarket, 2025) és eközben körülbelül 75 millió ruhaipari munkást foglalkoztat (Fashionunited, 2024). A bevételkoncentráció alapján azonban csupán 20 nagyvállalat kezében (pl. az Inditex-csoport) összpontosul az iparági profit közel 97%-a (BOF, 2019). Az egyértelműen jelentős gazdasági hozzáadott értéken túl a divat- és ruházati ipar számtalan negatív módon hat a természeti környezetre és a társadalomra. A ruházati cikkek gyártásának jelenlegi mértékű globalizációja és az ellátási láncok széttagoltsága miatt azonban a negatív környezeti hatások pontos mérése komoly kihívást jelent, ráadásul ezek a hatások egyenlőtlenül oszlanak el a világban, és leginkább a fejlődő országokat (ahol a textil- és ruházati termelés nagy része zajlik) érintik negatívan a fejlett országokkal szemben (Niinimäki et al., 2020).

Az iparág környezetre és társadalomra gyakorolt negatív hatásai a teljes ellátási és értékláncot végigkísérik (Dobos & Éltes, 2023) az alapanyagok gyártásától kezdve (például gyapottermesztés) a ruhadarab életútjának végéig (hulladékkezelés vagy éppen megelőzés). A következőkben a szakirodalom alapján röviden áttekintjük az iparág legfontosabb környezeti és társadalmi kihívásait.

2.1. Környezetvédelmi kihívások

2.1.1. Vízhasználat

A globális divatipar legnagyobb mértékű vízhasználata egyebek mellett a gyapottermesztéshez és a gyártás során végbemenő, úgynevezett vizes folyamatokhoz kötődik (mint a fehérítés, festés, nyomtatás). Mennyiségét 2015-ben az iparágra vonatkozóan 79 milliárd köbméterre becsülték (Niinimäki et al., 2020). A divatiparban használt anyagok közül a pamutnak van a legnagyobb fajlagos vízlábnyoma (ennek jelentős része a gyapot termesztésével összefüggésben), globális átlagban 1 kg pamut előállításához 10 000 liter vízre van szükség (Drop4drop, 2018), és mivel a gyapot mintegy 44%-át exportra termesztik, ez komoly gondot okoz a helyi vízhasználat tekintetében az érintett országokban. Egy kézzelfogható példa erre, hogy becslések szerint a kiszáradás szélén álló Aral-tó vízvesztésének 20%-ért a nemzetközi divatipar gyapotszükséglete volt felelős (Chapagain et al., 2006). A nagymértékű vízhasználat mellett a divatipar szennyvízterhelése is jelentős nyomást gyakorol a természeti környezetre és a helyi vízkészletekre. A gyártás során használt vegyszerek egy része mérgező, így ha nem kezelik jól a szennyvizet, az a helyi talajvízbe jutva az egész ökoszisztémára negatív hatással lehet. Becslések szerint az ipari vízszennyezés 17-20%-áért is a divat- és textilipar felelős, többségében az anyagok festése és kezelése által (Drop4drop, 2018).

2.1.2. Karbonlábnyom (szén-dioxid-kibocsátás)

Az iparág pontos karbonlábnyomát a fentebb említett összetett ellátási láncból adódó sajátosságok miatt nagyon nehéz pontosan megbecsülni. Azonban a legtöbb becslés szerint a globális üvegházhatású gázok kibocsátásának 8–10%-ért a divatipar felelős (ENSZ, 2018; Quantis, 2018). A kibocsátások mintegy 70%-a az anyagelőállításból származik, beleértve az alapanyag termesztését, a textilgyártást és -festést, illetve a szintetikus szálak (például a poliészter) is különösen szén-dioxid-intenzívek (Carlile, 2024). Az energiafelhasználás csökkentéséhez szükséges a termelési volumen, illetve a nem megújuló energiafelhasználás csökkentése, a szintetikus alapanyagok helyett a megújuló, növényi alapú textilek előnyben részesítése, és a felelős, fenntartható ruhaipar (kevesebb mosás, nyílt levegőn szárítás szárítógép használata helyett stb.) (Niinimäki et al., 2020).

2.1.3. Vegyszerhasználat

A divatipar kemikália-felhasználása jelentős környezeti és egészségügyi kockázatokat jelent (UNEP, 2018). A textilgyártásban több, mint 8.000 különböző vegyszert alkalmaznak (European Environmental Agency, 2021), a pamuttermesztés során pedig a globális rovarirtószerek 16%-át használják fel (WHO, 2020). A textildolgozás során 1 tonna termékhez akár 200 kg vegyszer is felhasználásra kerül (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Az EU szigorú szabályozásai (például a REACH-rendelet) ellenére a gyártás nagy része olyan országokba került, ahol lazábbak a környezetvédelmi előírások (Greenpeace, 2021), ami vízszennyezéshez, valamint a munkavállalók egészségkárosodásához vezet.

2.1.4. Textilhulladék

A divatipar jelentős szerepet játszik a globális textilhulladék létrehozásában, évente körülbelül 92 millió tonna textilhulladék keletkezik, és ez a mennyiség akár 134 millió tonnára is nőhet 2030-ig (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Az EU-ban évente mintegy 5,8 millió tonna ruhát dobnak ki, ebből kevesebb, mint 1% kerül újrahasznosításra ruházati célokra (European Environmental Agency, 2019). A fast fashion üzleti modell tovább súlyosbítja a helyzetet, mivel a fogyasztók egyre gyorsabban válnak meg a ruháiktól, ezt bizonyítja, hogy 2014-ben 60%-kal több ruhát dobtak el, mint 2000-ben, és csupán fele annyi ideig viselték őket (McKinsey & Company, 2016). Emellett a kislejtezett textíliák 87%-a hulladéklerakókban vagy égetőkemencékben végzi, ahol az égetés során így káros anyagok kerülnek a légterbe (UNEP, 2018). A textilhulladék-probléma sürgető kérdés, melyet már a ruhák tervezésekor fontos figyelembe venni (például anyagtakarékos vagy nulla hulladékra törekvő tervezés révén), és a használat utáni hulladék kérdésére is

szükséges megoldást találni fogyasztói edukáción, hatékony újrafelhasználási és újrahasznosítási üzleti modelleken/rendszeren keresztül. Fontos továbbá megemlíteni a mikroműanyag-problémát; az óceánokban talált mikroműanyag körülbelül 35%-áért szintén a divatipar felelős, a szintetikus anyagokból készült ruhákból ugyanis a mosás során ezek a parányi darabkák leválnak, és a vízbe jutnak (Boucher & Friot, 2017).

2.2. Társadalmi kihívások

A divatiparnak a környezeti hatásain túl jelentős a társadalomra gyakorolt hatása is.

2.2.1. Munkakörülmények

A divatiparban az egyik legjelentősebb probléma napjainkban a munkaerő kiszármányolása és az ezzel kapcsolatos visszaélések. A fast fashion üzleti modell megjelenésével a cégek a gyártást többnyire alacsony megélhetési költségű, fejlődő országokba szervezik ki, ahol a munkavédelmi törvények is sokkal gyengébbek vagy egyáltalán nem érvényesülnek (Quiroz, 2023). Ennek köszönhetően a gyáripari munkások (többnyire nők) hosszú munkaidőket dolgoznak olyan bérért, amely az adott országban gyakran a létminimumot sem éri el, és mindezt többnyire nem biztonságos körülmények között. 2013-ban összeomlott a bangladesi Rana Plaza gyár, ahol 1.100 ruhaipari munkás vesztette életét. Ez a tragédia volt az első, és a mai napig legjelentősebb eset, amely a divaticikkek gyártása mögött meghúzódó társadalmi problémákat reflektorfénybe helyezte (Chen, 2016), és az iparágat változásra sarkallta.

2.2.2. Helyi foglalkoztatottságra gyakorolt hatás

Egy másik jelentős probléma, hogy a fast fashion termékek hatása több ország helyi, a kultúrával erősen összefonódó ruhagyártását teszi tönkre. A nyugati divatirányzatok dominanciája és olcsó ára miatt több helyen a hagyományos kézműves iparág szorul háttérbe (Ceccagno, 2017). Ezenfelül az egyre növekvő mennyiségű használt ruha is gondot okoz, ugyanis ezek nagy része afrikai országokba kerül, ahol olcsó alternatívát nyújt az új, helyben készült ruhákkal szemben. Ezzel azonban a helyi textil- és ruhaipart teszi tönkre (Baraka, 2021). Csak Kenyában 2019-ben mintegy 185.000 tonna használt ruhát importáltak, és hasonló a mennyiségek máshol is Kelet- és Nyugat-Afrikában (Baraka, 2021).

3. A fenntarthatóság mérésének kihívásai a mikro- és kisvállalatok esetében

A divatipar fenntarthatósági teljesítményének mérése egyre fontosabb eszköz a környezeti és társadalmi hatások átláthatóbbá tétele érdekében (Harangozó, 2007, 2008; Szendrey et al., 2024). Ugyanakkor a mérési rendszereket és keretrendszereket jellemzően a nagyvállalatokra optimalizálva fejlesztették ki, így használatuk a mikro- és kisvállalkozások számára számos akadályba ütközik (Henninger et al., 2016). Az iparágban a nagyvállalatok – különösen a fast fashion cégek – rendelkeznek azzal az erőforrás-bázissal és intézményi tudással, ami szükséges a részletes életciklus-elemzések (life-cycle assessment, LCA), a beszállítói auditok vagy a fenntarthatósági jelentések elkészítéséhez (Jørgensen & Pedersen, 2018).

Az is megfigyelhető, hogy a szabályozások és iparági kezdeményezések, például a kötelező átláthatósági jelentéstételi keretrendszerek (például ESG), is gyakran a nagyobb cégek adatstruktúráira épülnek, ami hátrányos lehet a kisebb szereplők számára (Henninger et al., 2016). Ez azért is kritikus kérdés, mert a globális divatiparban a vállalatok túlnyomó többsége mikro- és kisvállalkozásnak számít (UN Alliance for Sustainable Fashion, 2019). Az ilyen vállalkozások aktív bevonása, és a számukra is hozzáférhető, egyszerűsített mérési eszközök kidolgozása ezért elengedhetetlen a divatipar egészének fenntarthatóvá válásához.

A mikro- és kisvállalkozások a következő főbb kihívásokkal néznek szembe a fenntarthatósági teljesítményértékelésükkel összefüggésben:

- *Pénzügyi korlátok és a költséghatékonyság hiánya:* A legtöbb fenntarthatósági keretrendszer jelentős anyagi erőforrásokat igényel, amelyek a célcsoportunk számára gyakran nem elérhetőek. A mikro- és kisvállalkozások gyakran limitált pénzügyi és emberi erőforrással rendelkeznek, ami megnehezíti számukra a formalizált mérési és jelentési rendszerekhez való hozzáférést (Niinimäki et al., 2020). A később bemutatásra kerülő Higg Index vagy a EcoVadis éves licenccíkjai például elérhetik az 5.000–10.000 eurót, ami kisvállalkozások számára többnyire megfizethetetlen (Bocken & Short, 2021).
- *Adatgyűjtési és elemzési kapacitás hiánya:* A költséges adatgyűjtési eljárások, a beszállítói láncok átláthatóságának és a technikai szakértelem hiánya mind jelentős akadályt képez (Jørgensen & Pedersen, 2018). A mikro- és kisvállalkozások gyakran nem rendelkeznek a megfelelő humán erőforrással és információs hozzáférhetőséggel, amelyet a meglévő keretrendszerek elvárnak. Például egy életciklus-elemzés (LCA) elvégzéséhez speciális szoftverekre és szakértelemre van szükség, amely többnyire hiányzik a vizsgált vállalati csoportnál (Kozłowski et al., 2018).
- *Szabályozási komplexitás és a helyi követelmények heterogenitása:* A fenntarthatósági szabályozások gyakran nem veszik figyelembe a kisvállalkozá-

sok helyspecifikus körülményeit, ezáltal ezek a vállalatok nehezen tudnak eligazodni a helyi, EU-s vagy nemzetközi szabályozások között. A globális keretrendszerek (például az ENSZ fenntarthatósági céljai, az SDG-k) ritkán kínálnak konkrét gyakorlati tanácsokat a kis léptékű gyártók számára (Fletcher, 2013).

A fenti kihívásokkal összefüggésben a mikro- és kisvállalkozások szempontjából hasznos fenntarthatósági teljesítményértékelési keretrendszereknek képesnek kell lenniük néhány kulcsfontosságú szempont kezelésére, ezek a kapcsolódó szakirodalom alapján a következők:

- *Relevancia:* a megfelelő keretrendszernek képesnek kell lennie az adott szektor mikro- és kisvállalkozásai számára a leginkább releváns hatások megragadására (Martínez & Poveda, 2022).
- *Hatás:* a mikro- és kisvállalkozásoknak képesnek kell lenniük érdemi hatást gyakorolni a keretrendszerekben figyelembe vett tényezőkre, így ezt mérlegelve kell ezeket kialakítani (Ammenberg et al., 2002; Rojas-Lema et al., 2021).
- *Egyszerűség:* a célcsoport számára hasznos keretrendszereknek könnyen és egyszerűen érthetőnek kell lenniük (Schaltegger & Wagner, 2017).
- *Adat rendelkezésre állása:* a felhasználóknak, ez esetben a mikro- és kisvállalkozásoknak rendelkezniük kell adatokkal, információkkal a fenntarthatósági keretrendszerek által lefedett területekre vonatkozóan (Johnson & Schaltegger, 2016; Harangozó et al., 2016).

A tanulmány következő fejezetében bemutatjuk, és az itt felvázolt szempontok szerint értékeljük az iparágban jelenleg használatos fenntarthatósági teljesítményértékelési keretrendszereket.

4. Divatipari fenntarthatósági keretrendszerek a gyakorlatban

A divatiparban számos fenntarthatósági teljesítményértékelési keretrendszer és index létezik, különböző módszerrel, célközönséggel és hozzáférhetőséggel – a következőkben ezeket tekintjük át és értékeljük.

4.1. Higg Index

A Sustainable Apparel Coalition által kifejlesztett Higg Index az egyik legismertebb, átfogó keretrendszer a divatipari értéklánc fenntarthatóságának mérésére. Több modulból áll (például a létesítményekre, a kereskedelemre, és magára

a márkára vonatkozó modulokkal), amelyek a környezeti és társadalmi hatások számszerűsítését célozzák a gyártástól a kiskereskedelemig (Sustainable Apparel Coalition, 2024). Előnye a standardizált, iparági szinten elfogadott struktúra és a részletes, életcikluselemzés-fókuszú megközelítés. Hátránya azonban, hogy a hozzáférés fizetős, licenszhez kötött, és az alkalmazása komplex, ami gyakran túlzott teher a kisebb márkák számára (Niinimäki et al., 2020).

4.2. Fashion Transparency Index

A Fashion Revolution által évente kiadott Fashion Transparency Index a világ legnagyobb divatmárkáinak (jellemzően 250+ vállalat) átláthatóságát értékeli. Nyilvános, ingyenesen elérhető jelentés, amely értékeli és sorba rendezi a vállalatokat a közreadott fenntarthatósági teljesítményükre vonatkozó információik alapján (beleértve az ellátási láncokat, munkaügyi gyakorlatokat és környezeti hatásokra vonatkozó információkat) (Fashion Revolution, 2023). A Fashion Transparency Index fontos eszköz a fogyasztók és civil szektor számára, hiszen betekintést nyújt a nagyvállalatok gyakorlataiba, de nem alkalmas a kisebb cégek önértékelésére.

4.3. BoF Sustainability Index

A Business of Fashion (BoF) által publikált éves fenntarthatósági index a globális divatipar legnagyobb szereplőit – a 30 legnagyobb vállalatot – értékeli hat kulcsfontosságú fenntarthatósági területen: átláthatóság, kibocsátás, víz és vegyi anyagok, anyagok, munkavállalói jogok és hulladék (Business of Fashion, 2023). A részletes elemzés a BoF Pro előfizetéssel érhető el, aminek a jelenlegi ára 33 euro egy hónapra. Bár ez az index kellően specifikus és mérhető kritériumokon alapul, kizárólag a nagy, tőzsdén jegyzett vállalatokra összpontosít, kihagyva a kisebb, független márkák többségét, amelyek sem a költsége sem pedig a komplexitása miatt nem tudják alkalmazni benchmarkként a BoF indexet.

4.4. Remake Accountability Report

A Remake egy nonprofit szervezet, amely évente publikálja a Remake Accountability Reportot (korábban Index néven), nyilvánosan értékelve több tucat nagy márká társadalmi és környezeti teljesítményét. A rendszer nem a vállalatok ígéreteire, hanem adott területen elért előrehaladásaira fókuszál 6 területen: nyomon követhetőség, bérek és jóllét, kereskedelmi gyakorlatok, nyersanyagok, környezeti igazságosság és vállalatirányítás (Remake, 2024). Az index és a riport ingyenesen elérhető, közérthető, aktivistákat céloz meg, és hangsúlyozza a márkák fenntarthatósággal kapcsolatos felelősségét. Ugyanakkor ez a jelentés leginkább egy edukációs eszköz, amely a problémákra próbálja felhívni a figyelmet, illetve az előzőekhez

hasonlóan nagyvállalatokra fókuszál, és nem kínál strukturált, a kisvállalkozások igényeihez igazított mérőeszközt vagy a gyakorlatban is alkalmazható „lépésről lépésre”-jellegű útmutatót, keretrendszert.

4.5. *Good On You*

A *Good On You* egy fogyasztóknak szóló platform, amely a divatmárkák és kozmetikai márkák környezeti hatásait az általuk biztosított munkakörülmények és állatjóléti kritériumok alapján minősíti. A márkák „Kerüld” és „Nagyszerű” közötti értékelést kapnak, hogy a platform így segítse a fogyasztókat a tudatosabb döntésekben (*Good On You*, é.n.). A módszertan a márkák önbevallásán, nyilvánosan elérhető adatokon és harmadik felek általi tanúsításokon alapul, és több mint 3.000 márka értékelésére terjed ki (*Good On You*, é.n.). Bár a platform növeli a fogyasztói átláthatóságot, erősen támaszkodik a márkák által nyilvánosságra hozott információkra, ami azt jelenti, hogy azok a márkák, amelyek jobb marketinggel vagy jelentéstételi kapacitással rendelkeznek, magasabb pontszámot érhetnek el, függetlenül a valós gyakorlataiktól és teljesítményüktől (*Clean Clothes Campaign*, 2019). Ez különösen kihívást jelent a kis- és mikrovállalkozások számára, amelyek gyakran kevésbé formális folyamatok mentén működnek vagy korlátozott mértékben tudnak fenntarthatósági információt közzétenni, így kimaradhatnak ezekből a keretből még akkor is, ha valójában fenntarthatóbb gyakorlatokat alkalmaznak.

4.6. *OEKO-TEX*

Az OEKO-TEX egy nemzetközi, független szervezet, amely a textil- és bőripari termékeket, alapanyagokat, gyártási folyamatokat és vegyi anyagokat vizsgálja és tanúsítja annak érdekében, hogy azok emberi egészségre ártalmatlanok, környezetileg felelős módon előállítottak legyenek, valamint átlátható és biztonságos el látási láncban készüljenek. Főbb szabványai (pl.: Standard 100, Leather Standard, Made in Green, STeP, Eco Passport) sok területet lefednek a károsanyag-tesztelésről a fenntartható gyártásig és a vállalati felelősségig, a teljes textil- és bőripari értékláncot áttekintve (*Oeko-tex*, é.n.). Azonban ezek a tanúsítványok drágák, illetve csak egy-egy részre terjednek ki, így abban nem segítik a vállalatokat, hogy saját fenntarthatósági teljesítményüket hogyan javítsák, értékeljék. A magas költségek és a tanúsítványok kiállítása során bekért komplex és részletes adatok miatt az OEKO-TEX is leginkább nagyvállalatoknak szól.

Az 1. táblázat a specifikusan a divatiparra létrehozott főbb példákat foglalja össze.

1. táblázat. A vizsgált divatipari fenntarthatóság-értékelési keretrendszerek összehasonlítása

Keretrendszer	Rövid leírás	Mire terjed ki?	A módszeren átláthatósága	Hozzá-férhetőség	Lefedett vállalati csoport	Limitációk
Higg Index	A Sustainable Apparel Coalition által kifejlesztett keretrendszer, amely a divatipari vállalatok értékláncának fenntarthatósági vonatkozásait vizsgálja	Környezeti és társadalmi hatások széles köre	Részletes (komplex) módszertan, önértékelési rendszer	Fizetős (éves díj)	Nagy márkák	Önértékelési rendszer, de költséges, komplex eszköz nagyvállalatok számára
The Fashion Transparency Index	A világ legnagyobb divatmárkáit értékeli és rangsorolja a teljesítményük alapján	Környezeti és társadalmi gyakorlatok és hatások értékelése, beleértve a működést és az ellátási láncot is	Nyilvános módszertan, kitűsö értékelés a vállalatok nyilvánosan elérhető jelentései alapján	Ingyenes, évente jelenik meg	A 250 legnagyobb divatipari nagyvállalat	Jelentés és nem eszköz, csak a nagyvállalatok értékelői nyilvánosan hozzáférhető adataik alapján
BOF Sustainability Index	A 30 legnagyobb divatipari vállalat fenntarthatósági teljesítményének részletes áttekintése	Környezeti, társadalmi és vállalatirányítási indikátorok	Komplex kritériumok alapján történik az értékelés, részlegesen nyilvános (a teljes riport előfizetéssel)	Fizetős eszköz, benchmark nagyvállalatok részére	A 30 legnagyobb globális márká	Jelentés és nagyvállalatokra szabott benchmark eszköz, előfizetéssel elérhető
Remake Accountability Report	A divatipari nagyvállalatok átláthatóságára és számonkérhetőségére fókuszáló keretrendszer	Környezeti, társadalmi hatások (az eredményeket nézi, nem az ígéretek)	Átlátható értékelési kritériumok, nyilvánosan elérhető jelentések és információk alapján	Ingyenes, nyilvánosan hozzáférhető	Évente mintegy 50 nagyvállalat	Jelentés és nem eszköz, nagyvállalatokra fókuszál
Good on You	Fogyasztók számára tervezett felület, amely értékeli a divat- és kozmetikai márkákat etikus és fenntarthatósági gyakorlataik alapján, segítve ezzel a fogyasztói tájékozódást	Környezeti, társadalmi és állatvédelmi teljesítmény	Átlátható módszertan, nyilvánosan elérhető információk alapján értékel	Ingyenes, nyilvánosan hozzáférhető	Nagy- és kisvállalatok	Nem a vállalatoknak készült eszköz, hanem a fogyasztóknak szól, csak nyilvánosan elérhető adatokat vesz figyelembe
OEKO-TEX	Az OEKO-TEX egy nemzetközileg elismert szervezet, amely különböző tanúsítványokat bocsát ki termékekre, folyamatokra vonatkozóan a textil- és bőrpárban	Környezeti aspektusok, elsődlegesen a termékek esetében, gyártási folyamatoknál környezeti és társadalmi szempontok is	Átlátható, részletes módszertan, független tesztes	Fizetős, vállalat vásárolja meg, az ár egyedi (függ a kért tanúsítványról is), az induló licenszdíj kb. 950-2000 euro	Elsődlegesen nagyvállalatok számára	Nagyvállalatok számára elérhető, és egy-egy aspektusra fókuszál (pl.: alapanyag tanúsítása), költségei nagyon magasak, és komplex adminisztratív vonzata van

Forrás: saját szerkesztés

A fenti táblázatban kifejezetten azokat a fenntarthatósági értékelésre fókuszáló keretrendszereket gyűjtöttük össze, amelyek csak a divat- és ruhaipari vállalatokra fókuszálnak, figyelembe véve az iparág-specifikus tényezőket. Ahogy a táblázat alapján látható, ezek a különböző indexek és keretrendszerek struktúrájukban és megvalósíthatóságukban többségében a nagyvállalatok igényeit szolgálják ki. Természetesen a bemutatott és részletesen megvizsgált iparági rendszeren túl számos, általánosabb érvényű keretrendszer és index is létezik, amelyek a fenntarthatóság különböző aspektusait veszik figyelembe (például: B Corp, Global Reporting Initiative, Cradle to Cradle vagy az ISO14031), ezek vizsgálata túlmutat jelen tanulmány célján és keretén.

5. Diszkusszió

Az előző fejezetben ismertetett, divatipart célzó fenntarthatósági keretrendszereket az alábbiakban kritikai szempontból elemezzük és értékeljük a mikro- és kisvállalkozások számára azonosított négy kulcsfontosságú szempont mentén.

Relevancia: A vizsgált rendszerek mind a divatipar számára készültek, így ebben a tekintetben az iparági sajátosságokat figyelembe veszik. Azonban mivel elsősorban a nagyvállalatokra fókuszálnak, ezért sok szempontból a mikro- és kisvállalkozások sajátosságait figyelemmel kívül hagyják. Például míg a nagyvállalatok komplex ellátási láncsal rendelkeznek és többnyire alvállalkozókat, más cégeket bízhatnak meg a gyártás kiszervezésére és auditra, addig egy kisvállalkozás sokszor helyben gyártat (egy mikrovállalkozás esetében pedig gyakran előfordul, hogy a tervező maga a készítő is). Így azok a kérdések és szempontok, amelyek az alvállalkozókra, azok tevékenységeire fókuszálnak, nem relevánsak a számukra.

Hatás: Egy másik fontos tényező, hogy adott szempontra, területre egyáltalán van-e érdemi ráhatása egy kisvállalkozásnak. A Good on You kivételével az összes eszköz szigorúan vizsgálja az ellátási lánc kérdéskörét, a nyersanyagbeszerzést, a különböző gyakorlatok jelenlétét. Egy mikro- vagy kisvállalkozás a divatipar területén azonban sokszor merőben máshogyan működik mint nagy versenytársai. Az alapanyag- vagy nyersanyagbeszerzéssel összefüggésben arra nagyon is hatással tud lenni egy kis cég, hogy milyen alapanyagot (például akár minősítéssel rendelkezőt) és honnan vásárol, arra már azonban nincsen pénzügyi vagy humán erőforrása és ráhatása, hogy az alapanyaggyártó céget auditálja, visszakövessen egészen a nyersanyagig. Hasonló példa lehet a sok indexben szereplő CO₂-kibocsátás vagy energiafelhasználás kérdése: míg a nagyvállalatok ipari mennyiségben gyártanak, és igenis van hatásuk rá, hogy megújuló energiaforrásokat használjanak, egy kisvállalat esetében erre sokszor nincs lehetőség. Gyakori, hogy adott telephelyen több cég tevékenykedik, nem rendelkeznek külön mérőórákkal, csak átalányt fizetnek.

Egyszerűség: Ez a tényező kiemelten fontos, ugyanis ahogy a szakirodalmi áttekintésnél is kiderült, a legtöbb mikro- és kisvállalkozás limitált pénzügyi és humán erőforrással rendelkezik. Emiatt sokszor nincs külön ember, aki a fenntarthatósági kérdésekkel foglalkozna, vagy ahhoz szükséges specifikus szaktudással rendelkezne. A vizsgált keretrendszerek közül azok, amelyek nyilvánosak és a nagyközönségnek szólnak (Fashion Transparency Index, Remake Accountability Index és a Good on You), alkalmasak lehetnek arra, hogy a mikro- és kisvállalkozások is tájékozódjanak az iparág fenntarthatósági kihívásait illetően, azonban önmagában ez nem jelent segítséget abban, hogy ők a saját működésükre tudják vonatkoztatni az adott szempontokat, kritikákat, hiszen egy nagyvállalat merőben más erőforrásokkal és ellátási láncsal rendelkezik. Továbbá, ezek a jelentések nem önértékelést segítő eszközök, hanem inkább kritikai elemzések, reflexiók. A Higg Index, ami tulajdonképpen az egyetlen eszköz, ami kifejezetten azzal a céllal jött létre, hogy a divatipari vállalatok önértékelését strukturált módon segítse, annyira komplex és olyan sokrétű, hogy egy mikro- vagy kisvállalkozás nem tudja saját magára alkalmazni. A számtalan szempont, kérdés és kategória között még szakértő szemmel is könnyű elveszni, kiigazodni, így ha még ki is tudná fizetni a kisvállalat az eszköz használatát, annak értelmezése, kitöltése külön embert és rengeteg időt igényelne, amelyre ezeknek a cégeknek szintén nincs kerete.

Adat rendelkezésre állása: A hatással szorosan összefüggő fontos tényező, hogy a mikro- és kisvállalkozás rendelkezzen az adott mutató, indikátor kapcsán kellő információval/adattal. Az elemzett rendszerek és eszközök közül a Good on You vizsgálja a legáltalánosabb kérdéseket (bolygó, emberek, állatok kategóriával), emellett nem tartoznak szigorúan meghatározott indikátorok az egyes területekhez, éppen emiatt viszont önmagában nem segít egy kisvállalkozásnak tájékozódni. Arra lehet alkalmas, hogy az adott kisvállalkozás versenytársai tevékenységét figyelemmel kísérhesse (hiszen a felület kiterjed kisvállalkozásokra is), hogy ők a platform szerint hogyan teljesítenek a három kategória mentén. A többi eszköz és rendszer azonban sokszor olyan kérdéseket vizsgál, amelyről egy mikro- vagy kisvállalkozásnak nincsen információja. A Fashion Transparency Index például kifejezetten az ellátási lánc, beszállítókkal kapcsolatos átláthatóságra fókuszál, és sok esetben egy mikro- vagy kisvállalkozás nem tudja külön auditálni a beszállítóit, vagy nincs kellő hatása arra, hogy részletes információkat tudjon meg beszállítóiról (többnyire az elérhető információkból tud tájékozódni). A Higg Index is hasonló, ott részletekbe menően szerepelnek kérdések a működésre, beszállítókra vonatkozóan (például nyomon követi-e az adott vállalkozás a CO₂-kibocsátást), amiről egy mikro- vagy kisvállalkozás nem rendelkezik adattal.

Az alábbi négy szempont szerinti értékelés is rávilágít arra, hogy szükséges olyan eszközök és keretrendszerek kidolgozása, amelyek kifejezetten a mikro- és kisvállalkozások igényeire vannak szabva, hiszen a one-size-fits-all-mentalitás ezekben az esetekben nem tud megoldást jelenteni.

Összegzés és kitekintés

A globális divatipar számos környezeti és társadalmi problémája már felhívta a vállalatok figyelmét arra, hogy fenntarthatósági törekvéseiket folyamatosan értékelni és fejleszteni kell. Ennek fontossága napjainkban még relevánsabb, hiszen nem csak a vállalat belső működése szempontjából fontos ez, hanem a fogyasztókkal való transzparens kommunikáció és az egyre erősödő szabályozások, jelentéstételi kötelezettség miatt is időszerű ezzel foglalkoznunk. Jelen tanulmányban a divatiparban elterjedt fenntarthatósági teljesítményértékelési keretrendszereket vizsgáltuk meg a mikro- és kisvállalatok specifikus szempontjait figyelembe véve. A következtetéseink alapján a jelenleg elérhető keretrendszerek legnagyobbbrészt nehezen vagy egyáltalán nem használhatók a gyakorlatban a – divatipar szempontjából kifejezetten jelentős – célcsoport számára. Bár a vizsgált keretrendszerek számos értékes és hasznos elemet tartalmaznak, nem veszik figyelembe a mikro- és kisvállalatok pénzügyi, működési és strukturális kihívásait és korlátait. Ezáltal azt gondoljuk, hogy az elérhető keretrendszerek számossága ellenére szükség van olyan, kifejezetten a divatipari mikro- és kisvállalkozások igényeire szabott eszköz kidolgozására, amely figyelembe veszi az azonosított szempontokat (relevancia, egyszerűség, hatás elérése, adatok elérhetősége), ezzel is segítve őket a fenntarthatóbb gyakorlatok azonosításában és megvalósításában. Az ilyen, elsősorban az önértékelést megkönnyítő eszközök hasznosíthatóságát javíthatja, ha ezek a primer (akár szakértői, akár a célcsoport képviselőire fókuszáló) kutatással kerülnek megalapozásra, illetve validálásra.

A tanulmány kifejezetten a divatipari fókuszú fenntarthatósági teljesítményértékelési keretrendszerekre fókuszált, nem volt célja az általánosabb, nem szektorspecifikus keretrendszerek áttekintése. Azonban a továbbiakban értékes információval szolgálhat egy nem szektor specifikus áttekintés is, ahol a különböző, általános keretrendszerek kerülnek a vizsgálat fókuszába.

Források

- Ammenberg, J., Hjelm, O., & Quotes, P. (2002). The connection between environmental management systems and continual environmental performance improvements. *Corporate Environmental Strategy*, 9(2), 183–192.
- Almási, A. (2019). A szervezeti tényezők szerepe a magyarországi KKV szektor sikerességében. *Competitio*, 18(1–2), 108–125. <https://doi.org/10.21845/comp/2019/1-2/4>
- Baraka, C. (2021). Secondhand fashion: Is it really good for Africa?. https://www.voguebusiness.com/sustainability/secondhand-fashion-is-it-really-good-for-africa?utm_source=chatgpt.com
- Bocken, N. M. P., & Short, S. W. (2021). Towards a sufficiency-driven business model: Experiences and opportunities. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 18, 41–61. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2015.07.010>
- Boucher, J., & Friot, D. (2017). *Primary microplastics in the oceans: A global evaluation of the sources*. IUCN. <https://doi.org/10.2305/IUCN.CH.2017.01.en>
- Business of Fashion (2023). *The BoF Sustainability Index 2023*. <https://www.businessoffashion.com/sustainability/>
- Carlile, C. (2024). What is carbon footprint of clothing? *Ethical Consumer*. <https://www.ethicalconsumer.org/fashion-clothing/carbon-cost-clothing>
- Ceccagno, A. (2017). Introduction. In Springer eBooks, 1–37. <http://dx.doi.org/10.20381/ruor-536>
- Chapagain, A. K., Hoekstra, A. Y., Savenije, H. H., & Gautam, R. (2006). The water footprint of cotton consumption: An assessment of the impact of worldwide consumption of cotton products on the water resources in the cotton producing countries. *Ecological Economics*, 60(1), 186–203. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2005.11.027>
- Chen, A. L. M. (2016). Is it any of our business? Canadian Perspectives on Transnational corporate accountability. DOI: 10.20381/ruor- 536
- Clean Clothes Campaign (2019). *Fashion's transparency promise unravelled*. <https://cleanclothes.org/file-repository/transparency-unravelled/view>
- Csutora, M., Harangozo, G., & Szigeti, C. (2022). Sustainable business models – Crisis and rebound based on Hungarian research experience. *Resources*, 11(12), 107. <https://doi.org/10.3390/resources11120107>
- Dobos, E. & Éltes, A. (2023). Regulation of the fashion supply chains and the sustainability–growth balance. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 14(1), 101–129. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-04-2022-0182>
- Drop4drop (2018). *Water in the fashion industry*. <https://drop4drop.org/water-in-the-fashion-industry>

- Edőcsény, K. I., & Harangozó, G. (2021). Fenntartható üzleti gyakorlatok a divatiparban: A hazai mikro-, kis- és közepes vállalkozások példáján keresztül. *Vezetéstudomány/Budapest Management Review*, 52(6), 2–17. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2021.06.01>
- Ellen MacArthur Foundation (2017). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. <https://ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>
- ENSZ – UNECE (2018). *Fashion and the SDGs: What role for the UN?* https://unece.org/fileadmin/DAM/RCM_Website/RFSD_2018_Side_event_sustainable_fashion.pdf
- EURATEX (2024). *Facts & key figures 2024 of the European textile and clothing industry*. <https://euratex.eu/wp-content/uploads/EURATEX-Facts-Key-Figures-2024.pdf>
- European Commission (é.n.). EU strategy for sustainable and circular textiles. https://environment.ec.europa.eu/strategy/textiles-strategy_en
- European Environment Agency (2019). *Textiles in Europe's circular economy*. <https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-in-europes-circular-economy>
- European Environment Agency (2021). *Textiles and the environment: The role of design in Europe's circular economy*. <https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-and-the-environment>
- Fashion Revolution (2023). *Fashion Transparency Index 2023*. <https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/>
- Fashionunited (2024). Global Fashion Industry Statistics, <https://fashionunited.com/statistics/global-fashion-industry-statistics>
- Fletcher, K. (2013). *Sustainable fashion and textiles: Design journeys* (2nd ed.). London: Routledge.
- Good On You. (2024). *How we rate brands*. <https://goodonyou.eco/how-we-rate/>
- Greenpeace. (2021). *Toxic threads: The big fashion stitch-up*. <https://www.greenpeace.org/international/publication/6889/toxic-threads/>
- Győri, Z., Kolnhofer–Derecskei, A., Reicher, R., & Szigeti, C. (2024). Magyar KKV-vezetők vállalati fenntarthatósággal és felelősséggel kapcsolatos attitűdje – fókusz-csoportos kvalitatív kutatás alapján. *Tér-Gazdaság-Ember*, 12(1–2), 9–35.
- Harangozó, G. (2007). *Mitől zöld egy vállalat? A termelő vállalatok környezeti teljesítménye*. PhD disszertáció, Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest. Published PhD thesis, Corvinus University of Budapest, Budapest.
- Harangozó, G. (2008). What makes a company green – or what does good environmental performance mean? *Vezetéstudomány-Budapest Management Review*, 39(1), 27–36. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2008.01.03>
- Harangozó, G., Széchy, A., & Zilahy, G. (2016). A fenntarthatósági lábnyom-megközelítések szerepe a vállalatok fenntarthatósági szempontú teljesítményértékelésében. *Vezetéstudomány-Budapest Management Review*, 47(7), 2–13. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2016.07.01>

- Henninger, C. E., Alevizou, P. J., & Oates, C. J. (2016). What is sustainable fashion? *Journal of Fashion Marketing and Management*, 20(4), 400–416. <https://doi.org/10.1108/JFMM-07-2015-0052>
- Johnson, M. P., & Schaltegger, S. (2016). Two decades of sustainability management tools for SMEs: How far have we come?. *Journal of Small Business Management*, 54(2), 481–505.
- Jørgensen, S., & Pedersen, L. J. T. (2018). *RESTART sustainable business model innovation*. Springer Nature.
- Kovács, L., Pónusz, M., & Kozma, T. (2018). A zöld beszerzés stratégiai jelentősége. *Logisztikai trendek és legjobb gyakorlatok*, 4(1), 28–32. <https://doi.org/10.21405/logtrend.2018.4.1.28>
- Kozłowski, A., Searcy, C., & Bardecki, M. (2018). The reDesign Canvas: Fashion design as a tool for sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 183, 194–207. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.014>
- Martínez, C. I. P., & Poveda, A. C. (2022). Strategies to improve sustainability: an analysis of 120 microenterprises in an emerging economy. *Global Sustainability*, 5, e3. <https://doi.org/10.1017/sus.2022.3>
- McKinsey & Company. (2016). *Style that's sustainable: A new fast-fashion formula*. <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula>
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189–200. <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- OEKO-TEX (é.n.). *Standards*, <https://www.oeko-tex.com/en/our-standards/>
- Quantis. (2018). *Measuring fashion: Insights from the environmental impact of the global apparel and footwear industries*. <https://quantis-intl.com/measuring-fashion-report>
- Quiroz, M. (2023). *Fast fashion: a thorough examination on human rights violations in Bangladesh and global environmental degradation* [Master Arts Dissertations and Theses, Chapman University,]. https://digitalcommons.chapman.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1026&context=international_studies_theses
- Remake (2024). *Fashion Accountability report 2024*. <https://remake.world/accountability-report-2024/>
- Rojas-Lema, X., Alfaro-Saiz, J. J., Rodríguez-Rodríguez, R., & Verdecho, M. J. (2021). Performance measurement in SMEs: systematic literature review and research directions. *Total Quality Management & Business Excellence*, 32(15–16), 1803–1828.
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (Eds.). (2017). *Managing the business case for sustainability: The integration of social, environmental and economic performance*. London: Routledge.
- Sustainable Apparel Coalition. (2024). *Higg Index overview*. <https://apparelcoalition.org/the-higg-index/>

- Szendrey, O., Bányai, G., Dombi, M., Futó, J., Gulyás, D. J., Karcagi-Kováts, A., & Harazin, P. (2024). ESG-szabályozás és ami mögötte van – lehetőségek és kihívások a vállalkozások magyarországi ESG felkészülésében. *Competitio*, 23(1–2), 19–41. <https://doi.org/10.21845/comp/2024/1–2/2>
- Szigeti, C., Szegedi, K., Győri, Z., & Körtvési, D. (2022). Körforgásos modell a divatiparban = A Circular Model in the Fashion Industry. *Polgári Szemle: Gazdasági és Társadalmi Folyóirat*, 18(1–3), 98–112. <https://doi.org/10.24307/psz.2022.1108>
- UNEP – United Nations Environment Programme (2018). *Putting the brakes on fast fashion*. <https://www.unep.org/news-and-stories/story/putting-brakes-fast-fashion>
- Uniformmarket (2025). *Global apparel industry statistics*. <https://www.uniformmarket.com/statistics/global-apparel-industry-statistics>
- United Nations Climate Change (2018). *UN helps fashion industry shift to low carbon*. <https://unfccc.int/news/un-helps-fashion-industry-shift-to-low-carbon>
- World Health Organization (2020). *The public health impact of pesticides*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/pesticide-residues-in-food>