



# Globális környezeti problémák és fenntartható fejlődés modul

## Környezetgazdálkodás

KÖRNYEZETGAZDÁLKODÁSI AGRÁRMÉRNÖKI MSC  
TERMÉSZETVÉDELMI MÉRNÖKI MSC



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



# Környezeti menedzsment rendszeretek II. 14. előadás 53-56. lecke



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



# A környezeti jelentés

53. lecke



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



# Környezeti jelentés

- A környezeti jelentés az egyik azok közül a kommunikációs eszközök közül, melynek segítségével a vállalat igazolhatja a környezet iránti felelősségét és környezetvédelmi tevékenységét, valamint annak fejlesztését a lakosság, a civil szervezetek és a partnerek felé.





# A környezeti jelentés lényege

- Igen hatékony kommunikációs eszköz annak a vállalati célnak az elérésére, hogy az érdekelt felekkel megismertesse a vállalat környezeti teljesítményét.
- A jó környezeti jelentés világosan bemutatja, és egyúttal igazolja a vállalat működéséből fakadó, ill. termékei, szolgáltatásai által okozott környezeti hatásokat, továbbá tartalmazza a vállalat elkötelezettségét azok csökkentésére vagy megelőzésére.





# Típusai:

## 1. Megfelelési alapú jelentés:

A külső szabályozásnak, ill. törvényes határértékeknek való megfelelés gyakran jelenti a környezeti jelentések magját, főként az erősen szabályozott szektorokban, pl. víz, energetika.





## 2. Ökomérlegen alapuló jelentés

Sok vállalat készít formális ökomérleget, ami tulajdonképpen az input-output oldali erőforrások részletes listája, amelyek alapján teljesítményindikátorokat állítanak fel.



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



### 3. Teljesítmény alapú jelentés

Talán a legelterjedtebb környezeti jelentés-készítési módszer. A jelentések általában a legjelentősebb környezeti hatások köré épülnek fel. Ezután megfogalmazzák a teljesítményjavítási célokat, ill. évente meghatározzák a megfelelő teljesítményindikátorokat.



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg





## 4. Termékközpontú jelentés

A Volvo egy „környezetitermék-bevallást” készített, amely egy adott Volvo-modell teljes környezeti hatásait mutatja, beleértve a működtetés, recycling, gyártás és a környezetmenedzsment-rendszer hatásait. Ebben az esetben a környezeti felelősség átlépi a gyárkaput.



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



## 5. Környezeti és társadalmi jelentés

A vállalatokra egyre nagyobb nyomással nehezedik a felelősségük kiterjesztésének igénye, ezért egyre többen társadalmi adatokat is leírnak a jelentésben, mint pl. az alkalmazottak statisztikái, körülményei, a közösségi részvétel és támogatás, valamint az érdekelt felekkel történő konzultáció



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



## 6. Fenntarthatósági jelentés

Magában foglalja az integrált környezeti, szociális és gazdasági adatokat és teljesítménymutatókat.



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



## 7. Integrált managementriport

Egy összevont, a pénzügyi és a fenntarthatósági jelentés elemeit együttesen felvonultató éves jelentést takar, lefedve ezzel a cég tevékenységével kapcsolatos teljes felelősségi kört.



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



# *Motiváció alapján*

- Piacorientált környezeti jelentések
- Imázscentrikus környezeti jelentések
- Menedzsmentorientált környezeti jelentések



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



# Környezeti marketing I.

## 54. lecke



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



- **A környezeti-ökológiai elvárásokat integráló és megvalósulásukat ösztönző vállalati magatartás.**
- **Lényege:**
  - Figyelembe veszi a természeti erőforrások szűkösségét.
  - Az egész természeti rendszer és az energiafelhasználás stabilitását fontosabbnak tartja, mint az eladható termékek termelését.
  - Képes felmutatni olyan gazdasági alternatívákat, amelyek csökkentik a természet kirablását és megszüntetik az ipari fejlődés káros következményeit.
  - Ösztönzi a környezetorientált termékfejlesztést és az újrahasznosítási koncepciók kifejlesztését, minimalizálja a csomagolóanyagok felhasználását.
  - Gondoskodik a termelés rendszerének nagyobb biztonságot nyújtó decentralizációról, pl. helyi sajátosságokra épülő termelési struktúrák és kisüzemek támogatása.





# Környezetorientált vállalati marketing koncepció összeállítása

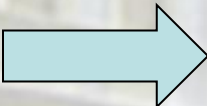
- A menedzsment szempontjából stratégiai jelentőségű tényezők azonosítása, a vállalatnak a környezeti problémákhoz való hozzáállását tükröző pozíció meghatározása – **Pozicionálás, profilírozás**
- A választott pozíciót leginkább tükröző marketing stratégia megfogalmazása – **Ökológiai portfólió**
- A marketing stratégia megvalósítását támogató eszközrendszer összeállítása – **Marketing-mix**







# Pozícionálás

- A vállalat általános környezeti pozíciójának felmérése.
- A vállalat milyen álláspontot képviseljen a környezetvédelem kérdésében?
- Válasz  SWOT-analízis révén
- A környezetorientált stratégiai döntéseket befolyásolják:
  - Külső környezeti tényezők (extern hatás)
    - Előnyök és hátrányok
  - A vállalat karakteréből levezethető tényezők (intern faktorok)
    - Erősségek és gyengeségek





# Az elemzés révén 4 alappozíció határozható meg

- A környezetvédelem a vállalat számára meghatározó sikertényező lehet.
- A környezetvédelem által nyújtott sikerlehetőségek plusz hasznot hozhatnak a vállalatnak.
- A környezetvédelem által nyújtott sikerlehetőségek részét képezhetik az eddigi vállalati sikertényezőknek, azok valamelyikének helyébe léphet.
- A környezetvédelem semmilyen meghatározó szerepet nem kap, mint potenciális vállalati sikertényező.





# A környezeti termékek lehetséges körének felmérése

- Termékszintű profilírozás.
- A vállalat által már termelt termékeket vizsgálják meg aszerint, hogy környezeti szempontokat figyelembe véve azok válhatnának-e a vállalat sikertermékeivé.
- Felmérés:
  - Fogyasztói tényezők
  - Versenyfaktorok
  - Termékjellemzők





# Környezeti marketing stratégia kialakítása - ÖKOPORTFÓLIÓ

- Alapja a vállalati filozófia.
- A vállalat környezetszempon tú piaci magatartásszabványa.
- A pozicionálás során feltárt előnyök és kockázatok mentén meghatározásra kerül az a termék/piac kombináció, amelyhez a környezetvédelmi szempontok maximálisan illeszthetők.





# Lehetséges környezeti marketingstratégiák

Környezeti előnyök

nagy

Offenzív stratégia

Innovatív stratégia

Szelektív stratégia

kicsi

Indifferens stratégia

Defenzív stratégia

kicsi

nagy

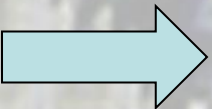


A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával megvalósult.

**Környezeti kockázatok**



# Indifferens környezeti stratégia

- A cég környezeti kockázatai és előnyei is alacsonyak, ezért csak külső szemlélője a környezeti piaci mozgásoknak.
- Fennáll a gyors reagálás-kényszer: környezetvédelmi előírások váratlan és erős szigorodása  pótlólagos költség
- Passzív viselkedés





# Offenzív stratégia

- A környezeti kockázatok alacsonyak, de a környezeti előnyök nagyok.
- Aktív viselkedés
- Folyamatosan figyeli a környezeti piac változásait, gyorsan alkalmazkodik hozzá.
- Az állandó éllovas-pozícióra törekvés magával vonhat gazdasági kockázatok: felesleges, túl korán végrehajtott beruházások.





# Innovatív stratégia

- Magas környezeti kockázat, magas környezeti előnyök, hosszú távú megoldásokat keres.
- A vállalat a teljes működés, termelés környezetközpontú átértékelését végzi a pozicionálás során.
- Kulcsszerephez jut a K+F.
- Magas beruházási költségek.
- Vállalati környezeti imázs növekszik.
- Közbeszerzés, piacszerzés.



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg





# Környezeti marketing II.

## 55. lecke



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



# Defenzív stratégia

- A környezeti kockázatok nagyok, de az előnyök alacsonyak.
- Az intézkedések csak a törvényi kötelezettség teljesítéséig terjednek.
- A vállalat ragaszkodik az addigi termékprofilhoz.
- „End of pipe” jellegű környezetvédelem alkalmazása jellemző.
- Növekvő piaci kockázatokat eredményez.
- Imázsvesztés.





# Szelektív környezetstratégia

- Szituációfüggő viselkedés.
- Az adott szituáció válik döntő tényezővé a környezeti kockázatok és esélyek kezelési módjának kiválasztásában.



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



# Ökomarketing-mix

- A siker titka:  
„a megfelelő terméket a megfelelő áron a megfelelő reklámozás mellett a megfelelő helyen eladni”
- 4P: termék, ár, hely (értékesítési csatornák), promóció (ajánlás, reklám).





# Termékpolitika

- A marketing-mix lelke.
- Környezetorientált termékpolitikát támogató módszerek:
  - Termék-innováció
  - Öko-design
  - Márkázás (ökojelek)



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



# Termék-innováció

- Az ökológiai szempontoknak jobban megfelelő termékprofil kialakítása és a környezet-konformabb csomagoláspolitikát érintő intézkedések



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



# Öko-design

- Arra irányul, hogy a termék egész életciklusának lehető legtöbb pontján érvényesítsék a környezetvédelmi követelményeket.
- Megelőző jellegű környezetközpontú tervezési folyamat.



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



# Ökojelek

- A vállalati termékpolitikában, mint profilírozási stratégia kaphat szerepet.
- Kifejező hatású ökojel+  
ökomárkanév+imázs=forgalomnövelés
- Az ökojel és az ökomárka:
  - Szolgálja a termelő érdekeit, mivel versenyelőnyt biztosít számára a hagyományos termékek előállítóival szemben.
  - Segítség a környezettudatos fogyasztóknak.
  - Támogatja azokat a forgalmazókat, akik az azonos funkciójú termékek között elkülönítetten tárolják a környezetbarát termékeket.







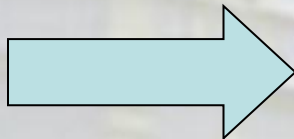
# Árpolitika

- Arra kell irányulnia, hogy a környezetbarát termékek vonzóbb jellegét a fogyasztók számára gazdaságilag is elfogadhatóvá tegye.
- Az ár kialakítását befolyásolja:
  - A hagyományos és a környezetbarát termékek eltérő költsége.
  - Érvényre kell juttatnia a környezetbarát termékek vonzóbb jellegét.
- Erre 3 lehetőség van:





- **A költségek áthárítása a fogyasztóra:** a környezetbarát termék ára magasabb, mint a hagyományos termékeké, de a fogyasztó ezt hajlandó megfizetni, ha látványos az elérhető környezeti haszon, ill. ha számára megtakarítást is jelent.
- **Árdifferenciálás:** a versenyelőnyök csak addig érvényesíthetőek, míg a termék nem válik általánossá. A vállalatok gyakran alkalmazzák az időbeli árdifferenciálást.



Lefölöző árpolitika  
Behatoló árpolitika

- **Vegyes ár kalkuláció:** mellőzi a költségáthárítást. A környezetbarát termék előállításának többletköltségeit szétosztják a hagyományos termékek közt, így a környezetbarát termék olcsóbbá válik.



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



# Értékesítéspolitiká

- Azoknak a döntéseknek és tevékenységeknek a megszervezése, amelyek egy terméknek a végső fogyasztóhoz történő eljuttatásával kapcsolatosak.
- Az áruforgalmi csatornák megszervezésének és a logisztikai rendszernek a környezetvédelem szempontjai szerint történő megvalósítását foglalja magában.





# Áruforgalmi csatornák

- Az áru termelőjének, forgalmazójának kötelességévé teszi olyan lehetőségek kialakítását, amely biztosítja az elhasznált termékeknek és csomagolóanyagoknak az összegyűjtését és újrahasznosításra történő előkészítését.
- A kereskedelem az elárusítóhelyeken elérhető ökoválaszték összeállításával, és a hulladék-visszafogadó és –gyűjtő területek kialakításával bizonyíthatja piaci partnerei és a fogyasztók felé együttműködési szándékát.





# Logisztikai rendszer

- Gondoskodik arról, hogy az áru a kellő mennyiségben és a kellő időben a megfelelő helyre jusson.
- Az erőforrás-kímélő és környezeti szempontok érvényesítése:  
környezetkímélőbb közlekedési eszközök,  
alternatív áruszállítási formák.





# Kommunikációs politika

- Feladata, hogy egy termék és a környezetvédelem közötti sokoldalú kapcsolódásra felhívja a környezeti érzékenységgel bíró fogyasztók figyelmét.
- A legfontosabb kommunikációs csatornák:
  - Reklám, média
  - Közönségkapcsolatok (PR)
  - Személyes eladás (mintaboltok)
  - Direkt marketing
  - Ökojelek
  - Sponsoring
  - Egyéb



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



# Zöld reklám

- Követelmény: meggyőző erő, hitelesség, ellenőrizhetőség.
- Legjobb, ha a termék környezeti tulajdonságai jól elkülönülnek az egyéb tulajdonságaitól.



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



# Öko-sponsoring

- A környezetvédelmi szervezetek, mozgalmak és programok támogatása
- Ma már az egyik legsikeresebb marketing eszköz
- A támogatás mindkét félnek (támogató, támogatott) előnyös.
- Támogató: imázstranszfer révén termékei elismertebbek lesznek
- Támogatott: pénz, ismertség







# Környezetbarát termékek, ökocímkézés

## 56. lecke



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



# Mit tekintünk környezetbarát termékeknek?

- Azokat a környezetterhelő és egészségkárosító hatásokat, amelyeket az általunk vásárolt és elfogyasztott termékekkel okozunk, csak úgy tudjuk csökkenteni, ha a termelők gyártják, és a kereskedelem forgalmazza is az ún. környezetbarát-környezetkonform termékeket.
- A környezetbarát termék fogalma azt fejezi ki, hogy „környezetbarátnak” minősített termék legalább egy jellemzőjét tekintve kevésbé veszi igénybe terhelően a természeti környezetet, mint alternatívái vagy előző önmaga.





- A környezetbarát termék költségei magasabbak a kevésbé környezetbarát termelés és termékek költségeinél.
- A környezetvédelem kérdéséhez pozitívan hozzáálló fogyasztók egy jelentős része hajlandó megfizetni a magasabb árat is, ha biztos benne, hogy „környezetbarát terméket” vásárol.





# Ökocímke

- **Annak, hogy a környezetbarát termék és a környezettudatos fogyasztó minél könnyebben egymásra találjon, a leghatékonyabb közvetítő eszköze az ökocímke.**
- **Az ökocímke**
  - Szolgálja a termelő érdekeit, mivel versenyelőnyt biztosít számára a hagyományos termékek előállítóival szemben.
  - Segítség a környezettudatos fogyasztóknak.
  - Támogatja azokat a forgalmazókat, akik az azonos funkciójú termékek között elkülönítetten tárolják a környezetbarát termékeket.
  - Ezek megvalósulása révén csökken a természeti környezetre nehezedő nyomás.





- Az ökojelek (marketing-eszköz) csak akkor hitelesek, ha független szakmai szervezet ellenőrzi őket.
- Ma már az európai országok jelentős része rendelkezik **hivatalos nemzeti ökovédjeggyel** (ökocímke), melyet jogszabályok és szabványelőírások által meghatározott értékelési eljárásokon átesett, környezeti szempontok szerint minősített termékek nyerhetnek el.





# „Zöld cédrus”

- A magyar környezetbarát termékminősítő rendszer 1994. óta működik, környezetbarát termékjelünk a „Zöld cédrus”.



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



- Az ökocímekét csak azok a termékek viselhetik, amelyek a hasonló fogyasztási-használati célzatú egyéb termékekkel való összehasonlításban kitűnnek környezetbarát mivoltukkal.
- Ennek igazolására egy olyan átfogó vizsgálatot kell elvégezni, mely a környezetvédelem általános szempontjai mellett figyelembe veszi a termék minőségi, egészségügyi, használhatósági jellemzőit is.





- Adott termékcsoportha, termékre vonatkozó minősítési kritériumokat az **Értékmérő és Minősítő Bizottság** határozza meg.
- Melyek a legfőbb környezeti minősítési kritériumok?
  - Nyersanyag- és energiaigény, megújuló vagy újrahasznosított alapanyagok felhasználása, felhasznált anyagok toxicitása
  - A gyártás során keletkezett környezetszennyező kibocsátások
  - Használat-fogyasztás közben fellépő környezeti terhelések, hulladékképződés
  - A keletkezett hulladék minősége, újrahasznosíthatósága
  - Csomagolás, szállítás-terjesztés környezeti hatásai
  - Minőség, biztonság, élettartam, szervizelés **szempontjai**







# Életciklus-elemzés

- Két környezetbarát terméket legalaposabban az életciklus-elemzéssel (LCA) lehet összehasonlítani.
- Az életciklus-elemzés egy olyan módszer, amely a termékek környezeti hatásait összegzi „bölcsőtől a sírig” szemléletnek megfelelően, az alapanyagok kiválasztásától kezdve, a gyártás, szállítás, használat-fogyasztás és a hulladékká válás környezeti hatásait is figyelembe véve.



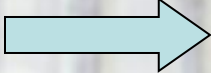


# Az LCA menete

1. Nagy mennyiségű és sokrétű **információt kell összegyűjteni** a környezetbe kerülő és a környezetből felvett anyagokról. Ebben a folyamatban **a termék teljes életciklusát** szem előtt kell tartani, a nyersanyag kibányászásától kezdődően a termelési, energia előállítás és a szállítási folyamatokat, az elosztási, raktározási, értékesítési, felhasználási és a lehetséges újrafelhasználási szakaszokat, az olyan hulladékkezelési folyamatokat, mint a reciklálás, és az energetikai felhasználás, egészen addig, amíg a maradék hulladék anyagot ártalmatlanítják. A kapcsolódó folyamatok kombinációja során **regisztrált kimeneti és bemeneti mennyiségek** képezik az **életciklus leltárt**.





2. Következő lépésként egy **hatás analízisben** meg kell vizsgálni az egyes anyagféleségek felszabadulása, felvétele által keltett különféle **környezeti hatásokat**.
3. Végül az életciklus felmérésben a különböző környezeti hatások nagyon nagy halmazát a **mutatók** egy kisebb halmazába kell tömöríteni.  **Ökológiai mérleg: egy elemzési módszer, amely lehetővé teszi, hogy az élő környezetünknek okozott különböző ártalmakat felbecsüljük.**





# Ökológiai mérleg

- Célja az, hogy közös nevezőre hozza az összes olyan ökológiai hatást, amely anyagok felhasználásából származik.
- Ökológiai mérleg készítés: egy adott termék teljes életmenetének elemzése, a termék életmenete során létrejövő ökológiai hatások, valamint ezek következtében létrejövő környezetterhelések felmérése.
- Az ökomérleg 4 részterülete:
  - Vállalati mérleg
  - Folyamatmérleg
  - Termékmérleg
  - Állapot áttekintés





# Vállalati mérleg

- Tulajdonképpen egy input-output mérleg, a vállalati anyag- és energia inputot az anyag- és energia outputtal állítja szembe.
- Input: a felhasznált anyag- és energia
- Output: termékek, anyagi- és energetikai kibocsátások





# Folyamatmérleg

- Segítségével rendszerbe lehet foglalni a vállalati termelési folyamatokat.
- A kiindulási alapot az egyes termelési folyamatok területi, időbeli, ill. termékre vonatkozó elhatárolása jelenti.
- Ezt követően minden egyes folyamathoz össze kell állítani az anyag- és energiaszármazékok input-output mátrixát.





# Termékmérleg

- Feladata a termelt termékek környezeti hatásainak értékelése.
- Az értékelésnek ki kell terjednie a termék ökológiai életciklusának egészére. Az életciklus alapján egy termék vizsgálatát hatásfázisokra bontva kell végezni.
- A hatásfázisok a következők:
  - Anyag- és energiavétel a természetből,
  - Termelés,
  - Fogyasztás,
  - Hulladékgazdálkodás,
  - Szállítás az előző fázisokon belül és közöttük.



Az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg



- A termékmérleget ki kell terjeszteni az adott üzemen belüli termelést megelőző fázisra, melyet nevezhetünk az előállítást szükségszerűen megelőző munkafázisnak, előmunkálatnak.
- Ugyancsak része kell, hogy legyen a termékmérlegnek a termék további életútjának elemzése, az elosztási- és a fogyasztási fázisban felhasznált anyagok és energia számbavétele, továbbá a hulladékfázis vizsgálata.
- A termék-életciklus minden fázisát – térben és időben is elhatárolva – külön kell vizsgálni és leírni.







# Állapot áttekintés

- A mérlegkészítés szempontjából azt jelenti, hogy a vállalati tevékenységek környezeti hatásainak vizsgálatát ki kell terjeszteni a vállalati raktárak, egyéb létesítmények területére is.





# Köszönöm a megtisztelő figyelmet!



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg