

MARKETING GOING GREEN

**A fenntarthatóság kontextusai és a
fenntarthatósággal összefüggő szemléletformálás lehetőségei
a zöld marketing kontextusában**

SZERKESZTŐK:

KOVÁCS LÁSZLÓ – SZŐKE VIKTÓRIA



MARKETING GOING GREEN

**A FENNTARTHATÓSÁG KONTEXTUSAI ÉS A FENNTARTHATÓ-
SÁGGAL ÖSSZEFÜGGŐ SZEMLELETFORMÁLÁS LEHETŐSÉGEI A
ZÖLD MARKETING KONTEXTUSÁBAN**

Societas et Oeconomia
Sorozatszerkesztő: Kovács László

MARKETING GOING GREEN

**A FENNTARTHATÓSÁG KONTEXTUSAI ÉS A FENNTARTHATÓ-
SÁGGAL ÖSSZEFÜGGŐ SZEMLELETFORMÁLÁS LEHETŐSÉGEI A
ZÖLD MARKETING KONTEXTUSÁBAN**

SZERKESZTŐ:

KOVÁCS LÁSZLÓ – SZŐKE VIKTÓRIA

Savaria University Press

Szombathely

2023

ISBN 978-615-6489-24-1
ISSN 2631-133X

© A szerkesztők, 2023
Minden jog fenntartva!

A borítóképet készítette: Dr. Ható Zoltán

A kötet megjelenését a Nemzeti Tehetség Program támogatta.



KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS
MINISZTERIUM



Nemzeti
Tehetség Program

Kiadja: Savaria University Press
Szombathely


Savaria University Press

TARTALOMJEGYZÉK

ELŐSZÓ	6
<i>Kovács László</i>	
<i>A MARKETING GOING GREEN</i> PROJEKT HÁTTERE	8
A PROJEKT ELŐADÁSAI	11
ELŐADÓK	19
FÖLD HETE PROGRAMSOROZAT	29
TANULMÁNYÚT	51
A PROJEKT TÁRGYIASULT EREDMÉNYEI	58
<i>Kovács László</i>	
<i>A MARKETING GOING GREEN</i> PROJEKT PROJEKTSZERVEZŐI SZEMMEL	63
MELLÉKLETEK	65

ELŐSZÓ

2022-ben az Eötvös Loránd Tudományegyetem Társadalomtudományi Karának Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszéke sikeresen pályázott az Emberi Erőforrás Támogatáskezelő által a Nemzeti Tehetség Program keretében kiírt innovációs pályázatra. A nyertes pályázat címe:

Marketing going green

A fenntarthatóság kontextusai és a fenntarthatósággal összefüggő szemléletformálás lehetőségei a zöld marketing kontextusában

A pályázat kidolgozója és a projekt gazdája Kovács László, az ELTE Társadalomtudományi Kar Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszék tanszékvezető egyetemi docense. Egy projekt azonban sosem lehet egyszemélyes: a projekt megvalósításában és szervezésében Székely Klára, Szőke Viktória és Ziegler Zsolt, a Márka- és marketingkommunikációs kutatócsoport tagjai, a ELTE Társadalomtudományi Kar Közgazdaságtudományi Intézet oktatói működtek közre.

A projekt célja, hogy az ELTE Társadalomtudományi Karán Szombathelyen tanuló közgazdász hallgatók egy kiválasztott csoportjával megismertesse a fenntarthatóság és a fenntartható fejlődés egyes kontextusait. A kontextusok egyrészt tág, természeti-társadalmi összefüggéseket jelentenek, másrészt a gazdaság szűkebb területén mutatják be a zöldülés és a zöldítés lehetőségeit a zöld termékektől a fenntarthatóság kommunikálásán keresztül a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáig.

A cél a projektben részt vevő hallgatók fenntartható gazdaság, illetve a zöld megoldások iránti érzékenyítése, valamint a hallgatókon és produktumaikon keresztül a szélesebb nyilvánosság megismertetése egyes összefüggésekkel.

* * *

Jelen kötet a projekt eredményeit és tanulságait mutatja be és foglalja össze, leírva a projekt eseményeit és résztvevőit, megfogalmazva a tanulságokat és prezentálva a hallgatók által a projekt eredményeként elkészített feladatokat. A kötet tehát egy összegzés: amellet, hogy bemutatjuk a projekt körülményeit, a projekt során végzett tevékenységeket és azok eredményeit, reflektál is a projekt tevékenységeire.

Ez úton mondunk köszönetet mindazoknak, akik hozzájárultak a pályázat és a projekt sikeréhez: mindazon oktatóknak, kutatóknak és gyakorlati szakembereknek, akik tudásukat és tapasztalataikat megosztva hozzásegítették a hallgatókat ahhoz, hogy jobban megértsék a fenntarthatóság társadalmi és gazdasági összefüggéseit, illetve a zöld gondolkodás gazdaságra és társadalomra gyakorolt hatását és akik olyan elméleti és gyakorlati ismereteket adtak a projektben részt vevő hallgatók kezébe, amelyek segíthetnek abban, hogy a hallgatók hozzájáruljanak a gazdaság zöldítéséhez. Ezen résztvevők névsora és az általuk tartott előadások témái a kötetben olvashatók.

Külön köszönetünket fejezzük ki azoknak is, akik a projekt zavartalan működését a háttérből támogatták: Szöke Viktóriának, aki a projekt adminisztratív feladatait végezte, Antal Tibornak, aki a kar pályázati referenseként dolgozott a pályázat sikeréért és végül, de nem utolsónak Frank Edinának és Béres Évának, akik a pályázat pénzügyi lebonyolítását segítették.

A legnagyobb köszönet azonban a projekt támogatóját illeti: a projektet a Nemzeti Tehetség Program támogatása tette lehetővé. A kötet megjelenését Nemzeti Tehetség Program támogatta.

A kötet az Emberi Erőforrás Támogatáskezelő által kiírt „Innovatív tanulási környezet kialakítása és komplex tehetségsegítő programok megvalósítása” pályázati felhívásra érkezett nyertes pályázat támogatásából valósult meg. A nyertes pályázat címe *„Marketing going green. A fenntarthatóság kontextusai és a fenntarthatósággal összefüggő szemléletformálás lehetőségei a zöld marketing kontextusában”*, a projekt azonosítója: NTP-INNOV-22-0036.

Szombathely, 2023. június

*Dr. Kovács László
projektvezető*

A MARKETING GOING GREEN PROJEKT HÁTTERE

KOVÁCS LÁSZLÓ

A Föld erőforrásainak egyre nagyobb mértékű felélése alapjaiban változtatja meg életünket. 2023 májusában nagy valószínűséggel már közhelynek számít azt mondani, hogy környezetszennyezés és a klímaváltozás hatásai érintenek bennünket: mindnyájan érezzük például azokat a hatásokat, amelyek az évszaknak nem megfelelő, vagy sok esetben szélsőséges időjárást okoznak.

Az éghajlatváltozás, illetve annak hatásaival kapcsolatos gondolkodás a gazdaságban is megkerülhetetlen: nincs olyan gazdasági terület, amelyet ne befolyásolna vagy közvetlenül, vagy közvetve a klímaváltozás.

A hatás lehet közvetlen és alapvető, mint például a mezőgazdaság esetében, ahol az eredmény a terméshozamok csökkenése vagy éppen az összes termény elvesztése lehet.

A hatás azonban lehet áttételes is: a környezettudatos és a fenntarthatóságot szem előtt tartó fogyasztók nem hajlandóak olyan lakberendezési tárgyakat vásárolni, amelyek nem újrahasznosított és újrahasznosítható anyagokból készülnek.

A fenntarthatósági kérdések társadalmi és a gazdasági kihívásai azonban jelenleg csak nagyon kevés esetben kerülnek be interdiszciplináris módon, intenzíven a jövő gazdasági szakembereit kinevelő képzések anyagaiba.

A 2022 tavaszán megtervezett projekt pontosan ezt a hiányzó láncszemet kívánta létrehozni: interdiszciplináris látásmódon keresztül szerette volna a jövő gazdasági szakembereit felkészíteni a gazdaság zölddebbé válásának lehetőségeire és feladataira.

A megpályázott projekt célja, hogy Szombathelyen, az ELTE TáTK szombathelyi képzéseiben tanuló, kiválasztott közgazdász hallgatókkal megismertesse a fenntarthatóság és a fenntartható fejlődés egyes

kontextusait, majd rámutasson, hogyan befolyásolják ezek a megfontolások vállalkozások működését és marketingtevékenységét a zöld termékektől a fenntarthatóság kommunikálásán keresztül a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáig. A kontextusok között kiemelt szerepet kapnak azok a tevékenységek, amelyek – akár marketingkommunikációs eszközökkel – a fogyasztók zöld gondolkodását befolyásolják.

A projekt megközelítése kifejezetten interdiszciplináris: az előadások a fenntartható gondolkodást nem egy szűk területen érintik, hanem kitérnek annak multidiszciplináris összefüggéseire is. A felkért oktatók és szakemberek esetében ezért tudatosan törekedtünk arra, hogy adott szakterület szakemberét szólítsuk meg, illetve hogy olyan kontextusokban kérjük fel az előadókat, amelyek a lehető legszélesebb betekintést nyújtják a zöldülő gazdaság világába. Fontosnak tartottuk azt is, hogy az elméleti ismeretek mellett gyakorlati tapasztalatokat is gyűjt-hessenek a projektben résztvevő hallgatók az előadók által bemutatott jó gyakorlatok megismerésével

Így az előadások egy része a fenntarthatóság tág kontextusát tárgyalják, a globális világ problémáitól a természettudományi (biológiai, ökológiai, geográfiai) összefüggéseken és hatásokon keresztül a társadalmi következményekig (pl. élelmiszerbiztonság). A hallgatók így nem csak a fenntarthatóság szűk, gazdasági kontextusába kapnak betekintést, hanem komplex, ok okozati összefüggéseket láthatnak. Az előadások másik része már a gazdaságon belül, de ott is komplexen, több aldiszciplína keretrendszerébe ágyazva tárgyalja a fenntarthatóság kérdését, a gazdaság számos területét érintve többen között a marketing, a márkáépítés, a humán erőforrás-menedzsment és a turizmus kontextusában. Olyan szakemberek bevonását is terveztük, akik egy adott vállalat esetében mutatják be a zöld gondolkodás kontextusát.

A hallgatók amellett, hogy előadásokat hallgatnak, üzleti megoldásokat is kidolgoznak a fenntarthatóság kontextusában; illetve egyes tevékenységeikkel hallgatótársaik szemléletformálását is megcélozzák.

Ezeket a szempontokat szem előtt tartva négy blokkba rendeztük a tevékenységeket, amelyek közül az első három elméleti, míg a negyedik kifejezetten gyakorlati jellegű:

- 1) a fenntarthatóság általános összefüggéseivel kapcsolatos előadások (potenciálisan elérhető a Közgazdaságtudományi Intézet összes hallgatója számára)

- 2) a fenntartható (zöld) gazdasággal kapcsolatos előadások (potenciálisan elérhető a Közgazdaságtudományi Intézet összes hallgatója számára)
- 3) workshopok (a projektben részt vevő hallgatók számára)
- 4) projektfeladat-kísérő szakmódszertani szemináriumok, amelyek az elvégzendő produktumok kontextusát szem előtt tartó, gyakorlatorientált tanórák, ahol a feladat megvalósítását kíséri végig és segíti a szeminárium vezetője.

Emellett workshopokat is terveztünk és tartottunk, valamint egy tanulmányutat és egy kerekasztal-beszélgetést terveztünk, illetve egy rövidfilm elkészítését vállaltuk.

A projekt – a kiírásoknak megfelelően – részben online terveztük. Ennek oka, hogy így olyan, országosan is ismert szakértőket is fel tudtunk kérni más egyetemekről, akik egy offline világban nem tudtak volna csatlakozni a projekthez.

A projekt online előadásait Microsoft Teams rendszeren keresztül terveztük: ez a szoftver minden hallgató számára hozzáférhető volt – az Eötvös Loránd Tudományegyetem online oktatásra ezt a szoftvert használja – és a kezelése mindenki számára egyértelmű volt.

A projekt zárásaként minden hallgatói csoporttól az alábbi tevékenységeket vártuk el:

- 1) Kiválasztott célcsoport számára a fenntartható fogyasztással kapcsolatos érzékenyítő anyaga megtervezése (pl. kis füzet, plakát-sorozat, videó).
- 2) Kiválasztott célcsoport számára a fenntarthatósággal kapcsolatos, illetve a fenntartható fogyasztásra felhívó játékok (online, offline) tervezése pl. társasjáték, komplex online kvíz.
- 3) Egy helyi termék (zöld) marketingkommunikációjának megtervezése.

Ezzel a háttérrel és ilyen keretek között startolt el a projekt.

A PROJEKT ELŐADÁSAI

Prof. Dr. Bodor Péter

Kvalitatív kutatások a fenntarthatóság kontextusában

Az előadás a társadalomtudományokban alkalmazott kvalitatív kutatási eljárások rövid tárgyalását, sajátos jellemzőinek bemutatását célozza. A kvalitatív kutatás olyan kutatási módként kerül bemutatásra, ahol a cél az, hogy a társadalom tagjainak saját értelemadó eljárásait, világról alkotott elképzeléseit rekonstruáljuk. Példákat láthatunk majd arra, hogy ezt a célt verbális anyagok (interjú, fókuszcsoport, dokumentumelemzés stb.) és képi anyagok (kép-, filmelemzés) interpretatív, értelmezést célzó elemzésével próbáljuk elérni. Azt is figyelembe vesszük továbbá, hogy a kutatás alapanyaga lehet akár talált (pl. média anyagok), akár a kutató által generált (pl. fókuszcsoportok).

Prof. Dr. Dávid Lóránt Dénes

Zöld desztinációk

A Green Destinations Top 100 Stories egy olyan éves verseny, amely világszerte gyűjti és díjazza a desztinációk kezdeményezéseit, és ösztönzi a felelős turisztikai vezetést. A Green Destinations Top 100 Stories 2014 óta évente megrendezésre kerül, és 100 úti célt ünnepel és népszerűsít, amelyek inspiráló példaként szolgálnak más úti célok, utazásszervezők és látogatók számára. Ezekből az esettanulmányokból válogatunk.

Dr. Gébert Judit

Bevezetés a humánökológiába

A Bevezetés a humánökológiába című előadás célja, hogy megismertesse a hallgatókat a környezet és társadalom kapcsolatát érintő néhány kérdéssel és problémával. Az előadás során először rövid esztörténeti áttekintést tartunk, majd globális társadalmi és környezeti problémákon keresztül néhány humánökológiai koncepcióval ismerkedünk meg.

Dr. Gyurácz József

A biológiai sokféleséget veszélyeztető gazdasági tényezők és a fenntartható gazdálkodás lehetőségei

Az előadás hazai és külföldi példákkal tárja fel az ember gazdasági tevékenységének élővilágra gyakorolt kedvezőtlen hatásait, melyek fajkihalásokhoz vezethetnek. A növények és állatok veszélyeztetettségét mérséklő tájhasználat lehetőségeiről is hallhatnak és kérdezhetnek a résztvevők.

Dr. Ható Zoltán

Helyi, fenntartható, zöld: plakát- és reklámtervezés I-III.

Ezen a gyakorlati jellegű előadáson a résztvevők megtanulhatják, hogyan hozzanak létre látványos képeket, posztereket és grafikákat ingyenes online eszközök segítségével. Kitérek rá, hogyan lehet jogtiszta módon felhasználni egy-egy fényképet, illusztrációt (arra is, hogy hol találhatunk szabadon használható anyagokat). A létrejövő művek támogatják a zöld kezdeményezésekre irányuló figyelemfelkeltő erőfeszítéseket.

Dr. Hollósy Zsolt

Megújuló energiák és CO2 kibocsátás

Az előadásban a megújuló energiatermelés nemzetközi tendenciáiról, a napelemes áramtermelő rendszerek CO2 kibocsátás csökkentésben betöltött szerepéről, valamint kapcsolódó beruházás-gazdaságossági kérdésekről lesz szó.

Dr. Kasza Gyula

Élelmiszerpazarlás - Problémák és lehetőségek az asztalunkon

- Élelmiszerhulladékok világszerte, Európában és Magyarországon
- Okok, összefüggések és következmények
- Megelőzési lehetőségek az élelmiszerlánc különböző szakaszaiban (ideértve a háztartásokat is)
- Társadalmi szemléletformálás
- Szakpolitika, szabályozás, önkéntes kezdeményezések Európában és Magyarországon

Dr. Kaszás Nikoletta

Kvalitatív kutatások a fenntarthatóság kontextusában

A körforgásos gazdaság az Európai Bizottság kiemelt prioritása, ám a turisztikai szektor ebben az összefüggésben eddig még nem került a figyelem középpontjába. A kapcsolat azonban vitathatatlan, hiszen ezen a módon lehet összeegyeztetni a turizmust a fenntartható erőforrásgazdálkodással. A körforgásos turizmus célja olyan termékek és szolgáltatások előállítása, amelyek létrehozása, értékesítése és fogyasztása során figyelmet fordítanak a környezeti hatások mérséklésére. Ehhez azonban elengedhetetlen a turisták és a személyzet viselkedésének változása is.

Dr. Keller Krisztina

A zöld szállodák jelene és jövője

A turisztikai szolgáltatók, ezen belül a szállodák nagy hatást gyakorolnak a környezetükre. A hazai hotelek egyre inkább környezettudatosan működnek, ami a jogszabályi háttérnek is köszönhető. Az előadásban bemutatásra kerülnek a zöld szállodák kritériumai és jó gyakorlatai, majd a turisták elvárásai kerülnek górcső alá a fenntartható szálláshelyszolgáltatások kapcsán.

Dr. Kovács László

Zöld marketing

A 21. század elején a fogyasztók és a fogyasztói elvárások átalakultak: előtérbe került a környezettudatosság és a fenntarthatóság. Vállalkozások számára így ma már nem lehet elsődleges, illetve kizárólagos cél a minél nagyobb profit elérése: az is szükséges, hogy a tevékenységükkel a lehető legkisebb mértékben szennyezzék a környezetet, illetve hogy a tevékenységük társadalmilag is hasznos legyen. Az előadás erre a változásra reagálva a zöld gondolkodás és a marketing összefüggéseit mutatja be.

Dr. Németh Kornél

Körforgásos gazdaság

A körforgásos gazdasági modell egy anyag és energiaáramaiban újragondolt, minden korábbinál tudatosabb terméktervezési és gyártási módokon, a termékek tudatos használatán alapuló módszerek és eljárások összessége. A termelési, fogyasztási folyamatokban keletkező melléktermékek, hulladékok újrahasznosítását a lehető legnagyobb arányban megvalósítani képes elgondolások gyakorlati megvalósításainak tárháza egyre szélesebb.

Háttéranyag: Németh K. – A körforgásos gazdaság alapjai

https://konyvtar.uni-pannon.hu/images/docman-files/efop343/e-jegyzetek/Nemeth_Kornel_A_korforgasos_gazdasag_alapjai.pdf

Pató Gáborné Dr. Szűcs Beáta

***A Green HR elméleti alapjai –
avagy mi fán terem emberi erőforrás zöldítése?***

Az utóbbi időben felerősödő globális környezeti problémák miatt, ma már a piaci szereplőknek, nem elegendő csupán hatékonyak lenniük, és értéket teremteniük, hanem fenntarthatóvá is kell válniuk. A környezeti problémákra való érzékenyítés elsődleges szereplője az ember, így a Green HRM jelentős szerepet játszhat a szervezeteken belüli környezetbarát gyakorlatok kialakításában, és a fenntartható működés megalapozásában. A HR folyamatok nemcsak a fenntartható fejlődés, gyakorlati alkalmazásában játszanak jelentős szerepet, hanem fejlesztik is a fenntartható kultúrát, ezért a zöld emberi erőforrás menedzsment kulcsfontosságú a környezetvédelmi célok elérésében. Az előadás célja, felhívni a figyelmet a green HRM lehetőségeire és áttekintést adni a green HR alapvető elemeiről.

Dr. Pintér Dániel Gergő

Nagyvállalati CSR: valódi értékteremtés vagy üres erényfitogtatás?

A poszt-covid időszak egyre súlyosbodó környezeti (Environmental), társadalmi (Social) és irányítási (Governance) problémákat vet fel, így az alkalmazkodóképesség és a krízis tanulságainak visszaépítése alapjaiban határozzák meg a márkaépítési és üzleti sikerességet. 2023 nem a branding-lózungok és az üres PR-akciók éve, így a cégek számára elengedhetetlen, hogy felismerjék saját iparáguk felelősségét, lebontsák a velük kapcsolatos sztereotípiákat, kampányaikat pedig az imázsépítés és figyelemfelhívás mellett edukációra is használják. Előadásomban a Bio-TechUSA-cégcsoport jógyakorlatainak bemutatásán keresztül amellet érvelek, hogy a hiteles, a fogyasztók életében valódi értéket teremtő jótékonyság előfeltétele, hogy menedzsment funkcióként tekintünk a CSR-ra, ennek megfelelően pedig stratégiai szinten kezeljük és szinkronizáljuk az üzleti és marketing célokkal; a toborzási és megtartási tevékenységgel; a felsővezetők/tulajdonosok személyes márkájának építésével; a piaci környezet igényeivel; valamint a külső szociális-közéleti tényezőkkel.

Szabó Richárd

A MÁV és a fenntarthatóság kapcsolata

Lehet egy közlekedési vállalat zöld? Mennyire állja meg a helyét a szlogen: Gondolkodj globálisan, cselekedj lokálisan! A villany(mozdony) mindet visz? ... mi van a járművontatáson innen és túl?

Székely Klára

Zöld gondolkodás a turizmusban

Az általam művelt alapterületek interdiszciplináris összegződéseként a politikai marketing vált fő kutatási területemmé. A turizmus marketing vonatkozásában is van jelentősége a politikai marketing működésének, hiszen a turizmus a természeti környezet alakítása mellett a társadalmi környezetre is erős hatást gyakorol. A turizmusban megjelenő zöld gondolkodás szorosan kapcsolódik az etikus társadalmi magatartás témaköréhez, amelynek megnyilvánulási formái, adaptálható lehetőségei alkotják az óra témáját. Az óra során határozottan törekszem az interaktív kooperációra a résztvevőkkel.

Székely Klára

Innovációs gyakorlat a turizmusban különös tekintettel a zöld marketing lehetőségeire

A turizmus az a szolgáltatási ágazat, amelynek területén az innováció megvalósítása jelentős, más ágazatokénál is nagyobb kreativitást igényel a szolgáltatóktól. A turizmus marketing sajátosságainak fontos eleme, hogy többszörösen differenciált marketing alkalmazása szükséges mind az áru, mind a fogyasztó esetében. Az attrakciók, a szolgáltatási szintek, a kiegészítő szolgáltatások a szezonális okán is, de a tömegesedés és a növekvő mértékű verseny miatt is fokozottabb segítségre szorulnak a marketing oldaláról. A zöld marketing elterjedése (környezetkímélő anyaghasználat, új reklámozási formák, felelős turizmusra fókuszáló

tartalom, etikus turisztikai magatartás kihangsúlyozása, a társadalmi egyenlőtlenségek elleni fellépés, az individuum és a környezet közti harmónia erősítése stb.) fontossá vált a jelenkor embere számára.

Az előadás tartalmában az innováció profitnövelő jellege mellett nagy hangsúly helyeződik a környezet és a társadalom védelmének, a kiegyensúlyozott, kíméletes turisztikai magatartás népszerűsítésének jó gyakorlataira. A gazdaságosság és a profit iránti elkötelezettség mellett a kulturált magatartásra edukálás, az egyéni és közösségi felelősség megjelenítése az előadás célja.

Szőke Viktória

A fenntartható fejlődés elméleti kérdései

A fenntartható fejlődés napjaink egyik legfontosabb kutatási területe. Az előadás célja, hogy megismertesse a Hallgatókkal a fenntartható fejlődés fogalmát, helyes értelmezését. Mi az a fejlődés? Hogyan fenntartható? Megvizsgáljuk a fenntartható fejlődés céljait, lehetőségeit – rövid áttekintést adva az egyes gazdasági szektorokról (mezőgazdasági, ipari és szolgáltatás), a közlekedésről, illetve ezek társadalmi-gazdasági hatásairól.

Szőke Viktória

A globális problémák

A globális környezeti és társadalmi-gazdasági problémákat mindannyian érzékeljük hétköznapi életünkben. Az előadás célja, hogy részletesebben bemutassa a globális környezeti problémákat, kitérve a környezeti problémákra – globális felmelegedés, környezetszennyezés, az energiagazdálkodás hatásai, a tengeráramlások változásai –; valamint a különböző globális társadalmi problémákra: túlnépesedés, városiasodás problémái, illetve társadalmi konfliktusok.

WORKSHOPOK

Székely Klára

Értékvezérelt marketing a turizmusban – avagy szeméthegyen innen és túl

A foglalkozás során alapvetően a turizmus által előidézett társadalmi és természeti problémákra, a turizmus alternatív formái által adható válaszokra fókuszálunk. A közös gondolkodás középpontjába helyezzük a zöld turizmus formáit és az etikus turizmus megvalósulási lehetőségeit. A workshop alapvető célja, hogy rávilágítson arra, hogy a turizmus megfelelő művelése nem pusztán pénzkérdés.

Dr. Ziegler Zsolt

Klímaszorongás, „ageism” és a generációk között húzóó törésvonal a klímakérdésben

Az ageizmus a diszkrimináció vagy előítéletesség egy formája, amely az életkoruk alapján irányul az emberek, különösen az idősebb felnőttek ellen. Az éghajlati szorongás, más néven ökoszorongás, az éghajlatváltozás okozta környezeti kihívásokra és fenyegetésekre adott pszichológiai és érzelmi válaszreakció. Max Weber (1914) által a kollektív felelősség lehetőségét elutasítja. A Gazdaság és társadalom I. kötetében Weber azzal érvel, hogy a kollektív felelősségnek nincs értelme, egyrészt azért, mert nem tudjuk elkülöníteni a valóban kollektív cselekvéseket, megkülönböztetve a sok személy azonos cselekvéseitől, másrészt azért, mert a csoportok, ellentétben a hozzájuk tartozó egyénnel, nem tudnak csoportként gondolkodni vagy olyan szándékokat megfogalmazni, amelyeket általában a cselekvésekhez szükségesnek tartanak.

ELŐADÓK

PROF. DR. BODOR PÉTER

Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar

Bodor Péter kutatási érdeklődése a mikroszociológia és a szociálpszichológia területén elhelyezkedő témákra irányul, így az identitás, az emlékezés és érzelem témáira. E mellett foglalkoztatja a társadalomtudományi ismeretszerzés módja, különösen a kvalitatív kutatás elméleti és gyakorlati kérdései

PROF. DR. DÁVID LÓRÁNT DÉNES

Neumann János Egyetem

Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar

Dávid Lóránt Dénes 1968-ban született, történelem, földrajz, európai tanulmányok és földrajz-angol szakfordító szakokon végzett. Miután 2001-ben megszerezte PhD fokozatát a Debreceni Egyetemen (földtudományok, földrajz), 3 tudományágban (gazdálkodás- és szervezéstudományok, környezettudományok és regionális tudományok) szerzett habilitációs címet. Kiterjedt kutatásai során számos rangos folyóiratcikket, tanulmányt és könyvet jelentetett meg. Jelenleg a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, a Neumann János Egyetem és az Eötvös Loránd Tudományegyetem professzora (ELTE: docense) Magyarországon. Sikeres nemzetközi szakmai együttműködési hálózatokat épített ki, vendégprofesszor-ként oktatott számos egyetemen Európában és a tengerentúlon, valamint aktívan részt vett Magyarország tengerentúli, európai és keleti kutatási kapcsolatainak építésében. A European Academy of Arts and Sciences rendes tagja 2018 óta. Kutatási területei: turizmus, környezetvédelem, regionális tudományok, fenntartható fejlődés, multi-, transz- és interdiszciplináris területek.

DR. GÉBERT JUDIT

Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar

Gébert Judit ökológiai közgazdász, filozófus. Jelenleg az ELTE Társadalomtudományi Karának oktatója. Fő kutatási területe az emberi jóllét közgazdaságtani és filozófiai megközelítései, valamint a környezeti igazságossággal kapcsolatos problémák.

DR. GYURÁ CZ JÓZSEF

*Eötvös Loránd Tudományegyetem
Berzsenyi Dániel Pedagógusképző Központ*

Magyar Madártani és Természetvédelmi Egyesület Vas vármegyei Csoportjának elnöke, madárökológiai kutatásaiért és természetvédelmi tevékenységéért Pro Natura Díjban részesült.

DR. HATÓ ZOLTÁN

Pannon Egyetem

Informatikus vegyészként végzett a Pannon Egyetemen, később kémia tudományágban doktori fokozatot szerzett ugyanitt. A *Komplex Molekuláris Rendszerek Kutatócsoport (PE)* tagjaként főleg molekuláris szimulációkkal foglalkozik. A tudományos munkában is használja az adatvizualizációt és a képszerkesztést, de a *Tudomány a Kocsmában* rendezvénysorozat plakátjainak készítése során vagy a Pannon Egyetem *Egyetemünk* című újságjának tördelőszerkesztői munkáiban is hasznosnak bizonyulnak ezek a képességek.

DR. HOLLÓSY ZSOLT

*Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Georgikon Campus
Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar*

Hollósy Zsolt egyetemi docens a MATE AGI Georgikon Campuson, illetve az ELTE Savaria Gazdálkodástudományi

Tanszékén. Agrármérnökként, majd közgazdászként diplomázott. Tudományos (PhD) fokozatot 2000-ben szerzett közgazdaságtudományban. Vállalatökonómiához kapcsolódó tárgyakat oktat. Kutatási területei: beruházás-gazdaságosság, vertikális integráció, megújuló energiatermelés gazdasági és környezeti vonatkozásai.

DR. KASZA GYULA

Állatorvostudományi Egyetem, Élelmiszerhigiéniai Tanszék

Kasza Gyula az Állatorvostudományi Egyetem Élelmiszerhigiéniai Tanszékének egyetemi docense, az Élelmiszergazdaságtudományi Kutatócsoport vezetője. Tanít a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetemen és a Semmelweis Egyetemen. Kollégáival 2016-ban alapította a Maradék nélkül programot, amelynek jelenleg is vezetője.

Főbb kutatási területei: élelmiszerbiztonság, élelmiszerpazarlás-csökkentés, kockázatkommunikáció, fogyasztói kutatások

DR. KASZÁS NIKOLETTA

Pannon Egyetem Nagykanizsa

Körforgásos Gazdaság Egyetemi Központ

A Pannon Egyetem Nagykanizsa – Körforgásos Gazdaság Egyetemi Központ oktatója, főigazgatója. Közgazdász turizmus-vendéglátás szakon, és okleveles közgazdász vezetés-szervezés szakon. Egyetemi tanulmányai során két alkalommal köztársasági ösztöndíjat nyert, 2010-ben a Magyar Turizmus Zrt. által kiírt „Az év turisztikai témájú szakdolgozata” felhíváson 2. helyezett lett. Kutatási területe elsősorban a projektmenedzsment, különös tekintettel a pályázati projektekre, valamint a fenntartható projektmenedzsmentre. Ezen kívül kutatási témái között kiemelten foglalkozik a turizmus, turizmusmarketing, valamint a desztinációmenedzsment kérdéseivel.

DR. KELLER KRISZTINA

Budapesti Corvinus Egyetem

2019 óta a Budapesti Corvinus Egyetem (Fenntartható Fejlődés Intézet) Turizmus Tanszékének egyetemi docense, a turizmus-vendéglátás alapszak szakfelelőse. Korábban a Pannon Egyetemen oktatott, kutatási területei a turizmusbiztonság, az okos turizmus és rendezvények. A Turizmusmarketing című kötet társszerzője, több mint 30 hazai és nemzetközi pályázati projektben vett részt projektmenedzserként vagy kutatóként.

DR. KOVÁCS LÁSZLÓ

Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar

Az Eötvös Loránd Tudományegyetem *Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszékének* tanszékvezetője. Az elmúlt két évtizedben számos nyugat-európai és magyar egyetemen és kutatóintézetben oktatott, illetve kutatott; emellett több hazai és nemzetközi kutatási és innovációs projekt vezetője és résztvevője.

Elsődleges kutatási területe a márkázás, a márkák nevei, azok kognitív reprezentációja, a márkaasszociációk, illetve a mentális lexikon – „agyi szótár” – felépítése, különösen annak hálózatos szerveződése. Több, mint 180 hazai és nemzetközi publikációja jelent meg angol, német és magyar nyelven. Két monográfiát írt *Fogalmi rendszerek és lexikai hálózatok a mentális lexikonban*, illetve *Márka és márkanev* címmel.

DR. NÉMETH KORNÉL

Pannon Egyetem Nagykanizsa – Körforgásos Gazdaság Egyetemi Központ

Kutatásai fókuszában a fenntarthatóság széles körű értelmezése, a körforgásos gazdaság, az ökoinnováció áll, különös tekintettel a vidéki régiókra, városokra, a kisebb települések szerepére, napjaink kihívásaira adott válaszokra összpontosítva. Munkáiban

feltárja a társadalmi, gazdasági és környezeti tényezők komplex kapcsolatát, szem előtt tartva a helyi érdekeket és értékeket.

PATÓ GÁBORNÉ DR. SZŰCS BEÁTA

Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar

Pató Gáborné Szűcs Beáta, egyetemi docens, az Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Karán. Az MTA VEAB Logisztikai Munkabizottságának elnöke, az MTA Logisztikai Osztályközi Állandó Bizottság tagja. A Leader's Habits Nemzetközi Kutatói Hálózat, „Emberi Erőforrás Menedzsment – Emberi Értékek” kutatócsoport vezetője. A HSZOSZ elnökségi tagja, a VMKIK Humán Klubjának elnöke. Több éves versenyszférás munkatapasztalata mellett, több mint két évtizedes egyetemi oktatói-kutatói tapasztalattal rendelkezik. Szakterülete a kompetenciamenedzsment, a vezetés-szervezés, az emberi erőforrás menedzsment, és a munkaköri leírások, valamint az ellátási lánc menedzsment és a logisztika.

DR. PINTÉR DÁNIEL GERGŐ

BioTechUSA-cégcsoport

Az elmúlt tizenöt évben kommunikációs vezetői feladatokat látott el nagyvállalatok megbízásából, illetve Account Director-ként dolgozott nemzetközi márkák fejlesztésén. Nyolc évig vezette az MTA SZTAKI kommunikációját, jelenleg pedig a BioTechUSA-cégcsoport vállalati kommunikációs, PR és CSR osztályát vezeti öt márkára kiterjedően, mellette pedig a Media 2.0 Communications alapító-ügyvezetőjeként dolgozik. Szívügye a szakmafejlesztés: az Alapítvány a Public Relations Fejlesztéséért kurátoraként rendszeresen publikál tudományos és szakmai folyóiratokba, előadóként konferenciák és üzleti események vendége, felkért szakértőként pedig gyakran nyilatkozik a médiában. Magyarországon az elsők között szerzett PhD. fokozatot a kríziskommunikáció területén az ELTE BTK-n.

SZABÓ RICHÁRD

MÁV Szolgáltató Központ Zrt.

21 éve dolgozom a MÁV-csoportban. Alapvégzettségemet tekintve vasútgépészmérnök vagyok, és ezen a területen is kezdtem a pályafutásomat. A járműkarbantartás mellett energetikus is voltam és a sors fintora, hogy 15 évvel később, közgazdászként, energiairányítási auditor lettem. 15 éve oktatok logisztikát közép és felsőfokú oktatási intézményekben, illetve szakmai vizsgáztatási tevékenységet is végzek.

SZÉKELY KLÁRA

Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar

ELTE TáTK Közgazdaságtudományi Intézet Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszék

Székely Klára 1984 óta dolgozik a jogelőd intézmények, valamint az ELTE szervezeti keretei között. Társadalomtudományi, neveléstudományi, egészségtudományi, gazdaságtudományi végzettségekkel rendelkezik. Fő oktatási területei: kommunikáció, politológia, marketing. Fő kutatási területei: interperszonális kommunikáció, szervezeti kommunikáció, politikai marketing, turizmusmarketing, vallási turizmus. Publikáció ezekben a témákban jelentek meg.

SZÓKE VIKTÓRIA

Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar

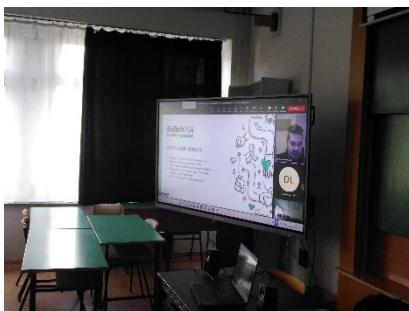
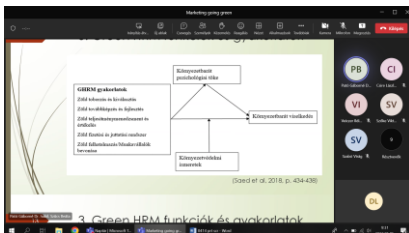
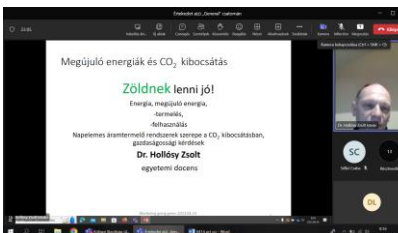
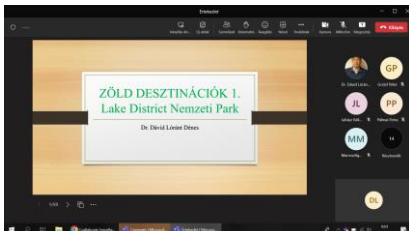
Közgazdász és geográfus, a Pécsi Tudományegyetem Földtudományok Doktori Iskola doktorjelöltje. Korábban a versenyszférában dolgozott (bankszektor, mezőgazdaság), jelenleg az Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar, Savaria Gazdálkodástudományi Tanszékének tanársegédje. Kutatásaiban egyrészt a települések közötti kapcsolatrendszeret vizsgálja, különös tekintettel a mezőgazdasági hálózatrendszerekre, másrészt a telephelyválasztás gazdaságföldrajzi kérdéseivel foglalkozik.

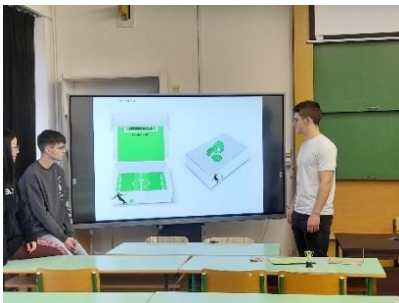
DR. ZIEGLER ZSOLT

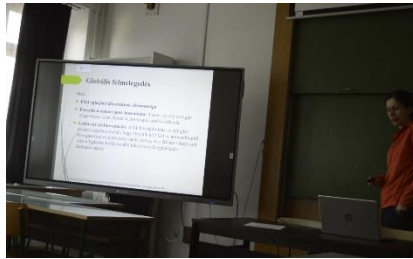
*Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar*

Ziegler Zsolt 2004-ben a Miskolci Egyetem, Bölcsészettudományi Karán, filozófia szakán kezdte tanulmányait. Ezt követően “visiting student” volt a Torontói Egyetemen, majd a Central European University-n egyéves MA filozófia programot végzett el. A Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Filozófia és Tudománytörténet doktori iskolájában szerezte Phd. fokozatát. Fő kutatási területe a döntéelméletek és a heurisztikák. Jelenleg a BME Filozófia és Tudománytörténet Tanszék és a ELTE Savaria Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszék adjunktusa.

KÉPEK AZ ELŐADÁSOKRÓL ÉS A SZEMINÁRIUMOKRÓL







FÖLD HETE PROGRAMSOROZAT

A pályázati eredmények minél szélesebb körű disszeminációját szem előtt tartva szervezte meg az Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar, Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszéke a Föld hete című eseménysorozatot 2023. 04. 22. és 04. 28. között.

A Föld napjához (04. 22.) kötődően egy egész hetes programsorozatot segítségével hívtuk fel a figyelmet a bolygónkat érintő természeti, társadalmi és gazdasági problémákra. A programsorozat a fenntarthatóságot és a fenntartható gondolkodást helyezte a gazdaság tágabb, valamint az üzleti tevékenységek és a fogyasztás szűkebb kontextusába.

A programsorozatot **Lenkai Nóra**, az *Eötvös Loránd Tudományegyetem Savaria Egyetemi Központ* rektori biztosa, illetve **Dr. Kovács László**, az *Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar, Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszékének* vezetője nyitotta meg.

FENNTARTHATÓSÁG ÉS JÖVŐ KONFERENCIÁK

2023. április 24-én délelőtt került megrendezésre a *Fenntarthatóság és jövő* című konferencia, amelynek keretében az előadók – egyetemi oktatók (Eötvös Loránd Tudományegyetem), illetve doktoranduszok (Budapesti Corvinus Egyetem, Eötvös Loránd Tudományegyetem) – mutatták be aktuális kutatásaikat.

Az előadások a zöld gondolkodás számos aspektusát elméleti és gyakorlati összefüggésben körüljárva hívták fel a figyelmet arra, hogy habár a fenntartható és zöld gondolkodás elengedhetetlen, az ezen gondolkodással kapcsolatos kommunikáció számos kihívást rejt magában.

A résztvevők rámutattak, hogy a zöld gondolkodás, illetve az erre való tanítás komplex kérdéskör, ahol eredmény csak közös erőfeszítéssel érhető el: szükséges, hogy az egyén, a társadalom, for- és non-profit szervezetek és vállalkozások összefogva, de külön-külön is tegyenek a

fenntarthatóság érdekében. A klímaváltozás által támasztott kihívások és feladatok ugyanis csak akkor győzhetőek le, illetve oldhatóak meg, ha azokat – lehetőségeinkhez mérten – mindnyájan komolyan vesszük.

2023. április 24-én délután, a *Fenntarthatóság és jövő hallgatói szemmel* című hallgatói konferencián az Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar, Közgazdaságtudományi Intézetének első, másod- és harmadéves hallgatói tartottak rövid előadásokat arról, hogy őket hogyan érintik a fenntarthatósággal és klímaváltozással kapcsolatos problémák. Az első szekció előadásai elősorban a klímaváltozás természeti környezetre gyakorolt hatását mutatták be, míg a második és harmadik szekció előadásai egyes területeken mutattak rá a konkrét lehetőségekre és kihívásokra. Összesen 17 előadást hallgathattak meg az érdeklődők.

A hallgatói előadások kettőséget mutattak: miközben egy részük aktuális szakmai információkat osztott meg, másik részük a konferencia résztvevőinek érzelmeire is próbált hatni prezentációjával és a bemutatott képekkel.

KEREKASZTAL-BESZÉLGETÉS

A programsorozat 2023.04.25-én egy kerekasztal-beszélgetéssel folytatódott *Zöldülő (?) gazdaság* címmel. A meghívott előadók közül – **Balogh Károly**, a *Vas Megyei Kereskedelmi és Iparkamara* főtitkára; **Horváth Zoltán** az *Agora Savaria Kulturális és Médiaközpont Non-profit Kft.* igazgatója; **Klára Ágnes** a *Greenfield Hotel Golf & Spa* igazgatója és **Németh Ákos**, *Szombathely Megyei Jogú Város Önkormányzatának* fenntartható fejlődéssel és klímapolitikával foglalkozó tanácsnoka – Németh Ákos nem tudott részt venni a rendezvényen, így helyette **Dr. Kovács László**, az *Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar, Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszékének* vezetője volt a kerekasztal negyedik résztvevője.

A beszélgetés a gazdaság és a zöld gondolkodás kapcsolatát vizsgálta, rámutatva, hogy a zöld gondolkodás egyszerre jelent kihívást és lehetőséget mind a gazdasági szereplők, mind a fogyasztók számára. A beszélgetők arra is kitértek, hogy a fenntarthatóságra való törekvés sok esetben ellentétes – vagy ellentétesnek látszik – a fogyasztók, illetve a

vállalkozás rövid távú érdekeivel és céljaival; azonban egyetértettek abban, hogy hosszú távon alapvető fontosságú a gazdaság zöldítése.

A beszélgetés során a résztvevők mindnyájan azon a véleményen voltak, hogy a zöld gondolkodásra és a gazdaság zöldebbé tétele nem egy aktor feladata: míg a politika szabályzásokkal tudhatja elérni a gazdaság zöldebbé tételét, addig a vállalkozásoknak be kell látniuk, hogy ez a gondolkodás hosszú távon a fogyasztók megtartását eredményezi, így anyagi haszonnal is jár. A köztisztviselők, a non-profit szektor és az oktatás a szemléletformálással tud hozzájárulni a gazdaság zöldüléséhez: egyrészt a társadalom egészének edukálása, másrészt pedig a fel-növekvő generáció egyéneinek oktatása és nevelése révén.

A beszélgetésbe a hallgatóságot – Eötvös Loránd Tudományegyetem, Társadalomtudományi Kar, Közgazdaságtudományi Intézetének hallgatóit – is bevonta a moderátor, **Székely Klára** (ELTE), így egészében sikerült egy informatív, ugyanakkor jó hangulatú és személyes hangvételű rendezvényt megszervezni.



PROJEKTBEMUTATÓ RENDEZVÉNY

2023.04.25-én délután került megszervezésre a *Játsszunk zöldet!* projektbemutató rendezvény, amelynek keretében a Marketing going green pályázatban részt vevő hallgatók mutatták be eddigi eredményeiket: röviden prezentálták az elkészült társasjátékokat, illetve az elkészült érzékenyítő anyagaikat mutatták be. A bemutatók után a résztvevőknek lehetősége nyílt kipróbálni a társasjátékokat.





ELŐADÁSOK A *MARKETING GOING GREEN* PROJEKT KERETÉBEN

A programsorozatot pénteken a *Marketing going green* projekt keretében zajló előadások zárták: **Dr. Pintér Dániel Gergő** (Bio-techUSA) előadása – *Nagyvállalati CSR: valódi értékteremtés vagy üres erényfitogtatás?* – üzleti gyakorlati, míg **Szőke Viktória** (ELTE) előadása – *A fenntartható fejlődés elméleti kérdései* – elméleti megközelítésben foglalkozott a fenntarthatóság kontextusaival.

FENNTARTHATÓ (?) VILÁG KIÁLLÍTÁS

A Föld hete rendezvénysorozat ideje alatt egy kiállítást is szerveztünk az ELTE Savaria Egyetemi Központ C épület aulájában *Fenntartható (?) világ* címmel. A kiállítás a figyelemfelhívó installációk mellett bemutatta a projekt keretében beszerzett kötetek egy részét, illetve a *Nébih Maradék nélkül* programjával együttműködve az ételmi-szerpazarlásra is felhívta a figyelmet.





A programokkal nagyszámú érdeklődőt sikerült megszólítani: a hétfő délelőtti előadásokon 65 fő, a hétfő délutáni szekciókon 39 fő, a keddi kerekasztal-beszélgetésen 32 fő, míg a projekt-bemutatón 38 fő vett részt.

A rendezvénysorozat sajtónyilvános volt, arról a helyi sajtó – Vas Népe, Savaria Fórum, Szombathelyi Városi Televízió – is beszámolt.

FÖLD HETE - ELŐADÁSOK

Adámi Zsanett

A környezettudatosság megjelenése a Z generációs gyerekek és szüleik családi kommunikációjában Magyarországon

A környezeti elköteleződésben, valamint a környezettudatosság egyéni szintű fejlesztésében is a család tölti be a legfőbb szerepet. Mielőtt a fiatalok óvodába, vagy iskolába mennének, ahol valamilyen szinten tanulnak a környezetvédelemről, a szüleiktől sajátítják el a helyes vagy adott esetben a helytelen magatartást. A családtagok, különösképpen a szülők által kialakított környezeti szokások – szelektív hulladékgyűjtés, villanyok lekapcsolása a használat után – vagy ezek hiánya meghatározzák azt, hogy később a gyermekek milyen viselkedést visznek tovább magukkal. Ezt a magatartást később számos tényező vagy személy alakíthatja – iskola, munkahely, barátok – mégis ennek a legfőbb kiindulópontja a szülői példamutatás.

A téma vizsgálatának relevanciája többek között abban rejlik, hogy kevés olyan korábbi kutatás található Magyarországon, amely a Z-generációs fiatalok és szüleik környezettudatosságának családi kommunikációját vizsgálná.

Az előadás kutatómódszertana kvantitatív módszert alkalmaz, kérdőíves felmérés formájában. A kérdőív három nagyobb részre bontható. Az első részben demográfiai adatokra kérdez rá, a második részben a Z-generációnak szóló kérdések találhatóak, míg a kutatási kérdőív harmadik részében azoknak a szülőknek szóló kérdések találhatóak, akiknek egy háztartásban élő Z-generációs gyermekük van. Mind a második, mind pedig a harmadik részt követően a környezetvédelemről szóló beszélgetésekről található hat-hat kérdés. Ebben a részben a kérdőív felméri a kitöltő családjának családi kommunikációs típusát is, amelynek célja, hogy meghatározható legyen egyes családtípusok környezetvédelemről szóló diskurzusainak gyakorisága, fajtája és minősége.

A kutatás célkitűzése, hogy a kutatási eredményeknek köszönhetően egy komplex képet nyújtson a pluralisztikus, a konszenzusos, a protektív és a laissez-faire kommunikációs típusú családok körében ott, ahol Z-generációs fiatalok élnek, mind szülői, mint a fiatalok szemszögét figyelembe véve.

A kutatási eredmények ismertetésére a konferencián kerül sor.

Bakó Béla

Valahol Európában - A vén kontinens fiatalságának jövője

Az ENSZ Környezet és Fejlődés Világbizottságnak (Brundtland-bizottság) 1987-ben közzétett „Közös jövőnk” című jelentése a gazdasági növekedés új korszakát sürgette, olyan növekedését, amely erőteljes, ugyanakkor társadalmilag és környezetileg egyaránt fenntartható. Az európai társadalmakra váró 21. századi kihívásokra az európai fiataloknak kell megtalálniuk a választ. Az előadás arra keresi a választ, hogy kik ezek a fiatalok, akiket Z-generációnak, milleniáloknak, vagy újabban alfa-generációnak neveznek? Képesek-e generációvá szerveződni, ahogy tette ezt a korábbi évtizedekben a baby-boom nemzedék – vagy ahogy itthon nevezik őket, a nagy generáció? És a magyar fiatalok mennyiben mások, mint nyugat-európai kortársaik; mennyiben teljesítményorientáltak és kockázatvállalók, vagy inkább a biztonság és a hedonizmus az, ami meghatározza őket? És összességében ők lesznek-e azok, akik képesek lesznek a jelen szükségleteit anélkül kielégíteni, hogy veszélyeztetnék a jövő nemzedékek esélyét arra, hogy ők is kielégíthessék szükségleteiket.

Dávid Lóránt – Remenyik Bulcsú

Tavaink és folyóvizeink szerepe a turizmusban

A víz olyan természeti erőforrás, amely a világon mindenütt a leg-sikeresebb turisztikai desztinációk alapját jelenti. A tavak és a folyók – keletkezésüknél és fejlődésüknél fogva – rendelkeznek azokkal a tulajdonságokkal, amelyek a turizmusban történő hasznosításukat

meghatározzák. A nyugodt víztömeg látványa és hangulata, az élővilág, a háttértelepülések sokszínű természeti és kulturális értékei látogatók sokaságát vonzzák. A turizmus ezen termékei az érintett desztináció és a fejlesztések irányai függvényében egyaránt tartozhat a tömeg- és az alternatív turizmus tárgykörébe is. Előadásunkban bemutatásra kerültek tavaink és folyóvizeink fenntartható turisztikai hasznosítási lehetőségei.

Horváth Zoltán

Fenntarthatósági törekvések Szombathelyen

Szombathely 2021-ben fogadta el hosszú távú gazdaságfejlesztési stratégiáját, a Szombathely2030-at. A program az ipari szerkezetváltás és a tudásalapú gazdaság megteremtése mellett kiemelt prioritásként fogalmazta meg a zöld és okos városokat ösztönző projekteket, köztük a körforgásos gazdaság erősítését. Azóta több fenntarthatósági dokumentummal megerősítették és konkretizálták a megfogalmazott célokat. Előadásom célja a megyei jogú város fenntarthatósági dokumentumainak elemzése és zöldgazdaság megteremtésére és településfejlesztésre irányuló törekvéseinek bemutatása.

Kovács László

Green marketing – kontextusok, lehetőségek, kihívások

A zöld marketing terminus, illetve a zöld marketing, mint szemléletmód nem újak: több évtizedes múltta tekintenek vissza azok a megközelítések, amelyek a fenntartható, illetve zöld marketing összefüggéseit, feladatait és lehetőségeit tárgyalják. A 2020-as években azonban ezek a megközelítések összetalálkoznak a zöld megoldások iránt egyre inkább növekvő fogyasztói igényekkel, valamint a zöld szemléletmód és a zöld megoldások gazdaságban és üzleti élelemben történő felértékelődésével.

Az előadás ezeket az aktuális, a zöld marketinget meghatározó folyamatokat járja körül, külön tárgyalva a fogyasztói és a vállalati szempontokat és nézőpontokat. Rámutat, hogy a fogyasztók nehezen

tudják egy termékről elmondani, hogy az ténylegesen zöld-e; illetve sok esetben a greenwashingot alkalmazó hirdetések is megtévesztik őket.

Az előadás utolsó része rámutat arra, hogy a zöld marketing milyen eszközökkel és gondolkodással tud hozzájárulni a gazdaság zöldebbé tételéhez, valamint arra is felhívja a figyelmet, hogy a gazdaság zöldítéséhez célzott képzések szükségesek, de emellett fontos a fogyasztók és a cégek edukálása és a fogyasztók tudatosságának növelése.

Kudron Anna

A színek jövője - kommunikálható és valódi fenntarthatóság?

A textil- és ruhaipar tömeggyártási módozatainak megjelenése óta gyakorlatilag nincs kapcsolatunk és információnk a ruhák színeinek eredetéről és készítésének hátteréről. Mióta nincs közvetlen kapcsolatunk a ruhadarabjaink készítésével, és azok jellemzően globális gyártói láncolatokon keresztül jutnak el hozzánk, semmilyen információt nem kapunk azok színeiről: legjobb esetben az alapanyag összetételét és az összeállítási folyamat utolsó országát ismerjük meg.

A transzparencia hiánya és a jogi szabályzást nagyjából teljesen nélkülöző vagy azt könnyen kijátszó fogyasztói tájékoztatás és "zöldítő" marketing stratégiák jellemzik a szektor kommunikációját. Ha mégis beszélhetünk transzparenciáról és hiteles információkról ruháink esetében, annak formája önkényes, változó, hitelességének forrása ellenőrizhetetlen. A cégek és márkák fenntarthatóságáról szóló kommunikáció a ruhakészítés számos aspektusát szubjektíven elegyíti (közösségi elkötelezettség, technológiai újítások, innováció és bioanyagok, újrahasznosított alapanyagokra használata, csomagolás és szállítás minimalizálása stb.), míg önkényesen más aspektusokat kihagy belőle.

Vajon melyek azok a létező indikátorok, melyek segítik a fogyasztókat a hiteles tájékoztatásban? Melyek azok a kommunikációs formák, melyek alkalmasak arra, hogy a márka kommunikációs stratégiája ne greenwashingba fulladjon csupán felületes marketingfogások láncolataként? Ezekre a kérdéseket innovatív és környezeti fenntarthatóságra fókuszáló, textilszínezési eljárásokat fejlesztő aktorok kommunikációs és marketingstratégiájának elemzésével mutatom be az előadás során.

Szőke Viktória

Globális problémák – a jövő kihívásai

A globális környezeti és társadalmi-gazdasági problémák nagyban befolyásolják mindennapjainkat. Az előadás ezeket a problémákat vizsgálja: az okokat, összefüggéseket és lehetséges megoldásokat.

Az előadás első része rámutat a globális klímaváltozás okaira és hatásaira, kitérve a légszennyezés, a talajszennyezés és a vízszennyezés problémájára és következményeire; például a Nagy Csendes-óceáni szemétsziget példáján keresztül. Az előadás második része globális társadalmi problémákat jár körül, mint a túlnépesedés, a városiasodás és a társadalmi konfliktusok problémái, szemléltetve Shanghai példáján (Shanghai két arca). Az előadás lehetséges megoldásokat is felvázolva egy Jane Goodall idézettel zárul: „Minden egyes apró cselekedet számít. Minden egyes ember, minden egyes nap és minden egyes percben tehet azért, hogy jobb legyen a világ.”

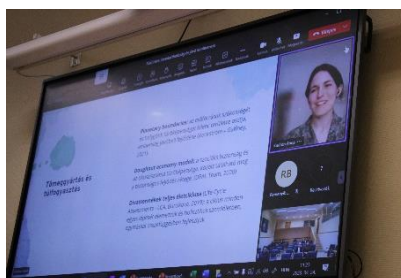
Till Anilla

Az erőszakmentes környezeti kommunikáció alkalmazása közösségi média kampányokban: Hogyan promotálják a globális non-profit környezetvédelmi szervezetek a környezetbarát viselkedésváltozást?

A tudomány felismerte az emberi, állati és környezeti egészség között fennálló tagadhatatlan kapcsolatokat: az emberek egészségéhez egészséges bolygóra van szükségünk. A környezeti kérdések kommunikációjának domináns megközelítése a fenyegetés, a sokk és a félelem által történik. Azonban számos tanulmány már vizsgálta a fenyegető kommunikáció hatásait, és úgy találta, hogy a várt viselkedésváltozás csak ritka esetekben következik be. Ezen jellegű fenyegető kommunikációs módszerek alternatívájaként javasoljuk az erőszakmentes kommunikáció (NVC) használatát a környezetvédelemmel kapcsolatos témák kommunikálására. Az erőszakmentes környezeti kommunikáció formálódó normatív elmélete azt sugallja, hogy az emberek nagyobb valószínűséggel hajtanak végre környezetbarát magatartást, ha a

környezeti témákkal kapcsolatos üzeneteket erőszakmentesen kommunikáljuk. Ebben a kutatásban szakirodalmi áttekintést végzünk a fent említett területek feltérképezésére, melynek célja annak feltárása, hogy az erőszakmentes környezeti kommunikáció fogalma részben vagy egészben jelen van-e. A meta-elemzés eredményeként a kialakuló erőszakmentes környezeti kommunikáció elméletének javasolt jellemzőit bemutató szintézis születik. A szintézis az elméleti keret alapja, amelyet továbbfejlesztettük egy elemzési keretté. Az elemzési keret ezután közösségi média tartalomelemzéshez alkalmaztuk, amelyben tíz globális non-profit környezetvédelmi szervezet Instagram-tartalmát vizsgáljuk. A minta 300 Instagram-bejegyzésből áll 2020. január 1. és 2021. december 31. között, az elemzés során pedig az erőszakmentes környezeti kommunikáció jelenlétének és jellemzőinek azonosítására, a közösségi média platformok sajátosságaira összpontosítunk.

KÉPEK AZ ELŐADÁSOKRÓL



FÖLD HETE – HALLGATÓI ELŐADÁSOK

Ács Viktória – Losonczy Luna

Az erdő és élővilágának pusztítása

A prezentációban először azt mutatjuk be, hogy milyen az erdők jelenlegi helyzete Magyarországon. Egyre jobbak vagyunk a fásítás területén, de egyre nagyobb a fakitermelés mennyisége és az erdők beépítésének területe is egyre nagyobb. Továbbá a vadállományt vizsgáljuk, ahol komoly változást a példányszámok mennyiségében, az elmúlt pár évet áttekintve, nem találunk a különböző fajok között. Ez azért érdekes, mert az állatok különböző veszélyeknek vannak kitéve pl. vadgázolás, orvvadászat, ami hazánkban is jelen van.

Nemzetközi vonatkozásban beszélünk az állatvédelemről. Rengeteg szervezet van, akik az állatok érdekében tevékenykednek. Mi kiemelünk pár nagyobb szervezetet: Greenpeace, WWF, Four Paws. Magyar vonatkozásban pedig a Nemzeti Parkokat emeljük ki, akik a természet védelmében tevékenykednek. Az előadásunk végét személyes interjúk elemzésével zárjuk, amelyekből megtudjuk, hogy a fiatalok öncélből nem töltenek időt a természetben, ennek ellenére egyre jellemzőbb körökben a környezet védelme.

Csire László – Papp Marcell

Az elektromos autóipar kihívásai és lehetőségei

Az előadásunkban a konferencián az elektromos autóipar kihívásait és lehetőségeit vizsgáljuk. Bemutatjuk az elektromos autók történetét, a működési mechanizmusokat, és a jelenlegi piaci környezetet. Áttekintjük az elektromos autózás előnyeit, mint például a költségcsökkentést, a környezeti előnyöket és a vezetési élményt, valamint a

hátrányokat, mint például a szakmában ismeretes „range anxiety”-t (távolsági szorongás), a töltési időt és az infrastruktúra korlátait. Végül a kilátásokról esik néhány szó, beleértve az urbánus mobilitás jövőjét, és azt, hogy az elektromos autók száma továbbra is növekedni fog.

Fejes Laura – Papp Dominik

Túlfogyasztás hatásai a Földre

Az előadás a következő módon épült fel: először a túlfogyasztás és hozzá kapcsolódó fogalmakat mutatjuk be, ezt követi a globális túlfogyasztást befolyásoló tényezők bemutatása, a túlfogyasztás világnapja, végül a túltermelés fogalmának meghatározása. Kitérünk emellett az egyes iparágak túltermelésére, a túltermelés hatásaira is. Szót ejtünk az ételmisszer, az energia kérdéseiről, valamint a túlfogyasztás élővilágot érintő hatásairól is beszéltünk.

Gecse Annabella – Kovács-Dominek Cintia

Csomagolásmentes ételmisszervásárlás előnyei

Előadásunkban az egyszer használatos műanyagok problémáját helyezzük középpontba, és megmutatjuk, hogy a csomagolásmentes ételmisszervásárlás hogyan járul hozzá a műanyag hulladék mennyiségének csökkentéséhez.

A csomagolásmentes vásárlás, mint lehetséges alternatíva sokak számára még szokatlan, ismeretlen terület. Célunk, hogy bemutassuk ennek működését, előnyeit és választ adjunk azokra a kérdésekre, amelyek a témával kapcsolatban sokakban felmerülhetnek.

A szombathelyi csomagolásmentes üzlet vezetőjével készített interjú során információkat gyűjtöttünk az árubeszerzés módjáról, a csomagolásmentes módon megvásárolható termékek választékáról és a vásárlás folyamatáról. A csomagolás fő szempontjai: a higiéniai kérdések és az allergének feltüntetése érdekében is válaszokat kerestünk, hogyan tudnak ezek megvalósulni a csomagolásmentes alternatíva esetében.

Mivel visszatartó erő lehet a magasabb ár, ezért árösszehasonlítást végeztünk azonos minőségű, csomagolt és csomagolásmentes termékek fogyasztói árai közt, hogy szemléltessük: az árkülönbség sok esetben nem számottevő.

Végül javaslatokat, ötleteket vázolunk fel az egyszer használatos műanyagok helyettesítésére a mindennapi életben.

Hekfusz Réka – Lendvai Szabina

Használt ruháké a jövő

A használsruháról és fast fashionról van szó az előadásunkban. Beszélünk a kezdetekről, a fast fashion környezetszennyező hatásairól.

Az előadásban második részében a fast fashion negatív hatásait csökkentő egy lehetséges megoldásként a használt ruhák vásárlásának lehetőségeiről, és gyakorlatáról beszélünk, bemutatva az előnyöket és hátrányokat egyaránt. Az előadást egy figyelemfelkeltő videó bemutatásával zárjuk.

Horváth Bendegúz – Szalmás Zoltán

Digitális aranybányászat hátulütői

A digitális aranybányászat, vagy kriptovalutabányászat, egy számítógépek által végzett folyamat. Ahhoz, hogy ennek környezeti hatásait megértsük, tisztában kell lennünk azzal, hogy mi is az a bányászat. A 2008-as válság megrengette az emberek bizalmát a pénzben, abban, hogy mit is nevezünk pénznek, és hogy miért van egyáltalán fizetőképese értéke a valutáknak. Ekkor egy máig ismeretlen programozó a blokklánc technológiát felhasználva megalkotta az első decentralizált, virtuális fizetőeszközt: a Bitcoin. A technológia alapelve, hogy minden tranzakció, ami a blokkláncon átfut, nyilvános és visszamenőleg megmásíthatatlan.

A bányászat egy olyan folyamat, mely során nagy teljesítményű számítógépek bonyolult matematikai műveletekkel minden egyes tranzakciót, azaz Bitcoinnal való fizetést a blokklánchoz kódolnak és

illesztenek. A bányagépek, a blokklánc építéséért, és a rendszer zavartalan működtetéséért cserébe az adott hálózat kriptovalutáját kapják fizetségül.

A korábban említett nagy teljesítményű számítógépek nagy energiafelhasználással dolgoznak, amit ma már többnyire megújuló energiával állítanak elő, de ennek ellenére is több okból káros hatást gyakorolnak a környezetre. Ezek közé tartozik a hőszennyezés, a természetes vizek biológiai egyensúlyának felborítása, illetve ahol még előfordulnak szénerőművek, ott jelentős a levegőbe jutó káros anyag mennyisége is.

Király Áron – Nagy Ákos

A mi felelősségünk. A mi jövőnk

Prezentációnk, ahogy a cím is mutatja az emberi felelősségre kíván rámutatni a klímaváltozás elleni harcban. Drasztikus adatokkal, tényekkel próbálja felhívni a figyelmet, arra, hogy a klímaváltozás mindannyiunk hibája és felelőssége. Az érzelmekre ható előadás célja az érzékenyítés és a felelősségvállalásra buzdítás.

Fel kell ismernünk, hogy cselekvésre van szükség: a szavak ideje már lejárt, eljött a tettek ideje.

Kovács Réka – Tiborc Patrik

Lélegzetünk termelői

A Föld hete konferenciára az általunk előadott prezentációban a fák jótékony és nélkülözhetetlen hatásairól beszélünk.

Napjainkban az emberiség fogyasztási igényeinek kielégítése azt eredményezi, hogy sok erdős területet romboltunk le és helyettük betonrengetegeket hozunk létre. Ma hazánk területének mintegy 25,4%-át borítja fás vegetáció, ezen belül 22%-ot zárt erdő. A fák nem csak szén-dioxidot dolgoznak fel és oxigént termelnek: a légszennyező anyagokat is a fák lomkoronája köti le. A fák telepítése így tisztább levegőt eredményez. Emellett számos dolgot tudunk tenni a meglévő erdők védelmében is (pl.: bioszén használata, fa helyettesítő anyagok használata).

Komposztálás – Falusi szokás városban

Előadásunkban bemutatjuk a komposztálás, a komposztálódás és a komposzt fogalmát, foglalkozunk a komposztálható anyagokkal (konyhai hulladékok, háztartási hulladékok, kerti hulladékok, fűrészpor, faaprítékok, egyéb hulladékok, növényevő állatok ürüléke). A komposztálással olyan anyagok keletkeznek, amelyek trágyaként használhatók.

Kitérünk a komposztálási technikákra (komposztáló kas, keveréssel eljárás, réteges eljárás). A kültéri komposztálás típusait is bemutatjuk, kitérve arra, hogy a kültéri komposztálás esetén a komposztálódás nagyjából 10 hónap alatt megy végbe és alakul át a komposzt humusszá. Ez után az idő után a képződött humuszt földdel keverve lehet a talajba juttatni, így trágyázva a termőföldet. A beltéri komposztálásról is szó esik, végül a komposztálás hasznosíthatóságára és további környezeti hatásaira térünk ki.

Napelemek és a rezsimentes lakhatás

A napelemes háztartások egyre népszerűbbek világszerte, mivel lehetővé teszik a környezetbarát és fenntartható energiaforrások használatát otthonainkban. A napelemes rendszerek kialakítása és telepítése általában magas kezdeti költségekkel jár, de hosszú távon a befektetés megtérülhet az alacsonyabb áramszámlák révén. Előadásunkban egy kivitelezés alatt álló projekten keresztül mutatjuk be a „rezsimentes” lakhatás nyújtotta előnyöket.

Fenntarthatóság a pénzügyekben

Az utóbbi években tapasztalható, hogy egyre inkább elterjed a fenntarthatóságra való törekvés a pénzügyi szektorban is. A pénzügyintézetek egyre nagyobb hangsúlyt helyeznek a környezetvédelemre, az etikus befektetésekre és a társadalmi felelősségvállalásra. A nagy zöldítésben azonban szükség van átláthatóságra és összehasonlíthatóságra is. Ezt szolgálja az ESG – az Environmental, Social és Governance szavakból összeálló – keretrendszer, amely lehetővé teszi, hogy a működési tulajdonságokat lefordítsuk a számok nyelvére. A minősítés során a három területhez fűződő kockázatokat, valamint a vállalat kockázatkezelési intézkedéseit elemzik.

Az ESG értékelés 2020. évben jelent meg Magyarországon és gyökeresen átformálta az üzleti világot. Egyre több vállalat számára elvárás az, hogy jelentsen a fenntarthatósági tevékenységéről, illetve az ESG azaz a környezeti, társadalmi és gazdasági tevékenységéről. A fogyasztók és befektetők is egyre fontosabbnak tartják a fenntarthatóságot és hajlandók befektetni olyan pénzügyintézetekbe, amelyek elkötelezettek a fenntartható pénzügyek iránt.

Mestyán Franciska

Fenntartható finanszírozás és fejlesztés: átállás a fenntartható finanszírozási modellekre

A klímaváltozás mérséklését a gazdasági élet szereplői nagymértékben befolyásolni tudják a megfelelő intézkedésekkel, például a befektetők hatással lehetnek azokra a vállalatokra, amelyekbe befektetnek. A pénzügy és a fenntarthatóság egymást erősítő és jövőbe tekintő területek.

A fenntartható finanszírozás a finanszírozási kérések és a gazdasági, társadalmi és környezeti kérdések összefüggéseit vizsgálja. Kiemelt szerepet kapnak ebben a zöld kötvények, amelyekből származó bevételt zöld beruházásokra kell fordítani, mint például megújuló energia termelése vagy az energiahatékonyság növelése.

Ökológia lábnyom

Témaválasztásunkban az egyik egyetemi tárgyunk adta a motívációt. A zöld marketing témakörén belül többször is szóba került a vízszennyezés, mint globális probléma.

Kutatómunkánk elején a vízszennyezést próbáljuk definiálni. Ezt követően a vízszennyezés okait fejtjük ki, mint az ipari tevékenység, erdőirtás, olajszennyezés. A következményekkel is foglalkozunk, melyek közül a legsúlyosabb az egészségromlás és az ökoszisztémák pusztulása. Ezeket követően a jelenlegi vízszennyezés mértékét próbáljuk felmérni világszinten, és kiemeljük a jelenlegi legveszélyeztetettebb országokat, mint Kína és India, valamint a hazai helyzetre is kitérünk. Végül a vízszennyezés mértékének csökkentésével foglalkozunk, illetve, hogy magánemberként mit tudunk tenni. A vegyi anyagok kerülésére, környezetbarát műtrágyák vásárlására és a háztartási maradékok megfelelő kezelésére motiváljuk a hallgatóságot.

Novák Noel

Személygépjármű akkumulátorok gyártásának előnyei és hátrányai környezetvédelmi szempontból

Az előadás középpontjában az akkumulátorokkal kapcsolatos fejlemények és kihívások állnak. Először bemutatom az akkumulátorok jelentőségét a mindennapi életünkben. Kiemelem az elektromos járművek terjedésével egyre nagyobb figyelmet kapó akkumulátorok fejlődését és hatékonyságuk növekedését, illetve a környezetre gyakorolt hatásukat.

Ezt követően az akkumulátorgyárak előnyeit és hátrányait mutatom be röviden Magyarországon, majd beszélek a lítium-ion akkumulátorokról, amelyek jelenleg a legelterjedtebbek, kitérve a töltési időre, az energiasűrűsége és élettartamára vonatkozó kihívásokra.

Gazdaságosság és fenntarthatóság a körforgásos gazdaságban

Az előadás bemutatja a körforgásos gazdaság alapmodelljét, hogy hogyan kerülhetjük el a hulladék keletkezését, illetve hogyan kerülhetjük el azt, hogy a megtermelt termékeket a szemétkukába dobjuk végfelhasználás után, kitérve a megvalósítás módszereire is (pl. termékfejlesztés újragondolása). Mindemellett arra is kitér, hogy mik a kritériumai annak, hogy a gyakorlatban is megvalósulhasson a fenntartható gazdaság.

Az előadás rámutat a körforgásos gazdaság két legfontosabb tényezőjére, amely gyakorlatban is megvalósíthatóvá teszi a koncepciót: egyrészt gazdaságos, mert alacsonyabb költségekkel jár, mint az új termékek vagy alapanyagok ipari előállítása, másrészt fenntarthatóbb mint a jelenlegi lineáris gazdaság, hiszen minimális természeti erőforrás igénybevételét jelenti.

Az előadás részletesen bemutatja egy példán keresztül, hogy ez a két tényező miként teheti érdekeltté a vállalkozásokat arra, hogy áttérjenek a körforgásos gazdaság modelljére.

Sebők Máttyás – Varga Regina

Új technológiás házak és kiszolgáló egységeik a zöld jövőért

Az új építésű házak és azok kiszolgáló egységei számos lehetőséget kínálnak a környezetvédelem szempontjából. Az új építésű házakkal kapcsolatban felmerülő környezetvédelmi megoldásokat több szempontból lehet megközelíteni: energiahatékonyságra, megújuló energiaforrásokra, vízhasználatra, hulladékkezelésre, a zöldterületekre és az egyéb környezeti szempontokra is lehet gondolni ezen téma kapcsán. Az ilyen típusú épületek mind környezetbarát megoldásaik miatt, mind energiatakarékosság szempontjából is költséghatékonyabbak.

Építkezés során számos „eco-friendly” megoldással találkozhatunk, mint például az FSC-minősített fa, a magas hatásfokú üvegezés, a szigetelőanyagok használata, illetve az öko barát burkolóanyagok. Természetesen egy környezetbarát épület nem csak a környezetünket védi:

például az energiatakarékosság miatt alacsonyabb költségekkel lehet számolni, az ingatlan értéke nagyobb, továbbá az ilyen típusú házak csökkentik az allergiás és a felső légúti betegségek kockázatát is, és összességében jobb életminőséget biztosítanak.

Szilas Balázs

Az éltető levegő

Előadásom legfőbb témája a légszennyezés és annak káros hatásai. Az előadás elején néhány adatot mondok el a levegő összetételéről, kémiai tulajdonságairól, majd rátérek magára a légszennyezés problémájára. Először beszélek a szennyezőanyagokról, amelyek a legártalmasabbak a környezetre, ezek forrásairól. Ezután konkrét következményeket mutatok be, melyek a légszennyezés okán alakultak ki. Ezt követően szót ejtek az emberi szervezetre gyakorolt egészségügyi hatásokról, illetve az emiatt kialakult betegségekről, kockázati tényezőkről, majd néhány statisztikát mutatok be a légszennyezés témakörében (szállópor határértékek túllépése, légszennyezés miatti elhalálozások száma). Az előadás végén kitérek azokra a tényezőkre, melyekkel a hétköznapi ember csökkenteni tudja a légszennyezést.

KÉPEK A HALLGATÓI ELŐADÁSOKRÓL



TANULMÁNYÚT

A pályázat vállalásai között szerepelt egy tanulmányút megszervezése is, amelyen a zöld gondolkodás gazdálkodó szervezetekre gyakorolt hatását ismerjük meg. A tanulmányútra 2023.05.17-én került sor: Szombathely Megyei Jogú Város zöld törekvéseit ismerhettük meg, illetve a bükfürdői Greenfield Hotel zöld megoldásairól kaptunk tájékoztatást.

SZOMBATHELY MEGYEI JOGÚ VÁROS ÖNKORMÁNYZATA

A város jelenleg is működő zöld megoldásait, illetve zöld törekvéseit **Németh Ákos** Szombathely város fenntartható fejlődéssel és klímapolitikáért felelős tanácsnoka mutatta be.

Szombathely város Vas megye székhelye, lakosainak száma körülbelül 78.000, területe 97km².

Az előadás bemutatta a Zöld Hullám projektet, kitért a zöld fejlesztésekre és a zöld területek védelmére, az energiahatékonyságra, a vízgazdálkodásra, a fenntartható közlekedésre és a körforgásos gazdaságra.

A zöld fejlesztések keretében szó esett a városban zajló és tervezett faültetési programokról, a favédelmi intézkedésekről, a vadvirágos rétekről (amelyek a város belterületén a biodiverzitás szempontjából relevánsak), valamint a most is folyó, Horizon 2020 keretében zajló JUSTNature projektről.

Az energetikai fejlesztések esetében kiemelte a LED izzók cseréjének programját, amely a lakosság energiamegtakarítását segíti elő, a különböző épületenergetikai korszerűsítéseket, illetve a város több intézményben működő Panda Energetikai Monitorozó Rendszert, amellyel az intézmények energiafelhasználása vizsgálható és optimalizálható.

A vízgazdálkodás kapcsán előkerült a közelmúltban megtartott LIFE-MICACC konferencia, illetve a csapadékelvezető rendszer

állapotfelmérése, illetve a klímaváltozás hatására megváltozott csapadék-eloszlás kapcsán a csapadékelvezetés átgondolásának szükségessége.

A fenntartható közlekedés kontextusában az egyéni és a tömegközlekedés zöldítése is fontos tényező. Az egyéni közlekedés zöldítését a kerékpárút-hálózat optimalizálásával lehetne elérni, de a közelmúltban bevezetett Lime elektromos roller rendszer is az egyéni közlekedést teszi zöldebbé. Szintén az egyéni közlekedéshez kapcsolódik az autózás kérdése: a parkolási rendszer átalakítása is a fenntarthatóság irányába mozdítják el a város közlekedését. A tömegközlekedés kapcsán a Blaguss által üzemeltetett helyi buszjáratokkal kapcsolatos tapasztalatokba tekinthettünk be.

A körforgásos gazdaság komplex kérdése a városban a hulladékok újrahasznosításával, illetve szakszerű gyűjtésével függ össze. Az egyik legújabb, és a lakosság körében is pozitív visszhangot kiváltott kezdeményezés a SZOVA Újrahasználati Központja, ahova a helyi lakosok a jó állapotban lévő, de már nem használt használati tárgyaikat (pl. könyvek, bútorok, lakberendezési tárgyak) adhatják le, és ahol ezek a leadott tárgyak meg is vásárolhatóak. Így elérhető, hogy a kidobásra ítélt, de mások számára értéket jelentő tárgyak továbbra is betöltsék funkciójukat. A hulladékok szakszerű begyűjtése számos kihívást rejt magában, azonban az elmúlt években elkezdett városi projektek mindenki számára könnyebbé teszik a szakszerű hulladékgyűjtést. A cél a jó megoldásokkal és újszerű projektekkel – és a szabályozásokkal – az illegális hulladéklerakás visszaszorítása.

Az előadás során érdekes volt látni a hallgatóság számára a „másik oldalt” – az előadás ugyanis rávilágította arra, hogy a zöld fejlesztések szempontjából nem egyéni igényeket és érdekeket kell figyelembe venni, hanem a többség igényeit. Ahogy a tanácsnok viccesen megfogalmazta, a fákkal a városban alapvetően négy probléma van: hogy van fa, hogy nincs fa, hogy ültetnek fákat és hogy nem ültetnek fákat. A lakossági – néha egymásnak ellentmondó – igények mellett a fák esetében például meg kell felelni a jogszabályoknak, szem előtt kell tartani városrendezési elveket, illetve egyéb szakmai szempontokat is.

A hallgatóság így a példákon keresztül beelátott a zöld intézkedések előkészítésének kihívásaiba, folyamataiba, illetve az intézkedések hatásait is megismerhették a már lezárt projektek esetében.

GREENFIELD HOTEL GOLF & SPA – BÜK/BÜKFÜRDŐ

A hotelt, valamint a hotelben alkalmazott zöld megoldásokat **Klára Ágnes** igazgató mutatta be.

A hotel a Bükfürdő Termál és Gyógyfürdőről híres Bükfürdőn helyezkedik el. A 207 szobás wellnesshotelben számos szolgáltatást, illetve kezelést vehetnek igénybe a kikapcsolódni vágyó vendégek; a hotel fő vonzerejét azonban a 18-lyukú nemzetközi golfpályája adja.

A hotel bemutatása a golfpályával kezdődött: golfautókkal bejártuk a pálya nagy részét. A 100 hektáros zöld területen hét tó mellett több ezer fa is található, illetve számos madárfaj megfigyelhető. A gyönyörű környezetben amellet, hogy kitértek a golfpályával mint vonzerővel összefüggő fenntarthatósági kérdésekre – például a hatalmas terület víz-igényére –, betekintést kaphattunk a golfsport rejtelmeibe is. A pálya öntözéséhez a közeli Répce patakból nyernek vizet, illetve a pályán található tavak vizét is használják öntözővízként. Megtudtuk, hogy a pálya – bármennyire is zöld és sétára csábít – csak megfelelő keretek között, szervezeten látogatható a nem golfozó vendégek számára, ugyanis a pályán nagyon könnyen sérülést szenvedhetnének a sétálók. A vállalkozó kedvű hallgatóknak lehetősége nyílt egy kicsit a sportot is kipróbálni.

Ebéd közben nem csak a hotel működésének mindennapjaiba kaptunk betekintést, hanem az ágazat kihívásaival is szembesültünk. Így megtudtuk, hogy az elmúlt 3 év az ágazatban a folyamatos újratervezés, illetve tervezhetetlenség jegyében zajlott: először a koronavírus-járvány, és az aktuális hazai és külföldi szabályozások jelentettek kihívást, majd a háború, illetve az árak – többek között az energiarárak – növekedése éreztette hatását. Emellett hangsúlyosan és egyre nagyobb mértékben jelen van a régióban a munkaerőhiány, ezért a hotel külföldi vendégmunkásokat is kénytelen alkalmazni.

Ebéd után a hotel zöld megoldásaiba kaptunk betekintést több helyszínen.

Megtudtuk, hogy a hotel felhívja vendégei figyelmét arra, hogy fontos a természet és a természetközelség. Ezért szerveznek a golfpályán is túrákat – Húsvétkor például fáklyás túrát tartottak a golfpályán, amely a vendégek körében nagyon népszerű volt. A zöld gondolkodás jegyében a Madarak és fák napján a hotelben zuzmókép készítő workshopot tartottak; amelyet a nagy érdeklődésre való tekintettel több alkalommal is meg kellett ismételni.

A mindennapi működés során is ügyelnek és törekednek – a lehetőségekhez mérten – a zöld megoldásokra.

Az étkezések során igyekeznek a lehető legkevesebb egyszerű használatos, illetve olyan kiegészítővel dolgozni, amely feleslegesen termel a tisztítás során szennyvizet, illetve hulladékot – így abrosz helyett tányér-alátétet használnak. A snack bárban a szabályozásoknak megfelelően csak újrahasznosítható poharakat, evőeszközöket és dobozokat használnak.

A hotelben a konyha működése és a takarítás során nagyon sok tisztítószerrel használnak, hiszen a vonatkozó szabályoknak a működés során meg kell felelni. A folyamat során keletkező hulladékot – például tisztítószer tárolására használt csomagolások – megbízott partnerek szállítják el és kezelik, illetve semmisítik meg szakszerűen.

A wellness-részleg működéséhez sok textília szükséges (pl. törölközők, fürdőlepedők), amelyek tisztítása sok vegyszert igényel. A zöld gondolkodás jegyében azonban próbálják a vendégeket arra ösztönözni, hogy a részlegben törölközőiket és fürdőlepedőiket ne csak egyszer, hanem többször is használják.

A termal & spa privát szaunavilágban olyan attrakciók és szolgáltatások üzemelnek, amelyek energiaigényesek és ezért egyelőre kevésbé környezetbarátak. Az infrasauna esetében például jelenleg nem optimális, hogy a szaunát már használat előtt elkezdik fűteni és egész nap fűtik. Most szeretnék tesztelni, majd bevezetni azt a már létező technológiát, amely érzékelők segítségével csak akkor fűti az infrasaunát, amikor abban vendég tartózkodik.

Ezen szolgáltatások akkor lesznek sokkal zöldebbek, ha a jelenleg is tervezett, illetve már folyamatban lévő fejlesztések befejeződnek: a hotel a jövőben szeretné például a szükséges hőt faaprítékból előállítani, illetve napkollektorok tervezése is folyamatban van. A szélenergia sajnos nem hasznosítható, ugyanis a hotel a madarak vonulási útvonalában fekszik, így szélerőművek nem telepíthetőek. A megújuló energia hosszú távon azért is fontos, mivel a hotelnek több elektromos autó töltő állomása van; illetve az elektromos hajtású golfautókat is tölteni kell.

A két gyógyvizet medence miatt a hotelnek saját fűtő kútja van, amelyből 42-43 fokos vizet nyernek. Ez a melegvíz fürdésre a hófoka miatt nem alkalmas: a vízzel ezért először a fűtésre segítenek rá, majd a már így lehűlt vizet használják a medencében.

A hotel számos rendezvénynek, konferenciának is helyszíne. A konferenciatermekben energiatakarékos eszközök vannak, a

kávészünetekben egészséges ételeket szolgálnak fel, illetve újratölthető automatákat használnak, így ezáltal is kevesebb hulladék keletkezik.

Kérdésként merült fel a helyi termékek beszerzése és a helyi beszállítókkal való együttműködés. A szálloda a helyi beszállítóktól is vásárol termékeket, például sajtokat – reggelinél szolgálják fel –, a vacsoránál pedig helyi gazdák termékeiből összeállított paraszttálat – disznósajt, kolbász, sonka – kínálnak a vendégeknek. Helyi gyártó a Pócza Natur Products akiktől homoktövis, céklalét, almalét szereznek be bagin-boxos kiszerezésben. Ezen kívül szörpöt, mézet és tojást is vásárolnak helyi termelőktől.

Probléma azonban, hogy a kis termelők nem tudják folyamatosan azt a minőséget és mennyiséget biztosítani, amelyre egy ekkora méretű szállodának szüksége lenne. Ez az oka, hogy a hotel nem tud csak helyi beszállítókkal működni.

Regionális és helyi termékek kapcsán az is felmerült, hogy ezek a megnevezések nem egységesek, így mást értünk helyi terméknek bor – hiszen ott a viszonylag távoli somlói vagy pannonhalmi bor is helyiként értelmezhető –, és mást értünk rajta például sajt vagy tojás esetében. Az is felmerült, hogy a régiós termékekben gondolkodás nem kellene, hogy országhatárhoz kötött legyen, hiszen a 15 km-ről, az ausztriai Burgenlandból beszerzett termékek is a régióhoz köthetőek; akkor is, ha azok nem magyar termékek. Azt is megtudtuk, hogy a helyi termékek kínálatának azok viszonylag magas ára sem kedvez.

Mindkét szervezet meglátogatása rámutatott arra, hogy a zöld gondolkodás jelen van, és a zöld gondolkodásra a meglátogatott helyszínek törekszenek. Ugyanakkor azzal is szembesülnünk kellett, hogy nem minden problémára és működési feladatra létezik jó zöld megoldás; illetve a zöld megoldások bevezetése nem csak akarati kérdése: azok hasznát a célcsoport számára kommunikálni is szükséges.

A beszélgetések során sok olyan háttérinformációt is kaptunk és olyan ok-okozati összefüggéseket ismertünk meg, amelyet csak azok a szakemberek ismernek, akik a zöld átállást vezetőként élnek meg, és a szervezet optimális mindennapi működését úgy próbálják alakítani, hogy az a lehetőségekhez képest a lehető legkisebb környezeti terheléssel járjon.

Ez úton is köszönjük mindkét helyszínnek a szíves fogadtatást és a lehetőséget, hogy betekintést nyerjünk a közelmúlt, a jelen és a jövő kihívásaiba és megoldásaiba.

KÉPEK A TANULMÁNYÚTRÓL



A PROJEKT TÁRGYIASULT EREDMÉNYEI

TANULMÁNYKÖTET

A projektben egy tanulmánykötet elkészítését vállaltuk: „A projekt témájához kapcsolódóan tervezzük egy legalább 150 oldalas, legalább 7 tanulmányt tartalmazó, illetve a projekt eredményeit bemutató kötet kiadását. A kötet tervezett munkacíme: Zöld gondolkodás a marketing kontextusában.

A kötet tanulmányainak szerzői szakértők, és a fenntartható, illetve zöld gazdaság és marketing aktuális, kiválasztott aspektusait járják körül, legalább hét tanulmányban, legalább 100 oldal terjedelemben. A kötet másik része – legalább 50 oldal terjedelemben – a projektet, illetve annak eredményeit mutatja be: egyrészt a projekt során szerzett oktatói és hallgatói tapasztalatokat, másrészt a hallgatói tevékenységek azon produktumait, amelyek könyv formába illeszthetőek (pl. plakátok).

A vállalást túlteljesítettük: 2023. nyarán jelenik meg a projekthez kapcsolódó kötet a Savaria University Press gondozásában:

Kovács László – Szőke Viktória (szerk.) 2023. *A zöld üzleti gondolkodás és a zöld marketing lehetőségei és kihívásai*. Szombathely: Savaria University Press.

A 356 oldalas kötet 21 tanulmányt tartalmaz többek között a Budapesti Corvinus Egyetem, a Budapesti Gazdasági Egyetem, a Budapesti Metropolitan Egyetem, az Eötvös Loránd Tudományegyetem, a Moholy-Nagy Művészeti Egyetem, a Nemzeti Közszerződési Egyetem, Pannon Egyetem és a Selye János Egyetem (Komárno) oktatóitól és kutatóitól. A tanulmányok közül több jelenleg is doktori tanulmányokat folytató doktorandusz, illetve a közelmúltban közgazdaságtudományi szakokon végzett hallgató tanulmánya.

A kötet tanulmányai a zöld üzleti gondolkodás és a zöld marketing kontextusait mutatják be: a gazdaság és a marketing tágabb területén, a fogyasztó magatartás és a turizmus szűkebb összefüggéseiben.

PROJEKTBE-MUTATÓ KÖTET

A korábban a fenti tanulmánykötet részeként tervezett projektbe-mutató fejezetet végül külön kötetként jelentetjük meg, elektronikus formában (jelen kötet). Ennek oka, hogy a két kötet műfaja nagyon eltér egymástól: míg az előbbi egy kifejezetten tudományos eredményeket bemutató és taglaló kötet, addig jelen kötet nem tartalmaz új tudományos eredményeket: a projekt körülményeit és megvalósulását mutatja be.

RÖVIDFILM

A projekttel kapcsolatban egy rövidfilm is született, amely életképekkel mutatja be a projekt főbb eseményeit. A rövidfilmben – a részben online lét miatt – kisebb szerepet kapnak maguk a megtartott órák, és hangsúlyosabbak azok az események, amelyek személyes jelenléttel zajlottak.

A cél a rövidfilmmel, hogy a hallgatók egy általuk ismert és művelt műfajon – rövid, közösségi média videói – túlmenően a korábban kreatív, önmegvalósítás céljára használt műfaji ismereteiket egy új kontextusban, kötött keretben hasznosítsák. Ezzel egyrészt kreativitásukat fejlesztjük, másrészt be szeretnénk mutatni a résztvevőknek, hogyan adaptálható az oktatási rendszeren kívül megszerzett tudás egy új helyzetre.

Mind a kötetek, mind a film az alábbi linken érhetőek el:

<https://sek.elte.hu/kozgazdint/ukmt/palyazatok/green-marketing-projekt/dokumentumok>

HALLGATÓI MUNKÁK PRODUKTUMOK

A projekt során a hallgatóktól az alábbi tevékenységeket vártuk el:

- 1.) Kiválasztott célcsoport számára a fenntartható fogyasztással kapcsolatos érzékenyítő anyaga megtervezése (pl. kis füzet, plakát-sorozat, videó).
- 2.) Kiválasztott célcsoport számára a fenntarthatósággal kapcsolatos, illetve a fenntartható fogyasztásra felhívó játékok (online, offline) tervezése pl. társasjáték, komplex online kvíz.
- 3.) Egy helyi termék (zöld) marketing-kommunikációjának megtervezése.

Az alábbiakban az elkészült anyagokból emeljük ki kategóriánként a legjobbakat.

KÉPEK AZ ÉRZÉKENYÍTŐ ANYAGOKRÓL



KÉPEK A TÁRSASJÁTÉKOKRÓL



KÉPEK FIKTÍV HELYI TERMÉKEK PLAKÁTJAIRÓL



BUCSUI PARASZTKENYÉR

VAS MEGYE
LEGFRISSEBB KENYERE

teljes kiőrlésű
bio búza

lágys
tészta

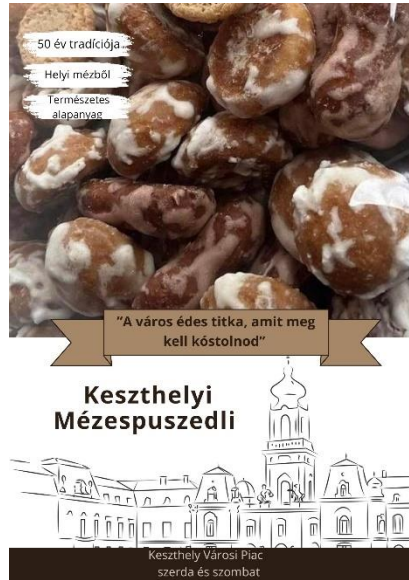
puha és omlás
peksüteményét

BUCSU
BÉCSI ÚT 45.

A RÉGIÓ LEGJOBB KENYERÉT
BUCSUBAN TALÁLOD!
HÁZIAS ÍZEK
HELYI ALAPANYAGOKBÓL
MEGFIZETHETŐ ÁRON!

f i t v e

+36 94 555 572 bucsuikenyer@gmail.com



50 év tradíciója

Helyi mézből

Természetes
alapanyag

"A város édes titka, amit meg
kell kóstolnod"

**Keszthelyi
Mézpuszedli**

Keszthely Városi Piac
szerda és szombat



Lelkes Méhészet

Lelkes méhek - édes mézek

virágméz, akácméz, gesztenye és vegyes
mézek széles választéka!

Természetes édes ízek a méhek
munkájából!

Z/VI MEGYEI PIAC

AZ *MARKETING GOING GREEN* PROJEKT PROJEKTSZERVEZŐI SZEMMEL

KOVÁCS LÁSZLÓ

Az alábbiakban részben reflexióként, részben tanulságként összefoglaljuk a projekt főbb kihívásait.

A projekt tervezése során alapoztunk arra, hogy a koronavírus-járvány hatására a felsőoktatásban elfogadottak lettek az online és a hibrid megoldások: konferenciák és megbeszélések gyakran kerülnek részben vagy egészben online térbe. Ugyanígy egyetemi órák esetében is nagy gyakorlat van már – mind az oktatók, mind a hallgatók oldaláról – online órák menedzselésében.

Figyelembe véve ezt a változást, illetve a felkérni kívánt előadókat, az előadások esetében a hibrid megoldás mellett döntöttünk. Az órák egy része így jelenléti volt, egy része hibrid – a hallgatók az egyetemen hallgatták az órát, amelyre az előadó online csatkozott be –, egy része pedig online volt. Ezzel a megoldással tudtuk biztosítani, hogy olyan előadók is tartsanak előadást a projekt keretében, akik kizárólag offline órák esetében ezt nem tudták volna megtenni. Ezzel a megoldással tehát rugalmasan és költséghatékonyan tudtunk bekapcsolni a projektbe olyan előadókat, akik különben nem vállalták volna az előadást.

Az eredeti projekt terve nem tartalmazta a Föld hete programsorozatot. A projekt közben azonban úgy gondoltuk, mind a projektnek, mind a projekt által tárgyalt kihívásoknak és megoldásoknak célszerűbb a hallgatók körében szélesebb nyilvánosságot biztosítani. Ennek alapján született meg a Föld hete programsorozat ötlete: a fentebb részletezett programok egy része a projektbeli vállalások része volt (kerekasztal-beszélgetés, projektbemutató délután), más része azonban nem (kiállítás, tudományos és hallgatói konferencia).

Úgy gondoltuk, a projekteken nem résztvevő hallgatók sokkal intenzívebben szembesülnek a fenntarthatóság kérdéseivel, ha egy egész héten keresztül számos programot kínálunk fel számukra, mintha a

rendezvényeket elapróznánk a félév több hetére. Szintén fontosnak tartottuk, hogy lehetőség szerint a projektben nem résztvevő hallgatók maguk is aktívan vegyenek részt a rendezvényen, ezért biztosítottunk számukra lehetőséget előadások tartására. Ezzel a lehetőséggel sokan éltek is.

A rendezvénysorozat annyira sikeres volt és olyan jó visszhangot kapott, hogy terveink szerint azt jövőre megismételjük: további szereplőket is bevonva az eseménysorozatba.

A célt a projekt a hallgatók körében elérte: a projekt végén, kiválasztott hallgatókkal való informális beszélgetés során elmondták, hogy nagyon éveztek az előadásokat és a tevékenységeket, és hogy a hallgatott előadások hatására a fenntarthatósággal kapcsolatos gondolkodásuk alapjaiban változott meg: mindennapi fogyasztói döntéseik során is egyre nagyobb szerepet kapnak a fenntarthatósági szempontok. Szintén elmondták, hogy a jövőbeli munkahelyükön azon lesznek, hogy a lehetőségeikhez mérten fenntarthatóságra ösztönözzék munkaadójukat, illetve leendő munkatársaikat. Részben a projekt hatására többen fenntarthatóság témakörében fogják szakdolgozatukat elkészíteni.

Egészében elmondhatjuk, hogy a projekt a kitűzött célokat messzesemenően elérte: a projektben részt vevő hallgatók a fenntarthatósággal és annak üzleti összefüggéseivel kapcsolatban olyan sokrétű, interdiszciplináris ismereteket kaptak, amelyeket máshogy nem tudtak volna megszerezni. Attitűdjük változása azt is előrevetíti, hogy a projekt hatása hosszú távon is érvényesülni fog: az itt elsajátított ismereteiket és tudásukat munkavállalóként, illetve vezetőként jövőendő munkahelyeiken is kamatoztatni tudják.

MELLÉKLET

A PROJEKTBEN RÉSZT VEVŐ HALLGATÓK NÉVSORA

Csire László Imre – gazdálkodási és menedzsment BSc
Gál Elizabet Katalin – kereskedelem és marketing BSc
Goda Barnabás – kereskedelem és marketing BSc
Király Áron – gazdálkodási és menedzsment BSc
Kurcz Kíra – kereskedelem és marketing BSc
Nagy Ákos – kereskedelem és marketing BSc
Németh Nikolett – kereskedelem és marketing BSc
Németh Szonja – kereskedelem és marketing BSc
Novák Noel – gazdálkodási és menedzsment BSc
Osztrosits Ákos – kereskedelem és marketing BSc
Papp Marcell Attila – kereskedelem és marketing BSc
Péter Dóra – kereskedelem és marketing BSc
Ritóper Ramón – kereskedelem és marketing BSc
Séllei Csaba – gazdálkodási és menedzsment BSc
Szabó Virág – gazdálkodási és menedzsment BSc
Szatmáry Norbert – kereskedelem és marketing BSc
Takács Bálint Róbert – gazdálkodási és menedzsment BSc
Varga Szimonetta – kereskedelem és marketing BSc
Veiczner Ildikó – kereskedelem és marketing BSc

A FÖLD HETE PROGRAMSOROZAT MEGHÍVÓI



ELTE | TáTK
TÁRSADALOMTUDOMÁNYI KAR

Az Eötvös Loránd Tudományegyetem
Társadalomtudományi Kar Közgazdaságtudományi
Intézet Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszéke
tisztelettel meghívja Önt

a Föld hete alkalmából a

FENNTARTHATÓSÁG ÉS JÖVŐ című konferenciára.

IDŐPONT

2023. ÁPRILIS 24.
8:50 – 11:50

HELYSZÍN

Eötvös Loránd Tudományegyetem
9700 Szombathely, Károlyi Gáspár tér 4.
C épület, Forrásközpont konferenciaterme (földszint)

A konferencia a *Marketing going green. A fenntarthatóság kontextusai és a fenntarthatósággal összefüggő szemléletformálás lehetőségei a zöld marketing kontextusában* című NTP-INNOV-22-0036 pályázat keretében valósul meg.



KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS
MINISZTERIUM

A projekt a
Nemzeti Tehetség Program
által támogatott, NTP-INNOV-
22-0036
pályázat keretében valósult
meg.



Nemzeti
Tehetség Program

PROGRAM

MEGNYITÓ

8:50 – 9:00

Lenkai Nóra
Kovács László

ELŐADÁSOK

I. szekció

Szekcióvezető: Kovács László

- 9:00 – 9:20 Bakó Béla: *Valahol Európában. A vén kontinens fiatalságának jövője*
- 9:20 – 9:40 Horváth Zoltán: *Fenntarthatósági törekvések Szombathelyen*
- 9:40 – 10:00 Kovács László: *Green marketing - kontextusok, lehetőségek, kihívások*
- 10:00 – 10:20 Szőke Viktória: *Globális problémák – a jövő kihívásai*

SZÜNET

10:20 – 10:30

II. SZEKCIÓ (ONLINE ELŐADÁSOK)

Szekcióvezető: Szőke Viktória

- 10:30 – 10:50 Dávid Lóránt Dénes – Remenyik Bulcsú: *Tavaink és folyóvizeink szerepe a turizmusban*
- 10:50 – 11:10 Adami Zsanett: *A környezettudatosság megjelenése a Z generációs gyerekek és szülei családi kommunikációjában Magyarországon*
- 11:10 – 11:30 Kudron Anna: *A színek jövője - kommunikálható és valódi fenntarthatóság?*
- 11:30 – 11:50 Till Anilla: *Az erőszakmentes környezeti kommunikáció alkalmazása közösségi média kampányokban: Hogyan promotálják a globális non-profit környezetvédelmi szervezetek a környezetbarát viselkedésváltozást?*

Dr. habil. Kovács László
a konferencia
szervezőbizottságának elnöke

Szőke Viktória
a konferencia
szervezőbizottságának tagja



ELTE | TáTK
TÁRSADALOMTUDOMÁNYI KAR

Az Eötvös Loránd Tudományegyetem
Társadalomtudományi Kar Közgazdaságtudományi
Intézet Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszéke
tisztelettel meghívja Önt

a Föld hete alkalmából a

**FENNTARTHATÓSÁG ÉS JÖVŐ HALLGATÓI
SZEMMEL**
című konferenciára.

IDŐPONT

2023. ÁPRILIS 24.
12:30 – 17:10

HELYSZÍN

Eötvös Loránd Tudományegyetem
9700 Szombathely, Károlyi Gáspár tér 4.
C épület, Forrásközpont konferenciaterme (földszint)

A konferencia a *Marketing going green. A fenntarthatóság kontextusai és a fenntarthatósággal összefüggő szemléletformálás lehetőségei a zöld marketing kontextusában* című NTP-INNOV-22-0036 pályázat keretében valósul meg.



KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS
MINISZTERIUM

A projekt a
Nemzeti Tehetség Program
által támogatott, NTP-INNOV-
22-0036
pályázat keretében valósult
meg.



Nemzeti
Tehetség Program

PROGRAM

ELŐADÁSOK

I. szekció

Szekcióvezető: Kovács László

12:30 – 12:45	Király Áron – Nagy Ákos: <i>A mi felelősségünk. A mi jövőnk</i>
12:45 – 13:00	Németh Nikolett – Szabó Virág: <i>Ökológia lábnyom</i>
13:00 – 13:15	Penk Ádám: <i>Gazdaságosság és fenntarthatóság a körforgásos gazdaságban</i>
13:15 – 13:30	Ács Viktória – Losonczi Luna: <i>Az erdő és élővilágának tisztítása</i>
13:30 – 13:45	Kovács Réka – Tiborc Patrik: <i>Lélegzetünk termelői</i>
13:45 – 14:00	Szilás Balázs: <i>Az éltető levegő</i>

SZÜNET

14:00 – 14:10

II. SEKCIÓ

Szekcióvezető: Székely Klára

14:10 – 14:25	Fejes Laura – Papp Dominik: <i>Túlfogyasztás hatásai a Földre</i>
14:25 – 14:40	Gecse Annabella – Kovács-Dominek Cintia: <i>Csomagolásmentes élelmiszervásárlás előnyei</i>
14:40 – 14:55	Hekfusz Réka – Lendvai Szabina: <i>Használt ruháké a jövő</i>
14:55 – 15:10	Sebők Máttyás – Varga Regina: <i>Új technológiás házak és kiszolgáló egységeik a zöld jövőért</i>
15:10 – 15:25	Lékai Csongor – Retkes Bálint: <i>Napelemek és a rezsimentes lakhatás</i>
15:25 – 15:40	Kovács Roland – Varga Viktória: <i>Komposztálás – Falusi szokás városban</i>

SZÜNET

15:40 – 15:50

III. SEKCIÓ

Szekcióvezető: Szóke Viktória

- 15:50 – 16:05 Csire László – Papp Marcell: *Az elektromos autópár kihívásai és lehetőségei*
- 16:05 – 16:20 Novák Noel: *Személygépjármű akkumulátorok gyártásának előnyei és hátrányai környezetvédelmi szempontból*
- 16:20 – 16:35 Horváth Bendegúz – Szalmás Zoltán: *Digitális aranybányászat hátulütői*
- 16:35 – 16:50 Magyar Veronika: *Fenntarthatóság a pénzügyekben*
- 16:50 – 17:05 Mestyán Franciska: *Fenntartható finanszírozás és fejlesztés: átállás a fenntartható finanszírozási modellekre*

ZÁRSZÓ

17:05 – 17:10

Dr. habil. Kovács László
a konferencia
szervezőbizottságának elnöke

Szóke Viktória
a konferencia
szervezőbizottságának tagja



ZÖLDÜLŐ (?) GAZDASÁG KEREKASZTAL-BESZÉLGETÉS

Marketing going green.

A fenntarthatóság kontextusai és a fenntarthatósággal összefüggő szemléletformálás lehetőségei a zöld marketing kontextusában

IDŐPONT 2023. 04. 25. kedd 10:00 – 12:00 h

RÉSZTVEVŐK

Balogh Károly (Vas Megyei Kereskedelmi és Iparkamara)
Horváth Zoltán (Agora Savaria Kulturális és Médiaközpont Nonprofit Kft.)
Klára Ágnes (Greenfield Hotel Golf & Spa – Bük)
Németh Ákos (Szombathely Megyei Jogú Város Önkormányzata)

HELYSZÍN Eötvös Loránd Tudományegyetem
9700 Szombathely, Károlyi Gáspár tér 4.
C épület, Forrásközpont konferenciaterme (földszint)

MODERÁTOR Székely Klára, egyetemi adjunktus
ELTE TáTK Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszék

SZERVEZŐ Dr. habil. Kovács László, tanszékvezető egyetemi docens
ELTE TáTK Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszék



KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS
MINISZTERIUM

A projekt a
Nemzeti Tehetség Program
által támogatott. NTP-INNOV-
22-0036
pályázat keretében valósult
meg.



Nemzeti
Tehetség Program



JÁTSSZUNK ZÖLDET! PROJEKTBE MUTATÓ

Marketing going green.

A fenntarthatóság kontextusai és a fenntarthatósággal összefüggő szemléletformálás lehetőségei a zöld marketing kontextusában

IDŐPONT	2023. 04. 25. kedd	13:00 – 15:30 h
RÉSZTVEVŐK	projektben résztvevő hallgatók	
HELYSZÍN	Eötvös Loránd Tudományegyetem 9700 Szombathely, Károlyi Gáspár tér 4. C épület, Forrásközpont konferenciaterme (földszint)	
MODERÁTOR	Dr. habil. Kovács László, tanszékvezető egyetemi docens ELTE TáTK Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszék	
SZERVEZŐ	Dr. habil. Kovács László, tanszékvezető egyetemi docens ELTE TáTK Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszék	



KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS
MINISZTERIUM

A projekt a
Nemzeti Tehetség Program
által támogatott, NTP-INNOV-
22-0036
pályázat keretében valósult
meg.



Nemzeti
Tehetség Program

2022-ben az Eötvös Loránd Tudományegyetem Társadalomtudományi Karának Üzleti Kommunikáció és Marketing Tanszéke sikeresen pályázott az Emberi Erőforrás Támogatáskezelő által a Nemzeti Tehetség Program keretében kiírt innovációs pályázatra. A nyertes pályázat címe:

Marketing going green

A fenntarthatóság kontextusai és a fenntarthatósággal összefüggő szemléletformálás lehetőségei a zöld marketing kontextusában

Jelen kötet a projekt eredményeit és tanulságait mutatja be és foglalja össze, leírva a projekt eseményeit és résztvevőit, megfogalmazva a tanulságokat és prezentálva a hallgatók által a projekt eredményeként elkészített feladatokat. A kötet tehát egy összegzés: amellett, hogy bemutatjuk a projekt körülményeit, a projekt során végzett tevékenységeket és azok eredményeit, reflektál is a projekt tevékenységeire.