

# TARTALOM

▪ Bevezetés	9
1. FEJEZET / KÖRNYEZETGAZDASÁGTAN ÉS -MENEDZSMENT <i>Kósi Kálmán</i>	
▪ 1.1 Integrált menedzsment	11
1.1.1 A PDCA 10 lépése és az ajánlott módszerek	13
1.1.2 A menedzsment feladatai a környezetvédelem területén	15
▪ 1.2 A vállalati (szervezeti) környezetmenedzsment fő területei	25
▪ 1.3 Ellenőrző kérdések	29
2. FEJEZET / AZ ANYAGÁRAM-ELEMZÉS <i>Herczeg Márton (2.1) – Kósi Kálmán (2.2)</i>	
▪ 2.1 Az anyagáram-elemzés tartalma, szintjei	31
2.1.1 Teljes gazdasági anyagmérlegek (EW-MFA)	35
2.1.2 Gazdasági és környezeti számlák integrált rendszere (SEEA)	38
▪ 2.2 Az ipari ökológia	41
2.2.1 Az ipari ökológia fogalma, módszere	43
2.2.2 Egy megvalósult példa	45
▪ 2.3 Ellenőrző kérdések	46
3. FEJEZET / GAZDÁLKODÁS ÉS KÖRNYEZET: A KÖRNYEZETI TÉNYEZŐK AZONOSÍTÁSÁNAK JELENTŐSÉGE, SZEREPE A MENEDZSMENT TEVÉKENYSÉGÉBEN <i>Kósi Kálmán – Torma András (3.2.3–3.2.5)</i>	
▪ 3.1 A környezetvédelem integrálása a menedzsment tevékenységébe	49
▪ 3.2 A környezeti tényezők azonosítása	51
3.2.1 Folyamatszintű elemzés	52
3.2.2 Technológiai szintű elemzés	53
3.2.3 Termékszintű elemzés	54
3.2.4 Telephelyszintű elemzés	54
3.2.5 Kapcsolatok más területekkel, elemzésekkel	55
▪ 3.3 A környezeti tényezők azonosításának szempontrendszere	55
▪ 3.4 A környezeti tényezők és hatások a szervezeti döntésekben	61
▪ 3.5 Ellenőrző kérdések	66
4. FEJEZET / A KÖRNYEZETI AUDITÁLÁS <i>Kósi Kálmán – Torma András (4.2.4.2 vállalati példa)</i>	
▪ 4.1 A környezeti auditálás kialakulása, fejlődéstörténete	67
4.1.1 A környezeti auditálás fogalma, formái	68
▪ 4.2 Az eredményre irányuló auditálás módszerei	71
4.2.1 A Nemzetközi Kereskedelmi Kamara (ICC) auditálási ajánlása	72
4.2.2 Az Európai Újjáépítési és Fejlesztési Bank (EBRD) ajánlása	74

4.2.3 A környezetvédelmi felülvizsgálat a környezet védelmének általános szabályairól szóló 1995. évi LIII. törvényben	76
4.2.4 A környezeti hatások értékelésének módszerei	82
4.2.4.1 Az ABC–Pareto-elemzés	82
4.2.4.2 A mátrixelemzés	84
4.2.4.3 A SWOT-elemzés	89
■ 4.3 Ellenőrző kérdések	92
5. FEJEZET / A KÖRNYEZETI SZÁMVITEL HELYE, SZEREPE A GAZDÁLKODÁSBAN <i>Kósi Kálmán – Torma András (5.3.2 vállalati példa)</i>	
■ 5.1 A környezeti számvitel	94
■ 5.2 A környezeti kontrolling	100
5.2.1 Az információgyűjtés funkciója	100
5.2.2 Az elemzés funkciója	101
■ 5.3 Környezeti költségek a gazdálkodó szervezeteknél	106
5.3.1 A környezeti költségek csoportosítása	109
5.3.2 A közvetett (általános) költségek felosztása a költségviselők között	112
■ 5.4 Ellenőrző kérdések	114
6. FEJEZET / AZ ÉLETCIKLUS-ÉRTÉKELÉS <i>Kósi Kálmán – Baranyi Rita (6.3.1–6.3.2)</i>	
■ 6.1 Az életciklus-értékelés módszere	117
■ 6.2 Az életciklus-értékelésnek a vállalati menedzsmentben betöltött szerepe	119
■ 6.3 Az életciklus-értékelés felépítése, keretei	120
6.3.1 Az életciklus-értékelés szintjei, alkalmazási területek	126
6.3.2 Az életciklus-értékelés készítésének módszerei	127
■ 6.4 Ellenőrző kérdések	128
7. FEJEZET / A KÖRNYEZETMENEDZSMENT RENDSZEREK <i>Kósi Kálmán – Herczeg Márton (7.3.2)</i>	
■ 7.1 A környezetmenedzsment rendszerek kialakulása fejlődése	131
■ 7.2 A rendszerépítés feltételei	132
■ 7.3 Az EMAS-rendszer	133
7.3.1 Az önkormányzati szektor	139
7.3.2 Az EMAS II.	143
7.3.3 Az EMAS intézményrendszere	145
■ 7.4 Piaci önszabályozás és szabványok	149
7.4.1 A szabvány szerinti rendszer	150
7.4.1.1 Környezeti politika	152
7.4.1.2 Tervezés	153
■ 7.5 Ellenőrző kérdések	167
8. FEJEZET / A KÖRNYEZETI TELJESÍTMÉNY ÉRTÉKELÉSE <i>Kósi Kálmán – Herczeg Márton (8.1.1)</i>	
■ 8.1 A környezeti teljesítményértékelés tervezése	169
8.1.1 Menedzsmentmegfontolások	172
8.1.2 A környezeti indikátorok kiválasztása	173

▪ 8.2 Megfontolások a környezeti indikátorok kiválasztásában	175
8.2.1 Működési környezeti teljesítményindikátorok kiválasztása	176
8.2.2 A menedzsment környezeti teljesítményindikátorainak kiválasztása	177
8.2.3 A környezeti állapotindikátorok kiválasztása	177
▪ 8.3 A környezeti teljesítmény értékelésének folyamata	178
8.3.1 Adatgyűjtés	178
8.3.2 Adatelemzés	178
8.3.3 Információk értékelése	178
8.3.4 Jelentés és tájékoztatás	178
8.3.5 A környezeti teljesítmény értékelésének felülvizsgálata és javítása	179
▪ 8.4 Példák környezeti indikátorokra	179
8.4.1 A menedzsment környezeti teljesítményindikátorai	179
8.4.2 Működési környezeti teljesítményindikátorok	180
8.4.3 Környezeti állapotindikátorok	180
▪ 8.5 Ellenőrző kérdések	182
9. FEJEZET / A KÖRNYEZETI JELENTÉS MINT MENEDZSMENTESZKÖZ	
Kósi Kálmán – Herczeg Márton (9.2.2)	183
▪ 9.1 Kinek készül a környezeti jelentés?	184
▪ 9.2 A környezeti jelentések lehetséges típusai	185
9.2.1 Jogszabályban rögzített környezeti jelentések	185
9.2.2 Az EMAS előírásai a környezeti nyilatkozatról	186
9.2.3 Az önkéntes környezeti jelentések	188
▪ 9.3 A környezeti jelentések elemei	189
▪ 9.4 A környezeti jelentésekből származó előnyök	190
▪ 9.5 Környezeti jelentések Magyarországon	192
10. FEJEZET / A KÖRNYEZETI PIAC – A KÖRNYEZETVÉDELEM	
TECHNIKAI HÁTTERÉNEK KÖZGAZDASÁGI KÉRDÉSEI Valkó László	
▪ 10.1 A környezeti piac kialakulásának folyamata	195
▪ 10.2 A környezeti piac fogalma, szerkezete, vizsgálati módszere	197
▪ 10.3 A környezeti piac jellemzői	199
▪ 10.4 A környezeti piac dinamizáló tényezői	208
▪ 10.5 Környezeti szektor és foglalkoztatottság	215
▪ 10.6 Környezetvédelem és műszaki fejlesztés	221
10.6.1 Környezetvédelem és környezettechnikák	221
10.6.2 Az additív és integrált környezeti technikák összehasonlítása	222
10.6.2.1 Gazdasági hatások és hatékonyság	224
10.6.2.2 Ökológiai hatások és hatékonyság	226
10.6.3 Környezeti szempontok a vállalati innovációs folyamatban	227
10.6.4 A környezettechnikai fejlesztések nemzetgazdasági és vállalati szintű költséghatékonysága	229
10.6.5 A környezetszempontú technológiaértékelés és -választás	231
▪ 10.7 Ellenőrző kérdések	236

11. FEJEZET / KÖRNYEZETI MARKETING	Valkó László – Baranyi Rita (11.3.1.1)	
▪ 11.1 Marketing – környezeti marketing		239
11.1.1 Marketingről általában		240
11.1.2 Környezeti marketing		242
▪ 11.2 A környezetorientált marketingkonceptió kialakításának lépései		244
11.2.1 A stratégiai kulcstényezők azonosítása – pozicionálás, profilírozás		245
▪ 11.3 Környezeti marketingstratégia kialakítása (ökoportfólió)		251
11.3.1 A környezeti marketing eszközrendszere (ökomarketingmix)		254
11.3.1.1 Termékpolitika		256
11.3.1.2 Árpolitika		262
11.3.1.3 Értékesítéspolitikai		264
11.3.1.4 Kommunikációs politika		266
▪ 11.4 Ellenőrző kérdések		269
12. FEJEZET / A FENNTARTHATÓ, KÖRNYEZETBARÁT FOGYASZTÁS	Valkó László	271
▪ 12.1 A fenntartható fogyasztás értelmezése		272
▪ 12.2 Fenntartható fogyasztási stratégiák (alapelvek, célok, módszerek)		274
12.2.1 Dematerializálás		276
12.2.2 Optimalizálás		277
▪ 12.3 Nemzetközi kezdeményezések		277
12.3.1 A fenntartható fogyasztás „alapidokumentumai”		277
12.3.2 Az ENSZ Fogyasztóvédelmi Irányelvei és azok kapcsolata a fenntartható fogyasztással		279
12.3.3 „Fenntartható fogyasztói kosár”		280
12.3.3.1 A projekt indítéka, célja		280
12.3.3.2 A projekt tartalma – vásárlói tájékoztató füzet		282
12.3.3.3 Visszacsatolás a „Fenntartható fogyasztói kosár eredményességéről		282
12.3.3.4 A program értékelése és szakmapolitikai következtetések		283
▪ 12.4 A magyar „fogyasztók” környezetszemlélete		284
12.4.1 Környezeti problémák iránti érzékenység		285
12.4.2 Részvétel környezeti programokban		287
12.4.3 Környezeti információk forrása		288
12.4.4 Környezetbarát fogyasztás		289
12.4.5 A környezeti felelősség „intézményei”, fizetési hajlandóság		291
▪ 12.5 Ellenőrző kérdések		295
▪ Forrásjegyzék		297
▪ Név- és tárgymutató		305