

MARCEL LINCÉNYI

MICHAL FABUŠ

ÚVOD DO CIRKULÁRNEJ EKONOMIKY



MARCEL LINCÉNYI

MICHAL FABUŠ

ÚVOD DO CIRKULÁRNEJ EKONOMIKY

vysokoškolská učebnica

Bratislava 2024

ÚVOD DO CIRKULÁRNEJ EKONOMIKY

vysokoškolská učebnica

Autor:

doc. PaedDr. PhDr. Marcel Lincényi, PhD.

doc. Ing. Michal Fabuš, PhD.

Vedeckí recenzenti:

doc. Ing. Eva Romančíková, CSc.

doc. Ing. Tomáš Dudáš, PhD.

Vydavateľ:

Vysoká škola ekonómie a manažmentu v Bratislave

Furdekova 16

851 04 Bratislava

Tlač: Vytlač.online s.r. o.

Náklad: 100 ks

ISBN (print): 978-80-69013-09-4

ISBN (pdf): 978-80-69013-10-0

Vysokoškolská učebnica je výstupom projektu Nórskeho fondu pod číslom BIN SGS02_2021_11 Výzvy obehovej spoločnosti v ekonomike 4.0.

Publikácia bola schválená edičnou komisiou Vysokej školy ekonómie a manažmentu v Bratislave v kategórii vysokoškolská učebnica.

OBSAH

Úvod

Prvá kapitola

ZÁKLADNÉ POJMY CIRKULÁRNEJ EKONOMIKY

- 1.1 Vznik a vývoj cirkulárnej ekonomiky**
- 1.2 Hlavné zásady obehového hospodárstva**
- 1.3 Možnosti podpory obehového hospodárstva**
- 1.4 Potreba obehového hospodárstva**
- 1.5 Kľúčové aspekty kruhového prechodu**
- 1.6 Kľúčové slová cirkulárnej ekonomiky**
- 1.7 Zadania a prípady na zamyslenie**
- 1.8 Literatúra**

Druhá kapitola

CIRKULÁRNA EKONOMIKA A MARKETING

- 2.1 Spoločenská zodpovednosť organizácie**
- 2.2 Spoločensky zodpovedný marketing**
- 2.3 Zelený marketing**
- 2.4 Greenwashing**
- 2.5 Symboly a označovanie**
 - 2.5.1. Medzinárodný symbol recyklácie
 - 2.5.2. Svetový deň životného prostredia
 - 2.5.3. Recyklačné symboly na obaloch
 - 2.5.4. Environmentálne označovanie produktov v Slovenskej republike
 - 2.5.5. Označovanie bioproduktov a biopotravín
- 2.6 Zadania a prípady na zamyslenie**
- 2.7 Literatúra**

Tretia kapitola

INFORMAČNÉ PLATFORMY V SLOVENSKEJ REPUBLIKE

- 3.1 Slovenská agentúra životného prostredia**
- 3.2 Enviro portál**
- 3.3 EWOBOX-ujte s nami za environmentálnu výchovu**
- 3.4 Informačná platforma zelené hospodárstvo**
- 3.5 CIRCULAR SLOVAKIA**
- 3.6 Inštitút cirkulárnej ekonomiky**
- 3.7 Odpady portal**
- 3.8 Zadania a prípady na zamyslenie**
- 3.9 Literatúra**

Štvrtá kapitola

INFORMAČNO KOMUNIKAČNÉ KAMPANE

4.1 Teoretické vymedzenie kampane

4.2 Informačná a edukačná kampaň k zálohovaniu

4.3 Kampaň „Zatoč s odpadom“

4.4 Kampaň „Jednotne-ekologicky“

4.5 Kampaň „Vezmi si ma“

4.6 Celosvetová kampaň „Vyčistíme svet – Clean up the World“

4.7 Komunikačné aktivity nadnárodných spoločností v oblasti cirkulárnej ekonomiky

4.8 Ako vytvoriť kampaň za zber odpadu

4.9 Zadania a prípady na zamyslenie

4.10 Literatúra

Piata kapitola

PREHĽAD VÝZNAMNÝCH PRIESKUMOV VEREJNEJ MIENKY

5.1 Prieskum v roku 2013: Viac ako 67% Slovákov už triedi odpad

5.2 Prieskum z roku 2015: Väčšina Slovákov odpad triedi, najviac však plasty a papier

5.3 Prieskum v roku 2018: Slováci a Česi sa snažia znížiť množstvo odpadu, ktorý vyprodukujú

5.4 Prieskum v roku 2020: Odpad pravidelne triedi deväť z desiatich Slovákov, vyplýva z prieskumu

5.5 Prieskum v roku 2021: Najviac triedia starší ľudia plasty, a to 84 percent

5.6 Prieskum v roku 2022: Odpad pravidelne triedi 92 percent ľudí

5.7 Prieskum v roku 2023: U Slovákov prevláda pozitívny postoj k zálohovaniu fliaš

5.8 Zadania a prípady na zamyslenie

5.9 Literatúra

ZÁVER

ÚVOD

Cirkulárna ekonomika je inovatívny a udržateľný ekonomický model, ktorý sa snaží zmeniť tradičný lineárny spôsob využívania zdrojov, kde sú suroviny ťažené, spracované, použité a nakoniec zlikvidované, na cyklus, ktorý maximalizuje využitie zdrojov a minimalizuje odpad a emisie. V podstate ide o prechod od "vyhodiť a kúpiť nové" k "znovu použiť, opraviť a recyklovať". Cieľom cirkulárnej ekonomiky je vytvoriť hospodárstvo, ktoré je odolnejšie voči zmenám, efektívnejšie vo využívaní zdrojov a menej zaťažujúce pre životné prostredie. Tento model podporuje obnoviteľné zdroje, minimalizuje odpad a zlepšuje využitie energie a materiálov. Cirkulárna ekonomika má potenciál vytvoriť nové obchodné príležitosti, stimulovať inovácie a vytvárať trvalo udržateľné spoločnosti. Je to prístup, ktorý sa stáva čoraz dôležitejším v snahe dosiahnuť ekologickú udržateľnosť a ochranu životného prostredia.

Publikácia „Úvod do cirkulárnej ekonomiky“ tvorí východiskovú bázu pre výučbu problematiky cirkulárnej ekonomiky v študijnom odbore Ekonómia a manažment v študijnom programe manažment malého a stredného podnikania v bakalárskom a magisterskom štúdiu. Vysokoškolská učebnica je základnou literatúrou pre výberový predmet ekonómia životného prostredia a taktiež odporúčanou literatúrou pre povinne voliteľný predmet Integrované procesy v Európe na bakalárskom stupni štúdia. Učebnica bude taktiež slúžiť ako odporúčaná literatúra pre povinný predmet Manažment kvality a výberový predmet Produktové manažérstvo na magisterskom stupni štúdia. V neposlednom rade bude predmet doplnkovou literatúrou pre predmet Environmentálny manažment v rámci doktorandského štúdia.

Vysokoškolská učebnica podáva systematický, výkladovo usporiadaný prehľad poznatkov z vednej disciplíny cirkulárna ekonomika určený pre skúmanie v študijnom odbore Ekonómia a manažment od prieskumu až po výskum. Učebný text poskytuje základy, na ktorých môžu študenti stavať pri prehĺbení vedomostí.

Obsahovo je text rozdelený do piatich častí tak, aby poskytoval základné poznatky z cirkulárnej ekonomiky pre študenta študijného odboru ekonómia a manažment.

Predkladaný učebný text vhodnou formou sprístupňuje poznatky zo základov cirkulárnej ekonomiky nielen pre študentov na univerzitách a vysokých školách, ale aj odborníkom z praxe, manažérom, i širokej verejnosti.

Autor ďakuje za cenné pripomienky a odborné odporúčania recenzentom doc. Ing. Eve Romančíkovej, CSc. a doc. Ing. Tomášovi Dudášovi, PhD., ktorí pomohli zvýšiť odbornú úroveň vysokoškolskej učebnice.

Marcel Lincényi
Michal Fabuš

1 ZÁKLADNÉ POJMY CIRKULÁRNEJ EKONOMIKY

1.1 Vznik a vývoj cirkulárnej ekonomiky

1.2 Hlavné zásady obehového hospodárstva

1.3 Možnosti podpory obehového hospodárstva

1.4 Potreba obehového hospodárstva

1.5 Kľúčové aspekty kruhového prechodu

1.6 Kľúčové slová cirkulárnej ekonomiky

1.7 Zadania a prípady na zamyslenie

1.8 Literatúra

KEĎ SA ZAMYSLÍME NAD SPÔSOBOM DOTERAJŠIEHO FUNGOVANIA JE NEVYHNUTNÉ POCHOPIŤ PÔVOD A NEVYHNUTNOSŤ OBEHOVÉHO HOSPODÁRSTVA. LINEÁRNY MODEL, KTORÝ BOL KEDYSI OHLASOVANÝ AKO SYMBOL POKROKU, SA UKÁZAL AKO NEUDRŽATEĽNÝ A VYŽADUJE SI ZMENU PARADIGMY V SPÔSOBE VÝROBY, SPOTREBY A LIKVIDÁCIE TOVARU. POTREBA ZMENY JE NIELEN ENVIRONMENTÁLNOU NEVYHNUTNOSŤOU, ALE AJ MORÁLNOU POVINNOSŤOU ZACHOVAŤ NAŠU PLANÉTU PRE BUDÚCE GENERÁCIE. OBEHOVÉ HOSPODÁRSTVO PREDPOKLADÁ SYSTÉM, V KTOROM SA REŠPEKTUJÚ ZDROJE, VÝROBKY SÚ NAVRHNUTÉ S CIEĽOM A DLHOU ŽIVOTNOSŤOU A ODPAD SA MINIMALIZUJE PROSTREDNÍCTVOM INOVATÍVNYCH PRÍSTUPOV K SPOTREBE A VÝROBE. AKO SME VŠAK DOSPELI K TOMUTO KRITICKÉMU BODU A AKÝMI ZÁSADAMI SA OBEHOVÝ MODEL RIADI? OBEHOVÉ HOSPODÁRSTVO JE EKONOMICKÝ MODEL, KTORÉHO CIEĽOM JE MAXIMALIZOVAŤ VYUŽÍVANIE ZDROJOV A MINIMALIZOVAŤ ODPAD PROSTREDNÍCTVOM PODPORY UZAVRETÉHO SYSTÉMU. NA ROZDIEL OD TRADIČNÉHO LINEÁRNEHO HOSPODÁRSTVA, KTORÉ SA RIADI MODELOM "VZIAŤ - VYROBIŤ - ZLIKVIDOVAŤ", SA OBEHOVÉ HOSPODÁRSTVO SNAŽÍ VYTVORIŤ UDRŽATEĽNÝ A REGENERATÍVNY SYSTÉM, V KTOROM SA VÝROBKY, MATERIÁLY A ZDROJE NEUSTÁLE OPÄTOVNE POUŽÍVAJÚ, OBNOVUJÚ, REGENERUJÚ A RECYKLUJÚ.

Kľúčové slová: Lineárna ekonomika, Obehové hospodárstvo, Cirkulárna ekonomika, Recyklácia, Znižovanie odpadu, Remanufaktúra, Zdieľanie, Spolupráca, Ekologický dizajn, Znovupoužívanie, Transparentnosť, Udržateľnosť, Efektívne využívanie zdrojov, Zelené verejné obstarávanie, Odpadový manažment, Environmentálna zodpovednosť, Inovácie, Sociálna inklúzia, Zdroje, Ekologické riešenia, Osvetové kampane

1.1 Vznik a vývoj cirkulárnej ekonomiky

V nie tak dávnej minulosti fungoval náš svet na lineárnom princípe - prístup "zober - vyrob - zlikviduj", ktorý viedol ku kaskáde environmentálnych problémov. Rýchle vyčerpanie

vanie zdrojov, narastajúce množstvo odpadu a hroziaca klimatická zmena podnietili kolektívne volanie po zmene. V tejto súvislosti sa objavila koncepcia obehového hospodárstva, ktorá ponúka transformačnú víziu udržateľnejšej a regeneratívnejšej budúcnosti.

Historická perspektíva

Stránky histórie odhaľujú neúprosný pochod pokroku, ktorý sa vyznačoval priemyselnými revolúciami, ktoré zmenili globálnu krajinu. Úsvit mechanizácie poháňanej parou odštartoval prvú priemyselnú revolúciu a posunul ľudstvo do éry nevidanej výroby a spotreby. Vznikli továrne, mestá sa rozrástli a ekonomiky prekvitali, ale každý krok vpred si vyžiadal tichú daň na životnom prostredí.

Lineárny model, základný kameň industrializácie, vznikol ako prirodzený dôsledok. Výrobky sa vyrábali s jediným cieľom - použiť ich a vyhodiť. Tento lineárny prístup bol síce účinný pri podpore hospodárskeho rastu, ale niesol so sebou skryté náklady. Planéta sa stala svedkom hromadenia odpadu, vyčerpávania obmedzených zdrojov a ekologickej nerovnováhy spôsobenej nekontrolovanou spotrebou.

Lineárny model hospodárstva, známy aj ako "take-make-waste" model, je tradičným prístupom k hospodárstvu, ktorý je založený na lineárnom toku zdrojov od ťažby surovín cez výrobu a spotrebu až po konečnú likvidáciu odpadu. Tento model sa často označuje ako lineárny, pretože neberie do úvahy obnoviteľnosť alebo udržateľnosť zdrojov a používa ich len raz, predtým ako sú zahodené. Lineárny model začína s ťažbou surovín z prírodných zdrojov, ako sú rudy, drevina, ropa a podobne. Tieto suroviny sú často ťažené v značných množstvách a môžu byť vyčerpané. Po ťažbe surovín sa používajú na výrobu rôznych produktov. V tomto procese sa suroviny často premenia na konečné produkty prostredníctvom rôznych technologických procesov a výrobných postupov. Vyrobené produkty sú následne distribuované a spotrebované koncovými spotrebiteľmi. Spotreba je zameraná na jednorazové využitie produktov, pričom sa zvyšuje dopyt po nových produktoch. Po spotrebe sa produkty stávajú odpadom, ktorý je potom odstránený alebo likvidovaný. Väčšina tohto odpadu končí na skládkach, v spaľovniach alebo v prostredí, čo má negatívny vplyv na životné prostredie a zdravie ľudí.

Lineárny model hospodárstva je spojený s niekoľkými problémami, vrátane vyčerpania prírodných zdrojov, znečisťovania životného prostredia, vysokých nákladov na likvidáciu odpadu a náchylnosti na hospodárske kolapsy v dôsledku kolísania cien surovín a obmedzeného prístupu k zdrojom. Preto je potrebné hľadať a podporovať alternatívne modely, ako je obehové hospodárstvo, ktoré sa zameriavajú na udržateľné využívanie zdrojov a minimalizujú environmentálny vplyv.¹

Napriek všetkému mal lineárny model hospodárstva svoje výhody, ako napr. relatívne jednoduchý a priamočiary. Pracuje na princípe "vyťažiť-vyrobiť-použiť-zahodiť", čo ho robí

¹ Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation and Recycling*, 127, 221-232.

ľahko pochopiteľným a jednoducho aplikovateľným. Tento model umožnil rýchly rast a rozvoj priemyselných ekonomík, pretože sa sústredil na maximálnu výrobu a spotrebu produktov. Lineárny model podporuje hospodársky rast tým, že stimuluje výrobu a spotrebu produktov, čo vytvára pracovné miesta a zvyšuje HDP. Napriek tomu prinášal aj svoje nevýhody už uvedené vyššie.

Lineárny model hospodárstva bol historicky účinný pri podpore rastu a rozvoja, ale jeho neudržateľné charakteristiky a negatívne dôsledky pre životné prostredie a spoločnosť vyžadujú prechod k udržateľnejším a efektívnejším modelom hospodárstva, ako je napríklad obehové hospodárstvo.

Výzva na prebudenie v oblasti životného prostredia

Ako sa vyvíjalo 20. storočie, ukazovali sa aj environmentálne dôsledky našich lineárnych postupov. Začalo sa prejavovať uvedomenie, že naša planéta nie je nekonečnou zásobárňou zdrojov, ale krehkým ekosystémom s obmedzenými kapacitami. Environmentálne hnutia nabrali na sile, vedecké poznatky zdôraznili naliehavosť zmeny a ako hlavná zásada sa objavila koncepcia udržateľnosti.

Volanie po zmene bolo čoraz hlasnejšie, pretože obrazy preplnených skládok, znečistených oceánov a miznúcej biodiverzity sa nedali ignorovať. Bolo zrejmé, že zásadná zmena nášho prístupu k výrobe a spotrebe je nielen žiaduca, ale aj nevyhnutná pre blaho planéty a jej obyvateľov.

Zrod obehového hospodárstva

Ako odpoveď na túto výzvu na zmenu vzniklo obehové hospodárstvo ako holistická a udržateľná alternatíva. Táto koncepcia, ktorá vychádza z myšlienky napodobňovania prírodných cyklov, sa snažila vytvoriť regeneratívny systém, v ktorom sa zachovávajú zdroje, minimalizuje sa odpad a výrazne sa znižuje vplyv ľudských činností na životné prostredie. Princípy obehového hospodárstva sa stali svetlom nádeje vo svete, ktorý zápasí s environmentálnou krízou. Od tvorcov politik až po podniky a jednotlivcov sa začalo prejavovať kolektívne uvedomenie si, že si už nemôžeme dovoliť považovať zdroje za zbytočné a lineárna trajektória už nie je životaschopná.²

Obehové hospodárstvo je koncept, ktorý sa stal veľmi dôležitým v súčasnej diskusii o udržateľnom rozvoji a hospodárstve. Existuje mnoho zdrojov, ktoré môžu poskytnúť informácie o obehovom hospodárstve a jeho princípoch. Napríklad Ellen MacArthur Foundation je vedúca organizácia v oblasti obehového hospodárstva. Svetové ekonomické fórum sa tiež zaujíma o obehové hospodárstvo a jeho dopady. Ich publikácie, najmä správy o globálnych rizikách a iniciatívy týkajúce sa udržateľnosti. Circular Economy Institute, ktorý je súčasťou amerického think-tanku Worldwatch Institute, poskytuje výskumné štú-

² Ghisellini, P., Cialani, C., & Ulgiati, S. (2016). A review on circular economy: the expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems. *Journal of Cleaner Production*, 114, 11-32

die, správy a analýzy týkajúce sa obehového hospodárstva a jeho vplyvu na životné prostredie a hospodárstvo. Európska komisia a iné európske inštitúcie vypracovali mnoho správ a dokumentov o obehovom hospodárstve a jeho politických iniciatívach. Tieto dokumenty môžu poskytnúť užitočné informácie o tom, ako sa obehové hospodárstvo implementuje na európskej úrovni.³

Navigácia po obehovej ceste

V tejto kapitole budeme skúmať kľúčové princípy, ktorými sa obehové hospodárstvo riadi - princípy, ktoré ponúkajú plán harmonického spolužitia medzi ľudskými aktivitami a prírodným svetom. Každý princíp, od navrhovania výrobkov pre dlhú životnosť až po podporu udržateľnej spotreby a zavádzanie inovácií, zohráva dôležitú úlohu pri odvádzaní nás od nebezpečenstva lineárneho myslenia. Výzva na zmenu zaznela a obehové hospodárstvo odpovedá víziou budúcnosti, v ktorej udržateľnosť nie je voľbou, ale neodmysliteľným aspektom toho, ako žijeme a prosperujeme.

Prijatie obehovej múdrosti

V ústredí tejto transformačnej cesty sa skrýva múdrosť napodobňovať kruhové vzory, ktoré sa nachádzajú v prírode. V prírode ekosystémy prosperujú prostredníctvom vzájomne prepojených cyklov rastu, rozkladu a regenerácie. Obehové hospodárstvo čerpá inšpiráciu z týchto prastarých rytmov a snaží sa vytvoriť harmonický stav medzi ľudskou vynaliezavosťou a odolnosťou životného prostredia.

Hľadanie udržateľnosti

Ako sa volanie po udržateľnosti ozýva v priemyselných odvetviach, komunitách a správnych radách, vyvoláva to obnovený zmysel pre zodpovednosť. Udržateľnosť nie je len módnym slovom; je to záväzok vyvážiť naše potreby so schopnosťou Zeme poskytovať ich. Obehové hospodárstvo zahŕňa tento záväzok tým, že nás vyzýva, aby sme prehodnotili spôsob, akým vyrábame a spotrebúvame, a nabáda nás, aby sme nanovo definovali úspech nad rámec jednoduchých ekonomických ukazovateľov.

Zúčtovanie s lineárnym dedičstvom

Lineárne dedičstvo, ktoré je súčasťou našej priemyselnej histórie, sa nedá len tak ľahko odstrániť. Skládky sú svedectvom odhodených pozostatkov lineárnej minulosti, a predsa sa v tejto výzve skrýva príležitosť na transformáciu. Musíme sa postaviť lineárnemu dedičstvu čelom, poučiť sa z jeho nedostatkov a uznať, že kruhová paradigma nie je len voľbou, ale nevyhnutnosťou.

³ Ghisellini, P., Cialani, C., & Ulgiati, S. (2016). A review on circular economy: the expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems. *Journal of Cleaner Production*, 114, 11-32

Katalyzátory zmeny

Jednotlivci, organizácie a vlády sa stávajú katalyzátormi zmien a každý z nich zohráva dôležitú úlohu pri riadení smerovania k cirkularite. Inovátori spochybňujú konvenčné myslenie, tvorcovia politik vytvárajú rámce, ktoré stimulujú udržateľné postupy, a spotrebiteľia využívajú svoju moc prostredníctvom uvedomelých rozhodnutí. Spoločne tvoria impozantnú alianciu, ktorá sa usiluje o spoločnú víziu regeneratívnej a udržateľnej budúcnosti.

Pripraviť scénu

Keď sa púšťame do tohto skúmania kľúčových zásad obehového hospodárstva, je potrebné sa zamyslieť nad kľúčovým momentom, v ktorom sa nachádzame - momentom, v ktorom sa volanie po zmene stretávajú s riešeniami.

Uskutočnená vízia

V súčasnom svete sme svedkami zrodu vízie - vízie, v ktorej sa lineárny odkaz mení na kruhový osud. Princípy, ktorými sa táto transformačná cesta riadi, nie sú len abstraktnými pojmami, ale piliermi, na ktorých možno vybudovať udržateľnú budúcnosť. Navrhovanie pre dlhú životnosť, maximalizácia účinnosti zdrojov a prijatie systémov s uzavretým cyklom sú základnými kameňmi obehového hospodárstva, ktoré sľubuje zosúladenie ľudských činností s rytmiami prírodného sveta.

Sila spolupráce

Obehové hospodárstvo nie je osamelým úsilím. Darí sa jej vďaka spolupráci - medzi priemyselnými odvetviami, vládami, komunitami a jednotlivcami. Tvárou v tvár globálnym výzvam sa spolupráca stáva katalyzátorom zmien, spájajúcim rôzne prístupy, ktoré odrážajú naliehavosť starostlivosti o životné prostredie. Sila kolektívnej akcie, je kľúčom k realizácii kruhovej vízie.

Posilnení spotrebiteľia a informované voľby

Jadrom tejto transformácie je posilnenie postavenia spotrebiteľov. Obehové hospodárstvo zdôrazňuje kľúčovú úlohu, ktorú jednotlivci zohrávajú pri formovaní obehového hospodárstva prostredníctvom svojich rozhodnutí. Udržateľná spotreba nie je len koncept, je to výzva k činom, ktorá povzbudzuje jednotlivcov, aby robili informované rozhodnutia, ktoré sú v súlade so zásadami dlhovekosti, efektívneho využívania zdrojov a obehovosti.

Naliehavosť súčasnosti

Výzvy, ktoré predstavujú zmena klímy, vyčerpanie zdrojov a zhoršovanie životného prostredia, si vyžadujú okamžité a spoločné úsilie. Princípy, slúžia ako vodítka a ukazujú cestu vpred, ktorá vyvažuje ľudské potreby s blahobytom planéty.

Zisťujeme, že výzva na zmenu, kedysi vzdialená, sa stala rezonujúcou témou, ktorá nás vedie k harmonickému spolužitiu s našou planétou. Obehové hospodárstvo nie je len rámec, je to svedectvo našej schopnosti inovovať, prispôbovať sa a vytvárať udržateľné dedičstvo pre ďalšie generácie.

Preneste získané poznatky do nášho každodenného života, podnikania a tvorby politiky. Nech sú princípy obehového hospodárstva smerovaním, ktorý nás nasmeruje k budúcnosti, v ktorej sa rytmy prírody a ľudských činností harmonizujú a vytvárajú svet, ktorý prosperuje v rovnováhe.



Obrázok: Obehové hospodárstvo

Zdroj: Európska komisia

Vo svete obehového hospodárstva presahuje koncept životnosti obyčajnú trvanlivosť - stáva sa hlavnou filozofiou, záväzkom vytvárať výrobky, ktoré vydržia skúšku času. Keď sa pustíme do jednotlivých oblastí obehového hospodárstva, vstúpime do oblasti dizajnu,

kde sa inovácie stretávajú s udržateľnosťou a účelná tvorba má prednosť pred jednorazovým pohodlím.⁴

Vývoj dizajnu

Dizajn ako disciplína prešiel od éry, v ktorej boli plánovaná zastaranosť a rýchla obmena akceptovanými normami, k paradigme, v ktorej sa ctí dlhá životnosť. V tejto časti sa pustíme do retrospektívneho skúmania evolúcie dizajnu - odhalíme kľúčové momenty, ktoré formovali naše chápanie toho, ako sú výrobky koncipované, konštruované a nakoniec prijaté spotrebiteľmi.

Vytváranie príbehu o trvanlivosti

Trvanlivosť je základným kameňom dizajnu pre dlhú životnosť. Zahŕňa starostlivý výber materiálov, dôkladné inžinierstvo a záväzok ku kvalite, ktorá prekonáva prechodné trendy. Preskúmame príbehy ikonických výrobkov, ktoré odolali pieskom času a stali sa niečím viac než len predmetmi - sú svedectvom umenia vytvárania trvalých príbehov prostredníctvom dizajnu.

Úloha opraviteľnosti

Okrem trvanlivosti sa étos kruhového dizajnu vzťahuje aj na opraviteľnosť. Výrobky, ktoré sa dajú ľahko opraviť, podporujú kultúru údržby a odolnosti. V tejto časti sa budeme venovať významu opraviteľnosti a tomu, ako umožňuje spotrebiteľom predĺžiť životnosť ich majetku, čím prispieva k odklonu od kultúry vyhadzovania.

Od lineárneho k cirkulárnemu dizajnerskemu mysleniu

Lineárne dizajnerské myslenie často uprednostňuje nákladovú efektívnosť a rýchlosť, čo vedie k výrobkom s obmedzenou životnosťou. Cirkulárny dizajn, naopak, spochybňuje túto paradigmu tým, že prijíma holistický prístup, ktorý zohľadňuje celý životný cyklus výrobku. Preskúmame princípy kruhového dizajnerskeho myslenia, kde každá fáza, od koncepcie až po likvidáciu, je príležitosťou na udržateľnosť a dlhú životnosť.

Realizácia cirkulárnej vízie

Prípadové štúdie a príklady z reálneho sveta osvetlia transformačnú silu navrhovania pre dlhú životnosť. Od nadčasovej módy až po modulárnu elektroniku - tieto príbehy budú inšpiráciou pre zmenu perspektívy - uvedomenie si, že dlhá životnosť nie je len princípom dizajnu, ale filozofiou, ktorá má potenciál zmeniť priemyselné odvetvia, nanovo definovať očakávania spotrebiteľov a prispieť k širšiemu príbehu obehového hospodárstva.

⁴ Stahel, W. R. (2016). The circular economy. Nature, 531(7595), 435-438.

EÚ a jej vízia pre obehové hospodárstvo

Európska komisia aktívne pracuje na podpore obehového hospodárstva ako súčasť svojho programu pre udržateľný rozvoj a ochranu životného prostredia. Európska komisia prijala Akčný plán pre kruhovú ekonomiku s cieľom podporiť obehové hospodárstvo. Tento plán obsahuje viac než 50 opatrení a iniciatív, ktoré majú zvýšiť efektívnosť využívania zdrojov a recyklácie v celej Európskej únii. Súčasťou tohto akčného plánu sú opatrenia na zlepšenie návrhu produktov, podpora recyklácie, stimulácia trhu s druhotnými surovinami a vytvorenie priaznivého prostredia pre obehové hospodárstvo. Plán tiež obsahuje ciele na zníženie skládkovania odpadov, zvýšenie recyklovateľnosti produktov a podporu trvalo udržateľného spotrebného správania.

Komisia stanovila ambiciózne ciele v oblasti obehového hospodárstva prostredníctvom rôznych legislatívnych opatrení. Napríklad Smernica o odpade stanovuje ciele na zvýšenie recyklácie a zníženie skládkovania odpadov v celej EÚ. Komisia tiež podporuje politiky, ktoré podporujú ekologický dizajn produktov, aby sa zlepšila ich recyklovateľnosť a trvanlivosť.

Komisia poskytuje finančnú podporu na projekty a iniciatívy zamerané na obehové hospodárstvo prostredníctvom rôznych fondov a programov. Napríklad Fond súdržnosti a program LIFE poskytujú finančnú podporu na projekty zamerané na zlepšenie riadenia odpadov, zvýšenie recyklácie a podporu inovácií v oblasti obehového hospodárstva. Rovnako tak Komisia podporuje výskum a inovácie v oblasti obehového hospodárstva prostredníctvom programov ako Horizont 2020. Tieto programy financujú výskum nových technológií, procesov a riešení, ktoré môžu zlepšiť efektívnosť využívania zdrojov a recyklácie.

Komisia spolupracuje s členskými štátmi a inými zainteresovanými stranami na podpore obehového hospodárstva. Táto spolupráca zahŕňa výmenu osvedčených postupov, spoločné projekty a koordináciu politík s cieľom dosiahnuť synergické účinky a efektívne využívanie zdrojov v celej EÚ. Tieto opatrenia a iniciatívy Európskej komisie ukazujú, že obehové hospodárstvo je dôležitou prioritou v politike EÚ a že Komisia aktívne pracuje na podpore tohto modelu s cieľom dosiahnuť udržateľný a konkurencieschopný rozvoj v celej EÚ.

Koncept environmentálnej zodpovednosti

Často nazývaný aj environmentálna udržateľnosť, sa týka záväzkov a povinností jednotlivcov, organizácií a spoločností voči životnému prostrediu a ochrane prírodných zdrojov. Tento koncept sa zakladá na predpoklade, že každý má povinnosť konať s ohľadom na environmentálne dôsledky svojich činností a rozhodnutí s cieľom minimalizovať negatívne dopady na životné prostredie a prispievať k udržateľnému rozvoju.

Environmentálna zodpovednosť sa zaoberá ochranou prírodných zdrojov, ako sú vzduch, voda, pôda, lesy a biodiverzita. Cieľom je minimalizovať ich nadmernú konzumáciu a deštrukciu a zabezpečiť ich udržateľné využívanie pre súčasné aj budúce generácie. Ďalej sa snaží minimalizovať negatívne environmentálne vplyvy ľudských aktivít, ako sú

emisie skleníkových plynov, produkcia odpadu, znečistenie ovzdušia a vody, a strata biodiverzity. Cieľom je znížiť environmentálnu záťaž na životné prostredie a zabrániť nevratným škodám. Podporuje vývoj a implementáciu ekologicky orientovaných technológií, procesov a produktov. Ekologický dizajn kladie dôraz na minimalizáciu environmentálneho vplyvu výrobkov počas ich celého životného cyklu, od výroby cez používanie až po likvidáciu. Environmentálna zodpovednosť zahŕňa osvetové kampane a vzdelávacie programy na zvýšenie povedomia a pochopenia environmentálnych problémov a výziev. Cieľom je motivovať jednotlivcov a organizácie k prijímaniu environmentálne zodpovedných rozhodnutí a správaniu. Environmentálna zodpovednosť zahŕňa aj podporu zeleného obchodovania a verejného obstarávania, ktoré uprednostňuje ekologicky a sociálne udržateľné produkty a služby. To zahŕňa preferovanie dodávateľov, ktorí dodržiavajú environmentálne normy a štandardy. Environmentálna zodpovednosť je neoddeliteľne spojená s záväzkom k trvalo udržateľnému rozvoju, ktorý zahŕňa zabezpečenie prosperity, sociálnej spravodlivosti a ochrany životného prostredia pre súčasné aj budúce generácie.

Koncept environmentálnej zodpovednosti je dôležitým rámcom pre riadenie a hodnotenie environmentálnych aspektov ľudských aktivít na všetkých úrovniach - od jednotlivcov a podnikov po vládne inštitúcie a medzinárodné organizácie. Zohľadňuje potrebu zmeny spôsobu myslenia a správania sa s cieľom dosiahnuť udržateľnú budúcnosť pre všetkých.

1.2 Hlavné zásady obehového hospodárstva

Návrhy pre dlhú životnosť a odolnosť:

"Dizajn pre dlhú životnosť a odolnosť" je princíp v kontexte udržateľného a obehového dizajnu, ktorý zdôrazňuje dôležitosť vytvárania výrobkov a systémov, ktoré majú dlhšiu životnosť, odolávajú opotrebovaniu a môžu sa používať dlhšie obdobie. Tento prístup je v kontraste s tradičným lineárnym modelom výroby, kde sú výrobky často navrhnuté s plánovaným zastarávaním, čo podporuje častú výmenu a prispieva ku kultúre vyhadzovania.

Cieľ: Výrobky sú navrhnuté tak, aby odolávali opotrebovaniu a zabezpečili dlhšiu životnosť.

Implementácia: To zahŕňa výber vysokokvalitných materiálov, navrhovanie na demontáž a opravu a zohľadnenie celého životného cyklu výrobku vo fáze návrhu. Na uľahčenie opráv a modernizácie sa môže zaviesť modulárnosť a štandardizácia. "Dizajn pre dlhú životnosť a odolnosť" je v súlade so zásadami obehového hospodárstva tým, že podporuje predĺženie životného cyklu výrobku, minimalizuje odpad a prispieva k udržateľnejším modelom spotreby. Tento prístup si vyžaduje spoluprácu medzi dizajnérmi, výrobcami, spotrebiteľmi a tvorcami politik s cieľom vytvoriť kultúru zodpovedného a odolného používania výrobkov.

Opätovné použitie a oprava:

"Opätovné použitie a oprava" je kľúčovou zásadou v kontexte udržateľného a obehového dizajnu. Táto zásada podporuje navrhovanie výrobkov so zámerom predĺžiť ich životnosť prostredníctvom opätovného použitia a opravy namiesto toho, aby sa po jednom použití vyhodili alebo zastarali. Zdôrazňovaním týchto postupov dizajnéri prispievajú k zníženiu množstva odpadu, šetreniu zdrojov a podpore udržateľnejšieho a obehového hospodárstva.

Cieľ: Predĺžiť životnosť výrobkov podporou ich opätovného použitia a opravy.

Implementácia: Cieľom je dosiahnuť, aby sa výrobky, ktoré sa používajú opakovane, používali opakovane: Podporovať opravárenské služby, vytvárať platformy pre predaj z druhej ruky a zavádzať normy opraviteľnosti. Spoločnosti môžu ponúkať návody na opravu alebo spolupracovať s opravárenskými službami tretích strán. Spotrebiteľia sú motivovaní, aby si vybrali opravu namiesto výmeny. "Opätovné použitie a oprava" je v súlade so zásadami obehového hospodárstva tým, že podporuje nepretržité používanie výrobkov, znižuje množstvo odpadu a prispieva k udržateľnejšiemu a zdrojovo efektívnejšiemu systému. Tento prístup si vyžaduje spoluprácu medzi dizajnérmi, výrobcami, spotrebiteľmi a tvorcami politik s cieľom vytvoriť kultúru, ktorá si cení opravy a prijíma koncepciu predĺženia životnosti výrobkov.

Opätovné použitie a oprava majú mnoho výhod pre ekonomiku štátu, ako aj pre jednotlivcov a domácnosti. Z pohľadu ekonomiky štátu opätovné použitie a oprava produktov vytvára pracovné miesta v odvetviach, ako sú remanufaktúra, renovácia, opravy a služby súvisiace s obnovou. To môže prispieť k zníženiu nezamestnanosti a podpore rastu v týchto odvetviach. Opätovné použitie a oprava produktov znižuje množstvo odpadu, ktorý končí na skládkach. Tým sa šetria náklady na skládkovanie odpadu, ktoré môžu byť veľmi vysoké, a znižuje sa environmentálna záťaž spojená so skládkovaním. Opätovné použitie a oprava prispievajú k trvalo udržateľnému rozvoju tým, že znižujú spotrebu nových surovín a energie potrebné na výrobu nových produktov. To znižuje ekologickú stopu a zlepšuje životné prostredie. Firmy, ktoré sa aktívne zaoberajú opätovným používaním a opravou svojich produktov, môžu získať pozitívny obraz značky ako spoločensky zodpovedné organizácie. To môže zvýšiť dôveru zákazníkov a prilákať viac podnikateľských príležitostí.

Pre jednotlivcov, resp. domácnosti to môže byť najmä úspora financií. Opätovné použitie a oprava produktov môže byť často lacnejšie ako nákup nových. Jednotlivci môžu ušetriť peniaze tým, že opravujú poškodený produkt alebo kúpia použitý produkt, miesto toho aby si kúpili nový. Oprava a údržba produktov môže predĺžiť ich životnosť, čo umožňuje jednotlivcom využívať ich dlhšie a znížiť potrebu častého nákupu nových produktov. Opätovné použitie a oprava produktov prispieva k zníženiu množstva odpadu, ktorý končí na skládkach (čo pri platbách za množstevný zber vedie ku zníženiu nákladov). Tým sa pomáha chrániť životné prostredie a zachovávať prírodné zdroje pre budúce generácie. Aktívne zapojenie sa do opätovného používania a opravy produktov umožňuje jednotlivcom podporovať udržateľný životný štýl a prispievať k ochrane životného prostredia. Všetky tieto

výhody ukazujú, že opätovné použitie a oprava produktoch majú pozitívny vplyv nielen na hospodárstvo štátu, ale aj na jednotlivcov a domácnosti tým, že prispievajú k udržateľnému rozvoju a úspore zdrojov.

Opätovná výroba:

Remanufacturing je proces, ktorý zahŕňa obnovu použitých alebo opotrebovaných výrobkov do podobného stavu ako nové, často s cieľom dosiahnuť alebo prekonať pôvodné výkonnostné normy. Ide o kľúčový postup v rámci obehového hospodárstva, ktorý kladie dôraz na predĺženie životnosti výrobkov a efektívne využívanie zdrojov. Remanufacturing zahŕňa demontáž, čistenie, opravu a modernizáciu výrobkov, výsledkom čoho je vysoko-kvalitný tovar, ktorý ponúka rovnaký alebo lepší výkon ako nový tovar.

Cieľ: Uviesť použité výrobky do stavu ako nové.

Implementácia: Demontáž výrobkov, výmena opotrebovaných komponentov a ich rekonštrukcia tak, aby spĺňali pôvodné špecifikácie. Repasovaný tovar má často porovnateľnú kvalitu ako nové výrobky. Tento proces znižuje dopyt po nových surovinách a minimalizuje množstvo odpadu.

Remanufacturing prispieva k obehovému hospodárstvu tým, že podporuje opätovné používanie výrobkov a minimalizuje vplyv na životné prostredie spojený s výrobou a likvidáciou. Je v súlade so zásadami udržateľnosti, efektívneho využívania zdrojov a znižovania množstva odpadu a ponúka praktické a environmentálne zodpovedné riešenie na predĺženie životnosti výrobkov.

Remanufaktúra, proces obnovy použitých produktov na úroveň rovnakú alebo blízku ich pôvodnému stavu, má viaceré výhody pre ekonomiku štátu. Umožňuje využitie existujúcich materiálov a súčastí na výrobu nových produktov. Tým sa šetrí množstvo nových surovín a znižujú sa náklady na ich nákup, čo prispieva k efektívnejšiemu využívaniu zdrojov. Proces remanufaktúry vyžaduje odborné zručnosti a prácu vykonávanú ľuďmi, čo vytvára pracovné miesta v oblastiach ako sú opravy, obnova a testovanie produktov. Tieto pracovné miesta môžu prispieť k znižovaniu nezamestnanosti a podporovať miestne hospodárstvo. Ďalej stimuluje inovácie v oblasti spracovania materiálov a technológií. Výrobcovia sa musia snažiť vylepšiť procesy a techniky, aby zabezpečili kvalitu a výkonnosť remanufakturovaných produktov, čo môže viesť k novým technologickým riešeniam a zlepšeniu konkurencieschopnosti. Remanufaktúra má nižší environmentálny dopad ako výroba nových produktov, pretože minimalizuje spotrebu nových surovín, energie a vody. Tým sa znižuje množstvo odpadu generovaného výrobou a zlepšuje sa celková udržateľnosť procesu. Umožňuje predĺžiť životnosť produktov tým, že ich obnovuje a opravuje, čo znižuje potrebu výroby nových produktov a podporuje kultúru trvalo udržateľného spotrebného správania. Vzhľadom na rastúci dopyt po udržateľných riešeniach sa remanufaktúra stáva čoraz atraktívnejšou možnosťou pre výrobcov. Firmy, ktoré investujú do remanufaktúry, môžu získať konkurenčnú výhodu tým, že ponúkajú ekologicky zodpovedné produkty a

služby. Tieto výhody remanufaktúry prispievajú k udržateľnému rozvoju, efektívnejšiemu využívaniu zdrojov a podpore konkurencieschopnosti priemyslu.

Recyklácia:

Recyklácia je proces, pri ktorom sa materiály zbierajú, spracúvajú a premieňajú na nové výrobky, často s cieľom znížiť spotrebu surovín, šetriť energiu a minimalizovať vplyv na životné prostredie. Je kľúčovým prvkom udržateľného odpadového hospodárstva a ochrany zdrojov.

Cieľ: Zhodnocovanie materiálov z použitých výrobkov na vytvorenie nových výrobkov.

Realizácia: Vývoj efektívnych recyklačných procesov a systémov, využívanie recyklovateľných materiálov vo výrobe a vytváranie uzavretých systémov, v ktorých sa materiály neustále recyklujú. To pomáha znižovať závislosť od primárnych zdrojov a minimalizuje vplyv ťažby zdrojov na životné prostredie.

Recyklácia je rozhodujúcou stratégiou na podporu obehového hospodárstva, znižovanie znečistenia životného prostredia a prispievanie k udržateľnému hospodáreniu so zdrojmi. Vyžaduje si spoluprácu jednotlivcov, podnikov a vlád pri zavádzaní účinných recyklačných programov, zvyšovaní povedomia a vytváraní trhu pre recyklované výrobky.

Recyklácia má mnoho výhod pre ekonomiku štátu. Vytvára pracovné miesta v rôznych odvetviach, ako sú zber a triedenie odpadu, spracovanie recyklovateľných materiálov, výroba recyklovaných produktov a distribúcia. Tieto pracovné miesta môžu prispieť k znižovaniu nezamestnanosti a podpore miestneho hospodárstva. Pomáha šetriť náklady na skládkovanie odpadu. Zníženie množstva odpadu, ktorý končí na skládke, môže šetriť verejné financie, pretože skládkovanie je nákladné a môže predstavovať environmentálne riziká. Vyrobiť nový produkt z recyklovaných materiálov môže byť energeticky menej náročné ako výroba nového produktu z primárnych surovín. Recyklácia teda môže pomôcť šetriť energiu a znižovať emisie skleníkových plynov spojené s výrobou. Rovnako môže znížiť závislosť na dovoze primárnych surovín z iných krajín. Ak je k dispozícii dostatok recyklovateľných materiálov doma, môže to pomôcť znížiť riziko pre hospodárstvo spojené s kolísaním cien alebo obmedzenou dostupnosťou surovín na svetovom trhu. Recyklácia môže podporiť inovácie v oblasti spracovania materiálov, technológií na recykláciu a vývoja recyklovaných produktov. Tieto inovácie môžu zlepšiť konkurencieschopnosť priemyslu a podporiť ekonomický rast. Firmy a štáty, ktoré podporujú recykláciu a udržateľné správanie, môžu získať pozitívny obraz značky a zlepšiť svoju spoločenskú zodpovednosť. To môže mať pozitívny vplyv na ich reputáciu a podporiť lojalitu zákazníkov a investorov. Tieto výhody ukazujú, že recyklácia môže mať pozitívny vplyv na ekonomiku štátu tým, že podporuje tvorbu pracovných miest, šetrí náklady, zlepšuje energetickú efektívnosť a podporuje inovácie a konkurencieschopnosť.

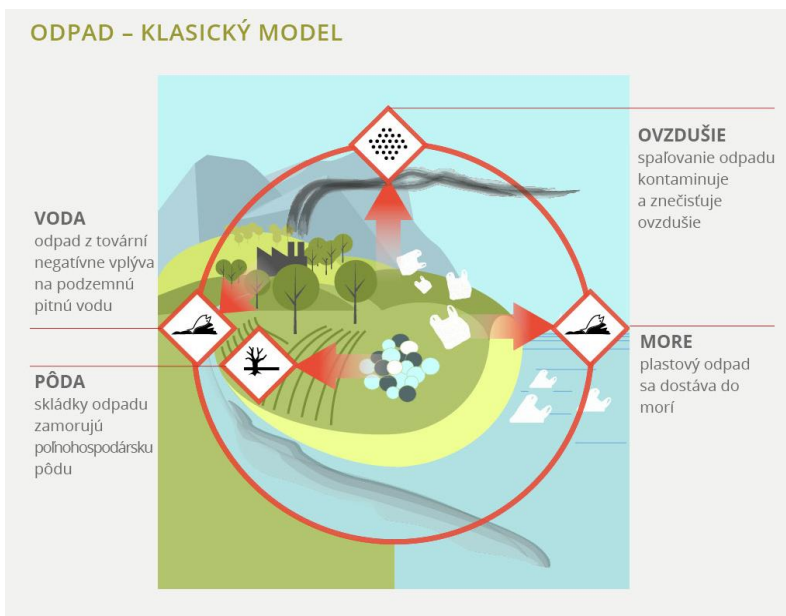
Znižovanie množstva odpadu:

Znižovanie množstva odpadu sa vzťahuje na systematické úsilie o minimalizáciu množstva vyprodukovaného a zneškodneného odpadu s cieľom znížiť jeho vplyv na životné prostredie. Cieľom je optimalizovať využívanie zdrojov, podporovať udržateľnosť a zmierňovať negatívne účinky spojené s výrobou, spotrebou a likvidáciou tovaru. Znižovanie množstva odpadu zahŕňa rôzne stratégie a postupy zamerané na predchádzanie vzniku odpadu, jeho opätovné použitie, recykláciu a zodpovedné nakladanie s ním.

Cieľ: Minimalizovať odpad počas celého životného cyklu výrobku.

Implementácia: Optimalizovať výrobné procesy s cieľom znížiť množstvo nadbytočného odpadu, navrhovať výrobky s minimálnym množstvom obalov a podporovať zodpovednú spotrebu. Spoločnosti môžu prijať stratégie, ako je štíhla výroba, aby eliminovali odpad v rôznych fázach dodávateľského reťazca.

Znižovanie množstva odpadu je neoddeliteľnou súčasťou širšieho cieľa dosiahnuť udržateľnejšie a obehové hospodárstvo. Vyžaduje si komplexný prístup, na ktorom sa podieľajú jednotlivci, podniky, vládne orgány a širšia komunita. Prijatím postupov znižovania množstva odpadu môže spoločnosť prispieť k zachovaniu zdrojov, zníženiu znečistenia a celkovému zlepšeniu kvality životného prostredia.



Obrázok: Odpad – klasický model

Zdroj: Orwak Slovensko

Znižovanie množstva odpadu má mnoho výhod aj pre ekonomiku štátu, zníženie množstva odpadu znamená nižšie náklady na jeho likvidáciu a správu. Skládkovanie odpadu je nákladný proces, ktorý vyžaduje vyhradené územia, špeciálne infraštruktúry a dlhodobú údržbu. Znižovanie objemu odpadu znižuje aj potrebu budovania nových skládok alebo rozširovania existujúcich. Ďalej podporuje ekonomiku obnovy a recyklácie. Kým skládkovanie môže byť jednou z možností likvidácie odpadu, recyklácia a obnova materiálov vytvárajú pracovné miesta a prispievajú k tvorbe hodnoty z odpadových materiálov. Výroba nových produktov z recyklovaných materiálov môže byť energeticky efektívnejšia ako výroba nových produktov z primárnych surovín. Tento proces môže znížiť spotrebu energie a tým aj náklady spojené s výrobou. Znižovanie množstva odpadu vedie k zníženiu environmentálneho zaťaženia spojeného so skládkovaním a spaľovaním odpadu. To môže zlepšiť kvalitu ovzdušia, pôdy a vody, čo má priaznivý vplyv na zdravie ľudí a biodiverzitu. Tak isto je kľúčovým prvkom trvalo udržateľného rozvoja. Tento prístup podporuje efektívnejšie využívanie zdrojov, minimalizuje environmentálnu záťaž a pomáha zabezpečiť udržateľnú existenciu pre budúce generácie. Snaha o znížovanie množstva odpadu stimuluje inovácie v oblasti dizajnu produktov, technológií na recykláciu a spracovania odpadov. Firmy, ktoré investujú do inovácií v tejto oblasti, môžu získať konkurenčnú výhodu a prispieť k dlhodobej udržateľnosti svojho podnikania. Výhody znížovania množstva odpadu pre ekonomiku štátu ukazujú, že tento prístup nie je len prospešný pre životné prostredie, ale aj pre hospodársky rozvoj a konkurencieschopnosť.⁵

⁵ Stahel, W. R.. (2015). The Circular Economy. A Wealth of Flows (ed. Webster, K.) 86–103. Ellen MacArthur Foundation



Obrázok: Minimalizovanie odpadu: Obehové hospodárstvo

Zdroj: Orwak Slovensko

Odpadový manažment je proces riadenia odpadových materiálov od ich vzniku až po ich konečnú likvidáciu alebo spracovanie. Cieľom odpadového manažmentu je minimalizovať negatívne environmentálne a zdravotné dopady odpadových materiálov a maximalizovať ich úžitok alebo recykláciu. Základným princípom odpadového manažmentu je snaha minimalizovať množstvo vytváraného odpadu. To sa dosahuje prostredníctvom opatrení, ako je zlepšenie procesov výroby a spotreby, podpora ekologického dizajnu produktov a služieb a vytváranie osvetových kampaní na podporu zníženia spotreby a recyklácie. Dôležitým krokom v odpadovom manažmente je správne zbieranie a triedenie odpadu. To zahŕňa zabezpečenie dostupnosti kontajnerov na separovaný zber rôznych druhov odpadu, ako sú sklo, plasty, papier, kovy a organický odpad. Odpadový manažment zahŕňa aj procesy recyklácie a spracovania odpadových materiálov. Recyklácia umožňuje materiálom prejsť cez cyklus použitia a znovupoužitia, čím sa minimalizuje potreba nových surovín a energie na výrobu nových produktov. Tam, kde nie je možné recyklovať alebo znovu použiť odpadové materiály, je potrebné zabezpečiť ich bezpečnú

likvidáciu. To môže zahŕňať spálenie odpadu za účelom výroby energie alebo skládkovanie na kontrolovaných skládkach, ktoré minimalizujú negatívne environmentálne vplyvy. Odpadový manažment je často regulovaný zákonmi a politikami, ktoré stanovujú štandardy pre správnu likvidáciu a spracovanie odpadov. Tieto zákony môžu zahŕňať požiadavky na triedenie odpadu, obmedzenia skládkovania a stimuly na podporu recyklácie a zníženie odpadu.

Celkový cieľ odpadového manažmentu je minimalizovať negatívne environmentálne dopady odpadu a maximalizovať jeho úžitok a hodnotu. Efektívny odpadový manažment je kľúčovým prvkom pre dosiahnutie udržateľnej budúcnosti a ochranu životného prostredia pre budúce generácie.

Spolupráca a zdieľanie:

Spolupráca a zdieľanie sa v kontexte udržateľnosti a obehového hospodárstva vzťahujú na postupy a systémy, ktoré podporujú spoločné úsilie a spoločné využívanie zdrojov. Cieľom týchto prístupov je optimalizácia využívania zdrojov, minimalizácia odpadu a posilnenie pocitu spolupatričnosti a spoločnej zodpovednosti.

Cieľ: Maximalizovať využívanie produktov a zdrojov prostredníctvom zdieľania a kolaboratívnych obchodných modelov.

Implementácia platforiem na zdieľanie, podpora modelov produktov ako služby a podpora kolaboratívnej spotreby. Táto zásada podporuje prechod od vlastníctva k prístupu, čím sa znižuje celkový dopyt po nových výrobkoch.

Spolupráca a zdieľanie prispievajú k zásadám udržateľnosti a obehového hospodárstva tým, že optimalizujú využívanie zdrojov, znižujú celkovú spotrebu a budujú silnejšie, vzájomne prepojené komunity. Tieto postupy sú v súlade s cieľom vytvoriť odolnejšie, zdrojovo efektívnejšie a sociálne zodpovednejšie globálne hospodárstvo.

Spolupráca a zdieľanie majú mnoho výhod pre ekonomiku štátu, ako aj pre jednotlivcov a domácnosti. Z pohľadu ekonomiky štátu je to najmä, že umožňujú efektívnejšie využívanie zdrojov tým, že sa zdieľajú existujúce zdroje a infraštruktúra, čo vedie k zníženiu plytvania a optimalizácii využitia zdrojov. Ďalej podporujú výmenu nápadov, znalostí a skúseností medzi rôznymi aktérmi, čo môže viesť k inováciám a novým riešeniam. To môže vytvoriť priaznivé prostredie pre rast a konkurencieschopnosť. Môžu byť prospešné pre malé a stredné podniky (MSP), pretože im umožňujú získať prístup k zdrojom a službám, ktoré by inak neboli dostupné pre nich. To môže pomôcť posilniť MSP a podporiť ich rast. Spolupráca a zdieľanie môžu byť prospešné pre malé a stredné podniky (MSP), pretože im umožňujú získať prístup k zdrojom a službám, ktoré by inak neboli dostupné pre nich. To môže pomôcť posilniť MSP a podporiť ich rast.

Z pohľadu jednotlivcov alebo domácností umožňujú zdieľať náklady na produktoch a službách s ostatnými. To môže viesť k úspore peňazí v porovnaní s vlastným vlastníctvom. Zdieľanie umožňuje jednotlivcom získať prístup k zdrojom a službám, ktoré by inak neboli dostupné pre nich. Napríklad zdieľanie aut, nástrojov alebo kancelárskych priestorov mô-

že umožniť ľuďom mať prístup k veciam, ktoré potrebujú, bez toho aby ich museli vlastníť. Čo môže podporiť sociálnu interakciu tým, že umožnia ľuďom stretnúť sa a komunikovať s inými ľuďmi, ktorí majú podobné záujmy a potreby. Zdieľanie zdrojov a služieb môže prispievať k zníženiu environmentálnej záťaže tým, že minimalizuje potrebu výroby nových produktov a infraštruktúry. To môže viesť k zníženiu emisií skleníkových plynov a ochrane prírodných zdrojov. Všetky tieto výhody ukazujú, že spolupráca a zdieľanie môžu mať pozitívny vplyv na ekonomiku štátu a zároveň prinášať výhody jednotlivcom a domácnostiam v podobe úspor financií, zlepšenia prístupu k zdrojom a podpory udržateľného životného štýlu.

Efektívne využívanie zdrojov:

Efektívne využívanie zdrojov sa vzťahuje na optimalizáciu využívania zdrojov s cieľom dosiahnuť maximálnu hodnotu a prínosy pri minimalizácii odpadu a vplyvu na životné prostredie. Ide o kľúčový koncept v kontexte udržateľnosti a obehového hospodárstva. Cieľom efektívneho využívania zdrojov je získať čo najväčšiu hodnotu z dostupných zdrojov, či už ide o suroviny, energiu, vodu alebo iné vstupy, a zároveň minimalizovať negatívne environmentálne a sociálne dôsledky spojené s ich ťažbou, využívaním a likvidáciou.

Cieľ: Optimalizovať využívanie zdrojov s cieľom oddeliť hospodársky rast od spotreby zdrojov.

Realizácia: Zavedenie postupov efektívneho využívania zdrojov vo výrobe, zlepšenie energetickej účinnosti a prijatie obehových obchodných modelov. To zahŕňa minimalizáciu odpadu, zníženie využívania primárnych zdrojov a hľadanie inovatívnych spôsobov udržateľnejšieho využívania materiálov.

Efektívne využívanie zdrojov je nevyhnutné na dosiahnutie udržateľného rozvoja, riešenie environmentálnych výziev a podporu hospodárskej odolnosti. Zahŕňa systémový prístup, ktorý zohľadňuje celý životný cyklus výrobkov a služieb, od ťažby surovín až po ich konečnú likvidáciu. Optimalizáciou využívania zdrojov môžu spoločnosti znížiť svoju environmentálnu stopu, zvýšiť hospodársku konkurencieschopnosť a prispieť k dlhodobému blahu planéty a jej obyvateľov.

Tieto princípy synergicky pôsobia na vytvorenie uzavretého systému, v ktorom výrobky a materiály neustále kolujú v hospodárstve, čím sa minimalizuje vplyv na životné prostredie, šetria zdroje a podporuje udržateľný hospodársky rast. Prijatie týchto zásad si vyžaduje spoločné úsilie, do ktorého sa zapoja podniky, vlády a spotrebiteľia, aby sa dosiahla systémová zmena.

Efektívne využívanie zdrojov prináša množstvo výhod pre ekonomiku štátu, ako napr. vedie k lepšiemu využitiu dostupných zdrojov a minimalizuje plytvanie. To môže viesť k zníženiu nákladov pre podniky a verejný sektor, čo má pozitívny vplyv na celkovú hospodársku efektívnosť. Podniky, ktoré efektívne využívajú zdroje, sú schopné vyrábať výrobky a poskytovať služby za nižšie náklady, čo im umožňuje byť konkurencieschopnejšie na trhu. To môže viesť k zlepšeniu ich pozície na trhu a zvýšeniu ziskov. Efektívne využívanie zdrojov stimuluje inovácie a technologický pokrok tým, že podnecuje vývoj nových tech-

nológií, procesov a postupov, ktoré umožňujú lepšie využívanie zdrojov a minimalizujú odpad. Efektívne využívanie zdrojov môže prispieť k zníženiu environmentálneho zaťaženia tým, že minimalizuje spotrebu energie, surovín a vody, a znižuje produkciu odpadov a emisií. To môže viesť k lepšiemu ochrane životného prostredia a zlepšeniu kvality životného prostredia pre obyvateľov. Efektívne využívanie zdrojov je kľúčové pre dosiahnutie udržateľného rozvoja, ktorý zohľadňuje potreby súčasných generácií bez ohrozenia potrieb budúcich generácií. Tým, že sa minimalizuje plytvanie a maximalizuje využitie zdrojov, sa zabezpečuje dlhodobá udržateľnosť ekonomiky a spoločnosti. Tieto výhody ukazujú, že efektívne využívanie zdrojov je kľúčovým prvkom pre hospodársky rast, konkurencieschopnosť a udržateľný rozvoj ekonomiky štátu. Investície do opatrení na zlepšenie efektívnosti využívania zdrojov môžu priniesť mnohé výhody nielen pre podniky, ale aj pre spoločnosť ako celok.

Prechod na obehové hospodárstvo si vyžaduje spoluprácu medzi vládami, podnikmi a spotrebiteľmi. Zahŕňa zmenu myslenia z tradičného prístupu "vezmi, vyrob, zlikviduj" na prístup, ktorý oceňuje udržateľnosť, dlhú životnosť a zodpovedné využívanie zdrojov. Prijatie zásad obehového hospodárstva môže viesť k hospodárskym, environmentálnym a sociálnym prínosom, čo prispeje k odolnejšej a udržateľnejšej budúcnosti.

Do popredia tu vstupuje aj koncept pre ekologické riešenia, ktorý sa týka vytvárania a implementácie inovatívnych spôsobov a technológií, ktoré zohľadňujú environmentálne aspekty a prispievajú k udržateľnejšiemu a ekologickejšiemu spôsobu života a hospodárenia. Tieto riešenia majú za cieľ minimalizovať negatívne environmentálne dopady ľudských činností a podporovať ochranu životného prostredia. Jedným z hlavných aspektov ekologických riešení je vývoj produktov a služieb s ohľadom na ich environmentálny vplyv. Ekologický dizajn zahŕňa navrhovanie produktov tak, aby boli energeticky účinné, dlhotrvajúce, ľahko opraviteľné a recyklovateľné. Cieľom je minimalizovať spotrebu zdrojov a produkciu odpadu počas celého životného cyklu výrobku. Ekologické riešenia sa snažia minimalizovať spotrebu prírodných zdrojov, ako sú voda, energia, drevo a minerály. To sa dosahuje prostredníctvom efektívneho využívania zdrojov, recyklácie a znovupoužívania materiálov a podporou obnoviteľných zdrojov energie. Ochrana biodiverzity je dôležitou súčasťou ekologických riešení. Tieto riešenia podporujú udržateľné hospodárenie s pôdou a vodnými zdrojmi, minimalizujú odlesňovanie a znečisťovanie prostredia a zaisťujú zachovanie biologického rozmanitosti ekosystémov. Ekologické riešenia podporujú vývoj a implementáciu nových technológií, ktoré sú šetrné k životnému prostrediu. Tieto technológie môžu zahŕňať obnoviteľné zdroje energie, čisté technológie výroby, čisté dopravné systémy a inteligentné riadiace systémy pre účinnejšie využívanie zdrojov. Ekologické riešenia zahŕňajú aj osvetové kampane a vzdelávacie programy na zvýšenie povedomia a pochopenia environmentálnych problémov a možností ich riešenia. Cieľom je motivovať jednotlivcov, podniky a verejné orgány k prijímaniu environmentálne zodpovedných rozhodnutí a správaniu.

Ekologické riešenia sú kľúčovým nástrojom pre dosiahnutie udržateľného rozvoja a ochranu životného prostredia. Ich implementácia vyžaduje spoluprácu medzi rôznymi zainteresovanými stranami - od vládnych inštitúcií a podnikov po občiansku spoločnosť a

akademické inštitúcie. Spoločnými úsiliami môžeme dosiahnuť pozitívne environmentálne zmeny a zabezpečiť trvalo udržateľnú budúcnosť pre všetky živé bytosti na našej planéte.

1.3 Možnosti podpory obehového hospodárstva

Podpora obehového hospodárstva zahŕňa prijatie udržateľných postupov v rôznych aspektoch nášho života, od spotrebiteľských rozhodnutí až po obchodné operácie. Tu je niekoľko spôsobov, ako môžu jednotlivci, podniky a tvorcovia politík prispieť k obehovému hospodárstvu a podporiť ho:

a) Individuálne opatrenia:

Podpora obehového hospodárstva ako jednotlivca zahŕňa osvojenie si návykov a prijímanie rozhodnutí, ktoré sú v súlade so zásadami obehového hospodárstva. Tu je niekoľko opatrení, ktoré môžu jednotlivci prijať na podporu obehového hospodárstva a prispieť k udržateľnejšiemu a zdrojovo efektívnejšiemu spôsobu života:

- Rozumná spotreba: Nakupujte z druhej ruky: Zvážte nákup použitých alebo renovovaných výrobkov. Prednosť kvality pred kvantitou: Investujte do odolných a kvalitných výrobkov, ktoré majú dlhšiu životnosť.
- Zníženie množstva odpadu: Zodpovedne recyklujte: Materiály správne triedte a recyklujte. Znížte množstvo predmetov na jedno použitie: Namiesto jednorazových predmetov si vyberte alternatívy na opakované použitie.
- Opravy a údržba: Naučte sa základné opravy: Získajte základné zručnosti v oblasti opráv alebo podporte miestne opravárenské služby. Stanovte si priority opráv: Pri poškodených predmetoch uprednostnite opravu pred výmenou.
- Zdieľaná ekonomika: Prenájom alebo zdieľanie: Využívajte platformy na zdieľanie predmetov, ktoré nepoužívate často. Zapojte sa do komunitných iniciatív: Zapojte sa do komunitných výmenných podujatí alebo výpožičných knižníc.
- Vzdelávajte a propagujte: Zostaňte informovaní: Informujte sa o obehovom hospodárstve a jeho zásadách. Presadzujte zmeny: Podporujte podniky a tvorcov politík, aby prijali obehové postupy.

Prijatím týchto individuálnych opatrení môžu ľudia aktívne prispieť k prechodu na obehové hospodárstvo a podporiť udržateľný a regeneratívny prístup k využívaniu zdrojov. Ak sa tieto opatrenia prijímajú spoločne, môžu mať pozitívny vplyv na životné prostredie a prispieť k budovaniu odolnejšej a udržateľnejšej budúcnosti.

b) Podnikateľské postupy:

Podniky zohrávajú kľúčovú úlohu pri presadzovaní obehového hospodárstva tým, že do svojich činností začleňujú udržateľné a obehové postupy. Tu je niekoľko obchodných postupov, ktoré podporujú obehovosť:

- Obehový dizajn výrobkov: Dizajn pre trvanlivosť: Vytvárajte výrobky, ktoré majú dlhú životnosť a dajú sa opraviť. Zohľadnite koniec životnosti: Plánujte prípadnú recykláciu alebo opätovnú výrobu výrobkov.
- Programy spätného odberu: Realizujte recyklačné iniciatívy: Vytvorte programy na zber a recykláciu výrobkov po skončení ich životnosti. Ponúknite možnosti výmeny: Poskytnite zákazníkom stimuly na výmenu starých výrobkov pri kúpe nových.
- Spolupráca: Spolupracujte s iniciatívami obehového hospodárstva: Spolupracujte s organizáciami a iniciatívami podporujúcimi postupy obehového hospodárstva.
- Optimalizácia dodávateľského reťazca: Spolupracujte s dodávateľmi s cieľom znížiť množstvo odpadu a optimalizovať využívanie zdrojov.
- Obehové obchodné modely: Produkt ako služba: Ponúkajte služby namiesto priameho predaja výrobkov. Modely predplatného: Poskytovanie prístupu k produktom na základe predplatného.
- Transparentnosť a certifikácia: Informujte o kruhových postupoch: Jasne informujte spotrebiteľov o obehových iniciatívach. Hľadajte certifikáty: Získajte certifikáty, ktoré overujú dodržiavanie zásad obehového hospodárstva.

Prijatím týchto obchodných postupov môžu spoločnosti prispieť k obehovejšiemu hospodárstvu, znížiť svoj vplyv na životné prostredie a vytvoriť dlhodobú hodnotu pre podnik aj spoločnosť. Obehové podnikateľské postupy nielenže zvyšujú udržateľnosť, ale zároveň umožňujú podnikom prosperovať v budúcnosti, keď budú obmedzené zdroje a budú si uvedomovať potrebu ochrany životného prostredia.

c) Politika a propagácia:

Politika a propagácia zohrávajú kľúčovú úlohu pri presadzovaní a podpore prechodu na obehové hospodárstvo. Vlády, mimovládne organizácie (MVO) a ďalšie zainteresované strany môžu využívať politické nástroje na vytvorenie priaznivého prostredia, ktoré podporuje obehové postupy. Tu sú uvedené kľúčové prvky politiky a propagácie na podporu obehového hospodárstva:

- Regulačná podpora: Stimuly pre obehové postupy: Vlády môžu poskytovať daňové stimuly alebo dotácie pre podniky, ktoré prijímajú obehové postupy. Presadzovanie rozšírenej zodpovednosti výrobcov (EPR): Vyžadujte od výrobcov zodpovednosť za celý životný cyklus ich výrobkov.
- Vzdelávanie a informovanosť: Zahrňte obehové hospodárstvo do vzdelávania: Začleniť koncepty obehového hospodárstva do vzdelávacích osnov.
- Kampane na zvyšovanie povedomia verejnosti: Zvyšujte povedomie o výhodách obehového hospodárstva a udržateľnej spotreby.
- Výskum a inovácie: Financovanie obehových inovácií: Podpora výskumu a vývoja obehových technológií a procesov.
- Spolupráca s priemyslom: Podporujte spoluprácu medzi výskumnými inštitúciami a podnikmi s cieľom podporiť inovácie.
- Štandardizácia:

Vyvíjať obehové normy: Zaviesť priemyselné normy pre obehové postupy.

Certifikačné programy: Zaviesť certifikačné programy, ktoré môžu podniky využívať na prezentáciu svojho úsilia v oblasti obehového hospodárstva.

Účinné politické a propagačné úsilie si vyžaduje spoluprácu medzi vládami, podnikmi, mimovládnymi organizáciami a občanmi. Vytvorením podporného politického prostredia môžu krajiny uľahčiť prechod na obehové hospodárstvo, podporiť inovácie a riešiť environmentálne a sociálne výzvy spojené so spotrebou zdrojov a tvorbou odpadu.

Podpora obehového hospodárstva si vyžaduje spoločné úsilie. Jednotlivci a organizácie môžu informovanými rozhodnutiami ako spotrebitelia, zavádzaním obehových postupov v podnikoch a presadzovaním podporných politík prispieť k udržateľnejšiemu a regeneratívnejšiemu hospodárskemu modelu.

Štát a Európska únia (EÚ) majú k dispozícii rôzne nástroje a politiky na podporu obehového hospodárstva. Napríklad môžu prijať legislatívu a regulácie, ktoré podporujú obehové hospodárstvo. To môže zahŕňať stanovenie cieľov recyklácie a zníženia skládkovania odpadov, zavádzanie zákazov určitých jednorazových plastových výrobkov a podpora ekologického dizajnu produktov.

Môžu poskytovať finančné stimuly a dotácie na projekty a iniciatívy zamerané na obehové hospodárstvo. To môže zahŕňať investície do infraštruktúry na triedenie a recykláciu odpadov, podporu výskumu a inovácií v oblasti recyklácie a remanufaktúry, a poskytovanie dotácií na projekty, ktoré podporujú znovupoužitie a zdieľanie.

Ďalej môžu využiť politiky verejného obstarávania na podporu obehového hospodárstva tým, že pri získavaní verejných zákaziek uprednostnia výrobky a služby s vysokým podielom recyklovaných materiálov a s nízkou environmentálnou záťažou. Okrem toho môžu využiť politiky verejného obstarávania na podporu obehového hospodárstva tým, že pri získavaní verejných zákaziek uprednostnia výrobky a služby s vysokým podielom recyklovaných materiálov a s nízkou environmentálnou záťažou. Tu môže pomôcť koncept zeleného verejného obstarávania sa zameriava na integrovanie environmentálnych a udržateľných kritérií do verejných obstarávacích procesov. Tento koncept umožňuje verejným inštitúciám a orgánom nakupovať výrobky, služby a stavebné práce s nižším environmentálnym dopadom a vyššou úrovňou udržateľnosti. Hlavným cieľom zeleného verejného obstarávania je minimalizovať negatívne environmentálne vplyvy verejných obstarávaní a podporovať trvalo udržateľný rozvoj. Zelené verejné obstarávanie zahŕňa zahrnutie environmentálnych kritérií, ako sú spotreba energie, emisie skleníkových plynov, používanie prírodných zdrojov a vytváranie odpadu, do špecifikácií verejných obstarávaní. Tieto kritériá zabezpečujú, že zakúpené výrobky a služby sú šetrné k životnému prostrediu. Ďalej môže posilniť dopyt po ekologických výrobkoch a službách, čo môže viesť k rozvoju trhu s týmito výrobkami a stimulovať inovácie v oblasti ekologických technológií a riešení. Zelené verejné obstarávanie zdôrazňuje transparentnosť a otvorenosť v procese verejných obstarávaní. Verejné orgány by mali jasne stanoviť svoje environmentálne ciele a požiadavky, aby bolo možné efektívne porovnávať ponuky a vybrať najlepšie možné riešenia. Podporuje spoluprácu medzi verejnými orgánmi, dodávateľmi a ďalšími zainteresovanými stranami

s cieľom zdieľať know-how, najlepšie postupy a skúsenosti v oblasti zelených obstarávaní. Vzdelávanie a osvetové kampane sú dôležitou súčasťou tejto spolupráce. Zelené verejné obstarávanie často zahŕňa hodnotenie environmentálneho a sociálneho vplyvu verejných obstarávaní. To umožňuje vyhodnotiť účinky obstarávania na životné prostredie a spoločnosť a identifikovať možnosti zlepšenia. Implementácia zeleného verejného obstarávania môže mať významný pozitívny vplyv na životné prostredie, stimulovať trvalo udržateľný rozvoj a podporovať ekologické inovácie v rámci verejných a súkromných sektorov.

V neposlednom rade môžu podporovať partnerstvá a spoluprácu medzi rôznymi zainteresovanými stranami, vrátane verejného sektora, súkromného sektora, občianskej spoločnosti a akademických inštitúcií. Tieto partnerstvá môžu spoločne vyvíjať politiky, projekty a iniciatívy na podporu obehového hospodárstva a zdieľať osvedčené postupy a know-how. Tieto možnosti podpory sú len niektoré z mnohých spôsobov, ako štáty a EÚ môžu podporovať obehové hospodárstvo a pomáhať prechodu na udržateľnejší a efektívnejší spôsob využívania zdrojov. Ich účinnosť závisí od efektívneho vykonávania a koordinácie politik a opatrení na všetkých úrovniach.

1.4 Potreba obehového hospodárstva

Potrebu obehového hospodárstva v súčasnom svete vyvoláva celý rad vzájomne prepojených výziev, ktoré si vyžadujú zásadnú zmenu nášho prístupu k výrobe, spotrebe a hospodáreniu so zdrojmi. Tu sú kľúčové dôvody, prečo je obehové hospodárstvo v dnešnom kontexte kľúčové:

a) Nedostatok zdrojov:

Nedostatok zdrojov označuje situáciu, keď sa dostupnosť určitých prírodných zdrojov stáva obmedzenou alebo nedostatočnou na uspokojenie požiadaviek ľudských činností, hospodárskeho rozvoja a rastu populácie. Tento nedostatok môže nastať v dôsledku rôznych faktorov vrátane obmedzenej dostupnosti, nadmerného využívania, nerovnomerného rozdelenia a rastúceho globálneho dopytu. Tento pojem je ústredným bodom diskusií o udržateľnosti, ochrane životného prostredia a zodpovednom hospodárení so zdrojmi.

Výzva: Svet čelí rastúcemu nedostatku prírodných zdrojov vrátane nerastných surovín, kovov a fosílnych palív.

Cirkulárne riešenie: Obehové hospodárstvo podporuje udržateľné využívanie a opätovné využívanie zdrojov, čím sa znižuje tlak na obmedzené zdroje a minimalizuje ťažba. Riešenie problému nedostatku zdrojov si vyžaduje holistický a udržateľný prístup vrátane efektívneho využívania zdrojov, recyklácie, zodpovedných postupov ťažby, úsilia o zachovanie zdrojov a vývoja alternatívnych technológií. Konceptcia zdôrazňuje význam prechodu na udržateľnejšie a obehové hospodárske modely s cieľom zabezpečiť dlhodobú dostupnosť základných zdrojov.

b) Produkcia odpadu:

Vznik odpadu sa vzťahuje na tvorbu rôznych druhov odpadových materiálov ako vedľajšieho produktu ľudských činností, výrobných procesov a modelov spotreby. Patrí sem tuhý odpad, kvapalný odpad a plyný odpad produkovaný domácnosťami, podnikmi, priemyselnými odvetvami a inými subjektmi. Nakladanie s odpadom a jeho likvidácia predstavujú významné environmentálne, hospodárske a sociálne výzvy.

Výzva: Lineárny model "vziať - vyrobiť - zlikvidovať" má za následok značnú produkciu odpadu, čo vedie k znečisťovaniu životného prostredia a vzniku skládok.

Cirkulárne riešenie: Podporou opätovného použitia, recyklácie a zodpovednej spotreby obehové hospodárstvo minimalizuje množstvo odpadu, šetrí zdroje a znižuje vplyv likvidácie odpadu na životné prostredie. Úsilie o riešenie vzniku odpadu sa často zameriava na znižovanie množstva odpadu pri zdroji, udržateľné vzorce spotreby, iniciatívy v oblasti recyklácie a zhodnocovania a vývoj inovatívnych technológií nakladania s odpadom. Prechod na obehové hospodárstvo zohráva kľúčovú úlohu aj pri minimalizácii odpadu prostredníctvom podpory postupov efektívneho využívania zdrojov a recyklácie.

c) Zhoršovanie životného prostredia: Degradácia životného prostredia sa týka zhoršovania prírodného prostredia vyčerpávaním zdrojov, ničením ekosystémov a zhoršovaním ekosystémových služieb. Zahŕňa rôzne aktivity vyvolané človekom, ktoré nepriaznivo ovplyvňujú ovzdušie, vodu, pôdu, biodiverzitu a celkové zdravie ekosystému. Degradácia životného prostredia má ďalekosiahle dôsledky pre svet prírody aj pre ľudské spoločnosti.

Výzva: Tradičné modely výroby a spotreby prispievajú k odlesňovaniu, ničeniu biotopov a znečisťovaniu, čo vedie k strate biodiverzity a zmene klímy.

Cirkulárne riešenie: Kruhové postupy znižujú environmentálnu stopu minimalizovaním ťažby zdrojov, znižovaním spotreby energie a podporou udržateľných výrobných procesov. Riešenie zhoršovania životného prostredia si vyžaduje spoločné úsilie o prijatie udržateľných postupov, ochranných opatrení a politík, ktoré podporujú starostlivosť o životné prostredie. To zahŕňa iniciatívy na zníženie znečistenia, ochranu prirodzených biotopov, podporu trvalo udržateľného využívania zdrojov a zmiernenie dopadov zmeny klímy. Globálna spolupráca a individuálna zodpovednosť sú nevyhnutné na podporu udržateľnejšieho a odolnejšieho vzťahu medzi ľudskými činnosťami a prírodným prostredím.

d) Zmierňovanie klimatických zmien:

Zmierňovanie klimatických zmien sa týka úsilia a opatrení podniknutých na zníženie alebo zabránenie emisií skleníkových plynov (GHG) do zemskej atmosféry a na minimalizáciu dopadov ľudskej činnosti na klimatický systém. Primárnym cieľom zmierňovania klimatických zmien je obmedziť rozsah globálneho otepľovania a s ním spojené nepriaznivé vplyvy na ekosystémy, ľudskú spoločnosť a planétu ako celok. Stratégie zmierňovania sa zameriavajú na zníženie hybných síl klimatických zmien, ako je spaľovanie fosílnych palív a odlesňovanie.

Výzva: Lineárne modely výroby prispievajú k emisiám skleníkových plynov, čím sa zhoršujú klimatické zmeny.

Cirkulárne riešenie: Recyklácia, prerobenie a ďalšie obehové postupy znižujú potrebu energeticky náročných výrobných procesov, čím prispievajú k nižším emisiám uhlíka. Zmierňovanie klimatických zmien je trvalé a mnohostranné úsilie, ktoré zahŕňa kombináciu individuálnych, komunitných, firemných a vládnych opatrení. Vyžaduje si to záväzok k udržateľnému postupom, prijatie nízkouhlíkových technológií a globálny kooperatívny prístup pri riešení výziev, ktoré prináša zmena klímy.

e) Ekonomická odolnosť:

Ekonomická odolnosť sa vzťahuje na schopnosť ekonomického systému odolávať a zotavovať sa z šokov, porúch alebo stresorov pri zachovaní jeho stability a funkčnosti. Odolnosť je kritickým aspektom robustnej a udržateľnej ekonomiky, pretože pomáha zmierniť negatívne dopady rôznych výziev, ako sú hospodárske poklesy, prírodné katastrofy alebo globálne krízy. Odolná ekonomika sa dokáže prispôbiť meniacim sa okolnostiam, absorbovať šoky a naďalej poskytovať príležitosti pre rast a blahobyt.

Výzva: Ekonomické systémy závislé od obmedzených zdrojov sú citlivé na kolísanie cien a narušenie dodávateľského reťazca.

Cirkulárne riešenie: Obehové hospodárstvo podporuje ekonomickú odolnosť diverzifikáciou zdrojov materiálov, znižovaním závislosti od vzácnych zdrojov a vytváraním nových obchodných príležitostí v obehových sektoroch. Ekonomická odolnosť je vyvíjajúci sa koncept, ktorý zohľadňuje dynamickú a prepojenú povahu moderných ekonomík. Budovanie odolnosti si vyžaduje komplexné a koordinované úsilie vlád, firmami, komunitami a jednotlivcami na vytvorenie prostredia, ktoré dokáže efektívne zvládnuť šoky a stresové faktory a zotaviť sa z nich pri zachovaní dlhodobej udržateľnosti.

f) Rastúce povedomie spotrebiteľov:

Rastúce povedomie spotrebiteľov znamená zvyšujúcu sa úroveň vedomostí a povedomia medzi jednotlivcami o rôznych aspektoch produktov a služieb, ktoré používajú. Toto povedomie zahŕňa environmentálne, sociálne, etické a zdravotné hľadiská a podnecuje spotrebiteľov k informovanejším a zodpovednejším rozhodnutiam. Keď sú spotrebiteľia vzdelanejší a angažovanejší, hľadajú produkty a značky, ktoré sú v súlade s ich hodnotami a preferenciami.

Výzva: Spotrebiteľia si čoraz viac uvedomujú environmentálne problémy a požadujú udržateľné produkty a postupy.

Cirkulárne riešenie: Podniky, ktoré prijímajú obehové princípy, môžu splniť očakávania spotrebiteľov, zlepšiť reputáciu značky a využiť rastúci trh s udržateľnými produktmi a službami.

Rastúce povedomie spotrebiteľov má významné dôsledky pre podniky a priemyselné odvetvia a vedie k posunu smerom k udržateľnejším, etickejším a sociálne zodpovednej-

ším postupom. Spoločnosti, ktoré uprednostňujú transparentnosť, starostlivosť o životné prostredie a etické hľadiská, budú pravdepodobne úspešnejšie pri napĺňaní vyvíjajúcich sa preferencií uvedomelého spotrebiteľa.

g) Urbanizácia a populačný rast:

Urbanizácia a rast populácie sú vzájomne prepojené javy, ktoré opisujú významné demografické a priestorové posuny v ľudských spoločnostiach. Tieto trendy majú hlboké dôsledky pre sociálne, ekonomické a environmentálne systémy.

Výzva: Rýchla urbanizácia a rast populácie zintenzívňujú požiadavky na zdroje a tvorbu odpadu, najmä v mestách.

Cirkulárne riešenie: Iniciatívy inteligentných miest a obehové mestské plánovanie môžu vyriešiť tieto výzvy optimalizáciou využívania zdrojov, znížením odpadu a zlepšením celkovej udržateľnosti miest.

Urbanizácia a rast populácie sú vzájomne prepojené procesy, ktoré často prebiehajú súčasne. Urbanizácia má tendenciu byť výraznejšia, keďže rast populácie vedie k zvýšenej migrácii a koncentrácii ľudí v mestských centrách. Zvládnutie výziev spojených s týmito trendmi si vyžaduje premyslené mestské plánovanie, stratégie trvalo udržateľného rozvoja a úsilie o riešenie sociálnych a environmentálnych vplyvov.

h) Regulačné tlaky:

Regulačné tlaky sa týkajú vplyvu a obmedzení vyvíjaných na jednotlivcov, podniky, priemyselné odvetvia alebo iné subjekty prostredníctvom zákonov, nariadení a vládnych politik. Vlády na rôznych úrovniach (miestne, regionálne, národné alebo medzinárodné) vytvárajú a presadzujú predpisy na dosiahnutie špecifických sociálnych, ekonomických, environmentálnych cieľov alebo cieľov verejnej bezpečnosti. Regulačné tlaky zohrávajú kľúčovú úlohu pri formovaní správania, zabezpečovaní súladu a presadzovaní zodpovedných praktík v rôznych sektoroch.

Výzva: Vlády na celom svete si uvedomujú vplyv lineárnych ekonomík na životné prostredie a zavádzajú prísnejšie predpisy.

Cirkulárne riešenie: Podniky, ktoré prijímajú obehové postupy, môžu dodržiavať predpisy, znížovať regulačné riziká a prispievať k dosahovaniu národných a medzinárodných cieľov udržateľnosti.

Pochopenie a zvládnutie regulačných tlakov sú kľúčové pre podniky, organizácie a jednotlivcov, aby zabezpečili súlad, riadenie rizík a prispeli k širším spoločenským cieľom. Efektívne regulačné rámce vytvárajú rovnováhu medzi ochranou verejných záujmov a podporou hospodárskeho rastu a inovácií.

i) Technologický pokrok:

Technologický pokrok znamená neustály pokrok a vývoj nových technológií, nástrojov, procesov a systémov, ktoré zlepšujú efektívnosť, schopnosti a celkovú funkčnosť v rôznych

oblastiach. Tieto pokroky prispievajú k významným zmenám v tom, ako jednotlivci, podniky a spoločnosti fungujú, komunikujú a interagujú.

Výzva: Rýchly technologický pokrok prispieva k elektronickému odpadu a problémom s likvidáciou zastaraných produktov.

Cirkulárne riešenie: Prijatie kruhových obchodných modelov, ako sú programy prenájmu a spätného odberu, môže vyriešiť problém elektronického odpadu a podporiť zodpovednú spotrebu elektroniky.

Technologický pokrok je neoddeliteľnou súčasťou prebiehajúceho vývoja spoločností a ekonomík. Prijatie a riadenie týchto pokrokov si vyžaduje premyslené zváženie ich potenciálneho vplyvu na rôzne aspekty života vrátane sociálnych štruktúr, ekonomických systémov a etických úvah. Nepretržité učenie sa, prispôsobivosť a prístup založený na spolupráci sú kľúčové pre jednotlivcov a organizácie, aby prosperovali v rýchlo sa meniacom technologickom prostredí.

j) Globálna prepojenosť:

Globálna prepojenosť sa týka rozsahu, v akom sú rôzne krajiny, regióny a komunity prepojené a vzájomne závislé v rôznych aspektoch sociálnych, ekonomických, politických, kultúrnych a environmentálnych dimenzií. Tento fenomén urýchlil pokroky v komunikácii, doprave, obchode a technológiách, vďaka čomu je svet prepojenejší ako kedykoľvek predtým.

Výzva: Globalizácia zvyšuje zložitosť dodávateľských reťazcov, čím sa správa zdrojov stáva náročnejšou.

Cirkulárne riešenie: Kruhové postupy, ako je lokalizácia výroby a prijímanie uzavretých systémov, zvyšujú odolnosť dodávateľského reťazca a znižujú vplyvy na životné prostredie spojené s prepravou na veľké vzdialenosti.

Globálna prepojenosť má príležitosti aj výzvy. Aj keď uľahčuje spoluprácu, inovácie a kultúrnu výmenu, vyžaduje si to aj premyslené prístupy na kolektívne riešenie globálnych problémov, podporu spravodlivého rozvoja a riadenie potenciálnych nevýhod prepojených systémov. Uvedomenie si tejto vzájomnej prepojenosti podčiarkuje potrebu medzinárodnej spolupráce a spoločnej zodpovednosti pri riešení zložitých výziev, ktorým svet čelí.

Prechod na obehové hospodárstvo sa považuje za nevyhnutný na riešenie týchto výziev a vytvorenie udržateľnejšej a odolnejšej budúcnosti. Zahŕňa systémový posun, ktorý si vyžaduje spoluprácu medzi vládami, podnikmi a jednotlivcami s cieľom prehodnotiť, ako sa produkty navrhujú, vyrábajú, spotrebúvajú a likvidujú, čo v konečnom dôsledku vedie k regeneratívnejšej a udržateľnejšej globálnej ekonomike.

Prechod na obehové hospodárstvo je dôležitým krokom smerom k udržateľnejšiemu a efektívnejšiemu využívaniu zdrojov. Tradičné lineárne hospodárstvo funguje na princípe "vyťažiť-vyrobiť-použiť-zahodiť". Tento model vedie k nadmernému ťaženiu a využívaniu

prírodných zdrojov, ako sú nerastné suroviny, voda a lesy. S nárastom svetovej populácie a spotreby sa rýchlosť vyčerpania týchto zdrojov zvyšuje. Prechod na obehové hospodárstvo znamená presmerovanie k ekonomike, kde sa zdroje využívajú efektívnejšie, recyklujú sa a znovupoužívajú.

Lineárne hospodárstvo produkuje veľké množstvo odpadu a emisií, čo vedie k znečisťovaniu životného prostredia. Odpadové skládky, emisie z priemyselných procesov a nebezpečné chemikálie ohrozujú biodiverzitu, kvalitu vôd a ovzdušia. Obehové hospodárstvo sa snaží minimalizovať tento vplyv tým, že podporuje recykláciu a obnovu materiálov, čím sa znížia množstvá odpadu a emisií. Lineárne hospodárstvo vytvára stratu hodnôt tým, že sa zdroje využívajú len raz a potom sa zahodia. Obehové hospodárstvo sa snaží minimalizovať túto stratégiu tým, že podporuje znovupoužitie a recykláciu materiálov. Týmto spôsobom sa zachováva hodnota zdrojov v ekonomike a minimalizujú sa environmentálne náklady spojené s ťažbou nových zdrojov. S narastajúcim dopytom a obmedzenou dostupnosťou niektorých surovín sa ich ceny neustále zvyšujú. Prechod na obehové hospodárstvo môže pomôcť znížiť závislosť od týchto vzácnych zdrojov tým, že podporuje recykláciu a znovupoužitie materiálov. Tým sa znižuje tlak na ťažbu nových surovín a minimalizujú sa hospodárske riziká spojené s kolísaním cien surovín.

Obehové hospodárstvo stimuluje inovácie v oblasti dizajnu, výroby a recyklácie. Firmy sú nútené vyvíjať nové technológie a procesy, aby boli schopné recyklovať a znovupoužívať materiály efektívnejšie. Tieto inovácie môžu posilniť konkurencieschopnosť priemyslu a vytvárať nové pracovné miesta v sektoroch súvisiacich s obehovým hospodárstvom. Obehové hospodárstvo je kľúčovým prvkom trvalo udržateľného rozvoja, pretože umožňuje uspokojiť súčasné potreby bez ohrozenia možností budúcich generácií. Tento model hospodárstva kladúc dôraz na udržateľnosť zabezpečuje, aby sa prírodné zdroje využívali zodpovedne a aby sa minimalizoval negatívny vplyv na životné prostredie pre budúce generácie.

Tieto fakty poukazujú na nevyhnutnosť prechodu na obehové hospodárstvo ako spôsobu, ako minimalizovať environmentálnu záťaž, zlepšiť hospodársku efektívnosť a podporiť trvalo udržateľný rozvoj.

Existuje niekoľko teórií a konceptov, ktoré podporujú nevyhnutnosť prechodu na obehové hospodárstvo. Vybrané z nich sú napríklad ekologická ekonomika, ekonomika zdieľania, zelený rast či sociálna ekonomika.

Ekologická ekonomika sa zameriava na štúdium interakcií medzi ľuďmi a ich životným prostredím s dôrazom na udržateľný rozvoj. Základným princípom tejto teórie je idea, že hospodárske aktivity by mali rešpektovať ekologické hranice planéty a nevyčerpávať prírodné zdroje. V rámci ekologickej ekonomiky je obehové hospodárstvo chápané ako prostriedok na zníženie environmentálnej záťaže a minimalizáciu vyťaženia zdrojov. Podporuje sa zmena z lineárneho modelu spotreby a nakladania s odpadmi na kruhový model, kde sa materiály a zdroje znovu používajú a recyklujú.

Ekonomika zdieľania sa zaoberá využívaním zdieľaných zdrojov a služieb ako alternatívy k tradičnému modelu vlastníctva. Hlavným princípom tejto teórie je idea, že zdieľanie

zdrojov umožňuje efektívnejšie využívanie existujúcich prostriedkov a minimalizuje potrebu výroby nových produktov. Obehové hospodárstvo je úzko prepojené s ekonomikou zdieľania, pretože oboje podporujú minimalizáciu plytvania a optimalizáciu využívania zdrojov prostredníctvom spolupráce a zdieľania.

Koncept zeleného rastu sa snaží spojiť ekonomický rast s environmentálnou udržateľnosťou. Tento koncept zdôrazňuje potrebu znížiť environmentálnu záťaž a spotrebu prírodných zdrojov, zatiaľ čo sa zároveň podporuje rast a rozvoj hospodárstva. Obehové hospodárstvo je považované za kľúčový prvok zeleného rastu, pretože umožňuje znižovať ekologickú stopu hospodárstva a minimalizovať negatívne dopady na životné prostredie pri zachovaní hospodárskeho rastu.

Sociálna ekonomika zdôrazňuje dôležitosť sociálnych a environmentálnych cieľov spoločne s hospodárskymi cieľmi. Táto teória kladie dôraz na spravodlivý a inkluzívny rozvoj, ktorý zohľadňuje potreby všetkých členov spoločnosti a minimalizuje nerovnosti. Obehové hospodárstvo môže byť podporované ako súčasť sociálnej ekonomiky, pretože zabezpečuje spravodlivý prístup k zdrojom a službám a podporuje sociálnu inklúziu prostredníctvom zdieľania a spolupráce.

Tieto teórie a koncepty zdôrazňujú dôležitosť prechodu na obehové hospodárstvo ako prostriedok na dosiahnutie udržateľného rozvoja, environmentálnej udržateľnosti a sociálnej spravodlivosti. Podporujú efektívnejšie využívanie zdrojov, minimalizáciu odpadu a zmeny v myslení a správaní sa jednotlivcov aj spoločností s cieľom dosiahnuť trvalo udržateľnú ekonomiku a spoločnosť.

1.5 Kľúčové aspekty obehového prechodu

Obehový prechod, často spojený s obehovým hospodárstvom, zahŕňa posun od lineárneho modelu „zober-vyrob-likviduj“ k regeneratívnemu a udržateľnejšiemu prístupu. Tento prechod je charakterizovaný princípmi, ktorých cieľom je minimalizovať odpad, podporovať efektívne využívanie zdrojov a podporovať dlhodobú environmentálnu a ekonomickú udržateľnosť. Tu sú kľúčové princípy obehového prechodu:

Dizajn pre obehovosť: Produkty a systémy sú navrhnuté so zameraním na odolnosť, opraviteľnosť a recyklovateľnosť s cieľom predĺžiť ich životnosť.

Efektivita zdrojov: Optimalizácia využívania zdrojov minimalizáciou odpadu, znížením spotreby a maximalizáciou hodnoty získanej z materiálov.

Opätovné použitie a opravy: Podpora opätovného použitia produktov a komponentov, ako aj podpora opraviteľnosti s cieľom predĺžiť životnosť tovaru.

Recyklácia: Podpora recyklácie materiálov na vytváranie nových produktov a upcyclácia na zvýšenie hodnoty vyradených položiek.

Regeneračné postupy: Začlenenie regeneračných postupov, ktoré prispievajú k obnove a regenerácii ekosystémov.

Myslenie na životný cyklus: Zohľadnenie celého životného cyklu: Hodnotenie vplyvu produktov a systémov na životné prostredie počas celého ich životného cyklu, od ťažby surovín až po likvidáciu na konci životnosti.

Holistické rozhodovanie: Rozhodovanie založené na holistickom chápaní environmentálnych, sociálnych a ekonomických dôsledkov rôznych možností.

Inovácia obchodného modelu: Product-as-a-Service (PaaS): Prechod od modelov vlastníctva k modelom orientovaným na služby, kde spotrebitelia pristupujú k produktom a službám namiesto toho, aby ich priamo vlastnili.

Kruhovú dodávateľskú reťaz: Prehodnotenie modelov dodávateľských reťazcov s cieľom uprednostniť obehovosť, začlenenie postupov ako spätná logistika a uzavreté systémy.

Digitalizácia a technológie:

Inteligentné technológie: Integrácia digitálnych technológií, ako je internet vecí (IoT) a umelá inteligencia, s cieľom optimalizovať využívanie zdrojov, monitorovať životné cykly produktov a umožniť efektívnu recykláciu.

Blockchain pre sledovateľnosť: Použitie technológie blockchain na transparentnosť a sledovateľnosť dodávateľského reťazca, čím sa zabezpečí autentickosť a udržateľnosť produktov.

Zásady a nariadenia:

Podporné regulačné rámce: Implementácia politik, ktoré podporujú obehové postupy, vrátane rozšírenej zodpovednosti výrobcu (EPR), cieľov znižovania odpadu a noriem pre ekologický dizajn.

Stimuly pre obehové podniky: Poskytovanie finančných a regulačných stimulov pre podniky, ktoré prijímajú obehové postupy, ako sú daňové úľavy alebo dotácie.

Spolupráca a partnerstvá:

Medzisektorová spolupráca: Podpora spolupráce medzi podnikmi, vládami, mimovládnyimi organizáciami a akademickou obcou s cieľom riešiť systémové výzvy a zdieľať najlepšie postupy.

Odvetvové partnerstvá: Spolupráca v rámci odvetví s cieľom vytvoriť zdieľané obehové riešenia, ako sú spoločné výskumné a vývojové iniciatívy.

Zapojenie a vzdelávanie spotrebiteľov:

Povedomie spotrebiteľov: Vzdelávanie spotrebiteľov o zásadách obehového hospodárstva, podpora udržateľnej spotreby a podpora myslenia zodpovedného vlastníctva.

Transparentnosť informácií o produkte: Poskytovanie jasných informácií o pôvode produktov, použitých materiáloch a možnostiach skončenia životnosti, aby spotrebitelia mohli robiť informované rozhodnutia.

Investície do inovácií:

Výskum a vývoj: Investovanie do výskumu a vývoja s cieľom vytvoriť inovatívne technológie, materiály a procesy, ktoré sú v súlade s obehovými princípmi.

Venture Capital for Circular Startups: Podpora startupov a firiem zameraných na riešenia obehového hospodárstva prostredníctvom rizikového kapitálu a iných mechanizmov financovania.

Meranie a podávanie správ:

Kruhovú metriku výkonu: Vývoj a prijímanie štandardizovaných metrík na meranie a vykazovanie obehového výkonu vrátane metrík obehovosti materiálu, znižovania odpadu a efektívnosti zdrojov.

Globálna spolupráca:

Medzinárodná spolupráca: Zapojenie sa do globálnej spolupráce pri riešení cezhraničných výziev súvisiacich s riadením zdrojov, obchodom a vplyvom na životné prostredie.

Zdieľanie osvedčených postupov: Zdieľanie úspešných iniciatív a osvedčených postupov v globálnom meradle s cieľom urýchliť prijatie zásad obehového hospodárstva.

Kruhovú prechod zahŕňa systémový a transformačný posun v rôznych sektoroch, ktorý si vyžaduje aktívnu účasť a spoluprácu podnikov, vlád, spotrebiteľov a iných zainteresovaných strán. Snaží sa vytvoriť odolnejší a udržateľnejší ekonomický systém, ktorý minimalizuje vplyv na životné prostredie a zároveň podporuje hospodársky rast a blaho spoločnosti.

Výzvy obehovej ekonomiky: Navigácia prechodu k trvalo udržateľným postupom

Obehové hospodárstvo, model zameraný na minimalizáciu odpadu, maximalizáciu efektívnosti zdrojov a podporu udržateľnej výroby a spotreby, si získalo celosvetovú pozornosť ako sľubné riešenie environmentálnych a ekonomických výziev. Hoci jej princípy ponúkajú cestu k udržateľnejšej budúcnosti, prechod od lineárnych k obehovým postupom nie je bez komplikácií a prekážok. Tento článok sa ponorí do výziev spojených s prijatím obehového hospodárstva, skúma otázky týkajúce sa politických rámcov, technologických inovácií, správania spotrebiteľov a prispôsobenia priemyslu.

Politické a regulačné výzvy

Fragmentovaná regulačná krajina:

Implementácia zásad obehového hospodárstva si vyžaduje koordinované úsilie v rôznych sektoroch. Regulačné prostredie je však často roztrieštené, s rozdielnymi normami a politikami na regionálnej a národnej úrovni. Harmonizácia predpisov a vytvorenie súdržného rámca je obrovskou výzvou.

Nedostatočná podpora politiky:

Zatiaľ čo niektoré regióny pokročili v podpore obehových iniciatív, mnohým krajinám chýbajú komplexné politiky, ktoré by stimulovali obehové postupy. Nedostatok finančných stimulov, daňových úľav alebo sankcií za nedodržiavanie pravidiel môže brániť motivácii podnikov k prechodu.

Implementácia rozšírenej zodpovednosti výrobcu (EPR):

Zatiaľ čo EPR je kľúčovým aspektom politík obehového hospodárstva, jeho účinné vykonávanie predstavuje výzvy. Zriadenie zbernej a recyklačnej infraštruktúry, definovanie zodpovedností a zabezpečenie finančnej realizovateľnosti schém EPR sú komplexné úlohy pre tvorcov politík.

Technologické a inovačné výzvy

Technologické medzery:

Prechod na obehové hospodárstvo si často vyžaduje inovatívne technológie na recykláciu, repasovanie a zhodnocovanie materiálov. Technologické nedostatky a potreba značných investícií do výskumu a vývoja môžu brániť pokroku.

Nedostatok odborných znalostí o kruhovom dizajne:

Navrhovanie produktov pre kruhovitosť si vyžaduje zmenu myslenia. Mnohým dizajnérom chýbajú potrebné odborné znalosti v princípoch kruhového dizajnu, čo vedie k problémom pri vytváraní produktov, ktoré sú ľahko recyklovateľné, opraviteľné a inovovateľné.

Rozvoj infraštruktúry:

Investície do infraštruktúry na recykláciu a spracovanie odpadu sú pre obehové hospodárstvo nevyhnutné. Mnohým regiónom však chýbajú potrebné zariadenia a technológie na zvládnutie rôznych tokov odpadu, čo bráni účinným obehovým postupom.

Spotrebiteľské správanie a povedomie

Obmedzené povedomie spotrebiteľov:

Nedostatočné povedomie spotrebiteľov o výhodách a postupoch obehového hospodárstva predstavuje značnú výzvu. Vzdelávanie verejnosti o dôležitosti udržateľnej spotreby a znižovania odpadu je nevyhnutné pre široké prijatie.

Odolnosť voči zmene:

Spotrebiteľské správanie je často odolné voči zmenám. Návyky vytvorené v rámci lineárnej ekonomiky, charakterizované likvidáciou a neustálou konzumáciou, sú hlboko zakorenené. Povzbudzovanie posunu k obehovým návykom si vyžaduje ciele kampane na zvyšovanie povedomia a stimuly.

Cenová dostupnosť a dostupnosť:

Kruhové produkty a služby môžu byť niekedy vnímané ako drahé alebo menej dostupné. Pre masové prijatie je rozhodujúce riešenie problémov s cenovou dostupnosťou a zabezpečenie širokej dostupnosti obehových alternatív.

Priemyselné výzvy

Zložitosť dodávateľského reťazca:

Prijatie okružných praktík naprieč dodávateľskými reťazcami predstavuje zložitosť. Podniky musia zvládnuť výzvy súvisiace s reverznou logistikou, výsledovateľnosťou materiálov a spoluprácou s dodávateľmi, aby zabezpečili bezproblémový prechod.

Ekonomická životaschopnosť:

Pre podniky musí mať obehové hospodárstvo ekonomický zmysel. Počiatočné náklady spojené s prepracovaním produktov, implementáciou nových technológií a prispôbením dodávateľských reťazcov môžu byť značné, čo predstavuje výzvy pre ekonomickú životaschopnosť obehových iniciatív.

Krátkodobé zameranie a metriky:

Podniky často čelia tlaku na splnenie krátkodobých finančných cieľov, čo sťažuje stanovenie priorit dlhodobých cieľov udržateľnosti. Posun podnikových metrík smerom k kruhovitosti a udržateľnosti je neustálou výzvou.

Sociálne a kultúrne faktory

Odolnosť voči zmenám správania: Okrem spotrebiteľského správania je v rôznych sektoroch evidentný odpor voči zmene správania. Zamestnanci, manažment a zainteresované strany sa môžu brániť prijatiu obehových praktík z dôvodu zakorenených obchodných modelov a kultúrnych noriem.

Sociálna rovnosť a vytesňovanie práce: Keďže sa odvetvia vyvíjajú smerom k obehovosti, určité pracovné úlohy sa môžu stať zastaranými, čo môže viesť k presunu pracovných miest. Zabezpečenie sociálnej spravodlivosti počas prechodu je výzvou, ktorá si vyžaduje starostlivé zváženie a plánovanie.

Kultúrne vnímanie vlastníctva: Koncept vlastníctva je hlboko zakorenený v mnohých kultúrach. Posun smerom k modelom produktu ako služby alebo kolaboratívnej spotrebe môže čeliť odporu v dôsledku kultúrneho vnímania vlastníctva a individualizmu.

Globálne a systémové výzvy

Globálna prepojenosť: V globalizovanom svete si dosiahnutie obehového hospodárstva vyžaduje medzinárodnú spoluprácu. Vzájomné prepojenie dodávateľských reťazcov a globálneho obchodu prináša výzvy súvisiace so štandardizáciou, harmonizáciou politík a iniciatívami spolupráce.

Nedostatok zdrojov a geopolitické výzvy: Keďže globálny dopyt po zdrojoch neustále rastie, objavujú sa obavy z nedostatku zdrojov a geopolitických výziev pri zabezpečovaní základných materiálov pre obehové postupy. Diverzifikácia zdrojov a riešenie geopolitického napätia sú rozhodujúce.

Klimatické zmeny a environmentálne tlaky: Environmentálne výzvy, ako je zmena klímy a strata biodiverzity, sa prelínajú s úsilím o obehové hospodárstvo. Zmiernenie vplyvu týchto výziev si vyžaduje integrované riešenia a globálnu spoluprácu.

Výzvy spojené s prechodom na obehové hospodárstvo sú mnohostranné a vyžadujú si spoločné úsilie vlád, podnikov a jednotlivcov. Pre úspešnú implementáciu obehových praktík je nevyhnutné prekonať regulačné prekážky, podporovať inovácie, meniť správanie spotrebiteľov a riešiť systémové problémy. Napriek výzvam potenciálne výhody – znížený vplyv na životné prostredie, zvýšená efektívnosť zdrojov a ekonomická odolnosť – podčiarkujú dôležitosť napredovania v snahe o udržateľnejšiu a obehovú budúcnosť.

Pre verejnosť, ako významného aktéra obehového hospodárstva, je dôležité mať prehľad o kľúčových aspektoch prechodu na obehové hospodárstvo, pretože tento proces ovplyvňuje spoločnosť ako celok. Prechod na obehové hospodárstvo si vyžaduje zmenu myslenia a prístupu k spotrebe a využívaniu zdrojov. Miesto toho, aby sme videli produkty ako jednorazové a zahadzované po použití, musíme sa naučiť hodnotiť ich ako zdroje, ktoré je možné znovu využiť, recyklovať alebo obnoviť. Obehové hospodárstvo sa snaží minimalizovať množstvo odpadu, ktoré vytvára spoločnosť, tým, že podporuje znovupoužitie, recykláciu a obnovu materiálov. Verejnosť by mala vedieť o dôležitosti triedenia odpadu a podpore recyklácie. Jedným z kľúčových aspektov obehového hospodárstva je lepší dizajn výrobkov, ktorý umožňuje ľahšiu recykláciu a znovupoužitie. Verejnosť by mala byť informovaná o dôležitosti podpory produktov s dlhšou životnosťou a jednoduchším recyklovateľným dizajnom. Verejnosť by mala byť vzdelávaná a osvetľovaná o princípoch obehového hospodárstva a jeho výhodách. To môže zahŕňať osvetu o správnom triedení odpadu, podpore nákupu recyklovateľných produktov a zapojení sa do miestnych iniciatív zameraných na obehové hospodárstvo. Prechod na obehové hospodárstvo si vyžaduje spoluprácu medzi vládou, priemyslom, občianskou spoločnosťou a verejnosťou. Verejnosť by mala byť aktívne zapojená do podpory iniciatív a politik, ktoré podporujú obehové hospodárstvo, a mala by podporovať inovácie a technologické riešenia zamerané na zlepšenie účinnosti využívania zdrojov. Verejnosť by mala byť informovaná o ekonomických výhodách obehového hospodárstva, ako je napríklad vytváranie nových pracovných miest v sektoroch súvisiacich s recykláciou a obnovou, ako aj znižovanie nákladov na suroviny a odpadové hospodárstvo. Tieto kľúčové aspekty pomáhajú verejnosti lepšie porozumieť prechodu na obehové hospodárstvo a ako môžu prispieť k trvalo udržateľnému spôsobu života.

1.6 Kľúčové slová cirkulárnej ekonomiky

Circular Economy: Ekonomický systém, ktorý sa zameriava na navrhovanie odpadu a znečistenia, udržiavanie produktov a materiálov v používaní a regeneráciu prírodných systémov. V obehovom hospodárstve je tradičný lineárny model „zober, urob, zlikviduj“ nahradený systémom, ktorý uprednostňuje udržateľné postupy. Zahŕňa navrhovanie produktov pre dlhú životnosť, podporu opätovného použitia, recykláciu materiálov a minimalizáciu odpadu. Cieľom je vytvoriť uzavretý systém, ktorý znižuje dopad na životné prostredie a podporuje ekonomickú odolnosť.

Systém s uzavretou slučkou: Systém, v ktorom sa produkty, materiály a zdroje recyklujú, opätovne používajú alebo premieňajú v nepretržitom cykle. Týka sa to systému, v ktorom sa zdroje, produkty a materiály neustále cyklujú v ekonomike, namiesto toho, aby sa po použití vyhazovali. Zahŕňa recykláciu, opätovné použitie a obnovu materiálov s cieľom udržať ich v obehu a znížiť potrebu ťažby nových zdrojov.

Cradle-to-Cradle: Koncepcia dizajnu, ktorá kladie dôraz na vytváranie produktov, ktoré možno na konci svojej životnosti plne recyklovať alebo kompostovať, pričom nevznikne

žiadny odpad. Dizajn Cradle-to-Cradle sa zameriava na vytváranie produktov, ktoré možno na konci svojej životnosti plne recyklovať alebo kompostovať bez vytvárania odpadu. Tento prístup podporuje vývoj produktov s pozitívnymi environmentálnymi a sociálnymi dopadmi počas celého ich životného cyklu.

Upcyclácia: Proces premeny odpadových materiálov alebo produktov na nové položky s vyššou hodnotou. Upcyclácia zahŕňa premenu odpadových materiálov alebo produktov na nové položky vyššej hodnoty alebo kvality. Je to kreatívny spôsob, ako opätovne využiť vyradené materiály, čím sa zníži dopyt po nových surovinách a zníži sa dopad na životné prostredie.

Downcycling: Proces premeny materiálov na produkty nižšej hodnoty, čo často vedie k strate kvality. Downcycling je opakom upcyclingu. Zahŕňa premenu materiálov na produkty nižšej hodnoty alebo kvality. Aj keď môže ísť o formu recyklácie, downcyclácia často vedie k strate kvality materiálu a obmedzuje potenciál ďalšej recyklácie.

Predĺženie životnosti produktu: Predĺženie životnosti produktov prostredníctvom údržby, opravy, renovácie alebo modernizácie. Tento koncept zahŕňa predĺženie životnosti produktov implementáciou postupov, ako je pravidelná údržba, opravy, renovácie alebo modernizácie. Predĺženie životnosti produktov znižuje frekvenciu výmeny a minimalizuje celkovú spotrebu zdrojov.

Renovácia: Proces obnovy použitých produktov do stavu ako pri nových, často s cieľom vrátiť ich na trh. Renovácia je proces obnovy použitých výrobkov do stavu ekvivalentného alebo lepšieho, ako bol pôvodný stav. Tento postup nielenže predlžuje životnosť produktov, ale tiež prispieva k šetreniu zdrojov využívaním existujúcich materiálov.

Obnova zdrojov: Ťažba cenných materiálov z tokov odpadu na opätovné použitie alebo recykláciu. Obnova zdrojov zahŕňa získavanie cenných materiálov z tokov odpadu na opätovné použitie alebo recykláciu. Pomáha regenerovať a reintegrovať materiály späť do výrobného cyklu, čím sa znižuje závislosť na pôvodných zdrojoch.

Ekologický dizajn: Navrhovanie produktov s ohľadom na životné prostredie, ako je používanie udržateľných materiálov, znižovanie spotreby energie a optimalizácia pre recyklovateľnosť. Ekodizajn kladie dôraz na začlenenie environmentálnych hľadísk do procesu navrhovania. To zahŕňa výber udržateľných materiálov, optimalizáciu energetickej účinnosti a navrhovanie produktov pre jednoduchú demontáž a recyklovateľnosť.

Biologická odbúrateľnosť: Schopnosť materiálov prirodzene sa rozkladať na neškodné látky, keď sú vystavené podmienkam prostredia. Biologická odbúrateľnosť označuje schopnosť materiálov prirodzene sa rozkladať na neškodné látky pôsobením mikroorganizmov. Biologicky odbúrateľné materiály prispievajú k znižovaniu vplyvu odpadu na životné prostredie, najmä v tokoch organického odpadu.

Greenwashing: Poskytovanie zavádzajúcich informácií o environmentálnych výhodách produktu alebo spoločnosti s cieľom vytvoriť falošné vnímanie environmentálnej zodpovednosti. Greenwashing je klamlivá marketingová praktika, pri ktorej spoločnosť zveličuje alebo nepravdivo tvrdí, že je šetrnejšia k životnému prostrediu, než v skutočnosti je. Môže zavádzať spotrebiteľov vytváraním falošného vnímania záväzku spoločnosti k udržateľnosti.

Rozšírená zodpovednosť výrobcu (EPR): Politický prístup, ktorý kladie zodpovednosť za riadenie po skončení životnosti produktov na výrobcov. EPR je politický prístup, ktorý prideluje zodpovednosť za riadenie po skončení životnosti produktov výrobcovi. To povzbudzuje výrobcov, aby zvážili celý životný cyklus svojich produktov, vrátane recyklácie a likvidácie, a podporuje vývoj udržateľných a recyklovateľných produktov.

Udržateľná spotreba: Podpora zodpovedných a uvedomelých spôsobov spotreby, ktoré minimalizujú vplyv na životné prostredie. Udržateľná spotreba zahŕňa vedomé rozhodnutia s cieľom minimalizovať environmentálne a sociálne dopady svojich nákupov. Povzbudzuje spotrebiteľov, aby zvážili životný cyklus produktov, vybrali si možnosti šetrné k životnému prostrediu a znížili celkovú spotrebu.

Zero Waste: Filozofia, ktorej cieľom je minimalizovať tvorbu odpadu a podporovať recykláciu, kompostovanie a opätovné použitie s cieľom dosiahnuť prakticky nulový odpad posielaný na skládky. Filozofia nulového odpadu má za cieľ minimalizovať tvorbu odpadu prijatím postupov, ako je recyklácia, kompostovanie a opätovné použitie materiálov. Cieľom je odkloniť čo najviac odpadu zo skládok, čím sa prispeje k udržateľnejšiemu a okružnejšiemu prístupu k riadeniu zdrojov.

Circular Supply Chain: Dodávateľský reťazec, ktorý integruje princípy obehového hospodárstva so zameraním na udržateľné získavanie zdrojov, efektívnu výrobu a uzavretý životný cyklus produktov. Kruhový dodávateľský reťazec integruje princípy obehového hospodárstva do získavania, výroby a distribúcie tovaru. Zameriava sa na trvalo udržateľné získavanie surovín, znižovanie odpadu vo výrobných procesoch a navrhovanie produktov pre jednoduchú demontáž a recykláciu.

Zdieľaná ekonomika: Systém, v ktorom sa uprednostňuje prístup k tovarom a službám pred vlastníctvom, čím sa podporuje zdieľanie a spoločné využívanie zdrojov. Ekonomika zdieľania je sociálno-ekonomický systém, v ktorom jednotlivci zdieľajú prístup k tovarom, službám a zdrojom namiesto toho, aby ich priamo vlastnili. Tento koncept podporuje efektívne využívanie zdrojov a často zahŕňa spoločnú spotrebu prostredníctvom platforiem, ako sú služby zdieľania jázd a ubytovania.

Bioekonomika: Ekonomický systém, ktorý využíva biologické zdroje a procesy na poskytovanie produktov, energie a služieb udržateľným spôsobom. Biohospodárstvo využíva biologické zdroje, ako je poľnohospodárstvo, lesníctvo a morské zdroje, na výrobu udržateľ-

ných produktov, energie a služieb. Jeho cieľom je znížiť závislosť od fosílnych palív a podporovať využívanie obnoviteľných zdrojov v rôznych priemyselných odvetviach.

LCA (Life Cycle Assessment): Analýza environmentálnych dopadov produktu alebo služby počas celého ich životného cyklu, od ťažby surovín až po likvidáciu. LCA je komplexná analýza, ktorá hodnotí vplyvy produktu alebo služby na životné prostredie počas celého životného cyklu. Zohľadňuje faktory, ako je ťažba zdrojov, výroba, preprava, používanie a likvidácia, a poskytuje prehľad o celkovej udržateľnosti produktu.

Recyklovateľnosť: Jednoduchosť, s akou je možné výrobok alebo materiál recyklovať, berúc do úvahy technické aj ekonomické faktory. Recyklovateľnosť je mierou toho, ako ľahko možno výrobok alebo materiál recyklovať. Faktory ako materiálové zloženie, dizajn a dostupnosť pre recyklačné zariadenia zohrávajú úlohu pri určovaní recyklovateľnosti produktu.

Regeneratívny dizajn: Navrhovanie systémov, produktov alebo procesov, ktoré aktívne prispievajú k obnove a zdraviu ekosystémov. Regeneratívny dizajn sa zameriava na vytváranie systémov, produktov alebo procesov, ktoré aktívne prispievajú k obnove a zdraviu ekosystémov. Ide nad rámec udržateľnosti tým, že sa zameriava na zlepšenie životného prostredia a ekosystémových služieb prostredníctvom inovatívnych a obnovovacích postupov.

Pochopenie týchto pojmov poskytuje jednotlivcom, podnikom a tvorcom politík základ, aby prispeli k prechodu na obehové a udržateľnejšie hospodárstvo. Prijatie týchto zásad môže viesť k budúcnosti, ktorá bude efektívnejšia z hľadiska zdrojov a bude šetrnejšia k životnému prostrediu.

1.7 Zadania a prípady na zamyslenie

Kontrolné otázky:

1. Čo je obehové hospodárstvo a aké sú jeho hlavné princípy?
2. Aký je rozdiel medzi lineárnym a obehovým hospodárstvom?
3. Aké sú hlavné výhody obehového hospodárstva pre spoločnosť a životné prostredie?
4. Ktoré kroky sú nevyhnutné na dosiahnutie obehového hospodárstva vo vašom regióne?
5. Aké sú najväčšie prekážky pre prechod na obehové hospodárstvo v súčasnej dobe?
6. Aké sú najlepšie prístupy k zlepšeniu recyklácie a opätovnému využitiu zdrojov v rámci obehového hospodárstva?
6. Aké role môžu zohrávať vlády, podniky a jednotlivci pri podpore obehového hospodárstva?
7. Ktoré odvetvia hospodárstva majú najväčší potenciál pre zavádzanie obehových modelov a prečo?
8. Ako môžu inovácie a technologické pokroky podporiť obehové hospodárstvo?
9. Ktoré krajiny alebo mestá sú dobrými príkladmi úspešného prechodu na obehové hospodárstvo a čo sa z ich príkladu dá naučiť?

Úloha 1:

Preskúmajte a definujte koncept obehového hospodárstva vrátane jeho princípov a cieľov (Tunn et al., 2019).

Príklad: V roku 2019 sa na Slovensku uskutočnilo niekoľko projektov, ktoré sa zameriavajú na rozvoj obehového hospodárstva: Preskúmajte koncept obehového hospodárstva a napíšte jeho definíciu, ktorá bude obsahovať jeho zásady a ciele.

Úloha 2:

Analyzujte prínosy a výzvy zavedenia obehového hospodárstva v konkrétnom odvetví, napríklad v textilnom a odevnom priemysle (Jia et al., 2020).

Príklad: V rámci projektu sa pokúste nájsť príklad, ktorý by umožňoval, aby sa v rámci obehového hospodárstva uplatňovali aj iné postupy: Vykonajte prípadovú štúdiu textilného a odevného priemyslu s cieľom identifikovať výhody a výzvy implementácie obehového hospodárstva.

Úloha 3:

Identifikujte a zhodnoťte hnacie sily a prekážky, ktorým čelia spoločnosti pri navrhovaní svojich obchodných modelov podľa zásad obehového hospodárstva.

Príklad: Urobte prehľad literatúry s cieľom identifikovať faktory a prekážky, ktorým čelia spoločnosti v rôznych odvetviach pri zavádzaní princípov obehového hospodárstva do svojich obchodných modelov.

Úloha 4:

Vypracujte koncepčný model, ktorý znázorňuje vzťah medzi faktormi, prekážkami, postupmi a ukazovateľmi udržateľnej výkonnosti v kontexte implementácie obehového hospodárstva v textilnom a odevnom priemysle.

Príklad: Vytvorte koncepčný model, ktorý znázorňuje vzťah medzi hnacími silami (ako sú regulačné požiadavky a dopyt zákazníkov), prekážkami (ako je nedostatok odborných znalostí a odpor voči zmenám), postupmi (ako je redizajn výrobkov a systémy s uzavretým cyklom) a ukazovateľmi udržateľnej výkonnosti (ako je efektívne využívanie zdrojov a znižovanie odpadu) pri prechode textilného a odevného priemyslu na obehové hospodárstvo.

Úloha 5 – Prípadová štúdia:

Prípadová štúdia - Implementácia cirkulárnej ekonomiky vo výrobnom podniku

Popis úlohy:

Vašou úlohou je vypracovať plán a odporúčania na implementáciu princípov cirkulárnej ekonomiky v malom výrobnom podniku, ktorý sa špecializuje na výrobu nábytku z dreva. Podnik má záujem o zvýšenie efektivity využitia zdrojov, minimalizáciu odpadu a zlepšenie environmentálneho odtlačku svojej činnosti.

Popis podniku:

Výrobný podnik "EcoWood Furniture" je malá firma so sídlom vo vidieckej oblasti. Zaoberá sa výrobou nábytku z dreva, ako sú stoly, stoličky, skrine a posteľe. Podnik je známy pre svoje kvalitné výrobky a starostlivé ručné spracovanie dreva. Súčasťou výrobného procesu sú rezanie, hobľovanie, frézovanie a zostavovanie drevených dielov. Podnik v súčasnosti generuje určité množstvo odpadu v podobe drevených hobliniek, odrezkov a nepoužitých častí dreva.

Úlohy:

1. Identifikujte hlavné oblasti výrobného procesu, kde je možné zaviesť princípy cirkulárnej ekonomiky a minimalizovať vznik odpadu.
2. Navrhnite konkrétne opatrenia a iniciatívy na zlepšenie využitia zdrojov a minimalizáciu odpadu vo výrobnom procese.
3. Určte vhodné stratégie recyklácie a znovupoužitia odpadových materiálov.
4. Navrhnite spôsoby zapojenia dodávateľov a zákazníkov do cirkulárneho modelu podniku.
5. Vypracujte plán implementácie navrhnutých opatrení a odporúčaní vrátane časového harmonogramu a alokácie zdrojov.

Výstup:

Vašou úlohou je predložiť písomnú správu obsahujúcu vyššie uvedené body. Správa by mala obsahovať detailné opisy navrhovaných opatrení, vysvetlenie ich výhod a prínosov pre podnik, ako aj odhady nákladov a potenciálnych úspor. Vaše odporúčania by mali byť

realistické, praktické a zamerané na dosiahnutie merateľných výsledkov v oblasti environmentálneho a ekonomického výkonu podniku.

Úloha 6 – Prípadová štúdia:

Prípadová štúdia - Implementácia cirkulárnej ekonomiky v potravinárskom priemysle

Popis úlohy:

Vašou úlohou je vypracovať plán a odporúčania na implementáciu princípov cirkulárnej ekonomiky v potravinárskom podniku zameranom na výrobu čerstvých ovocných a zeleninových štiav. Podnik má záujem o zvýšenie efektivity využitia zdrojov, minimalizáciu potravinového odpadu a zlepšenie environmentálneho odtlačku svojej činnosti.

Popis podniku:

Potravinársky podnik "FreshJuice Co." je stredne veľký výrobca čerstvých ovocných a zeleninových štiav so sídlom v priemyselnej zóne. Vyrába šťavy z rôznych druhov ovocia a zeleniny bez prídavku konzervačných látok a umelých prísad. Výrobný proces zahŕňa umývanie, drvenie, lisovanie, filtráciu a balenie surovín. V súčasnosti podnik generuje určité množstvo potravinového odpadu v podobe kôrovaných a znehodnotených ovocí a zeleniny, ako aj nespracovaných častí rastlín.

Úlohy:

1. Identifikujte hlavné oblasti výrobného procesu, kde je možné zaviesť princípy cirkulárnej ekonomiky a minimalizovať potravinový odpad.
2. Navrhnite konkrétne opatrenia a iniciatívy na zlepšenie využitia zdrojov a minimalizáciu potravinového odpadu vo výrobnom procese.
3. Určte vhodné stratégie recyklácie a znovupoužitia potravinového odpadu, ako sú kôry a znehodnotené časti ovocia a zeleniny.
4. Navrhnite spôsoby zapojenia dodávateľov a zákazníkov do cirkulárneho modelu podniku, napríklad prostredníctvom programov na zníženie odpadu alebo využitie recyklovaných materiálov.
5. Vypracujte plán implementácie navrhnutých opatrení a odporúčaní vrátane časového harmonogramu a alokácie zdrojov.

Výstup:

Vašou úlohou je predložiť písomnú správu obsahujúcu vyššie uvedené body. Správa by mala obsahovať detailné opisy navrhovaných opatrení, vysvetlenie ich výhod a prínosov pre podnik, ako aj odhady nákladov a potenciálnych úspor. Vaše odporúčania by mali byť realistické, praktické a zamerané na dosiahnutie merateľných výsledkov v oblasti environmentálneho a ekonomického výkonu podniku.

Úloha 7 – Prípadová štúdia:

Prípadová štúdia - Implementácia cirkulárnej ekonomiky v automobilovom priemysle

Popis úlohy:

Vašou úlohou je vypracovať plán a odporúčania na implementáciu princípov cirkulárnej ekonomiky v veľkom výrobnom podniku automobilového priemyslu. Podnik má záujem o zvýšenie efektivity využitia zdrojov, minimalizáciu odpadu a zlepšenie environmentálneho odtlačku svojej činnosti.

Popis podniku:

Automobilový podnik "GreenWheels Motors" je veľký výrobca automobilov so sídlom v priemyselnej oblasti. Vyrába širokú škálu osobných a úžitkových vozidiel s dôrazom na environmentálne udržateľné technológie a materiály. Výrobný proces zahŕňa lisovanie, zváranie, lakovanie, montáž a testovanie vozidiel. V súčasnosti podnik generuje veľké množstvo odpadu v podobe kovových, plastových a organických materiálov, ako aj nevyužitých častí a zariadení.

Úlohy:

1. Identifikujte hlavné oblasti výrobného procesu, kde je možné zaviesť princípy cirkulárnej ekonomiky a minimalizovať vznik odpadu.
2. Navrhnite konkrétne opatrenia a iniciatívy na zlepšenie využitia zdrojov a minimalizáciu odpadu vo výrobnom procese, ako sú recyklácia materiálov, použitie recyklovaných materiálov a obmedzenie spotreby energie.
3. Určte vhodné stratégie recyklácie a znovupoužitia odpadových materiálov, ako sú kovy, plasty a organické materiály.
4. Navrhnite spôsoby zapojenia dodávateľov a zákazníkov do cirkulárneho modelu podniku, napríklad prostredníctvom programov na recykláciu starých vozidiel alebo využitie recyklovaných dielov.
5. Vypracujte plán implementácie navrhnutých opatrení a odporúčaní vrátane časového harmonogramu a alokácie zdrojov.

Výstup:

Vašou úlohou je predložiť písomnú správu obsahujúcu vyššie uvedené body. Správa by mala obsahovať detailné opisy navrhovaných opatrení, vysvetlenie ich výhod a prínosov pre podnik, ako aj odhady nákladov a potenciálnych úspor. Vaše odporúčania by mali byť realistické, praktické a zamerané na dosiahnutie merateľných výsledkov v oblasti environmentálneho a ekonomického výkonu podniku.

Úloha 8 – Prípadová štúdia:

Prípadová štúdia - Implementácia cirkulárnej ekonomiky v stavebnom priemysle

Popis úlohy:

Vašou úlohou je vypracovať plán a odporúčania na implementáciu princípov cirkulárnej ekonomiky v stavebnom podniku zameranom na výstavbu a renováciu budov. Podnik má záujem o zvýšenie efektivity využitia stavebných materiálov, minimalizáciu stavebného odpadu a zlepšenie environmentálneho odtlačku svojej činnosti.

Popis podniku:

Stavebná spoločnosť "GreenBuildings Ltd." je stredne veľká firma so sídlom v meste. Zaoberá sa výstavbou nových budov a renováciou existujúcich budov s dôrazom na environmentálne udržateľné stavebné techniky a materiály. Výrobný proces zahŕňa prípravu stavebného miesta, výber a dopravu materiálov, stavbu a dokončovacie práce. V súčasnosti spoločnosť generuje veľké množstvo stavebného odpadu v podobe betónových a stavebných materiálov, ako aj znehodnotených častí a zariadení.

Úlohy:

1. Identifikujte hlavné oblasti stavebného procesu, kde je možné zaviesť princípy cirkulárnej ekonomiky a minimalizovať vznik stavebného odpadu.
2. Navrhnite konkrétne opatrenia a iniciatívy na zlepšenie využitia stavebných materiálov a minimalizáciu stavebného odpadu vo výrobnom procese, ako sú recyklácia stavebných materiálov, použitie recyklovaných materiálov a obmedzenie použitia jednorazových materiálov.
3. Určte vhodné stratégie recyklácie a znovupoužitia stavebných materiálov, ako sú betón, tehly a drevo.
4. Navrhnite spôsoby zapojenia dodávateľov a zákazníkov do cirkulárneho modelu podniku, napríklad prostredníctvom programov na recykláciu stavebného odpadu alebo využitie recyklovaných materiálov pri renováciách.
5. Vypracujte plán implementácie navrhnutých opatrení a odporúčaní vrátane časového harmonogramu a alokácie zdrojov.

Výstup:

Vašou úlohou je predložiť písomnú správu obsahujúcu vyššie uvedené body. Správa by mala obsahovať detailné opisy navrhovaných opatrení, vysvetlenie ich výhod a prínosov pre podnik, ako aj odhady nákladov a potenciálnych úspor. Vaše odporúčania by mali byť realistické, praktické a zamerané na dosiahnutie merateľných výsledkov v oblasti environmentálneho a ekonomického výkonu podniku.

Úloha 9 – Prípadová štúdia:

Prípadová štúdia - Implementácia cirkulárnej ekonomiky v odvetví textilného priemyslu

Popis úlohy:

Vašou úlohou je vypracovať plán a odporúčania na implementáciu princípov cirkulárnej ekonomiky v textilnom podniku zameranom na výrobu odevov a textilných produktov. Podnik má záujem o zvýšenie efektivity využitia materiálov, minimalizáciu textilného odpadu a zlepšenie environmentálneho odtlačku svojej činnosti.

Popis podniku:

Textilný podnik "EcoThreads Fashion" je malá firma so sídlom v meste. Vyrába odevy, obuv a doplnky z udržateľných textilných materiálov, ako sú organická bavlna, bambusová vlákna a recyklované polyesterové vlákna. Výrobný proces zahŕňa rezanie, šitie, vyšívanie a finálne dokončovanie textilných produktov. V súčasnosti podnik generuje určité množstvo textilného odpadu v podobe zvyškového materiálu, znehodnotených častí produktov a nespracovaných textilných vlákien.

Úlohy:

1. Identifikujte hlavné oblasti výrobného procesu, kde je možné zaviesť princípy cirkulárnej ekonomiky a minimalizovať vznik textilného odpadu.
2. Navrhnite konkrétne opatrenia a iniciatívy na zlepšenie využitia textilných materiálov a minimalizáciu textilného odpadu vo výrobnom procese, ako sú recyklácia textilných zvyškov, použitie recyklovaných materiálov a minimalizácia použitia jednorazových materiálov.
3. Určte vhodné stratégie recyklácie a znovupoužitia textilného odpadu, ako sú zvyškové materiály, znehodnotené textilné časti a nespracované vlákna.
4. Navrhnite spôsoby zapojenia dodávateľov a zákazníkov do cirkulárneho modelu podniku, napríklad prostredníctvom programov na recykláciu textilného odpadu alebo využitie recyklovaných materiálov pri výrobe nových produktov.
5. Vypracujte plán implementácie navrhnutých opatrení a odporúčaní vrátane časového harmonogramu a alokácie zdrojov.

Výstup:

Vašou úlohou je predložiť písomnú správu obsahujúcu vyššie uvedené body. Správa by mala obsahovať detailné opisy navrhovaných opatrení, vysvetlenie ich výhod a prínosov pre podnik, ako aj odhady nákladov a potenciálnych úspor. Vaše odporúčania by mali byť realistické, praktické a zamerané na dosiahnutie merateľných výsledkov v oblasti environmentálneho a ekonomického výkonu podniku.

1.8 Literatúra

- [1] Fu Jia, Shiyuan Yin, Lujie Chen, Xiaowei Chen, The circular economy in the textile and apparel industry: A systematic literature review, *Journal of Cleaner Production*, Volume 259, 2020, 120728, ISSN 0959-6526, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120728>
- [2] V.S.C. Tunn, N.M.P. Bocken, E.A. van den Hende, J.P.L. Schoormans, Business models for sustainable consumption in the circular economy: An expert study, *Journal of Cleaner Production*, Volume 212, 2019, Pages 324-333, ISSN 0959-6526, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.11.290>
- [3] W. McDonough, M. Braungart. *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*. Farrar, Straus and Giroux, 2010 ISBN 1429973846, 9781429973847. 208 strán
- [4] P. Lacy, J. Long, W. Spindler. *The Circular Economy Handbook. Realizing the Circular Advantage*. Palgrave Macmillan London. 2020. 978-1-349-95967-9. 350 strán <https://doi.org/10.1057/978-1-349-95968-6>
- [5] K. Webster. *The Circular Economy: A Wealth of Flows*. Ellen MacArthur Foundation Publishing, 2015. ISBN 0992778425, 9780992778422. 210 strán
- [6] W. R Stahel. *The Circular Economy: A User's Guide*. London. Routledge. 2019. ISBN 9780429259203. 118 strán. <https://doi.org/10.4324/9780429259203>
- [7] V. Elia, M.G. Gnoni, F. Tornese, Measuring circular economy strategies through index methods: a critical analysis, *J. Clean. Prod.* 142 (2017) 2741–2751, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.10.196>
- [8] M. Geissdoerfer, P. Savaget, N.M.P. Bocken, E.J Hultink, The Circular Economy – A new sustainability paradigm? *J. Clean. Prod.* 143 (2017) 757–768, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.048>
- [9] J. Korhonen, A. Honkasalo, J. Seppälä, Circular economy: the concept and its limitations, *Ecol. Econ.* 143 (2017) 37–46, <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.06.041>
- [10] J. Korhonen, C. Nuur, A. Feldmann, S.E. Birkie, Circular economy as an essentially contested concept, *J. Clean. Prod.* 175 (2018) 544–552, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.111>
- [11] Ghisellini, P., Cialani, C., & Ulgiati, S.. A review on circular economy: the expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems. *Journal of Cleaner Production*, 114, (2016) 11-32. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.09.007>
- [12] Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation and Recycling*, 127, (2017) 221-232. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.09.005>

- [13] Stahel, W. R. The circular economy. *Nature*, 531(7595), (2016) 435-438
<https://doi.org/10.1038/531435a>
- [14] Ellen MacArthur Foundation. (2013). Towards the Circular Economy: Economic and business rationale for an accelerated transition
<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/towards-the-circular-economy-vol-1-an-economic-and-business-rationale-for-an>
- [15] UNEP (United Nations Environment Programme). (2011). Decoupling natural resource use and environmental impacts from economic growth
<https://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/9816;jsessionid=705CAF2A2A309231CF16D27665BACAB2>

2 CIRKULÁRNA EKONOMIKA A MARKETING

2.1 Spoločenská zodpovednosť organizácie

2.2 Spoločensky zodpovedný marketing

2.3 Zelený marketing

2.4 Greenwashing

2.5 Symboly a označovanie

2.5.1. Medzinárodný symbol recyklácie

2.5.2. Svetový deň životného prostredia

2.5.3. Recyklačné symboly na obaloch

2.5.4. Environmentálne označovanie produktov v Slovenskej republike

2.5.5. Označovanie bioproduktov a biopotravín

2.6 Zadania a prípady na zamyslenie

2.7 Literatúra

CIRKULÁRNA EKONOMIKA A MARKETING SÚ NA PRVÝ POHĽAD VZDIALENÉ TERMÍNY. KEĎ SA VŠAK NA TÚTO TERMINOLÓGIU POZRIEME DÔSLEDNEJŠIE, MÔŽEME NÁJSŤ VIACERÉ PODOBNOSTI, ČI DOKONCA PRÍTOMNÚ SYMBIÓZU. CIRKULÁRNA EKONOMIKA JE KONCEPT, V KTOROM NEVZNIKÁ ODPAD. A TENTO IDEÁLNY STAV V SPOLOČNOSTI JE MOŽNÉ DOSIAHNUŤ JEDNAK ZODPOVEDNÝMI SPOLOČNOSŤAMI, KTORÉ UPLATŇUJÚ PRINCÍPY ZODPOVEDNÉHO PODNIKANIA A TAKTIEŽ ZÁKAZNÍKMI, KTORÍ OČAKÁVAJÚ TAKÉTO ZODPOVEDNÉ SPRÁVANIE. A PRÁVE SPOLOČENSKÝ MARKETING JE NAJNOVŠOU FILOZOFIOU MARKETINGOVÉHO MANAŽMENTU. KONCEPCIA SPOLOČENSKÉHO MARKETINGU ZDÔRAŽŇUJE MYŠLIENKY, ŽE USPOKOJOVANIE POTRIEB A ŽELANÍ ZÁKAZNÍKA BY MALO SMEROVAŤ NIELEN K ZVÝŠENIU JEHO OSOBNOSTNÉHO BLAHOBYTU, ALE TAKTIEŽ KU ZVÝŠENIU BLAHOBYTU CELEJ SPOLOČNOSTI. NO A V NEPOSLEDNOM RADE TU MÁME PRÁVE MARKETINGOVÝ MANAŽMENT, KTORÝ JE INTENZÍVNE VYUŽÍVANÝ NA ZLEPŠENIE IMIDŽU O CIRKULÁRNEJ EKONOMIKE V SPOLOČNOSTI. PREDSTAVITELIA ŠTÁTNYCH INŠTITÚCIÍ, AKO AJ ZÁSTUPCOVIA NEZISKOVÉHO SEKTORA SA SNAŽIA PRÁVE PROSTREDNÍCTVOM MARKETINGOVÝCH NÁSTROJOV, KTORÉ OKREM INÉHO ZAHŔŇAJÚ NAJMÁ INFORMAČNO-KOMUNIKAČNÉ KAMPANE A PREVÁDZKOVANIE INFORMAČNÝCH PLATFÓRMIEM, ZVÝŠIŤ NIELEN POVEDOMIE O CIRKULÁRNEJ EKONOMIKE, ALE AJ JEJ UPLATŇOVANIE V SPOLOČNOSTI.

Kľúčové slová: spoločenská zodpovednosť, spoločensky zodpovedný marketing, označovanie, symboly

2.1 Spoločenská zodpovednosť organizácií

Spoločenská zodpovednosť, známa aj ako Corporate Social Responsibility (CSR), v histórii nie je úplne nový pojem. Už v čase, keď ľudia začali chrániť životné prostredie a prvýkrát deklarovali základné ľudské práva, môžeme hovoriť o prvých iniciatívach spoločenskej zodpovednosti.

Dnešné výzvy vedú k tomu, že manažéri všetkých typov organizácií a inštitúcií si uvedomujú riziká spojené s nezodpovedným zaobchádzaním so zdrojmi a kapitálom. Rastie snaha preukázať schopnosť dodávať produkty a služby, ktoré zohľadňujú potreby a očakávania celej spoločnosti. V súčasnosti je spoločenská zodpovednosť považovaná za významnú konkurenčnú výhodu pre organizácie i krajiny. Rovnako dôležité je, že spoločenská zodpovednosť nie je iba témou pre súkromný sektor, ale týka sa aj verejného sektora.

Spoločenská zodpovednosť v podstate zahŕňa manažovanie aktivít organizácie v troch prepojených oblastiach: ekonomickej, sociálnej a environmentálnej. V každej z týchto oblastí ide o dobrovoľný záväzok organizácie konať v záujme zainteresovaných strán, interne aj externe, a zohľadňovať dopady na výkonnosť, ľudské zdroje a životné prostredie.

Ekonomická oblasť/pilier: V centre ekonomického piliera je zlepšovanie poskytovaných verejných služieb, riešenie korupcie, dodávateľsko-odberateľské vzťahy a proaktívny prístup organizácie k riešeniu verejného záujmu. Táto oblasť je neoddeliteľnou súčasťou každej organizácie a považuje sa za najprepracovanejší aspekt spoločenskej zodpovednosti. Medzi najbežnejšie nástroje patrí prijatie princípov zodpovedného správania na úrovni organizácie, ako napríklad etický kódex zamestnanca či protikorupčné postupy (transparentné výberové konania a pod.). Výzvou v tejto oblasti je aj vytváranie pridanej hodnoty pre zákazníkov.

Sociálna oblasť/pilier: Táto oblasť je kľúčovou dimenziou spoločenskej zodpovednosti, pretože rozvíja ľudský kapitál organizácie, ktorý je vnímaný ako „interný zákazník“. Organizácia priamo ovplyvňuje sociálnu oblasť prostredníctvom pracovných podmienok a vzťahov. Efektívne sú programy starostlivosti o zamestnancov a ich rodiny, benefity, zosúladenie pracovného a osobného života a možnosti vzdelávania zamestnancov. Výzvou v tejto oblasti je napríklad zvýšenie kompetentnosti zamestnancov a ich zapojenie do charitatívnych aktivít alebo aktivít zameraných na podporu komunity a spoločnosti.

Environmentálna oblasť/pilier: Táto oblasť sa týka každej organizácie, pretože každá má nejaký vplyv na životné prostredie. Okrem dodržiavania nariadení týkajúcich sa finančnej kontroly, transparentnosti a bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci, musí každá organizácia dodržiavať aj legislatívne predpisy v oblasti ochrany životného prostredia. Spoločensky zodpovedná organizácia sa stará o prírodné zdroje a životné prostredie, napríklad prijímaním opatrení na šetrenie zdrojov, využívaním environmentálne šetrných materiálov a zapájaním sa do projektov zameraných na ochranu životného prostredia.

Organizácia, ktorá sa zaviazala správať sa spoločensky zodpovedne, preberá zodpovednosť za dopady svojich rozhodnutí na organizáciu samotnú, spoločnosť a životné pro-

stredie. Takáto organizácia je aktívna vo všetkých troch oblastiach, resp. pilieroch spoločenskej zodpovednosti.⁶

Cieľom spoločenskej zodpovednosti je dosiahnutie obchodného úspechu spôsobom, ktorý si váži etické hodnoty a rešpektuje ľudské zdroje, komunity a životné prostredie. Pod spoločenskú zodpovednosť patria protikorupčné opatrenia, corporate governance, ochrana duševného vlastníctva, transparentnosť, ekológia, manažment kvality a rôzne politiky v oblasti riadenia ľudských zdrojov. Snaha o spoločenskú zodpovednosť prináša firmám viaceré benefity, napríklad zvyšovanie zisku rastom predaja, zlepšenie pozície – značky, prestíž a imidž firmy, zákaznícka lojalita, otvorenejší prístup k inováciám, lepší prístup ku kapitálu na základe sociálne zodpovedných investícií, ale aj zníženie operačných nákladov či schopnosť získať a udržať si zamestnancov a iné. (kolektív autorov, 2006, str. 113)

Spoločensky zodpovedné podnikanie udržiava rovnováhu medzi ziskom podniku a celospoločenským dobrom. Aktivity v rámci tejto koncepcie ovplyvňujú aj postavenie spoločnosti na trhu. Činnosť prinášajúca prospech spoločnosti a zlepšenia nezostáva bez povšimnutia, čo môže ovplyvniť verejnú mienku o podniku a zlepšiť jeho obraz v očiach spotrebiteľov. Z dobrých myšlienok vznikajú ďalšie výhody pre podnik – napríklad získanie nových alebo udržanie lojálnych zákazníkov. Koncepcia spoločenskej zodpovednosti zahŕňa tri hlavné oblasti – ekonomickú, sociálnu a environmentálnu. V každej z týchto oblastí je stále priestor na zlepšovanie, čo poskytuje podniku príležitosti, ako môžu pomáhať. Vo svete je vždy priestor na to byť dobrým. (Augustínová, Bednárík, 2019)

2.2 Spoločensky zodpovedný marketing

Terminológia marketingu z pohľadu zodpovednosti firiem nie je ujasnená, nakoľko v literatúre je možné nájsť slovné spojenie spoločensky zodpovedný marketing, udržateľný marketing či spoločenský marketing. Všetky termíny považujeme za rovnocenné, pričom my využívame spoločensky zodpovedný marketing, ako známi autori Kotler a Armstrong v knižných publikáciách.

Spoločenská koncepcia je relatívne novým smerom uvažovania o marketingu, ktorý sa začal viac presadzovať v posledných desaťročiach 20. storočia. Táto koncepcia zdôrazňuje to, že uspokojovanie potrieb a prání zákazníka by malo viesť nielen k zvýšeniu jeho osobnostného blahobytu, ale taktiež ku zvýšeniu blahobytu celej spoločnosti. (Bačuvčík, 2011, str. 14)

Spoločenský marketing (koncepcia spoločenského marketingu) je poslednou – najnovšou (filozofiou) marketingového manažmentu. Podľa tohto princípu firma zameriava svoje marketingové rozhodnutia so zreteľom na želania spotrebiteľov, svoje požiadavky a tiež na dlhodobé záujmy spotrebiteľov a spoločnosti. Firma uplatňujúca koncepciu spoločensky zorientovaného marketingu by teda mala poznať potreby a želania cieľových

⁶UNMSS. 2022. Čo je spoločenská zodpovednosť a aké sú jej tri piliere?. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://cafcentrum.unms.sk/spolocenska-zodpovednost-a-jej-tri-piliere>

trhov, uspokojiť ich lepšie a účinnejšie než konkurencia, a to tak, že sa zachová alebo zvýši blahobyť spotrebiteľov aj spoločnosti. (Kita a kolektív, 2000, str. 33)

Spoločenská koncepcia marketingu má podľa Bačuvčíka (2011, str. 14) blízko k sociálnemu marketingu, nakoľko sa často zaoberá podobnými témami, ako sú zdravie, ekológia, kultúra a podobne. O spoločenskej koncepcii marketingu hovoríme skôr v kontexte komerčného marketingu, zatiaľ čo o sociálnom marketingu v prípade nekomerčných projektov.

Podľa princípu spoločensky zodpovedného marketingu sa firma rozhoduje na základe potrieb a záujmov zákazníkov, požiadaviek firmy a dlhodobých spoločenských záujmov. Taká firma si je vedomá skutočnosti, že prehliadaný zákazník a zanedbávanie dlhodobých záujmov v spoločnosti je v skutočnosti prejavom nezájmu o zákazníka aj o spoločnosť. Prezieravé a pružné obchodné firmy vnímajú spoločenské problémy ako svoje príležitosti.

Markéter využívajúci spoločensky zodpovedný marketing navrhuje a pripravuje produkty, ktoré sú nielen príťažlivé a ľúbivé, ale taktiež užitočné. Takéto výrobky môžeme klasifikovať podľa stupňa okamžitého uspokojenia zákazníka a dlhodobého prínosu pre zákazníka. (Kotler, P., Armstrong, G., 2009, str. 810 - 812)

V rámci koncepcie spoločenského marketingu možno produkty klasifikovať – na základe úrovne poskytovania okamžitého uspokojenia spotrebiteľa a dlhodobého úžitku pre spotrebiteľa do štyroch základných skupín:

- želané produkty,
- obľúbené produkty,
- prospešné produkty,
- neužitočné produkty.

(Kita a kolektív, 2000, str. 34)

Ako uvádzajú autori Kotler a Keller (2005, str. 745), účinný interný marketing musí byť doprevádzaný silným pocitom spoločenskej zodpovednosti. Spoločnosti musia hodnotiť, či skutočne praktikuju etický a spoločensky zodpovedný marketing (socially responsible marketing – SRM). K praktikovaniu vyššej úrovne korporátnej spoločenskej zodpovednosti (corporate social responsibility) ženie spoločnosti niekoľko síl: zvyšujúce sa očakávania zákazníkov, meniace sa očakávania zamestnancov, vládna legislatíva a nátlak, záujem investorov o spoločenské kritériá a meniace sa praktiky B2B nákupu. (Kotler, Keller, 2005, str. 745)

Autori Kotler a Keller (2005, str. 745) ďalej zdôrazňujú to, že podnikateľské jednotky sú často napádané, pretože podnikateľské situácie často predstavujú ťažké etické dilemy. Ide o zložité záležitosti: nie je jednoduché nakresliť jasnú čiaru medzi normálnym alebo nezákonným.

Podľa manažérky Hajnalky Németh je potrebné chápať spoločenskú zodpovednosť nielen ako nástroj Public Relations, ale ako uplatnenie etiky v podnikaní a koncepciu trvalo udržateľného rozvoja, s ktorým sa dá dosiahnuť tak konkurenčná výhoda, ako aj konkurencieschopnejšia firma. *„Zastávam názor, že vhodná implementácia spoločenskej zodpo-*

vednosti a prepojenie jej jednotlivých oblastí, respektíve dosiahnutie synergie, vedie k trvalo udržateľnému rozvoju firmy. Spoločenskú zodpovednosť považujem za neoddeliteľnú súčasť stratégie konkurencieschopnej firmy. Treba však zohľadniť záujmy všetkých zainteresovaných strán a je žiadúce ich zosúladiť. Za významný možno považovať celostný prístup, ktorý by mohol viesť ku včasnému rozpoznaní zdrojov rizík a využitie ich ako príležitostí, čo však vyžaduje uplatnenie PDCA cyklu,” dodáva Hajnalka Németh s tým, že uplatnenie uvedených prístupov umožní presadzovať záujmy manažmentu firmy tak, že budú akceptovateľné a pozitívne vnímané u všetkých zainteresovaných, čím by sa mala dosiahnuť požadovaná konkurencieschopnosť firmy.⁷

V súčasnosti sa podniky snažia využívať nové príležitosti a nadväzovať kontakty so zákazníkmi, partnermi a okolím. Tradičný koncept marketingu kladol dôraz na dosahovanie zisku z každej predanej akcie a nepovažoval za nevyhnutné získavať zákazníka natrvalo. Cieľom bolo zvýšiť objem predaja, získať nových zákazníkov a poskytovať služby akýmkoľvek zákazníkom. Hlavným cieľom tradičného marketingu bol zisk. Moderné chápanie marketingu sa zameriava na nadväzovanie dlhodobých vzťahov so zákazníkmi, ich udržanie a trvalé zvyšovanie ich počtu. Vo vzťahu k okoliu sa podnik hlási k spoločenskej zodpovednosti za životné prostredie a udržateľný rozvoj spoločnosti. Pojem udržateľný marketing nie je nový, pretože už v 90. rokoch 20. storočia sa marketing začal zaoberať problematikou udržateľného rozvoja. Udržateľný marketing, ktorý vytvára ekologickú a sociálnu hodnotu, zároveň prináša pridanú hodnotu pre zákazníka. (Tokárová, Hrdinová, Sakál, 2012)

2.3 Zelený marketing

Jednou zo súčastí spoločensky zodpovedného marketingu je zelený marketing (green marketing), ktorý sa v slovenských podmienkach zvykne označovať aj ako environmentálny marketing, respektíve ekologický marketing. My osobne budeme využívať termín „zelený marketing“.

Zelený marketing bol rozpracovaný začínajúc rokom 1975, keď Americká marketingová asociácia v prvom seminári na tému ekologický marketing navrhla jeho definíciu. V ďalších, najmä však v deväťdesiatych rokoch 20. storočia a v prvej dekáde 21. storočia tému rozšíril pomerne rozsiahly okruh autorov. V odborných prameňoch svetovej i slovenskej teórie a praxe marketingu v súvislosti s výrazmi ekologický a environmentálny marketing však vznikol a pretrváva terminologický problém. Často sa totiž zamieňajú pojmy ako ekológia a environmentalistika, hoci to nie sú synonymá. Odborná verejnosť na Slovensku pracuje s oboma termínmi – ekologický, environmentálny marketing, environmentálny manažment. Snahou environmentálneho manažmentu je nájsť riešenie, ako riadiť podnikové aktivity tak, aby nespôsobili degradáciu životného prostredia. (Viestová a kolektív, 2014, str. 16)

⁷ HAJNALKA, Németh. 2022. Spoločenskou zodpovednosťou ku konkurencieschopnej firme. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: [https://www.unms.sk/upload/files/Kat.%20B\)%20H.%20Nemeth.pdf](https://www.unms.sk/upload/files/Kat.%20B)%20H.%20Nemeth.pdf)

Od vzniku zeleného marketingu v 70. rokoch 20. storočia, prešiel koncept zeleného marketingu rozsiahlym vývojom a dnes je predovšetkým odpoveďou na aktuálne environmentálne hnutia, zameriavajúc sa na uspokojovanie novovznikajúcich potrieb spotrebiteľov a hľadanie príležitostí na efektívne zapracovanie ekologických princípov do marketingových činností firmy. (Bzdúšek, Vasilová, M, 2011, str. 12-31)

Environmentálny marketing predstavuje záväzok vedenia firmy k podnikaniu, ktoré zabezpečuje ekonomický rast, pričom si firma zároveň uvedomuje svoju zodpovednosť za neustále zlepšovanie svojho environmentálneho správania. (Viestová a kolektív, 2014, str. 16)

Ako uvádzajú Bzdúšek a Vasilová (2011, str. 12-31), marketing je často považovaný za súčasť problému, pretože sa často využíva na podporu neudržateľnej spotreby, vytváranie umelých potrieb u spotrebiteľov a zneužívanie nástrojov public relations na zakrývanie negatívnych dopadov podnikania na životné prostredie. Na druhej strane, zelený marketing je nevyhnutným nástrojom pri ovplyvňovaní spotreby smerom k zodpovednému správaniu k životnému prostrediu. Na dosiahnutie výraznejšej environmentálnej výkonnosti je potrebné ísť nad rámec produktovej orientácie a ekoznačiek a využiť všetky dostupné nástroje tradičného marketingu: cenu, komunikáciu a distribúciu. Iba tak môže byť zelený marketing zdrojom konkurenčnej výhody. Je dôležité zdôrazniť, že zelený marketing má význam len vtedy, ak je sprevádzaný zmenami vo firemných hodnotách, stratégiách, regulácii, investíciách, politických systémoch, vzdelávaní a v neposlednom rade aj v obchode a spotrebiteľskom správaní.

Podľa Miroslava Ruska (2015) plní imidž podniku vo vzťahu k životnému prostrediu v posledných rokoch čoraz významnejšiu úlohu. Vzhľadom na záujem spotrebiteľov o obmedzené prírodné zdroje sa zelený marketing stáva čoraz dôležitejším pre obchodné spoločnosti. Výrobcovia ukazujú spotrebiteľom, že zdieľajú rovnaké záujmy, a zdôrazňujú vierohodnosť svojich tvrdení o environmentálne vhodných výrobkoch. Spoločnosti, ktoré využívajú zelený marketing, musia zaručiť, že ich informácie nie sú klamlivé ani zavádzajúce a že neporušujú žiadne smernice alebo zákony týkajúce sa environmentálneho marketingu. Miroslav Rusko verí, že zelený marketing by mohol zohrať významnú úlohu v rámci Národného programu environmentálneho označovania výrobkov na Slovensku. Problémom pre úspešné presadenie environmentálnej značky na Slovensku je najmä poskytovanie a dostupnosť informácií o výrobkoch a značke EVV pre spotrebiteľov.⁸

Podľa Dominika Jánoša (2020, str. 76) množstvo štúdií z celého sveta preukázalo, že zákazníci, zamestnanci a investori stále viac preferujú spoločnosti, ktoré sú považované za spoločensky zodpovedné a ekologicky šetrné. Firmy sú teda nútené prehodnocovať svoje ciele, smerovanie a stratégie, najmä v oblasti marketingového rozhodovania. Vzhľadom na rastúci význam ochrany životného prostredia a zdravia spoločnosti v kontexte marketingu, je nevyhnutné prispôbiť tradičné modely marketingového prostredia tejto novej situá-

⁸ RUSKO, Miroslav. 2015. Zelený marketing v kontexte s ďalšími proenvironmentálne orientovanými aktivitami. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: http://www.sszp.eu/wp-content/uploads/2015_conference__MaZP__p-19__Rusko_.pdf

cii. Marketing teraz vyžaduje cielený a otvorený prístup k environmentálnym a spoločenským otázkam. Preto by mal byť udržateľný, resp. zelený marketing, neoddeliteľnou súčasťou DNA každej spoločnosti, aby dosiahla úspech v konkurenčnom prostredí. Tento prístup je zároveň základom budúceho úspechu a umožňuje budovať lojalitu, reputáciu a dôveryhodnosť medzi zákazníkmi, čím sa stáva hnacou silou inovácií v oblasti udržateľného marketingu. Je to efektívny spôsob budovania dlhodobých vzťahov so zákazníkmi a celou spoločnosťou. Dominik Jánoš (2020, str. 76) zdôrazňuje: „*Je to práve koncept udržateľného marketingu, ktorý má myšlienky zodpovedného správania voči životnému prostrediu a spoločnosti, tvorby vzťahov založených na spolupráci, dôvere a lojalite medzi výrobcami, obchodom a spotrebiteľmi*“, uviedol Dominik Jánoš (2020, str. 76)

Dnešný spotrebiteľ sa zaujíma o recykláciu produktov a ich opätovné zaradenie do obehu, čím často nevedomky uplatňuje zásady cirkulárnej ekonomiky. Je potešujúce, že čoraz viac spotrebiteľov si uvedomuje, že aj svojimi nákupmi môžu prispieť k zmene sveta. Ich zameranie na ekologické produkty pomáha zlepšovať životné prostredie. Tieto aktivity na ochranu životného prostredia, ktoré je potrebné udržiavať aj pre budúce generácie, je však nutné riešiť komplexne. Nejde len o zodpovednosť spotrebiteľov, ale predovšetkým spoločností. Produkty, ktoré nazývame zelené alebo udržateľné, prispievajú k zlepšeniu kvality životného prostredia. Je len otázkou času, kedy takéto produkty zaujmú väčšiu časť produktového portfólia predajných sietí. Hlavnou úlohou spoločností je však neustála edukácia nielen spotrebiteľov, ale aj organizácií prostredníctvom vhodne zvolenej marketingovej komunikácie, aby sa ešte viac rozšírilo povedomie o tomto probléme. (Rybanský, Piešťanská, 2018)

2.4 Greenwashing

So zeleným, respektíve ekologickým marketingom v spoločnosti paralelne vznikol aj greenwashing, čo znamená nepravdivé deklarovanie zodpovedného prístupu firiem k životnému prostrediu.

Podľa slovníka Oxford Learner's greenwashing sú činnosti spoločnosti alebo organizácie, ktorých cieľom je prinútiť ľudí, aby si mysleli, že im záleží na životnom prostredí, aj keď im skutočné podnikanie v skutočnosti poškodzuje životné prostredie. Bežnou formou greenwashingu je verejne vyhlasovať záväzok voči životnému prostrediu a zároveň potíchu lobovať v spoločnosti, aby sa vyhlí regulácii.⁹

Termín greenwashing sa používa od roku 1999 na popísanie dezinformačných snáh firiem s cieľom presvedčiť svojich zákazníkov o tom, že sa starajú o životné prostredie, napriek tomu, že im nejde o úprimnú účinnú ochranu, niekedy dokonca svojimi aktivitami mu ešte škodia. Pravým účinkom je zarobiť viac peňazí a hlavne sa tváriť, že k znečisteniu planéty vôbec neprispievajú. Existuje sedem základných druhov greenwashingu – od nere-

⁹ Greenwash. In: English Oxford Living Dictionaries. [online] Oxford university Press (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/greenwash?q=greenwashing>

levantných a nepotvrdených informácií na obaloch po prezentáciu neúplnej pravdy o aktivite firiem až po používanie falošných značiek, certifikácií a ďalších log. Vo svete sa kladie obrovský tlak na firmy, aby sa chovali naozaj zodpovedne, v Čechách (ako aj na Slovensku) je však situácia iná.¹⁰

Najmä v posledných rokoch, keď sa zvýšila citlivosť na environmentálne problémy, exponenciálne rastie počet organizácií, ochranárskych združení, investigatívnych novinárov a blogerov, ktorí odhaľujú nekalé marketingové praktiky niektorých podnikov a značiek. Zameriavajú sa najmä na tie, ktoré prostredníctvom masívnych reklamných kampaní nielenže tvrdia, že sú ekologické, ale aj vyhlasujú, že sú lídrami v minimalizácii negatívnej environmentálnej stopy svojho podnikania. Asi najznámejším príkladom greenwashingu je reklamná kampaň nadnárodného ropného a energetického koncernu British Petroleum. Ten si v rámci vylepšenia imidžu zmenil logo, ktoré evokuje žltý kvet uprostred zelenej trávnej plochy. Iniciály spoločnosti, teda písmená BP, boli komunikované s významom „Beyond Petroleum“, čo malo naznačiť, že koncern sa už nezameriava výhradne na ropu, ale aj na obnoviteľné zdroje energie. V čase spustenia kampane však podiel obnoviteľných zdrojov energie v tržbách koncernu predstavoval menej než 1 %.

Medzi spoločnosťami, ktoré sa opakovane uchýľujú ku greenwashingu, patrí aj potravinový gigant Nestlé. Ochrannárske organizácie opakovane vyzývajú spoločnosť Nestlé k zodpovednejšiemu podnikaniu, zvlášť odkedy sa problematika plastových obalov stala jednou z najviac diskutovaných tém environmentálnej krízy (Uličný, 2021, str. 151-158).

2.5 Symboly a označovanie

Symbol je fenomén, ktorý podľa určitej dohody znamená iný fenomén spoločnosti. Má tvarovú a významovú charakteristiku. Podstatnými vlastnosťami sú komunikovateľnosť – schopnosť prenášať informácie a interpretovateľnosť. V semiotike sa často používa namiesto slova symbol slovo znak. (kolektív autorov, 2006, str. 118)

Inštitút značky existuje už od nepamäti. Už v časoch antiky značka slúžila na identifikáciu výrobcu alebo vlastníka. Jej význam a poslanie sa výrazne posilnili za posledných 150 rokov, najmä od polovice 19. storočia, keď mnohí producenti a distribútori vo Veľkej Británii a USA po roku 1860 začali intenzívnejšie odlišovať svoje výrobky značkou, aby získali konkurenčnú výhodu. Tak vznikli základy novej praktickej, hospodárskej a vednej disciplíny – riadenie značky.

Značka je názov, termín, znak, symbol, označenie alebo ich kombinácia používaná na identifikáciu výrobkov firmy. (Viestová, 2014, str. 79)

American Marketing Association definuje značku ako „meno, výraz, znak, symbol alebo dizajn či ich kombináciu, ktoré majú identifikovať produkt, alebo služby jedného predávajúceho alebo skupiny predávajúcich a odlíšiť ich od produktov a služieb konkurentov.“

¹⁰ VEJSKAL, Matiaš. 2019. Je to greenwashing, alebo ne? Pät zelených stratégií, ktorými firmy matou. [online] (cit. 24.4.2024) Dostupné na: <https://sj.news/je-to-greenwashing-nebo-netady-je-5-aktivit-na-ochranu-prirodu-na-kterych-si-to-predvedeme/>

Značka je teda výrobkom alebo službou a jej vlastnosťou jej vlastnosti ju určitým spôsobom odlišujú od iných výrobkov alebo služieb, ktoré sú určené na uspokojovanie rovnakej potreby. Tieto rozdiely môžu byť funkčné, racionálne alebo hmotné – vzťahujú sa na výkon značkového výrobku. Môžu byť taktiež skôr symbolické, emocionálneho alebo nehmotné – vzťahujú sa na to, čo značka reprezentuje. (Kotler, 2007, str. 312)

V súčasnosti sa mnohé spoločnosti snažia odlíšiť svoje produkty od konkurencie a zároveň zvýrazniť šetrnosť svojich činností k životnému prostrediu a zdraviu spotrebiteľov. Tieto spoločnosti sa uchádzajú o environmentálne označenia, ktoré udeľuje Ministerstvo životného prostredia SR. Ak výrobca, poskytovateľ služby alebo dovozca chce získať priazeň zákazníkov tým, že upozorní na svoju ohľaduplnosť k životnému prostrediu, môže sa uchádzať o národnú alebo európsku environmentálnu značku. Environmentálne označenie výrobkov môže významne prispieť k rastu a zosilneniu environmentálneho povedomia spotrebiteľov. Toto označenie poskytuje spotrebiteľom istotu, že výrobok je počas celého životného cyklu, od výroby až po zneškodnenie odpadu, šetrný k životnému prostrediu. Výrobok, ktorý získa environmentálne označenie, spĺňa všetky zákonom stanovené požiadavky, pričom štát je garantom spoľahlivosti tohto označenia. Spotrebiteľia majú istotu, že takto označený výrobok bol vyrobený s ohľadom na životné prostredie v porovnaní s „nezelenou“ alternatívou mnohých produktov. Cieľom príspevku je priblížiť problematiku a vplyv environmentálneho označovania produktov na slovenských spotrebiteľov (Miklenčíčová, 2016).

2.5.1 Medzinárodný symbol recyklácie



Obrázok: Medzinárodný symbol recyklácie

Zdroj: www.greenliving.lovetoknow.com

Medzinárodne uznávaný symbol recyklácie je okamžite identifikovateľný. Tento symbol slúži na rôzne účely. Symbol recyklácie je veľmi výrazný. Tvoria ho tri šípky, ktoré zobrazujúce nikdy nekončiacu sa slučku. Šípky tvoria trojuholníkový tvar. Symbol je založený na mobiovom páse. Mobius strip je slučka, ktorá obsahuje polovičnú zákrutu. Nemá začiatok ani koniec. Toto je relevantné pre symbol recyklácie, pretože pomáha demonštrovať pokračujúci charakter recyklácie a dlhodobé dôsledky. Symbol môže mať akúkoľvek farbu, často sa však vyrába v zelenej farbe. Zelená farba totiž symbolizuje životné prostredie a, samozrejme, zelené záležitosti. Symbol sa používa na mnohých produktoch vrátane papiera, plastov a dokonca aj počítačov.¹¹

História symbolu recyklácie - symbol recyklácie bol navrhnutý tak, aby sa zhodoval s prvým Dňom Zeme v roku 1970 aby pomohol propagovať výhody recyklácie. Bol vytvorený ako súčasť súťaže, ktorú sponzorovala spoločnosť Container Corporation of America. Spoločnosť pozvala študentov umenia a dizajnu z celej krajiny, aby navrhli symbol, ktorý by sa dal použiť na zvýšenie povedomia o problémoch životného prostredia. Súťaž vyhral Gary Anderson, študent z University of Southern California. Tento symbol sa odvtedy stal celosvetovým symbolom recyklácie.

Symbol verejnej domény - Symbol recyklácie je voľným dielom a nikto naň nevlastní autorské práva. To znamená, že jednotlivci, vlády a korporácie na celom svete môžu tento symbol používať bez obmedzení. Medzinárodná povaha symbolu recyklácie znamená, že je okamžite rozpoznateľný a možno použiť jediný symbol. To tiež znamená, že symbol je možné prispôbiť a meniť. K dispozícii je veľa štylizovaných verzií symbolu. Tieto boli prispôbené z estetických dôvodov alebo aby bol symbol trochu individuálnejší alebo originálny. Hoci je symbol často prispôbený, základná štruktúra ukazovacích šípok však zostáva rovnaká.

Variácie symbolov - Jedným z hlavných spôsobov úpravy symbolu je, že obsahuje informácie o množstve recyklovaných materiálov, použitých na vytvorenie položky. Toto je vyjadrené ako percento v strede symbolu. Číslo 20 percent v strede symbolu recyklácie znamená, že 20 percent materiálov použitých vo výrobku bolo recyklovaných. Plastikársky priemysel vyvinul systém, ktorý poskytuje informácie o plastových výrobkoch a o tom, ako by sa mali recyklovať. Táto informácia je súčasťou symbolu recyklácie.

Používanie symbolu recyklácie - Recyklačný symbol možno použiť mnohými spôsobmi. Okrem výrobcov, ktorí tento symbol používajú na poskytnutie základných informácií o obsahu položky a podrobnostiach o recyklácii, používajú ho aj miestne úrady na identifikáciu recyklačných miest. Jednotlivci môžu tiež použiť symbol recyklácie na zvýšenie povedomia v otázkach recyklácie. Symbol recyklácie je ľahko dostupný ako klipart a v iných

¹¹ Pullen, Kate. 2022. Recycling Symbol. [online] (cit. 2.9.2022) Dostupné na: https://greenliving.lovetoknow.com/Recycling_Symbol

formátoch na stiahnutie, čo umožňuje jeho jednoduché začlenenie do literatúry a plagátov.

2.5.2 Svetový deň životného prostredia

Svetový deň životného prostredia 5. júna je najväčším medzinárodným dňom pre životné prostredie. Podujatie, ktoré vedie Program OSN pre životné prostredie (UNEP) a koná sa každoročne od roku 1973, sa stalo najväčšou globálnou platformou pre environmentálny dosah, pričom milióny ľudí z celého sveta sa zapájajú do ochrany planéty.

Svetový deň životného prostredia je globálnou platformou pre inšpiráciu k pozitívnym zmenám. Tento medzinárodný deň OSN, ktorého sa zúčastňuje viac ako 150 krajín, zapája vlády, podniky, občiansku spoločnosť, školy, celebrity, mestá a komunity, zvyšuje povedomie a oslavuje environmentálne aktivity. Jednotlivci môžu byť hybnou silou zmien prostredníctvom svojej podpory pre podniky a vlády. Činnosti týchto väčších entít môžu mať transformačný vplyv a potenciálne uzamknúť udržateľné spotrebiteľské a výrobné správanie na nasledujúce desaťročia.

Svetový deň životného prostredia každoročne organizuje iná krajina, kde sa konajú oficiálne oslavy.¹²

Od roku 1973 Svetový deň životného prostredia sa vyvinul do globálnej platformy na zvyšovanie environmentálneho povedomia a riešenie naliehavých planetárnych problémov. Pod vedením Programu OSN pre životné prostredie (UNEP) sa za posledných päť desaťročí milióny ľudí zúčastnili Svetových dní životného prostredia, čím pomohli podnieť zmeny a motivovať národnú a medzinárodnú environmentálnu politiku. Každý Svetový deň životného prostredia sa zameriava na konkrétnu tému, ktorá pokrýva otázky ako znečistenie morí, globálne otepľovanie, udržateľná spotreba a kriminalita v oblasti voľne žijúcich živočíchov. Nižšie sú uvedené niektoré z významných Svetových dní životného prostredia v priebehu rokov.

Svetový deň životného prostredia kladie globálny dôraz na naliehavé environmentálne výzvy našej doby. Tento medzinárodný deň OSN sa stal najväčšou globálnou platformou pre environmentálny dosah, pričom milióny ľudí z celého sveta sa zapájajú do ochrany planéty.¹³

2.5.3 Recyklačné symboly na obaloch

Všetky značky na obaloch pre správne nakladanie s odpadmi z obalov majú nejaký význam. Značky na obaloch nás informujú predovšetkým o tom:

- z akého materiálu je obal vyrobený,

¹² UN environment programme. 2022. Overview ABOUT WORLD ENVIRONMENT DAY. [cit. online] (24.1.2024) Dostupné na: <https://www.worldenvironmentday.global/overview>

¹³ UN environment programme. 2022. History. [online] (cit. 2.9.2022) Dostupné na: <https://www.worldenvironmentday.global/about/world-environment-day>

- či je obal opakovane použiteľný alebo nie,
- či je obal zálohovaný,
- o spôsobe nakladania s obalom.

Značka zelený bod (grün Punkt) označuje obaly, ktoré sú určené na recykláciu a naznačuje, že obal je možné opätovne použiť. Takéto obaly sa ukladajú do špeciálnych kontajnerov určených na ich zber alebo sa odovzdávajú na zberných dvoroch.¹⁴

Pravidlá používania ochrannej známky sú stanovené príslušnými právnymi predpismi v SR, Zákonom o ochranných známkach č. 506/2009 Z. z. Tento zákon okrem iného upravuje aj pravidlá používania ochranných známok v Slovenskej republike (zápis, výmaz, ochranu a prevody).¹⁵



Obrázok: Logo zelený bod

Zdroj: Enwipak

Značka "Trojuholník zložený z troch šípok"

Trojuholníkový symbol s tromi šípkami označuje materiál, z ktorého je obal vyrobený. Materiálové zloženie je identifikovateľné buď číselným označením v trojuholníku alebo textovou skratkou, čo nám umožňuje jednoducho určiť, do ktorej zbernej nádoby odpad patrí. V praxi sa môžeme stretnúť s tromi kombináciami zobrazenia symbolu:

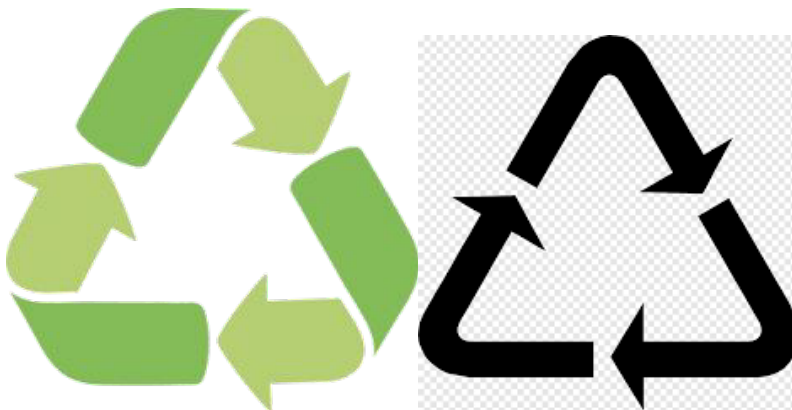
- trojuholník zložený z troch šípok + číselné označenie + textová skratka,

¹⁴ OLO. 2022. Význam značiek na obaloch pre správne nakladanie s odpadmi z obalov. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.olo.sk/artec-content/uploads/2014/11/V%C3%BDznam-zna%C4%8Diek-na-obaloch-pre-spr%C3%A1vne-nakladanie-s-odpadmi-z-obalov.pdf>

¹⁵ ENVI - PAK. 2022. ČO JE ZELENÝ BOD. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://envipak.sk/o-spolocnosti/zeleny-bod>

- trojuholník zložený z troch šípok + číselné označenie,
- trojuholník zložený z troch šípok + textová skratka.

Keďže každý materiál má priradené jedinečné číslo (číselné označenie) a textovú skratku, stačí nám poznať len jeden z týchto údajov na správne zaradenie odpadu do zbernej nádoby (pozri tabuľku nižšie).¹⁶



Obrázok: značka trojuholníkový symbol

Zdroj: AKOEKO

Značka "Smetný kôš"

Symbol „Smetný kôš“ naznačuje, že obal máme po použití vhodiť do vhodnej nádoby na odpad. Neurčuje však, či ide o nádobu na separovaný alebo komunálny odpad. Je teda na nás, aby sme posúdili, či je obal vhodný na recykláciu a patrí do separovaného odpadu, alebo či ide o zmesový obal, ktorý patrí do komunálneho odpadu.

¹⁶ AKOEKO. 2022. blog: Ako triediť odpad a čo znamenajú recyklačné značky a symboly. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.akoeko.sk/a/ako-triedit-odpad>



Obrázok: značka Smetný kôš

Zdroj: AKO EKO

Značka "Preškrtnutý smetný kôš"

Značka „Nebezpečný odpad“ označuje nebezpečný odpad, ktorý nepatrí do žiadnej zo zberných nádob a je možné odovzdať ho len v zberných dvoroch alebo u predajcov daného tovaru (napríklad batérie, žiarivky a ďalšie elektrické a elektronické zariadenia).



Obrázok: značka preškrtnutý smetný kôš

Zdroj: AKO EKO

2.5.4 Environmentálne označovanie produktov v Slovenskej republike

Environmentálne označovanie produktov je dobrovoľným nástrojom environmentálnej politiky, zameraným na ochranu životného prostredia. Jeho cieľom je znižovať negatívny vplyv výroby a spotreby na životné prostredie, zdravie, klímu a prírodné zdroje. To sa do-

sahuje podporou a uprednostňovaním výrobkov a služieb s menším negatívnym dopadom na životné prostredie.¹⁷

Cieľom environmentálnej a výrobkovej politiky Európskej únie je prispieť k trvalo udržateľnému rozvoju. Od vstupu Slovenskej republiky do Európskej únie v roku 2004 mali žiadatelia možnosť získať európsku environmentálnu značku „Európsky kvet“ (teraz známu ako „Environmentálna značka Európskej únie“) podľa nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1980/2000. Toto nariadenie bolo neskôr revidované a nahradené v súčasnosti platným nariadením Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 66/2010 o environmentálnej značke EÚ. Environmentálne kritériá pre príslušné skupiny produktov na udelenie značky „Environmentálna značka EÚ“ („EU Ecolabel“) sú vydané formou rozhodnutí Európskej komisie.

V Slovenskej republike sa environmentálne označovanie produktov považuje za jeden z dobrovoľných nástrojov environmentálnej politiky a je realizované od roku 1997, keď bol ministrom životného prostredia vyhlásený Národný program environmentálneho hodnotenia a označovania výrobkov (NPEHOV). Prostredníctvom národnej schémy environmentálneho označovania udeľuje Ministerstvo životného prostredia SR výrobkom a službám, ktoré splnili prísne environmentálne kritériá, národnú environmentálnu značku „Environmentálne vhodný produkt“ (EVP). Od roku 2002 upravuje podmienky a postup pri udeľovaní a používaní národnej značky zákon č. 469/2002 Z. z. o environmentálnom označovaní výrobkov (vykonávacím predpisom k zákonu je vyhláška MŽP SR č. 258/2003 Z. z.). Ministerstvo životného prostredia SR zohráva ústrednú úlohu v štátnom spravodajstve v oblasti environmentálneho označovania produktov a zároveň je zodpovedné za proces udeľovania európskej environmentálnej značky. Na vypracovanie národných environmentálnych kritérií, preverenie žiadostí a posúdenie zhody produktov s preddefinovanými kritériami je poverená Slovenská agentúra životného prostredia. Slovenská inšpekcia životného prostredia vykonáva kontrolné činnosti a ukladá pokuty v oblasti environmentálneho označovania produktov. Systém udeľovania environmentálnych značiek reprezentuje environmentálne označovanie typu I, ktoré je štandardizované podľa medzinárodnej normy ISO 14024 (STN ISO 14024). Ide o hodnotenie zhody produktu s určenými environmentálnymi kritériami.¹⁸

Niektoré produkty nie sú oprávnené získať environmentálnu značku. Medzi ne patria:

- Nápoje a potraviny,
- Humánne a veterinárne lieky, zdravotné pomôcky,
- Výrobky obsahujúce chemické látky alebo zmesi, ktoré spĺňajú kritériá klasifikácie ako toxické, nebezpečné pre životné prostredie, karcinogénne, mutagénne alebo reprodukčne

¹⁷ Slovenská inšpekcia životného prostredia SR. 2022. Environmentálne označovanie. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.sizp.sk/ostatne/environmentalne-oznacovanie>

¹⁸ Ministerstvo životného prostredia SR. 2022. Environmentálne označovanie produktov. [online] (cit. 23.1.2024) Dostupné na: <https://www.minzp.sk/obehove-hospodarstvo/environmentalne-manazerstvo/ekoprodukty/>

toxické podľa nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1272/2008 a výrobky obsahujúce látky podľa článku 57 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1907/2006 (REACH),

- Produkty, ktoré sú vyrábané procesmi, pravdepodobne výrazne škodlivými pre človeka alebo životné prostredie, produkty, ktoré nepredstavujú významný objem predaja a obchodu na vnútornom trhu.

Ministerstvo životného prostredia SR je ústredným orgánom štátnej správy na úseku environmentálneho označovania produktov a zároveň príslušným orgánom pre proces európskeho environmentálneho označovania.¹⁹

Logo Environmentálnej značky EÚ je chránené primárnym európskym právom. Na správne používanie farebného a jednofarebného (čierna a biela) loga Environmentálnej značky EÚ platí tento formát:

Štýl:

- Štýl loga by sa nemal meniť.
- Iné obrázky alebo logá nesmú byť súčasťou značky EÚ.
- Je zakázané, aby písaný text prechádzal cez Environmentálnu značku EÚ.

Umiestnenie na obale/propagačných materiáloch:

- Logo značky EÚ a textové pole s registračným číslom značky sa musia na obaloch/ propagačných materiáloch výrobkov alebo služieb uvádzať spolu.

Veľkosť:

- Logo by malo byť viditeľné a čitateľné.
- Logo by nemalo byť menšie ako 10,6 x 10,6 mm.
- Právo používať Environmentálnu značku EÚ nesmie porušovať práva ochrannej známky Európskej komisie.
- Logo a registračné číslo značky sa môžu používať len počas doby platnosti zmluvy, na základe ktorej bolo držiteľovi udelené právo používať Environmentálnu značku EÚ.
- Logo značky sa musí používať s príslušným registračným číslom len vo vzťahu s výrobkom/službou, ktorým bola udelená značka a/alebo s propagačným materiálom vzťahujúcim sa k týmto produktom.
- Je zakázané spájať logo s výrobkami alebo so službami, ktorým nebolo udelené právo používať Environmentálnu značku EÚ, alebo používať logo ako súčasť celkového profilu spoločnosti, ktorá je držiteľom značky.

¹⁹ Slovenská inšpekcia životného prostredia SR. 2022. Environmentálne označovanie. [online] (cit. 23.1.2024) Dostupné na: <https://www.sizp.sk/ostatne/environmentalne-oznacovanie>

- Ak má držiteľ značky viac ako jeden produkt registrovaný na základe zmluvy o podmienkach používania Environmentálnej značky EÚ, je postačujúce uvádzať registračné číslo vedľa loga iba raz na akomkoľvek súvisiacom propagačnom materiáli.

Iba Európska komisia, príslušné orgány a EU Ecolabel Helpdesk majú oprávnenie používať logo značky (bez registračného čísla) na propagáciu Environmentálnej značky EÚ. Pozadie loga nesmie byť priehľadné, ak pozadie, na ktorom je logo umiestnené, je vzorované.²⁰



Obrázok: Logo environmentálne označovanie produktov

Zdroj: Enviroportál

2.5.5 Označovanie bioproduktov a biopotravín

²⁰ Centrálny register zmlúv. 2022. POKYNY NA POUŽÍVANIE LOGA ENVIRONMENTÁLNEJ ZNAČKY EÚ. [online] (cit. 23.1.2024) Dostupné na: https://www.crz.gov.sk/data/att/2421502_dokument1.pdf

Bioprodukty a biopotraviny sú produkty a potraviny pochádzajúce z kontrolovaného a certifikovaného systému ekologického poľnohospodárstva, spracovania a distribúcie.

Bioprodukt je priamy produkt ekologického poľnohospodárstva, či už rastlinného alebo živočíšneho pôvodu, napríklad biomlieko, biomäso, biomrkva či biohrach.

Biopotravina je potravina vyrobená iba z bioproduktov, pričom sú použité povolené zložky, prídavné látky a technologické postupy stanovené platnými zákonmi, napríklad biomúka, biochlieb či biojogurt.

Označovanie biopotravín a bioproduktov: Žiadny pestovateľ alebo výrobca potravín nemôže svojvoľne označovať svoje výrobky ako BIO alebo EKO, pretože to by bolo zavádzanie a klamanie spotrebiteľa.²¹

Označenie bioproduktu alebo biopotraviny možno použiť iba na základe certifikátu, ktorý vydá príslušný certifikačný orgán:

- písomnou skratkou „bio“ alebo "eko"
- a grafickým znakom
- slovami „vyprodukovaný v ekologickom poľnohospodárstve“,
- číselným kódom certifikačného orgánu (SK-BIO-002), (SK-BIO-003).



Obrázok: slovenské logo bioproduktov

Zdroj: BIO spotrebiteľ

Na slovenskom trhu je možné kúpiť biopotraviny dovezené z Českej republiky, ktoré sú označené zelenou zebrou:

²¹ Centrum environmentálnych aktivít. 2013. Označovanie bioproduktov a biopotravín. [online] (cit. 23.1.2024) Dostupné na: <http://www.biospotrebiteľ.sk/biopotraviny-bioprodukty/oznacovanie-bioproduktov.htm>



Obrázok: české logo bioproduktov

Zdroj: BIO spotrebiteľ

Od 1. júla 2010 sa novým ekologickým európskym logom "eurolist" musia označovať všetky predbalené biopotraviny v Európskej únii. Používanie nového loga je usmernené príslušným nariadením Európskej komisie (EK) z 24. marca 2010.



Obrázok: Nové ekologické európske logo eurolist

Zdroj: BIO spotrebiteľ

2.6 Zadania a prípady na zamyslenie

Kontrolné otázky:

1. Vymenujte a charakterizujte základné piliere spoločenskej zodpovednosti.
2. Vysvetlite spoločensky zodpovedný marketing.
3. Uvedte rozdiel medzi zeleným marketingom a greenwashingom.

4. Vymenujte a charakterizujte hlavné symboly a označovanie v rámci spoločensky zodpovedného marketingu vo svete.

5. Vysvetlite hlavné environmentálne označovanie produktov v Slovenskej republike.

Úloha č. 1

Vyhľadajte a popíšte konkrétny príklad na zelený marketing v slovenských podmienkach.

Úloha č. 2

Pokúste sa nájsť v spoločnosti taký príklad spoločnosť, ktorá nepravdivo deklaruje zodpovedný prístup firmy k životnému prostrediu.

Úloha č. 4

Chodte do kamenného obchodu a hľadajte na produktoch medzinárodný symbol recyklácie.

Úloha č. 5

Nájdite informácie o poslednom svetovom dni životného prostredia a diskutujte o nich.

Úloha č. 6

Zvoľte si obľúbený produkt, alebo produkty a hľadajte na ňom recyklačné symboly.

2.7 Literatúra

- [1] AKOEKO. 2022. blog: Ako triediť odpad a čo znamenajú recyklačné značky a symboly. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.akoeko.sk/a/ako-triedit-odpad>
- [2] AUGUSTÍNOVÁ, Natália, BEDNÁRIK, Jaroslav. 2019. Marketingová komunikácia v kontexte spoločensky zodpovedného podnikania – boj o zákazníka. In: Čábyová, L., Bezáková, Z., Mendelová, D. eds. 2020. Marketing identity 2019. MARKETING IDENTITY 2019 Offline Is the New Online – aktuálne výzvy onlinovej a offlinovej komunikácie. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie, Kongresové centrum SAV, Smolenický zámok, Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 5-6-november 2019, ISBN 978-80-572-0039-0
- [3] BAČUVČÍK, Radim. 2011. Marketing neziskových organizácií. Zlín : VerBuM, ISBN 978-80-87500-01-9.
- [4] BZDÚŠEK, Ivan a Mária VASILOVÁ. Zelený marketing ako nový zdroj konkurenčnej výhody v podniku. Aktuálne zdroje zvyšovania konkurencieschopnosti a získania udržateľnej konkurenčnej výhody podnikateľských subjektov: zborník vedeckých statí. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2011, , 12-31. ISBN 978-80-225-3353-9.

- [5] Centrálny register zmlúv. 2022. Pokyny na používanie loga environmentálnej značky EÚ. [online] (cit. 23.1.2024) Dostupné na: https://www.crz.gov.sk/data/att/2421502_dokument1.pdf
- [6] Centrum environmentálnych aktivít. 2013. Označovanie bioproduktov a biopotravín. [online] (cit. 23.1.2024) Dostupné na: <http://www.biospotrebiteľ.sk/biopotraviny-bioprodukty/oznacovanie-bioproduktov.htm>
- [7] ENVI - PAK. 2022. ČO JE ZELENÝ BOD. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://envipak.sk/o-spolocnosti/zeleny-bod>
- [8] Greenwash. In: English Oxford Living Dictionaries. [online] Oxford university Press (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/greenwash?q=greenwashing>
- [9] HAJNALKÁ, Németh. 2022. Spoločenskou zodpovednosťou ku konkurencieschopnejšej firme. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: [https://www.unms.sk/upload/files/Kat.%20B\)%20H.%20Nemeth.pdf](https://www.unms.sk/upload/files/Kat.%20B)%20H.%20Nemeth.pdf)
- [10] JÁNOŠ, Dominik. 2020. Zelený marketing ako súčasť kruhovej ekonomiky. In: Madleňák, A., Murár, P., Labudová, L. eds. 2020. QUO VADIS MARKETING. Zborník z vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov QUO VADIS MASSMEDIA and MARKETING organizovanej Fakulty masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2. apríl 2020, ISBN 978-80-572-0054-3.
- [11] KITA, Jaroslav. a kolektív. 2000. Marketing. Bratislava : IURA EDITION, spol. s r. o., ISBN 80-88715-70-9.
- [12] KOTLER, P., ARMSTRONG, G. 2009. Marketing. Praha: GRADA, ISBN 80-247-0513-3.
- [13] KOTLER, Philip, KELLER, Lane, Kevin. 2005. Marketing management. 12. vydání. Praha : Grada publishing, ISBN 978-80-247-1359-5.
- [14] KOLEKTÍV AUTOROV, 2006. Stručný slovník masmediálnej a marketingovej komunikácie. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, ISBN 978-80-89220-59-2.
- [15] MIKLEŇČÍČOVÁ, Renáta. 2016. Vplyv environmentálneho označovania produktov na spotrebiteľov. In: Jurišová, V., Klementis, M., Radošinská, M.. eds. 2016. MARKETING IDENTITY 2016. Značky, ktoré milujeme. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie, Kongresové centrum SAV, Smolenický zámok, Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 8-9-november 2016, ISBN 978-80-8105-839-4.
- [16] OLO. 2022. Význam značiek na obaloch pre správne nakladanie s odpadmi z obalov. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.olo.sk/artec-content/uploads/2014/11/V%C3%BDznam-zna%C4%8Diek-na-obaloch-pre-spr%C3%A1vne-nakladanie-s-odpadmi-z-obalov.pdf>
- [17] PULLEN, Kate. 2022. Recycling Symbol. [online] (cit. 2.9.2022) Dostupné na: https://greenliving.lovetoknow.com/Recycling_Symbol
- [18] RUSKO, Miroslav. 2015. Zelený marketing v kontexte s ďalšími proenvironmentálne orientovanými aktivitami. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: http://www.sszp.eu/wp-content/uploads/2015_conference_MaZP_p-19_Rusko_.pdf

- [19] RYBANSKÝ, Rudolf, PIEŠŤANSKÁ, Petra. 2018. Zelený marketing a jeho produkt v procesoch kruhovej ekonomiky. In: Šalgovičová, J., Bučková, Z., Mendelová, D. eds. 2018. Marketing identity 2018. Digitálne zrkadlá. Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie, Kongresové centrum SAV, Smolenický zámok, Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 6-7-november 2018, ISBN 978-80-8105-986-5.
- [20] Ministerstvo životného prostredia SR. 2022. Environmentálne označovanie produktov. [online] (cit. 23.1.2024) Dostupné na: <https://www.minzp.sk/obehove-hospodarstvo/environmentalne-manazerstvo/ekoprodukty/>
- [21] Slovenská inšpekcia životného prostredia SR. 2022. Environmentálne označovanie. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.sizp.sk/ostatne/environmentalne-oznacovanie>
- [22] TOKÁROVÁ, M., HRDINOVÁ, G., SAKÁL, P. 2012. Udržateľný marketing a spoločensky zodpovedné podnikanie. Transfer inovácií, Vydanie 23, ISSN 1337 – 7094 [cit. online] (24.1.2024) Dostupné na: <https://www.sjf.tuke.sk/transferinovacii/pages/archiv/transfer/23-2012/pdf/116-123.pdf>
- [23] UN environment programme. 2022. Overview ABOUT WORLD ENVIRONMENT DAY. [cit. online] (24.1.2024) Dostupné na: <https://www.worldenvironmentday.global/overview>
- [24] UN environment programme. 2022. History. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.worldenvironmentday.global/about/world-environment-day>
- [25] ULIČNÝ, P. 2021. Greenwashing ako nástroj marketingovej manipulácie. In: Horňák, P., Chudinová, E. 2021. Zborník vedeckých štúdií z histórie a teórie marketingovej komunikácie, médií a reklamy. Marketingová komunikácia Médiá Reklama 20. Univerzita Komenského v Bratislave, Filozofická fakulta, Katedra marketingovej komunikácie, ISBN 978-80-223-5154-6
- [26] UNMSS. 2022. Čo je spoločenská zodpovednosť a aké sú jej tri piliere?. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://cafcentrum.unms.sk/spolocenska-zodpovednost-a-jej-tri-piliere>
- [27] VIESTOVÁ, Kristína a kolektív. 2014. Marketing. Výklad pojmov. Bratislava : Vysoká škola ekonómie a manažmentu verejnej správy v Bratislave, ISBN 978-80-8168-136-3
- [28] VEJSKAL, Matiaš. 2019. Je to greenwashing, alebo ne? Pät zelených stratégií, ktorými firmy matou. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://sj.news/je-to-greenwashing-nebo-ne-tady-je-5-aktivit-na-ochranu-prirodu-na-kterych-si-to-predvedeme/>

3 INFORMAČNÉ PLATFORMY V SLOVENSKEJ REPUBLIKE

3.1 Slovenská agentúra životného prostredia

3.2 Enviro portál

3.3 EWOBX-ujte s nami za environmentálnu výchovu

3.4 Informačná platforma zelené hospodárstvo

3.5 CIRCULAR SLOVAKIA

3.6 Inštitút cirkulárnej ekonomiky

3.7 Odpady portal

3.8 Zadania a prípady na zamyslenie

3.9 Literatúra

V SLOVENSKEJ REPUBLIKE MÔŽEME NÁJSŤ NIEKOĽKO INFORMAČNÝCH PLATFORIEM, KTORÉ SA VENUJÚ ZVYŠOVANIU POVEDOMIA O CIRKULÁRNEJ EKONOMIKE, RESPEKTÍVE RECYKLÁCII. TAKÉTO WEBOVÉ SÍDLA ZRIADILI A PREVÁDZKUJÚ ŠTÁTNE INŠTITÚCIE, AKO AJ SÚKROMNÝ SEKTOR.

MINISTERSTVO ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA SLOVENSKEJ REPUBLIKY A SLOVENSKÁ AGENTÚRA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA KOMUNIKUJÚ ENVIRONMENTÁLNE TÉMY PROSTREDNÍCTVOM ZÁKLADNEJ INFORMAČNEJ PLATFORMY ENVIROPORTAL, ČI PORTÁLU ENVIRONMENTÁLNEJ VÝCHOVY EWOBX. OKREM TOHO SLOVENSKÁ AGENTÚRA ŽIVOTNÉHO PROSTREDIA JE JEDNÝM ZO ZAKLADAJÚCICH ČLENOV A V SPOLUPRÁCI S MIMOVLÁDNÝMI ORGANIZÁCIAMI PREVÁDZKUJE INFORMAČNÚ PLATFORMU ZELENÉ HOSPODÁRSTVO ČI INFORMAČNÚ PLATFORMU CIRCULAR SLOVAKIA.

INFORMAČNÚ PLATFORMU PREVÁDZKUJE AJ NEZISKOVÁ ORGANIZÁCIA INŠTITÚT CIRKULÁRNEJ EKONOMIKY, O. Z., (INCIEN), KTORÁ SA ZAMERIAVA NA INOVATÍVNE ENVIRONMENTÁLNE RIEŠENIA V OBLASTI PREDCHÁDZANIA VZNIKU ODPADOV, ENVIRONMENTÁLNY MANAŽMENT.

V NEPOSLEDNOM RADE VÝZNAMNÝ PODIEL NA PREZENTOVANÍ ENVIRONMENTÁLNYCH TÉM MÁ AJ SPOLOČNOSŤ PROPERTY & ENVIRONMENT S.R.O. , KTORÁ VYDÁVA INTERNETOVÝ DENNÍK ODPADY-PORTAL.SK.

klúčové slová: informačná platforma, Inštitút cirkulárnej ekonomiky, environmentálne témy

3.1 Slovenská agentúra životného prostredia

V Slovenskej republike môžeme nájsť niekoľko informačných platforiem, ktoré sa venujú zvyšovaniu povedomia o cirkulárnej ekonomike, respektíve recyklácii. Takéto webové sídla zriadili a prevádzkujú štátne inštitúcie, ako aj súkromný sektor. Ministerstvo životné-

ho prostredia Slovenskej republiky a Slovenská agentúra životného prostredia komunikujú environmentálne témy prostredníctvom základnej informačnej platformy Enviroportal, či portálu environmentálnej výchovy EWOBOX. Okrem toho Slovenská agentúra životného prostredia je jedným zo zakladajúcich členov a v spolupráci s mimovládnyimi organizáciami prevádzkuje informačnú platformu Zelené hospodárstvo či informačnú platformu Cirkular Slovakia. Informačnú platformu prevádzkuje aj nezisková organizácia Inštitút cirkulárnej ekonomiky, o. z., (INCIEN), ktorá sa zameriava na inovatívne environmentálne riešenia v oblasti predchádzania vzniku odpadov, environmentálny manažment. V neposlednom rade významný podiel na prezentovaní environmentálnych tém má aj spoločnosť PRO-PERTY & ENVIRONMENT s.r.o. , ktorá vydáva internetový denník Odpady-portal.sk.

Slovenská agentúra životného prostredia (SAŽP) má za úlohu posilňovať environmentálne povedomie verejnosti prostredníctvom komplexného spektra programov neformálnej environmentálnej výchovy, vzdelávania a osvetu (EVVO). V rámci tejto oblasti zabezpečuje praktické, metodické, publikačné, projektové a koncepčné aktivity. Organizuje vzdelávacie a informačné podujatia a spolupracuje s príslušnými rezortmi, inštitúciami a mimovládnyimi organizáciami na Slovensku aj v zahraničí. Plní svoje úlohy v súlade s Envirostratégiou 2030, Rezortnou koncepciou EVVO do roku 2025 a internou Koncepciou EVVO v rámci SAŽP do roku 2030.²²

Environmentálnu výchovu a vzdelávanie zabezpečuje na celoslovenskej a regionálnej úrovni prostredníctvom:

- Odboru environmentálnej výchovy a vzdelávania (OEVV) – celoslovenská úroveň,
- Strediska environmentálnej výchovy Dropie (SEV) – regionálna úroveň.

Cieľovou skupinou sú školy (materské, základné, stredné), koordinátori a odborní pracovníci environmentálnej výchovy, zamestnanci štátnej správy starostlivosti o životné prostredie a široká verejnosť.

3.2 Enviro portál



Obrázok: Značka Enviroportálu

Zdroj: Slovenská agentúra životného prostredia

²² Slovenská agentúra životného prostredia. 2022. Environmentálna výchova a vzdelávanie. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.sazp.sk/zivotne-prostredie/environmentalna-vychova-a-vzdelavanie/>

Enviroportál poskytuje primárnu platformu na prezentáciu výsledkov z informačných systémov. Zabezpečuje autorizované a overené informácie o životnom prostredí z oblasti Slovenska aj zahraničia. Jeho cieľom je umožniť užívateľom jednotný prístup k informáciám v oblasti životného prostredia.²³

Uvedený informačný portál zahŕňa širokú škálu environmentálnych tém, čo umožňuje vyhľadávanie informácií dvomi hlavnými spôsobmi:

- Podľa typu subjektu/užívateľa (Agendy),
- Podľa požadovanej typu informácie.

Záložka Agendy má za úlohu poskytnúť občanom, podnikateľom a verejnej správe špecifické informácie, ktoré zodpovedajú ich potrebám, požiadavkám, právam a povinnostiam vyplývajúcim z platných právnych predpisov v Slovenskej republike. V tejto časti portálu návštevníci zistia viac o súčasnom stave životného prostredia v ich okolí a nájdu množstvo užitočných odpovedí na konkrétne problémy, ako napríklad postup pri výrubu stromov, práva občanov v procese hodnotenia vplyvov navrhovaných aktivít na životné prostredie atď. Okrem toho môže používateľ na hlavnej stránke vybrať z ponuky environmentálnych tém, informačných a monitorovacích systémov a dokumentov, ktoré ho zavedú k všeobecným informáciám o danej téme. Taktiež sú mu poskytnuté odkazy na inštitúcie, organizácie a spoločnosti, ktoré sa hlbšie zaoberajú danou tematikou.

Cieľom portálu je poskytovať verejnosti aktuálne a profesionálne garantované informácie a uľahčiť orientáciu v rozsiahlej problematike životného prostredia. Obsah portálu sa aktualizuje denne.

Predchodcom Enviroportálu bol Informačný portál o životnom prostredí (IS ŽP), ktorý bol spustený na základe zákona č. 251/1995 Z. z. o štátnom informačnom systéme (ŠIS) z roku 1995 a Koncepcie rezortného informačného systému (KRIS). IS ŽP bol spustený do prevádzky v roku 1996. Jeho cieľom bolo zhromažďovanie, vyhodnocovanie a zverejňovanie informácií o životnom prostredí. V roku 2005 sa stal jeho nástupcom Enviroportál, ktorý fungoval takmer nezmenene až do konca októbra 2011.

3.3 EWOBX-ujte s nami za environmentálnu výchovu



²³ Slovenská agentúra životného prostredia. 2022. Envirovýchova v kocke. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.ewobox.sk/o-portali>

Obrázok: Logo EWOBX

Zdroj: <https://www.ewobox.sk/>

Slovenská agentúra životného prostredia spolu s vládnyimi a mimovládnyimi organizáciami zaviedla nový projekt nazvaný EWOBX, ktorý je zameraný na environmentálnu výchovu. Hlavným cieľom tohto projektu je zhromažďovať a šíriť informácie o environmentálnej výchove, vzdelávaní a osвете prostredníctvom internetového portálu s názvom BOX.

Tento portál je otvorený pre všetkých, ktorí sa podieľajú na environmentálnej výchove, ju realizujú, potrebujú, alebo s ňou priamo pracujú. Jeho jedinečnosť spočíva v tom, že je pravdepodobne jediným takýmto portálom v strednej a možno aj celej Európe. Jedinečný je aj spôsob organizácie obsahu na portáli. Kľúčovými prvky sú kľúčové slová, ktoré priradzujú registrovaní užívatelia pri vytváraní obsahu, ako sú články, udalosti, výzvy a podobne. Tieto kľúčové slová umožňujú jednoduché filtrovanie informácií pomocou hierarchickej štruktúry (vertikálne). Taktiež prepájajú obsah podľa jeho významu cez celú hierarchickú štruktúru (horizontálne), čo umožňuje presnejšie triedenie obsahu podľa individuálnych preferencií užívateľov.

Ambíciou portálu je poskytovať informácie nielen centralizovane, ale aj distribuovaným spôsobom prostredníctvom tzv. widgetov a otvorených dátových zdrojov.

Portál sa zakladá na troch základných princípoch:

Rovnováha: Organizátori sa riadia zásadou "dávaj a ber", keďže čím viac prispievajú do EWOBXu, tým viac z neho získavajú.

Otvorenosť: EWOBX je vnímaný ako neobmedzený priestor pre rôzne pohľady, témy a názory, pretože environmentálna výchova sa nedá obmedziť ani uzatvoriť do jednej skrinky.

Služnosť: V EWOBXe sa dodržiavajú zásady slušného správania.

Momentálne umožňuje portál registráciu jednotlivcov aj organizácií, ktoré si môžu vytvárať svoj internetový priestor prostredníctvom EWOBXu. Môžu zakladať diskusné skupiny, pridávať články, udalosti, výzvy a prezentovať svoju ponuku publikácií a programov environmentálnej výchovy. Cieľom portálu je postupne vybudovať centrálné miesto pre prístup a distribúciu informácií o environmentálnej výchove. Tento systém by fungoval ako informačný kanál, podporoval sociálnu interakciu, poskytoval prezentačnú platformu, databázu údajov a nástroje/aplikácie na zlepšenie činnosti organizácií zameraných na environmentálnu výchovu.²⁴

²⁴ Slovenská agentúra životného prostredia. 2022. O enviroportál. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.enviroportal.sk/o-portali>

3.4 Informačná platforma Zelené hospodárstvo



Obrázok: Logo Zelené hospodárstvo

Zdroj: <https://www.enviroportal.sk/>

Platforma Zelené hospodárstvo slúži na informovanie o aktuálnych udalostiach v oblasti zeleného hospodárstva a poskytuje priestor na bezplatnú prezentáciu environmentálne optimalizovaných riešení, na zdieľanie skúseností a propagáciu subjektov, ktoré tieto riešenia ponúkajú a realizujú. Snaží sa ovplyvniť aj spotrebiteľské správanie obyvateľov tým, že ponúka riešenia uplatniteľné v bežnom živote, ktorých realizácia pozitívne ovplyvňuje ekologickú a klimatickú stopu jednotlivca.

Platforma Zelené hospodárstvo je digitálnou platformou, ktorá slúži ako nástroj na podporu plnenia strategických dokumentov Slovenskej republiky, najmä dokumentu Zelenšie Slovensko – Stratégia environmentálnej politiky Slovenskej republiky do roku 2030 a Vízie a stratégie rozvoja Slovenska do roku 2030 – dlhodobá stratégia udržateľného rozvoja Slovenskej republiky – Slovensko 2030, ktoré zohľadňujú príslušné relevantné dokumenty prijaté na medzinárodnej i európskej úrovni. Webové sídlo bolo založené v roku 2018 a jeho prevádzku a správu obsahu zabezpečuje Slovenská agentúra životného prostredia.²⁵

3.5 CIRCULAR SLOVAKIA



Obrázok: Logo Circular Slovakia

Zdroj: <https://circular-slovakia.sk/>

Slovenská agentúra životného prostredia je jedným zo siedmich zakladajúcich členov platformy Circular Slovakia, ktorá je verejno-súkromnou iniciatívou zameranou na podpo-

²⁵ Slovenská agentúra životného prostredia. 2022. O webovom sídle. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.zelenehospodarstvo.sk/o-webovom-sidle>

ru obehového hospodárstva. Táto platforma spája obchodné spoločnosti, vládne a znalostné inštitúcie, združenia a mimovládne organizácie s cieľom urýchliť prechod na zelenšie a obehové Slovensko.

Hlavným zámerom informačnej platformy je šíriť povedomie o obehovom hospodárstve a podporovať aktívnu diskusiu medzi verejným, súkromným a tretím sektorom o možnostiach a odstraňovaní prekážok v tomto procese. Okrem toho si kladie za cieľ podporovať vznik nových projektov a budovanie partnerstiev od verejnej správy cez výskum až po podnikateľskú sféru, zdieľať skúsenosti, poznatky a predstavovať úspešné príklady praktických realizácií.²⁶

Myšlienka spojiť partnerov na podporu obehového hospodárstva na Slovensku sa zrodila v roku 2018. Vznikla po sérii stretnutí zainteresovaných strán z verejného, súkromného a tretieho sektora, kde došlo k zhodnoteniu potrieb a prijatiu konsenzu o vytvorení spoločného centrálného bodu pre obehové hospodárstvo na Slovensku. Táto snaha o verejno-súkromné partnerstvo vyústila v založení platformy pre obehové hospodárstvo. V decembri 2019 sedem zakladajúcich partnerov podpísalo Memorandum o spolupráci pri podpore vzniku platformy Circular Slovakia na Ministerstve životného prostredia SR. Do júna 2020 sa k platforme pridalo ďalších 20 členov zo súkromného a mimovládneho sektora, ako aj z vedecko-výskumnej obce.²⁷

3.6 Inštitút cirkulárnej ekonomiky

INCIEN zdieľa s verejnosťou výsledky a skúsenosti z projektov. Informuje, vzdeláva, diskutuje s verejnosťou. Závety a poznatky sú ďalej využívané v strategických dokumentoch Slovenska pre oblasť životného prostredia, obehového a odpadového hospodárstva, cieľov udržateľného rozvoja (SDGs).²⁸

V mestách a obciach Slovenska sa INCIEN zameriava hlavne na oblasť odpadového hospodárstva – predchádzanie vzniku odpadov. Realizuje analýzy odpadov a návrh koncepcií s konkrétnymi riešeniami šitými na mieru danej samosprávy. Navrhované riešenia sú v súlade s princípmi cirkulárnej ekonomiky a hierarchiou odpadového hospodárstva Slovenskej republiky.

INCIEN navrhuje pre rôzne spoločnosti riešenia, ktoré sú v súlade s princípmi cirkulárnej ekonomiky D4C (designed for circularity). Na základe analýzy vypracujeme sériu riešení aplikovateľných v praxi, ktoré sú v súlade s princípmi cirkulárnej ekonomiky.

Pre INCIEN sú dôležité vzdelávacie aktivity. Preto sa venuje vzdelávaniu na rôznych úrovniach. INCIEN prepája skúsenosti a zdieľa ich s odborníkmi, tvorí štúdie a odborné

²⁶ Slovenská agentúra životného prostredia. 2022. Cirkular Slovakia. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.zelenehospodarstvo.sk/temy/circular-slovakia>

²⁷ Cirkular Slovakia. 2019. KTO SME. [online] (cit. 30.10.2022) Dostupné na: Cirkular Slovakia. 2019. KTO SME. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://circular-slovakia.sk/>

²⁸ Inštitút cirkulárnej ekonomiky. 2022. O nás. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.incien.sk/o-nas/>

práce v oblastiach, ktoré sa týkajú obehového hospodárstva: materiálové toky, využívanie odpadov ako zdroja, ekonomické nástroje v odpadovom hospodárstve.

3.7 Odpady portál

Firma PROPERTY & ENVIRONMENT s.r.o. publikuje internetové denníky Odpady-portal.sk (ISSN 1338-1326), Energie-portal.sk (ISSN 1338-5933) a Voda-portal.sk (ISSN 2585-7924), ako aj tlačенý mesačník Odpadové hospodárstvo (ISSN 1338-595X), ktorý má prílohu venovanú energetike s názvom Energo.²⁹

Denník Odpady-portal.sk začal vychádzať v máji 2009, o rok neskôr ho nasledoval denník Energie-portal.sk a o ďalší rok printový mesačník Odpadové hospodárstvo. Mesačník Energo, založený v roku 2012, vychádza od februára 2014 ako integrovaná príloha Odpadového hospodárstva. Denník Voda-portal.sk vychádza od 1. októbra 2017. Od svojho vzniku sa zameriava na poskytovanie originálneho spravodajstva a informačného servisu pre cieľové skupiny, vrátane publicistických príspevkov – analýz, názorov a výberu zaujímavých článkov zo zahraničných médií.

Primárnou cieľovou skupinou čitateľov sú osoby pôsobiace v oblasti priemyselnej ekológie, ako sú dodávatelia a odberatelia tovarov a služieb v odpadovom hospodárstve, energetike, vo vodnom hospodárstve, TZB a HVAC.

Čitatelia Odpady-portal.sk sú najmä pôvodcovia odpadov (priemyselné a obchodné podniky, samosprávy), dodávatelia tovarov a služieb pre odpadové hospodárstvo, samosprávy, investori a vláda. Denník Energie-portal.sk sledujú najmä odberatelia energií (priemyselné a obchodné podniky, samosprávy), dodávatelia tovarov a služieb pre energetiku, investori a vláda. Denník Voda-portal.sk čítajú najmä dodávatelia a odberatelia služieb vo vodnom hospodárstve (priemyselné podniky, samosprávy), dodávatelia tovarov a služieb pre vodné hospodárstvo, investori a vláda.

Články v online denníkoch, ako aj predplatný mesačník Odpadové hospodárstvo, sú spolplatnené. Počet predplatiteľov medzoročne stabilne rastie, pričom spolu dosahujú približne 100 000 unikátnych návštevníkov mesačne, najväčšiu časť tvoria klienti z oblasti priemyselných, obchodných prevádzok a samosprávy.

3.8 *Zadania a prípady na zamyslenie*

Kontrolné otázky:

1. Priblížte význam Slovenskej agentúry životného prostredia.
2. Na čo slúži Enviro portál.

²⁹ PROPERTY & ENVIRONMENT s.r.o.. 2022. Vitajte v PROPERTY & ENVIRONMENT!. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.odpady-portal.sk/Onas.aspx>

3. Vysvetlite význam Ewoboxu.

4. Charakterizujte pojem informačná platforma Zelené hospodárstvo.

5/ Charakterizujte platformu Circular Slovakia.

6/ Priblížte význam Inštitútu cirkulárnej ekonomiky.

7/ Charakterizujte platformu Odpady portal.

Úloha č. 1

Vyhľadajte na informačnej platforme Enviro portál aktuálne informácie z oblasti životného prostredia a následne o nich diskutujte v skupine.

Úloha č. 2

Vyhľadajte na informačnej platforme Ewobox aktuálne informácie z oblasti životného prostredia a následne o nich diskutujte v skupine.

Úloha č. 3

Vyhľadajte na informačnej platforme Zelené hospodárstvo aktuálne informácie z oblasti životného prostredia a následne o nich diskutujte v skupine.

Úloha č. 4

Vyhľadajte na informačnej platforme Circular Slovakia aktuálne informácie z oblasti životného prostredia a následne o nich diskutujte v skupine.

Úloha č. 5

Vyhľadajte na informačnej platforme Odpady portal aktuálne informácie z oblasti životného prostredia a následne o nich diskutujte v skupine.

Úloha č. 6

Pokúste sa nájsť vyššie zmienené informačné platformy na sociálnych sieťach.

3.9 Literatúra

- [1] Cirkular Slovakia. 2019. KTO SME. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://circular-slovakia.sk/>
- [2] Inštitút cirkulárnej ekonomiky. 2022. O nás. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.incien.sk/o-nas/>
- [3] PROPERTY & ENVIRONMENT!. 2022. Vitajte v PROPERTY & ENVIRONMENT!. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.odpady-portal.sk/Onas.aspx>

- [4] Slovenská agentúra životného prostredia. 2022. Environmentálna výchova a vzdelávanie. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.sazp.sk/zivotne-prostredie/environmentalna-vychova-a-vzdelavanie/>
- [5] Slovenská agentúra životného prostredia. 2022. Envirovýchova v kocke. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.ewobox.sk/o-portali>
- [6] Slovenská agentúra životného prostredia. 2022. Cirkular Slovakia. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.zelenehospodarstvo.sk/temy/circular-slovakia>
- [7] Slovenská agentúra životného prostredia. 2022. O enviroportál. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.enviroportal.sk/o-portali>
- [8] Slovenská agentúra životného prostredia. 2022. O webovom sídle. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.zelenehospodarstvo.sk/o-webovom-sidle>

4 INFORMAČNO KOMUNIKAČNÉ KAMPANE

4.1 Teoretické vymedzenie kampane

4.2 Informačná a edukačná kampaň k zálohovaniu

4.3 Kampaň „Zatoč s odpadom“

4.4 Kampaň „Jednotne-ekologicky“

4.5 Kampaň „Vezmi si ma“

4.6 Celosvetová kampaň „Vyčistíme svet – Clean up the World“

4.7 Komunikačné aktivity nadnárodných spoločností v oblasti cirkulárnej ekonomiky

4.8 Ako vytvoriť kampaň za zber odpadu

4.9 Zadania a prípady na zamyslenie

4.10 Literatúra

MEDZI HLAVNÉ MARKETINGOVÉ NÁSTROJE MARKETINGOVÝCH STRATÉGIÍ PRI PREZENTÁCII TÉM Z OBLASTI CIRKULÁRNEJ EKONOMIKY PATRIA MARKETINGOVÉ KAMPANE. TIETO MARKETINGOVÉ, RESPEKTÍVE REKLAMNÉ AKTIVITY SÚ ZVÄČŠA MONOTEMATICKÉ, V KTORÝCH ŠTÁTNE INŠTITÚCIE ZODPOVEDNÉ ZA ŽIVOTNÉ PROSTREDIE SA SNAŽIA INFORMOVAŤ VEREJNOSŤ O URČITEJ TÉME, RESPEKTÍVE SNAŽIA SA ZÍSKAŤ PODPORU PRE ISTÉ AKTIVITY. V RÁMCI KAMPANI ROZLIŠUJEME MARKETINGOVÚ KAMPAŇ, REKLAMNÚ KAMPAŇ A KOMUNIKAČNÚ KAMPAŇ. CIELOM KOMUNIKAČNEJ KAMPANE JE ŠÍRIŤ VEREJNOSTI POZITÍVNE INFORMÁCIE TÝKAJÚCE SA JEDNEJ TÉMY, RESPEKTÍVE JEDNÉHO PROBLÉMU. V RÁMCI KOMUNIKAČNEJ KAMPANE SA MÔŽU KOMUNIKOVAŤ NÁZORY, SYMPATIE, SKÚSENOSTI ČI VZŤAHY. VZHLADOM NA TO, ŽE TIETO MARKETINGOVÉ KAMPANE SA SÚSTREĐUJÚ NA INFORMOVANIE, VYSVETĽOVANIE A PRESVIEDČANIE VEREJNOSTI, DOSTÁVAJÚ OZNAČENIE AKO INFORMAČNO-KOMUNIKAČNÉ KAMPANE, KTORÉ SA DOKONCA V NIEKTORÝCH PRÍPADOCH OZNAČUJÚ AKO EDUKAČNÉ KAMPANE. JEDNOU Z NAJVÄČŠÍCH INFORMAČNO-KOMUNIKAČNÝCH KAMPANÍ BOLA NA SLOVENSKU INFORMAČNÁ A EDUKAČNÁ KAMPAŇ K ZÁLOHOVANIU, KTORÁ SA ZAČALA V SEPTEMBRI 2021 A SKONČILA V APRÍLI 2022, PRIČOM JEJ HLAVNÝM CIEĽOM BOLO DOSIAHNUTIE POVEDOMIA O ZNAČKE SLOVENSKO ZÁLOHUJE SO SYMBOLOM Z V ŠÍPKACH, AKO AJ O SAMOTNOM ZÁLOHOVANÍ. NA SLOVENSKU BOLO V POSLEDNÝCH ROKOCH REALIZOVANÝCH NIEKOĽKO RECYKLAČNÝCH KAMPANÍ.

Kľúčové slová: kampaň, informačná kampaň, celosvetová kampaň, tvorba kampane

4.1 Teoretické vymedzenie kampane

Kampaň sa najčastejšie používa v mediálnych štúdiách ako kontext, ktorý odkazuje na komplexný, štruktúrovaný a koordinovaný pokus o presvedčanie. Ciele takéhoto presvedčania sú rôzne. Cieľom reklamných kampaní je napríklad zmeniť výber produktov alebo presvedčiť zákazníkov, aby si kúpili nové produkty. (Watson, Hill, 2012)

Kampaň je podľa online Cambridge slovníka plánovaná skupina najmä politických, obchodných alebo vojenských aktivít, na dosiahnutie konkrétneho cieľa. (Cambridge dictionary)

Boučková (2003, str. 227) definuje komunikačnú alebo reklamnú kampaň ako „*systematický plánovitý proces prezentácie oznámení, ktoré majú byť odovzdané spotrebiteľovi prostredníctvom vybraných médií.*“ Podľa Vysekalovej a Mikeša (2018) komunikačná kampaň musí zohľadňovať celkový marketingový plán a vychádzať z marketingovej analýzy, ktorá poskytne potrebné informácie o trhu, spotrebiteľoch, konkurencii a pod. „*Často sa vychádza už zo spomínaných variantov marketingového mixu 4C, 4P či rozšírených 7P. Pokiaľ ani jedno z uvedených nestačí ako východisko pre marketingovú stratégiu, často sa prechádza k 4S.*“ Pod poňatie 4S patrí:

- segmentácia zákazníkov (definícia cieľových skupín),
- stanovenie úžitku (stanovenie výhod daného produktu alebo služby),
- spokojnosť zákazníka (orientácia na uspokojenie potrieb a očakávaní),
- sústavná starostlivosť (komunikácia so zákazníkom, dlhodobá spolupráca) (Vysekalová a Mikeš, 2018).

4.2 Informačná a edukačná kampaň k zálohovaniu

Ministerstvo životného prostredia Slovenskej republiky spustilo kampaň #zazalohovanie hneď potom, čo Vláda Slovenskej republiky dňa 29.5.2019 prijala zákon o zálohovaní nápojových obalov. Ministerstvo spustilo kampaň videospotom, pričom podporu verejnosti pre zálohovanie plastových fliaš a plechoviek ministerstvo získavalo hlavne prostredníctvom sociálnych sietí a taktiež novej podstránky na webovom sídle rezortu: www.minzp.sk/zalohovanie.

Zmena, ktorá sľubuje čistejšiu krajinu bez voľne pohodeného odpadu, si na Slovensku vyžadovala úpravu tokov odpadu z plastových fliaš a plechoviek, ako aj zmenu procesov na úrovni výrobcov, distribútorov a spotrebiteľov. Zavedenie zálohovania taktiež potrebovalo zmenu spotrebiteľského správania. Preto Správca zálohového systému smeroval svoju komunikáciu na odbornú verejnosť, ktorej sa tieto zmeny priamo dotýkajú, a na všeobecnú verejnosť. Hlavným cieľom bolo pripraviť ľudí na systém zálohovania a vzbudiť v nich pozitívne emócie voči tejto zmene. Zároveň bolo dôležité stimulovať spoločenskú zodpovednosť každého jednotlivca voči budúcnosti našej krajiny a životného prostredia.

Zahraničné skúsenosti ukazujú, že zálohovanie je účinné, ak ide ruka v ruku so vzdelávaním spotrebiteľov. Zálohový systém stimuluje enviromentálne správanie. Úspešnosť systému do veľkej miery závisí od pochopenia systému spotrebiteľmi. Medzi hlavné témy edukácie patrili témy o obaloch PET fľaši a plechovke, o recyklácii, o prínosoch zálohovania obalov na životné prostredie, či o cirkulárnej ekonomike. Cieľom kampane bolo prezentovať praktické informácie o tom, ako, kedy a kde vrátiť PET fľaše a plechovky od nápojov (nestlačené s etiketou a s čitateľným čiarovým kódom), aké obaly budú zálohované a označené symbolom zálohovania „Z“. Zámerom kampane bolo včasným poskytovaním

užitočných informácií odstraňovať obavy a bariéry spotrebiteľov. Hlavnými nástrojmi kampane bolo riadené publikovanie článkov, kampaň v masmédiách, individuálna spolupráca s novinármi, kampaň na sociálnych sieťach, PR aktivity atď.

Sekundárnym cieľom kampane bolo poskytovať užitočné informácie výrobcem, importérom, obchodníkom a všetkým organizáciám, ktoré sú súčasťou zálohového systému, vrátane miest a obcí, recyklátorov, organizácií z oblasti odpadového hospodárstva, zástupcov tretieho sektora. Hlavnými nástrojmi na naplnenie tohto cieľa boli okružle stoly, semináre, školenia, newsletter, workshopy.³⁰

Správca zálohového systému

"Správca zálohového systému" je značka zameraná na odbornú verejnosť a odborné subjekty, ktorých sa zálohový systém týka. Patrí sem komunikácia s distribútormi, výrobcami, samosprávami, environmentálnymi inštitúciami a novinármi. Táto značka sa sústreďuje na informovanie a spoluprácu s týmito skupinami, aby zabezpečila efektívne fungovanie zálohového systému.

V súčasnosti je téma zálohovania veľmi aktuálna a rezonuje v spoločnosti. Správca zálohového systému aktívne komunikuje s médiami a širokou verejnosťou s cieľom vzdelávať spoločnosť, poskytovať informácie, zmierňovať obavy zo zmien a odpovedať na praktické otázky týkajúce sa fungovania systému. Víziou správcu je podporiť vytváranie prostredia, kde sa predchádza vzniku odpadu, opätovne využívajú cenné materiály a chráni životné prostredie. Preto sa snaží posilniť zodpovednosť spotrebiteľov a mobilizovať spoločnosť pre túto zmysluplnú vec. Pre efektívnu komunikáciu je neustále poskytovaná podpora distribútorom a výrobcem, vrátane prípravy komunikačných podkladov, grafických materiálov, informačných materiálov a manuálov. Kľúčová je tiež spoločná komunikácia a koordinácia posolstiev s Ministerstvom životného prostredia SR, výrobcami, obchodníkmi a dodávateľmi zálohovateľov.

³⁰ SPRÁVCA ZÁLOHOVÉHO SYSTÉMU n.o. 2021. Online tlačová konferencia. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.spravcazaloh.sk/>





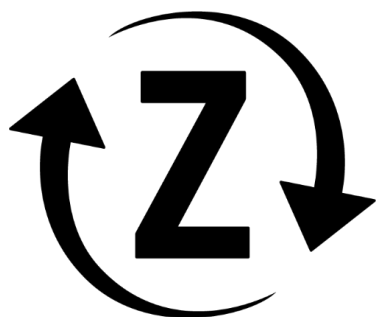
Obrázok: Značka Správca zálohového systému

Zdroj: Správca zálohového systému

Slovensko zálohuje

"Slovensko zálohuje" je značka, ktorej logo tvorí symbol Z v recyklačných šípkach. Tento symbol poskytuje spotrebiteľom praktické informácie o zálohovaní plastových fliaš a plechoviek. Primárna komunikácia smerom k spotrebiteľom prebieha práve prostredníctvom značky Slovensko zálohuje, pretože je kľúčové, aby sa dôležité informácie o zálohovaní dostali ku každému obyvateľovi. Na zvýšenie povedomia o značke Slovensko zálohuje so symbolom Z v recyklačných šípkach, ako aj o samotnom zálohovaní, bola spustená kampaň, ktorá prebiehala od septembra 2021 do apríla 2022. Cieľom tejto kampane bolo včasným poskytovaním informácií postupne odstraňovať obavy verejnosti a zvyšovať zapojenie širokej cieľovej skupiny do využívania zálohového systému. Zároveň sa postupne rozvíjali spolupráce a projekty pre deti a mládež, znevýhodnené skupiny obyvateľstva a národnostné menšiny.³¹

³¹ SPRÁVCA ZÁLOHOVÉHO SYSTÉMU n.o. 2022. Výročná správa Správca zálohového systému 2021. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na:



ZÁLOHOVANÉ



ZÁLOHOVANÉ



ZÁLOHOVANÉ ZÁLOHOVANÉ

Obrázok: Značka Zálohované

Zdroj: Správca zálohového systému

4.3 Kampaň „Zatoč s odpadom“

Kampaň „Zatoč s odpadom“ bola online kampaň Slovenskej agentúry životného prostredia (SAŽP), ktorá mala prostredníctvom desiatich tematických aktivít prispieť k zlepšeniu osvedy a informovanosti širokej, ale aj odbornej verejnosti ohľadom aktuálnej témy predchádzania vzniku odpadu.³²

Prostredníctvom súťaže, ktorá trvala od 6. septembra 2021 do 30. júna 2022, organizátori inšpirovali širokú verejnosť k zamysleniu sa nad odpadom s cieľom naštartovať

https://www.spravcazaloh.sk/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%A1_spr%C3%A1va_Spr%C3%A1vcu_z%C3%A1lohov%C3%A9ho_syst%C3%A9mu_2021.pdf

³² EWOBX. 2021. Zatoč s odpadom! [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.ewobox.sk/clanok/zatocme-s-odpadom>

pozitívnu zmenu v spoločnosti. Do výziev sa mohol zapojiť úplne každý, a to bez vekového obmedzenia.

Na ľudí čakalo 10 výziev, ktoré sa postupne odhaľovali vždy v prvý deň v mesiaci, od septembra 2021 do júna 2022. Tematicky boli výzvy bohaté na informácie, zaujímavosť, aktuálne dianie v oblasti odpadu. Podmienkou účasti bolo splniť aspoň jednu z nich. Bolo na účastníkov, do koľkých výziev sa zapoja. Splnenie výzvy účastníci dokladovali fotkou, článkom alebo inými údajmi, ktoré výzva požadovala.

Súčasťou kampane bola aj samostatná časť Učiteľ v akcii pre učiteľov materských, základných aj stredných škôl s inšpiráciami a námetmi na aktivity. Z nich bola po ukončení kampane vydaná elektronická publikácia.



Obrázok: Značka Zatoč s odpadom

Zdroj: Ewobox

4.4 Kampaň „Jednotne-ekologicky“

COOP Jednota, v spolupráci s OZV NATUR-PACK, spustila v júli 2021 edukačnú kampaň zameranú na triedenie odpadu. Najväčší domáci potravinový reťazec pripravil vzdelávaciu iniciatívu na ochranu životného prostredia. Na produkty vlastnej značky umiestnil grafické symboly, ktoré spotrebiteľom vysvetľujú, ako správne triediť odpad.³³

³³ PROPERTY & ENVIRONMENT s. r. o.. 2021. Nové označovanie výrobkov má ľuďom pomôcť správne triediť odpad. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.odpady-portal.sk/Dokument/106194/nove-oznacovanie-vyrobkov-ma-ludom-pomoc-spravne-triedit-odpad.aspx>

Súčasťou projektu "Jednotne-ekologicky" je samostatná webová stránka, ktorá ponúka podrobné informácie o triedení použitých obalov. Odborné údaje sú doplnené vedomostnou hrou a inštruktážnymi videami. Odborným garantom projektu je organizácia zodpovednosti výrobcov (OZV) NATUR-PACK.



„S nákupom potravín sa spája veľká produkcia obalov, z ktorých sa následne stáva odpad. Vďaka princípu cirkulárnej ekonomiky ho však môžeme recyklovať a opätovne využiť. V COOP Jednote nám problematika ochrany životného prostredia nie je ľahostajná, a preto sme obaly výrobkov našej vlastnej značky doplnili o grafické symboly, ktoré zrozumiteľne vysvetľujú, ako daný obal po použití správne triediť,“

hovorí Ján Bilinský, generálny riaditeľ COOP Jednoty Slovensko. Dodáva, že zodpovednosť za ochranu prírody leží na pleciach spotrebiteľov aj výrobcov. „Ako výrobca vlastnej značky máme v COOP Jednote príležitosť prispieť k zmene, a tak sme spravili prvý krok a túto tému sme si osvojili,“ dopĺňa šéf reťazca.

Najväčší domáci potravinový reťazec má vo svojom portfóliu viac ako 760 výrobkov vlastnej značky, z ktorých približne 85 % pochádza od slovenských dodávateľov. Na tieto produkty COOP Jednota postupne umiestňuje grafické symboly v podobe zberných nádob. Takýmto označením už disponuje zhruba tretina produktov a postupne pribúdajú ďalšie. Symboly zobrazujú kontajnery vo farbách triediacich nádob s popisom na nápojový kartón, plast, kov, papier, sklo, komunál, bio. Každá ikonka zároveň uvádza, ktorá časť daného použitého odpadu kam patrí. Ak obal pozostáva z viacerých častí, ktoré treba vhodiť do rozdielnych kontajnerov, každý kontajner je na obale jasne definovaný.

Webová stránka „Jednotne-ekologicky“ sa v úvodnej fáze zameriava najmä na správne triedenie použitých obalov. Spotrebiteľom vysvetľuje, aký obal patrí do príslušnej zbernej nádoby, a upozorňuje aj na druhy odpadu, ktoré do daného kontajnera nepatria. Na portáli majú postupne pribúdať inštruktážne videá, užitočné eko tipy a interaktívna hra. Pridanou hodnotou webstránky má byť aj pravidelné informovanie o aktuálnych novinkách z environmentálnej oblasti. Webový obsah je určený nielen zákazníkom COOP Jednoty, ale aj širokej verejnosti.

4.5 Kampaň „Vezmi si ma!“

Organizácia zodpovednosti výrobcov ENVI-PAK je iniciátorom a koordinátorom projektu Vezmi si ma!³⁴

Stále viac ľudí si uvedomuje závažnosť znečistenia miest, obcí a prírody, čo vedie k tomu, že zbieranie pohodených odpadkov sa stáva nielen životným štýlom, ale aj aktivitou,

³⁴ ENVI-PAK. 2022. O projekte. Vezmi si ma. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.vezmi.si.ma/o-projekte/>

ktorá spája komunity a mobilizuje občianske združenia, mestá či dobrovoľníkov. Každé mesto a obec čelí v súvislosti s odpadom rôznym problémom a mnohé samosprávy už dnes realizujú rôzne aktivity zamerané na upratovanie prírody a okolia. Projektom „Vezmi si ma!“ nechcú organizátori tieto aktivity nahradiť, ale ich podporiť a spájať, aby sme všetci prispeli k čistejšiemu životnému prostrediu.

Projekt „Vezmi si ma!“ informuje ľudí o probléme voľne pohodeného odpadu a motivuje ich, aby sa správali zodpovednejšie k životnému prostrediu a zapojili aj ostatných. Cieľom projektu je vytvoriť prehľad o mestách a obciach, ktoré sa už zapojili do boja s voľne pohodeným odpadom. Organizátori chcú vytvoriť sieť lokálnych aktivistov a širokú komunitu ľudí, ktorí sa do boja proti litteringu pravidelne zapájajú. Zároveň chcú inšpirovať obyvateľov ostatných miest a obcí, aby sa týchto aktivít nebáli a začali sa im aktívnejšie venovať. Podujatie spojené so zbieraním voľne pohodeného odpadu môže zorganizovať ktokoľvek: zástupcovia miest a obcí, neziskové organizácie, voľné združenia, skupiny občanov, rôzne spolky, ale aj bežní ľudia – dobrovoľníci, ktorým záleží na životnom prostredí a svojom okolí. Projekt „Vezmi si ma!“ inšpiruje ľudí k dvom veciam:

- Aby zodvihli voľne pohodený odpad zo zeme a hodili ho do správneho koša.
- Aby inšpirovali ďalších – svojich priateľov, rodičov, kolegov či kohokoľvek blízkeho, pretože v skupine ide všetko ľahšie, aj zbieranie odpadkov.

4.6 Celosvetová kampaň „Vyčistíme svet – Clean up the World“

Celosvetová kampaň Clean Up the World - Vyčistíme svet bola založená v roku 1989 v Austrálii nadšencom Ianom Kiernanom. Jej hlavné koordinačné centrum pre celý svet sídli v Sydney. V roku 1993 sa na tejto akcii zúčastnilo viac ako 80 štátov a odvtedy sa každoročne k víkendovému upratovaniu pripájajú milióny ľudí z viac než 120 krajín sveta. V roku 2006 sa organizátorom kampane podarilo zmobilizovať viac ako 600 svojich členov a 35

Organizátori sa snažia pomocou získaných informácií a médií motivovať vlády, príslušné zodpovedné orgány, priemyselné podniky a ďalších aktérov, aby venovali zvýšenú pozornosť ochrane životného prostredia. Hlavnou úlohou aktivít CUW je zvyšovať environmentálne povedomie, ekologické cítenie a empatiu ľudí pri riešení závažnej problematiky odpadu vo všetkých jeho aspektoch.

Medzinárodná kampaň prebieha každoročne pod záštitou Programu OSN pre životné prostredie (UNEP - United Nations Environment Programme). Počas tejto akcie sa mnoho dobrovoľníkov, jednotlivcov i organizovaných skupín podieľa na likvidácii čiernych skládok a upratovaní svojho okolia, miest, parkov či chránených území.

Vzdelávacie aktivity usporadúvané počas víkendu Vyčistíme svet majú za cieľ informovať širokú verejnosť o problematike znečisťovania prírody a zároveň svojím aktívnym prínosom pomáhať riešiť tento globálny problém. Mnohé aktivity sú zamerané aj na podporu recyklačných programov a programov na šetrenie vodou a energiami. Tieto iniciatívy poskytujú jedinečnú príležitosť poukázať na zodpovednosť každého z nás za stav nášho spoločného životného prostredia.

4.7 Komunikačné aktivity nadnárodných spoločností v oblasti cirkulárnej ekonomiky

Spoločnosť McDonald's sa opäť priblížila k svojmu cieľu, ktorý spočíva v tom, že do roku 2025 bude využívať obaly výhradne z obnoviteľných, recyklovaných alebo plne certifikovaných zdrojov, vrátane dodávateľských vzťahov. Po výmene plastového príboru za drevený variant v roku 2021 zaviedla vo svojich prevádzkach ďalšiu udržateľnú novinku. Tentokrát sa týka obalov perlivých a neperlivých balených vôd značky Rajec, ktoré sú teraz pre zákazníkov dostupné iba v recyklovaných PET fľašiach (rPET). V spolupráci s dodávateľom Kofola ČeskoSlovensko tak McDonald's ročne ušetrí na slovenskom trhu až 20 ton nového plastu a vyše 11 ton oxidu uhličitého.³⁵

McDonald's, ako jedna z mála spoločností v gastro segmente, kladie stále väčší dôraz na zodpovedné podnikanie, hľadanie udržateľných riešení a znižovanie používania plastov. Recyklovaný PET materiál (rPET) sa stáva čoraz populárnejším, pretože ho výrobcovia obalov považujú za udržateľnejšie riešenie. Používanie rPET fliaš totiž znižuje uhlíkovú stopu a obmedzuje produkciu nových plastov. Na Slovensku sú plastové fľaše a plechovky zahrnuté do zálohového systému a McDonald's už všetky politrové balené vody Rajec ponúka iba v zálohových obaloch vyrobených z recyklovaných PET fliaš (rPET).

K podpore hlavných princípov cirkulárnej ekonomiky sa pripojila aj spoločnosť Kofola ČeskoSlovensko, jeden z hlavných dodávateľov nápojov pre McDonald's na Slovensku. Kofola sa zaviazala, že do siete bude distribuovať už len plastové fľaše vyrobené z recyklovaného PET (rPET). *„Sme kľúčovým výrobcom nápojov v strednej Európe a v adriatickom regióne. Nápojovým obalom preto venujeme mimoriadnu pozornosť. V rámci našej dlhodoobej udržateľnej stratégie preferujeme tie s nižšou uhlíkovou stopou, ako sú napríklad nerezové sudy (KEG), v ktorých distribuujeme naše čapované nápoje. Vďaka projektu Cirkulka podporujeme návrat vratného skla do maloobchodu. Recyklovaný PET zase zaistí cirkuláciu materiálu a zníži množstvo použitej primárnej suroviny. rPET je preto ideálna cesta, ako vyrobiť udržateľný obal, ktorý bezpečne chráni kvalitu nápoja a pritom sa zachováva komfort a praktickosť pre spotrebiteľov,“* hovorí David Sommer, špecialista na udržateľnosť zo spoločnosti Kofola.

Vďaka tejto zmene ušetrí spoločnosť McDonald's a Kofola ČeskoSlovensko na slovenskom trhu ročne až 20 ton plastu a vyše 11 ton oxidu uhličitého, ktorého nárast je považovaný za hlavnú príčinu globálneho otepľovania.

Táto novinka znamená ďalší krok, ktorý spoločnosť McDonald's podniká smerom ku globálnemu záväzku z roku 2018, ktorý zahŕňa ambície využívať do roku 2025 všetky obaly určené pre zákazníkov z obnoviteľných, recyklovaných alebo plne certifikovaných zdrojov. *„V spoločnosti McDonald's implementujeme udržateľnú stratégiu do všetkých oblastí nášho podnikania. Za posledné roky sa nám podarilo nastaviť už množstvo zmien – znížili sme objem plastu pri rôznych obaloch, plastové slamky sme nahradili papierovými, vymenili sme plastový variant príboru za drevený a momentálne vyvíjame udržateľnejšie hračky. Preto je pre nás prirodzené podporiť akúkoľvek inováciu, vďaka ktorej dokážeme aj s do-*

³⁵ McDONALDS.SK. 2022. McDonald's pokračuje v znižovaní množstva plastov a uhlíkovej stopy. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.mcdonalds.sk/o-nas/pre-media/mcdonald-s-pokracuje-v-znizovani-mnozstva-plastov/>

dávateľom eliminovať tvorbu nových plastov a podporiť recykláciu. Tešíme sa, že nielen my, ale aj naši partneri neustále hľadajú spôsoby, ako podnikat udržateľnejšie,“ hovorí Lucia Poláčeková, PR manažérka pre McDonald’s na Slovensku.

Minulý rok McDonald’s uskutočnil na Slovensku a v Českej republike veľký prieskum v rámci kampane NAŠE PRETOŽE, aby zistil prístup verejnosti k rôznym udržateľným otázkam. Výsledky ukázali, že Slováci majú záujem triediť odpad, používať ekologické obaly a neplytváť jedlom. V reakcii na tieto zistenia McDonald’s spustil rovnomennú kampaň, ktorá motivovala ľudí aj zamestnancov k udržateľnejšiemu prístupu. Kampaň zahŕňala vzdelávanie o upcyclácii obalových materiálov a zintenzívnenie činnosti špeciálnych upratovacích hliadok „Trash Patrol“, ktoré čistia okolie prevádzok od odpadu. Zavedením ekologickejších rPET fliaš chce McDonald’s, líder v gastro priemysle, spolu s ďalším partnerom zdôrazniť význam inovácií a povzbudiť zákazníkov, verejnosť aj veľké firmy k šetrnému a zodpovednému správaniu k našej planéte.

Najväčší svetový výrobca nealkoholických nápojov Coca-Cola privítal zálohový systém ešte pred jeho spustením. Vedenie spoločnosti vyhlásilo, že zálohový systém pomôže uzavrieť kruh života nápojových obalov a naplniť tak jej ambiciózne záväzky voči životnému prostrediu.³⁶

Coca-Cola sa ako najväčší svetový výrobca podieľala spolu s inými výrobcami, obchodníkmi a so štátnymi orgánmi na príprave zálohovacieho systému v našej krajine. *„Je to krok správnym smerom pre životné prostredie a cirkulárnu ekonomiku na Slovensku. Od začiatku celého procesu sme boli pri nastavovaní jednotlivých parametrov. Naším cieľom bolo, aby bol výsledný systém maximálne transparentný, efektívny a orientovaný na spotrebiteľa,*“ hovorí Michal Čubrík, manažér pre vonkajšie vzťahy Coca-Cola HBC Česko a Slovensko.

Ako zálohovanie pomôže Slovensku? Zaplatenie zálohy za fľaše a plechovky zvýši motiváciu ľudí, aby tieto obaly vrátili a získali peniaze späť. To podporí nielen zber PET fliaš a plechoviek, ktoré môžu byť recyklované a premenené na nové obaly, ale predovšetkým prispeje k ochrane životného prostredia.

Zo skúseností v zahraničí sa ukázalo, že vďaka zálohovému systému sa môže vyzbierať až 90 % týchto druhov obalov, čo zároveň významne zníži množstvo voľne pohodeného odpadu v prírode. Enviromentalistka Petra Csefalvayová z Inštitútu cirkulárnej ekonomiky predpokladá, že takéto číslo by sme na Slovensku mohli dosiahnuť ešte pred rokom 2029, čo je cieľom Správcu zálohového systému. *„Sledovaním vývoja systémov v zahraničí predpokladám pri správne cielenej osvetovej kampani vcelku rýchlu nábehovú krivku. Slovenské zelené svedomie sa prebúdzá, je to v spoločnosti citeľné,*“ hovorí odborníčka.

Systém zálohovania PET fliaš je už zavedený v 10 európskych krajinách: na Islande, vo Fínsku, Švédsku, Nórsku, Dánsku, Nemecku, Litve, Estónsku, Chorvátsku a Srbsku. Na Slovensku sme sa inšpirovali najmä úspešnými systémami z Pobaltia a Škandinávie, ktoré dosahujú vynikajúce výsledky. "Zálohový systém podporuje aj vývoj legislatívy EÚ, podľa

³⁶ COCA-COLA.SK. 2021. Zálohový systém pomôže spoločnosti Coca-Cola uzavrieť kruh života nápojových obalov. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.coca-cola.com/sk/sk/media-center/zalohovy-system-na-pet-flase-a-plechovky>

ktorej musíme do roku 2025 vyzbierať aspoň 77 % všetkých plastových fliaš a každá nová fľaša musí obsahovať minimálne 25 % recyklátu. Tento systém nám zabezpečí nielen vysokú efektivitu zberu, ale aj získanie potrebnej suroviny pre recykláciu," vysvetľuje prínosy systému Petra Csefalvayová.

Viac fliaš z recyklovaných materiálov

Spoločnosť Coca-Cola sa zaviazala k dosiahnutiu plnej cirkularity svojich nápojových obalov, a preto sú všetky jej PET fľaše a plechovky v Európe plne recyklovateľné. *„Vďaka rPET technológiám máme pri nápojových plastových fľašiach možnosť recyklovať ich na výrobu nových fliaš a eliminovať tak množstvo nových plastov. Touto cestou chce Coca-Cola ísť, pretože tak chápeme cirkulárnu ekonomiku,”* hovorí Michal Čubřík. Na Slovensku Coca-Cola momentálne používa takmer 20 % recyklovaného materiálu a plánuje tento podiel výrazne zvyšovať. Do roku 2025 má byť minimálne 50 % recyklátu vo všetkých PET fľašiach v celom portfóliu nápojov. Už dnes je minerálna voda Römerquelle dostupná v obaloch zo 100 % recyklovaného materiálu. Coca-Cola sa tiež globálne zaviazala, že do roku 2030 vyzbiera a zrecykluje rovnaké množstvo obalov, ako uvedie na trh. Zavedenie zálohového systému na Slovensku jej pomôže dosiahnuť tento cieľ.

4.8 Ako vytvoriť kampaň za zber odpadu

Každý môže zorganizovať recyklačnú kampaň vo svojom meste, pretože často chýbajú programy na separáciu, zber a recykláciu všetkého vzniknutého odpadu. Preto môžu školy, mimovládne organizácie, kluby, spoločnosti a ďalšie inštitúcie organizovať recyklačné kampane, ktoré propagujú recykláciu všetkých druhov odpadu. Ak chcete takúto kampaň usporiadať, môžete postupovať podľa nasledujúcich pokynov.³⁷

Aby bola recyklačná kampaň úspešná, mali by sa dodržiavať nasledujúce usmernenia:

Stanovený časový rámec: Recyklačné kampane majú pevne určený začiatok a koniec, pokiaľ nie sú premenené na trvalé programy. Dôležité je mať presný dátum začatia a ukončenia.

Efektívna komunikácia: V oblasti, kde je kampaň naplánovaná, použite všetky dostupné médiá ako plagáty, reklamu, sociálne siete a osobnú komunikáciu, napríklad door-to-door.

Jasné informácie: Pri šírení kampane poskytnite jasné a zrozumiteľné informácie, aby všetci porozumeli posolstvu a spôsobu realizácie.

Plánovanie spracovania odpadu: Pred začatím kampane si stanovte, ako bude naložené s odpadom alebo zozbieraným materiálom.

Zapojenie komunity: Involvujte všetky sociálne a komunitné sektory, aby kampaň dosiahla skutočný úspech.

Možnosti účasti: Ponúknite občanom rôzne spôsoby, ako sa môžu zapojiť, aby sa zvýšil počet spolupracovníkov.

³⁷ Nemecký Portillo. 2021. Recyklačná kampaň. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.renovablesverdes.com/sk/consejos-para-lograr-una-campana-de-reciclaje-exitosa/>

Publikovanie výsledkov: Po ukončení kampane zverejnite výsledky v rôznych médiách, aby účastníci vedeli, ako kampaň dopadla a čo sa dosiahlo. Kreativita a variabilita: Recyklačné kampane sa môžu opakovať, avšak je vhodné byť kreatívny a komunikovať ich rôznymi spôsobmi.

Recyklačná kampaň môže byť miestna, regionálna alebo dokonca celoštátna. Môže sa zamerať na široké spektrum produktov alebo materiálov, ktoré by inak skončili ako odpad a spôsobili znečistenie a plytvanie zdrojmi.

Dobrá recyklačná kampaň by mala zvýšiť povedomie o potrebe recyklácie a poskytnúť praktické informácie o jej realizácii.

Podpora recyklácie od útleho veku je často vynikajúcou voľbou, pretože umožňuje integrovať tieto zvyky do každodenného života od najmladšieho veku. Keď deti začnú recyklovať už od malička, budú pravdepodobne pokračovať v tomto zvyku aj ako dospelí. Tu sú niektoré kľúčové body, ako by mohla recyklačná kampaň v školách fungovať dobre:

- Vzdajte deti o princípoch 3R (Redukcia, Recyklácia, Opätovné využitie) a ich dôležitosti.
- Zaveďte recyklačný systém do triedy, kde si deti môžu oddeliť recyklovateľné materiály.
- Učte deti, ako správne triediť a označiť kontajnery na ukladanie materiálov použitých pri aktivitách.
- Podporujte opätovné využívanie všetkých položiek, ktoré je možné znovu použiť.
- Organizujte aktivity, pri ktorých deti môžu využívať recyklované materiály.
- Vysvetlite deti dôležitosť umývania si rúk po manipulácii s recyklovanými materiálmi.
- Zorganizujte návštevu miestnych recyklačných zariadení so sprievodcom.

Je užitočné nadviazať spoluprácu s mimovládnyimi organizáciami, vzdelávacími centrami a športovými klubmi, ktoré môžu poskytnúť priestor na konanie konferencií a propagáciu osvetu o recyklácii prostredníctvom plagátov a iných médií.

Ďalšie kroky by mali nasledovať rovnakým postupom ako pri vytváraní recyklačného cyklu. Je dôležité nainštalovať príslušné kontajnery a vysvetliť, kam smeruje každý druh odpadu. Zvýšením informovanosti o existujúcom znečistení prostredia a jeho negatívnych vplyvoch na prírodu a ľudí, napríklad prostredníctvom videí alebo fotografií, môžeme povzbudiť väčšiu angažovanosť voči ochrane životného prostredia. Začatie takýchto aktivít je najefektívnejšie v materských a základných školách, kde je možné formovať trvalé zvyky starostlivosti o životné prostredie u detí.

Je dobre známe, že výchova detí k ochrane životného prostredia už od útleho veku zvyšuje pravdepodobnosť, že tieto zvyky budú pokračovať aj v dospelosti. Postupným zapojením každého jednotlivca do takýchto iniciatív prispievame k čistejšej a zdravšej planéte.

4.9 *Zadania a prípady na zamyslenie*

Kontrolné otázky:

1. Charakterizujte pojem kampaň.

2. Aké sú základné kroky tvorby kampane na zber odpadu?
3. Vysvetlite kampaň zatoč s odpadom.
4. Vysvetlite kampaň Jednotne-ekologicky.
5. Priblížte kampaň vezmi si ma.
6. Vysvetlite celosvetovú kampaň „Vyčistime svet – Clean up the World“.

Úloha č. 1

Vymenujte a diskutujte o najznámejších slovenských informačných a komunikačných kampaní.

Úloha č. 2

Vymenujte a diskutujte o najznámejších celosvetových informačných a komunikačných kampaniach.

Úloha č. 3

Rozdeľte sa do skupín o veľkosti troch až štyroch študentov. Pokúste sa navrhnúť konkrétnu informačno-komunikačnú kampaň v slovenských podmienkach.

Úloha č. 4

Pokúste sa nájsť na internete prvú zmienku o informačno a edukačnej kampane k zálohovaniu.

4.10 Literatúra

- [9] BOUČKOVÁ, Jana a kolektív. (2003). Marketing. Praha: C.H. Beck, ISBN: 978-80-717-9577-1
- [10] Cambridge dictionary. 2022. Campaign. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/campaign>
- [11] COCA-COLA.SK. 2021. Zálohový systém pomôže spoločnosti Coca-Cola uzavrieť kruh života nápojových obalov. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.coca-cola.com/sk/sk/media-center/zalohovy-system-na-pet-flase-a-plechovky>
- [12] ENVI-PAK. 2022. O projekte. Vezmi si ma. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.vezmisi.ma/o-projekte/>
- [13] Enviro portál. 2019. Vyčistime svet – Clean Up the World [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.enviroportal.sk/clanok/clean-up-the-world>
- [14] EWOBX. 2021. Zatoč s odpadom! [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.ewobox.sk/clanok/zatocme-s-odpadom>

- [15] McDONALDS.SK. 2022. McDonald's pokračuje v znižovaní množstva plastov a uhľíkovej stopy. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.mcdonalds.sk/onas/pre-media/mcdonald-s-pokracuje-v-znizovani-mnozstva-plastov/>
- [16] Nemecký Portillo. 2021. Recyklačná kampaň. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.renovablesverdes.com/sk/consejos-para-lograr-una-campana-de-reciclaje-exitosa/>
- [17] PROPERTY & ENVIRONMENT s. r. o.. 2021. Nové označovanie výrobkov má ľuďom pomôcť správne triediť odpad. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.odpady-portal.sk/Dokument/106194/nove-oznacovanie-vyrobkov-ma-ludom-pomocť-spravne-triedit-odpad.aspx>
- [18] SPRÁVCA ZÁLOHOVÉHO SYSTÉMU n.o. 2021. Online tlačová konferencia. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.spravcazalah.sk/>
- [19] SPRÁVCA ZÁLOHOVÉHO SYSTÉMU n.o. 2022. Výročná správa Správcu zálohového systému 2021. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: https://www.spravcazalah.sk/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%A1_spr%C3%A1va_Spr%C3%A1vcu_z%C3%A1lohov%C3%A9ho_syst%C3%A9mu_2021.pdf
- [20] VYSEKALOVÁ, J., & MIKEŠ, J. (2018). Reklama. Jak dělat reklamu. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3492-7
- [21] WATSON, James, HILL, Anne. (2012). Dictionary of media and communication studies. London : Bloomsbury academics, ISBN 978-1-84966-528-5.

5 PREHĽAD VÝZNAMNÝCH PRIESKUMOV VEREJNEJ MIENKY

5.1 Prieskum v roku 2013: Viac ako 67% Slovákov už triedi odpad

5.2 Prieskum z roku 2015: Väčšina Slovákov odpad triedi, najviac však plasty a papier

5.3 Prieskum v roku 2018: Slováci a Česi sa snažia znížiť množstvo odpadu, ktorý vyprodukujú

5.4 Prieskum v roku 2020: Odpad pravidelne triedi deväť z desiatich Slovákov, vyplýva z prieskumu

5.5 Prieskum v roku 2021: Najviac triedia starší ľudia plasty, a to 84 percent

5.6 Prieskum v roku 2022: Odpad pravidelne triedi 92 percent ľudí

5.7 Prieskum v roku 2023: U Slovákov prevláda pozitívny postoj k zálohovaniu fliaš

5.8 Zadania a prípady na zamyslenie

5.9 Literatúra

OKREM MARKETINGOVÝCH NÁSTROJOV PATRIA K ĎALŠIEMU VÝZNAMNÉMU NÁSTROJU ZVYŠOVANIA POVEDOMIA O ENVIRONMENTÁLNYCH TÉMACH ČI CIRKULÁRNEJ EKONOMIKE PRÁVE PRIESKUMY. PRIESKUMY V PRVOM RADE ZÍSKAVAJÚ TERÉNNÉ DÁTA OHĽADOM POZNANIA A POSTOJOV SLOVÁKOV K ENVIRONMENTÁLNYM TÉMAM, ALE TAKTIEŽ POMÁHAJÚ SPROPAGOVAŤ INFORMAČNO-KOMUNIKAČNÉ KAMPANE, INFORMAČNO-KOMUNIKAČNÉ PLATFORMY, ČI ENVIRONMENTÁLNE TÉMY V MASOVOKOMUNIKAČNÝCH PROSTRIEDKOCH. ŽIAĽ, NIE V KAŽDOM ROKU BOL ZNÁMY PRIESKUM SLOVÁKOV O TRIEDENÍ ODPADU, ČO SŤAŽUJE KOMPARÁCIU VÝSLEDKOV. Z ANALÝZY ZNÁMYCH PRIESKUMOV VŠAK VYPLYVA ZREJMÝ VÝVOJOVÝ TREND, SÚVISIACI S TÝM, ŽE ZA POSLEDNÉ ROKY V SLOVENSKEJ REPUBLIKE RASTIE POČET TÝCH OBYVATEĽOV, KTORÍ TRIEDIA ODPAD.

Kľúčové slová: prieskum, verejná mienka, životné prostredie, triedenie odpadu, Slovensko

5.1 Prieskum v roku 2013: Viac ako 67% Slovákov už triedi odpad

30.04 2013, Enviroportal

Viac ako 67 percent Slovákov uviedlo, že doma aktívne triedia odpad, ukázal prieskum verejnej mienky. Cieľom tohto prieskumu, ktorý iniciovalo Slovenské priemyselné združenie pre obaly a životné prostredie (SLIPCEN), bolo preskúmať názory občanov na nakladanie s odpadom a jeho triedenie v domácnostiach. O výsledkoch informoval Miroslav Jurkovič, výkonný riaditeľ SLIPCEN, pre TASR.³⁸

Prieskum ukázal, že Slováci najčastejšie triedia plasty, hlavne PET obaly od nápojov. „Z tých, ktorí odpad triedia, ich až takmer 92 percent triedi plasty,“ uviedol Miroslav Jurkovič. Na druhom mieste sa s viac ako 77 percentami umiestnil papier, nasledovaný sklom s vyše 76 percentami. BIO odpad triedi 17,5 percenta občanov. Viacvrstvové kombinované materiály, ako je Tetra Pak, a kovové obaly triedi zhodne 14,7 percenta respondentov. Z plastov sa najviac triedia PET fľaše, potom téglíky a obaly z drogérie a kozmetiky. Viac ako 60 percent respondentov uviedlo, že doma triedia papier, plasty aj sklo súčasne. Výsledky prieskumu, ktorý realizovalo Slovenské priemyselné združenie pre obaly a životné prostredie (SLIPCEN), tiež naznačili, že na zvýšenie účasti domácností na triedení odpadu je kľúčové presvedčiť občanov o jeho zmysluplnosti.

Viac než 44 percent tých, ktorí odpad netriedia, uviedlo, že podľa nich triedenie nemá význam. Finančné stimuly sa ukázali ako najsilnejšia motivácia pre triedenie odpadu. „Ukázalo sa, že je dôležité, aby nová legislatíva zachovala možnosť zníženia poplatku za komunálny odpad pre tých, ktorí odpad triedia,“ dodal Jurkovič. Prieskum prebiehal na vzorke 800 respondentov na prelome februára a marca 2013.

³⁸ TASR. 2013. Viac ako 67 % Slovákov už triedi odpad. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.teraz.sk/slovensko/recyklovanie-odpad-triedenie-slovaci-pri/44808-clanok.html>

5.2 Prieskum z roku 2015: Väčšina Slovákov odpad triedi, najviac však plasty a papier

Prieskum Slovenského národného panela, ktorý sa špecializuje na internetové prieskumy verejnej mienky, zistil, že 88 percent Slovákov triedi aspoň nejaký druh odpadu vo svojich domácnostiach. Medzi najčastejšie recyklované materiály patria plasty a papier, a veľmi často aj sklo.³⁹

Prieskumu sa zúčastnilo 500 respondentov z aktívnej internetovej populácie vo veku 18 až 65 rokov. Rudolf Dymák, zástupca projektu Slovenský národný panel, informoval, že 98 % respondentov triedi plasty, 90 % papier a 86 % sklo. Necelá polovica z nich recykluje kovy, viac ako tretina (38 %) triedi tetrapaky, a bioodpad separuje takmer každý tretí účastník prieskumu. Výsledky ukázali, že postoj k recyklácii je podobný u mužov aj žien a zvyšuje sa s vekom: v skupine 18-24 rokov triedi odpad 81 % respondentov, zatiaľ čo vo vekovej skupine 55+ to je 95 % a viac. Najvyššiu zodpovednosť v recyklovaní prejavujú obyvatelia Nitrianskeho a Žilinského kraja, kde odpad triedi minimálne 95 % opýtaných. Tí, ktorí nerecyklujú, tvoria 12 % slovenskej internetovej populácie; z nich viac ako polovica uviedla, že nemá k dispozícii vhodné kontajnery, ďalšia časť sa obáva neporiadku spôsobeného skladovaním odpadu. Pomerne malý podiel respondentov, 15 %, neverí v zmysel recyklovania, a 13 % priznalo, že sú na triedenie odpadu príliš leniví.

5.3 Prieskum v roku 2018: Slováci a Česi sa snažia znížiť množstvo odpadu, ktorý vyprodukujú

Podľa online prieskumu spoločnosti Nielsen Admosphere, ktorý prebehol medzi 500 slovenskými a 500 českými respondentmi, tri štvrtiny Slovákov a ešte viac Čechov aktívnych na internete vníma problematiku zamorenia planéty plastovým odpadom. Polovica z opýtaných si do

³⁹ TASR. 2015. PRIESKUM: Väčšina Slovákov odpad triedi, najviac však plasty a papier. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.teraz.sk/slovensko/prieskum-slovaci-triedenie-odpadu/155532-clanok.html?mostViewedArticlesInSectionTab=2>

obchodu vždy nosí vlastnú tašku. Prieskum tiež odhalil, že najviac respondentov vždy alebo väčšinou triedi plasty (95 %), papier (90 %) a sklo (takmer 90 %). Vysoké percento respondentov separuje aj železný odpad a batérie – na Slovensku oba tieto druhy odpadu triedi 72 % opýtaných, zatiaľ čo v Česku triedenie batérií dosahuje 76 % a kovového odpadu 66 %.⁴⁰

Recyklácia biologického odpadu, prostredníctvom špeciálnych kontajnerov alebo vlastného kompostovania, je v oboch krajinách najmenej rozšírená. Slovákov, ktorí sa jej venujú, je 63 %, čo je viac než v Česku, kde sa jej venuje 55 % opýtaných. Respondenti sa zároveň snažia minimalizovať množstvo odpadu, ktorý si prinesú domov. Okrem používania vlastných tašiek väčšina Slovákov aj Čechov pravidelne využíva nabíjateľné batérie. Približne polovica opýtaných sa snaží tiež znižovať spotrebu vecí. Tieto činnosti sú súčasťou životného štýlu zero waste (nulový odpad), o ktorom už počulo 38 % Slovákov a 30 % Čechov.

5.4 Prieskum v roku 2020: Odpad pravidelne triedi deväť z desiatich Slovákov, vyplýva z prieskumu

Podľa prieskumu uskutočneného spoločnosťou Mnforce pre Envi – Pak v júni, pravidelne triedi odpad 87 % Slovákov. Prieskum, ktorý zahŕňal 1 000 respondentov, ukázal, že Slováci najčastejšie triedia plasty – 80 % opýtaných uviedlo, že ich vždy triedi. Sklo a papier pravidelne triedia viac ako dve tretiny respondentov. Naopak, elektroodpad a batérie triedi len 54 %, kovy 51 % a bioodpad 41 %. Tlačová správa so zistenými výsledkami bola zverejnená Katarínou Kretter zo spoločnosti Envi – Pak.⁴¹

⁴⁰ NETKY.SK 2018. Slováci a Česi sa snažia znížiť množstvo odpadu, ktorý vyprodukujú.. [online] (cit. 16.9.2022) Dostupné na: <https://www.netky.sk/clanok/slovaci-a-cesi-sa-snazia-znizit-mnozstvo-odpadu-ktory-vyprodukuju>

⁴¹ Sita. 2020. Deväť z desiatich Slovákov triedi odpad pravidelne, podľa prieskumu sú to najčastejšie plasty [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na:

Podľa prieskumu je pre tri štvrtiny (75 %) ľudí dôležitejšia cena výrobku než fakt, či je obal vyrobený z recyklovaného materiálu. Táto citlivosť na cenu je výraznejšia u ľudí s nižším vzdelaním. Zároveň však rastie počet ľudí, ktorí pri nákupe kladú dôraz na ekologické vlastnosti produktov a ich obalov. Až 63 % respondentov zohľadňuje, či je obal recyklovateľný, a 70 % preferuje možnosť nákupu bezobalových produktov. Väčšina opýtaných tiež vníma dôležitosť správneho spracovania odpadu po jeho vytriedení. Odpad triedia hlavne ľudia s vyšším vzdelaním a obyvatelia rodinných domov. Naproti tomu mladí ľudia sa do triedenia odpadu zapájajú menej. Aktivisti Greenpeace medzičasom spustili petíciu proti používaniu plastov a vyzývajú firmy na prijatie väčšej zodpovednosti. Bratislava spúšťa prvú etapu nového zberu papiera a plastu, čo by malo prispieť k čistote verejných priestranstiev.

5.5 Prieskum v roku 2021: Najviac triedia starší ľudia plasty, a to 84 percent.

Triedenie odpadu je častejšie medzi staršími ľuďmi, ktorí pri nákupoch pozorne sledujú, či sú obaly vyrobené z recyklovaného materiálu. Cena výrobkov však naďalej výrazne ovplyvňuje ich nákupné rozhodnutia. Ukázal to prieskum organizácie zodpovednosti výrobcov Envi-Pak.⁴²

Podľa prieskumu triedi odpad 93 % ľudí starších ako 50 rokov, zatiaľ čo v kategórii do 50 rokov je to 83 %. Viacero faktorov môže vysvetľovať, prečo starší ľudia triedia odpad častejšie. Katarína Kretter, riaditeľka pre komunikáciu OZV Envi-Pak, uviedla, že efektívne nastavenie odpadového hospodárstva a vplyv vnúchat, ktorí vzdelávajú starých rodičov, sú významné. V mestách s dobre fungujúcim systémom odpadového hospodárstva menej ľudí spaľuje odpad. "Edukačné aktivity pre

<https://sita.sk/nasvidiek/devat-z-desiatich-slovakov-triedi-odpad-pravidelne-podla-prieskumu-su-to-najcastejsie-plasty/>

⁴² Enviroportál. 2021. Najviac triedia starší ľudia plasty, a to 84 percent. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.teraz.sk/najnovsie/prieskum-odpad-triedia-najma-starsi/584608-clanok.html>

deti v škôlkach a školách sú veľmi dôležité," zdôraznila Kretter. Podľa prieskumu najviac triedia starší ľudia plasty (84 %), zatiaľ čo papier a sklo vždy triedia tri štvrtiny starších. Výsledky ukazujú, že hoci starší ľudia dobre zvládajú triedenie základných komodít, je stále priestor na zlepšenie prostredníctvom lepšej informovanosti. Cena výrobkov je pre 74 % ľudí dôležitejšia ako obal vyrobený z recyklovaného materiálu. Pri nákupe si 65 % ľudí všimne, či je produkt zabalený v recyklovateľnom obale, a 71 % by preferovalo bezobalové produkty, ak by to bolo možné. Online prieskum bol uskutočnený v júni 2020 na reprezentatívnej vzorke 1000 respondentov, z toho 430 bolo starších ako 50 rokov.

5.6 Prieskum v roku 2022: Odpad pravidelne triedi 92 percent ľudí

Odpad pravidelne triedi 92 % ľudí, pričom 46 % sa zaujíma o následnú recykláciu vytriedeného odpadu. Triedenie odpadu je častejšie u ľudí s vysokoškolským vzdelaním. Ukázal to online prieskum, ktorý v apríli uskutočnila agentúra MNForce na vzorke 1000 respondentov pre organizáciu zodpovednosti výrobcov Envi-Pak.⁴³

Prieskum ukazuje, že Slováci triedia hlavne plasty. Vždy ich vytriedi 79 percent ľudí. "Súvisí to aj s tým, že práve plasty tvoria v domácnostiach na množstvo odpadu najväčšiu odpadovú položku," skonštatovala organizácia. Sklo vytriedi 72 percent, papier 69 percent. Bioodpad netriedi 16 percent ľudí. Triedenie textilu a oblečenia nie je povinné, no 39 percent ľudí deklarovalo, že ho triedia vždy, poukazuje Envi-Pak.

Pri detailnejšom pohľade na plastový odpad prieskum zistil, že najviac (84 %) ľudí triedi nezálohované nápojové obaly, ako sú obaly od mlieka či sirupov. Tri štvrtiny (71 %) ľudí triedi aj obaly od čistiacich prostriedkov a pracích práškov. Mikroténové vrecká a igelitové tašky triedia dve tretiny opýtaných, obaly od kozmetiky 64 %.

Envi-Pak tiež uvádza, že pre 40 % Slovákov tvoria plasty najväčšiu zložku domáceho odpadu, nasledované zmesovým odpadom u 28 % a

⁴³ TASR. 2022. PRIESKUM: Odpad pravidelne triedi 92 percent ľudí [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.teraz.sk/slovensko/prieskum-odpad-pravidelne-triedi-92-per/630247-clanok.html>

bioodpadom u 11 %. „Prieskum nám ukázal, že aj v rámci jednotlivých komodít existujú rozdiely v miere triedenia. Vidíme tu priestor na zlepšenie,“ povedala riaditeľka komunikácie Envi-Pak Katarína Kretter. Podľa nej by pomohla lepšia edukácia, ktorá by sa zamerala na obaly, ktoré ľudia triedia horšie.

5.7 Prieskum v roku 2023: U Slovákov prevláda pozitívny postoj k zálohovaniu fliaš

Z prieskumu Správcu zálohového systému v spolupráci s agentúrou 2muse vyplynulo, že 97 % Slovákov má pozitívny postoj k zálohovaniu plastových fliaš a plechoviek a osvojilo si tento koncept.⁴⁴

Podľa prieskumu má 94 % Slovákov osobnú skúsenosť so zálohovaním. Respondenti uvádzali ako hlavné motivácie okrem finančnej odmeny aj zníženie množstva voľne pohodeného odpadu v prírode a zvýšenie recyklácie obalov. Viac než 60 % opýtaných vníma zavedenie zálohového systému najmä ako krok k ochrane životného prostredia, pričom finančný aspekt je výraznejší najmä u mladších ľudí do 35 rokov. Stanislava Púčková z agentúry 2muse uviedla: „Výsledky prieskumu poskytujú cenný pohľad na verejné postoje k zálohovaniu a environmentálnym otázkam a predstavujú dobrý základ pre ďalšie zlepšovanie systému.“

Správca systému informoval, že od jeho spustenia sa vyzbieralo viac než 1,8 miliardy obalov, z toho 57 % plastových fliaš a 43 % plechoviek, pričom miera návratnosti obalov dosiahla 93 %, čím naplnila zákonnú hranicu stanovenú pre rok 2025. Tento rok sa vyzbierala takmer miliarda obalov.

5.8 *Zadania a prípady na zamyslenie*

⁴⁴ TASR. 2023. Prieskum: U Slovákov prevláda pozitívny postoj k zálohovaniu fliaš [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.teraz.sk/slovensko/enviro-u-slovakov-prevlada-pozitivny/757552-clanok.html>

Úloha č. 1

Vyhľadajte aktuálne prieskumu verejnej mienky týkajúce sa triedenia odpadu, respektíve životného prostredia v Slovenskej republike.

Úloha č. 2

Pokúste sa komparovať výsledky prieskumov verejnej mienky týkajúcich sa triedenia odpadu, respektíve životného prostredia v Slovenskej republike za posledné roky.

Úloha č. 3

Pokúste sa nájsť iné prieskumy verejnej mienky týkajúce sa triedenia životného prostredia, respektíve životného prostredia v SR, ako sme Vám prezentovali.

Úloha č. 4

Vyhľadajte aktuálne prieskumy verejnej mienky týkajúce sa triedenia odpadu, respektíve životného prostredia v iných krajinách Európskej únie.

Úloha č. 5

Analyzujte aktuálne prieskumy verejnej mienky týkajúce sa triedenia životného prostredia, respektíve životného prostredia v SR a hľadajte v nich vývojové trendy.

5.9 Literatúra

- [1] TASR. 2013. Viac ako 67 % Slovákov už triedi odpad. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.teraz.sk/slovensko/recyklovanie-odpad-triedenie-slovaci-pri/44808-clanok.html>
- [2] NETKY.SK 2018. Slováci a Česi sa snažia znížiť množstvo odpadu, ktorý vyprodukujú.. [online] (cit. 16.9.2022) Dostupné na:

<https://www.netky.sk/clanok/slovaci-a-cesi-sa-snazia-znizit-mnozstvo-odpadu-ktory-vyprodukuju>

- [3] Sita. 2020. Deväť z desiatich Slovákov triedi odpad pravidelne, podľa prieskumu sú to najčastejšie plasty [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://sita.sk/nasvidiek/devat-z-desiatich-slovakov-triedi-odpad-pravidelne-podla-prieskumu-su-to-najcastejsie-plasty/>
- [4] Enviroportál. 2021. Najviac triedia starší ľudia plasty, a to 84 percent. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.teraz.sk/najnovsie/prieskum-odpad-triedia-najma-starsi/584608-clanok.html>
- [5] TASR. 2015. PRIESKUM: Väčšina Slovákov odpad triedi, najviac však plasty a papier. [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.teraz.sk/slovensko/prieskum-slovaci-triedenie-odpadu/155532-clanok.html?mostViewedArticlesInSectionTab=2>
- [6] TASR. 2022. PRIESKUM: Odpad pravidelne triedi 92 percent ľudí [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.teraz.sk/slovensko/prieskum-odpad-pravidelne-triedi-92-per/630247-clanok.html>
- [7] TASR. 2023. Prieskum: U Slovákov prevláda pozitívny postoj k zálohovaniu fliaš [online] (cit. 24.1.2024) Dostupné na: <https://www.teraz.sk/slovensko/enviro-u-slovakov-prevlada-pozitivny/757552-clanok.html>

ZÁVER

Predložená vysokoškolská učebnica so zameraním na úvod do cirkulárnej ekonomiky okrem zabezpečenia študijnej literatúry pre študentov univerzít a vysokých škôl, prispieva aj k sprostredkovaniu poznatkov z tejto problematiky aj pre odbornú a širokú verejnosť.

Autori v celkovo v piatich kapitolách kládli dôraz na priblíženie problematiky cirkulárnej ekonomiky v spoločnosti, vrátane základných pojmov, marketingových aspektov, až po informačné platformy a informačno-komunikačné kampane v Slovenskej republike, ktorými je uvedená problematika približovaná odbornej ako aj laickej verejnosti. V poslednej piatej kapitole autori prezentujú prehľad významných prieskumov verejnej mienky na problematiku cirkulárnej ekonomiky v slovenských podmienkach. Na tieto poznatky môžu nadväzovať hlbšie aplikované a špecializované oblasti environmentálneho manažérstva. Uvedené poznatky môžu záujemcovia nadobudnúť zo špecificky odborne zameraných vysokoškolských učebníc, ktoré sú zamerané na rozpracovanie marketingových stratégií a nástrojov.

V záujme zachovania didaktických zásad, autori v každej kapitole uvádzajú súhrn, kľúčové slová, otázky a úlohy, ktoré majú slúžiť na overenie získaných vedomostí a schopností aplikovať teoretické poznatky v každodennej výskumnej praxi.

Vysokoškolská učebnica je výstupom projektu nórskeho grantu BIN SGS02_2021_11 Výzvy obehovej spoločnosti v ekonomike 4.0. Publikácia bola schválená edičnou komisiou Vysokej školy ekonómie a manažmentu v Bratislave v kategórii vysokoškolská učebnica.

Autori privítajú pripomienky, rady a námety čitateľov, ktoré prispejú ku skvalitneniu vysokoškolskej učebnice. Zároveň želá veľa úspechov pri uplatňovaní nadobudnutých znalostí pri uplatňovaní zásad a princípov cirkulárnej ekonomiky do praxe.

ÚVOD DO CIRKULÁRNEJ EKONOMIKY

(vysokoškolská učebnica)

Vysokoškolská učebnica je výstupom projektu Nórskeho fondu pod
čísлом BIN SGS02_2021_11 Výzvy obehovej spoločnosti v ekonomike
4.0.

Spoločným úsilím k zelenej, konkurencieschopnej a inkluzívnej Európe

Projekt „Výzvy obehovej spoločnosti v ekonomike 4.0“ získal grant z
Nórska v sume 186 900 €.

Projekt bol spolufinancovaný zo štátneho rozpočtu Slovenskej republiky.

Viac informácií o projekte a jeho výsledkoch môžete nájsť na web
stránke projektu: <https://www.cscheco40.eu/vystupy-projektu/>
„Ak sa chcete dozvedieť viac o programoch a projektoch financovaných
z Nórskeho grantov na Slovensku, navštívte stránku
www.norwaygrants.sk“

Marcel Lincényi

Michal Fabuš

ÚVOD DO CIRKULÁRNEJ EKONOMIKY
(vysokoškolská učebnica)

V roku 2024 vydala

Vysoká škola ekonómie a manažmentu v Bratislave

Vydanie: prvé

Počet strán: 105

Počet AH: 6,18

Náklad: 100 ks

Grafická úprava a tlač:

Vytlač.online. s.r.o.

ISBN (print): 978-80-69013-09-4

ISBN (pdf): 978-80-69013-10-0