

KOOLITUSÖPPE 9 - 1. osa

Pealkiri	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ökoturundusstrateegiad
Käesolevas õppetunnis osutatud koolituskursuse osa	<ul style="list-style-type: none"> ○ Osa 1 X Üldine teave jätkusuutlikkuse ja CE kohta 2. osa Konkreetne teave: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Puidusektor <input type="checkbox"/> Plastisektor <input checked="" type="checkbox"/> Põllumajandus- ja toiduainesektor
EQF tase	3. tase
Kus õppetundi testiti	/
Üldine(d) õppe-eesmärk(id) vastavalt Bloomi taksonoomiale https://cft.vanderbilt.edu/guides-sub-pages/blooms-taxonomy/	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Loo Uus või originaalne töö (projekteeri, koosta, konstrueeri, uuri, sõnasta) <input type="checkbox"/> Hinnata Põhjendada seisukohta või otsust (hinnata, argumenteerida, kaitsta, kritiseerida, valida, toetada) X Analüüsida Seoste loomine ideede vahel (eristamine, korrastamine, seostamine, võrdlemine, eristamine, testimine, katsetamine) <input checked="" type="checkbox"/> Rakendada Kasutada teavet uutes olukordades (teostada, rakendada, lahendada, kasutada, demonstreerida, kasutada). X Mõista Selgita ideid või mõisteid (klassifitseerida, arutada, kirjeldada, tuvastada, leida, tõlkida). X Mäletamine Faktide ja põhimõistete meeldejätmine (defineerimine, dubleerimine, loetlemine, meeldejätmine, kordamine)
Konkreetne(d) õppe-eesmärk(id)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Määratleda keskkonnasõbraliku turunduse mõiste</i> - <i>mõista ökoturundusstrateegiate peamisi aspekte</i>
Kognitiivsed, sotsiaal-emotsionaalsed ja käitumuslikud tulemused, mis põhinevad https://www.unesco.org/sites/default/files/2018-	<p>SDG 17 Partnerlus eesmärkide saavutamiseks Ülemaailmse säästva arengu partnerluse rakendamise tugevdamine ja taaselustamine</p> <p><u>Kognitiivsed õppe-eesmärgid:</u> Õppija teab säästva arengu edusammude mõõtmise mõisteid.</p> <p><u>Sotsiaal-emotsionaalsed õppe-eesmärgid:</u> Õppija on võimeline kogema ühtekuuluvustunnet ühise inimkonna, ühiste väärtuste ja kohustuste alusel, mis põhinevad inimõigustel.</p>

<p>08/unesco_education_f or_sustainable_develo pment_goals.pdf.</p>	<p><u>Käitumuslikud õppe-eesmärgid:</u> Õppija on võimeline muutuste tegijaks säästva arengu eesmärkide elluviimiseks ning võtma endale aktiivse, kriitilise ja globaalse ning jätkusuutliku kodaniku rolli.</p>																
<p>Rohelised oskused, millele on suunatud</p>	<table border="0"> <tr> <td>X Loov probleemide lahendamine</td> <td><input type="checkbox"/> Juhtimisoskused</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Edasi mõtlemine</td> <td><input type="checkbox"/> Mõju kvantifitseerimine</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Oskuste jälgimine</td> <td>x Elutsükli haldamine</td> </tr> <tr> <td>x Analüütilised oskused</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> Teaduslikud oskused</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Lean-tootmine</td> <td><input type="checkbox"/> Jäätmekäitlus</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Hooldus- ja remondioskused</td> <td><input type="checkbox"/> Keskkonnaauditeerimine</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Reostuse vältimine</td> <td><input type="checkbox"/> Ökosüsteemi haldamine</td> </tr> <tr> <td>x Ökodisain</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> Muud _____</td> </tr> </table>	X Loov probleemide lahendamine	<input type="checkbox"/> Juhtimisoskused	<input checked="" type="checkbox"/> Edasi mõtlemine	<input type="checkbox"/> Mõju kvantifitseerimine	<input type="checkbox"/> Oskuste jälgimine	x Elutsükli haldamine	x Analüütilised oskused	<input checked="" type="checkbox"/> Teaduslikud oskused	<input type="checkbox"/> Lean-tootmine	<input type="checkbox"/> Jäätmekäitlus	<input type="checkbox"/> Hooldus- ja remondioskused	<input type="checkbox"/> Keskkonnaauditeerimine	<input type="checkbox"/> Reostuse vältimine	<input type="checkbox"/> Ökosüsteemi haldamine	x Ökodisain	<input checked="" type="checkbox"/> Muud _____
X Loov probleemide lahendamine	<input type="checkbox"/> Juhtimisoskused																
<input checked="" type="checkbox"/> Edasi mõtlemine	<input type="checkbox"/> Mõju kvantifitseerimine																
<input type="checkbox"/> Oskuste jälgimine	x Elutsükli haldamine																
x Analüütilised oskused	<input checked="" type="checkbox"/> Teaduslikud oskused																
<input type="checkbox"/> Lean-tootmine	<input type="checkbox"/> Jäätmekäitlus																
<input type="checkbox"/> Hooldus- ja remondioskused	<input type="checkbox"/> Keskkonnaauditeerimine																
<input type="checkbox"/> Reostuse vältimine	<input type="checkbox"/> Ökosüsteemi haldamine																
x Ökodisain	<input checked="" type="checkbox"/> Muud _____																
<p>Kestus</p>	<p>15 - 20 min.</p>																
<p>Õppetöö ülesehitus ja sisu</p>	<p>Õppetund koosneb neljast põhiteemast:</p> <p>Teema 1 Ökoturunduse (roheline) kontseptsioon</p> <p>Teema 2 Keskkonnasõbralikud turundusstrateegiad</p> <p>Ökoturunduse (roheline) kontseptsioon</p> <p>Keskkonnahoidlik turundus on viis, kuidas edendada ettevõtet, kasutades jätkusuutlikku keskendumist keskkonnale. Rõhutatakse, et tooted ja teenused keskenduvad keskkonnasõbralikule - rohelisele turundusele. Tänapäeval on tarbijad ja turg teadlikud jätkusuutlikkuse ja ettevõtete olulisest rollist. Ettevõtete edu ja müük sõltuvad tarbijatest ja ettevõtted püüavad tarbijate vajadustele vastata.</p> <p>Sotsiaalne teadlikkus jätkusuutlikkusest ja pühendumus elada jätkusuutlikult loob vajaduse kasutada keskkonnasõbralikku, rohelist turundust, mis rõhutab Taghian, Mehdi & Polonsky, Michael & D'Souza, Clare. (2016) ja ütleb, et "turundusfunktsiooni roll "roheline" strateegia rakendamisel on võtmetähtsusega. Turundus tagab, et tarbijate eelistused kajastuvad ettevõtte tegevuses, ning võib aidata tasakaalustada finantstulemuse eesmärgi ja keskkonnahoidlikku tootekvaliteeti".</p> <p>Ökoturunduse kui tervikliku lähenemise kontseptsioon kogu äriidee ja -strateegia kohta määratleb kõigi tegurite olulisuse, et luua tooteid või teenuseid, mis põhinevad jätkusuutlikkusel. Kadyan, Jagbir. (2011)</p>																



määratlevad rohelist turundust kui "terviklikku turunduskontseptsiooni, mille puhul toodete ja teenuste tootmine, turustamine, tarbimine ja kõrvaldamine toimub viisil, mis on keskkonnale vähem kahjulik, kuna teadlikkus globaalse soojenemise, biolagunemata tahkete jäätmete, saasteainete kahjuliku mõju jms tagajärgedest kasvab, nii turundajad kui ka tarbijad on üha enam tundlikud, et on vaja minna üle rohelistele toodetele ja teenustele". Teadlikkus ökoturundusest (roheline turundus) viib ettevõtteid vastutustundliku ettevõtluse tasemele. Usaldus ettevõtete toodete ja teenuste vastu loob kliendiringluse. Ettevõtte järjekindlus ja järjepidevus muutuda rohelisteks ettevõtteks ja kasutada mitte ainult ökoturundusstrateegiaid, vaid rakendada kogu tootmine/teenus keskkonnasõbralikult, tagab ettevõtetele edu pikemas perspektiivis. Kogu ettevõtlusstrateegia ja valmisolek töötada keskkonnasõbralike põhimõtete kohaselt tagab parema tausta ökoturundusstrateegiatele.

Keskkonnasõbralikud (rohelised) turundusstrateegiad

Ühine surve ja rõhuasetus kliimamuutustele ja jätkusuutlikkusele andsid tõuke, et alustada tööd mitte ainult tõhusalt, vaid ka säästvamalt. Kõik ettevõtteid on sunnitud suunama oma äritegevust keskkonnasõbralikele kontseptsioonidele ja looma uue strateegilise tööviisi, mis põhineb rohelistel ideedel. Rohelised ideed, rohelised tooted ja rohelised teenused tähendavad, et kuidagi on toodetud kasutades-kasutades materjale, mis ei kahjusta või on keskkonnale vähem kahjulikud. Äriühingud peavad mõtlema ja analüüsima, kuidas töötada ja minna ökoturundusstrateegiatega, mis peaksid põhinema protsessil, disainil või teenustel.

Taghian, Mehdi & Polonsky, Michael & D'Souza, Clare (2016) märgivad, et "*rohelise strateegia rakendamine nõuab muudatusi paljudes muudes tegevustes ja toimingutes, nagu uute tarnijate leidmine, uute toorainete või koostisosade hankimine, kvaliteedikontrolli menetluste muutmine keskkonnaküsimuste kaasamiseks ja c turustussüsteem, sealhulgas uute kanaliliikmete valimine*" (Mollenkopf, Stolze, Tate ja Ueltschy, 2010).

Rohelised tooted või teenused peaksid põhinema säästva arengu eesmärkidel, mis edendavad vastutustundlikku suhtumist keskkonda. Turundusosakond peaks analüüsima, kus ettevõtte praegu on ja milliseid tegevusi praegu tehakse, ning leidma häid näiteid selle kohta, mida on tehtud või mida tuleks teha, et jõuda roheliste toodete või teenuste arenguni. Analüüsige tootmist, pakendamist, turundamist ja müüki keskkonnasõbraliku ettevõtte elementidega.

Kõige olulisem on veenda töötajaid ja tarbijaid, et ettevõtte mitte ainult ei deklareeri, vaid ka töötab jätkusuutlikkuse alusel või selle nimel. "*Sõltuvalt keskkonnahoidlikkuse tasemest võib olla vaja muuta ka organisatsioonikultuuri ja väärtusi, mis on palju raskem ülesanne. "Roheline" turundusstrateegia on terviklik organisatsiooniline muutus, mitte lihtsalt*

pealiskaudsete keskkonnaalaste väidete kasutamine kommunikatsioonitegevuses." (Taghian, Mehdi & Polonsky jt., 2016)

Selged sõnumid ja praktika tööandjatele kajastub kindlasti tulevastel klientidel.

Peamised ökoloogilised (rohelist) turundusstrateegiad:

- Ettevõtted, kes on huvitatud ökoturundusstrateegia rakendamisest, peaksid töötama selle kallal, kuidas nad oma teenuseid ja kaupu inimestele esitlevad, alustades pakendist. Toodete pakend kui üks nähtav materjal peaks olema nähtamatu - see tähendab, et ettevõtteid ei tohiks rõhutada lisapakendamist ainult turunduslikel põhjustel. Kui pakend on vajalik, et pakend oleks ainult taaskasutatud materjalist.
- Ettevõtte töökoht peaks põhinema säästva arengu põhimõtetele ja iga töötaja peaks olema neist teadlik.
- Säästva tööviisi igapäevaste harjumuste rakendamine tööprotsessides (ringlussevõtt, annetamine, materjalide säästmine, korduvkasutamine jne).
- Tehnoloogilised ja uuenduslikud lähenemisviisid äritegevusele, mis kasutavad päikesepaneelid, tuulikuid, vesinikku jne, julgustavad inimesi pöörama tähelepanu keskkonnasõbralikele meetmetele.
- Töötajate rohelist ideid ja algatusi tuleks toetada. Töötajate inspireeritud rohelised ideed töökohal julgustavad töötajaid innukamalt võtma rohelise strateegia rakendamist.
- Avatud deklaratsioon väärtuste kohta ja rohelise strateegia rakendamine on üks olulisi asju, mida ökoturundusstrateegias tuleb teha.
- Digitaalne turundus jõuab kiiresti klientideni ja teavitab neid keskkonnasäästlikust rakendamisest teie tootes või teenustes. Klientide usalduse saamiseks peaksid kõik eespool nimetatud tegevused olema juba ette valmistatud ja tehtud.
- Keskkonnasõbralik turundusstrateegia peaks määratlema mitte ainult keskkonnasõbralikuks tunnistatud tooted või teenused, vaid ka muud algatused, mis aitavad kaasa säästva arengu eesmärkide saavutamisele.

Ettevõtted, kes soovivad olla konkurentsivõimelised, peaksid järgima ökoturunduse samme ja looma oma ökoloogilise (roheline) strateegia organisatsioonisiselt. Tulevaste põlvkondade vajadusi peaksid tänased

	<p>tarbijad ja ettevõtted arvestama - sotsiaalne vastutus kõige eest, mida me teeme, peaks olema esikohal. Ettevõtete sotsiaalne vastutus peaks avaldama positiivset mõju kogukonnale, ühiskonnale ja keskkonnale ning looma ökoturunduse strateegia.</p> <p>On olemas erinevaid lähenemisviise ja arusaamu (Eneizan, Bilal, 2019) öko(rohelise) turunduse kohta: ökopakend, roheline märgistusega tooted, ökomargid, keskkonnareklaam, kõrgema hinnaga roheline hind ning sisseehitamine ja ökoimago. See arusaam öko(rohelisest) turundusest annab tõuke jätkusuutlikuks tööks, kuid traditsioonilise turundussegmendi 4P (Product, Price, Place, and Promotion) tähtsus toob ideid, kuidas ettevõtte peaks käituma jätkusuutlikkuse suunas. Uuringu põhjal on uuritud 4 roheline P-i ja tarbijate arusaamade ning reaktsiooni suhet jätkusuutliku kaubamärgi suhtes. Oma uuringus leidsid nad olulise seose 4 roheline Ps ja brändi lojaalsuse vahel. <i>"Leiti negatiivseid seoseid roheline hinna ja nii brändi lojaalsuse kui ka brändi usalduse vahel, mis tähendab, et kui hind tõuseb, siis lojaalsus ja usaldus vähenevad"</i>. (R. M. Dangelico, D. Vocche allelli (2017). Ettevõtetel on äärmiselt raske muutuda rohelisteks, töötada jätkusuutlikkuse alusel ja olla samaaegselt hindade suhtes.</p> <p>Kokkuvõte:</p> <p>Öko-roheline turundus ei peaks olema seotud mitte ainult keskkonnakaitse ja majanduskasvuga, vaid ka ettevõtte sotsiaalse vastutusega.</p> <p>Ettevõtte keskkonnamõju ja rohelised väärtused inimestele peavad muutuma standardiks. Nõudlus jätkusuutlike ettevõtete järele ei ole mood, vaid meie tuleviku vajadus. Tulevik koos tarbimisvastutusega.</p>
<p>Viited</p>	<p>Kadyan, Jagbir. (2011). Roheline turundus: Concepts & Applications. Global Journal of Business Management. 5. 71-76.</p> <p>R.M. Dangelico, D. Vocellelli (2017) "Roheline turundus": Journal of Cleaner Production 165 (2017) 1263e1279.</p> <p>Eneizan, Bilal. (2019). Rohelised turundusstrateegiad: Theoretical Approach. 10.31150/ajebm.Vol2.Iss2.72.</p> <p>Taghian, Mehdi & Polonsky, Michael & D'Souza, Clare. (2016). Rohelised turundusstrateegiad.</p>
<p>Interaktiivsed küsimused R3 jaoks</p>	<p>1. Kas väide on õige või vale "ökoturunduse (roheline) turunduse kontseptsioon kui terviklik lähenemine kogu äriideele ja -strateegiale määratleb kõigi tegurite tähtsuse, et luua tooteid või teenuseid, mis põhinevad jätkusuutlikkusel".</p> <p style="text-align: center;">Tõsi X Vale</p>

	<p>2. Kuidas te kirjeldate ökoturundust?</p> <p>A. Ökoturundus stimuleerib ettevõtte kasumit ja hoolitseb ettevõtte kasvu eest.</p> <p>B. Ökoturundus pikendab toote kasutusiga, et suurendada tootlikkust ja kasumlikkust.</p> <p>C. Ökoturundus ei ole seotud mitte ainult keskkonnakaitse ja majanduskasvuga, vaid sellel on ka ettevõtte sotsiaalne vastutus. (X)</p>
Märksõnad	Keskkonnasõbralik, turundus, ökoturunduse strateegiad
Küsimused mõtisklemiseks	<p>1) Kuidas te kirjeldaksite oma sõnadega ökoturundust (rohelist)?</p> <p>2) Kas te teate peamisi ökoloogilisi (rohelisi) turundustrateegiaid?</p>
Täiendavad ressursid	<p>Kadyan, Jagbir. (2011). Roheline turundus: Concepts & Applications. Global Journal of Business Management. 5. 71-76. https://www.researchgate.net/publication/315885886_Green_Marketing_Concepts_Applications.</p> <p>Canvas MOOC-kursuse "Roheline turundus" roheline turunduse MOOCi 2. mooduli 1. osa video Moodul 2.1: Mis on roheline turundus? Liiga mõõdukas https://www.youtube.com/watch?v=yw6iidoqiBE</p> <p>Neli tõhusat roheline turunduse strateegiat. ENBUS211 Videoprojekt//2018-07-27 https://www.youtube.com/watch?v=CO41EhTlr7k</p> <p>Rohelised turundusideed keskkonnasõbralike väikeettevõtete edendamiseks https://www.sbmarketingtools.com/green-marketing-ideas-to-promote-eco-friendly-small-businesses/</p>
Ikoonid ja nendega seotud teave PowerPoint esitluse vihjete kohta	
Autor(id)	Živilė Navikienė, S.A.F.E.-projektid