

ÖKOISKOLÁK MARKETINGTEVÉKENYSÉGÉNEK VIZSGÁLATA

CSATÓ KITTI¹ – KÓVÁGÓ GYÖRGYI² – PÁLMAI JUDIT³

Absztrakt

A fenntartható fejlődés az elmúlt évtizedekben egyre fontosabbá vált szerte a világon. A kérdés kulcsfontosságú abban a tekintetben, hogy szükségessé vált hosszú távon megőrizni a Föld természeti erőforrásait, emellett létfontosságúvá vált, hogy egy élhetőbb jövőt építsünk.

Jelen cikk az ökoiskolák marketingtevékenységének vizsgálatát taglalja. Ezen intézmények képviselnek mindent, amit az oktatással tehetünk a fenntarthatóságért, illetve marketingtevékenységeket is folytatnak fenntarthatósági és egyéb céljaik elérése érdekében. Arra keressük a választ, hogy az ökoiskolák környezetvédelmi programjai és fenntarthatósági kezdeményezései mint marketingtevékenységek, további marketingeszközök alkalmazásával kiegészülve, milyen hatást gyakorolnak a beiratkozó diákok számának növekedésére, az intézmények társadalmi felelősségvállalására, valamint a diákok környezettudatos magatartására.

A témát kvantitatív módszerrel, kérdőívvel vizsgáltuk. A magyarországi Ökoiskola-hálózat 1402 iskolájából 148 kitöltött kérdőív érkezett vissza.

Az eredményeket előrevetítve elmondható, hogy a környezettudatos programok és fenntarthatósági kezdeményezések jelentős hatással vannak a beiratkozásokra. Az iskolák környezettudatos tevékenységei vonzzák az érdeklődőket. Az intézmények ökotudatos marketingtevékenységei és aktív részvételük a helyi és országos környezetvédelmi akciókban tovább növelik az intézmény társadalmi megítélését, valamint erősítik a helyi közösségekkel való együttműködést is. Mindezek mellett az ökotevékenységek pozitív hatással vannak a diákok környezettudatos magatartására is.

Kulcsszavak: ökoiskola, fenntartható fejlődés, marketing, oktatásmarketing

Bevezetés

A fenntartható fejlődés előmozdításában az oktatás elengedhetetlen, hiszen a felnövekvő generációk környezettudatos nevelése nélkülözhetetlen a fenntartható jövő megteremtéséhez. Megoldásként egyre több oktatási intézményben részesülnek a gyermekek környezeti nevelésben. A környezeti nevelés során a gyermekeket megismertetik a környezettudatos életmóddal, a fenntartható gyakorlatokkal mind az iskolán belül, mind azon kívül (Szócs, Varga és Angyal, 2022; Horváth, 2022, Zádori, 2022).

¹ Csató Kitti egyetemi hallgató, Károli Gáspár Református Egyetem; csato.kitti1230@gmail.com; ORCID: 0009-0004-8376-116X

² Dr. Kóvágó Györgyi egyetemi docens, Károli Gáspár Református Egyetem; kovago.gyorgyi@kre.hu; ORCID: 0009-0000-0951-3011

³ Dr. Pálmai Judit egyetemi docens, Károli Gáspár Református Egyetem; palmai.judit@kre.hu; ORCID: 0009-0005-3868-5556

Az Egyesült Nemzetek Szervezete 1987-es Brundtland-jelentése szerint a fenntartható fejlődés olyan folyamat, amely lehetővé teszi, hogy az emberek a jelenben kielégítsék szükségleteiket, de közben ne vegyék el a lehetőséget a jövő generációjától sem, hogy ugyanezen szükségleteiket majdan ők is ki tudják elégíteni (Our Common Future, 1987, 41.). Tehát a jelenlegi erőforrásainkat oly módon kell felhasználnunk, hogy azok a jövő generációi számára is elérhetőek és felhasználhatóak maradjanak.

Az ökoiskolák kiváló példák arra, hogy hogyan kapcsolható össze az oktatás a fenntartható fejlődéssel. Ezek az intézmények aktívan alkalmazzák a környezeti nevelést, mivel nemcsak a hagyományos oktatási célokat követik, hanem a fenntarthatóság eszméjét is középpontba helyezik, így diákjaik környezettudatos állampolgárokká válhatnak, akik képesek hozzájárulni a fenntartható fejlődéshez (Horváth, 2022).

Ökoiskolák létrejötte

Az Ökoiskola-hálózat nemzetközi szinten 1986-ban alakult meg a Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (angolul Organisation for Economic Co-operation and Development, rövidítve: OECD) által létrehozott "Iskolai Környezeti Nevelési Kezdeményezések" (ENSI) program keretében. Az ENSI program célja, hogy hosszú távon elősegítse a fenntartható fejlődést az oktatással, és ezáltal hozzájáruljon a környezeti problémák megoldásához. Az ENSI célja volt az is, hogy minden országban azokat az iskolákat vonja be az Ökoiskola-hálózat kiépítésébe, amelyek már rendelkeztek tapasztalattal a környezeti nevelés terén (Tóthné et al., 2016).

Magyarországon az Ökoiskola-hálózat 2000 márciusában kezdte meg működését az Országos Köznevelési Intézet (OKI) kezdeményezésére, Dr. Havas Péter, az OECD ENSI magyarországi koordinátorának irányításával. A program az Oktatásért Felelős Minisztérium támogatásával jött létre, induláskor 22 iskola csatlakozott hozzá (Tóthné et al., 2016).

2002-től kezdődően Magyarországon az intézmények automatikusan megkapták az Ökoiskola címet, ha kiemelkedő teljesítményt nyújtottak a környezeti nevelés és a fenntarthatósági pedagógia terén. 2005-től van lehetőség pályázni az Ökoiskola címre, amely három tanévre szerezhető meg, 2012-től kezdve pedig az Örökös Ökoiskola címre is pályázhatnak az iskolák (Oktatási Hivatal, 2023).

Azok az iskolák, amelyek az elmúlt hét évben legalább kétszer kapták meg az Ökoiskola címet és ezt a státuszt folyamatosan legalább hat évig megőrizték, pályázhatnak az Örökös Ökoiskola címre. A pályázatok bírálatát az Ökoiskolai Értékelő Bizottság végzi (Oktatási Hivatal, 2023).

Az Ökoiskola cím több, mint egy hivatalos minősítés; ez egy olyan elismerés, amely számos előnyt biztosít az intézménynek. A cím elnyerése és fenntartása révén az iskolák nemcsak növelhetik vonzerejüket, hanem lehetőségük nyílik szélesebb körű közösségi és nemzetközi együttműködések kialakítására is.

Ökoiskolák terjedése Magyarországon

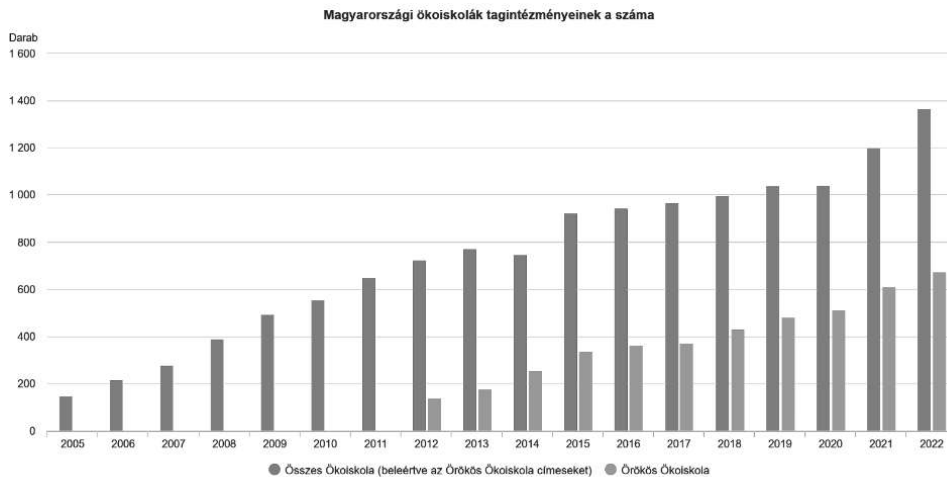
Az ökoiskolák száma évről évre jelentős növekedést mutat, ami jól tükrözi az oktatási intézmények fenntarthatóság iránti fokozott érdeklődését és elköteleződését. A számok növekedése több tényezőnek is köszönhető. Egyrészt az iskolák egyre nagyobb hangsúlyt helyeznek a környezeti nevelésre és a fenntarthatósági elvek

beépítésére a tantervükbe. Másrészt a szülők és a diákok részéről is egyre nagyobb igény mutatkozik az ilyen intézmények iránt (Mónusz, 2020).

Az Ökoiskola-hálózat bővülése lehetőséget teremt az intézmények közötti tapasztalatcserére, közös projektek indítására. Az intézmények létszámának növekedése tehát egy pozitív tendencia, amely hozzájárul a fenntartható fejlődés előmozdításához Magyarországon és segít abban, hogy a jövő nemzedékei környezettudatosan gondolkodjanak (KSH, 2022).

Az ábra jól mutatja a magyarországi emelkedő tendenciát az ökoiskolák számának növekedésében. Míg 2000-ben 22 iskolával indult a program, 2005 és 2010 között, amikor már pályázni kellett az ökoiskolai címre, szinte megkétszereződött a számuk.

1. ábra: A Magyarországi Ökoiskola Hálózat tagintézményeinek száma, 2022. október



Forrás: KSH, 2022

A 2010 és 2015 közötti időszakban másfélszeresére nőtt az ökoiskolák száma, 2015 és 2020 között lassabb tempóban, de egyértelműen emelkedett, 2020 után pedig ugrásszerűen nőtt. 2020-ban 1000 fölötti, 2023-ban 1402 ökoiskola volt Magyarországon.

A KSH közleménye szerint 2014-ben az ökoiskolák számában visszaesést vehetünk észre, de ez csak látszólagos hanyatlás volt. A csökkenés okát a köznevelés intézményrendszerének átalakulásában találjuk meg, mivel ebben az időben több intézményt vontak össze. Az elmúlt 22 évben több mint 1300 iskola csatlakozott az Ökoiskola Hálózathoz, amely 2021-ben az iskolák 30, a tanulók 31 és a tanárok szintén 31%-át foglalta magában (KSH, 2022).

Ahogy már szó volt róla, az „Örökös ökoiskola” címre 2012 óta pályázhatnak az iskolák. Az 1. ábrán bemutatott KSH adatok alapján elmondható, hogy ahogyan nő évről évre az ökoiskolák száma, hasonló ütemben nő az Örökös Ökoiskolai címmel rendelkező iskolák száma is. Ez azt bizonyítja, hogy a pedagógiai munkában jelentős hangsúlyt fektetnek a gyerekek környezettudatos nevelésére és a környezetvédelemre.

Ökoiskolák és a fenntartható nevelés

Az ökoiskolák olyan intézmények, amelyek a környezetvédelem, a fenntarthatóság és ökológiai tudatosság értékeit helyezik előtérbe az oktatási rendszerben és mindennapi gyakorlatban. Az ökoiskolákban a diákok elméletben és gyakorlatban is megtanulják a környezettudatos életmód alapjait. Az intézmények célja, hogy a fenntarthatóság elveit beépítsék az oktatás minden területére, így a diákok olyan tudást és készségeket sajátíthatnak el, amelyekkel hozzájárulhatnak a környezet védelméhez (Horváth, 2022; Kónya, 2019).

Az ökoiskolák koncepciója arra épül, hogy a környezeti nevelés nem különálló tantárgy, hanem integráltan jelenik meg a tanterv minden részében. Az intézmények oktatási programokat dolgoznak ki, amelyek lehetőséget nyújtanak a diákok számára, hogy aktívan részt vegyenek a fenntarthatósági projektekben és kezdeményezésekben. Az ökoiskolák fő céljai közé tartozik, hogy a diákok környezettudatos szemléletmódot sajátítsanak el, a fenntarthatósági elvek gyakorlati alkalmazását elősegítsék, hozzájáruljanak a helyi és globális környezeti problémák megoldásához (Kézy és Varga, 2007; Varga, 2009; Könczei, Szabó és Varga, 2016).

Az OFI felmérései alapján az ökoiskolák innovativitása három szinten mutatkozik meg: pedagógiai szinten, a társas kapcsolatok szintjén, technikai, gazdasági szinten. Pedagógiai szinten az ökoiskolák a komplex, valós élethez közel álló szituációkat előnybe részesítik az előre megtervezett, irányított, tanulási formákkal szemben. Az egyes tantárgyak felől a tantárgyközi kérdéskörök felé fordulnak, a passzív szabály- és tudáselsajátítás helyett az aktív, a helyi környezetet felhasználó, a helyi környezetért való cselekvés közben történő tudásszerzésre helyezik a hangsúlyt, valamint a kizárólag felülről lefele irányuló (tanártól diákig áramló) kommunikáció helyett figyelembe veszik a gyerekek iskolával, tanítással kapcsolatos nézeteit is (Varga, 2009).

A társas kapcsolatok szintjén az ökoiskolák törekednek arra, hogy az iskolában ne magányos tanárok tanítsanak magányos gyerekeket, hanem az egész iskolára jellemző legyen a csapatmunka. Hogy a társas élet szabályai ne előre meghatározottak legyenek, hanem a diákok felelős részvételével, tárgyalások során kialakítottak, hogy az iskola külső kapcsolatai a kölcsönösség elve alapján alakuljanak, az iskola ne csak befogadója, hanem aktív alakítója, kezdeményezője is legyen ilyen jellegű kapcsolatoknak (Könczey, Szabó és Varga, 2016).

A technikai/gazdasági szinten az ökoiskolák igyekeznek takarékosan bánni az energiaforrásokkal, csökkenteni a hulladékok mennyiségét, az iskola külső és belső környezetét esztétikusan alakítani, megteremteni az egészséges étkeztetés feltételeit. (OFI: Mi is az az ökoiskola?) Az ökoiskolák tehát innovatív módon közelítenek a fenntarthatóság oktatásához és gyakorlati megvalósításához, hozzájárulva ezzel egy zöldebb és fenntarthatóbb jövő építéséhez (Varga, 2020).

Az intézmények bizonyos gyakorlati megvalósításokban eltérhetnek, de mégis közösek a jellemzőik. Közös céljuk például, hogy kialakítsák és fejlesszék a diákok környezettudatos és fenntartható gondolkodásmódját. A fenntarthatóság pedagógiai elvei áthatják a tanterveket és oktatási folyamatokat. A környezeti nevelés nem tantárgyként, hanem integráltan jelenik meg a tantervekben, tanmenetekben. Fenntartható gyakorlatokat valósítanak meg az iskolai életben és az iskolai életen kívül is. Például energiatakarékosság, újrahasznosítás, iskolakert, szemétszedés, faültetés, madáretető készítés. A diákokkal aktívan vesznek részt fenntarthatósági

projektekben, ami elősegíti a felelősségteljes és környezettudatos állampolgárok nevelését. Az ökoiskolák előszeretettel alkalmazzák az élményalapú tanulást és a szabadban tanulást. Fenntarthatósági témaheteket, versenyeket, vetélkedőket szerveznek (Varga, 2020).

A fenntarthatóságot és környezettudatosságot népszerűsítik különböző marketingkommunikációs eszközök segítségével, mint pl. az adott fenntarthatósági témához illő reklámokon, ismeretterjesztő szövegeken, hírmondókon és öko-perceken keresztül. Minden címet elnyert intézménynek minden tanévre Ökoiskola munkatervet kell készítenie. Ebben fel kell tüntetni az ökoiskola céljait, az ökoiskola munkaközösség tagjait és az ökoiskolai programtervet. Az iskolák honlapján fel kell tüntetni az Ökoiskola vagy az Örökös Ökoiskola logót, beszámolóval és fotókkal kell igazolni az elvégzett munkát. Együttműködnek számos más közösséggel és intézménnyel. Részt vesznek nemzetközi és globális fenntarthatósági kezdeményezésekben. Az intézmények belső és külső képe mindig a fenntarthatóságra épül. A külső kommunikációhoz és a célok elérésének módjához hozzátartozik, hogy partnerségben dolgoznak a szülőkkel, helyi közösségekkel és szervezetekkel a fenntarthatósági célok elérése érdekében (Varga, 2009; 2020).

Marketingkommunikáció

Manapság egyetlen piaci szereplő sem nélkülözheti a marketingkommunikációt. Azért fontos a használata, mivel a marketingkommunikáció alapvető eszköz a termékek és szolgáltatások piacra juttatásában és népszerűsítésében. A marketingkommunikáció egy tudatosan megtervezett folyamat, amely a vállalat marketingrendszerének szerves része. Célja egy termék, szolgáltatás, márka vagy vállalat (intézmény) ismertségének növelése, népszerűsítése, a fogyasztók figyelmének felkeltése és vásárlásra ösztönzése. Emellett arra is irányul, hogy fenntartsa az érdeklődést és hosszú távon erősítse a kapcsolatot a célcsoporttal különböző kommunikációs eszközök alkalmazásával (Czimmer, 2008).

A marketingkommunikáció piaci szereplői közé tartoznak a nagy-, közép-, kis-, egyéni vállalkozások és influenszerek, üzleti, nonprofit, nemzetközi és jótékonyági szervezetek, oktatási intézmények, helyi és országos kormányzatok, politikai pártok, egyéb iparágak és szektorok. A piaci szereplők jellemzőiknél fogva eltérő kommunikációs eszközöket és mixet alkalmaznak (Czimmer, 2008). Jelen tanulmány fókuszában a marketingkommunikáció piaci szereplői közül az oktatási intézmények vizsgálata áll.

A marketingkommunikációs eszközök két csoportját szemlélteti a 2. és a 3. ábra. Az eszközöket két csoportra bonthatjuk: online és offline eszközökre.

1. ábra: Online marketingkommunikációs eszközök



Forrás: saját szerkesztés, Kovács, 2008, 1-33. alapján

Az online eszközök általában rugalmasabbak és költséghatékonyabbak. Emellett jobban nyomon követhetőek. (pl. látogatószám, kattintások) Továbbá közvetlen kommunikációt lehet létesíteni a felhasználókkal. Ezen túlmenően az online marketing globális elérést biztosít a célcsoportokhoz (Kovács, 2008).

2. ábra: Saját szerkesztés: Offline marketingkommunikációs eszközök



Forrás: Kovács, 2008, 1-33.

Az offline eszközök magasabb költségekkel járnak, különösen a televíziós és rádiós reklámok, emellett a nyomtatott anyagok előállítása is drágább. Az offline kampányok teljesítményének nyomon követése nehezebb, mivel a visszajelzések nehezen mérhetők. Az offline marketing elsősorban kisebb közönséget céloz meg, mivel nehezebb globális elérést biztosítani (Kovács, 2008). A legjobb marketingkommunikációs eredmények akkor érhetőek el, ha a két típus kombinálását használják, ezzel elérve a célközönségeket, kihasználva mindkét megközelítés előnyeit.

Oktatásmarketing

Napjainkban a marketing kiemelt szerepet játszik nemcsak a vállalatok, hanem az oktatási intézmények, nonprofit szervezetek és más civil szervezetek sikerében. A marketing több, mint egy reklám; a marketing egy stratégia, amely magába foglalja a piac megértését, a fogyasztói igények felmérését és a megfelelő termékek, szolgáltatások kínálatát (Bauer, Berács és Kenesei, 2017).

Az oktatásmarketing – más néven iskolamarketing – az oktatási intézmények marketingstratégiáinak és kommunikációs tevékenységeinek összessége. Ezen tevékenységek közé tartozhat az intézmény népszerűsítése, új diákok toborzása, megtartása, illetve az intézmény hírnevének növelése. Az iskolamarketing segít az intézményeknek abban, hogy lépést tartsanak a versennyel és kiemeljék azokat a tényezőket, amelyek alapján előnyösebbnek tűnhetnek a versenytársaikhoz képest (Kotler – Fox, 1998a; 2009).

Bár egyre több oktatási intézmény ismeri fel a marketing fontosságát és alkalmazza azt, de még mindig előfordul, hogy néhány iskola csak végső esetben fordít komoly figyelmet a marketingre (Kotler – Fox, 1998b; 2009).

Fontos megemlíteni, hogy az iskolamarketing különösen fontos azon intézmények számára, amelyek fenntarthatósági programokat és környezettudatos kezdeményezéseket kínálnak. Az iskolamarketing keretein belül a zöldmarketing révén az intézmények bemutatják környezetvédelmi erőfeszítéseiket, amelyek segíthetnek vonzóbbá tenni őket a diákok és szüleik számára (Kotler – Fox, 1998b; 2009).

Pecsénye Éva álláspontja szerint az iskoláknak elengedhetetlen, hogy egyedi szolgáltatásokat és vonzó ajánlatokat kínáljanak, hogy kiemelkedjenek a versenytársaik közül. Az intézmények jövője a makrokörnyezeti tényezőkhez való alkalmazkodás képességén múlik, amely magában foglalja a folyamatos változásokra való rugalmas reagálást (Pecsénye, 1998, 42-51.).

Muhi B. Béla nézete szerint az iskolák sikeressége szoros kapcsolatban áll a diákok utánpótlásának biztosításával, különösen a csökkenő demográfiai trendek tükrében, amelyek folyamatosan csökkenthetik a tanulói bázist. A szülők számára kiemelkedő tényezők közé tartozik az iskola felszereltsége, az oktatás minősége, a könnyű megközelíthetőség, a barátságos légkör és az iskola jó hírneve (Muhi, 2012; 2015).

A sikeres oktatásmarketing alapja az egyediség, a szülők és diákok igényeinek megfelelő ajánlatok, valamint a pozitív imázs és a kommunikáció. Az iskoláknak figyelembe kell venni ezeket a tényezőket ahhoz, hogy versenyképesek maradjanak és biztosítani tudják hosszú távú fennmaradásukat.

Ökoiskolák és a marketing

A modern oktatás egyik legfontosabb feladata a gyermekek környezettudatos gondolkodásmódjának kialakítása. Az ökoiskolák ebben különösen elkötelezettek, hiszen kitartóan dolgoznak azon, hogy a fenntarthatósági elveket beépítsék az iskolai élet mindennapjaiba. Emellett marketingtevékenységeik meghatározó szerepet játszanak. Ezek a tevékenységek több célt is szolgálnak: új diákok bevonzása, az iskola hírnevének építése.

Marketingtevékenységeik közül a marketingkommunikáció szerepe számos fontos nézőpontban nyilvánul meg. Az ökoiskolák marketingkommunikációjában mind az online, mind az offline eszközök fontos szerepet játszanak. Az online

eszközök: a digitális platformokon való jelenlét, mind a weboldalak, mind a közösségi média profilok segítenek az intézmény bemutatásában, a programok és események promóciójában, valamint a kapcsolattartásban. Az offline marketingeszközök közé tartoznak a nyomtatott anyagok, rádiós reklámok, kültéri reklámok, valamint a közösségi rendezvények és nyílt napok, amelyek közvetlen kapcsolatot teremtenek a szülőkkel és a diákokkal (Kiss, 2016; Magdáné, 2008).

Az ökoiskolák legtöbbje együttműködik más környezetvédelmi, civil és nonprofit szervezetekkel. Ezek az együttműködések lehetőséget adnak arra, hogy szélesebb körben terjesszék fenntarthatósági elveiket és gyakorlatukat. Megtalálhatóak különböző digitális platformokon, ideértve a weboldalakat, a közösségi médiás profilokat. Ezek segítenek az intézmény bemutatásában, a programok és események promóciójában, valamint a kapcsolattartásban.

Az iskolák számára fontos, hogy vonzó arculatot alakítsanak ki, ugyanis ez szintén pozitív befolyásoló tényező. Ez magába foglalhatja az iskolai logó, színek és szlogenek kialakítását. Lehetőséget adnak a közös programok által a leendő diákoknak és szüleiknek, hogy meglátogassák az intézményt, megismerjék a programjaikat. A különböző bemutatók, nyílt napok és iskolalátogatások során az intézmény vezetői, pedagógusai beszélnek a környezetbarát gyakorlatokról a leendő diákokkal. Az óvodás gyerekek esetében az ökoiskolák marketingtevékenységei elsősorban a szülőket célozzák meg, hiszen ők döntenek gyermekeik jövőbeli oktatásáról. Például családi napokat szerveznek, ahol a szülők és gyerekek együtt vehetnek részt különböző programokban. Részt vesznek helyi eseményeken, vásárokon. Például fenntarthatósági témájú workshopokat tartanak, amelyek alkalmasak a kapcsolatfelvételre a potenciális diákokkal és szüleikkel.

Az ökoiskolák marketingtevékenysége tehát a külvilág felé sokféleképpen megnyilvánulhat, de az alapvető cél mindig ugyanaz: gyermekek bevonása, az intézmény népszerűsítése, valamint a fenntarthatóság üzenetének hatékony közvetítése. Emellett minden marketingtevékenységüket, marketingkommunikációjukat áthatja a zöldmarketing, ami kiemelkedően fontos szerepet játszik a fenntarthatóságban.

Önálló kutatás - Módszertani áttekintés

Az ökoiskolák aktívan szerveznek környezetvédelmi programokat és fenntarthatósági kezdeményezéseket. Azonban kérdés, hogy ezek, mint marketingtevékenységek, milyen mértékben járulnak hozzá az ökoiskola beiratkozóinak növekedéséhez, az iskolák társadalmi felelősségvállalásához, valamint a diákok környezettudatos magatartásának fejlesztéséhez. Ennek a kutatásnak a célja, hogy megválaszoljam ezeket a kérdéseket, amelyhez kvantitatív módszert alkalmaztunk.

Hipotézisek

Első hipotézisünkben azt feltételezzük, hogy az ökoiskolák környezetvédelmi programjai és fenntarthatósági kezdeményezései, mint marketingtevékenységek, hatékonyan vonzzák be az óvodásokat és a leendő diákokat, ezáltal növelik az iskolába való jelentkezők számát.

A második hipotézisünkben azt feltételezzük, hogy az ökoiskolák fenntarthatósági kezdeményezései és kommunikációs eszközei jelentős mértékben

hozzájárulnak az intézmények társadalmi felelősségvállalásának erősítéséhez és pozitív társadalmi megítélésük növekedéséhez

Az utolsó hipotézisben azt feltételezzük, hogy az ökoiskolák környezettudatos oktatási módszerei pozitívan befolyásolják a diákok környezettudatos magatartását, mivel a természetközeli tanulás és gyakorlati tapasztalatok elősegítik a fenntarthatóság iránti elköteleződésüket.

Kvantitatív adatgyűjtés bemutatása - kérdőív

A kérdőívek az Ökoiskola, illetve Örökös Ökoiskola címmel rendelkező intézményeknek lettek kiküldve, az adatfelvételre 2024. május 20. és 2024. július 30. között került sor. A kutatásom során a magyarországi Ökoiskola-hálózat 1402 iskolájából (KSH 2023. június 9-i adat) 148 kitöltött kérdőív érkezett vissza. Ez a magyarországi ökoiskolák kb. 10 %-a.

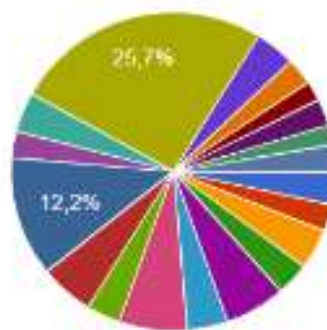
A témakörök, amelyeket a kérdőív érintett a demográfiai adatok, az ökoiskolai marketingtevékenységek, jövőbeli tervek és célok.

Igyekeztünk az ország egész területére eljuttatni a kérdőívet, így minden vármegyében szólítottunk meg iskolákat, akár közvetlenül, akár a fenntartókon keresztül. Az állami fenntartású általános iskolákat és a gimnáziumokat a tankerületi központokon keresztül értük el, a technikumokat és a szakképző iskolákat a szakképzési centrumokon keresztül, az egyházi fenntartású, a magán fenntartású, az önkormányzati fenntartású és az egyetemi fenntartású intézményeket (a diagramon „Egyéb” kategóriaként jelölve) pedig közvetlen e-mailben kerestük meg az Oktatási Hivatal Ökoiskolák adatbázisa/Ökoiskola és Örökös Ökoiskola címmel rendelkező intézmények listája_2022-2023 alapján. Így az ország összes vármegyéből érkezett válasz, a legtöbb Pest és Jász-Nagykun-Szolnok vármegyéből.

4. ábra: Az intézmények vármegyéje

Az intézmény vármegyéje

148 válasz



Forrás: saját szerkesztés, saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

5. ábra: Az intézmények vármegyei jelölésének jelmagyarázata

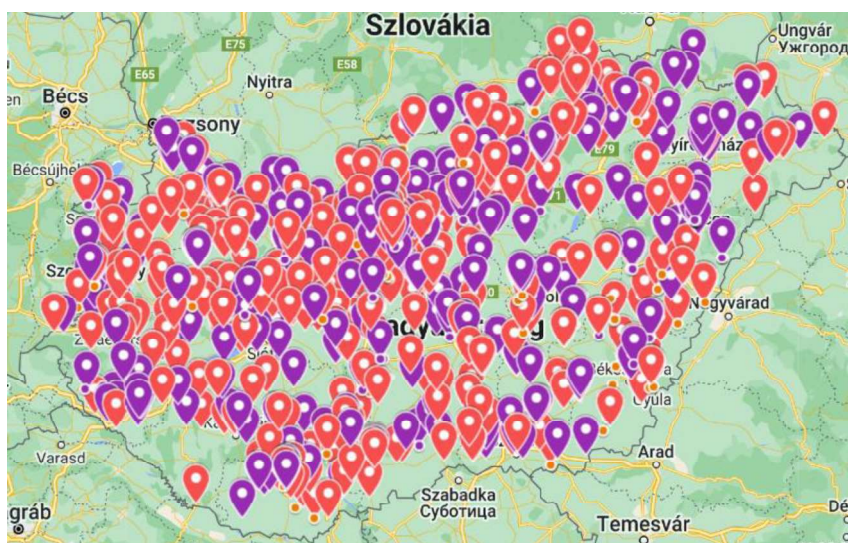
Jelmagyarázat

● Bács-Kiskun vármegye	● Heves vármegye	● Vas vármegye
● Baranya vármegye	● Jász-Nagykun-Szolnok vármegye	● Veszprém vármegye
● Békés vármegye	● Komárom-Esztergom vármegye	● Zala vármegye
● Borsod-Abaúj-Zemplén vármegye	● Nógrád vármegye	
● Csongrád-Csanád vármegye	● Pest vármegye	
● Fejér vármegye	● Somogy vármegye	
● Győr-Moson-Sopron vármegye	● Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye	
● Hajdú-Bihar vármegye	● Tolna vármegye	

Forrás: saját szerkesztés, Saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

E két vármegye volt a legaktívabb a kérdőívek kitöltése és visszaküldése során, illetve a 2018. szeptember 1-i adatokat tartalmazó 6. számú ábra jól mutatja az ökoiskolák területi eloszlását.

6. ábra: Térképen az Ökoiskolák (2018. szeptember 1.)



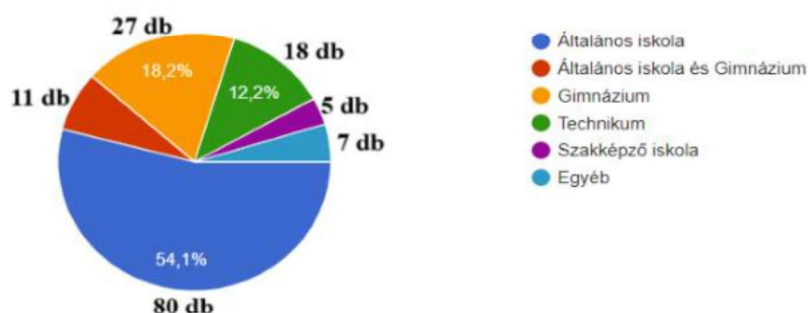
Forrás: Medvey, 2018

A vizsgált intézmények között a legnagyobb számban általános iskolák szerepelnek, de megtalálhatók a középiskolák is, mint gimnáziumok, technikumok, szakképző iskolák, illetve EGYMI-k és óvodák.

7. ábra: Az intézmények típusa

Az intézmény típusa

148 válasz



Forrás: saját szerkesztés, saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

A 7. ábra az ökoiskolák típusainak megoszlását ábrázolja a 148 válaszadó közül, amiből jól látható, hogy 54.1% (80 db) általános iskola, 18.2% (27 db) gimnázium, 12.2% (18 db) technikum, 7.4% (11 db) általános iskola és gimnázium, 4.7% (7 db) egyéb, 3.4% (5 db) szakképző iskola.

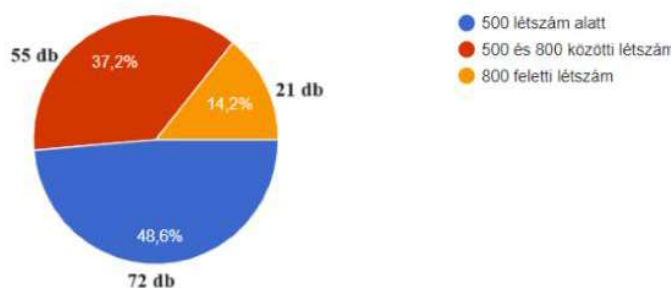
Kérdőív eredmények

A demográfiai adatok között az iskolában tanulók létszámát is megkérdeztük. A kapott válaszokból megtudhatjuk, hogy a választ adó 148 intézmény közül majdnem a felének 500 fő alatti a tanulólétszáma, kicsit több mint 37%-ának 500 és 800 fő közé esik a tanulói létszáma, és kicsit több mint 14%-ának 800 fő feletti a tanulói létszáma.

8. ábra: Tanulólétszám

Hány tanulója van az intézménynek?

148 válasz



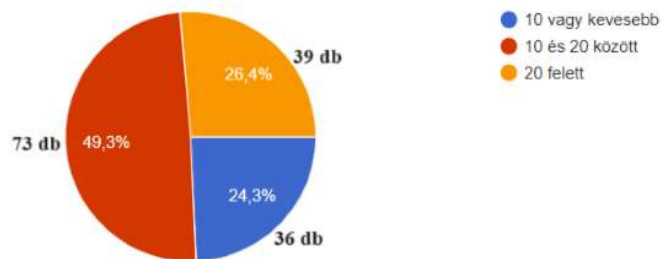
Forrás: saját szerkesztés, saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

Ennek megfelelően az osztályok száma ugyanilyen arányt tükröz.

9. ábra: Osztályok

Hány osztálya van az intézménynek?

148 válasz



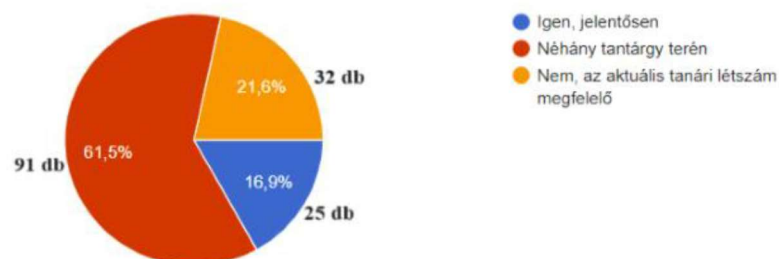
Forrás: saját szerkesztés, saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

Az iskolák jelentős részében (16,9 %) tapasztalnak pedagógushiányt, a megkérdezett iskolák 61,5 %-ban néhány tantárgy esetén tapasztalható tanárhiány.

30. ábra: Pedagógushiány

Tapasztal az intézmény jelenleg pedagógushiányt?

148 válasz



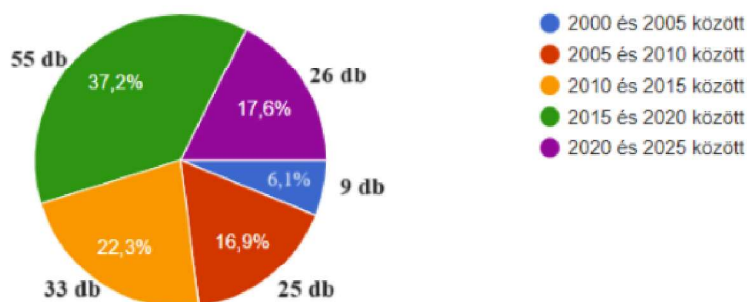
Forrás: saját szerkesztés, saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

A címet a kezdeti időszakban – 2000 és 2005 között – a válaszadók közül 9 iskola kapta meg a környezeti nevelés és fenntarthatósági pedagógiai tevékenység terén kiemelkedő munkájáért. Ezután, már pályázat útján a vizsgált iskolák száma majdnem a háromszorosára nőtt, 2010 és 2015 között lassabb ütemben, de jelentősen nőtt az ökoiskolák száma, 2015 és 2020 között pedig erőteljesebben nőtt.

11. ábra: Az Ökoiskola cím elnyerése

Mikor nyerte el az intézmény az "Ökoiskola" címet?

148 válasz



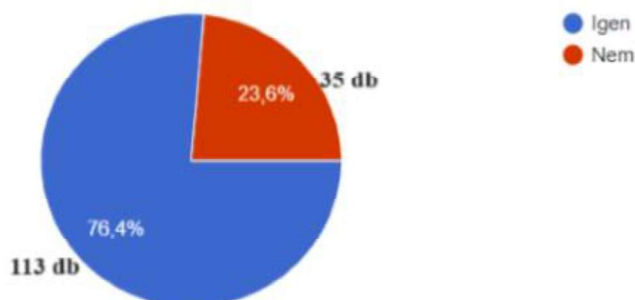
Forrás: saját szerkesztés, saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

Mind az országos adatok, mind a vizsgált iskolák esetében megállapítható, hogy folyamatosan nő, bővül az ökoiskolák száma Magyarországon. Így a vizsgált minta is azt mutatja, amit az országos tendencia: a folyamatos növekedést.

12. ábra: Örökös Ökoiskola cím elnyerése

Rendelkezik az intézmény "Örökös Ökoiskola" címmel?

148 válasz



Forrás: saját szerkesztés, saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

148 intézmény közül 113 iskola rendelkezik Örökös Ökoiskola címmel, azaz a minta majdnem háromnegyedében már hosszú évek óta cél a környezeti nevelés mellett a társadalmi felelősségvállalás, valamint az iskola pozitív megítélésének fokozása.

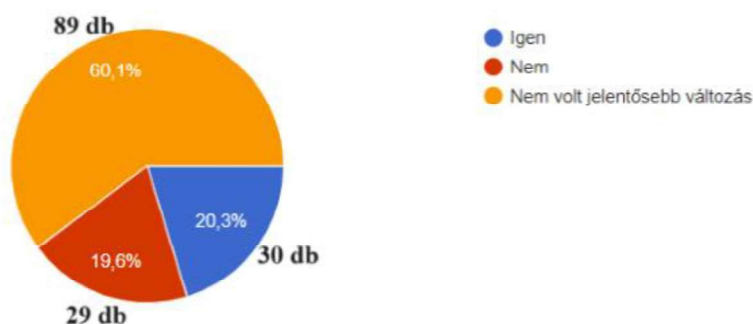
A kérdőíves kutatás eredményei alátámasztják a folyamatos növekedést az ökoiskolák számában Magyarországon, amely összhangban van az országos trendekkel. A kérdőíves kutatás eredményei szerint maga az Ökoiskola cím elnyerése önmagában nem mindig mutatott közvetlen hatást a jelentkezések számának növekedésére, de a környezettudatos programok és fenntarthatósági

kezdeményezések jelentős szerepet játszanak a beiratkozásokban. Az intézmények több mint 20%-a jelezte, hogy az Ökoiskola cím elnyerése kifejezetten növelte a jelentkezők számát. Azonban a válaszadók 60%-a nem tapasztalta a cím jelentős hatását a beiskolázásra, míg több mint 19%-a nem látta összefüggésben a cím elnyerését a jelentkezésekkel.

13. ábra: Ökoiskola cím elnyerése utáni jelentkezők

Nőtt az intézménybe jelentkező diákok száma, miután az intézmény elnyerte az "Ökoiskola" címet.

148 válasz



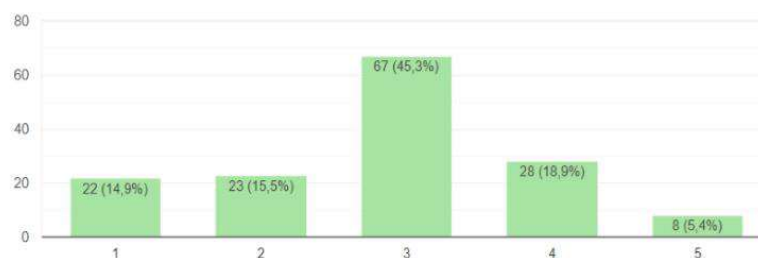
Forrás: saját szerkesztés, saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

Ennek ellenére a válaszok alapján a környezettudatos programok és fenntarthatósági kezdeményezések sikeresen vonzzák a leendő diákokat. A megkérdezettek mintegy fele úgy vélte, hogy egy jól megtervezett marketingstratégia jelentős hatással van a szülők és a gyermekek iskolaválasztási döntéseire. A kapott válaszokat átlagolva (átlag: 2,8), szintén elmondható, hogy a válaszadók inkább gondolják, hogy a marketingtevékenység hozzájárul a jelentkezők számának növeléséhez.

14. ábra: Az ökoiskolák marketingtevékenységei

Az ökoiskola marketingtevékenységei és eszközei jelentősen hozzájárulnak az intézménybe való jelentkezések számának növekedéséhez.

148 válasz



Forrás: saját szerkesztés, saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

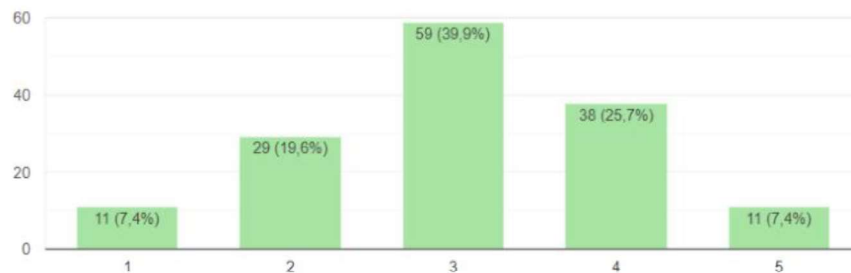
A következő ábra szerint a válaszadók háromnegyede (átlag: 2,9) úgy véli, hogy a környezetvédelmi programok hatékony marketingeszközök a beiskolázás során. Ez

megerősíti, hogy az iskolák által szervezett környezettudatos események és programok jelentős hatással vannak az iskolába való jelentkezésekre.

15. ábra: A környezetvédelmi programok hatékony marketingeszközök a beiratkozás során

Az ökoiskola környezetvédelmi programjai és kezdeményezései hatékony marketingeszközök az intézménybe való jelentkezések számának növeléséhez.

148 válasz



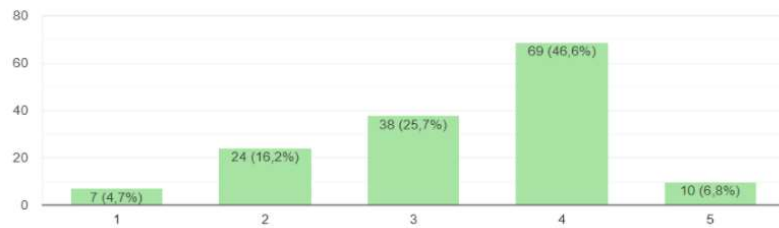
Forrás: saját szerkesztés, saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

A következő ábra szerint a megkérdezettek mintegy 50%-a (átlag: 3,3) úgy véli, hogy a környezettudatos programokba az óvodások is könnyen bevonhatók és hatékonyan növelhetők ezáltal a jelentkezések.

16. ábra: A környezetvédelmi programok hatékonyan vonzzák be az óvodásokat az iskolába

Az ökoiskola környezetvédelmi programjai és kezdeményezései hatékonyan vonzanak be óvodásokat, diákokat az intézménybe.

148 válasz



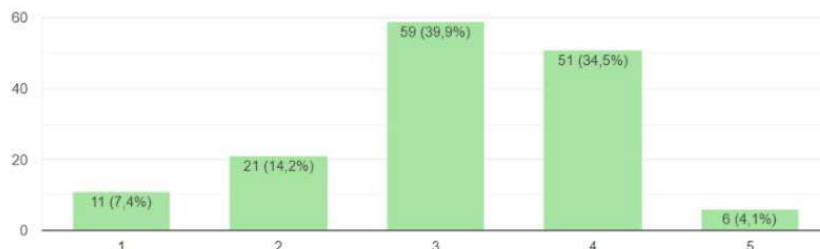
Forrás: saját szerkesztés, saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

A következő kérdésben arról kaptunk információt, hogy a szülői és tanulói visszajelzések alapján az iskola ökotevékenységei és az ezekhez kapcsolódó rendezvények jelentős hatással voltak a beiskolázási döntésekre. Az iskolák majdnem 80%-a (átlag: 3,1) nyilatkozta ezt.

47. ábra: A szülők és a gyermekek visszajelzései a beiskolázásról

A szülők és a gyermekek visszajelzései szerint az intézmény környezetvédelmi kezdeményezései befolyásolta őket az iskolaválasztásnál.

148 válasz



Forrás: saját szerkesztés, saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

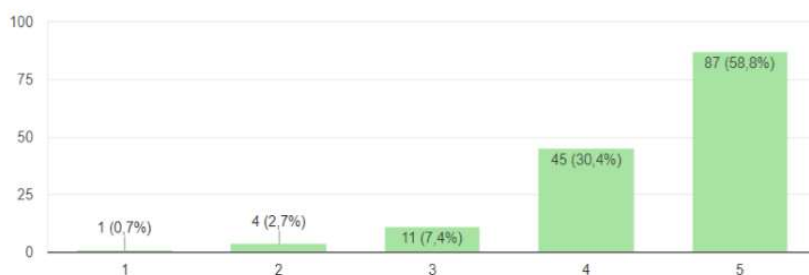
A fenti kérdésre adott válaszok alátámasztják az első hipotézist. Bár az Ökoiskola cím önmagában nem mindig eredményezett növekedést, de a kitöltők szerint a hozzá kapcsolódó programok sikeresen hozzájárultak a beiskolázási mutatók növeléséhez. Az eredmények alapján egyértelmű, hogy a fenntarthatósági tevékenységek hatékony marketingeszközként működnek és jelentős szerepet játszanak az iskolák vonzerejének növelésében.

A következő válaszok alapján a második hipotézis is igazolódott. A válaszadók 90%-a (átlag: 4,4) úgy véli, hogy az ökotevékenységek szoros összefüggésben állnak az iskola társadalmi felelősségvállalásával és pozitív társadalmi megítélésével.

18. ábra: Az ökoiskola fenntarthatósági kezdeményezései pozitívan befolyásolják az iskola megítélését

Az ökoiskola fenntarthatósági kezdeményezései és az ezzel kapcsolatos kommunikációja pozitívan befolyásolja az intézmény társadalmi felelősségvállalását és pozitív megítélését.

148 válasz



Forrás: saját szerkesztés, saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

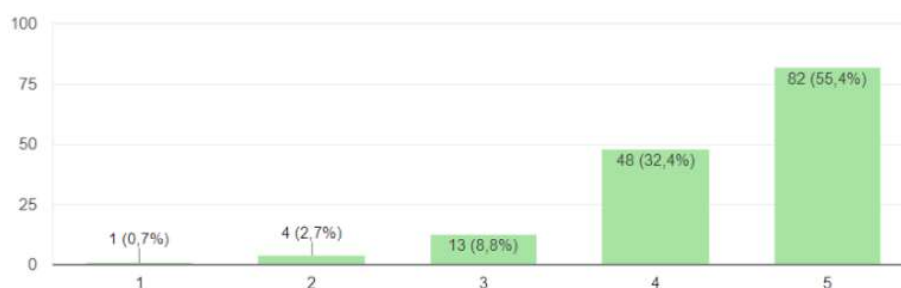
Továbbá a következő ábra alapján a megkérdezettek majdnem 90%-a (átlag: 4,4) összefüggésbe hozza a hatékony ökotevékenységet az iskola pozitív megítélésével és társadalmi felelősségvállalásával. Közel 8,8%-a elképzelhetőnek tartja az

összefüggést és mindössze csak 3,4%-a nem számol komolyan ezzel a lehetőséggel. Ez azt mutatja, hogy az ökoiskolák fenntarthatósági kezdeményezései széles körben elismertek és értékelték, ami közvetlenül hozzájárul az intézmények pozitív társadalmi megítéléséhez.

19. ábra: Az intézmény figyelemmel kíséri a diákok és a szülei visszajelzéseit az intézményről

Az intézmény figyelemmel kíséri, méri a diákok és a szülei visszajelzéseit az intézményről.

148 válasz



Forrás: saját szerkesztés, saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

A fenti adat alapján elmondható, hogy a harmadik hipotézis szintén beigazolódott. Az eredmények egyértelműen mutatják, hogy az ökotevékenységek jelentős pozitív hatással vannak a diákok környezettudatos magatartására. A válaszadók szerint a környezettudatos nevelés, amely a diákok mindennapi életének része, folyamatosan formálja és erősíti a diákok fenntarthatósági elköteleződését.

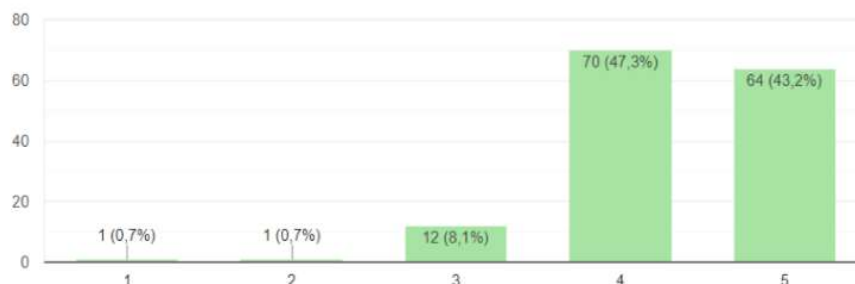
Az iskolák 98%-a rendszeresen vagy alkalmanként részt vesz tanulóikkal környezetvédelmi versenyeken és rendezvényeken. Ezek az események nemcsak a diákok tudását javítják, hanem versenyszellemüket is erősítik és motiválják őket a fenntarthatóság iránti elköteleződésre.

Az iskolák diákjai számára a mindennapi élet része a környezettudatos nevelés, ami folyamatosan hat a tanulók magatartására (átlag: 3.6).

20. ábra: Az ökoiskolák marketingtevékenységeinek hatása a tanulók környezettudatos magatartására

Az ökoiskola marketingtevékenységei pozitív módon hatnak a tanulók környezettudatos magatartására.

148 válasz



Forrás: saját szerkesztés, saját kérdőíves kutatás (2024) alapján

Az iskolákban megvalósuló környezeti projektmunkák, mint például az energiatakarékossági projektek, újrahasznosítási programok, mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a diákok aktívan részt vegyenek a fenntarthatósági kezdeményezésekben.

Kutatási eredmények összegzése

A kapott eredmények alapján megállapítható, hogy az ökoiskolák környezetvédelmi programjai és fenntarthatósági kezdeményezései hatékony marketingtevékenységek, amelyek többféle pozitív hatást gyakorolnak az intézményekre. Az eredmények bizonyítják, hogy az ökoiskolák környezettudatos programjai és fenntarthatósági kezdeményezései jelentős szerepet játszanak a beiratkozások növekedésében, az iskolák társadalmi felelősségvállalásának erősítésében és a gyermekek környezettudatos magatartásának javításában.

A kapott eredmények alátámasztották a kutatás hipotéziseit, így az ökoiskolák fenntarthatósági programjai, mint marketingtevékenységek, jelentős mértékben befolyásolják a diákok beiratkozási döntéseit és növelik az iskolába való jelentkezések számát. A kérdőívre kapott eredmények azt jelezték, hogy a megkérdezettek úgy gondolják, hogy az ökoiskolák programjai befolyásolják a jelentkezési számokat.

Igazolást nyert, miszerint az ökoiskolák fenntarthatósági kezdeményezései és kommunikációs eszközei erősítik az intézmények társadalmi felelősségvállalását és pozitív társadalmi megítélését. Valamint az ökoiskolák környezettudatos oktatási módszerei pozitívan befolyásolják a diákok környezettudatos magatartását és a fenntarthatóság iránti elköteleződésüket.

Az Ökoiskola cím hatása a jelentkezések növekedésére nem minden intézménynél egyértelmű, azonban a környezettudatos programok és fenntarthatósági kezdeményezések jelentős hatással vannak a beiratkozásokra. Az iskolák környezettudatos tevékenységei vonzzák a leendő óvodásokat, diákokat és a szüleiket. A fenntarthatósági programok, amelyeket az intézmények ennek

érdekében szerveznek, hatékony marketingtevékenységként működnek. A közösség bevonása a fenntarthatósági eseményekbe pozitívan befolyásolja az iskola hírnevét és vonzerejét.

Azonban fontos kiemelni, hogy az Ökoiskola cím tényleges hatását a jelentkezések növekedésére azért nem tudja a legtöbb iskola követni, mivel az ilyen típusú hatások méréséhez időre, pénzügyi erőforrásokra és megfelelő mérési módszerekre lenne szükség, valamint személyekre, akik ezeket a feladatokat elvégzik. Sajnos a legtöbb iskolának nincsenek meg ezek az erőforrásai, ami korlátozza a programok hatékonyságának nyomon követését és értékelését.

Továbbá az intézmények ökotudatos marketingtevékenységei és aktív részvételük a helyi és országos környezetvédelmi akciókban tovább növelik az intézmény társadalmi megítélését, valamint az együttműködések is erősítik ezt.

Az ökotévékenységek pozitív hatással vannak a diákok környezettudatos magatartására is. A környezettudatos nevelés és a fenntarthatósági projektek folyamatosan formálják és erősítik a diákok fenntarthatósági elköteleződését. Az iskolai környezettudatos rendezvények, mint a témahetek, rajzpályázatok és közösségi események mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a gyermekek szoros kapcsolatot alakítsanak ki a környezetükkel. A pedagógusok egyik kijelentése számomra nagyon fontos jelentőséggel bír, miszerint a fenntarthatóságra való nevelést már a gyermekek kiskorában el kell kezdeni, mert az iskolai környezetben elsajátított környezettudatos szemlélet hosszú távon pozitív hatással van a társadalom egészére, mivel az ökoiskolák közvetett hatást gyakorolnak a családokra is.

Összegzés

A környezetvédelem a mindennapjaink része. Az ökoiskolák egyedülálló szerepet játszanak a fenntarthatóságra nevelésben, hiszen már a legfiatalabb korosztály számára is közvetítik a környezetvédelem fontosságát.

A kutatás középpontjában az ökoiskolák környezetvédelmi programjai és fenntarthatósági kezdeményezései álltak, mint marketingtevékenységek. E programok hatását vizsgáltuk a beiratkozási számok növekedésére, az intézmények társadalmi felelősségvállalására, valamint a diákok környezettudatos magatartására.

A kutatásban mindhárom hipotézis beigazolódott, ezzel alátámasztva az ökoiskolák fenntarthatósági programjainak jelentőségét.

A további sikerekhez és azok fenntartásához elengedhetetlen az állami szerepvállalás, a források növelése. Az állami források bővítése lehetőséget teremtene a fenntarthatósági tevékenységek fejlesztésére, emellett több pályázati lehetőséget kellene biztosítani az ökoiskolák számára, amelyek például anyagilag segítenék az ökoiskolák programjait. Ezen tevékenységek előmozdítása azért fontos, mivel az oktatási intézmények gyakran nem rendelkeznek elegendő pénzügyi és időbeli erőforrással, ezért szükséges lenne, hogy a kormány és az önkormányzatok aktívan támogassák ezeket a kezdeményezéseket. Ez biztosítaná, hogy a fenntarthatósági célok elérése ne csak egyes iskolákat érintsen, hanem széles körben elérhetővé váljon az egész oktatási rendszer számára.

A pedagógusok képzése és az intézmények marketingstratégiájának erősítése további kulcsfontosságú lépések a fenntarthatóságra nevelés sikerének biztosításában.

A kutatás eredményei alapján érdemes lenne fokozni az ökoiskolai programok marketingtevékenységeit és növelni kellene a szülők bevonását az iskolai

fenntarthatósági programokba és eseményekbe. Emellett tovább kell erősíteni az együttműködéseket a helyi és országos szervezetekkel, bővíteni a fenntarthatósági programok hatáskörét. Fontos lenne kiemeltebben kommunikálni és népszerűsíteni azokat a programokat, tevékenységeket, amelyek már bizonyítottan pozitív hatással vannak az iskola megítélésére és a jelentkezések számának növekedésére.

Úgy gondoljuk, hogy a környezettudatos nevelés előmozdítása érdekében stratégiai szinten érdemes lenne integrálni a fenntarthatósági programokat az oktatási rendszerbe. Az oktatáspolitikai döntéshozóknak jobban kellene támogatniuk az ökoiskolák fenntarthatósági kezdeményezéseit, hiszen azok hozzájárulnak a társadalom jövőjéhez.

Irodalomjegyzék

Bauer András, Berács József és Kenesei Zsófia (2017): *Marketing alapismeretek*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Boda Zsolt és Gulyás Emese (2010): *A civilek és a vállalatok: a gazdaság társadalmi szabályozásáról. Műhelytanulmány*, Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem.

Czékus Mihály (2023): *A zöld marketing az egész vállalatról szól*. <https://transpack.hu/2023/10/14/zold-marketing-egesz-vallalatrol-szol/> Letöltve: 2024.07.19

Czimmer Julianna (2008): *Marketing kommunikáció*. Budapest: Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet.

Horváth Réka (2022): A fenntarthatóság pedagógiája - A környezeti nevelés bemutatása az ökoiskola működésén keresztül. *Danubius Noster*, 10(1-2), 79-98. o. <https://doi.org/10.55072/DN.2022.1-2.79>

Kézy Ágnes és Varga Attila (2007): Az ökoiskolák szerepe a közoktatás reformjában. *Új Pedagógiai Szemle*, 57(12), 41-52. o.

Kiss Mariann (2016): *Alapmarketing*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

Kónya György (2019): Az ökoiskola hatása a középiskolások környezeti attitűdjére. *Képzés és Gyakorlat*, 17(2), 125-126. o. <https://doi.org/10.17165/TP.2019.2.10>

Kotler, Ph. és Fox, K. F. A. (2009): *Oktatásmarketing*. <https://ofi.oh.gov.hu/oktatasmarketing> Letöltve: 2024. 01.31.

Kotler, Ph. és Fox, K. F. A. (1998b): *Oktatásmarketing*. Budapest: Oktatókutató és Fejlesztő Intézet (OFI).

Kotler, Ph. (1998a): *Marketingmenedzsment*. Budapest: Műszaki Könyvkiadó.

Kovács Edina Zita (2008): *Marketingkommunikáció, PR alapismeretek*. Budapest: Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet.

Könczey Réka, Szabó Mária és Varga Attila (2016): *Út az ökoiskola felé: Módszertani segédanyag útmutató leendő ökoiskoláknak*. Budapest: Oktatókutató és Fejlesztő Intézet.

KSH (2022): *A Magyarországi Ökoiskola Hálózat tagintézményeinek száma*. <https://ksh.hu/s/kiadvanyok/fenntarthato-fejlodes-indikatorai-2022/1-32-sdg-13>
Letöltve: 2024.06.19

Magdáné Német Ildikó (2008): *A marketing alapjai*. Budapest: Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet.

Medvey Tamás (2018): *Térképen az ökoiskolák*. <https://ofi.oh.gov.hu/en/node/181298> Letöltve: 2025. 02. 10.

Mónusz Ferenc (2020): *A fenntarthatóságra nevelés trendjei, lehetőségei és gyakorlata a közép- és felsőoktatásban*. Debrecen: CHERD.

Muhi B. Béla (2012): *Az iskolamarketing elméleti és gyakorlati kérdései*. Fókusz. Vajdasági Ismeretterjesztő És Tudománynépszerűsítő Portál, 2012/98. sz. <https://www.fokusz.info/index.php?cid=1687304874&aid=1454336408&lista=1>
Letöltve: 2025.01.30.

Muhi B. Béla (2015): A marketing szerepe az oktatási intézmények működésében – nemzetközi és hazai helyzetkép. In: Csányi, Erzsébet; Ispánovics Csapó Julianna; Novák, Anikó (szerk.) *Tudás és régió: Vajdasági Magyar Tudóstalálkozó 2015*, Újvidék, Szerbia: Vajdasági Magyar Akadémiai Tanács, 153-165. o.

Oktatási Hivatal (2023): *Pályázati felhívás a 2023/2024. tanévre szóló Ökoiskola cím és Örökös Ökoiskola cím elnyerésére*. https://www.oktatas.hu/pub_bin/dload/kozoktatas/ped_szakmai_szolg/fenntarthatosagra_neveles/okoiskola_palyazat_kiirasa_2023_1216_2623.pdf Letöltve: 2024.08.17

Our Common Future (1987): *Report of the World Commission on Environment and Development*. Oxford: Oxford University Press.

Pecsenye Éva (1998): Marketing management a pedagógiában. *Új Pedagógiai Szemle*, 48(11), 42-51. o.

Szócs Levente Álmos, Varga Attila és Angyal Zsuzsanna (2022): Tanulási tér és tanulási környezetek kapcsolatrendszer a környezeti nevelésben. Elméleti megközelítés a környezeti nevelés tanulási környezeteinek vizsgálatához. *Gyermeknevelés Tudományos Folyóirat*, 10(4). 245–255. o. <https://doi.org/10.31074/gyntf.2022.4.245.255>

Tóthné Timár-Geng Csilla, Pálffyné Nagy Éva, Molnár Zoltán és Lendvai Józsefné (2016): *Út az ökoiskola felé: Módszertani segédanyag útmutató leendő ökoiskoláknak*. Budapest: Oktatókutató és Fejlesztő Intézet.

Varga Attila (2009): *A magyarországi ökoiskolák hálózata*. Budapest: Oktatókutató és Fejlesztő Intézet.

Varga Attila (2020): *A fenntarthatóságra nevelés elméleti alapjai és egész intézményes megközelítése*. Habilitációs dolgozat. Budapest: ELTE.

Zádori Iván (2022, szerk.): *Környezeti nevelés és fenntarthatóság*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem.

THE IMPORTANCE OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND THE MARKETING ACTIVITIES OF ECO-SCHOOLS

KITTI CSAPÓ – GYÖRGYI KÖVÁGÓ – JUDIT PÁLMAI

Sustainable development has become increasingly important worldwide in recent decades. The issue is crucial in terms of the need to preserve the Earth's natural resources in the long run, while also being essential for building a more livable future.

This article examines the marketing activities of eco-schools. These institutions embody everything that education can contribute to sustainability, while also engaging in marketing efforts to achieve their sustainability and other objectives. Our study aims to explore how the environmental programs and sustainability initiatives of eco-schools, as marketing activities, impact student enrollment rates, institutional social responsibility, and students' environmentally conscious behavior.

The research was conducted using a quantitative method, specifically through a questionnaire survey. Out of the 1,402 schools in the Hungarian Eco-School Network, 148 completed questionnaires were returned.

The preliminary results indicate that environmentally conscious programs and sustainability initiatives have a significant impact on student enrollment. Schools that actively engage in eco-friendly activities attract more interest. Additionally, eco-conscious marketing efforts and participation in local and national environmental actions enhance the institution's social reputation and strengthen cooperation with local communities. Moreover, these eco-activities positively influence students' environmentally conscious behavior.

Keywords: eco-school, sustainable development, marketing, educational marketing