

MOBILSZOLGÁLTATÓK ÉS FELELŐSSÉG

Kutatási jelentés a Magyarországon működő mobilszolgáltatók társadalmi felelősségvállalásáról

Kiadó: Tudatos Vásárlók Egyesülete
2012. december



for people everywhere

MOBILSZOLGÁLTATÓK ÉS FELELŐSÉG

Kutatási jelentés a Magyarországon működő mobilszolgáltatók társadalmi felelősségvállalásáról

2012. December



SZERZŐK: Perényi Zsófia (IVE), Cornelia Heydenreich (Világpiaci elemzés, Germanwatch)

KIADTA: Tudatos Vásárlók Egyesülete

Ez a jelentés a makeITfair kampány részeként jött létre, amely egy fogyasztói elektronikai cikkekkel foglalkozó, európai projekt, amelynek célja, hogy tájékoztassa a fiatal fogyasztókat az ellátási lánc emberi jogi, szociális és környezeti vonatkozásairól. Célközönségének tekinti a fogyasztói elektronikai cikkek gyártó vállalatokat is, amelyek maguk is hozzájárulhatnak a változáshoz. A makeITfair projektet a holland SOMO koordinálja. Projektpartnerek: SwedWatch, a svéd Fair Trade Center, a FinnWatch, az Etikus Kereskedelemért nevű finn szervezet, a Danwatch, a Germanwatch, a magyar Tudatos Vásárlók Egyesülete, az ACIDH a Kongói Demokratikus Köztársaságból, az indiai CIVIDEP, a Workers Assistance Center (WAC) nevű szervezet a Fülöp-szigetektől, valamint a Civil Society Research and Support Collective (CSRSC) nevű munkacsoport Dél-Afrikából.

FINANSZÍROZÁS:

Jelen kiadvány az Európai Unió támogatásával jött létre. A kiadvány tartalmáért kizárólag a Tudatos Vásárlók Egyesülete felelős, és az semmi esetre sem tükrözi az Európai Unió álláspontját.



KAPCSOLAT: Tudatos Vásárlók Egyesülete, a makeITfair magyar partnere

1114 Budapest, Móricz Zsigmond körtér 3/A., Fsz.3.

Tel.: +36 (1)225 8136, tve@tve.hu, www.tudatosvasarlo.hu

TUDATOS VÁSÁRLÓK EGYESÜLETE

A Tudatos Vásárlók Egyesülete (IVE) azon dolgozik, hogy olyan proaktív közösségek jöjjenek létre, melyek a vásárlói döntéseiket fokozott tudatossággal hozzák. E döntések lényege, hogy a vásárlás során a megszokott ár-érték arány számbavétele mellett egyéb tényezőket, például az adott termék előállítójának környezeti és társadalmi teljesítményét is figyelembe vesznek. Honlap: www.tudatosvasarlo.hu.



TARTALOMJEGYZÉK

Tartalomjegyzék.....	3
Előszó	4
Bevezetés	5
Mobilszolgáltatók – Világpiaci elemzés.....	6
A világ meghatározó mobilszolgáltatói.....	7
A kutatásban megvizsgált mobilszolgáltatók	8
Mobilszolgáltatók Magyarországon	11
A kutatás	13
A vizsgált cégek értékelése	14
Fenntarthatósági szempontokból élen járó készülékek népszerűsítése	14
Újrahasznosítás és újrafelhasználás	15
A mobilszolgáltatók befolyása a beszállítói lánc társadalmi és környezeti hatásaira	16
Összegzés	18

ELŐSZÓ

Ez a jelentés a makeITfair kampány részeként jött létre, melynek célja, hogy a fogyasztói elektronikai cikkek gyártásával foglalkozó ipar működésével kapcsolatos fenntarthatósági kérdésekre felhívja a figyelmet.¹ A projekt középpontjában áll, hogy az elektronikai cikkek gyártó vállalatok, valamint a fogyasztók kiválasztott célcsoportjainak a figyelmét felhívja ellátási lánc emberi jogi és munkaügyi visszaéléseire, illetve környezeti vonatkozásaira, különös hangsúlyt fektetve az információs és kommunikációs technológiák (IKT) termékeire, mint például a mobiltelefonokra, MP3 lejátszókra, játékkonzolokra, digitális fényképezőgépekre és laptopokra.

A figyelem középpontjában a fogyasztói elektronikai cikkek gyártásával foglalkozó ipar áll, mivel ez az iparág rendkívül gyorsan növekszik, és számos társadalmi és környezeti problémát okoz az egész világon. Az iparág csak a közelmúltban jelent meg nyilvános kampányok célpontjaként, és az általa okozott problémákkal kapcsolatos társadalmi tudatosság még mindig rendkívül korlátozott. Mivel a fogyasztói elektronikai cikkek előállítási láncja valóban globális, így ez a szektor különösen jó példa lehet arra, hogy rajta keresztül a fogyasztók fiatalabb rétegeivel megtárgyalhassuk a globalizáció kérdését.

A makeITfair projekt célja, hogy ajánlásokat tegyen, ezáltal pedig meggyőzze a vállalatokat, hogy olyan irányú változásokat valósítsanak meg a gyakorlatban, melyek hozzájárulnak az emberi jogok és a munkások jogainak tiszteletben tartásához, illetve a minél környezettudatosabb működéshez. A makeITfair korábbi kutatása, amely a Délkelet-Ázsiában működő, elektronikai eszközöket gyártó vállalatoknál tapasztalt munkakörülményeket vizsgálta, komoly problémákat fedezett fel a dolgozók jogaival kapcsolatban, mint például alacsony béreket, kötelező túlórázást, az egyesülési szabadság és kollektív szerződések szabad létrehozásának megakadályozását, az alkalmi jellegű foglalkoztatás nagy részarányát, egészségügyi és munkavédelmi problémákat, valamint nemi és életkor alapú diszkriminációt.²

A makeITfair korábbi kutatásai az elektronikai eszközökhöz szükséges nyersanyagok kinyerésének körülményeivel³ és az elektronikai hulladékok fejlődő országokban – mint például Ghánában – történő elhelyezésével foglalkoztak.⁴ A kutatás eredményeinek elterjesztéséhez fogyasztói tájékoztatókat, oktatóanyagokat, kampányok létrehozását segítő eszköztárakat, valamint online eszközöket használnak. A projekt további tevékenységei közé tartozik, hogy Kelet-Európában kapacitásépítő találkozókat, illetve évente egy nemzetközi kerekasztalt szerveznek ahol az elektronikai eszközöket gyártó vállalatok, a civil szervezetek és a szakszervezetek megtárgyalhatják a fogyasztói elektronikai cikkek gyártó ipar ellátási láncában jelentkező különböző környezetvédelmi, emberi jogi és munkakörülményekkel kapcsolatos felelősségi kérdéseket.

¹ További információ a makeITfair projektről: <http://makeitfair.org>

² Különböző makeITfair kiadványok: *Hamis egyenlőség: Az indiai mobiltelefon-gyártók munkaügyi előírásai*, 2011. szeptember, <http://makeitfair.org/en/the-facts/reports/reports/phony-equality>; *Játékkonzol- és zenelejátszó-gyártás Kínában: Utólagos kutatás négy Guangdongban működő szállítóról*, 2011. február, <http://makeitfair.org/en/the-facts/reports/reports/game-console-and-music-player-production-in-china>.

³ Lásd például: *Meg nem hallott hangok: Bányászati tevékenységek Katanga tartományban és a helyi közösségekre gyakorolt hatásai*, 2011, http://makeitfair.org/en/the-facts/reports/reports/unheard-voices/at_download/file.

⁴ Lásd például: *Micsoda szemét, Hogyan okoz a számítógépünk egészségügyi problémákat Ghánában*, 2011, <http://makeitfair.org/en/the-facts/reports/reports/what-a-waste>.

BEVEZETÉS

Napjainkban szinte már mindenkinek van mobiltelefonja; a mobiltechnológia egyre meghatározóbb a fejlődő országokban is. A mobilszolgáltatók amellett, hogy biztosítják a telefonáláshoz szükséges hálózatokat, meghatározó szerepük van a mobiltelefon készülékek és a legújabb telekommunikációs technológiák közvetítésében is. Ezáltal ezeknek a cégeknek kötelessége, hogy felelősséget vállaljanak a beszállítói láncuk iránt is, így megelőzve környezeti és társadalmi problémákat.

2009-ben a makeITfair partnerei közzétettek egy összehasonlító kutatást, amely a mobilszolgáltatók társadalmi felelősségvállalásával foglalkozott. Az eredmények akkor azt mutatták, hogy jelentős fejlődésre van szükség a mobilszolgáltatók beszállítói lánc kapcsán, valamint azt is kiderült, hogy a piacon még nem érhető el olyan mobilkészülék, amely etikusnak mondható.

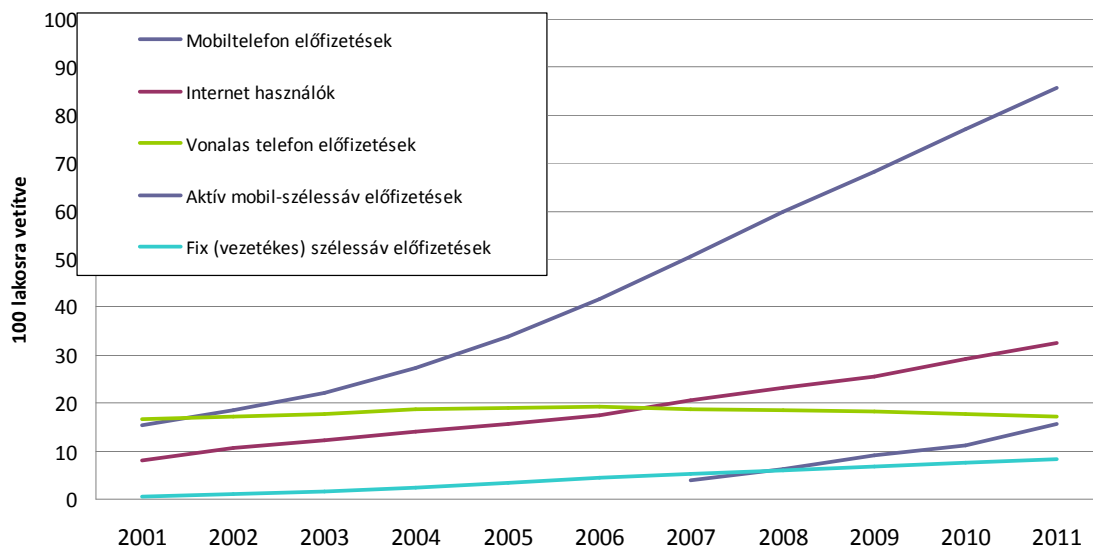
2012-ben a makeITfair program keretei között egy újabb nemzetközi felmérést készült a témában. A kutatás során Finnországban, Németországban, Magyarországon és Svédországban jutattak el a partnerszervezetek egy kérdőívet mobiltelefon szolgáltatóik számára. A kérdőívek a cégek felelősségvállalását vizsgálták a beszállítói lánc kapcsán, illetve kitértek a fenntarthatósággal kapcsolatos üzlet és oktatási tevékenységekre is.

Jelen jelentésben a Tudatos Vásárlók Egyesületének kutatási eredményei olvashatóak a Magyarországon működő mobiltelefon szolgáltatók válaszait elemezve. A magyar partner nem vett részt a 2009-ben készült kutatásban, így a cégek fejlődését nem állt módjában vizsgálni.

A jelentés a mobiltelefon szolgáltatók világpiacon és magyarországi helyzetének elemzése után mutatja be az aktuális kutatási eredményeket.

MOBILSZOLGÁLTATÓK – VILÁGPIACI ELEMZÉS

A telekommunikációs iparban óriási fellendülés volt tapasztalható az utóbbi évtizedben. Különösen igaz ez, ha a legnagyobb arányú növekedést elérő mobiltelefon- és a szélessávú mobilinternet-előfizetéseket nézzük. A Nemzetközi Távközlési Egyesület (ITU) adatai szerint 2011-ben világszerte 5,972 milliárd mobiltelefon-előfizetést regisztráltak.⁵ Ez világviszonylatban nézve 86%-os elterjedtséget jelent, azaz átlagosan a világ népességének körülbelül 86%-a rendelkezik regisztrált mobiltelefonnal.⁶ A regisztrált mobiltelefonok száma az utóbbi három évben 48%-kal – a 2008-ban mért 4,1 milliárdról 2011-re majdnem 6 milliárdra – nőtt.⁷ Az előfizetések mennyisége pedig 1998-as globális elterjedtségi mutatóhoz viszonyítva – amikor az ITU 318 millió mobiltelefon-előfizetőt tartott számon –csaknem meghúszsorozódott.⁸ Ezzel ellentétben a vezetékes telefonvonalak száma 2006 óta folyamatosan csökken.⁹ 2011-ben a világnépesség csupán 16,6%-a rendelkezett vezetékes telefonvonalal, pontosan annyian, mint 2001-ben.¹⁰



1. ábra: Az információs és kommunikációs technológiák (IKT) világméretű fejlődése, 2001-2011¹¹, (Forrás: ITU)

Annak ellenére, hogy a mobiltelefonok világméretű terjedése töretlen, a fejlett és fejlődő országok közötti szakadék ma is olyan hatalmas, mint tíz évvel ezelőtt. Az iparosodott országokra jellemző 122%-os penetrációs mutató szerint minden lakosra több mint egy mobiltelefon jut, míg a fejlődő országokban csak a népesség 78%-a rendelkezik regisztrált mobiltelefonnal.¹² A különbség még nagyobbak mutatkozik, ha

⁵ ITU (2012): http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/keytelecom.html

⁶ ITU (2012): http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/2011/Mobile_cellular_01-11_2.xls

⁷ ITU (2012): http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/2011/Mobile_cellular_01-11_2.xls

⁸ makeITfair (2009): Méltányos telefonok: Téged hívnak, 12. o., http://makeitfair.org/en/the-facts/reports/2007-2009/reports-from-2009/fair-phones/at_download/file

⁹ ITU (2012): <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/2011/Global ICT Dev 01-11.xls>

¹⁰ ITU (2012): <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/2011/Global ICT Dev 01-11.xls>

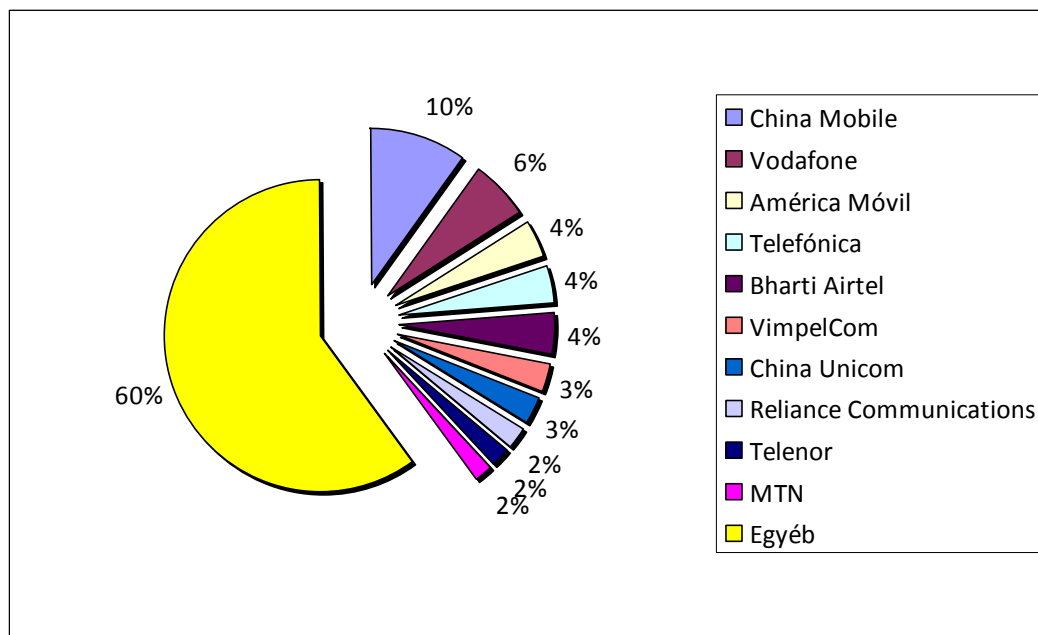
¹¹ ITU (2012): <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/20112/ictwebsite/Global ICT Dev 01-11.xls>

¹² ITU (2012): http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/2011/Mobile_cellular_01-11.xls

az afrikai népesség mobiltelefon használati értékeit vesszük figyelembe, ami mindössze 53%-ot ér el.¹³ A kutatásban szereplő országok esetében az elterjedtségi mutatók az alábbiak szerint alakultak 2011-ben: Németországban 132%, Finnországban 166%, Hollandiában 115% (a legutóbbi adat 2010-ből való), Magyarországon 115% és Svédországban 119%.¹⁴ A mobiltelefonok piaci elterjedésének üteme mindegyik országban sokkal lassabb, mint a fejlődő országokban, ami a piac túltelítődésével magyarázható.

A VILÁG MEGHATÁROZÓ MOBILSZOLGÁLTATÓI

A mobil távbeszélgetések világpiacán tapasztalt változások kedveztek a feltörekvő piacokon működő cégek számára: különösen a kínai, indiai, orosz és dél-afrikai mobilszolgáltatók tudták jelentősen növelni a világpiaci részesedésüket az utóbbi három évben.



2. ábra: A világ legnagyobb mobilszolgáltatói 2011-ben¹⁵

2008-ban a tíz piacvezető vállalatból kettő kínai volt, valamint négy új piaci belépő is az újonnan iparosodott országokból származott: a Bharti Airtel és a Reliance Communications Indiából, a VimpelCom Oroszországból, az MTN Csoportnak pedig Dél-Afrikában van a központja. Összességében nézve a tíz legnagyobb mobilszolgáltató piaci részesedése csökkent a kisebb vetélytársaikhoz hasonlóan. 2011-ben a tíz legnagyobb mobilszolgáltató piaci részesedése mintegy 40% volt, mely 6%-os csökkenést jelent a 2008-as értékhez képest.¹⁶ A China Unicom kivételével a tíz legnagyobb mobilszolgáltató mind nemzetközileg aktív, nem korlátozódik a tevékenységük egyetlen országra.

A makeITfair partnerszervezetei a legnagyobb Finnországban, Németországban, Magyarországon, Svédországban és Hollandiában működő mobilszolgáltatókat keresték meg kérdőíves kutatásuk alkalmával (lásd 1. táblázat), például a Vodafone-t, a Telefónica-t és a Telenort, amelyek jelentős részesedésükkel a világpiacon a második, a harmadik és a kilencedik helyet foglalják el. A kutatás során megvizsgált további vállalatok közé tartozott a TeliaSonera, a T-Mobile, a KPN, a Tele2, a Tre, az Elisa és a DNA. Közülük

¹³ ITU (2012): http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/keytelecom.html

¹⁴ ITU (2012): http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/2010/MobileCellularSubscriptions_00-10.xls

¹⁵ GSMA (2011): <http://www.mobilebusinessbriefing.com/articles/top-20-global-mobile-operator-groups-by-connections/18668/>

¹⁶ A számítás a GSMA rangsorán alapul (2011) <http://www.mobilebusinessbriefing.com/articles/top-20-global-mobile-operator-groups-by-connections/18668/> a 2011-ben a világon regisztrált összes mobiltelefon-előfizetéssel kapcsolatos számadatok pedig az ITU-tól származnak: http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/keytelecom.html

két vállalat – a TeliaSonera és a T-Mobile – 2008-ban még a világ tíz legnagyobb mobilszolgáltatóinak csoportjába tartozott, de a feltörekvő országokból érkező konkurens cégek miatt vesztek a piaci részesedésükből. Mindazonáltal ezek a cégek is szerepelnek a tanulmányban, mivel fontos szerepet töltenek be Finnország, Németország, Magyarország, Svédország és Hollandia nemzeti mobilszolgáltatói piacán.

A KUTATÁSBAN MEGVIZSGÁLT MOBILSZOLGÁLTATÓK

2. táblázat: A kutatásban megvizsgált mobilszolgáltatók piaci és ügyfelei

Mobilszolgáltató (központi iroda)	Legfontosabb piacok	Millió előfizető 2011 végén (világszerte/a vizsgált országokban)
DNA (Finnország)	Finnország ¹⁷	Finnország: 2,285 ¹⁸
Elisa (Finnország)	Finnország, Észtország ¹⁹	Világszerte: 4,157800 ²⁰ Finnország: 3,658500 ²¹
KPN (Hollandia)	Belgium, Németország, Hollandia, Franciaország, Spanyolország ²²	Világszerte: 36,623 Németország: 22,71724 Hollandia: 9,81725
Tele2 (Svédország)	Svédország, Norvégia, Oroszország, Észtország, Litvánia, Lettország, Horvátország, Kazahsztán, Hollandia, Németország, Ausztria ²⁶	Világszerte: 31,109 ²⁷ Svédország: 3,724 ²⁸ Hollandia: 0,327 ²⁹
Telefónica (Spanyolország)	Argentína, Brazília, Chile, Kolumbia , Costa Rica , Csehország, Ecuador, El Salvador , Németország, Guatemala , Írország , Mexikó , Marokkó , Nicaragua , Panama , Peru , Puerto Rico , Szlovákia , Spanyolország , Egyesült Királyság , Uruguay ,	Világszerte: 238,74800 ³¹ Németország: 18,38000 ³²

¹⁷ DNA csoport (2012): DNA csoport Éves Jelentés 2011; <http://annualreporting.dna.fi/filebank/785-annualreport2011.pdf>, 4. o.

¹⁸ DNA csoport (2012): DNA csoport Éves Jelentés 2011
<http://annualreporting.dna.fi/filebank/785-annualreport2011.pdf>, 74. o.

¹⁹ Elisa (2012): Elisa működési adat; <http://www.elisa.com/english/docimages/attachment/120427Elisa%20Operational%20Data%20Q1%202012.xls>

²⁰ Elisa (2012): Elisa működési adat; <http://www.elisa.com/english/docimages/attachment/120427Elisa%20Operational%20Data%20Q1%202012.xls>

²¹ Ibid

²² KPN (2012): Tények, országok, márkák; <http://www.kpn.com/corporate/aboutkpn/company-profile/company-profile/the-company/facts.htm>

²³ KPN (2012): Tények, mobil ügyfelek; <http://www.kpn.com/corporate/aboutkpn/company-profile/company-profile/the-company/facts.htm>

²⁴ KPN (2012): kérés alapján szolgáltatott adat

²⁵ KPN (2012): kérés alapján szolgáltatott adat

²⁶ Tele2 (2012): Éves Jelentés 2011; http://www.tele2.com/2011-Annual_Report-english.pdf, 33. o.

²⁷ Tele2 (2012): Éves Jelentés 2011; http://www.tele2.com/2011-Annual_Report-english.pdf, 33. o.

²⁸ Ibid

²⁹ Ibid

	Amerikai Egyesült Államok , Venezuela ³⁰	
Telenor (Norvégia)	Banglades, Dánia, Magyarország, India, Malajzia, Montenegró, Norvégia, Pakisztán, Szerbia, Svédország, Thaiföld ³³	Világszerte: 146 ³⁴ Svédország: 2,214 ³⁵ Magyarország: 3,370 ³⁶
TeliaSonera (Svédország)	Azerbajdzsán, Dánia, Észtország, Finnország, Grúzia, Kazahsztán, Lettország, Litvánia, Moldova, Nepál, Norvégia, Spanyolország, Svédország, Tádzsikisztán, Üzbegisztán ³⁷	Világszerte: 54,360 ³⁸ Finnország: 3,231 ³⁹ Svédország: 6,290 ⁴⁰
T-Mobile (Németország)	Albánia, Ausztria, Bulgária, Horvátország, Csehország, Németország, Görögország, Macedónia, Magyarország, Montenegró, Hollandia, Lengyelország, Románia, Szlovákia, Egyesült Királyság, Amerikai Egyesült Államok ⁴¹	Világszerte: 129,3 ⁴² Németország: 35,4 ⁴³ Magyarország: 4,817 ⁴⁴
Tre/3 (Hutchison Whampoa Ltd.) (Hongkong)	Ausztrália, Ausztria, Dánia, Hongkong és Makaó, Írország, Olaszország, Svédország, Egyesült Királyság ⁴⁵	Világszerte: 31,612 ⁴⁶ Dánia: 0,807 ⁴⁷ Svédország: 1,413 ⁴⁸

³⁰ Telefónica (2012): Telefónica világszerte; <http://www.telefonica.com/en/countries/html/home/index.shtml>

³¹ Telefónica (2012): Éves Jelentés 2011

http://www.telefonica.com/en/shareholders_investors/pdf/20120330_Audited_Consolidated_Annual_Accounts_2011.pdf, 168.

o.

³² Telefónica (2012): Éves Jelentés 2011;

http://www.telefonica.com/en/shareholders_investors/pdf/20120330_Audited_Consolidated_Annual_Accounts_2011.pdf 200.

o.

³³ Telenor (2012): Mobil tevékenységek világszerte; <http://telenor.com/global-presence/>

³⁴ Telenor (2012): Vállalati tények; <http://telenor.com/investor-relations/company-facts/>

³⁵ Telenor (2012): Alapadatok; <http://telenor.com/global-presence/sweden/>

³⁶ Telenor (2012): Telenor Hungary; <http://www.telenor.com/global-presence/hungary/>

³⁷ Telia Sonera (2012): Piacok és márkák; <http://www.teliasonera.com/en/about-us/markets-and-brands/>

³⁸ Telia Sonera (2012): A Telia Sonera Éves Jelentése 2011; http://www.teliasonera.com/Documents-Reports/2011/AnnualReports/ts_ar2011_eng.pdf?epslanguage=en; 118. o.

³⁹ Ibid

⁴⁰ Ibid

⁴¹ Deutsche Telekom (2012): <http://www.telekom.com/weltweit>

⁴² Deutsche Telekom (2012): Éves Jelentés 2011; <http://www.geschaeftsbericht.telekom.com/site0411/de/>, U7

⁴³ Ibid

⁴⁴ Magyar Telekom (2012): Fenntarthatósági Jelentés,

http://www.telekom.hu/static/sw/download/Fenntarthatosagi_Jelentes_2011.pdf, 11. o.

⁴⁵ Hutchison Whampoa (2012): Éves Jelentés 2011, <http://www.hutchison-whampoa.com/#ar2011>, 62. o.

⁴⁶ Hutchison Whampoa (2012): Éves Jelentés 2011; <http://www.hutchison-whampoa.com/#ar2011> 62. o.

⁴⁷ Ibid

Vodafone (Egyesült Királyság)	Albánia, Ausztrália, Csehország, Egyiptom, Németország, Ghána, Görögország, Magyarország, India, Írország, Olaszország, Málta, Hollandia, Új-Zéland, Portugália, Katar, Románia, Dél-Afrika, Spanyolország, Törökország, Egyesült Királyság ⁴⁹	Világszerte: 398,126 ⁵⁰ Németország: 37,625 ⁵¹ Hollandia: 5,261 ⁵² Magyarország: 2,684⁵³
-------------------------------	---	--

⁴⁸ Ibid

⁴⁹ Vodafone (2012): Vodafone Időközi Vezetőségi Jelentés 2011, 4. negyedév; http://www.vodafone.com/content/dam/vodafone/investors/financial_results_feeds/ims_quarter_31december2011/dl_ims_31december2011.pdf; 9. o.

⁵⁰ Vodafone (2012): Vodafone Időközi Vezetőségi Jelentés 2011, 4. Negyedév; http://www.vodafone.com/content/dam/vodafone/investors/financial_results_feeds/ims_quarter_31december2011/dl_ims_31december2011.pdf; 9. o.

⁵¹ Ibid

⁵² Ibid

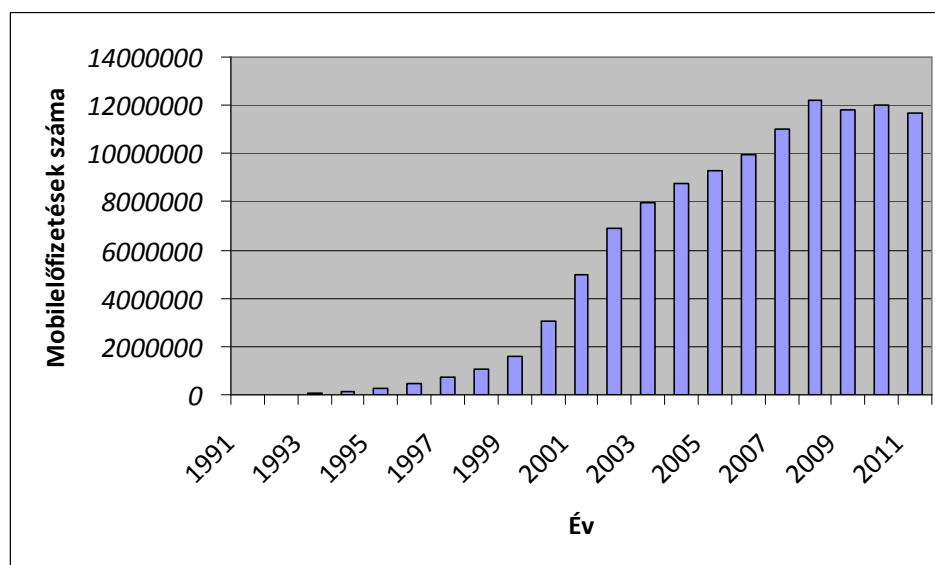
⁵³ Vodafone (2012): Vodafone Időközi Vezetőségi Jelentés 2011, 4. Negyedév; http://www.vodafone.com/content/dam/vodafone/investors/financial_results_feeds/ims_quarter_31december2011/dl_ims_31december2011.pdf; 9. o.

MOBILSZOLGÁLTATÓK MAGYARORSZÁGON

A mobilszolgáltatók magyar piacán jelentős változások történtek az elmúlt mintegy húsz évben: a szolgáltatók és a mobilhasználati szokások változásával párhuzamosan, rendkívüli ütemben fejlődtek a kommunikációs technológiák is⁵⁴. Magyarországon az első mobilszolgáltató, a Westel Rádiótelefon Kft. 1989 decemberében jelent meg; analóg rádiótelefon szolgáltatását 1990 októberétől kínálta az előfizetők számára⁵⁵. Az inkább hordozható telefonnak nevezhető készülékek térhódítását a GSM⁵⁶ korszak beköszönte törte meg. 1994 márciusában kezdte meg működését a Westel 900 és a Pannon GSM, a 900 MHz-es sávon, GSM technológiával, aminek köszönhetően elterjedtek az országban az első, „zsebben is elférő” mobiltelefonok. A kilencvenes évek második felében a készülékkínálat egyre bővült, és új szolgáltatások jelentek meg a piacon (pl. SMS, hangposta, kártyás előfizetések). Ezt a folyamatot 1999 végén az újabb versenytárs, a Vodafone érkezése gyorsította fel, ami rövid időn belül megnövelte az előfizetők számát. A növekedés azonban nem minden szolgáltató számára volt alapvető, 2003-ban az elavult analóg rendszer miatt a Westel 450 kénytelen volt visszavonulni.

A technológiai fejlődés azonban nem állt meg, egyre meghatározóbb lett az adatszolgáltatás. 2003-ban megjelent az MMS, valamint a csomagkapcsolt átvételi módra (GPRS) alapozott szolgáltatások. Jelentős mérföldkőnek mondható, hogy 2004 márciusában a Westel nevet és arculatot váltott, és létrejött a T-Mobile Magyarország RT, amely végül két évvel később beolvadt a Magyar Telekomba.

2008-ra már mintegy 11 millió előfizető volt a piacon, ami azóta nem emelkedett jelentősen. 2009-ben viszont újabb piaci szolgáltató lépett a piacra, a Magyar Posta a Vodafone hálózatát használva indította el Postafon nevű mobilszolgáltatását. 2010-től pedig a Pannon a Telenor csoport tagjaként folytatja működését, és még ebben az évben bevezette a Red Bull virtuális mobilmárkát.



3. ábra Mobil-előfizetések száma Magyarországon, (1990-2011), Forrás: KSH, 2012⁵⁷

⁵⁴ <http://www.hsw.hu/hirek/45472/mobil-mobiltelefon-mobiltelefon-vestel-450-900-pannon-gsm-vodafone-telenor.html> (Letöltés 2012. december 9.)

⁵⁵ A 06 60 hívószámmal hívható analóg mobilszolgáltatás 2003. június 30-án szűnt meg. (<http://hirek.prim.hu/cikk/32452/>, letöltve: 2012. december 9.)

⁵⁶ A GSM (Global System for Mobile Communications) egy páneurópai celluláris digitális mobil rádiótelefon szolgáltatás. A GSM rendszer rövid idő alatt kintette Európát, és a "global" jelzőnek megfelelően az egész világra kiterjedő, világméretű hálózat lett. (http://www.bibl.u-szeged.hu/inf/demo/Halozatok/Fizikai_jellemzok/Fiz_analog_atvit.htm, letöltve: 2012. december 9.)

⁵⁷ KSH (2012), A távbeszélő szolgáltatás főbb mutatói (vezetékes, mobil) (1990–), http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_onp003.html. (Letöltés ideje: 2012. december 9.)

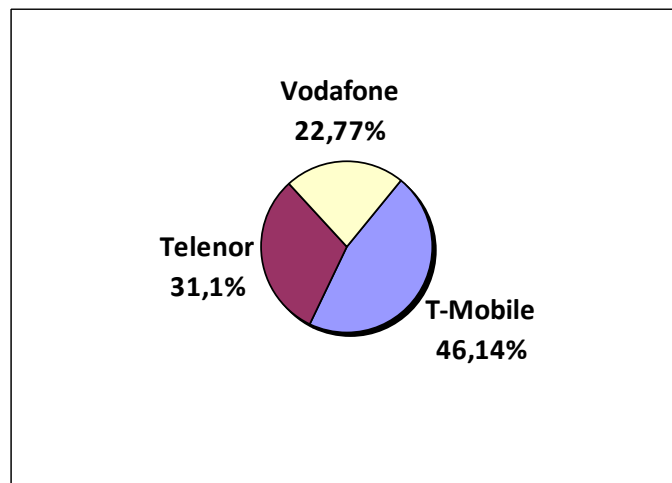
2010 óta újabb virtuális szolgáltatók és saját márkás viszonteladók jelenek meg a piacon, amely szorosan összefügg az újabb technológiai fejlesztésekkel; egyes szolgáltatók kifejezetten a mobilinternet iránt növekvő érdeklődés miatt jelentek meg.

A 2012-ben működő mobilszolgáltatók Magyarországon

Mobilszolgáltatók: T-Mobile, Telenor, Vodafone, EDR⁵⁸

Virtuális mobilszolgáltatók⁵⁹ vagy saját márkás viszonteladók⁶⁰: Tesco Mobile, VIP-One, Postafon, Red Bull Mobile, Externet Mobilnet, Digi Move, TV2 Mobilnet, Blue Mobile

A Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság gyorsjelentése szerint 2012 októberében 11 491 762 volt a hívásfogadásra képes, aktív SIM kártya száma. Ebből a forgalmat generáló kártyák száma elérte a 10 965 049 – et, míg 100 főre mintegy 115,6 aktív SIM kártya jutott. A korábbi trendhez hasonlóan a piacvezető mobilszolgáltató a T-Mobile lett, amely az előfizetések 46,16 százalékával rendelkezett a hónapban; a Telenor 31,10 százalékot, a Vodafone 22,77 százalékot ért el a piacon⁶¹.



4. ábra Mobilszolgáltatók részesedése az előfizetések arányában, 2012. október, (Forrás: MNVH)

⁵⁸ Az Egységes Digitális Rádiótávközlő Rendszer (EDR; korábban Tetra) zártkörű, csak a védelmi szolgálatok (rendőrség, mentők, tűzoltóság, polgári védelem, katasztrófavédelem stb.) tagjai számára elérhető hálózat. Körülbelül 28 ezer felhasználója van. A magyar állam számára a Magyar Telekom-csoport működteti.

⁵⁹ Nem rendelkeznek saját hálózattal, sem frekvenciával, de az ügyfelekkel közvetlen kapcsolatban állnak.

⁶⁰ Sem hálózattal, sem frekvenciával nem rendelkeznek, az ügyfelekkel sem ők állnak szerződésben, hanem a mobilszolgáltatók.

⁶¹ http://nmhh.hu/cikk/154749/Mobil_hangszolgáltatás_száz_emberre_marcsak_1156_hívásfogadásra_képes_SIMkártya_jut (Letöltve: 2012. december 9.)

A KUTATÁS

A Tudatos Vásárlók Egyesülete 2012 augusztusában küldte ki a kutatással kapcsolatos kérdőívet a piacon meghatározó három mobilszolgáltatónak. A kérdőív segítségével szeretnénk megismerni a szolgáltatók szerepét és felelősségét a telefonkészülékek beszállítói láncában, illetve kitértünk a fogyasztókat megcélzó fenntarthatósággal foglalkozó üzleti és oktatási programjaikra is.

A kérdések négy fő téma köré csoportosultak, amelyek a következők voltak:

- A kínált készülékek fenntarthatósági minősége és az ezzel kapcsolatos üzleti és kommunikációs/oktatási programok: többek között ezek felsorolása és hatása, vásárlói érdeklődés vizsgálata a fenntarthatóság témájában, beszerzési politikák relevanciája, forgalmazott termékek fenntarthatósága és ezek ösztönző hatása.
- Újrahasznítás és újrafelhasználás: többek között visszahozott telefonok aránya, ezek felhasználása cégen belül, a vásárlókat megcélzó ösztönző intézkedések felsorolása.
- A mobilszolgáltatók befolyása a beszállítói lánc társadalmi és környezeti hatásaira: többek között konkrét lépések a beszállítók felé, auditok, panaszkezelés.
- További megjegyzések: a cégek egyéb, a témához kapcsolódó megjegyzései.

A kérdőívre végül két cég, a T-Mobile Magyarország és a Telenor Magyarország képviselői válaszoltak, a Vodafone Magyarország e-mailben közölte velünk, hogy nem kíván részt venni a kutatásban. Fontosnak tartjuk megemlíteni azt is, hogy míg az első két cég esetében viszonylag könnyen megtaláltuk azt a képviselőt, aki a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos kérdésekkel foglalkozik, a Vodafone esetében erről nem adtak tájékoztatást sem a cég weboldalán, sem telefonos megkeresésünkre sem.

A jelentésben ezúttal nem elemeztük a cégek weboldalán és jelentéseiben található információkat, teljes mértékben a kérdőívekben adott válaszokra támaszkodtunk. Mindemellett a Tudatos Vásárlók Egyesületének tevékenységéhez igazodva, a magyar jelentésben hangsúlyosabb szerepet kapott a fogyasztókat érintő, illetve azokat megcélzó válaszok részletezésére, mint a beszállítói lánc vizsgálata.

A VIZSGÁLT CÉGEK ÉRTÉKELÉSE

FENNTARTHATÓSÁGI SZEMPONTOKBÓL ÉLEN JÁRÓ KÉSZÜLÉKEK NÉPSZERŰSÍTÉSE

A T-Mobile az elmúlt három évben két kampánnyal népszerűsítette kifejezetten a környezeti és társadalmi fenntarthatóságot. Az egyik kampány központjában egy környezetbarát készülék⁶² állt. A 2012 elején hirdetett akció lehetővé tette, hogy a vásárlók 10 000 forint kedvezményt kapjanak a környezetbarát termék árából, amennyiben visszaviszik régi mobiltelefonjukat⁶³. Ennek köszönhetően a környezetbarát készülékből 2000 darabbal többet adtak el, mint azonos, kampány nélküli időszakban. A cég kiemelte a Föld Órája akciót is, amelyhez 2008 óta csatlakoznak. A kampány keretében egy órára lekapcsolják a vállalat nagyobb fényreklámjait; elsötétülnek a cég irodái, üzletei; valamint 50 százalékos kedvezménnyel kínálják környezetbarát termékeiket is⁶⁴. A kérdőívből azonban kiderült, hogy az egy napos akció során egyáltalán nem vásároltak kedvezménnyel környezetbarát készüléket.

A Telenor kifejtette, hogy 2009 óta több olyan kampányt is indított, amelynek keretében használt készülékek leadása esetén vásárlási kedvezményt nyújtottak. Az elmúlt három évben több tíz tonna használt mobiltelefont gyűjtöttek be, amelyeket olyan partnercégeknek továbbították, akik teljes mértékben újrahasznosítják azokat. A cég 2011 őszén támogatta a nemzetközi, ReCreativity újrahasznosító programot, illetve középiskolásoknak 6 állomásos, Öko Nagykövet képzést indítottak. A képzésen a mobiltechnológia környezeti hatásaival ismerkedhettek meg a diákok.

FOGYASZTÓI REAKCIÓK

A T-Mobile 2008 óta évente kétszer végez kutatást a lakosság körében. Ezek alapján elmondható, hogy az utóbbi években nőtt azoknak a száma, akiket befolyásol szolgáltató választása esetén, hogy a cég mennyit tesz a fenntarthatóságért⁶⁵. A 2011-es felmérésből az is kiderült, hogy a lakosság 41 százalékát befolyásolja egy szolgáltatás vagy termék választása esetén, hogy az adott termék fenntartható-e.

A kutatásból az is kiderült, hogy a fogyasztók az alábbi területeken várják a cégektől, hogy szerepet vállaljanak.

1. energia megtakarítási intézkedések,
2. hatékony hulladékgazdálkodás,
3. megújuló/alternatív energiaforrások alkalmazása,
4. legyen etikus versenytársaival, ügyfeivel, munkavállalóival szemben,
5. adjon tájékoztatást a termékek és szolgáltatások környezeti hatásáról,
6. segítse a gyermekeket, a jövő generációt,
7. fejlesszen olyan termékeket, szolgáltatásokat, amelyek elősegítik a fenntartható fejlődést.

A Telenornak nem állt rendelkezésére olyan kutatás, amely a fogyasztói elvárásokról, szokásokról szólna.

FENNTARTHATÓ TERMÉKEK BESZERZÉSE

A Magyar Telekom továbbfejlesztett szállítói előminősítési rendszere biztosítja minden regisztrált szállító részére egy fenntarthatósági szempontú kérdőív kitöltését és annak kiértékelését is. A minősítési

⁶² Nokia Lumia 800 és 710

⁶³ http://www.t-mobile.hu/t-mobile/sajtokapcsolatok/sajtokozlomenyek/2012/sajtokozlomenyek_20120120.xml (Letöltve: 2012. december 13.)

⁶⁴ http://www.telekom.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2011/marcius_24, (Letöltve: 2012. december 13.)

⁶⁵ Ez az arány 2009 óta mintegy 10 százalékkal nőtt.

eredmények fontos tényezői a szállító kiválasztási folyamatnak- a termékeket és szolgáltatásokat a vállalat 71 százalékban minősített (A, B kategóriás) szállítóktól szerzi be. Emellett a cég szállítói szerződéseiben alkalmazott fenntarthatósági/környezetvédelmi témakörbe tartozó klauzulákkal biztosítjuk a törvényi és vállalati elvárásainknak való megfelelést, valamint a környezetbarát anyagok és technológiák, energiakímélő megoldások alkalmazását. A Magyar Telekom rendelkezik a termékek alapanyagaira vonatkozó fekete- és szürkelistával. Olyan terméket, amelyben a fekete listán lévő alapanyag szerepel, tilos beszerezni, illetve a szürke listás anyagokat tartalmazó készülékek beszerzése nem támogatott a Magyar Telekomnál.

A Telenor úgy tájékoztatott minket, hogy van olyan előírásuk, amely a fenntartható termékek beszerzésére vonatkozik. Bizonyos kategóriáknál pedig, például a jelentős energiafogyasztással vagy környezeti behatással rendelkező tenderek esetén, pedig kötelező szempontokat alkalmaznak. Mindemellett minden beszerzésnél kritérium a Szállítói Etikai Elvekben foglaltak betartása.

A FENNTARTHATÓSÁG ELŐSEGÍTÉSE

A T-mobile készülékkatalógusaiban és internes oldalain is igyekszik felhívni a vásárlók figyelmét a fenntarthatóság irányába mutató készülékekre és szolgáltatásokra, valamint tervei szerint kisfilm sorozatot készít majd a témáról.

A Telenor szervezeti stratégiájának része az „Okos működés”⁶⁶, amelynek részeként a mindennapi tevékenységek során igyekszik csökkenteni a káros környezeti hatásokat. Ennek jegyében szervezték meg a *Dolgozz Otthonról* napot, illetve kifejlesztették kerékpárosoknak szóló útvonaltervező alkalmazásukat, *Kétkerék* néven.

ÚJRAHASZNOSÍTÁS ÉS ÚJRAFELHASZNÁLÁS

A kérdőívben információkat kértünk a cégektől a mobilkészülékek újrahasznosításáról és újrafelhasználásáról is.

Az elmúlt három évben visszagyűjtött mobiltelefonok eladott telefonokhoz viszonyított arányáról nehéz pontos képet kapni a cégek válaszai alapján. A T-Mobile volt az egyedüli, amely pontos adatokat adott meg válaszában. A cég 2011-ig egy koordináló szervezet bevonásával, 2012-től pedig – jogszabályváltozás miatt- az Országos Hulladékgazdálkodási Ügynökség által tett eleget a jogszabályban leírt visszagyűjtési kötelezettségének⁶⁷.

Összes értékesített készülék (db)	Összes leadott készülék (db)	Arány (%)
3 487 278	25 993	0,75

2. táblázat A T-Mobile által értékesített és visszagyűjtött mobiltelefon készülékek száma az elmúlt három évben

A Telenor válaszában csak az akció keretében visszagyűjtött készülékek arányáról tájékoztatott minket. A cég válasza szerint, azon akcióik keretében, amely során a használt készülékeket 5 illetve 10 ezer forintos áron beszámították a kampányban értékesített készülékek árába, az arány 100 százalékának mondható.

A T-Mobile által visszagyűjtött használt készülékeket nem értékesíti a cég, hanem 100 százalékban egy engedéllyel rendelkező szakcég hasznosítja ezeket újra. A hulladékkezelő garantálja, hogy a leadott

⁶⁶ „Smart operation”

⁶⁷ 264/2004. (IX.23) kormányrendelet

készülékeket nem használják újra, hanem az előkezelés után 17 különböző, az ipar számára hasznos fémet nyernek vissza belőlük⁶⁸. A telefonok akkumulátoraiból pedig kobaltot nyernek ki.

Mindkét válaszadó cég biztosított minket arról, hogy a visszagyjűjtött készülékeket nem értékesítik vagy exportálják fejlődő országokba. A T-Mobile esetében minden készülék újrahasznosításra kerül. A Telenor pedig kifejtette, hogy a még működőképes készülékeket igyekszik az életciklusuk végéig használni: a bemutató készülékeket csökkentett áron értékesítik, az egyéb még működő telefonok kölcsönkészülékek lesznek javítás idején vagy szervizcélokat szolgálnak.

A kérdőívekből kiderült, hogy visszagyjűjtési akcióval már mindkét cég élt már; értékelésük szerint a kedvezmények egyértelműen növelik azoknak a vásárlóknak a számát, akik visszaviszik készüléküket. Egyik megkeresett vállalat sem tartja szükségesnek azonban, hogy jogi eszközökkel ösztönözzék a vásárlókat készülékük leadására. A T-Mobile az állami szemléletformálás szerepét erősítené, míg a Telenor a készülék-visszaváltó (kedvezményt biztosító) akciók hatékonyságát emelte ki, mert véleményük szerint ennek hiányában a vásárlók telefonjaikat inkább továbbadják vagy elteszik tartalékba.

A MOBILSZOLGÁLTATÓK BEFOLYÁSA A BESZÁLLÍTÓI LÁNC TÁRSADALMI ÉS KÖRNYEZETI HATÁSAIRA

A makeITfair számos kutatási jelentést publikált az elektronikai gyártás és a keletkező e-hulladék kapcsán felmerülő környezeti problémákról⁶⁹. Ezek alapján kiemelt téma a szolgáltatók befolyása a beszállítói lánc környezeti és társadalmi hatásaira, így erre is kitértünk a kérdőívekben.

A T-Mobile esetében fontos kiemelni, hogy a Magyar Telekom a Deutsche Telekom Csoport része. A készülékek beszerzése a Deutsche Telekom koordinálásával történik, csoport szinten, az egyes tagvállalatok a Csoport által beszerzett portfólióból válogathatnak, illetve tehetnek javaslatot más termékek beszerzésére is. Ez okból kifolyólag a T-Mobile egyes válaszait két részre bontotta.

A BESZÁLLÍTÓI LÁNCBAN FELMERÜLŐ FENNTARTHATÓSÁGI PROBLÉMÁK CSÖKKENTÉSE

A DT csoport a beszállítói lánc környezeti és társadalmi problémáinak csökkentése érdekében beszállítói workshopokat szervez, ahol az energiahatékonyság és fenntartható fejlődés témáival foglalkoznak⁷⁰.

A Magyar Telekom intézkedései:

- A vállalat továbbfejlesztett szállítói előminősítési rendszere biztosítja minden regisztrált szállító részére egy fenntarthatósági szempontú kérdőív kitöltését és annak kiértékelését is. A minősítési eredmények fontos tényezői a szállító kiválasztási folyamatnak - a termékeket és szolgáltatásokat a vállalat 71 százalékban minősített (A, B kategóriás) szállítóktól szerzi be. A kölcsönös fejlődés érdekében a regisztrált szállítókat havi gyakorisággal tájékoztatjuk a szállítóminősítés során elért eredményeikről.
- A fenntartható beszállítói lánc megteremtése érdekében a vállalat külön figyelemmel kezeli kiemelt beszállítóit a GeSI71 által kidolgozott részletes beszállítói önértékelő kérdőív segítségével, amely környezetvédelmi szempontok mellett emberjogi, munkahelyi egészségi, biztonsági, üzleti etikai kérdéseket is tartalmaz. Eddig 38 beszállító értékelése készült el⁷².

⁶⁸ Ezek a fémek a következők: Au, Ag, Pd, Pt, Rh, Ir, Ru, Cu, Pb, Ni, Sn, Bi, In, Se, Te, Sb, As.

⁶⁹ Lásd: <http://makeitfair.org/the-facts/reports>

⁷⁰ Bővebben: <http://www.cr-report.telekom.com/site12/suppliers/supply-chain-management#atn-175-1273>

⁷¹ Global e-Sustainability Initiative

⁷² Ezen szállítók az éves megrendelési érték 31,5%-át adták 2011-ben.

- A vállalat 2011-ben tizenkét kiemelt szállítóját értékelte – majd a későbbiekben félévente felülvizsgáljuk – egy DT által kidolgozott szállítói eredményértékelő módszertan alapján, amelynek része a pénzügyi kulcsindikátorokon túl az adott szállító fenntarthatósági teljesítményének az önértékelő kérdőívben és az interneten található információkon alapuló auditálása is⁷³.
- A vállalat szállítói szerződéseiben alkalmazott fenntarthatósági/környezetvédelmi témakörbe tartozó klauzulákkal biztosítja a törvényi és vállalati elvárásainknak való megfelelést, valamint a környezetbarát anyagok és technológiák, energiakímélő megoldások alkalmazását. A Magyar Telekom rendelkezik a termékek alapanyagaira vonatkozó fekete- és szürkelistával. Olyan terméket, amelyben a fekete listán lévő alapanyag szerepel, tilos beszerezni, illetve a szürke listás anyagokat tartalmazó készülékek beszerzése nem támogatott a Magyar Telekomnál.
- A vállalat 2008 óta írja ki szállítói számára a DELFIN-díjat. A DELFIN-díj odaítélésével a Magyar Telekom a fenntartható fejlődés gondolatának népszerűsítését szeretné elősegíteni szállítói körében, és az ennek érdekében kifejtett tevékenységüket kívánja elismerni. A díjat a fenntarthatóság terén kiemelkedő szerepet vállaló szállítók kaphatják meg, odaítéléséről a beadott pályamunkák alapján dönt a szakmai zsűri. A Magyar Telekom a DELFIN-díjat 2013-ra szeretné a saját szállítóiról az összes magyarországi vállalkozásra kiterjeszteni, ezzel is motiválva a vállalkozásokat a fenntartható fejlődés iránti elköteleződésre, és példát mutatva a gazdasági szektorban⁷⁴.
- A vállalat minden évben meghirdeti Fenntarthatósági Kerekasztal-beszélgetését, ahova partnereit is meghívja, így alkalmuk van elmondani véleményüket, javaslataikat a Magyar Telekom felé⁷⁵.

A Telenor arról tájékoztatott bennünket, hogy Etikai Elveiket⁷⁶ szállítóikra is kiterjesztették. Míg ez korábban csak a szerződés melléklete volt, 2009-től partnereikkel külön megállapodást íratnak alá a Felelős Üzleti Magatartásról (ennek melléklete a Telenor Szállítói Etikai Elvek). A Telenor Magyarország – a csoport szabályzatokkal összhangban – 2010-ben bevezette az ISO 14001 és OHSAS 18001 irányítási rendszereket. Ezzel párhuzamosan a szállítói auditokon a HSSE⁷⁷ kiemelt szerepet kap. A Telenor válaszából az is kiderült, hogy minden partnere számára tananyagot készített, People-First néven. A virtuális képzés, ami mindenki számára elérhető, három fő célt szolgál: a termelés során 1) ne forduljanak elő komoly munkahelyi balesetek vagy halálozás, 2) a környezet ne szenvedjen jelentős károsodást és 3) az emberi jogok ne sérüljenek.

A Telenor a készülék portfólió összeállításánál is igyekszik előnyben részesíteni a leginkább környezetbarát megoldásokkal készülő telefonokat. A cég a Sony Ericson-al erre egy közös kampányt is épített 2011-ben.

⁷³ Az ezzel a módszerrel értékelt szállítók az éves megrendelési érték 15,4%-át adták 2011-ben.

⁷⁴ Bővebben: http://www.telekom.hu/tarsadalom_es_kornyezet/esemenyek/delfin_dij

⁷⁵ Bővebben: http://www.telekom.hu/tarsadalom_es_kornyezet/esemenyek/fenntarthatosagi_kerekasztal_beszelgetes.

⁷⁶ http://www.telenor.hu/upload/letoltes/supplier_conduct_principles_hu.pdf

⁷⁷ Health, Safety, Security, Environment - munkahelyi egészségvédelem és biztonság megteremtésére kialakított program.

ÖSSZEGRZÉS

A kutatás alapján megállapíthatjuk, hogy míg a mobilszolgáltató cégek anyavállalataikkal tartott szoros együttműködésükön keresztül folyamatosan javítják a beszállítói lánc kapcsán felmerülő felelősségvállalási tevékenységeiket, addig a fogyasztókat érintő üzleti programok és oktatási tevékenységek még nem tesznek meghatározó érdeklődésre szert.

A kérdőívek alapján kiderült, hogy a fogyasztók körében az üzleti kedvezmények jelentik a legnagyobb motivációt a fenntartható termékek választására, illetve az elektronikai hulladék leadására. A további kampányok szükségességét támasztja alá az egyik cég kutatása, amely szerint az utóbbi években nő azoknak a száma, akiket befolyásol a szolgáltató választása esetén, hogy a cég mennyit tesz a fenntarthatóságért. Emellett pedig a cég 2011-es felmérésből az is kiderült, hogy a lakosság 41 százalékát befolyásolja egy szolgáltatás vagy termék választása esetén, hogy az adott termék fenntartható-e. Mindez azt mutatja, hogy a hajlandóság növekszik a lakosság körében a fenntarthatóságot képviselő termékek és szolgáltatások iránt, fontos lenne ezt a folyamatot a cégek oldaláról is elősegíteni.

A válaszok alapján nehéz volt pontos következtetéseket levonni arról, hogy a lakosság milyen arányba viszi vissza elhasznált mobiltelefon készülékeit a szolgáltatókhoz. Az egyik cég válasza alapján azonban arra lehet következtetni, hogy ez az arány nagyon alacsony (az említett cégnél még az 1 százalékot sem érte el, az eladott készülékek számához viszonyítva). Mindenesetre a két válaszadó cég biztosított minket arról, hogy a visszagyjűjtött készülékeket nem értékesítik vagy exportálják tovább, hanem egy szakszolgáltatónak adják át újrahasznosításra. A cégek válasza abban is megegyezett, hogy a visszahozott telefonok arányát növeli, ha üzleti akcióval ösztönzik a vásárlókat erre. Az egyik cég válaszaiban kiemelte, hogy véleményük szerint az alacsony hajlandóságnak az lehet az oka, hogy Magyarországon a vásárlók inkább továbbadják vagy elrakják a készülékeiket.

Mindkét vállalat kifejtette beszállítói kapcsán, hogy ezeket a cégeket előminősítésnek vetik alá vagy megállapodást kötnek velük bizonyos etikai/fenntarthatósági elvek betartásáról. Az egyik cég részletesen felsorolta az irányítási rendszereket, amelyeket figyelembe vesz, míg a másik kitért a saját ellenőrzés részleteire. Szintén megegyezett a cégek válaszaiban, hogy rendszeresen kommunikálnak beszállítóikkal a társadalmi felelősségvállalás jegyében, amelyet az oktatásuk miatt is fontosnak tartanak.



for people everywhere