

# KÖRNYEZETTUDATOS FOGYASZTÓI MAGATARTÁSMINTÁK A MAGYAR HÁZTARTÁSOKBAN<sup>1</sup>

**Dr. Hofmeister Tóth Ágnes**  
Dékán, Tanszékvezető

BCE Marketing és Média Intézet Marketingkutatás és Fogyasztói Magatartás tanszék

agnes.hofmeister@uni-corvinus.hu

**Kelemen Kata**

PhD Hallgató

BCE Marketing és Média Intézet Marketingkutatás és Fogyasztói Magatartás tanszék,

**Piskóti Marianna**

PhD Hallgató

BCE Marketing és Média Intézet Marketingkutatás és Fogyasztói Magatartás tanszék,

Kulcsszavak: környezettudatos fogyasztói magatartás, környezettudatos attitűd

## 1. BEVEZETÉS

A tanulmányban bemutatott kutatási eredményeink a Norvég Alap támogatásával készülő Fenntartható fogyasztás, termelés és kommunikáció projekt kereteiben készültek. A projekt célja egy olyan hatékony és méltányos gazdaság-, társadalom- és településpolitika megalapozása, amely úgy szolgálja az életmód tartós javítását, hogy maximálisan figyelembe veszi az ökológiai fenntarthatóság feltételeit. A kutatás társadalomtudományi, azaz nem a technikai megvalósítás műszaki problémáival foglalkozik, hanem a fenntarthatósági politikák, eljárások társadalmi (politikai, gazdasági, jogi, illetve szociológiai) feltételeit vizsgálja. A terület megalapozása érdekében a kutatás több alprojektet fog össze, melyen belül kutatócsoportunk a fenntartható fogyasztói magatartás vizsgálatáért felelős.

Az egyéni fogyasztás túlzott növekedése számos gazdasági, társadalmi és környezeti problémát von maga után. Világszerte folyamatosan növekszik a nyersanyag- és

---

<sup>1</sup> A kutatás a Norvég Alap támogatásával készült a Fenntartható fogyasztás, termelés és kommunikáció Projekt keretében

energiafelhasználás, melynek motorja az egyéni fogyasztás bővülése. Ezt jelzi az a számítás is, mely szerint a mindennapi környezetterhelésnek 30-40%-a visszavezethető a magánháztartások fogyasztási folyamataira (Valkó, 2003).

A nem fenntartható fogyasztás legfőbb környezeti következményeiként az erőforrások felélését, a túlzott szennyezést, ezáltal a Föld hulladékeltartó képességének meghaladását, illetve a biodivezitás csökkenését nevezhetjük meg. A fogyasztás fenntarthatatlan módja társadalmi szinten is több kedvezőtlen hatást eredményez. Az alul-, illetve túlfogyasztásból fakadó következmények jelentik az egyik legjelentősebb problémát.

A fenntartható fogyasztás fogalmának legalapvetőbb megközelítése szerint standard gazdasági fogyasztást, szolgáltatások és termékek vásárlását kell felvállalni, és megvizsgálni azt, mindez hogyan tehető gazdaságilag fenntarthatóvá. A fenntartható fogyasztás ilyen megközelítése a fenntartható termelés biztosítására irányuló erőfeszítések természetes kiterjesztése (UNEP, 2001). A fenntartható fogyasztás az alábbi definícióval határozható meg:

*„Az alapvető szükségletek kielégítésére és az életminőség javítására irányuló szolgáltatások és termékek használata, miközben a természeti erőforrások és mérgezőanyagok használata, ezzel együtt a hulladék és mérgezőanyag kibocsátása minimálisra csökken azzal a céllal, hogy a jövő generációinak szükségleteit ne veszélyeztesse.” (UNEP, 2001. 12.o.)*

A gazdasági válság kirobbanása óta a fogyasztók szemében az egyik legfontosabb probléma az országuk gazdasági helyzete, az energia és üzemanyag árak növekedése, mind Magyarországon, mind a világban. 2009-hez képest napjainkra csökkent a gazdasági válság miatti aggodalom. A National Geographics és Globescan által készített Greendex 2010 felmérés szerint a környezetvédelem a megkérdezett 17 országban így sem tartozik a kiemelt, aktuális problémák közé (NationalGeographics & Globescan, 2010).

A Greendex 2010 kutatás szerint a fejlődő országok (India, Brazília, Kína) környezettudatosabb fogyasztói magatartást tanúsítanak, mint az iparosodott államok (Amerika, Kanada, Németország). A vizsgált országok 2008-hoz képest enyhe javulást mutatnak a környezettudatos viselkedés terén (NationalGeographics & Globescan, 2010). A javulás oka főként a háztartások energiacsökkentése. A változás mögötti motiváció azonban nem a környezeti terhelés csökkentése, hanem az energia költségek csökkentése. A környezetvédelmi szempontok a 17 megkérdezett országban változó arányban (20%- 50%-ig) ugyan, de mindenhol megjelentek. A fogyasztók többsége érzi, hogy az aktuális életmódja a jövő generációi számára nem fenntartható. A megkérdezettek 40%-a ellenben nem tartja fenntarthatatlannak az életmódját Dél- Koreában, Kínában, Indiában, Japánban és Kanadában.

A tudatos fogyasztóvá válás és az adekvát magatartás kialakulása hosszú, sokoldalú folyamat, amely során az egyén megismeri a fogyasztási javakat és szolgáltatásokat, és megtanulja, hogyan viselkedjen piaci viszonyok között.

A környezettudatos viselkedés komplex jelenség, melynek egyik aspektusa a környezet érdekében végzett tevékenység (Majláth, 2004). A magatartás megnyilvánulásába

beletartozhat az aktív környezetbarát politizálás, a környezetvédő szervezetekben való részvétel vagy azok támogatása, és a környezetvédelmi szempontok érvényesítése a munkahelyi döntéshozatalban is.

A környezettudatos fogyasztónak több definíciója létezik. Roberts (1996) szerint az a fogyasztó tekinthető környezettudatosnak, aki olyan termékeket és szolgáltatásokat vásárol, amelyekről feltételezi, hogy pozitív vagy kevésbé negatív hatása van a környezetre. Meffert és Kirchgeorg (In: Nagy, 2005) meghatározása szerint a környezettudatos fogyasztók olyan természetes vagy jogi személyek, akik az ökológiai hatásokat figyelembe véve hozzák meg vásárlási döntéseiket. Az ökológiailag tudatos fogyasztó felismeri, hogy egy termék kifejlesztése, előállítása, disztribúciója, fogyasztása és a használata, sőt az azt követő szakasz is környezetet terhelő hatásokkal jár, és többletköltségeket okoz. Ezeknek a negatív hatásoknak és az okozott többletköltségeknek a minimalizálására törekszik.

Meffert és Kirchgeorg (1993) szerint a környezettudatos viselkedést is többféle módon választhatja a fogyasztó. A legtöbb fogyasztó egy-két tényezőt választ ki, a lehetőségek teljes körét nem használja ki. Meffert és Kirchgeorg (1993) öt féle viselkedésmódot határozott meg, amelyeket egy környezettudatos fogyasztó alkalmazhat; (1) hagyományos termékek fogyasztásának csökkentése, (2) keresletmódosítás - környezetbarát termékek vásárlása a hagyományos helyett, (3) környezethatékony termékek fogyasztása, (4) részvétel az újrahasznosításban, szelektív hulladékgyűjtésben, (5) környezettudatos panasz illetve tiltakozás.

Ahhoz, hogy a fogyasztási szokásokban a fenntarthatóság kritériumait érvényesíteni lehessen, fontos azonosítani, hogy mely tényezők hatnak a legnagyobb súllyal a fogyasztó ilyen irányú döntéseire. Az egyén környezettudatosságának meglétét, illetve mélységét az ökológiai tudás, a környezeti értékek, a környezeti attitűdök, a cselekvési hajlandóság és a tényleges cselekvés vizsgálata mentén lehet jellemezni (Zsóka, 2007). Jelen cikkben a kvantitatív primer kutatásunk során nyert adatok alapján a magyar lakosság környezettudatos cselekvési hajlandóságát és tényleges környezetbarát cselekvéseit mutatjuk be.

## 2. A KUTATÁS MÓDSZERTANA

A kutatás célja a hazai környezettudatos fogyasztói magatartás vizsgálata. A kutatás két fázisból állt, először kvalitatív kutatást végeztünk a pszichológiai tényezők és a valós viselkedés közötti összefüggések mélyebb megértése érdekében. A következő fázisban előfeltevéseink tesztelésére kvantitatív kutatást folytattunk.

Feltételezéseink szerint a demográfiai tényezők különféle módon, de befolyásolják a környezettudatos fogyasztás megvalósulását. Véleményünk szerint a nők érzékenyebbek a környezeti problémákra, jobban aggódnak környezetük miatt, mint a férfiak. Ebből a

feltevésünkben nem következik azonban, hogy a nők környezettudatosabban viselkednének, illetve magasabb környezeti tudásuk és informáltságuk lenne a férfiaknál.

Az egyének *lakóhelye* a másik fontos befolyásoló tényező lehet a környezettudatos viselkedés kialakulásában a helyi infrastrukturális lehetőségek miatt (pl.: saját kert megléte, szelektív hulladékgyűjtő szigetek elérhetősége, tömegközlekedés minősége).

Feltételezésünk szerint a fogyasztók iskolai végzettségének és jövedelmének a növekedése pozitív korrelációban van a környezettudatos viselkedés megvalósulásával.

Az első fázisban elvégzett kvalitatív kutatásunk eredményei (Hofmeister-Tóth, Kelemen, & Piskóti, 2009) felhívták a figyelmet a *családi háttér* sokoldalú hatásaira is. A kiskorban megtanult környezetvédő praktikákat a későbbiekben is alkalmazza az egyén. Emellett az adott élethelyzet, a családi életciklus is meghatározhatja az egyének környezettudatos magatartását. A kiskorú gyermekek nevelése felelősségteljes gondolkozást igényel a szülők részéről és ez a felelősségérzet megjelenhet a fogyasztás során hozott döntéseikben is.

A kvalitatív szakasz terepmunkája 2009 szeptemberében zajlott, mely során mélyinterjúk és fókuszcsoporthoz tartozó interjúk készültek. A két interjú lebonyolítása közötti egy hónapos időszakban az alanyok naplózták a fogyasztási szokásaikat. A kvantitatív kutatás 2010 májusában készült. A minta elemszáma 803 fő, országosan reprezentatív régiókra, településtípusra, korra és nemre vonatkozóan. A kérdőív személyes megkérdezéssel készült, a kapott adatok elemzését SPSS szoftverrel végeztük.

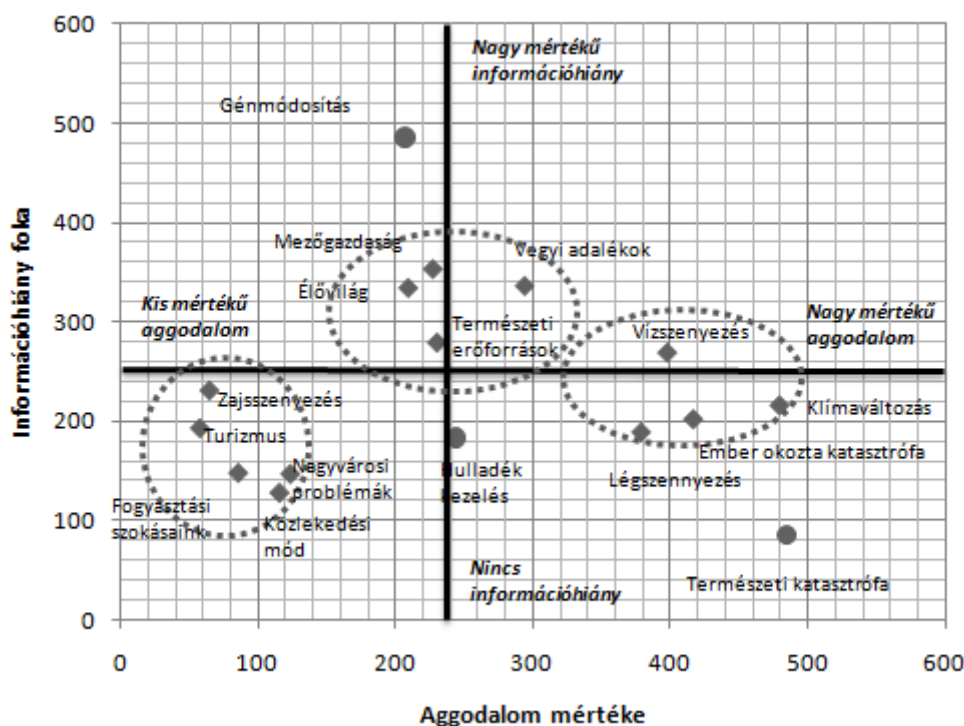
### 3. A KUTATÁS EREDMÉNYEI

#### 3.1. Környezeti problémák észlelt súlyossága és az informáltság mértéke

A környezet megóvását a megkérdezettek egyöntetűen fontosnak ítélték. Demográfiai jellemzőik alapján ebben a kérdésben jelentősebb különbséget nem mutattak, kisebb eltérések azonban mégis megállapíthatók voltak. Ennek tükrében a környezet megóvását árnyalatnyival fontosabbnak ítélték a nők, a 35-44 év közöttiek, a városban vagy megyeszékhelyen lakók, illetve a középiskolai vagy főiskolai végzettséggel rendelkezők. Szignifikáns kapcsolat csupán az iskolai végzettség esetében figyelhető meg ( $F=8,932$ ;  $Sig=0,000$ ). A problémát fontosabbnak ítélték továbbá azok, akiknek nem él a háztartásában 16 évesnél fiatalabb gyermek, illetve családi állapotukat tekintve még vagy már (elvált, özvegy) egyedülállók. Az egy háztartásban élők számának növekedésével a kérdés megítélése növekvő fontossággal társult. Érdekes azonban, hogy az 5 fős vagy a fölötti háztartásokban a környezet megóvásának fontossága lecsökkent, amely feltehetőleg más, jellemzően anyagi vagy az azonosítható felelősséggel kapcsolatos megfontolásokra vezethető vissza. Ennek igazolása azonban további kutatást igényel.

A legsúlyosabbnak tartott öt környezeti probléma közül a természeti katasztrófákat (60,4%), a klímaváltozást (59,78%), az ember által okozott katasztrófákat (51,93%), a vízszennyezést (49,56%) és a légszennyezést (47,2%) emelték ki a megkérdezettek. A legkisebb súllyal a fogyasztási szokásaink (10,59%), a zajszennyezés (7,97%) és a turizmus által okozott problémák (7,1%) szerepeltek.

A problémák iránti aggodalom, illetve az ezekkel kapcsolatos informáltság közötti kapcsolat vizsgálatára az egyes tételeket a két kérdésre adott válaszok gyakorisága alapján koordináta tengelyen ábrázoltuk, ahol az abcissa az aggodalom mértékét, az ordináta az információhiány szintjét mutatta. A tengelyek meghatározása a felsorolt 16 probléma összes említésének átlaga alapján történt. Ennek megfelelően az aggodalom tekintetében az átlag 251, az információhiány esetén 236 volt. Azok a problémák, amelyek az összes válaszadás alapján 251 említés felett szerepeltek az aggodalom vonatkozásában, a nagyobb mértékű aggodalommal társuló állítások közé kerültek, 251 alatt a tétel a kisebb mértékű aggodalom oldalán jelent meg. Az információhiány vonatkozásában ugyanígy jártunk el. Az így kapott felosztás alapján három nagyobb csoport különült el, amelyek elhelyezkedését az 1. ábra szemlélteti.



1. ábra: A környezeti problémák megítélése az aggodalom mértéke és az informáltság tükrében

Forrás: Saját szerkesztés

- a. *Kis mértékű aggodalom a probléma iránt, amely kisebb szintű információhiánnyal társul.* A megkérdezettek ide sorolták a turizmus által okozott problémákat, a

zajszennyezést, a fogyasztási szokásainkat, a nagyvárosi problémákat és a jelenlegi közlekedési mód hatásait. A problémák iránti aggodalom magasabbnak mutatkozott a férfiak, a 45 év alattiak, a fővárosban, illetve megyeszékhelyen lakók, a magasabb végzettséggel és jövedelemmel rendelkezők és a 16 évnél fiatalabb gyermeket nevelők körében.

- b. *Közepes mértékű aggodalom közepesnél valamivel nagyobb információhiány mellett.* Az élővilág sokszínűségének csökkenését, a mezőgazdasági tevékenység során okozott szennyezéseket, a természeti erőforrások kimerülését már súlyosabbnak ítélték a megkérdezettek. Ez részben abból fakad, hogy a válaszadók kevésbé érezték magukat tájékozottnak ezekben a kérdésekben. Az ide sorolt problémák a nőket, a 35 évesnél idősebbeket, a kisebb településeken élőket, az alacsonyabb végzettséggel és jövedelemmel rendelkezőket és életüket már egyedül vezetőket (elvált, özvegy) nyugtalanította az átlagosnál jobban.
- c. *Nagy mértékű aggodalom közepes információhiány mellett.* Az aggodalomra legtöbb okot adó környezeti problémák jellemzően közepes információhiánnyal társultak. Ezek a kérdések tehát foglalkoztatják a megkérdezetteket, de nem érzik magukat kellően informáltnak bennük. Ide sorolták a klímaváltozást, az ember okozta katasztrófákat, a vízszennyezést és a zajszennyezést. Az átlagosnál nagyobb aggodalmat váltottak ki ezek a kérdések a 35 év feletti, a budapestiek, a magasabb végzettséggel rendelkezők, a még egyedülálló és a közepes jövedelemmel rendelkezők körében.

A gazdálkodásban alkalmazott génmódosítás, a hulladék mennyiségének növekedése és a természeti katasztrófák olyan problémaként jelentkeztek, amelyek nem voltak a fenti három csoportba sorolhatók. A génmódosítás kapcsán a válaszadók alulinformáltsága kis mértékű aggodalommal társult. Ebben az esetben vélhetőleg az ismeretek hiánya a probléma alulértékelésével társul, ami a nyugtalanságot is csökkenti. A megkérdezettek ezzel ellentétben a természeti katasztrófákat súlyos környezeti problémaként említették meg, amelyről kellően informáltnak érezték magukat és ennek megfelelően tartottak is ezek bekövetkezésétől. A hulladék mennyiségének növekedése közepesnél magasabb informáltság mellett közepes aggodalommal társult.

### 3.2. Környezeti problémákkal kapcsolatos informáltság forrásai

Környezeti kérdésekben a megkérdezettek közepes informáltságról számoltak be. A vallott tájékozottság a kor előrehaladtával nő. Szignifikáns különbség mutatható ki a lakhely szempontjából ( $F=2,707$ ;  $Sig=0,044$ ), ahol a városban a legmagasabb, míg a fővárosban a legalacsonyabb a környezeti problémákkal kapcsolatos informáltság érzése. Az iskolai végzettség függvényében szintén szignifikáns eredményeket kaptunk ( $F=11,502$ ,  $Sig=0,000$ ). A tájékozottság a végzettség növekedésével párhuzamosan nő, a főiskolát végzettek körében a legmagasabb az értéke. Meglepő eredmény, hogy a 3 évesnél fiatalabb gyermekkel rendelkező háztartások körében a legalacsonyabb a tájékozottság. Ez vélhetőleg azzal magyarázható, hogy a családi életciklusnak ebben a szakaszában az érdeklődés fókuszába a családalapítással járó kérdések kerülnek, kiszorítva ezzel egyéb releváns témákat. A háztartás

jövedelmi viszonya alapján elmondható, hogy 250.000 Ft átlagos nettó jövedelemig a tájékozottság nő, 250.000 Ft – 350.000 Ft között visszaesik, majd 350.000 Ft felett megugrik.

A környezeti kérdésekről való tájékozódás érdekében a megkérdezettek a televíziós híreket, a TV-ben bemutatott filmeket és dokumentumfilmeket, a rádiót, az újságokat és a rokonokkal, családtagokkal, ismerősökkel való beszélgetést sorolták fel a legfontosabb forrásként. A megkérdezettek a kutatás szerint a folyóiratokat és internetes oldalakat közepes gyakorisággal használják. A könyvek, blogok, fórumok, közösségi oldalak, szakcikkék és kiadványok, konferenciák, kiállítások, vásárok, fesztiválok olyan csatornák voltak, amelyeket a megkérdezettek csak ritkán vettek igénybe, ha környezeti kérdésben kívántak tájékozódni. A információszerzés tekintetében az alábbi demográfiai sajátosságok körvonalazódtak:

- a. *Nem:* A tájékozódást illetően nem találtunk jelentős különbséget a nemek között. A nyomtatott médiumok használata a nőkre valamivel jellemzőbb, míg az online médiumokat inkább a férfiak preferálják.
- b. *Kor:* A fiatalabb korosztályban nagyobb hangsúllyal jelentek meg az interaktív médiumok (internet, ezen belül blogok, fórumok, közösségi oldalak) míg az idősebbek körében a klasszikus médiumok emelkedtek ki (televízió, rádió, nyomtatott sajtó).
- c. *Lakhely:* Az internet használat és a televízióban közvetített filmek, dokumentum filmek nézése főleg a fővárosban és a nagyobb településeken jellemzőbb. A nyomtatott sajtót a kisebb, a rádiót a közepes méretű településeken értékelték magasabbra. A blogok, fórumok, közösségi oldalak adta lehetőségek minden településtípusban közel hasonló súllyal szerepeltek.
- d. *Iskolai végzettség:* Az általános érdeklődés a főiskolát végzettek körében a legintenzívebb. Az internet és a social media adta lehetőségek az iskolázottság függvényében egyre nagyobb szerepet kapnak, ennek megfelelően az egyetemi végzettséggel rendelkezők használják a legaktívabban. Relatív nagy hangsúlyt kap a szociális háló (család, barátok, munkatársak, ismerősök) az általános iskolát el nem végzettek körében.
- e. *Családi állapot:* A social média használata a párkapcsolatban lévő, de még egyedül élők és egyedülállóknak körében hangsúlyos leginkább. Az általánosan elfogadottabb csatornákat (TV, rádió, nyomtatott sajtó) az elváltak használják legnagyobb súllyal, míg a specializáltabb csatornák (kiállítás, konferencia, szakcikkék, közösségi oldalak stb.) a párkapcsolatban lévő, de még egyedül élők körében emelkedik ki. A házassági vagy élettársi kapcsolatban élőket minden csatorna tekintetében középút jellemmez.
- f. *Jövedelem:* Az informálódás a magas jövedelemmel (350.000 Ft felett) rendelkező háztartásokban a legjelentősebb minden csatorna tekintetében. A speciális tartalmak (szakcikkék, konferenciák stb) a jövedelem növekedésével egyre nagyobb hangsúlyt kapnak. Összességében itt is megfigyelhető, hogy a magas és az alacsonyabb jövedelemmel rendelkezők nagyobb mértékű figyelmet tanúsítanak, míg a közepes jövedelműeket kisebb mértékű odafigyelés jellemmez. Ez eredhet abból, hogy a magasabb jövedelem jellemzően nagyobb mértékű felelősségvállalással is társul, ami moderálhatja az információszerzést, illetve az alacsonyabb jövedelemmel rendelkezők a nehezebb anyagi helyzetből fakadó bizonytalanságérzés miatt fektethetnek nagyobb súlyt a tájékozódásra.

### 3.3. Környezettel kapcsolatos viselkedési szándék

A viselkedési szándék mérésére olyan állítások kerültek megfogalmazásra, amelyek egy megvalósítható, környezetbarát viselkedés fontosságára vonatkoznak. A lakosság által végezhető legfontosabb cselekvésnek a szemetelés megszüntetését (4,74) tartották a megkérdezettek. Ezt követte a szelektív hulladékgyűjtés (4,59) és az otthoni energiafogyasztás csökkentése (4,45).

Az állítások értékelése a 4-es érték körül ingadozik. Egyetlen nem támogatott, fontosnak egyáltalán nem tartott tevékenység a magasabb adófizetés volt, hogy az állam a befolyt összeget környezetvédelmi célokra használhassa.

A kérdések esetében a megkérdezettek szinte minden demográfiai jellemző alapján bontva is egészségesnek bizonyultak, árnyalatnyi különbségek figyelhetők meg csupán:

- a. *Nem*: szignifikáns különbséget a nemek szerint három tevékenység értékelésekor állapítottunk meg. A nők számára fontosabb a tömegközlekedés használata, a szelektív hulladékgyűjtés és a helyi termelők által előállított termékek vásárlása, mint a férfiak számára.
- b. *Kor*: a legfiatalabb és a legidősebb megkérdezett korosztály között egy kérdésben mutatható ki szignifikáns különbség. A 65 év felettiak számára a legfontosabb a helyi termékek vásárlása (4,411), míg a 18-25 év közöttiek átlaga 3,956 az 5 fokú skálán.
- c. *Lakhely*: az autók gazdaságosabb fogyasztására cserélése a budapesti illetve a megyeszékhelyen élők szerint fontosabb feladat, mint a községben illetve a falun élők számára. Az újrahasznosítás érdekében történő szelektív hulladékgyűjtés a faluban lakó megkérdezettek számára volt kiemelkedően fontos. A helyi termelők által készített termékek fogyasztása szintén a községben illetve falun élők szerint fontosabb, mint a Budapesten élőknek. Érdekes különbség, hogy a budapesti lakosok a legmegengedőbbek (2,373) a környezetvédelmi célú adóemeléssel szemben, míg a megyeszékhelyeken lakók utasítják el a leghatározottabban (1,61).
- d. *Jövedelem*: az előfeltevéseinkkel ellentétben a magasabb jövedelmű megkérdezettek nem bizonyultak környezettudatosabbnak. Az otthoni energiafogyasztás csökkentésének fontossága negatív relációban áll a jövedelemváltozással.

### 3.4. Környezettudatos cselekvések megvalósulása

Az Ajzen féle (Ajzen, 1991) *Tervezett magatartás elmélet* (Theory of Planned Behaviour) modellt alapul véve, csupán a viselkedési szándék nem jelzi biztosan előre a megvalósuló viselkedést. Ajzen modelljében (Ajzen, 2002) jelentős hangsúlyt helyez az észlelt magatartás irányításra, amely nemcsak a cselekvési szándékon keresztül, de közvetlenül is befolyásolja a magatartást. A modell dinamikussá válása a tényleges magatartási kontroll elemével bővülve valósult meg, amely arra utal, hogy adott helyzetben az egyén mennyire képes magatartásával a kívánt hatást elérni.



Ezt az elméleti megfontolást igazolják kutatásunk empirikus adatai is, hiszen annak ellenére, hogy a megkérdezettek számos környezetbarát cselekvési módnak nagy fontosságot tulajdonítottak, az aktuális viselkedésükkel mégsem valósítják meg azokat. (Lásd 1. táblázat).

1. táblázat: Környezettudatos cselekvések értékelése és megvalósulási aránya

	Fontosság	Megvalósulás (%)
Tömegközlekedés használata autó helyett	4,01	37,24
Szelektív hulladékgyűjtés	4,59	59,78
Energiafogyasztás csökkentése*	4,45	91,41
Helyi termékek vásárlása**	4,24	42,47
Nyaralás során környezetbarát szállás választása	3,71	8,72

\*villanykapcsolás alapján, \*\*saját termelésű élelmiszerfogyasztása

Forrás: Saját szerkesztés

A legjellemzőbb megvalósult cselekvés a megkérdezettek körében a következők voltak:

1. Lepakcsolom a villanyt, ha utolsóként hagyom el a helyiséget (91,41%)
2. Viszek magammal szatyrot vásárláskor (73,97%)
3. Elzárom a csapot fogmosás közben (71,86%)
4. Szelektíven gyűjtöm a hulladékot (59,78%)
5. Energiatakarékos izzót vásárolok (58,53%)

Ezek a tevékenységek azok, amelyeket a legkevesebb erőfeszítéssel végezheti el a fogyasztó, valamint azok amelyekről a legtöbbet hallhatunk, illetve a mindennapi életünket is érezhetően befolyásolják. Jelen kutatásunk eredményei összecsengnek a nemzetközi kutatások eredményeivel (NationalGeographics & Globescan, 2009). A fogyasztók már felfigyeltek azokra a tevékenységekre, amelyek könnyen megvalósíthatóak illetve amelyek esetében az anyagi megtakarítások ösztönözhetik az adott viselkedések megjelenését. A fogyasztók által eddig megtett pozitív változások a könnyebb cselekvésekben valósultak meg. Nem használják kevesebbet az autójukat, nem alakítják át a háztartásukat. A már megjelent változások még nem követeltek sem anyagi áldozatot, sem kényelmetlenséget.

Az előbbieken felsorolt tevékenységek mögött azonban nem csak a környezet iránti felelősség motivációja húzódik meg. A kvalitatív kutatásunk során tapasztaltuk, hogy ilyen tevékenységeket a megkérdezettek inkább takarékosági okokból, mintsem környezettudatosságból végeznek. Ezt a feltételezésünket a 2. sz. táblázatban látható adatok is igazolják, ahol az arányok közti különbségek minden esetben szignifikánsak.

2. táblázat: Valós magatartás motivációi

<i>Igen, jellemző rám</i>	<i>Takarékosságból</i>		<i>Környezetvédelmi indítatásból</i>	
	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
<i>Saját termelésű élelmiszert fogyasztok</i>	267	33,25	113	14,07
<i>Környezetbarát tisztítószereket használok</i>	84	10,46	192	23,91
<i>Viszek magammal szatyrot vásárláskor</i>	497	61,89	265	33,00
<i>Csak akkor ülök autóba, ha feltétlenül szükséges</i>	219	27,27	105	13,08
<i>Újratöltöm az elemeket</i>	196	24,41	124	15,44
<i>A ruhákat alacsonyabb hőfokon mosom</i>	308	38,36	118	14,69
<i>Szelektíven gyűjtöm a hulladékot</i>	163	20,30	406	50,56
<i>Elzárom a csapot fogmosás közben</i>	519	64,63	179	22,29
<i>Lekapcsolom a villanyt, ha utolsóként hagyom el a helyiséget</i>	674	83,94	234	29,14
<i>Energiatakarékos izzót vásárolok</i>	413	51,43	210	26,15
<i>Vonattal utazom nyaralni autó vagy repülőgép helyett</i>	70	8,72	25	3,11
<i>Nyaraláskor környezetbarát szállást választok</i>	23	2,86	41	5,11
<i>Nyaraláskor nem vásárolok olyan ajándéktárgyat, amely veszélyezteti a helyi élővilágot (pl. védett virágot, állatok bőrét, csontjait)</i>	23	2,86	122	15,19
<i>Nyaraláskor a helyiektől vásárolok az élelmiszert a nemzetközi élelmiszerláncok helyett</i>	35	4,36	61	7,60

Forrás: Saját szerkesztés

A szelektív hulladékgyűjtés és a környezetbarát tisztítószerek vásárlása két olyan tevékenység, amely valóban környezetvédelmi indítatásból valósul meg. Emellett a nyaralás során is figyelembe vehető szempontok azok, amelyeket annak ellenére, hogy kevés válaszadó végez, de aki igen, az környezetbarát jellege miatt teszi (környezetbarát szállás választása, helyileg termelt élelmiszerek fogyasztása).

A demográfiai jellemzők szerint ezeknél a kérdéseknél a magatartási szándéktól eltérően nagyobb különbségeket észlelhetünk.

- a. *Nem:* a két nem között gyenge szignifikáns eltérések tapasztalhatók, főként a háztartásban végzett különböző feladatok következtében. A nők nagyobb arányban figyelnek arra, hogy szatyrot is vigyenek a vásárlásokhoz, illetve arra, hogy alacsonyabb hőfokon mossák a ruhákat. A mosás esetében legerősebb a kapcsolat, a Cramer V értéke 0,262. Nagyobb eltérés tapasztalható még a fogmosás esetében, amikor is szintén a nőkre jellemzőbb, hogy elzárják a vizet.
- b. *Kor:* az idősebb generáció (65-) szinte minden tevékenységben aktívabb, mint a fiatalabbak. Szignifikáns különbség figyelhető meg a saját termelésű élelmiszer fogyasztás esetében, ahol a Cramer V 0,175, azaz gyenge a kapcsolat. A kor növekedésével fordítottan arányos az elemek újratöltésének gyakorisága. Feltételezhető, hogy ez a fiatalabb korosztály nagyobb elektronikai cikk fogyasztása miatt alakul így.
- c. *Lakhely:* a budapesti válaszadókra kevésbé jellemzőek a környezettudatos cselekvések. Legnagyobb szignifikáns különbség a saját termelésű élelmiszer és a közlekedési szokások esetében figyelhető meg. A községben illetve falun lakó megkérdezettek jellemző a teljes mintára jellemző gyakoriságtól (42,47%) kiemelkedően magasabb arányban a saját termelésű élelmiszer fogyasztása (70,20%), illetve a vasúti közlekedés igénybevétele akár nyaralás során is. A szignifikáns különbségek ellenére csupán gyenge kapcsolatok mutathatók ki a többi változó esetében.
- d. *Iskolai végzettség:* az iskolai végzettség tekintetében is szignifikáns különbségek voltak mérhetőek. Az iskolai végzettség növekedésével egyenesen arányosan változik a környezettudatos viselkedések gyakorisága is, amelyek jelen kérdésnél is a befejezett főiskolai végzettség esetében a legmagasabbak. Ettől eltér a saját termelésű élelmiszer fogyasztása, amely a legalacsonyabb iskolázottság esetében a legjellemzőbb. Az egyetemi végzettséggel rendelkezők esetében meglepően alacsony értékeket kaptunk a nyaralásra vonatkozó változókra.
- e. *Gyermekek kora:* nem mutat szignifikáns különbséget a megvalósult viselkedések esetében.
- f. *Jövedelem:* alapvetően hasonló kép mutatkozik, mint a korábban bemutatásra került kérdések esetében. A magas és az alacsony jövedelemmel rendelkezőkre jellemzőbbek a megkérdezett magatartások, mint a közepes jövedelműekre.

#### 4. ÖSSZEFOGLALÁS

A főbb fogyasztási trendek és környezeti problémák iránti aggodalom vizsgálata kapcsán láthattuk, hogy a kutatások szerint mind globális szinten, mind pedig az Európai Unióban biztató jelek mutatkoznak a kedvezőtlen tendencia megfordítására. Ennek főbb okaiként részben a környezettudatosság növekedése, részben a válság okozta anyagi megfontolások említhetők meg. Jelen kutatásunk során arra kerestük a választ, hogy demográfiai bontásban milyen a magyar lakosság környezethez fűződő viszonya.

Eredményeik alapján a lakosságot leginkább aggasztó környezeti problémák megegyeznek az Eurobarometer 2007-es tanulmányában megemlíttettekkel. A problémák

súlyosság szerinti sorrendje azonban megváltozott. Kiemelt helyre kerül a természeti katasztrófák iránti aggodalom. Ez részben magyarázható azzal, hogy az adatfelvétel olyan időszakban készült, amikor a probléma iránti érzékenység hatványozottan jelen volt a társadalmunkban a magas csapadékmennyiség és ebből fakadó katasztrófák következtében.

A demográfiai bontás alapján megállapítható, hogy a víz- és levegőszennyezés, a klímaváltozás és az ember okozta katasztrófák nagyobb aggodalommal társulnak a fiatal, nagyobb településeken vagy a fővárosban élők, illetve a magasabb jövedelemmel és iskolai végzettséggel rendelkezők körében. A természeti katasztrófa ezzel szemben a kisebb településeken élő, alacsonyabb iskolai végzettségű és kevésbé tehetős személyeket nyugtalanítja jobban.

A környezeti indíttatású magatartás vonatkozásában az elmúlt három évben több változás is bekövetkezett. Részben átrendeződtek a leggyakrabban végzett cselekvések, így a környezetbarát közlekedés visszaesett az első helyről a harmadikra, a víz és energiafogyasztás a két legfontosabb cselekvések közé lépett elő. Részben pedig jelentős növekedés figyelhető meg a környezettudatos cselekvést folytatók arányában. Ezt a biztató tendenciát a korábban már vázolt gazdasági körülmények és fogyasztási tendencia tükrében is megvizsgáltuk. Kutatásunk során így kitértünk arra is, hogy az egyes cselekvések az anyagi és környezeti motívumok közül melyre vezethetők vissza. A válaszok alapján a magyar lakosság elsősorban takarékosági megfontolásokat követve szorítja korlátok közé fogyasztását. Valós környezeti motívumok csak a környezetbarát takarítószer vásárlása és a hulladék szelektív gyűjtése kapcsán jelentek meg.

Összegezve, a nemre, a lakhelyre és az iskolai végzettségre vonatkozó feltevéseinket sikerült igazolnunk az elemzések során. Ellentmondásos eredményekre jutottunk azonban a jövedelem befolyásoló hatásával kapcsolatban. Ennek további vizsgálatát tervezzük. A kvalitatív kutatás során feltárt családi befolyás szerepét nem sikerült igazolnunk.

## 5. IRODALOM

- 1) Ajzen, I. (1991), „The theory of planned behavior”, *Organisational Behavior and Human Decision Processes*, 50, pp. 179-211.
- 2) Ajzen, I. (2002), „Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior”, *Journal of Applied Social Psychology*, 32, pp. 665 - 683.
- 3) Hofmeister-Tóth, Á., Kelemen, K., Piskóti, M. (2009): „Changes in Consumer Behavior Patterns in the Light of Sustainability”, *Sustainable Consumption 2009 Conference*, Budapest.
- 4) Majláth, M. (2004): „A környezeti tudás és a környezetbarát fogyasztás kapcsolata”, *Magyar Tudomány Napja*, Budapest.
- 5) Meffert, H., Kirchgeorg, M. (szerk.), *Marktorientiertes Umweltmanagement. Grundlagen und Fallstudien*, Stuttgart, SCHÄFFER VERLAG, 1993
- 6) Nagy, Sz. (2005), *Környezettudatos Marketing*. Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Miskolc.
- 7) NationalGeographics, & Globescan (2009), *Greendex2009: Consumer Choice and the Environment - A Worldwide Tacking Survey*.

- 8) NationalGeographics, & Globescan (2010). *Greendex 2010: Consumer Choice and the Environment - A Worldwide Tracking Survey*.
- 9) Roberts, J. A. (1996), „Green consumers in the 1990s: profile and implications for advertising”, *Journal of Business Research*, 36(3), pp. 217-231.
- 10) UNEP (2001), *Fenntartható fogyasztási lehetőségek*, Genf.
- 11) Valkó, L. (2003), *Fenntartható/környezetbarát fogyasztás és a magyar lakosság környezeti tudata*. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Környezettudományi Intézet, Budapest.
- 12) Zsóka, Á. N. (2007): „A fenntartható fogyasztás alapfeltétele: a környezettudatos egyéni magatartás”, In: Gulyás, E., Vadovics, E. (szerk.), *Fenntartható fogyasztás Magyarországon 2007, Konferenciakötet*. Budapest.