

A fenntartható élelmiszerfogyasztás hazai jellemzőinek vizsgálata

Analysis of the characteristics of the sustainable food consumption in Hungary

KOVÁCS ILDIKÓ – LEHOTA JÓZSEF – KOMÁROMI NÁNDOR

A fenntartható élelmiszerfogyasztás a fenntartható fogyasztás kulcsterülete, melynek fogyasztói megítélését, valamint a fenntartható fogyasztással kapcsolatos ismereteket vizsgáltuk empirikus kutatásunkban. Tanulmányunkban továbbá a fenntartható élelmiszerfogyasztással kapcsolatos fogyasztói attitűdök és preferenciák vizsgálati eredményeit mutatjuk be. Kutatásunkat 2013-ban, országos kérdőíves felméréssel, 1038 15 év feletti válaszadó bevonásával, országos reprezentatív mintán végeztük. A kérdőíves megkérdezés során feltártuk, hogy a fenntartható élelmiszerfogyasztás jellemzői milyen szerepet töltenek be a fogyasztói döntések meghozatalában. Eredményeink alapján bemutatjuk a fenntartható fejlődéssel kapcsolatos fogyasztói vélekedéseket, és kiemelten a fenntartható élelmiszerfogyasztás jellemzőinek megítélését.

Kulcsszavak: fenntartható fogyasztás, empirikus vizsgálat, terméktulajdonságok

Sustainable food consumption is a key area of sustainable consumption. The consumer perception of sustainable food consumption and the knowledge related to sustainable consumption were examined in our empirical research. Our study also shows the results about consumer attitudes and preferences related to sustainable food consumption. Our research is based on a nationwide questionnaire survey conducted in 2013 with 1038 respondents over 15 years of age involving a nationally representative sample. We explored in the survey what role the characteristics of sustainable food consumption play in making consumer decisions. On the basis of our results, we present consumer beliefs related to sustainable development, and especially the perception of the characteristics of sustainable food consumption.

Keywords: sustainable consumption, empirical analysis, product characteristics

1. Bevezetés

A fenntartható élelmiszerfogyasztás jelentős súllyal járul hozzá a fenntartható fejlődés elősegítéséhez, ezért kiemelten fontos az ezzel összefüggő fogyasztói attitűdök és általános ismeretek feltárása. Az utóbbi évek több hazai kutatása járta körbe és bizonyította a társadalmilag tudatos fogyasztói attitűdök erősödését, és megjelentek olyan hazai fogyasztói csoportok, amelyek a fenntartható fogyasztás elvei iránt elkötelezettek (TVE, 2010; LEHOTA et al., 2013; KOVÁCS, 2015).

Az élelmiszer-fogyasztás jellegzetessége, hogy nem helyettesíthető más fogyasztási területtel, mindennapi életünk fenntartásához járul hozzá, emellett nem csupán a fogyasztók egészségét és jólétét határozza meg a megfelelő táplálkozás, hanem az étrendnek meghatározó szerepe van a fenntarthatóság elérésében is (VETŐNÉ MÓZNER, 2014). LOREK és SPANGENBERG (2001a; 2001b) rámutatott arra, hogy a háztartások szignifikáns módon közvetlen hatást gyakorolnak éppen azon a három fogyasztási területen (élelmiszer-fogyasztás, közlekedés és a lakásfenntartás, illetve energiahasználat), amelyeknek a legnagyobb a környezetterhelése. Több tanulmány is bizonyította, hogy az élelmiszer-fogyasztás az egyik legnagyobb környezetterheléssel járó fogyasztási terület (DRUCKMAN – JACKSON, 2010; THØGERSEN, 2005; REISCH et al., 2013). Az EU-ban 2010-ben az élelmiszer-fogyasztás és termelés voltak az összes környezeti hatás 20-30%-áért felelősek, amely hatások éghajlatváltozáshoz, a levegő- és vízszennyezéshez, valamint szárazsághoz és talajerózióhoz vezethetnek. A WWF (2016) a szükséges változásokra hívja fel a figyelmet, és az élelmiszer-fogyasztás és termelés radikális csökkentésének szükségességét hangsúlyozza. Kiemeli a fenntartható élelmiszerfogyasztás előmozdításának fogyasztó-központú átmeneti lehetőségeit.

Az EURÓPAI BIZOTTSÁG (2011) három trendet emel ki az európai élelmiszer-fogyasztásra: az egyre változatosabb élelmiszerfogyasztás, a változó fogyasztói szokások, valamint a divergencia a gazdagok és a szegények étrendje között. Azok a tényezők, amelyek az élelmiszer-választékot befolyásolják a biológiai és a gazdasági tényezők mellett: a fizikai jellemzők (könnyű hozzáférés, oktatás, különleges jellemzők, időbeli korlátok), társadalmi tényezők (kultúra, család, korcsoportnyomás, étrend), pszichológiai tényezők (hangulat, stressz, büntudat), attitűdök, hiedelmek és az élelmiszerekkel kapcsolatos ismeretek.

Korábban több hazai tanulmány is készült a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának ismeretére és elfogadottságára vonatkozóan, melyek azt a megállapítást tették, hogy a hazai fogyasztók bíznak fogyasztásaik társadalmi hatásaiban. A Tudatos Vásárlók Egyesülete – TVE (2005) szerint a magyar fogyasztók közel fele, 47%-a úgy véli, hogy vásárlói döntésével képes befolyásolni a vállalatokat. KOVÁCS (2015) eredményei alapján megállapíthatóvá vált, hogy a fogyasztók nagy része (61%) bízik fogyasztása társadalmi hatásaiban, és amennyiben nem, annak oka nem a szkeptikusság, hanem inkább a megfelelő informáltság hiánya. Nemzetközi összehasonlításokat is bemutat a NIELSEN 2014-ben készült felmérése, melynek eredményei szerint a magyar fogyasztók az európai átlag felett hisznek fogyasztásuk vállalatokra gyakorolt hatásában.

Az áttérés az egészségesebb, inkább környezetbarát és társadalmilag igazságos élelmiszer-fogyasztásra közvetlenül az egyén egészségét és jólétét is meghatározza, ezért elfogadott alternatívát jelent a fogyasztók számára. A fenntartható élelmiszerfogyasztásra való törekvés lényeges eleme az egészségre tett hatások figyelembevétele (VETŐNÉ MÓZNER, 2014), és habár az egészségre kedvező hatású és a környezeti hatások szempontjából is kedvező étrend sok hasonlóságot mutathat egymással, azonban nem egyértelmű, hogy minden esetben csökken-e a teljes környezeti hatás, amennyiben egészségesebben fogyasztunk (VETŐNÉ MÓZNER, 2014). DUCHIN (2005) definíciója szerint az az étrend fenntartható, amelynek viszonylag alacsony a környezeti hatása, és az egészség megőrzését segíti. A TVE kutatása (2014) kiemeli a helyi termelők választását, a szezonális zöldségek és gyümölcsök fogyasztását, a pazarlás csökkentését, az egészséges étrendre való törekvést, az etikus termelők támogatását, az elfeledett és ritkábban használt zöldségek vásárlását, a

biotermékek vásárlását, a húsmentes étrendre való törekvést, az otthon főzésre való törekvést, a tudás továbbadását és az ételek valódi árában való gondolkodást.

Az élelmiszer-fogyasztás környezeti hatásait vizsgáló nemzetközi szakirodalomban a fenntartható élelmiszerfogyasztás fogalma több helyen is megjelenik, mint elérni kívánt állapot és cél, a fenntartható fogyasztás elveinek az élelmiszer-fogyasztás területén való alkalmazásként. ERDMANN és szerzőtársai (1999) összegyűjtötték azokat a feltételeket, amelyeknek teljesülniük kellene ahhoz, hogy az élelmiszer-fogyasztás fenntartható legyen. Négy dimenzió alapján csoportosította a legfontosabb tényezőket: gazdasági, társadalmi, egészségügyi és ökológiai szempontok együttes figyelembevétele adja meg a fenntartható élelmiszer-fogyasztás jellemzőit.

A vállalatok társadalmi felelősségvállalásának programjai elősegítetik a korábbi fogyasztási minták megváltoztatását, és afelé irányíthatják fogyasztóikat, hogy olyan termékeket válasszanak, amelyek kisebb társadalmi terheléssel járnak, vagy társadalmi szempontból előnyösek, esetleg csökkentseik fogyasztásukat.

2. Anyag és módszer

A kvantitatív kutatás 2013-ban országos kérdőíves felméréssel, 1038 15 év feletti válaszadó bevonásával történt. A kérdezést piackutató cég hajtotta végre, mintavételi módszerként a véletlen séta elvét alkalmazva. A településeket, a házat, a lakást, a lakásban a megkérdezett személyt véletlen módon választották ki (véletlenszám-táblázat, születési dátum módszer).

A reprezentativitás biztosítása érdekében a mintát többdimenziós súlyozással a nem és a lakóhely településtípusa jellemzőkre korrigáltuk, így a minta ezek alapján tükrözi az alapsokaság (a 15 év feletti hazai fogyasztók) összetételét.

A kérdőíves megkérdezés során célunk volt feltárni, hogy a fenntartható élelmiszerfogyasztás jellemzői milyen szerepet töltenek be a fogyasztói döntések meghozatalában. A kérdőív kérdéscsoportokat tartalmazott a fenntartható fejlődéssel kapcsolatos véleményekről, emellett kiemelten a fenntartható élelmiszerfogyasztás jellemzőiről. A fenntartható fogyasztás fontosságát és a vállalatok részvételét a fenntartható fogyasztás elterjedésében, valamint ezek fogyasztói megítélését közvetlen kérdésekkel is vizsgáltuk.

3. Eredmények

Kutatásunk eredményei bemutatják, hogy a fenntartható élelmiszerfogyasztás jellemzői milyen hatással vannak a fogyasztói döntések meghozatalára, feltárják a fenntartható fogyasztás érdekében tett fogyasztói erőfeszítéseket, valamint a fenntartható élelmiszerfogyasztás területeinek fogyasztói megítélését. Korábbi kutatási eredmények alapján feltételeztük, hogy a hazai fogyasztók véleménye alapján a leginkább elfogadottak a környezet védelmével összefüggésbe hozható jellemzők, illetve bíznak abban, hogy vásárlási döntéseiken keresztül képesek hatást gyakorolni a fenntartható fejlődésre.

3.1. A fenntartható fogyasztás érdekében tett fogyasztói erőfeszítések

Kutatásunk során elsőként a fogyasztás fenntartható fejlődésre való hatásának megítélését, illetve azt vizsgáltuk, hogy melyek azok az erőfeszítések, amelyeket a hazai fogyasztók a fenntartható fogyasztás érdekében tesznek.

A kapott válaszokat elemezve megállapítható, hogy a hazai fogyasztók többsége nem bízik abban, hogy vásárlási döntésein keresztül képes lenne hatást gyakorolni a fenntartható fejlődésre. A válaszadók 39 százaléka személyesen is megtesz minden tőle telhetőt, ezen belül pedig 12 százalékuk környezetét is igyekszik befolyásolni és hasonló hozzáállásra buzdítani. Csupán a fogyasztók 18,1 százaléka az, aki nem hisz abban, hogy bármit is tudna tenni a fenntartható fejlődés érdekében, és

ezért nem is foglalkozik vele. Vizsgálva a fenntarthatóság érdekében tett erőfeszítéseket, arra voltunk kíváncsiak, hogy melyek azok, amelyeket a jövőben biztosan megtennének a hazai fogyasztók.

1. táblázat: A fenntarthatóság érdekében tett személyes erőfeszítések

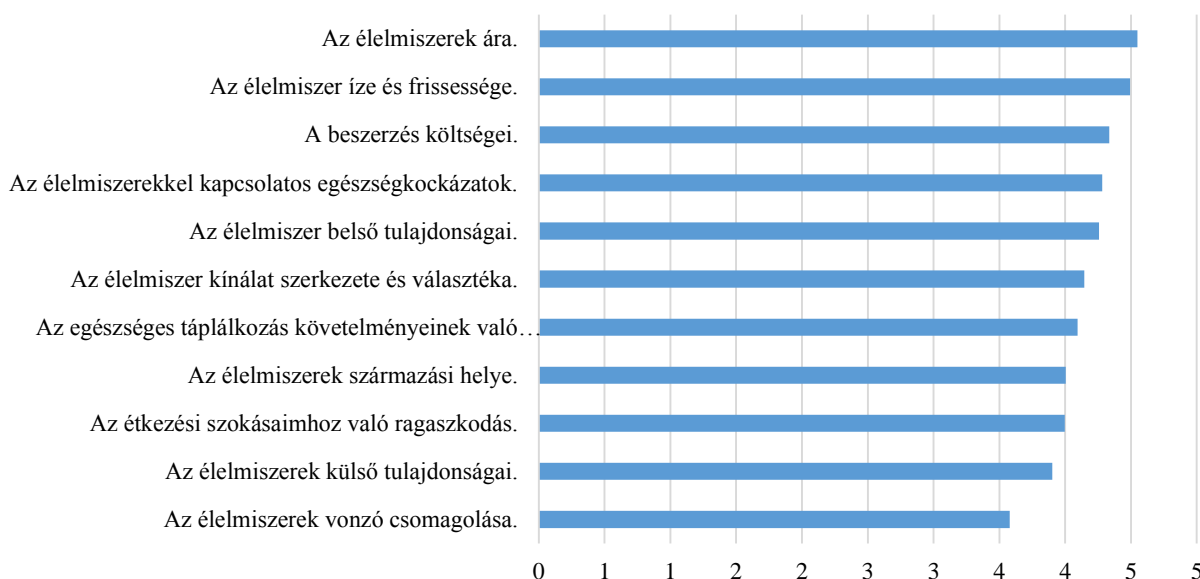
Válaszlehetőségek	Fő	Az igen válaszok megoszlása (%)
Lekapcsolok minden szükségtelen világítást, és nem hagyom készenléti üzemmódban a készülékeket	947	91,2
Hagyományos izzók energiatakarékosra történő cseréje	803	77,4
Előnyben részesítem a helyi előállítású / természetű termékeket	740	71,3
Munkába járáshoz tömegközlekedést veszek igénybe vagy kerékpározok	649	62,5
Újrahasznosítok, ahol van rá mód	630	60,7
Környezetbarát termékeket vásárolok	602	58,0
Falak hőszigetelése	379	36,5
Előnyben részesítem a bio élelmiszereket	312	30,1
Kevesebb állati eredetű élelmiszert fogyasztok	263	25,3
Önkéntes munkát végzek egy civil szervezet számára	140	13,5
Egyik sem	15	1,4

Forrás: Saját kutatás, 2013, n=1038

A „melyek azok a tevékenységek, amelyeket Ön a közeljövőben személyesen is biztosan megtenne a fenntartható fejlődés elősegítése érdekében?” – kérdésre adott válaszok eredményeit az *1. táblázatban* mutatjuk be, amelyben jól látszik, hogy a fenntarthatóság érdekében tett erőfeszítések sorrendje alapján leginkább az energiatakarékosságra való törekvés több formája, valamint az újrahasznosítás elterjedt, emellett megjelenik a helyi előállítású / természetű termékek előnyben részesítése és a környezetbarát termékek vásárlása. Szintén nagy elfogadottságot mutat a munkába járáshoz tömegközlekedés igénybevétele vagy a kerékpárhasználat. A bioélelmiszerek előnyben részesítése, illetve az állati eredetű élelmiszerek fogyasztásának visszafogása, valamint az önkéntes munkavégzés már csak a válaszadók kisebb hányadára igaz.

Az élelmiszerek jellemzőivel kapcsolatos preferenciákat vizsgálva megállapítható, hogy az élelmiszer-fogyasztás során mely jellemzők emelkednek ki. Eredményeinket az *1. ábra* mutatja be. A megkérdezés során a válaszadóknak különböző jellemzőket soroltunk fel, és arra kértük őket, hogy mondják el, melyek azok a jellemzők, amelyeket fontosnak tartanak (egyáltalán nem fontos, inkább nem fontos, semleges, inkább fontos, nagyon fontos). Megállapításunk szerint – bár a hagyományos termékjellemzők kiemelkedő jelentőséggel bírnak (ár, íz és frissesség, a beszerzés költségei) – több etikus termékjellemző is magas fontossági értékelést kapott: pl. az egészséges táplálkozás és az élelmiszerek származási helye. A fogyasztók által preferált tulajdonságok között tehát a hagyományos termékjellemzők mellett etikus jellemzők is megjelennek.

1. ábra: Kiemelkedő terméktulajdonságok az élelmiszerfogyasztásban



Forrás: Saját kutatás, 2013, n=1038

Felmérésünk szerint a rendszeresen vásárolt termékek gyártóinak fenntartható fejlődés érdekében tett erőfeszítéseit a hazai fogyasztók 5,4%-a rendszeresen, 43,8%-a pedig csak néha követi nyomon. A válaszadók fele vallotta úgy, hogy soha sem figyel erre a szempontra vásárlásai során. A termékcsomagoláson megjelenő termékinformációk hatása a fogyasztói döntésekre erősebbnek bizonyul, mint más kommunikációs csatornáké.

3.2. A fenntartható élelmiszerfogyasztás területeinek fogyasztói megítélése

A fenntartható élelmiszerfogyasztással kapcsolatosan a kutatás kérdőívében 24 állítást fogalmaztunk meg, és arra kértük a válaszadókat, hogy ötfokú skála segítségével határozzák meg, mennyire értenek egyet az adott állítással (a skála elemei: 1=egyáltalán nem jellemző, 5=nagyon jellemző). A „mennyire jellemzőek az alábbi állítások Önre és háztartására vonatkozóan?” – kérdésre adott válaszok átlag, szórás és ferdeség értékei a 2. táblázatban láthatók.

A fenntartható élelmiszerfogyasztás megjelenési formái közül leginkább jellemző és fontos, illetve nagyon fontos átlagos értékeket mutató, és ferdeségi értékei alapján is inkább jellemző megjelenési formák a közeli, illetve a helyi boltban való vásárlás, a gyalog vagy kerékpárral történő bevásárlás, a szezonális élelmiszerek előnyben részesítése, az élelmiszerek főzése során az energiatakarékosságra való törekvés, valamint a zöldség- és gyümölcsfogyasztás növelése, különösen a főszezonban.

2. táblázat: A fenntartható élelmiszerfogyasztással kapcsolatos jellemzők

Állítások	Átlag	Szórás	Ferdeség
A közeli, illetve a helyi boltban vásárolok.	4,199	0,967	-1,125
Gyalog vagy kerékpárral járok bevásárolni.	3,952	1,288	-1,056
A szezonális élelmiszereket részesítem előnyben.	3,947	0,993	-0,444
Az élelmiszerek főzése során törekszem az energiatakarékosságra.	3,883	1,115	-0,026
Növelem a zöldség- és gyümölcsfogyasztást, különösen a főszezonban.	3,878	1,061	-0,788
Csökkentem az élelmiszerhulladékok és veszteségét mennyiségét.	3,691	1,104	-0,314
A helyben termelt és feldolgozott élelmiszereket részesítem előnyben	3,676	1,111	-0,094
Az állat-jóléti előírásoknak megfelelő állati termékeket vásárolok.	3,568	1,785	1,284
Csökkentem a távoli országokból származó élelmiszerek vásárlását.	3,535	1,162	0,042
Méltányos kereskedelemről származó, fair-trade élelmiszereket vásárolok.	3,532	2,239	1,251
A szabadon tartott állatok termékeit (tojás, tej, hús) vásárolok.	3,448	1,477	0,860
A helyi piacon, termelői piacon, illetve vásárcsarnokban vásárolok.	3,382	1,206	-0,417
Több baromfi és halhúst fogyasztok.	3,283	1,176	-0,290
Egyre több márkázott (kereskedői és gyártói) élelmiszert vásárolok.	3,194	1,152	0,459
Csökkentem az alacsony táplálkozási értékű élelmiszerek és italok fogyasztását.	3,187	1,232	-0,146
Több személyre, több napra készítem el a főtt ételeket.	3,169	1,490	0,396
Csökkentem a palackozott ásványvizek fogyasztását.	3,040	1,446	0,237
Környezetbarát étrendet követek.	3,014	1,351	0,933
Csökkentem az élelmiszerfogyasztásomat.	2,846	1,327	0,147
Csökkentem a hús és tejtermékek fogyasztását.	2,585	1,194	0,197
Saját magam termelem meg az élelmiszerek egy részét.	2,573	1,528	0,427
Öko- és bioélelmiszereket vásárolok.	2,169	1,240	0,678
Vegetáriánus (vegan, ovo, lakto, ovo-lakto, szemivegetarianizmus).	1,611	1,035	1,492
Interneten keresztül szerezem be az élelmiszereket.	1,507	0,990	1,801

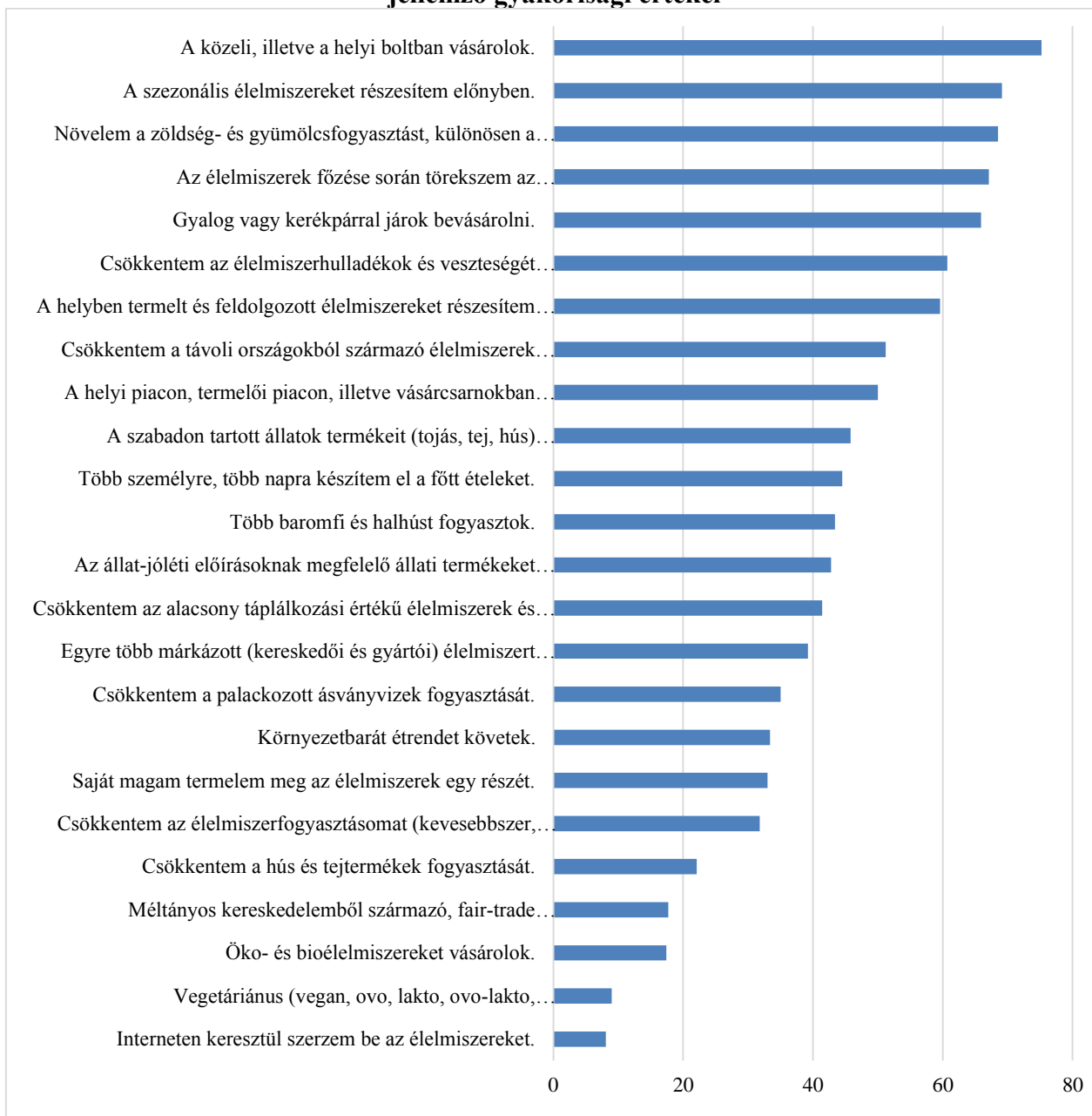
Forrás: Saját kutatás, 2013, n=1038

A 2. ábra a fenntartható élelmiszerfogyasztás megjelenési formáinak jellemző és nagyon jellemző válaszainak gyakoriságát mutatja, amelyen jól látható, hogy az élelmiszerfogyasztás csökkentése, a vegetáriánus táplálkozás, valamint az öko- és bioélelmiszerek vásárlása a legkevésbé jellemző megjelenési formák, amelyet ferdeségi értékeik még inkább hangsúlyoznak.

A fogyasztók túlnyomó többségére jellemző (inkább jellemző vagy nagyon jellemző) az, hogy: a közeli, illetve a helyi boltban vásárol (75%), a szezonális élelmiszereket részesíti előnyben (69%), növeli a zöldség- és gyümölcsfogyasztást, különösen a főszezonban (69%), az élelmiszerek főzése során törekszik az energiatakarékosságra (67%), gyalog vagy kerékpárral jár bevásárolni (66%).

Legkevésbé jellemző megjelenési formák az öko- és bioélelmiszerek vásárlása (17%), vegetáriánus táplálkozás (9%), és az élelmiszerek interneten keresztül való beszerzése, amely csupán mindössze a fogyasztók 8%-ára jellemző.

2. ábra: A fenntartható ételkészítés megjelenési formáinak jellemző és nagyon jellemző gyakorisági értékei



Forrás: Saját kutatás, 2013, n=1038

Összegezve megállapítható, hogy a hazai fogyasztók fenntarthatósághoz a fogyasztáson keresztül történő hozzájárulásukat illetően kevésbé bizakodóak, és leginkább a környezetterhelés csökkentését tartják szem előtt. Felmérésünk rávilágított arra, hogy több etikus termékjellemző is kiemelkedő fontossággal bír az ételvásárlások során, mint például az egészséges táplálkozást elősegítő termékek, és az élelmiszerek származási helye. Korábbi hazai kutatások eredményei (GULYÁS, 2008; KOVÁCS, 2015) hasonlóképp a környezet iránti elkötelezettséget mutatták ki legfontosabb jellemzőként.

A vegetáriánus táplálkozás, az öko- és bioélelmiszerek vásárlása, a hús és tejtermékek fogyasztásának csökkentése, és az ételkészítés általában való csökkentése a fogyasztók rendkívül kis hányada számára elfogadott.

KOVÁCS (2015) eredményei szerint hasonlóképpen, a Magyarországon gyártott vagy helyi termékek vásárlása, a lakó- vagy munkahelyhez közeli vásárlás, valamint a fogyasztás csökkentése a hulladék mennyiségének visszaszorítására a társadalmilag tudatos fogyasztói magatartás jellemzői között kiemelkedő jelentőségűek.

4. Következtetések

A kvantitatív kutatás eredményein keresztül megerősítést nyert, hogy a magyar fogyasztók élelmiszerfogyasztási szokásai még mindig a tradicionális elvet követik, a klasszikus értékek (az élelmiszerek ára, íze és frissessége, a beszerzés költségei) fontosabbnak bizonyulnak, mint például az élelmiszerekkel kapcsolatos egészségkockázatok vagy az élelmiszerek származási helye.

Hipotéziseink alapján a környezet védelmével összefüggésbe hozható jellemzők a leginkább elfogadottak, és a hazai fogyasztók bíznak abban, hogy vásárlási döntéseiken keresztül képesek hatást gyakorolni a fenntartható fejlődésre. Hipotéziseinket eredményeinkkel igazolni tudtuk, azonban fontos megjegyezni, hogy a fenntartható élelmiszerfogyasztás jellemzőin belül mára előtérbe kerülnek a környezettudatos fogyasztás jellemzői mellett az etikus termékjellemzők is, mint például az egészséges táplálkozás szempontjainak előtérbe helyezése vagy az élelmiszerek származási helyének figyelemmel kísérése. Ezek mellett a jellemzők mellett jelentősen elmaradnak a fenntartható élelmiszerfogyasztás fő pilléreiként kiemelt vegetáriánus táplálkozás, az öko- és bioélelmiszerek vásárlása, a hús- és tejtermékek fogyasztásának csökkentése, és az élelmiszerfogyasztás általában való csökkentése.

5. Összefoglalás

Tanulmányunkban a fenntartható élelmiszerfogyasztással kapcsolatos fogyasztói attitűdöket és preferenciákat vizsgáltuk. A felmérést 2013-ban országos reprezentatív mintán végeztük. Kutatásunk eredményei alapján a hazai fogyasztók a fenntartható fogyasztással kapcsolatban pozitív attitűdöket mutatnak, és nemzetközi összehasonlításban is magas a környezet védelmére ható jellemzők elfogadottsága. Fontos megállapítás emellett, hogy az élelmiszerek vásárlásával kapcsolatos jellemzők közül az élelmiszerek belső tulajdonságai, származási helye, valamint az egészséges táplálkozás fontossága előtérbe került.

Megállapításaink szerint az élelmiszervásárlással kapcsolatos fogyasztói döntésekben a hagyományos termékjellemzők – az ár, az íz, a frissesség, a beszerzés költségei – kiemelkedő jelentőséggel bírnak, ezek mellett több etikus termékjellemző: az egészséges táplálkozás és az élelmiszerek származási helyének figyelembe vétele fontosnak bizonyult. Tanulmányunkban rávilágítottunk arra, hogy a fenntarthatóság érdekében tett erőfeszítések közül leginkább az energiatakarékosságra való törekvés, az újrahasznosítás, a helyi előállítású/termesztésű termékek vásárlásának előnyben részesítése, valamint a környezetbarát termékek vásárlása elterjedt.

Irodalomjegyzék

- Druckman, A. – Jackson, T. (2010): The bare necessities: How much household carbon do we really need? *Ecological Economics*. 69 (9) 1794-1804.
- Duchin, F. (2005): Sustainable Consumption of Food: A Framework for Analyzing Scenarios about Changes in Diets. *Journal of Industrial Ecology*. 9 (1-2) 99-114.
- Erdmann, L. – Sohr, S. – Behrendt, S. – Kreibich, R. (1999): Nachhaltigkeit und Ernährung. Werkstattbericht Nr. 57. Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung, Berlin.
- SUFO:TROP Sustainable Food Consumption: Trends and Opportunities. http://www.academia.edu/1552645/SUFO_TROP_Sustainable_Food_Consumption_Trends_and_Opportunities (Letöltés dátuma: 2016. ápr. 2.)

- Európai Bizottság (2011): Standing Committee on Agricultural Research (SCAR). Sustainable food consumption and production in a resource-constrained world. https://ec.europa.eu/research/agriculture/scar/pdf/scar_feg_ultimate_version.pdf, 148 p. (Letöltés dátuma: 2016. febr. 2.)
- Gulyás, E. (2008): Az etikus fogyasztás értelmezései. *Szociológiai Szemle*. 19 (1) 106-127.
- Kovács, I. (2015): A társadalmilag felelős fogyasztói magatartás jellemzőinek vizsgálata. Doktori (PhD) értekezés. Szent István Egyetem, Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Doktori Iskola, Gödöllő
- Lehota, J. – Horváth, Á. – Rácz, G. (2013): A potenciális LOHAS fogyasztók megjelenése Magyarországon. *Marketing és Menedzsment*. 47 (4) 36-53.
- Lorek, S. – Spangenberg, J. H. (2001a): Sustainable Consumption within a Sustainable Economy – debunking buzzwords to develop the content. <http://grf-spc.weebly.com/uploads/2/1/3/3/21333498/grf-2012-rio-lorek-spangenberg.pdf> (Letöltés dátuma: 2016. ápr. 2.)
- Lorek, S. – Spangenberg, J. H. (2001b): Indicators for environmentally sustainable household consumption. *International Journal of Sustainable Development*. 4 (1) 101-120.
- Nielsen (2014). Társadalmi felelősségvállalás és fogyasztói döntés. URL: <http://hu.nielsen.com/site/20140619.shtml> (Letöltés dátuma: 2016. április 2.)
- Reisch, L. – Eberle, U. – Lorek, S. (2013): Sustainable food consumption: an overview of contemporary issues and policies. *Sustainability: Science, Practice, & Policy*. 9 (2) 7-25.
- Thøgersen, J. (2005): How may consumer policy empower consumers for sustainable lifestyles? *Journal of Consumer Policy*. 28 (2) 143-177.
- TVE (2005): Etikus fogyasztói attitűdök Magyarországon. URL: <http://tudatosvasarlo.hu/sites/default/files/etfogyattitud2.1.pdf> (Letöltés dátuma: 2016. jan. 16.)
- TVE (2014): 10 lépés a fenntartható élelmiszerfogyasztás felé. <http://tudatosvasarlo.hu/cikk/10-lepes-fenntarthato-elelmiszerfogyasztas-fele> (Letöltés dátuma: 2016. febr. 2.)
- TVE (2010): A magyar felnőtt lakosság fenntartható fogyasztással kapcsolatos tudása és cselekvési attitűdjei. Tudatos Vásárlók Egyesülete, Budapest
- Vetőné Mózner, Zs. (2014): Fenntartható élelmiszer-fogyasztás? – Lehetőségek az ökológiai lábnyom csökkentésére a magyar lakosság körében. *Vezetéstudomány*. 45 (7-8) 2-14.
- WWF (2016): Sustainable Food Consumption. http://www.wwf.eu/what_we_do/natural_resources/consumption/ (Letöltés dátuma: 2016. febr. 2.)