

OTDK-dolgozat

2025

**Miskolci Egyetem
Gazdaságtudományi Kar**

A fogyasztói tudás ereje a fenntartható célok megvalósításában

The power of consumer knowledge to achieve sustainable goals

Tóbis Anita Orsolya

Konzulens: Dr. Bartha Zoltán
egyetemi docens

Kézirat lezárásának dátuma: 2024. november 29.

Tartalomjegyzék

1. BEVEZETÉS.....	1
1.1. A TÉMA ÁLTALÁNOS ISMERTETÉSE	1
1.2. A TÉMA KIVÁLASZTÁSÁNAK ELŐZMÉNYEI, CÉLKITŰZÉS.....	2
1.3. A KUTATÁS, A DOLGOZAT FELÉPÍTÉSE ÉS A KUTATÁSI MÓDSZER	2
2. FENNTARTHATÓSÁG.....	4
2.1. FENNTARTHATÓSÁG JELENTŐSSÉGE NAPJAINKBAN	4
2.2. FENNTARTHATÓ GAZDASÁGI FEJLŐDÉS	5
2.3. A FENNTARTHATÓSÁG ENSZ-FÉLE 17 PONTJA.....	7
2.4. GAZDASÁFI SZEREPLŐK A FENNTARTHATÓSÁGÉRT	8
3. FOGYASZTÓI VISELKEDÉST KUTATÓ MODELLEK	10
3.1. TPB MODELL	10
3.1.1. AJZEN FÉLE TPB MODELL	10
3.1.2. KIEGÉSZÍTETT TPB MODELL	11
3.1.3. FELMERÜLT PROBLÉMÁK A TPB MODELL HASZNÁLATAKOR	12
3.2. KAP MODELL.....	12
3.2.1. A KAP MODELL ISMERTETÉSE.....	12
3.2.2. A KAP MODELL HIÁNYOSSÁGAI.....	13
3.3. VBN ELMÉLET.....	14
3.3.1. A VBN MODELL ISMERTETÉSE	14
3.3.2. VBN HASZNÁLATÁNAK NEGATÍVÁI WTP ELEMZÉSKOR	15
3.4. VAB MODEL	15
3.4.1. A VAB MODEL ISMERTETÉSE	15
3.4.2. VAB MODELL HASZNÁLATÁNAK KORLÁTAI	15
3.5. VZSGÁLT MODELLEK- ÖSSZEGZÉS.....	15
4. KUTATÁSI KÉRDÉS, PRIMER KUTATÁS	17
4.1. KUTATÁSI MÓDSZERTAN ISMERTETÉSE	17
4.2. KUTATÁSBAN HASZNÁLT IPARÁGAK MEGHATÁROZÁSA	18
4.3. A TUDÁS MÉRÉSÉRE HASZNÁLT TÉNYEK MEGHATÁROZÁSA	19
4.3. A KUTATÁSI KÉRDÉS ÉS HIPOTÉZISEK FELÁLLÍTÁSA	20
5. KÉRDŐÍV, HIPOTÉZISEK VIZSGÁLATA	20
5.1. KÉRDŐÍVES KUTATÁS ÁLTALÁNOS INFORMÁCIÓI.....	20
5.2. HIPOTÉZISEK VIZSGÁLATA A KÉRDŐÍV SEGÍTSÉGÉVEL	21
5.2.1. A VIZSGÁLT MODELL KIALAKÍTÁSA: ELŐKÉSZÜLETEK, TESZTEK ÉS FAKTOR ANALÍZIS	21
5.2.2. A FOGYASZTÓI DÖNTÉS HÁTTÉRÉBEN REJLŐ ÖSSZETETTSÉG: A TPB MODELL TÉNYEZŐINEK ÉS A FIZETÉSI HAJLANDÓSÁGNAK VIZSGÁLATA.....	22
5.2.3. AGGÓDUNK TEHÁT CSELEKSZÜNK? – A FENNTARTHATÓSÁGGAL KAPCSOLATOS AGGODALOM ÉS A FIZETÉSI HAJLANDÓSÁG VIZSGÁLATA.....	24
5.2.4. A TUDÁS EREJE- A FIZETÉSI HAJLANDÓSÁG ÉS A TUDÁS KÖZÖTTI KAPCSOLAT VIZSGÁLATA.....	25
6. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLAT	28
7. ÖSSZEFOGLALÁS	30
IRODALOMJEGYZÉK.....	32
MELLÉKLET	34

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra- Kutatási folyamat	3
2. ábra-Felmelegedés hatása	5
3. ábra- ENSZ fenntartható fejlődési célok	7
4. ábra-Gazdasági szereplők a fenntartható fejlődési célokért	9
5. ábra -TPB modell	10
6. ábra- Kiegészített TPB modell	11
7. ábra -KAB modell	13
8. ábra -VBN modell	14
9. ábra- Vizsgált modellek.....	16
10. ábra- Kutatási modell	18
11. ábra- Kutatásban felhasznált posztterek	19
12. ábra Válaszadók megoszlása	21
13. ábra- Kapcsolat az iparágak között.....	22
14. ábra- A fenntarthatósági aggodalom 3 kérdése közötti kapcsolat	22
15. ábra- Fizetési hajlandóság és különböző tényezők közötti kapcsolat.....	23
16. ábra- Kapcsolat az aggodalom és a fizetési hajlandóság között.....	25
17. ábra- Páros T-póba: WTP% változás a tudás hatására.....	26
18. ábra- A poszttereken látott tények ismertsége	27
19. ábra- Kutatás eredménye (a fizetési hajlandóság %- os változása	31

1.BEVEZETÉS

1.1.A TÉMA ÁLTALÁNOS ISMERTETÉSE

Kutatásom napjaink két különösen izgalmas témáját- az emberi viselkedést és fenntarthatóságot- kombinálja. Mindkét témában több ezer kutatás lát napvilágot évente, így bizonyosan állíthatjuk szükséges és érdemes a témákkal foglalkozni.

Kutatásomban arra keresem a választ, hogy befolyással van-e a fenntarthatósággal kapcsolatos tudás a fizetési hajlandóságra. Az olvasóban is biztos felmerült már ez a gondolat: „Ha tudtam volna, nem veszem meg”. Közgazdasági alapdogma, hogy egy tudatos vásárló máshogy kezeli a kiadásokat és a költségeket vásárlása során, mint egy olyan vásárló, aki nincs minden információnak a birtokában. Én arra kerestem a választ, hogy ez a fajta kapcsolat akkor is fennáll-e, ha a többlettudás specifikusan a fenntarthatósággal áll kapcsolatban, és a többletköltség pedig egy fenntarthatóbb termelés megvalósítását teszi lehetővé.

A fenntarthatóság, mint fogalom, futótűzként terjedt az elmúlt évtizedekben. Kutatások bizonyítják, hogy az éghajlati felmelegedés és az azzal összefüggésbe hozható katasztrófák ember okozta problémák. Pontosan ezért lényeges minél hatékonyabban és gyorsabban lépni és megállítani a felmelegedést, mielőtt az még súlyosabb problémákhoz vezet. Kiterjesztett értelmezésben a fenntarthatóság nem csak a környezettel, de az emberi jogokkal, biztonsággal és egészséggel is foglalkozik

Jelen kutatásban 5 szereplőt határoztam meg, akik tehetnek azért, hogy a fenntartható gazdaság ne csak egy cél, hanem valóság legyen: az állami szerveket, az oktatási és kutatói intézeteket, a nonprofit szervezeteket (NGO-k), a vállalatokat és a fogyasztókat. Mindegyik szereplő a maga módján hozzá tud tenni az ENSZ fenntartható fejlődési céljainak a megvalósításához. Tehát a fogyasztók is elemei ennek, és emiatt tartom fontosnak elemezni a fogyasztói magatartást.

Habár számos publikáció született a fogyasztói magatartás vizsgálatáról, nem találtam olyan eredményt, ami Magyarország fogyasztóit vizsgálva bemutatná, hogy a tudásnak mekkora és milyen irányú ereje van egy fenntartható termelés megvalósításában, így jelen dolgozattal ezt a kutatási rést szerettem volna betölteni.

1.2.A TÉMA KIVÁLASZTÁSÁNAK ELŐZMÉNYEI, CÉLKITŰZÉS

A téma gondolata először Guillaume Pitron Ritkafémek háborúja (Pitron, 2020) című könyvének olvasása közben merült fel bennem. Maga a könyv számos olyan információval volt tele, ami meghökkentett, és rávilágított milyen lényeges akadályok vannak az emberiség előtt, mielőtt világszinten elérhetné a fenntartható gazdaságot. Különösen mély nyomot hagyott bennem a bányászati kitermelés emberi egészségre való kockázata. Így megfogadtam, hogy tudatosabban fogok vásárolni, és habár kis mértékben, de törekszem hozzájárulni a fenntarthatóbb termelés megvalósításához. Röviden szólva: befolyásolt a tudás ereje és tudatosabb vásárló lettem ezáltal. Így fogalmazódott meg bennem a kérdés: vajon más magyar fogyasztóra is hatással lehetnek a való életben megtörtént események vagy statisztikai adatok ismerete?

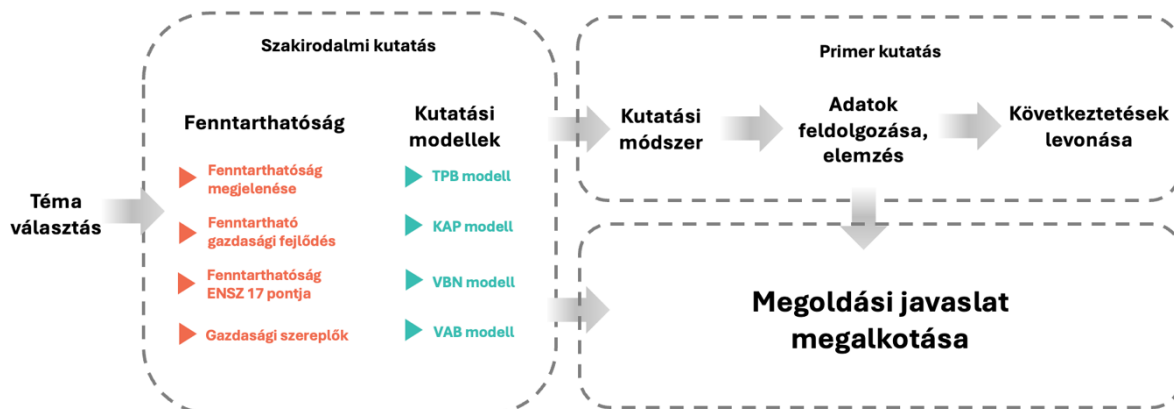
A gondolatot tovább vittem és a témát szűkítettem, megalkotva a végleges dolgozatom kutatási témáját. A következő pár fejezettel célom rámutatni, hogy a fenntartható termeléssel kapcsolatos adatok ismerete hogyan hat a magyar fogyasztókra. Kutatásom végén pedig eredményeimmel alátámasztani vagy megcáfolni szeretném az itt megfogalmazott gondolatomat. Illetve kutatásom eredményére alapozva érdemi javaslatokat és következtetéseket fogalmazok meg a fenntartható célok könnyebb megvalósítása érdekében.

1.3.A KUTATÁS, A DOLGOZAT FELÉPÍTÉSE ÉS A KUTATÁSI MÓDSZER

A kutatásom 2 fő részből tevődik össze: egy szekunder és egy primer kutatásból. A téma kiválasztását követően elsőként végeztem egy szekunder kutatást, ahol a témában írt szakirodalmat elemeztem. Kellő adatgyűjtés után megfogalmazódott bennem a konkrét kutatási kérdés és a hipotézisek, amiket primer kutatással válaszoltam meg. A kutatási folyamat megtervezése, elvégzése, majd elemzése után a felállított hipotéziseket elfogadtam vagy megcáfoltam. Az eredményeim ismeretében következtetéseket vontam le és javaslatokat tettem.

A szekunder kutatásom első részében a fenntarthatóság témakörét ismertetem. Röviden kitérek a jelenség eredetére, és rámutatok arra, miért fontos napjainkban ezzel foglalkozni. Bemutatom a fenntartható fejlődést és annak szereplőit. Ezt követően elengedhetetlen volt elemeznem a különböző fogyasztói modelleket, hiszen csak így alkothattam meg a kutatásomhoz szükséges modellt. A szakirodalomban több modellt is találtam, amik részben kapcsolódnak az általam is vizsgált témához. Ezeket röviden ismertetem és összehasonlítom.

A szekunder kutatás alapján felállított hipotéziseket primer adatokkal ellenőrzöm a dolgozatomban. A primer kutatásom során kérdőíves kutatást végzek és az eredményeket statisztikai módszerekkel elemzem. A kutatásom folyamatát a következő ábra szemlélteti:



1. ábra- Kutatási folyamat saját szerkesztés

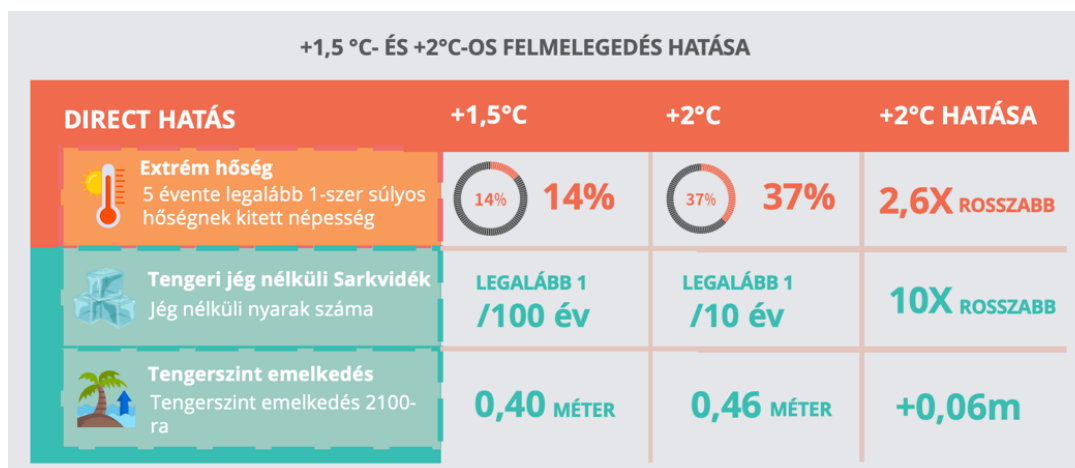
2. FENNTARTHATÓSÁG

2.1. FENNTARTHATÓSÁG JELENTŐSSÉGE NAPJAINKBAN

A természet és ember kapcsolata már az őskortól kezdve népszerű téma. Tudósok ezrei kutatják a környezet változását. Nem meglepő tehát, hogy a 21.századot sújtó természeti katasztrófákra már korábban felhívták a szakemberek a figyelmet és különböző javaslatokat tettek annak megelőzésre. Politikusok, tudósok, különböző környezetvédő szervezetek és ma már többek között közgazdaságtudományokkal foglalkozó szakemberek is kutatják, hogyan lehet a környezeti katasztrófáknak elébe menni és azokat minimálisra csökkenteni.

A környezeti katasztrófák évről-évre súlyosabbak: földrengések, tornádók, erdőtüzek és árvizek mindennapos jelenségek lettek. A technológia fejlődésével egyre pontosabb előrejelzéseket kapunk a felmelegedés és egyéb környezeti változások okozta kimenetelekről. Az Éghajlatváltozási Kormányközi Testület (IPCC, Intergovernmental Panel on Climate Change) bebizonyította, hogy a klímaváltozás ember okozta következmény és az élet minden területén érezzük a hatását (IPCC, 2022). Az IPCC és más környezetvédelemmel foglalkozó szervezetek javaslata, hogy a bolygónk felmelegedését vissza kell szorítani 1,5°C alá, különben visszafordíthatatlan környezeti jelenségekkel fogjuk szembe találni magunkat. Ez pedig csak a nettó zéró CO₂ kibocsátással teljesíthető, amit legkésőbb 2050-ig el kellene érni, és a további üvegházhatású gázokat (későbbiekben: ÜHG) is csökkenteni kell (IPCC, 2022). Sajnos a célok ambiciózusok és a világgazdaság szereplői nem értek még meg egy ilyen nagy léptékű változásra.

A jelenlegi gazdasági és környezeti helyzetben a hőmérséklet nem csökkenthető 1,5°C alá, így a jövőben a mostanitól is súlyosabb környezeti katasztrófákkal néz szembe az emberiség. (pl. mindennapos hőhullámok, erős esőzések és szárazság).



2. ábra-Felmelegedés hatása
saját szerkesztés IPCC (2022) alapján

Az ENSZ COP26-os éghajlatváltozási konferenciáján kitűzték a 1,5°C célt (amit 2030-ra a CO₂ 45%-os csökkentésével, 2050-re pedig a 0%-os nettó kibocsátással szeretnének elérni). A célok adottak, és ehhez minden gazdasági szereplő közreműködése szükséges, különben az IPCC által leírt negatív jövőkép valósággá válhat.

Míg az ENSZ COP26-os konferenciája egy zöldebb jövőt vetített előre, addig a COP29 lerombolja azt. A 2024-es konferencia kevés pozitívummal kecsegtet. Ilham Aliyev, Azerbajdzsán miniszterelnöke és egyben a konferencia házigazdája a következő szavakkal illette a klímakonferenciát: „(...) a zöld átállás szószólóinak kell lennünk, és ezt meg is tesszük, ugyanakkor muszáj reálisnak is maradnunk.” (New York Times, 2024). Márpedig köztudott, hogy a reális burkoltan annyit jelent, hogy lassú. És egy bizonyos fokig érthető is a jelenlegi visszalépés vagy épp stagnálás számos ország részéről, hiszen a jelenlegi bizonytalan gazdasági helyzet nem ad stabil talajt a zöld fejlődésnek, márpedig a COP 26-os célokat, csakis stabil alapokkal lehet elérni. Antonio Guterres szavaival szólva: „az idő nem a mi oldalunkon áll (...) Szinte biztos, hogy ez lesz az eddigi legmelegebb év, és az éghajlati pusztítás mesterkurzusa.” (New York Times, 2024). Tehát az idő sürget és muszáj lépünk.

2.2. FENNTARTHATÓ GAZDASÁGI FEJLŐDÉS

A fenntarthatóság mindennapos szóhasználatba való bekerülését az 1970-80-as évekre teszik, viszont maga a koncepció egy hosszas folyamat során alakult ki. Jelen fejezetben ezt a folyamatot szeretném röviden ismertetni és arra a kérdésre válaszolni, hogyan vált trenddé a fenntarthatóság.

A fenntarthatóság első jelentős mozzanatát a szakértők francia erdészek nevéhez kötik. Többek között Warder és Grober is. Mindkét szerző két erdészt említ, akik a 17.században

elsőként fogalmazták meg a „fenntartható megadást” válaszul a csökkenő fa forrásokra Európában (Warder 2011, Grober 2012). Továbbá a korszakban a gazdaság több kiemelkedő szereplője is, mint például Smith, Mill, Ricardo és Malthus, megemlíti publikációjukban a gazdasági és demográfiai növekedés korlátait (Cardonna 2014). A 19. században, majd később a 20. században egyre többször jelennek meg olyan írások, amik a természeti erőforrások konzerválása és a természet megőrzésének fontosságára hívják fel a figyelmet.

Maga a fogalom, mint fenntarthatóság, csak a késői 20. században alakult ki. A Római Klub 1972-es „Növekedés határai” című könyve az első hivatalosan kiadott mű, amiben megjelenik egy olyan világrendszer gondolata, ami fenntartható (Meadows et al., 1972). Ugyanebben az évben adták ki a „Túlélés tervrajza” (The Ecologist, 1972) című könyvet, amiben megjelenik a fenntartható társadalom, mint fogalom. Láthatjuk, hogy már ekkor elkezdődik a fenntarthatóság, a társadalom és a gazdaság koncepciójának az összefonódása, és kialakul a fenntartható fejlődés gondolata.

Arndt szerint az 1950-es években a gazdasági jólét összevonódott a gazdasági fejlődés fogalmával. Ekkortól az anyagi jólét eléréséhez a természeti erőforrásokat soha nem látott módon kezdték felélni az emberek (Arndt, 1981). Tehát az 1950-es években a gazdasági fejlődés a gazdasági jólét szinonimájává és a nyugati államok fő céljává vált, mára pedig a többi ország is erre az útra lépett.

Az erőforrások korlátlan felhasználása nem csak támogatókat, de számos ellenzőt is hozott: megjelentek a modern környezetvédelmi mozgalmak és publikációk százai láttak napvilágot, amik a környezetvédelem mellett lobbiztak. A „Néma Tavasz” -ban (Carson, 1962), „The Population Bomb” -ban (Ehrlich, 1968) és a már említett „Túlélés Tervrajza” -ban (The Ecologist, 1972) az ember okozta korlátlan pusztítás veszélyére hívják fel az írók a figyelmet.

A Római Klub „Növekedés Határai” és Schumacher „A kicsi szép” (1973) könyvében pedig már erősebb kritika is éri a növekedésalapú gazdaságot és megkérdőjeleződik annak fenntarthatósága. A korszak publikációi alapján elvetik annak a gondolatát, hogy a növekedésalapú társadalmak bármilyen formában is fenntarthatóak lennének.

Az ENSZ 1972-es Stockholmi konferenciáján kiemelt szerepet kapott annak a gazdasági fejlődésnek a megalkotása, ami a környezet sértetlen megőrzésén is alapszik. A konferencia szembemegy azzal a korábban elfogadott gondolatmenettel, hogy a gazdasági fejlődés és a fenntarthatóság nem férhet meg egymás mellett, és megjelenik a fenntartható fejlődés (angol szakirodalmakban: sustainable development vagy eco-development) koncepciója.

A korszak másik lényeges momentumja az ENSZ 1987-es Brundtland Jelentése, amiben egy olyan gazdasági növekedésről van szó, ami „erőteljes, de egyszerre társadalmilag és környezetileg is fenntartható” (ENSZ, 1987). Az ENSZ szerint a fenntartható fejlődés olyan fejlődés, ami ki tudja szolgálni a jelen szükségleteit anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő generációinak szükségleteit (ENSZ, 1987).

Könnyen beláthatjuk, hogy a jelenlegi gazdaságok nem feltétlenül hordoznak fenntartható jegyeket: az olcsó tömegtermelés, az online-vásárlás és a globalizáció korszakában élünk, ahol a filléres termékek országokat és tengereket szelnek át, hogy pár nap alatt az előállítótól a fogyasztóhoz jussanak-kicsit sem fenntartható módon.

2.3. A FENNTARTHATÓSÁG ENSZ-FÉLE 17 PONTJA

Kutatásom során az ENSZ 17 fenntartható fejlődési célját vettem alapul a fenntarthatóság meghatározására. A célokat a következő ábra szemlélteti:



3. ábra- ENSZ fenntartható fejlődési célok
ENSZ (2015)

Különösképpen azokra a célokra fókuszáltam a fogyasztói tudás és tudatosság mérésekor, amik a fenntartható termelésre meghatározó hatással bírhatnak és ezáltal hozzájárulhatnak egy fenntarthatóbb termékéletút megvalósításához. Az első ilyen cél a mélyszegénység megszüntetése, hiszen az alacsony árú termékek, termelés és ellátáslánc mögött sokszor a mélyszegény országok alacsony bérű munkaereje áll. A következő a megfelelő jogrendszer és az emberi jogok stabil alapokra helyezése, például a gyermekmunka globális megszüntetése.

Az egészség és jólét is kiemelt szerepet kapott. A fenntartható termelés nem csak akkor lesz fenntartható, ha az nem károsítja a környezetet, de akkor is, ha az a termék életútja során minden ember egészségére ártalmatlan, tehát a kitermelésben résztvevő bányászoktól kezdve a végső felhasználóig minden ember egészségét figyelembe kell venni ennek eléréséhez.

A környezettel kapcsolatos célok is lényeges szerepet játszanak: a tiszta víz, a tiszta energia, az éghajlatváltozás elleni fellépés, a szárazföld és a tengervizek védelme mind-mind meghatározó tényező. Természetesen mind a 17 cél valamilyen szinten lényeges eleme a fenntartható termelés megvalósításának. Azok sokszor szoros kapcsolatban vannak egymással, illetve egyikből gyakran adódik a másik. A fenntartható termelés tehát többek között minimalizálja a környezetpusztítást, támogatja a tisztességes munkát és elősegíti a körforgásos gazdaságot, mindezek mellett ki tudja szolgálni a jelenlegi fogyasztói szükségleteket, anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő generációit.

2.4. GAZDASÁFI SZEREPLŐK A FENNTARTHATÓSÁGÉRT

Mint ahogy azt a korábbi fejezetből láthattuk egyre sürgetőbb téma a fenntarthatóság és annak megvalósítása komplex feladat. Ebben a fejezetben azon gazdasági szereplőkre térek ki, akik valamilyen mértékben hozzá tudnak járulni ezeknek a céloknak az eléréséhez.

Maguk a vállalatok tudnak talán a legnagyobb mértékben hatni a termelésük átalakítására. Fenntartható folyamatokat adaptálhatnak és törekedhetnek arra, hogy termékük az egész életútja alatt fenntartható legyen: a legkisebb alapanyagtól kezdve, a felhasználáson át, a hulladékká válásig.

A kormányok, mint politika és törvényformáló szereplők is kiemelt szerepet játszanak. A feladatuk a szükséges jogszabályok bevezetése és betartatása. A különböző szervezetek és intézmények is meghatározóak a célok elérésében. Legyen szó az NGO-król, vagy a különböző kutató és/vagy oktatási intézetekről. Ők azok, akik felhívják a figyelmet a fenntarthatóság fontosságára, kiállnak a célok mellett, és támogatják a vállalatok és kormányok fenntarthatósági kezdeményezéseit.

Nem maradhatnak le a listáról a fogyasztók sem. Hiszen ők azok, akik megvásárolják a termékeket és megválasztják a kormányokat. Egy tudatos és tájékozott fogyasztó a gazdasági döntéseivel nagyban hozzá tud járni a korábban említett célok sikeres megvalósításához.



4. ábra-Gazdasági szereplők a fenntartható fejlődési célokért saját szerkesztés

A vállalatok azok, akik legsikeresebben hozzá tudnak járulni a fenntartható termékéletút és a fenntartható termelés kialakításához, viszont számukra a motiváló tényező a profit. Amíg a profitorientált célok nem kerülnek párhuzamba a fenntarthatósági célokkal, addig a vállalatok kisebb hatékonysággal és erőbefektetéssel fognak meglépni bármilyen olyan akciót, ami elősegítené az ENSZ által megfogalmazott törekvéseket. Tehát a fő feladat a profit és fenntarthatósági lépések egy fedél alá hozása. Ebben nagy szerepet játszhatnak a fogyasztók azáltal, hogy nyomást helyeznek mind a vállalatokra, mind a politikai szereplőkre. A piacon a fogyasztóknak lényeges hatalma van. A kérdés csak ez: vajon a tudatos fogyasztó hajlandóbb-e áldozatot vállalni és lemondani az olcsó termékekről egy fenntartható termékéletút megvalósításáért?

3. FOGYASZTÓI VISELKEDÉST KUTATÓ MODELLEK

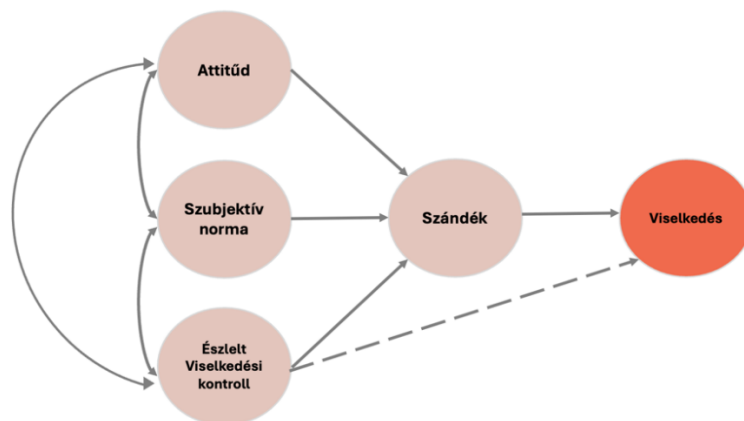
Kutatásomban célom felmérni a fenntarthatósággal kapcsolatos fogyasztói tudás, illetve egyéb külső és belső tényezők kapcsolatát a fizetési hajlandósággal. Ehhez elengedhetetlen megtalálnom a legoptimálisabb kutatási módszert, ami a fogyasztók viselkedését ilyen téren elemzi. Pontosan emiatt törekedtem a szakirodalom mély megismerésére és a lehetséges kutatási modellek feltárására. Ebben a fejezetben 4 modellt mutatok be, ami a fogyasztói magatartást és viselkedést kutatja, azaz potenciális modellje lehet a fizetési hajlandóság, mint fogyasztó cselekvés elemzésének.

3.1. TPB MODELL

3.1.1.AJZEN FÉLE TPB MODELL

A tervezett viselkedés elmélet modell (Theory of Planned Behaviour, TPB modell) Icek Ajzen publikálta a 20.század végén. A modell az Ésszerű Cselekvések Elméletének (Theory of Reasoned Action, TRA) a kiterjesztése, amit Ajzen Martin Fishbeinnel közösen dolgozott ki a 70-es évek végén.

Ajzen a modelljével a különböző változók komplex hatását szeretne volna ismertetni az emberi viselkedésre és cselekvésre. A TPB modell célja, hogy bemutassa a különböző emberi tulajdonságoknak a hatását az emberi cselekvésre (Ajzen, 1991). A modellt publikációja óta számos kutató vette alapul, és annak segítségével bizonyította vagy épp megcáfolta az emberi cselekvés és egyéb tényezők közötti kapcsolatot olyan témákban, mint például a drogfogyasztás, az újrahasznosítás, a technológiai adaptáció vagy a különféle utazási módok közötti választás (Ajzen, 2020).



5. ábra -TPB modell
saját szerkesztés Ajzen (1991) alapján

A modell megvizsgálja, hogy a cselekvésre hatással van-e a szándék, illetve, hogy az attitűd, a szubjektív norma és az észlelt viselkedési kontroll milyen hatással van egymásra és a szándéokra (Ajzen, 1991). Mint az 5. ábrán is láthatjuk a kapcsolatrendszer összetett és nem feltétlenül egyirányú. Pontosan emiatt Ajzen modellje jól tükrözi a gazdasági döntések (mint cselekvés) komplexitását.

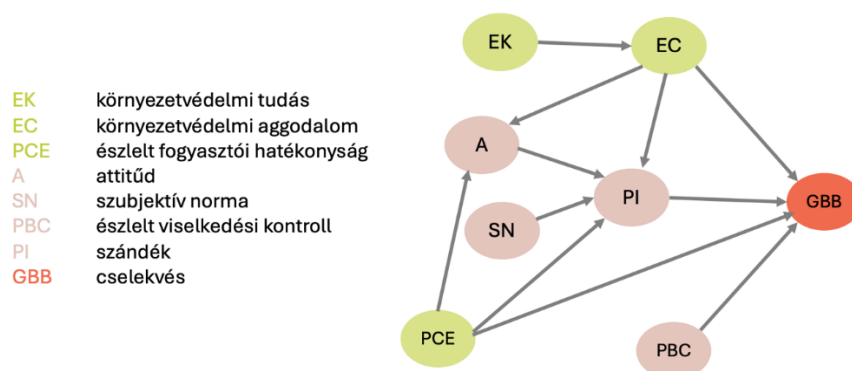
A modell felhasználásához elengedhetetlen meghatározni a cselekvést, az időtartamot, a kontextust és a célt. Például: „web-kamerák (cél) installációja (cselekvés) otthon (kontextus) a következő 3 hónapban (időtartalom)” (Ajzen, 2020). Ha ezek a tényezők helyesen kerülnek megfogalmazásra, akkor a modell sikeres alapja lehet bármilyen kutatásnak, ami a cselekvés és egyéb tényezők közötti kapcsolatot keresi.

3.1.2.KIEGÉSZÍTETT TPB MODELL

A fenntarthatóság terjedésével, a témában született kutatások számának emelkedésével felmerült az igény az Ajzen féle modell kiegészítésére. Több kutatás is alkalmazta már a TPB modellt, kiegészítve azt a környezetvédelemmel és annak észlelésével kapcsolatos elemekkel. Jelen kutatásban csak a Simge Emekci (2019) által kiegészített modell kerül bemutatásra. A modell a környezetvédelmi aggodalmon túl méri a fogyasztói észlelt környezeti tudást is, és ezáltal teszi összetettebbé az eredeti modellt.

Emekci (2019) kutatásában arra keresett választ, hogy milyen tényezők és milyen mértékben vannak hatással a zöld fogyasztói viselkedésre. A kiegészített modell a következő elemekből áll: cselekvés (GBB, itt: zöld fogyasztói viselkedés), szándék (PI), észlelt fogyasztói hatékonyság (PCE), szubjektív norma (SN), attitűd (A), észlelt viselkedési kontroll (PBC), a környezeti aggodalom (EC) és a környezeti tudás (EK).

Emekci a következő modellt vázolta fel kutatásában, mikor azok egymással fennálló kapcsolatát vizsgálta:



6. ábra- Kiegészített TPB modell saját szerkesztés Emekci (2019) alapján

3.1.3.FELMERÜLT PROBLÉMÁK A TPB MODELL HASZNÁLATAKOR

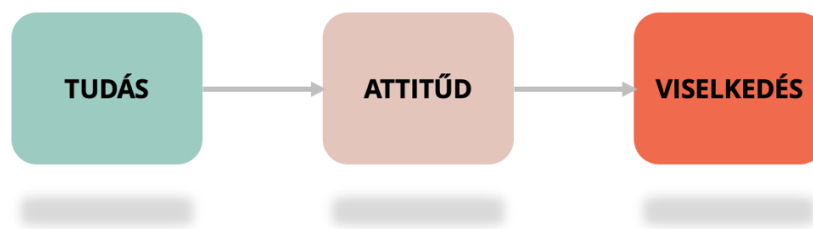
Az évek során több mint 2000 tanulmány vette alapul a modellt és annak használatakor kisebb nagyobb problémákat észleltek. Az egyik leggyakrabban felmerült probléma, hogy a modell nem teljesen veszi figyelembe, hogy számos cselekvést a szándékon túl még számos más tényező is befolyásolja, például a képesség, a készség, a tudás vagy akár más emberekkel való közös kooperáció (Ajzen, 2020). Esetlegesen nem veszi figyelembe a rendelkezésére álló erőforrásokat, mint például az időt vagy a pénzt. Ezeknek a lehetséges hibatényezőknek a mérséklésére Ajzen a PBC alkalmazását vezette be az eredeti modellben (Ajzen, 1990), ami figyelembe veszi a vizsgált személyek észlelt kontrollját az események felett. Habár a PBC alkalmas az észlelt kontrol szándéokra való hatásának a vizsgálatára, mégsem oldja meg teljesen a fent említett problémákat. Az csak moderálja a végkimenetkor kapott eredményeket.

Fontos kiemelni továbbá, hogy a modell a válaszadók észlelt viselkedését nézi, nem feltétlenül az objektív történéseket, így habár jó alapja lehet bármilyen emberi viselkedést vizsgáló kutatásnak, annak eredményeit nem feltétlenül célszerű objektív eredményként kezelni, sokkal inkább értelmezendő egyfajta fogyasztók által észlelt szándéknak. Ajzen és több más kutató által megfogalmazott kérdéssorok gyakran ilyen és ehhez hasonló állítások skálán való értékelésével vizsgálják a fogyasztók viselkedését: „Többet tudok az újrahasznosításról, mint az átlag”. Az ilyen kijelentésekre adott válasz a fogyasztók szubjektív döntésén, véleményén és az észlelt önkritikán alapszik.

3.2. KAP MODELL

3.2.1. A KAP MODELL ISMERTETÉSE

A Tudás-Attitűd-Viselkedés modell (Knowledge Attitude Behaviour Model, KAB Model) vagy másik ismert nevén a Tudás-Attitűd-Gyakorlat (Knowledge Attitude Practice Model, KAP) szintén gyakran használt fogyasztói viselkedést mérő modell. A nagyobb tudás a viselkedést a pozitív irányba változtathatja. A modellben a tudás a független változó, a viselkedés a kimenet vagy eredmény változó, az attitűd pedig a közvetítő változó (Ma X. et al, 2021).



7. ábra -KAB modell
saját szerkesztés

A KAB modell az innováció diffúziójának az elméletéből ered (Roger, 1995), amely szerint a változásokat vagy innovációkat a társadalom 4 lépésben fogadja el. Ezek a következők: a tudás megszerzés, meggyőzés, döntés és megerősítés. Hungerford és Volk (1990) kutatásukban megállapították, hogy a tudás és a megfelelő képességek birtoklása együtt eredményeznek lényegi változást az emberi viselkedésben.

3.2.2. A KAB MODELL HIÁNYOSSÁGAI

A modell lineáris mivoltából kifolyólag a komplex valós döntési tényezőket nem feltétlenül tudja kezelni. Sokszor a valóság összetettebb és a tényezők kölcsönösen hatnak egymásra. Például a fogyasztók attitűdje kihatással lehet arra, milyen tudást szereznek meg. Tehát nem csak a megszerzett tudás van hatással az attitűdre.

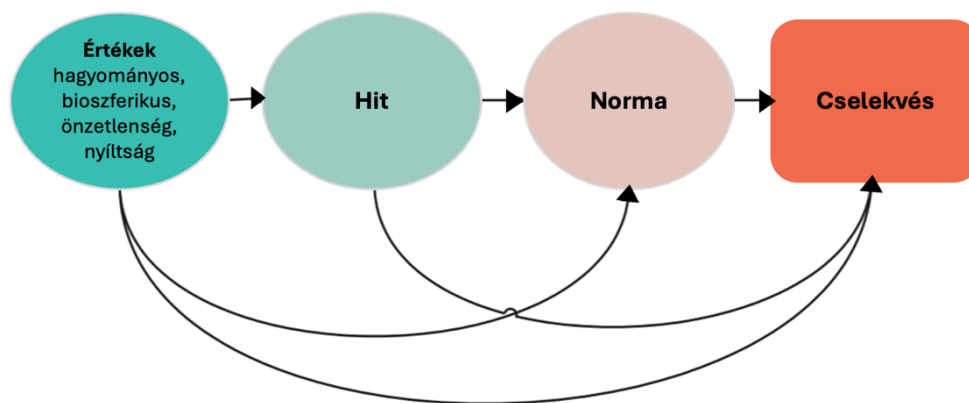
A modell egyszerű, lineáris és csak 3 tényezőt vesz figyelembe. Ennek eredménye, hogy több külső befolyásoló tényezőtől eltekint. Például nem veszi figyelembe a megkérdezettek vagyoni helyzetét vagy korát.

Harmadik lényeges hibája a modellnek, hogy a nagyobb tudáshoz az attitűd pozitív irányba való elmozdulását párosítja, ami nem feltétlenül állhat fenn minden esetben. Több gazdasági esetben a tudás önmagában nem elég az attitűd pozitív irányba való elmozdításához.

3.3. VBN ELMÉLET

3.3.1. A VBN MODELL ISMERTETÉSE

A VBN teória (Value-Beliefs-Norms) alapja az érték-hit-norma közötti kapcsolat és azok hatása a cselekvésre (Schwartz és Bilsky, 1987).



8. ábra -VBN modell
saját szerkesztés Whitley et al (2016) alapján

A VPN azt feltételezi, hogy az értékrendszer a legstabilabb a modell tényezői közül, és hosszútávon az változik a legkevesebbet. A modell 4 értéktípust vesz alapul: önérték, tradíció, nyitottság a változásra, és önzetlenség (Whitley et al,2016). A modell következő eleme a hit, ami közvetlenül befolyással van a normára. A mérési nehézség itt jön elő, hiszen a hitrendszer mérése komplex feladat a kutatás megtervezésekor és lebonyolításakor. A VPN esetében a hit az önmagunkról és a körülöttünk lévő világról alkotott vélemény. A mérési nehézségek miatt sokszor általános környezetvédelmi meggyőződésekre fókuszálnak csak a kutatók (Dietz et al., 2005).

A modell harmadik eleme a norma. Ebben az esetben a normák „az elfogadható viselkedésmódok szabványos mintái” (Whitley et al, 2016). A normák bizonyítottan lényeges elemei a környezetvédelemmel kapcsolatos döntéseknek (Black, Stern, Elworth, 1985).

A VBN gyakran használt kutatási módszer a környezetvédelemmel kapcsolatos viselkedés mérésére. Például a modellt használták már a környezetvédelem vagy az organikus ételek iránti fogyasztói viselkedés mélyebb megértésére (Stern et al., 1999, Zepeda és Deal, 2009).

3.3.2. VBN HASZNÁLATÁNAK NEGATÍVÁI WTP ELEMZÉSKOR

A VBN, mint sok más hasonló módszertan nem veszi figyelembe azokat a külső tényezőket (pl. jövedelem, elérhetőség), amik meghatározó jelentőséggel bírnak egy gazdasági döntéskor.

A VBN a KAP modellhez hasonlóan lineáris kapcsolatot feltételez, ami nem minden szituációra lesz igaz. Például egy zöld termék vásárlása megerősítheti a fogyasztó környezetbarát értékrendjét vagy hitét. Tehát azon túl, hogy a környezetbarát értékrend a zöld termék vásárlását fogja eredményezni, a kapcsolat visszafele is fog hatni, és maga a cselekvés egy zöldebb értékrendet eredményezhet.

3.4. VAB MODEL

3.4.1. A VAB MODEL ISMERTETÉSE

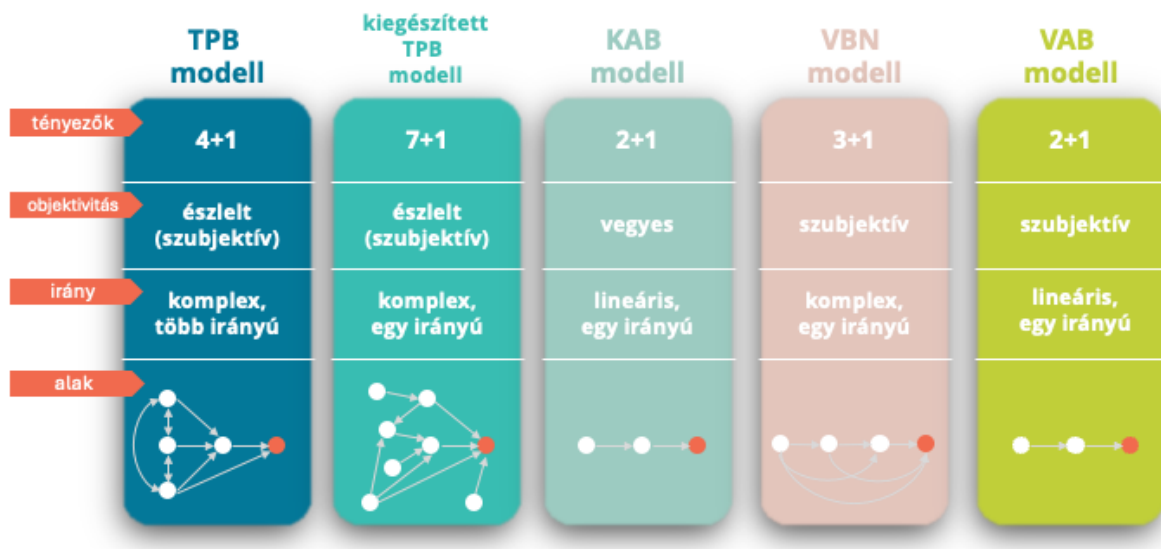
Az Érték- Attitűd- Viselkedés modell (Value-Attitude-Behaviour model, VAB) a nevében szereplő 3 tényező közötti kapcsolatot vizsgálja. A modell szerint a vásárlók értékrendszere közvetetten hatással van a viselkedésükre (Kumar et al., 2020). Több kutatás is felhasználta a modellt az emberi viselkedés megértésének céljából. Például Kang és szerzőtársai (2015) azt vizsgálták, hogy a személyes egészség (mint érték) milyen hatással van az egészséges étkezésre és a különböző viselkedési szándékokra (Kang et al., 2015).

3.4.2. VAB MODELL HASZNÁLATÁNAK KORLÁTAI

A VAB modell a korábbi modellek lineáris struktúrájából és a gazdasági döntés szempontjából lényeges tényezők figyelmen kívül hagyásából eredő hibákat szintén magában hordozza. Ezenfelül figyelmen kívül hagyja az olyan döntéseket, amik nem hordoznak magukban értéket a megkérdezett számára. Például az olyan vásárlásokkor amikor az ár a befolyásoló, maga az érték kisebb szereppel bírhat.

3.5. VIZSGÁLT MODELLEK- ÖSSZEGZÉS

A modellek közül a kiegészített TPB modell vizsgálja a legtöbb cselekvésre ható tényezőt, viszont maga a modell észlelt magatartást elemez, így a tudás faktor is a kitöltő általi önértékelésen alapszik. A KAB modell, habár egyszerűbb, itt a tudás már tényszerűbb kereteket kaphat. A VBN modell jól szemlélteti, hogy a tényezők nem csak lineárisan hathatnak egymásra, de akár közvetlenül is.



9. ábra- Vizsgált modellek
(saját szerkesztés)

A fenti 4 modell, habár eltérően közelítette meg a fogyasztói viselkedést és komplexitás terén is széles skálán mozogtak, vegyes alkalmazása nem lehetetlen. Sőt Ajzen TPB modelljének példáján láthattuk, hogy a modellek bővíthetők és formálhatóak, hogy azok igazodni tudjanak a különböző kutatások céljaihoz. Tehát a hibrid megoldások nem ismeretlenek a témában kutató szakemberek előtt. Megállapítható, hogy mint az emberi viselkedés, úgy az azt elemző modelleknek is rugalmasnak és összetettnek kell lenniük, hiszen csak így lesznek képesek lemodellezni azt.

4. KUTATÁSI KÉRDÉS, PRIMER KUTATÁS

Kutatásom fókuszában a fenntarthatósággal kapcsolatos tudás és a fogyasztói magatartás kapcsolatának elemzése áll. Többek között arra kerestem a választ, hogy milyen mértékben és irányban van hatással a megfelelő ismeretek birtoklása a fogyasztói áldozatvállalási hajlandóságra. Kutatásom módszerét részletesen ebben a fejezetben ismertetem.

4.1.KUTATÁSI MÓDSZERTAN ISMERTETÉSE

A kutatásom módszertanának a kiegészített TPB modellt vettem alapul és fejlesztettem tovább a nagyobb objektivitás eléréséhez. A cselekedethez/viselkedéshez konkrét eseményt rendeltem a WTP (Willingness-to-Pay) formájában. Felmértem, hogy a fogyasztók hajlandóak-e többletköltségeket vállalni, és ha igen hány százalékos többletet hajlandóak kifizetni. Itt megadtam azt a hipotetikus esetet, miszerint a többletköltség 100%-ban és bizonyítottan a fenntartható termelés megvalósítását fogja szolgálni.

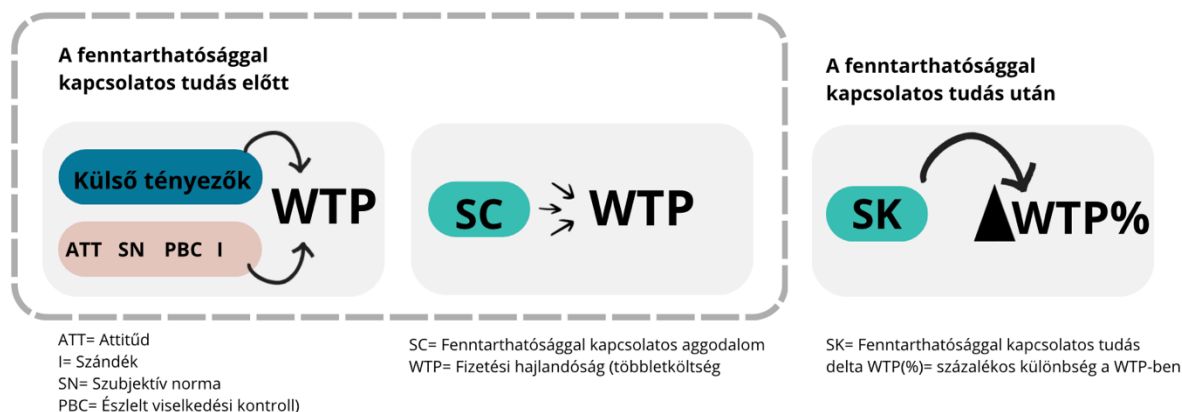
A korábban bemutatott kiegészített TPB modell, habár tartalmaz a környezetvédelmi tudás mérésére alkalmas tényezőt (EK), azt szubjektíven határozza meg. Például azt méri, hogy a kitöltő a saját belátása szerint többet tud az újrahasznosításról, mint az átlag. Saját kutatásomban a szubjektív ismeretet igyekeztem objektívre cserélni azáltal, hogy konkrét tényekkel szembesítettem a kitöltőket, és így ténylegesen fel tudtam mérni az ismeretüket, majd valós képet tudtam kapni a tudás előtti és utáni fizetési hajlandóságról (WTP) és fenntarthatósággal kapcsolatos érzékenységről/aggodalomról (SC).

Kutatásomban -melyben megtalálható a TPB modell több tényezője is- fókuszában a fenntarthatósággal kapcsolatos tudás (SK), a fenntarthatósággal kapcsolatos érzékenység (SC) és a WTP (többletfizetési hajlandóság) áll. A tudás (SK) felmérésekor vizsgáltam, hogy a megkérdezett ismerte-e már a tényeket vagy az újonnan megismert tények közömbösek-e számára. Mindkét esetben elvettem annak a lehetőségét, hogy kutatásomban a tudás (SK) hatása vizsgálható a fizetési hajlandóságra (WTP), hiszen első esetben nem mérhető fel utána lévő állapot, a második esetben pedig a közömbösség miatt semmilyen viselkedésbeli változás nem feltételeztem.

Elsőként a külső tényezők (kor, nem, iskolai végzettség, lakhely, bevétel), illetve a kiegészített TPB modellben meghatározott tényezők és a fizetési hajlandóság (WTP) közötti kapcsolatot elemeztem. Ezt követően bemutattam a fenntarthatósággal kapcsolatos aggodalom hatását. Kutatásom harmadik elemeként pedig a tudás okozta hatást ismertettem. Utóbbihoz

vizsgáltam mekkora többletköltséget hajlandóak vállalni a fogyasztók, majd felmértem hogyan alakul ennek a változása az új tudás ismeretében.

A következő ábra jól szemlélteti kutatásom 3 szakaszát:



10. ábra- Kutatási modell saját szerkesztés

4.2.KUTATÁSBAN HASZNÁLT IPARÁGAK MEGHATÁROZÁSA

A kutatásomban több iparágat is vizsgáltam eltérve az általános megközelítéstől. Ezek a kutatások az általános környezeti érzékenységet és környezetvédelmi tudást mérik, ilyen kérdésekkel, mint például: „hajlandó lenne többet fizetni egy termékért, ha az zöldebb, és ha igen mennyivel?”. A kérdés általános jellege félreértésekhez vezethet. Hiszen egy ruha esetében (ami átlagosan 10 ezer forint) egy 50%-os többletfizetés 5 ezer forintot eredményez. Míg egy autó esetében (ami átlagosan 10 millió forint) egy 5%-os többletfizetés is már 500 ezer forint többletköltséget jelentene a fogyasztók számára. Így beláthatjuk, hogy a termékek és iparágak nem vehetőek egy kalap alá, ami az általános mérések esetében gyakran bekövetkezik. Pontosan emiatt lényegesnek találtam vizsgálni, hogy a különböző iparágak és termékek esetében, hogyan viselkednek a fogyasztók.

Kutatásom során 3 kategóriát jelöltem ki. Az első kategóriánál olyan iparágat kerestem, ami szükségletet elégít ki. A második kategóriába olyan iparágat, ami luxuscikknek minősül, és árban jóval meghaladja egy átlagos termék árát. Harmadik kategóriának az olyan iparágak termékeit jelöltem ki, amelyek megvásárlása nem feltétlenül létfontosságú szükséglet, viszont a termékek ára megfizethetőbb, mint az első kategória. A következő 3 iparág került kiválasztásra: élelmiszeripar (szükséglet), autóipar (luxuscikk), ruhaipar (átlagos fogyasztásicikk).

Mindhárom iparág érintett a fenntartható fejlődési célok elérésében, és ha termékeik teljes életútját nézzük több ponton akad javítási és fejlődési lehetőség. Néhány fenntarthatóság szempontjából gyenge pontjukra világít rá az 1., 2. és 3. számú melléklet.

4.3.A TUDÁS MÉRÉSÉRE HASZNÁLT TÉNYEK MEGHATÁROZÁSA

A fenntarthatósággal kapcsolatos tudás méréséhez igyekeztem olyan tényeket találni, ami még egy tájékozott fogyasztót is meglephetnek, hiszen csak így tudom igazán felmérni a „tudás” ismerete előtti és után állapotot. Iparáganként 3-3 tény került kiválasztásra a fenntarthatósági célok különböző kategóriájából. Továbbá a tények meghatározásához többek között a következő szervezetek adatbázisát vettem alapul: UNICEF, Európai Parlament, Európai Környezetvédelmi Ügynökség, Európai Bizottság, Természetvédelmi Világalap, Fair Labour, Word Economic Forum.

A vizualitás újfajta megközelítésére is törekedtem. Célom, hogy a tankönyvi tanítást elkerülve, egy vizuálisan izgalmasabb módon kerüljenek bemutatásra a tények, ezáltal fenntartsam a kitöltő figyelmét. Tehát a tények a hagyományos kvíz alapú megközelítés helyett poszttereken ismertetem. (1., 2., 3. melléklet)



11. ábra- Kutatásban felhasznált posztterek saját szerkesztés

4.3.A KUTATÁSI KÉRDÉS ÉS HIPOTÉZISEK FELÁLLÍTÁSA

A kutatásban 3 hipotézis került meghatározásra, amiket a kutatások és saját megfigyeléseim alapján állítottam fel.

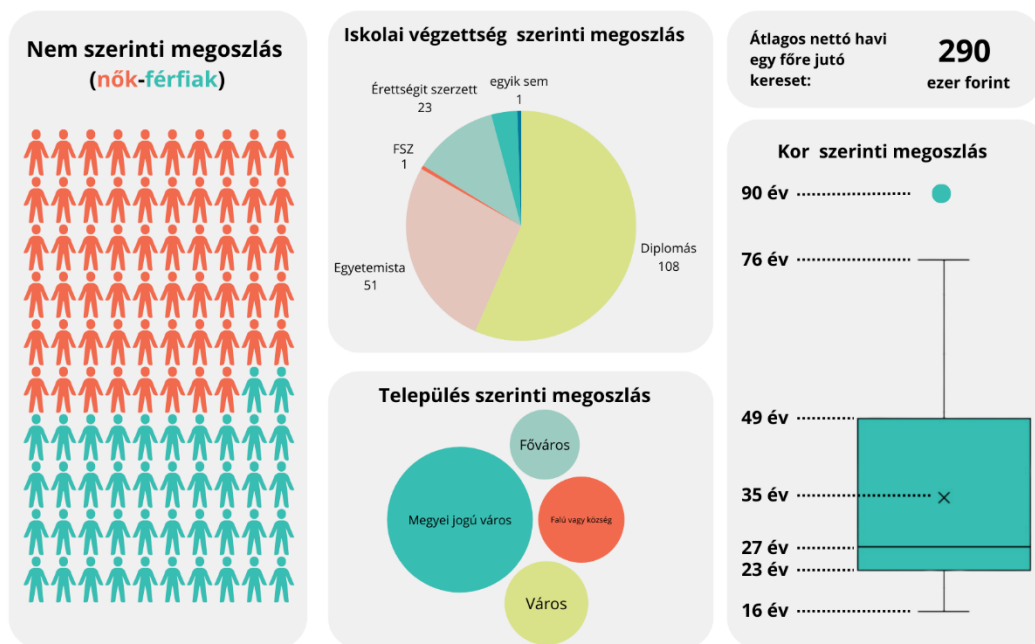
- H1: A TPB modellben is használt attitűd, szubjektív norma, észlelt viselkedési kontrol, szándék és cselekvés (itt: fizetési hajlandóság) között mindhárom iparág esetén kapcsolat van.
- H2: Minél nagyobb a fogyasztó fenntarthatósággal kapcsolatos aggodalma, annál valószínűbb, hogy hajlandó lesz többletköltségeket vállalni egy fenntarthatóbb termelés megvalósításáért.
- H3: A fenntarthatósággal kapcsolatos új tudás ismeretében a fogyasztók több többletköltséget hajlandóak bevállalni.

5.KÉRDŐÍV, HIPOTÉZISEK VIZSGÁLATA

5.1. KÉRDŐÍVES KUTATÁS ÁLTALÁNOS INFORMÁCIÓI

A kérdőívet magyar fogyasztókhoz juttattam el, és az általuk beérkezett válaszokat értékeltem.

Magát a kérdőívet 191 magyar lakos töltötte ki. A nemek szerinti megoszlás a következő: 110 nő és 81 férfi. Az átlag életkor 35 év, a legfiatalabb kitöltő 16, míg a legidősebb 90 éves volt. Az életkorok mediánja 27 év, módusza pedig 23 év. A megkérdezettek között 108 fő diplomás, 51 fő egyetemista, 1 fő felsőfokú szakképesítéses, 23 fő érettségit szerzett, 7 fő középiskolás és 1 fő kitöltőnek sem diplomája, sem érettségije nincsen. A háztartások egy főre jutó nettó jövedelme pedig a következőképpen alakult: az átlag 290 ezer forint, a medián 240 ezer forint, a minimum 35 ezer forint és a maximum 2 millió 300 ezer forint. És végezetül a lakóhely szerinti megoszlás: 23 fő Budapesti lakos, 100 fő vármegyei jogú városban él, 33-an városban, 35-en pedig a várostól kisebb méretű településben. A következő ábra vizuálisan is szemlélteti a kitöltők sokszínűségét:



12. ábra Válaszadók megoszlása
Forrás: kérdőív

A 12. ábrából láthatjuk, hogy iskolai végzettség és a település szerinti megoszlás, habár sokszínű, nem feltétlenül reprezentatív. Előbbi esetén a diplomás, utóbbi esetén pedig a nagyvárosi kitöltők vannak túlsúlyban. Kor szerint pedig az 50 év alatti kitöltők aránya magasabb.

5.2. HIPOTÉZISEK VIZSGÁLATA A KÉRDŐÍV SEGÍTSÉGÉVEL

A hipotézisek megválaszolására regressziós, illetve paraméteres statisztikai vizsgálatokat végeztem SPSS-ben, továbbá leíró statisztikát alkalmaztam kiegészítésképpen.

5.2.1.A VIZSGÁLT MODELL KIALAKÍTÁSA: ELŐKÉSZÜLETEK, TESZTEK ÉS FAKTOR ANALÍZIS

A hipotéziseim vizsgálata előtt mindenképpen meg szerettem volna bizonyosodni arról, hogy az általam használt modell és kérdőív alkalmas a hipotézisek megválaszolására.

Első lépésként megnéztem, hogy van-e értelme külön elemezni a fizetési hajlandóságot a 3 iparág esetén. Ezt egy korrelációvizsgálattal végeztem el, ahol azt elemeztem, hogy a válaszadók fizetési hajlandósága mennyire egyezik meg a három szektorban. Habár van közöttük némi kapcsolat, az nem túl erős, így lehet értelme a továbbiakban külön-külön is vizsgálni az iparágakat.

		WTP (ruhaipar)	WTP (autóipar)	WTP (élelmiszeripar)
WTP (ruhaipar)	Pearson Correlation	1	,304	,593
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
WTP (autóipar)	Pearson Correlation		1	,234
	Sig. (2-tailed)			,001
WTP (élelmiszeripar)	Pearson Correlation			1
	Sig. (2-tailed)			

13. ábra- Kapcsolat az iparágak között
Forrás: saját számítások

A fenntarthatósággal kapcsolatos aggodalmat 3 kérdéssel mértem. Mielőtt elkezdhettem a kutatási eredményeim kiértékelését, ezeket egy változóba kellett összetömörítenem. Erre az átlagolás vagy a faktorképzés a kézenfekvő megoldás. Mivel a válaszadók három, aggodalmat mérő kérdésre adott válaszai között szignifikáns kapcsolat van a faktor képzést választottam megoldásnak.

		SC 1	SC 2	SC 3
SC1	Pearson Correlation	1	,164	,212
	Sig. (2-tailed)		,023	,002
SC 2	Pearson Correlation		1	,438
	Sig. (2-tailed)			,000
SC 3	Pearson Correlation			1
	Sig. (2-tailed)			

14. ábra- A fenntarthatósági aggodalom 3 kérdése közötti kapcsolat
Forrás: saját számítások

A faktorelemzés KMO értéke, a kumulált variancia % eredményei (5. melléklet) alapján a létrehozott faktor nem ideális a vizsgálathoz (a tömörített három változó szórásának alig több mint felét magyarázza). Ez valószínűleg abból adódik, hogy bár mindhárom kérdés az aggodalmat méri, de azt különféle megközelítésből. A későbbiekben tervezett tesztekhez ez az eredmény is még elfogadható, így a továbbiakban ezt használom fel.

5.2.2. A FOGYASZTÓI DÖNTÉS HÁTTERÉBEN REJLŐ ÖSSZETETTSÉG: A TPB MODELL TÉNYEZŐINEK ÉS A FIZETÉSI HAJLANDÓSÁGNAK VIZSGÁLATA

Elsőként megvizsgáltam, hogy a kérdőívet kitöltők háttéradatai (kora, neme, lakhelye, iskolai végzettsége és a háztartás havi nettó egy főre jutó bevétele), illetve az Ajzen féle TPB

modell tényezői milyen hatással vannak a fizetési hajlandóságra. A 3 iparágban lévő fizetési hajlandóság külön-külön lett vizsgálva egy binomiális modell segítségével.

A modell binomiális jellegét ebben az esetben a fizetési hajlandóság (igen-nem) 2 kimenetele indokolja. A modell a klasszifikációs táblázat és a Hosmer-Lemeshow teszt alapján megfelelő a feltételezett kapcsolatok vizsgálatára. A klasszifikációs táblázat alapján 60-80%-ban helyesen képes meghatározni az igen-nem-ek kimenetelét, habár ez főleg abból adódik, hogy az igen-t nagy eséllyel előre jelzi. Illetve a Hosmer-Lemeshow teszt szignifikanciája jóval meghaladja az 5%-t, ami az adatok jó illeszkedésére utal. (6.melléklet)

Az eredményeket a következő ábra szemlélteti:

		B	Wald	Sig.
Nem	Ruhaipar	-0,073	0,034	0,854
	Autóipar	-0,28	0,651	0,42
	Élelmiszeripar	-0,164	0,144	0,704
Születési év	Ruhaipar	-0,043	8,407	0,004
	Autóipar	-0,023	3,903	0,048
	Élelmiszeripar	-0,014	0,888	0,346
1 főre jutó bevétele	Ruhaipar	0	2,051	0,152
	Autóipar	0	0,035	0,851
	Élelmiszeripar	0	0,002	0,966
Lakóhely mérete	Ruhaipar	0,016	0,01	0,922
	Autóipar	-0,134	0,813	0,367
	Élelmiszeripar	-0,119	0,408	0,523
Attitűd	Ruhaipar	0,081	0,059	0,809
	Autóipar	0,158	0,262	0,609
	Élelmiszeripar	0,446	1,607	0,205
Szubjektív norma	Ruhaipar	-0,323	2,039	0,153
	Autóipar	-0,149	0,579	0,447
	Élelmiszeripar	-0,356	2,023	0,155
Szándék	Ruhaipar	0,435	2,991	0,084
	Autóipar	0,182	0,685	0,408
	Élelmiszeripar	0,876	9,24	0,002
Észlelt viselkedési kontroll	Ruhaipar	-0,433	3,456	0,063
	Autóipar	-0,051	0,069	0,793
	Élelmiszeripar	-0,131	0,26	0,61

0=nem hajlandó; 1=hajlandó többletköltséget bevételezni

1=férfi; 2=nő

15. ábra- Fizetési hajlandóság és különböző tényezők közötti kapcsolat
Forrás: saját számítások

A külső tényezők közül a ruhaipar és az autóipar esetében egyedül a születési év hat szignifikánsan a fizetési hajlandóságra: minél idősebb a fogyasztó, annál nagyobb a hajlandósága arra, hogy többletköltséget vállaljon be. Habár a hatás kicsi, de statisztikailag szignifikáns. A kor kivételével egyik háttértényező sem áll szignifikánsan kapcsolatban az eredményváltozóval.

Az Ajzen féle TPB modellben meghatározott tényezők (attitűd, szubjektív norma, észlelt viselkedési kontroll, szándék) esetén is vizsgáltam, hogy azok kapcsolatban állnak-e a cselekvéssel, abban az esetben, ha a cselekvés a fizetési hajlandóság formájában van meghatározva egy fenntarthatóbb termelés megvalósításáért.

Két tényező esetében találtam szignifikáns kapcsolatot. A szándék esetében a ruha- és az élelmiszeriparnál értelmezhető, míg az észlelt viselkedési kontroll (PBC) csak a ruhaipar esetén. Mindkét esetben fennáll a TPB modell által felvázolt kapcsolat: a magasabb szándék pozitívan, míg a PBC negatívan asszociációs kapcsolatban áll a cselekvéssel. Utóbbi esetében, ha a fogyasztó úgy érzékelt, hogy a fenntartható termék vásárlása számára extra erőbefektetést igényel, akkor a fizetési hajlandóság csökkent.

Az attitűd esetében a magasabb attitűd nagyobb fizetési hajlandóságot jelzett előre, viszont itt a kapcsolat nem szignifikáns, így következtetést sem érdemes levonni ebből. Tehát míg Ajzen szoros kapcsolatot vélt felfedezni az attitűddel, addig a modellemben ez a kapcsolat nem áll fenn. Ez a cselekvés WTP-ben való megfogalmazása indokolhatja. A szubjektív norma ugyancsak nem áll kapcsolatban a fizetési hajlandósággal (szintén nem szignifikáns az eredmény).

Az első hipotézis vizsgálata után a következő állítást fogalmaztam meg:

T1: A szándék (I) és az észlelt viselkedési kontroll (PBC) az általam vizsgált modell esetében is jelentős kapcsolatban áll a cselekvéssel (itt: fizetési hajlandóság), az attitűd és szubjektív norma esetében ilyen kapcsolat nincs.

5.2.3. AGGÓDUNK TEHÁT CSELEKSZÜNK? – A FENNTARTHATÓSÁGGAL KAPCSOLATOS AGGODALOM ÉS A FIZETÉSI HAJLANDÓSÁG VIZSGÁLATA

Az itt vizsgált kapcsolat is az előző fejezetben bemutatott binomiális modellből adódik, ugyanis vizsgáltam a fenntarthatósággal kapcsolatos aggodalom és a fizetési hajlandóság közötti kapcsolatot is. Hipotézisemben azt feltételeztem, hogy minél nagyobb a fogyasztó fenntarthatósággal kapcsolatos aggodalma, annál valószínűbb, hogy hajlandó lesz többletköltségeket vállalni egy fenntarthatóbb termelés megvalósításáért. A három iparágat külön-külön elemeztem.

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp (B)
Ruhaipar	SC_faktor	0,660	0,214	9,501	1	0,002	1,934
Autóipar	SC_faktor	0,495	0,189	6,835	1	0,009	1,641
Élelmiszeripar	SC_faktor	0,319	0,215	2,197	1	0,138	1,376

0=nem hajlandó fizetni 1=hajlandó fizetni

16. ábra- Kapcsolat az aggodalom és a fizetési hajlandóság között
Forrás: saját számítások

A ruha és autóipar esetén a fenntarthatósággal kapcsolatos aggodalom és a fizetési hajlandóság között szoros és szignifikáns kapcsolat áll fenn. Az élelmiszer esetén is pozitív kapcsolat feltételezhető, de ebben az esetben a modell nem szignifikáns. Így ekkor nem tudtam érdemi következtetést levonni. Mivel mindhárom iparág esetén fennáll a pozitív kapcsolat, így a harmadik hipotézisből adódó összefüggést elfogadtam és a következő tézist fogalmaztam meg:

T2: Minél nagyobb a fogyasztó fenntarthatósággal kapcsolatos aggodalma, annál valószínűbb, hogy hajlandó lesz többletköltségeket vállalni mind a ruhaipar, mind az autóipar esetén.

5.2.4. A TUDÁS EREJE- A FIZETÉSI HAJLANDÓSÁG ÉS A TUDÁS KÖZÖTTI KAPCSOLAT VIZSGÁLATA

Elérkeztünk kutatásom legfontosabb eleméhez, amikor is azt vizsgáltam, hogy az új tudás hat-e bármilyen módon a fogyasztói többletköltségek bevállalására, abban az esetben, ha a többletköltségek 100%-ban egy fenntartható termelés kialakítására lesz felhasználva.

H3a: A fenntarthatósággal kapcsolatos új tudás ismeretében a fogyasztók nagyobb többletköltséget hajlandóak bevállalni a ruhaipar esetén.

H3b: A fenntarthatósággal kapcsolatos új tudás ismeretében a fogyasztók nagyobb többletköltséget hajlandóak bevállalni az autóipar esetén.

H3c: A fenntarthatósággal kapcsolatos új tudás ismeretében a fogyasztók nagyobb többletköltséget hajlandóak bevállalni az élelmiszeripar esetén.

A kérdőívem elején felmértem, hogy a fogyasztók hány százalékos többletköltséget hajlandóak vállalni, abban az esetben, ha a többletköltség 100%-ban a fenntartható termelés megvalósítására fordulna (amennyiben a válasz az volt, hogy nem hajlandóak többet fizetni ilyen célra, 0%-nak vettem a választ). Ezt követően iparáganként megnéztem, hogy milyen változás történik a fizetési hajlandóság mértékében azon fogyasztók esetében, akik nem ismerték az általam bemutatott tényeket. A változás megítélésére páros mintás T-próbát alkalmaztam, és a következő eredményeket kaptam (7.melléklet). Mindhárom esetben szignifikánsan többet hajlandóak fizetni a válaszadók az ismeretek birtokában.

- A ruhaipar esetén 2,3%- al hajlandóak átlagosan többet fizetni a fogyasztók. Az átlag körüli szórás viszont jelentős. Az átlag meghatározására pontosabb, ha azt feltételezzük, hogy az 1,2% és 3,4% között található.
- Az autóipar esetén a legnagyobb a változás. Ekkor a fogyasztók 7,4%- al hajlandóak többet fizetni. Az átlag körüli szórás itt is relatív nagy, a tényleges átlag valahol 6,2% és 8,6% közé tehető.
- Az élelmiszereknél is látható változás: ekkor 3,1%- al hajlandóak többet fizetni a fogyasztók. A tényleges átlag pedig valahol 2% és 4,3% között található.

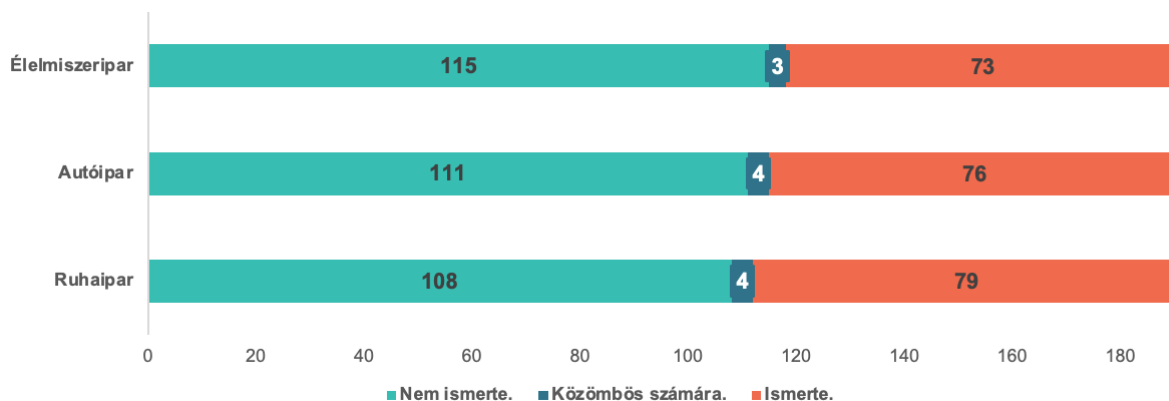
Páros T-próba		95%-os konfidencia intervallum			
		átlag	alsó	felső	sig. (2-tailed)
Ruhaipar	WTP% előtte	-2,306	-3,389	-1,222	,000
	WTP% utána				
Autóipar	WTP% előtte	-7,351	-8,547	-6,156	,000
	WTP% utána				
Élelmiszer- ipar	WTP% előtte	-3,148	-4,273	-2,022	,000
	WTP% utána				

17. ábra- Páros T-póba: WTP% változás a tudás hatására
Forrás: saját számítások

Mint láthattuk az új ismeretek az autóiparnál vezettek a legnagyobb változáshoz. Ez azzal magyarázható, hogy az élelmiszer és ruha szükségcikk, ott kevésbé hajlandóak áldozatot vállalni a fogyasztók. Az autó egy ritkább kiadás, ott nagyobb valószínűséggel hajlandóak többet fizetni. Természetesen ezek csak feltételezések, a kutatásból a jelenség okára nem lehet tényleges következtetést levonni.

Kutatási módszerem ismertetésekor már említettem, hogy abban az esetben mérem csak az előtte-utána állapotot és a tudás hatását, ha a megkérdezett nem ismerte a közölt tényeket, vagy azok nem közömbösek számára.

A következő diagram szemlélteti, hogy milyen arányban volt ismeretlen a megkérdezettek számára az új információ a 3 iparág esetén:



18. ábra- A poszttereken látott tények ismertsége
Forrás: saját számítások

Vizsgálatom lezárásaképpen a következő tézist fogadtam el:

T3: A fenntarthatósággal kapcsolatos új tudás ismeretében a ruhaipar esetén +2%-os, az autóipar esetén +7%-os, az élelmiszeripar esetén +3% változás keletkezett a fizetési hajlandóságban, amennyiben a többletköltségek a fenntarthatósággal kapcsolatos célokra lesznek felhasználva.

6. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLAT

Az átlagos többlet fizetési hajlandóság, amit a fogyasztók hajlandóak voltak még bevállalni egy fenntarthatóbb termelés megvalósításáért (azt megelőzően, hogy az egyes iparágak fenntarthatóságára ártalmas sajátosságait megismerték volna) a ruhaipar esetén +10% volt, az autóiparénál +6%, az élelmiszereknél +12%. Ebből is láthatjuk, hogy a mintámban szereplő magyar fogyasztók hajlandóak tenni a fenntarthatóbb termelés megvalósításáért.

Amennyiben ezekhez a kezdeti többlet százalékokhoz hozzáadjuk az új tudás eredményeként kapott százalékos növekedést a következő eredményeket érhetjük el: a ruhaipar esetén a többletköltség 11,2%-13,3%-ot, autóipar esetén a 12,1%-14,5%-t, élelmiszeripar esetén pedig a 14%-16,3%-t is elérheti. A kutatásomból kiderül, hogy ez a többlet, bár nem óriási, de szignifikáns. A tudás birtoklása +2%-al (ruhaipar), +7%-al (autóipar) és +3%-al (élelmiszeripar) növelheti a fizetési hajlandóságot.

Figyelembe véve, hogy a fizetési hajlandóságnál a kor is szignifikáns befolyásolónak bizonyult, kimondottan a középkorú és idős korosztálynál érdemes felhívni a figyelmet a jelenlegi gazdaság árnyoldalaira. Az esetükben a többlet tudás nagyobb eséllyel vezet többletfizetéshez.

Ez a +2%, +7%, +3%-os növekedés iránymutató lehet a gazdasági szereplők részére. A vállalatok, ha fogyasztóik tisztában vannak mennyire káros egy termék előállítása (mind a bolygónkra, mind az emberi egészségre nézve), feljebb árazhatják a termékeiket az eredeti árhoz képest (abban az esetben, ha biztosítani tudják, hogy többletköltségeket fenntartható célokra fordítják).

Az autóiparban kapott +7%-os változás kimagasló érték a két másik iparágához képest. Kimondottan itt lehet kifizetődő a fogyasztói tudás növelése, hiszen a bizonyítottan fenntartható termékeket itt jelentősen drágábban tudnák eladni.

Közvetetten pedig a gazdasági-politikai szereplők számára is értékes információkat tartalmazhat a kutatás. A fenntartható fejlődési célok eléréséért egyre nagyobb nyomást helyeznek a politikai és törvényhozó szervek a vállalatokra (és országokra) vám, adó vagy más instrumentumok formájában. Ezeket a többlet költségeket pedig az esetek nagy részében a fogyasztó fizeti meg. Mint kutatásomból kiderült a tudás ismeretében hajlandóak többlet fizetni a fogyasztók a fenntarthatóság megvalósításáért. És ezt a tényt érdemes kihasználniuk a gazdasági szereplőknek.

Az oktatási intézményeknek és nonprofit szervezeteknek is partnernek kell lenni a fenntartható fejlődési célok elérésében. Ennek lehet egyik eszköze a fogyasztói tudás növelése.

Ha sikeresen fel tudják használni a gazdaság szereplők azt a tényt, hogy a fogyasztók a fenntarthatósággal kapcsolatos tudás birtokában nagyobb áldozatot hajlandóak vállalni, akkor gyorsabban és hatékonyabban meg fogják tudni valósítani az ENSZ által kitűzött fenntartható fejlődési célokat.

7. ÖSSZEFOGLALÁS

A kutatásomban arra kerestem a választ, hogy vajon a tudásnak van-e bármilyen szerepe a fogyasztói döntésben, ha a fizetési hajlandóságról van szó. A témát szűkítettem azáltal, hogy a fenntarthatósággal kapcsolatos tudás erejét vizsgáltam a fizetési hajlandóságra, abban az esetben, ha a többletköltségek 100%-ban és bizonyítottan fenntartható célokra lesznek felhasználva.

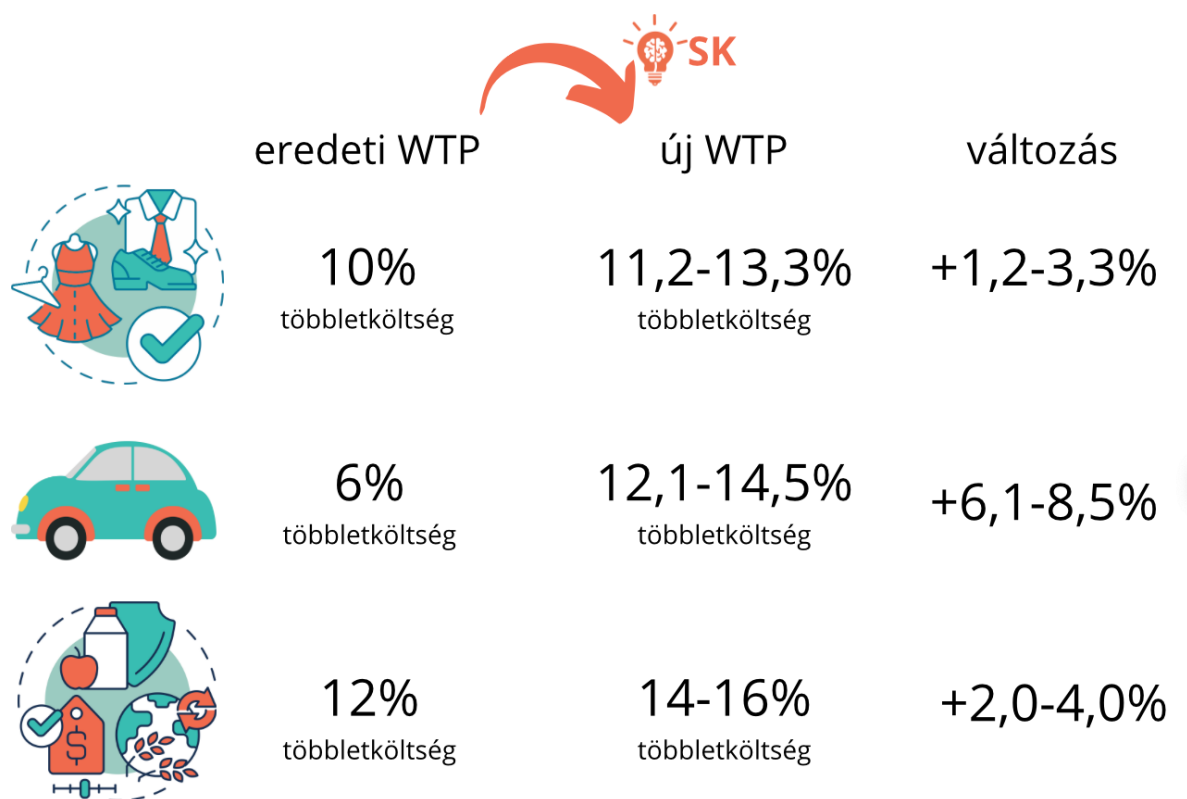
A szakirodalmi kutatásomból kiderül, hogy a fenntarthatóság napjaink egyik legfontosabb kérdése. Az ENSZ 17 pontot fogalmazott meg a fenntartható fejlődés eléréshez (ami a környezetvédelmen túl többek között kitér az emberi jogokra és egészségre is). Ahhoz, hogy sikeresen meg tudjuk valósítani ezeket a célokat, szükség van a gazdaság minden szereplőjének hozzájárulására. Pontosán emiatt elengedhetetlen a fogyasztókat is vizsgálni.

A fogyasztói magatartás vizsgálatára pedig számos modell áll rendelkezésünkre. Ezek megismerése elengedhetetlen volt, ahhoz, hogy megtaláljam az általam vizsgált kutatási témához legjobban illeszkedő módszert. Ebben a dolgozatban 5 modellt mutattam be: TPB, kiegészített TPB, KAB, VBN és VAB modell. Ezeket a modelleket elemeztem és összehasonlítottam.

A szekunder kutatás után 3 hipotézist fogalmaztam meg, amit primer kutatással vizsgáltam. Kutatásom alapját a kiegészített TPB modell egy része adta, amit átalakítottam, hogy jobban illeszkedjen az általam vizsgált témához. (például a tudást objektíven mértem, vagy a cselekvésben bekövetkezett változást százalékosan vizsgáltam). A modellhez szükséges inputokat kérdőív formájában gyűjtöttem, erre 191 magyar fogyasztótól érkezett válasz. Ezt követően a hipotézisek megválaszolására regressziós, illetve paraméteres statisztikai vizsgálatokat végeztem SPSS-ben, továbbá leíró statisztikát alkalmaztam kiegészítésként. A következő 3 tézist fogalmaztam meg eredményül:

- T1: A szándék (I) és az észlelt viselkedési kontrol (PBC) az általam vizsgált modell esetében is jelentős kapcsolatban áll a cselekvéssel (itt: fizetési hajlandóság); az attitűd és szubjektív norma esetében ilyen kapcsolat nincs.**
- T2: Minél nagyobb a fogyasztó fenntarthatósággal kapcsolatos aggodalma, annál valószínűbb, hogy hajlandó lesz többletköltségeket vállalni mind a ruhaipar, mind az autóipar esetén.**
- T3: A fenntarthatósággal kapcsolatos új tudás ismeretében a ruhaipar esetén +2%-os, az autóipar esetén +7%-os, az élelmiszeripar esetén +3% változás keletkezett a fizetési hajlandóságban, amennyiben a többletköltségek a fenntarthatósággal kapcsolatos célokra lesznek felhasználva.**

Kutatásomból kiderült, hogy a tudásnak van befolyása a fizetési hajlandóságra. A 19.ábra szemlélteti, hogyan alakul a fizetési hajlandóság többletkiadás formájában.



19. ábra- Kutatás eredménye (a fizetési hajlandóság %- os változása saját szerkesztés)

Az új tudás előtt is már hajlandóak voltak a fogyasztók valamilyen mértékben áldozatot vállalni a fenntartható termelés megvalósításáért. És ez a fizetési hajlandóság tovább növelhető fenntarthatósággal kapcsolatos tények ismertetésével.

Kutatásom rámutatott, hogy mekkora ereje van a tudásnak, és ha a gazdasági szereplők képesek ezt felhasználni, azzal hozzá tudnak járulni a fenntartható fejlődési célok megvalósításához.

A jelen kutatási program: „A KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS MINISZTERIUM EGYETEMI KUTATÓI ÖSZTÖNDÍJ PROGRAMJÁNAK A NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS ALAPBÓL FINANSZÍROZOTT SZAKMAI TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.”

Irodalomjegyzék

- Ajzen I. (2020). The theory of planned behaviour: Frequently asked questions.
- Ajzen I. (1991). The Theory of Planned Behaviour Organizational behaviour and human decision processes 50, 179-211.
- Arndt H.W. (1981) Economic development: a semantic history. *Economic Development and Cultural Change*, 29(3), 457–466.o. <http://www.jstor.org/stable/1153704> (letöltve:2021.10.12)
- Black J.S., Stern P.C., Elworth J.T. (1985). Personal and Contextual Influences on Household Energy Adaptations. *Journal of Applied Psychology* 70 (1): 3-21.
- Caradonna J.L. (2014). Sustainability: a history. New York, 2014; online edn, Oxford Academic, 12 Nov. 2020.
- Carson R.L. (1962) Néma Tavaszi. Katalizátor Kiadó. Páty. 2007.
- Dietz T., Fitzgerald A., Schwom R. (2005). Environmental values. *Annual Review of Environment and Resources* 30 (1): 335-372.
- Ehrlich P.R. (1968). The Population Bomb. Ballantine Books Kiadó. New York. 1988.
- Emekci S. (2019) Green consumption behaviour of consumers within the scope of TPB.
- ENSZ (1987). Közös Jövőnk (Brundtland-jelentés).
- Grober U. (2012). Sustainability: a cultural history. Totnes, UK: Green Books, Könyvkiadó 2012.
- Hungerford H.R., Volk T.L (1990). Changing learner behaviour through environmental education. *J.Environ. Educ.* 21 8-21.
- IPCC (2022). Climate Change 2022- Mitigation of climate change. In: [ipcc.ch](https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg3/downloads/) <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg3/downloads/> (letöltve:2023.04.05)
- Kang, J., Jun, J., & Arendt, S. W. (2015). Understanding customers' healthy food choices at casual dining restaurants: Using the Value-Attitude-Behavior model. *International Journal of Hospitality Management*, 48, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.04.005>
- Kumar, T. B. J., Renee, T., Kwong, G. S., Keong, Y. K., Haur, F. C., & Jiang, N. (2020). Grooming Products Purchase Intention : Using the Value-Attitude-Behaviour Model. *A Contemporary Business Journal*, 9(1), 33–58.
- Ma Xueqi, Zhang Qi, Jiang Ruo (2021). Parents' attitudes as mediators between knowledge and behaviours in unintentional injuries at home of children aged 0-3 in Shanghai, eastern China: a cross-sectional study. *MJ Open* 2021;11:e054228. doi:10.1136/bmjopen-2021-054228
- Meadows D.H., Meadows D.L., Randers J., Behren W.W. (1972). The limits of growth. Megtekintve: https://collections.dartmouth.edu/texts/meadows/diplomatic/meadows_ltg-diplomatic.html megtekintve: 2023.10.02.

New York Times (2024). The unmistakable Backdrop of COP29.

Pitron, G. (2020). The rare metals war- The dark side of clean energy and digital technologies

Roger E.M (1995). Diffusion of Innovations. Free Press, New York

Stern P.C., Dietz T., Abel T., Guagnano G., Kalof L (1999). A Value-Beliefs-Norm Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmentalism. Human Ecology Review 6 (2): 81-97

The Ecologist (1972). A blueprint for survival. Penguin kiadó. 1972.

The Ecology Party (1975). Manifesto for sustainable society. The Ecology Party 1975. Letöltve: <https://green-history.uk/library/doc-archive/file/162-ecology-party-manifesto-for-a-sustainable-society-1975> (2022)

Whitley C.T., Takahashi B., Zwickle A., Besley J.C., Lertpratchya A.P. (2016). Sustainability behaviours among college students: an application of the VBN theory Environmental Education Research.

Schwartz S.H., Blisky W. (1987). Toward a Universal Psychological Structure of Human Values. Journal of Personality and Social Psychology 53 (3): 550-562

Warder P. (2011) The invention of sustainability. Modern Intellectual History,8(1), 153-170.o.

Zepeda L., Deal D., (2009). Organic and Local Food Consumer Behaviour: Alphabet Theory. International Journal of Consumer Studies 33 (6): 697-705

Melléklet

1.melléklet: Tények a ruhaiparból

FAST FASHION

Tények a Ruhaiparból



UNICEF, 2020

160 millió gyermek dolgozik illegálisan világszerte, nagy részük a ruhaiparban.

#gyermekmunka



Fair Labour, 2024

Bangladesben a ruhaiparban a **minimál bér 41 ezer forint** havonta (a megélhetés 100 ezer forint)

#megélhetés alatti bérek



Európai Parlament, 2024

A textilipar felel a globális **vízszennyezés 20 százalékáért.**

#környezetszennyezés





**ELEKTROMOS
AUTÓK**

AUTÓIPAR

Az elektromos autókban is használt kongói kobalt bányászat során mindennapos a:

**gyermekmunka,
erdőirtás és talaj degradáció.**

1 elektromos autó előállításához 12,5 kg lithium kell, ami előállításához pedig 100 ezer liter víz:

1 db  ► 12,5 kg  ► 100 ezer liter 

1 elektromos autó legyártása 20%-al nagyobb kibocsájtást eredményez, mint egy benzines autó gyártása.

+20%

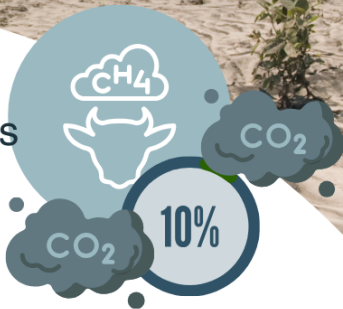

↑↑↑
a termelésben

Európai Környezetvédelmi
Ügynökség



Európai Élelmiszeripar és Mezőgazdaság

A mezőgazdaság felel
Európában a ÜHG kibocsátás
több, mint **10%-áért**.
(Európai Bizottság)



Az európai tengeri halak
**80%-ban kimutatható
műanyag.**

(Word Economic Forum 2021)



1,7 millió hektár fa kiirtásáért
az Amazonas-medencében az európai
szója felvásárlás felel.

(Természetvédelmi Világalap 2023)

(a szója az egyik leggyakrabban
használt takarmány)



4.melléklet: kérdőív kérdései

Mennyire értesz egyet a következő 8 állítással? (1=nem értek egyet, 4= teljesen egyetértek)

Aggódok a bogyónk jövőjéért. (SC1)

Jelentős politikai változásra van szükség a környezetünket érintő problémák megoldására. (SC2)

Tetszik az ötlet, hogy fenntartható termelésből származó terméket vásároljak. (ATT)

Számomra fontos emberek szerint fenntartható termékeket kéne vásárolnom. (SN)

A fenntartható termelésből származó termékek vásárlása számomra extra erőfeszítést igényel. (PBC)

A fenntarthatósággal kapcsolatos törvényeknek szigorúbbaknak kéne lennie. (EC3)

Többet tervezek költeni fenntartható termelésből származó termékekre. (I)

Hajlandó lennél többet fizetni egy ruhadarabért? (ha a többletköltség 100%-ban és igazoltan fenntarthatósági célok megvalósítására fordulna)

Igen-Nem

Ha igen, hány %-al fizetnél többet?

Rövid szöveges válasz

...és egy egy autóért? (ha a többletköltség 100%-ban és igazoltan fenntarthatósági célok megvalósítására fordulna)

Igen-Nem

Ha igen, hány %-al fizetnél többet?

Rövid szöveges válasz

... esetleg egy élelmiszerért? (ha a többletköltség 100%-ban és igazoltan fenntarthatósági célok megvalósítására fordulna)

Igen-Nem

Ha igen, hány %-al fizetnél többet?

Rövid szöveges válasz

Poszter ismertetése a ruhaiparról.

Ismerted az előző tényeket? Tudtad, hogy mennyire káros a "fast fashion" és a ruhaipar?

Ismertem az előző tényeket.

Nem ismertem, de tudtam mennyire káros a ruhaipar.

Nem ismertem és meglepett.

Nem ismertem, de az számomra közömbös.

A poszter ismeretében hajlandó lennél többet fizetni egy ruháért a fenntarthatóbb ruhaipar megvalósításáért? (a többletköltség 100%-ban és igazoltan fenntarthatósági célok megvalósítására fordulna)

Igen-Nem

Ha igen , hány %-al lennél hajlandó többet fizetni?

Rövid szöveges válasz

Poszter ismertetése az autóiparról.

Ismerted az előző tényeket? Tudtad, hogy mennyire káros az elektromos autó termelés és az autóipar?

Ismertem az előző tényeket.

Nem ismertem, de tudtam mennyire káros a ruhaipar.

Nem ismertem és meglepett.

Nem ismertem, de az számomra közömbös.

A poszter ismeretében hajlandó lennél többet fizetni egy autóért a fenntarthatóbb autóipar megvalósításáért. (a többletköltség 100%-ban és igazoltan fenntarthatósági célok megvalósítására fordulna)

Igen-Nem

Ha igen , hány %-al lennél hajlandó többet fizetni?

Rövid szöveges válasz

Poszter ismertetése az élelmiszeriparról.

Ismerted az előző tényeket? Tudtad, hogy mennyire káros az európai élelmiszeripar?

Ismertem az előző tényeket.

Nem ismertem, de tudtam mennyire káros a ruhaipar.

Nem ismertem és meglepett.

Nem ismertem, de az számomra közömbös.

A poszter ismeretében hajlandó lennél többet fizetni egy élelmiszerért a fenntarthatóbb élelmiszeripar megvalósításáért. (a többletköltség 100%-ban és igazoltan fenntarthatósági célok megvalósítására fordulna)

Igen-Nem

Ha igen , hány %-al lennél hajlandó többet fizetni?

Rövid szöveges válasz

Szerinted mennyire megbízható egy neves intézet vagy folyóirat által közölt információ?
(1=megbízhatatlan, 4= megbízható)

Nemed:

Férfi-Nő

Születési éved:

Rövid szöveges válasz

Iskolai végzettséged:

Egyetemi vagy főiskolai végzettség

Jelenleg egyetemen tanulok, nincs még diplomám

Érettségi

Jelenleg középiskolában tanulok, nincs még érettségim

Egyik sem

Egyéb

Az egy háztartásban élőkkel közösen körülbelüli mennyi a havi nettó bevételek forintban? (pl. 300000)

Rövid szöveges válasz

Hányan éltek egy háztartásban? (például 3)

Rövid szöveges válasz

Lakóhelyed mérete:

Főváros

Megyei jogú város

Város

Község/falu

5.melléklet: Faktorelemzés

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,562
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	50,465
	df	3
	Sig.	0

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,568	52,259	52,259	1,568	52,259	52,259
2	0,874	29,143	81,402			
3	0,558	18,598	100			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

6.melléklet: Binomiális modell

Ruhaipar:

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	3,32	8	0,913

Classification Table^a

Observed		Predicted		
		WTP előtte - Ruha		Percentage Correct
		Nem	Igen	
Step 1	WTP előtte - Nem	16	34	32
	Ruha Igen	9	120	93
	Overall Percentage			76

a. The cut value is ,500

Autóipar:

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	11,091	8	0,197

Classification Table^a

Observed		Predicted		
		WTP előtte - Autó		Percentage Correct
		Nem	Igen	
Step 1	WTP előtte - Nem	25	47	34,7
	Autó Igen	20	87	81,3
	Overall Percentage			62,6

a. The cut value is ,500

Élelmiszeripar:

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	8,959	8	0,346

Classification Table^a

Observed		Predicted		
		WTP előtte - Élelmiszer		Percentage Correct
		Nem	Igen	
Step 1	WTP előtte - Nem	9	29	23,7
	Élelmiszer Igen	5	136	96,5
	Overall Percentage			81

a. The cut value is ,500

7.melléklet: Páros T-próba

Paired Samples Test										
		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference					
					Lower	Upper				
Pair 1	WTPea% - WTPua%	-2,306	5,679	0,546	-3,389	-1,222	-4,219	107	0	
Pair 2	WTP előtte - Autó - WTPub%	-7,351	6,357	0,603	-8,547	-6,156	-12,184	110	0	
Pair 3	WTPec% - WTPuc%	-3,148	6,093	0,568	-4,273	-2,022	-5,54	114	0	