

OTDK-dolgozat

2023

PANNON EGYETEM
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR



**A TUDATOSSÁG DIMENZIÓINAK FELTÁRÁSA A FIATALOK FO-
GYASZTÁSI SZOKÁSAIBAN**

**EXPLORING THE DIMENSIONS OF CONSCIOUSNESS IN CON-
SUMPTION HABITS OF YOUNG PEOPLE**

Ossik Mónika

Konzulens: Bosnyák-Simon Nikolett, Dr. Kozma Dorottya Edina

Kézirat lezárásának dátuma: 2023. 01. 08.

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	1
1. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS	2
1.1. A TUDATOSSÁG	2
1.2. TUDATOS FOGYASZTÁS	3
1.3. KÖRNYEZETTUDATOSSÁG, KÖRNYEZETTUDATOS FOGYASZTÁS	8
1.4. EGÉSZSÉGTUDATOSSÁG, EGÉSZSÉGTUDATOS FOGYASZTÁS	13
1.5. PÉNZÜGYI MŰVELTSÉG, PÉNZÜGYI TUDATOSSÁG	17
2. A KUTATÁS MÓDSZERTANA	21
2.1. A KORÁBBI KUTATÁSI EREDMÉNYEK ÉS JELEN KUTATÁSOM CÉLKITŰZÉSEI	21
2.2. A CÉLCSOPORT MEGHATÁROZÁSA	23
2.3. KUTATÁSI KÉRDÉSEK, HIPOTÉZISEK	23
2.4. A KÉRDŐÍV ÖSSZEÁLLÍTÁSÁNAK MÓDSZERTANA	24
2.5. AZ ADATOK ELEMZÉSE SORÁN ALKALMAZOTT STATISZTIKAI MÓDSZEREK, ELJÁRÁSOK	28
3. KUTATÁSI EREDMÉNYEK	30
3.1. A KUTATÁSI MINTA VIZSGÁLATA LEÍRÓ STATISZTIKA SEGÍTSÉGÉVEL	30
3.2. KÖRNYEZETTUDATOSSÁG VIZSGÁLATA A MINTÁBAN	33
3.3. EGÉSZSÉGTUDATOSSÁG VIZSGÁLATA A MINTÁBAN	34
3.4. PÉNZÜGYI TUDATOSSÁG VIZSGÁLATA A MINTÁBAN	34
3.5. A TUDATOSSÁG ASPEKTUSAINAK ÖSSZEFÜGGÉS VIZSGÁLATA A MINTÁBAN	36
4. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK	37
ÖSSZEFOGLALÁS	39
IRODALOMJEGYZÉK	40
MELLÉKLETEK	I
1. MELLÉKLET: FIATALOK FOGYASZTÓI TUDATOSSÁGÁNAK FELMÉRÉSE - KÉRDŐÍV	II

TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. táblázat: Tudatosságot jellemző pontszámok alakulása.....	27
2. táblázat: A korrelációs együttható lehetséges értékei	29
3. táblázat: Az egészség- és pénzügyi tudatosság korrelációs vizsgálata	36
1. ábra: A tudatos fogyasztás területei	6
2. ábra: Az egészségmagatartás alkotóelemei (Elements of health behaviour)	14
3. ábra: A kitöltők nemek szerinti megoszlása (%).....	30
4. ábra: A válaszadók lakóhely szerinti megoszlása (%)	30
5. ábra: Az egyháztartásban élők szerinti megoszlás (fő)	31
6. ábra: A kitöltők végzettség szerinti megoszlása (fő).....	31
7. ábra: A válaszadók státusz szerinti megoszlása (%)	32
8. ábra: A kitöltők jövedelmi helyzet szerinti megoszlása (%).....	32
9. ábra: A környezettudatosság pontszámainak alakulása a vizsgált mintában (fő) .	33
10. ábra: Az egészségtudatosság pontszámainak alakulása a vizsgált mintában (fő)	34
11. ábra: Pénzügyi döntések meghozatalának módja (%).....	34
12. ábra: A kitöltők pénzügyi ismereteinek forrásai (%)	35
13. ábra: Az OECD (2020) és az általam végzett felmérés összehasonlítása (pont).	36

BEVEZETÉS

A fenntarthatóság mára már általánosan elterjedt kifejezés a köznyelvben. A mindennapi életünkben közvetlenül megtapasztalhatjuk, hogy a fiatalok környezettudatosabbak lettek, amely egyre inkább trend(i)-nek számít. A fenntarthatóság jegyében egyre inkább jellemző a csomagolásmentes boltokban történő vásárlás, a natúr kozmetikumok használata, különféle fenntartható és környezetbarát alternatívák beépítése a mindennapi életbe.

Már dolgozatom elkészítése előtt is komoly érdeklődést mutattam a környezettudatos életmód iránt. Ennek eredményeképpen számos környezetbarát alternatívával ismerkedtem meg, melyek segítségével mérsékelni tudtam a környezetre gyakorolt káros hatásokat. Korábbi szemléletemet jelentősen formálta a „zero waste”, azaz a hulladékmentes életmód koronázatlan királynője és nagykövete, Bea Johnson, aki 2008 óta gyakorolja ezt az életformát. A 2013-ban kiadott *„Zero Waste otthon, avagy Kevesebb hulladék, egyszerűbb élet”* című könyvében nem csak azt mutatja be az olvasó számára, hogyan lehet hulladékmentesen élni, hanem saját tapasztalatai alapján azt is, hogy milyen úton lehet eljutni egy hulladékmentes háztartás vezetéséhez. Rávilágít arra, hogy lépésenként haladva is meg lehet változtatni a jelenlegi káros túlfogyasztást. A szerző véleménye szerint a hulladékmentes életmódot lehetetlen teljes mértékben megvalósítani a jelenlegi ipari folyamatok mellett, továbbá hangsúlyozza, hogy nem az számít, mennyi szemetet termelünk, hanem az, hogy megértsük a vásárlóerőnk természeti környezetre gyakorolt hatását. Könyvében azt is taglalja, hogy a hulladékmentes életmód kedvezően hat az egészségre is, mivel csökkenti a szervezetbe kerülő szintetikus anyagok mennyiségét, hiszen kevesebb feldolgozott élelmiszer jelenik meg egy ember asztalán (Johnson, 2013). Ennek hatására kezdtem el nagyobb érdeklődést mutatni a fogyasztói szokások vizsgálata iránt, s ennek kapcsán fogalmazódott meg bennem a kérdés, hogy vajon a tudatosság más aspektusai is kimutathatók-e a környezettudatos fiatalok fogyasztási szokásaiban.

Jelen kutatásom fő célkitűzése tehát a tudatosság dimenzióinak feltárása a már környezettudatos fiatal felnőttek fogyasztási szokásaiban, fókuszálva az egészség- és pénzügyi tudatosság relevanciájára. A kutatási célok elérése érdekében online kérdőíves felmérést végeztem a csomagolásmentes boltok fiatal vásárlóinak, valamint a közösségi média felületén található környezetvédelmi csoportok tagjainak körében 2022. augusztus 1. és szeptember 30. között.

1. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

Dolgozatom első fejezetében a témához kapcsolódó szakirodalmi háttér feldolgozása kap helyet. Elsőként a tudatosság témakörét járom körbe, melynek keretében a tudatossággal kapcsolatos megfogalmazásokat, értelmezéseket mutatom be. Ezt követően – a tudatosság szűkebb értelmezésében – a kutatási témám főbb elemeit, a környezet-, az egészség- és a pénzügyi tudatosság definícióit, megközelítéseit ismertetem.

1.1. A TUDATOSSÁG

A tudatosság fogalma sok esetben került már viták középpontjába, amely konfliktusnak egyik fő kiváltó oka, hogy a tudatosság mellé szinonimaként emelik be a tapasztalat és tudat kifejezéseket. Ennek következményeként még nagyobb zavar alakult ki a fogalmak között. Eredetét tekintve a tudatosság szó az angolszász „*gewear*” szóból származik, aminek jelentése „tudatában lenni”. A 13. századtól kezdődően azonban megváltozott az értelmezése, s ezt követően maga a szó annyit takart, hogy tájékozottnak lenni, tudni. Ennek tükrében azt mondhatjuk, hogy a tudatosság eredeti jelentése a tapasztalatokra, valamint a megtapasztalásra utalható vissza. Etimológiai megközelítésből a tudatosság szűkebb értelemre utal, amely a latin „*cum*” és „*sciere*” szavakból épül fel, és amelyet úgy fordítanak, hogy tudatosság, tudni a tudást, amely a tapasztalatok mérlegelésére utal (Vanechoutte, 2000).

A tapasztalat és a tudatosság biológiai megközelítése Mario Vanechoutte nevéhez köthető. A mikrobiológus szerint az állatok számára a tapasztalat tekinthető tudatosságnak, míg a növények nem tudatos élőlények. Ezt a jelenséget azzal magyarázza, hogy az állatok különleges helyzetben vannak, hiszen amely állatok képesek mozogni, azok élete általában véve komplexebb, szemben azokéval, akik helyhez kötöttek, vagy szinte mozdulatlanok (paraziták). Például, a mozgó állatok komplexitásához kell egyfajta tudatosság, hogy a potenciális nőstény felé tudjanak mozogni az állatok a fajfenntartás, szaporodás végett. Továbbá kiemelten fontos az állatok életében a mozgás akkor is, amikor táplálékot keresnek, zsákmányt ejtenek.

Az állatok tehát érzékelni tudják környezetüket, fel tudják ismerni más állatok viselkedését, és reagálni tudnak rájuk. Az észlelési képesség mellett az állatoknak szükségük van egy belső motivációra is, hogy cselekedjenek, genetikailag helyes dolgokat végezzenek, amelyek alapvetően hormonális és érzelmi alapon történnek. Vanechoutte kiemelte továbbá, hogy az idegsejtek teszik lehetővé számunkra az idegrendszert és a központi feldol-

gozást, amely az agyban történik. Ennek hiányában nem lehetne tudatosságról beszélni, hiszen a minket érő tapasztalatok értelmezését nem tudná elvégezni a központi feldolgozás. Végezetül Vaneechoutte azzal érvelt munkásságára során, hogy amit tudatosságnak nevezünk az nem más, mint egy végstádium, amely során a testünkben és agyunkban zajló tapasztalatokat megszűrjük és feldolgozzuk. „*A tudatosság az a tapasztalat, amely a sokféle lehetséges testi tapasztalat szűrésének és feldolgozásának eredménye*” (Vaneechoutte, 2000, p. 439.).

Levetítve kutatási eredményeit az emberek tudatosságára, a biológus úgy véli, hogy kiemelten fontos szerepet játszik a kommunikáció és a gondolkodás abban, hogy egy olyan keret alakuljon ki számunkra, amely nélkülözhetetlen a tudatos tapasztalás eléréséhez. Megkülönbözteti a reflexív tudatosságot az *általános* tudatosságtól, ami azt jelenti, hogy lehetőségünk van tudatosnak lenni, ám legtöbbször nem vagyunk azok. Hiszen sok esetben tudatában vagyunk cselekvéseinknek, így lehetőségünk van reagálni, de mégsem vagyunk tudatosak, mert nem tartunk távolságot, azaz, nem szemléljük meg jobban cselekvéseinket, környezetünket.

A biológiai meghatározást követően kutatásomat egy másik megközelítés bemutatásával folytatom, amely sokkal kézenfekvőbb számunkra, mint a fenti tudományos megállapítások. A következő alfejezetben a tudatos fogyasztói magatartást vizsgálom, amely kutatásom középpontjában áll.

1.2. TUDATOS FOGYASZTÁS

A témakör ismertetése előtt fontos tisztázni, hogy a fogyasztás, mint fogalom mit is jelent pontosan. A közgazdaságtanban a fogyasztót egyetlen személynek tekintik, akinek háztartási, azaz nem termelési vagy kereskedelmi célú javakkal kapcsolatos viselkedéseit vizsgálják. Ennek tekintetében olyan cselekvésként írható le a fogyasztás, amely különböző emberi szükségletek kielégítésére szolgál. Ilyen cselekvés például a táplálkozás, ruházkodás, lakhatás stb. (Székely, 2011).

Fontos megemlíteni, hogy a tudatos fogyasztáshoz nélkülözhetetlen az információ, amelynek egyik legegyszerűbb megjelenési módja a termékek csomagolásán történő elhelyezés. A csomagoláson közölt információk tekintetében a legfontosabb szempontok a mennyiséggel, a minőséggel és a közérthetőséggel kapcsolatosak. A hangsúly természetesen a gyors áttekinthetőségen, a közérthetőségen van. Ugyanakkor a csomagolásokon hem-

zsegek a különféle jelölések, adatok, melyek sok esetben a fogyasztó számára nem közölnek információt, csupán adatok sokaságát jelentik. A címkén számos adat tárul fel a fogyasztó számára, amit már nem akar, vagy csak egyszerűen nem tud feldolgozni (Szűcs, 2017). El kell ismerni, hogy manapság a fogyasztókat érő ingerek oly mértékűre emelkedett, hogy elvesznek az információ tengerében.

A tudatos vásárló kifejezés egyre gyakrabban jelenik meg a köznyelvben is. Hofmeister és Töröcsik (1996) a következőképpen definiálta a tudatos vásárlót: *„A vevő kiszolgáltattott a piac eladó szereplőjének (...). A fogyasztó ezzel szemben nem kiszolgáltattott. Tudatában van hatalmának, elvárja, hogy pénzéért értéket kapjon, fogyasztótársaival szolidáris, kiszűri a piacról azokat a vállalkozókat, akik érdekei ellen tesznek, akár azzal, hogy becsapják az államot, akár, hogy a fogyasztók kárára akarnak nyereséghez jutni”* (Hofmeister-Tóth – Töröcsik, 1996).

Töröcsik (2003) a tudatos fogyasztókat trendként értelmezi, és a következőképpen összegzi a tudatos vagy másnéven felvilágosult fogyasztó definícióját: *„A fogyasztók/vásárlók egyre inkább tudatában vannak jogaiknak, lehetőségeiknek, így kifejezetten nehezményezik a nem korrekt tájékoztatást, a félrevezetést, botrányokat. A felvilágosult fogyasztó bizalmatlan, szkeptikus, nem mer hinni sem a gyártónak, sem a kereskedőnek”* (Töröcsik, 2003).

Tanulmányában Dudás (2011) kiemeli, hogy a marketing, azon belül a fogyasztói magatartás szakirodalmában számos formában fellelhető a tudatosság. Ilyen például a márkatudatosság, a pénzügyi tudatosság, az egészségtudatosság, a környezettudatosság, a felelős fogyasztás, az etikus fogyasztás, a fenntartható fogyasztás stb. Dudás (2011) az alábbiak szerint definiálta a tudatos fogyasztót: *„tudatos fogyasztó az, akire egy vagy több jellemző igaz az alábbiak közül:*

- *tisztában van fogyasztói jogaival, és azokat érvényesíti is,*
- *tisztában van döntéseinek egyéni és/vagy társadalmi következményeivel, és tudatosan – előzetes koncepciók alapján, mélyreható informálódást és alapos megfontolás követően – választ,*
 - *vagy vannak felismert önös érdekei (pl. egészség, biztonság, költségtakarékosság), és azokat vásárlási döntéseiben kifejezésre juttatja,*
 - *és/vagy önértékein túl hajlandó figyelembe venni etikai és (környezeti társadalmi és gazdasági értelemben vett) fenntarthatósági szempontokat is”* (Dudás, 2011, p.48.).

A szerző ezáltal arra is rámutatott, hogy a fogyasztók hozzáállását és motivációit kell nézni, így a tudatosság két fő vonulatát lehet elkülöníteni egymástól. Vannak olyan esetek, mely során a fogyasztó önös érdekei kerülnek fókuszba. Az önérdekre koncentráló tudatosság területei a következők:

- minőség tudatosság,
- ártudatosság,
- márkatudatosság,
- értéktudatosság,
- fogyasztói jogok tudata,
- egészségtudatosság,
- táplálkozás tudatosság.

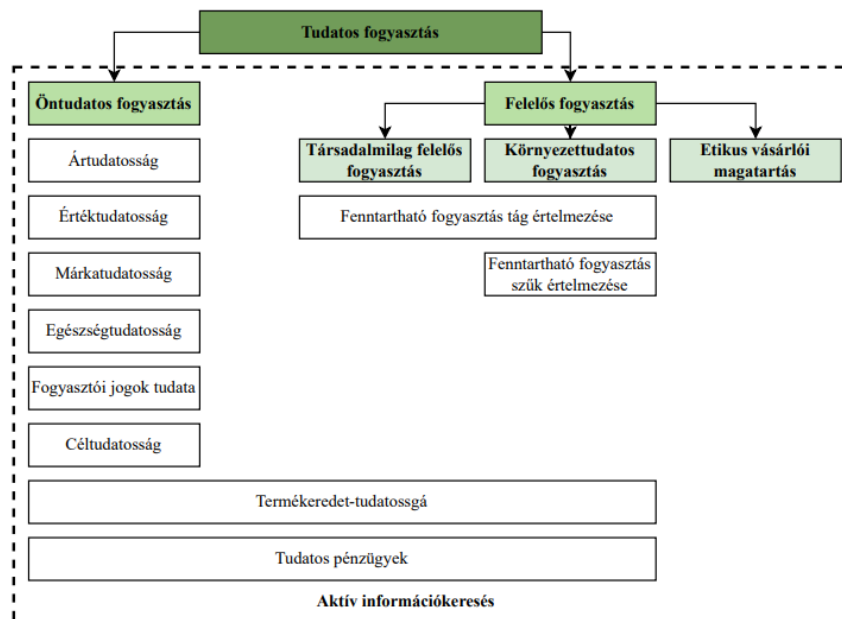
Emellett vannak olyan szituációk, amikor pedig mások érdekei kerülnek középpontba. A mások érdekeire fókuszáló tudatosság közé tartozó esetek a következők:

- környezettudatosság,
- társadalomtudatosság,
- etikus fogyasztás,
- felelős fogyasztás,
- fenntartható fogyasztás,
- önkéntes egyszerűség.

Végül, előfordulhat olyan vásárlási döntés, amely mindkét tudatosságot magában foglalja. Azaz, egyszerre játszik szerepet az önérdekből és a mások érdekeiből fakadó motiváció. Ide sorolhatók a következő területek:

- összefüggő ország eredet-tudat,
- tágabban értelmezve a termékeredet-tudat,
- pénzügyi tudatosság.

Véleményem szerint Dudás (2011) megfelelően összegzi azokat a meghatározásokat és szempontokat, amelyek a legjobban és legmegbízhatóbban leírják a tudatos fogyasztó személyét. Az 1. ábra összefoglalva mutatja be a szerző által legfontosabbnak ítélt tudatosságterületeket, illetve megjeleníti a köztük lévő kapcsolódási pontokat.



1. ábra: A tudatos fogyasztás területei

Forrás: Saját szerkesztés Dudás (2011, p. 49.) alapján

Szűcs (2017) kívánatos magatartásnak tartja a tudatos vásárlást, ám a kutatási eredmények szerint számos tényező hátráltatja, illetve nehezíti annak megvalósítását. A szerző kiemeli, hogy a vásárlók 80%-a érzelmi alapon hozza meg a vásárlással kapcsolatos döntéseit, csupán a fennmaradó 20% hoz racionális döntéseket. Ennek következtében nem lehet elhanyagolni az impulzus vásárlások arányát sem. Amennyiben a fogyasztó tudatosan cselekedne, abban az esetben minden marketingaktivitás hatástalan lenne, és nem lépne fel olyan eset, mint az impulzusvásárlás, vagy az emocionális vásárlás, vagy legalábbis nem öltene ilyen jelentős mértéket. Szűcs ennek nyomán különbséget tett a vélelmezett tudatosság és a tényleges tudatosság szintje között. Emellett hangsúlyozta, hogy igencsak komoly összefüggés lelhető fel a valódi tudatosság és a tényleges tudás között, hiszen tényleges és pontos ismeretek nélkül nem létezik tudatos vásárló. Összefoglalva a szerző a tudatos fogyasztást összetett jelenségnek tartja, amelyet leginkább attitűdként lehet értelmezni.

Sokszor nevezik tudatos fogyasztónak azokat az egyéneket (is), akik tisztában vannak a fogyasztóvédelmi szabályokkal. Ám, egy tudatos fogyasztói magatartással kapcsolatos pályázat anyagában úgy fogalmaztak a pályázatírók, hogy „a tudatos fogyasztók körültekinőbbek a vásárlásoknál, szolgáltatások igénybevételénél és képesek arra, hogy önállóan, közvetlenül is érvényesítsék jogaikat: a termék kiválasztása alkalmával ismerik azokat a tájékoztató adatokat, amelyek figyelembevételével hozzák meg döntésüket. Képesek arra, hogy önállóan, közvetlenül érvényesítsék jogaikat” (Nemzeti Fejlesztési Ügynökség, 2008, p. 4.).

A klasszikus fogyasztóvédelem álláspontja szerint a „tudatos vásárló az, aki nem hagyja, hogy átverjék. Aki tisztában van fogyasztói jogaival, és él is velük. Aki tájékozódik az árakról, a termékek minőségéről, a kapcsolódó szolgáltatásokról, és a legjobb ajánlatot választja ki” (Tudatos Vásárlók, 2022). Ebből a megközelítésből tudatos fogyasztónak az minősül, aki tisztában van saját jogaival és azokat érvényesíteni is tudja.

Napjainkban a civil szervezetek között is fellelhető különféle meghatározás a tudatos fogyasztással kapcsolatban. Ezek a szervezetek azt is figyelembe veszik, hogy a saját érdekek fokozottabb érvényesítése mellett mások érdekei is jelentősek. Ilyen többek között a Tudatos Vásárlók Egyesülete által ismertetett megfogalmazás, amely mások érdekeire helyezi leginkább a hangsúlyt, továbbá kiemeli, hogy ne csak saját érdekeinket tartsuk szem előtt, hanem vegyük figyelembe az etikai, társadalmi és környezeti szempontokat, emellett legyünk tekintettel mások érdekeire is (ma élő emberek, jövő generációi, állatok, növények) (Tudatos Vásárlók, 2022).

A tudatos fogyasztás ennél sokkal többről szól. Lényeges szempont, hogy ne csak etikailag, hanem a természeti környezetünk megóvása szempontjából is tudatosak legyünk. Ezáltal saját magunkon túl másokra is tekintettel kell lennünk. Tulajdonképpen tudatos vásárlónak ma az az egyén tekinthető, aki olyan fogyasztói döntéseket hoz, amely során nemcsak ő maga jár jól, hanem alapvetően a világ is. Be kell látni, hogy a döntéseknek értékük és súlyuk van, és a döntések kihatnak az egész világra, tükrözik hitünket a méltányosságban, az ökológiai felelősségben és az igazságosságban (Tudatos Vásárlók, 2022).

Összegezve az eddig áttekintett meghatározásokat, elmondható, hogy a tudatos fogyasztó az, aki teljeskörű információval látja el magát annak érdekében, hogy fogyasztása során olyan döntéseket hozzon meg, amelyek saját és mások érdekeit mindenkor szem előtt tartja, illetve érvényesíti azokat. Továbbá, a fent említett szempontokat figyelembe véve tudatos fogyasztónak számít az, aki a hatalmas információhalmazból kiszűri azokat a lényeges és számára fontosnak vélt adatokat, amelyek segítik őt abban, hogy a különféle marketingfogások és termékeken szereplő megannyi jelzés mellett is tudatos döntést hozzon.

A következőkben a tudatosság részterületei közül a környezet-, az egészség- és a pénzügyi tudatosságot emelem ki és ismertetem, hiszen saját kutatásom során ezeket a területeket, illetve a közöttük lévő kapcsolatokat fogom vizsgálni.

1.3. KÖRNYEZETTUDATOSSÁG, KÖRNYEZETTUDATOS FOGYASZTÁS

A környezettudatosság elsősorban a fogyasztásban, vagy éppen a nem fogyasztásban mutatkozik meg. A fenntartható fogyasztást és a környezettudatos fogyasztást gyakran szinonimaként használják. Munkám során ezeket a kifejezéseket magam is szinonimaként értelmezem, hiszen egyik tudatosság sem zárja ki a másikat. Úgy gondolom, hogy az, aki már a környezettudatos fogyasztást tartja szem előtt, az egyben fenntarthatóan és tudatosan dönt, illetőleg cselekszik.

Manapság egyre inkább szembesülünk azzal a ténnyel, hogy ha valami elromlik, eldobjuk, veszünk helyette egy újabbat, modernebbet, „jobbat”. Ezzel lényegében magunk mögött hagyjuk az egykori puritán telepések vallását, amely így szólt: *„használd, nyűdd el, javítsd meg, ha tudod, vagy légy meg nélküle”* (Elgin, 1993 p. 182.). Ebből kifolyólag sajnálatos módon ma már kijelenthetjük, hogy a fogyasztás olyan méretek ölt, amely már joggal nevezhető pazarlásnak. Ez a fajta pazarlás, túlfogyasztás egyfelől rendkívül szennyezi, pusztítja a természeti környezetet, másfelől jelentősen megnöveli a kiadásokat.

Ahogy a termelés, úgy a fogyasztás is „nyomokat” hagy természeti környezetünkben, és számos esetben okoz visszafordíthatatlan károkat. Továbbmenve, korlátozza a fogyasztók jövőbeli lehetőségeit, vagy más szavakkal a következő generációk életminőségét. A környezetszennyezés károsságáról se feledkezzünk meg, hiszen egy szennyezett területen felépített ház a lakóinak egészségét teszi tönkre. Egy 1993-ban végzett kutatás 25%-ban teszik felelőssé a fogyasztókat a különféle környezeti hatásokért (pl. savas eső, üvegházhatás, ózonlyuk), míg 50%-ban a hulladékok által okozott veszélyekért (Vágási, 2000). Mégis elmondható, hogy a fogyasztók nem hajlandóak feladni azt az életszínvonalat, amely kényelmessé teszi mindennapjaikat. A kormányok pedig sok esetben nem rendelkeznek elég forrással, hogy a környezeti károkat semlegesítsék, csökkentsék. A környezetvédelmi beruházások számos esetben a termékeket vagy szolgáltatásokat drágítják meg, amely szintúgy növeli a fogyasztók kiadásait.

Vágási (2000) a fogyasztási ciklusok egyes szakaszainak környezetre gyakorolt hatásait kiemelve a következő négy ciklust különíti el:

1. *„a fogyasztó felismeri a problémát és információt keres;*
2. *kiválasztja és megvásárolja a terméket vagy a szolgáltatást;*
3. *használja a terméket vagy a szolgáltatást;*
4. *megszabadul a terméktől, s pótolja, ha szükséges”* (Vágási, 2000, p. 40.).

Sok esetben a szakaszokban fellépő problémák jelentik a fogyasztások során keletkező környezeti károkat. Példaként említhető a használatban lévő termék nem megfelelő működése, melynek következménye, hogy a termék meghibásodik, elavul, nem elég takarékos, található jobb is a piacon. Az információkeresés egy új ház megvásárlása során évekig is eltarthat, egy új műszaki berendezés (laptop, hűtőszekrény stb.) esetében képesek vagyunk hónapokon keresztül érdeklődni, kutatni, információkat gyűjteni. A hirdetések vagy az ismerősök által szerzett információk mellett számos esetben az is befolyásoló tényező, hogy a vevő mennyire van tudatában a környezeti hatásoknak, vagy éppen mennyit hajlandó „feláldozni” (fizetni), hogy környezetkímélő terméket válasszon, mely sok esetben, rövidtávon igen jelentős kiadásnak bizonyul vagy újfajta, szokatlan használatot jelent. A tartós fogyasztási cikkek esetében fellép a karbantartás és a javítás, mint lehetőség, amelynek igencsak jelentős szerepe van abban, hogy meghosszabbítsák egyes termékek élettartamát, elkerülve ezzel is a felesleges fogyasztást.

Végezetül az utolsó (4.) szakasznál a használt termékek kérdésével szembesülünk, azaz, hogy mi legyen a használt termékkel. Erre a kérdésre megválaszolva felmerülnek környezetvédelmi megfontolások. A döntést több tényező is befolyásolja, amelyet két fő csoportra lehet bontani, belső és külső tényezőkre. A belső tényezők belső motivációként jelennek meg, ilyenek a fogyasztó által szerzett környezeti ismeretek, a fogyasztó saját érdekeltsége. Külső tényezők inkább makroszintűek, gazdasági és pénzügyi jelleggel bírnak és szerepet játszanak a fogyasztók szándékainak megvalósításában. Ilyen külső tényező a különféle környezeti szabályozások, szelektív konténerek elérhetősége, környezetvédelmi akciók stb. (Vágási, 2000). Amikor a fogyasztó megszabadul a terméktől, érdemes végig gondolni, hogy mit tehet az adott esetben elhasználódott, feleslegessé vált termékkel. Eladhatja, elajándékozhatja, alkatrészekre bonthatja, és végső soron kidobhatja azt.

Rendszerint nem tudatosul a fogyasztóban az általa kiváltott interakció környezetre gyakorolt káros hatása. Ennek tekintetében egyre fontosabb a környezettudatos fogyasztói magatartás szemléletének népszerűsítése. A fenntartható fogyasztást a fenntartható fejlődés elve alapozza meg. Ez azt jelenti, hogy *„a fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely kielégíti a jelen generációk szükségleteit anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő generációk szükségleteinek kielégítését”* (Bartus, 2013, p. 844).

A környezetkárosítás megfékezése érdekében nem csak a fogyasztói oldalról történnek lépések. E negatív hatás felszámolása érdekében alakult a fenntartható fogyasztás koncepciója, ami a nemzeti környezetvédelmi politikának is az egyik fő célkitűzése. Az Európai

Unió (1993) az „Ötödik környezeti akcióprogram” keretében elsősorban a fenntartható fejlődést célozta meg, emellett magába foglalta a fenntartható fogyasztás eszméjét is. Ezt követően olyan kérdéseket közelített meg globális módon, mint például az éghajlatváltozás, a savas hatás, a levegő minősége, vagy éppen a természet és a biológiai sokféleség védelme. A program főként állami szabályozással (pl. szabványok, kedvezmények) kívánta elérni a kitűzött célokat. Számos törvényhozás terjed ki a vízszennyezés, a légköri szennyezés, a hulladékkezelés, illetve a természetvédelem területére. Különféle korlátozások, szabályok jöttek létre a vadon élő állatok védelmére és az állatkísérletekre vonatkozóan (Vágási, 2000).

A környezettudatos magatartásnak különféle szintjeit lehet értelmezni. Vannak fogyasztók, akik a legcsekélyebb környezetkárosítás esetében is visszautasítják a terméket, mások összevetik a termék jellemzőivel a káros hatást, amely során a leggyakrabban előforduló kritériumok az ár, a teljesítmény vagy éppen a küllem. A magatartási jellemzők közül a következő öt formát szokás megkülönböztetni:

- az állatbarát,
- a természeti környezetet védelmező,
- a természeti erőforrásokat kímélő,
- az egészség védelmét szolgáló,
- a természetes anyagokat és ízeket előnyben részesítő magatartást.

Az állatbarát magatartási forma esetében a fogyasztók elutasítják azokat a termékeket, szolgáltatásokat, amelyek fogyasztása során az állatok sérelmet szenvednek. Nem vásárolnak olyan termékeket, amelyeknek tesztelése, fejlesztése során állatkísérleteket végeztek, azaz *Cruelty-Free* termékeket részesítenek előnyben. Emellett nem fogyasztanak olyan állati terméket, amelyhez mesterséges eszközöket alkalmaztak. Az ehhez hasonló magatartást nevezik vegánnak, amely teljes mértékben elutasítja azokat a termékeket, amelyek bármilyen módon köthetőek állatokhoz (Vágási, 2000).

A természeti környezetet védelmező magatartás esetében a fogyasztók többek közt nem vásárolnak olyan termékeket, amelyek károsítják a környezetet (pl. hűtőszekrények esetében azokat, amelyek klórfluorokarbont tartalmaznak és káros hatást gyakorolnak az ózonrétegre), illetőleg elutasítják a műanyag csomagolóanyagokat. A természeti erőforrások védelmezői elsősorban arra törekednek, hogy fogyasztásaik alkalmával kíméljék a természeti erőforrásokat. Előnyben részesítik a tartós anyagokból előállított termékeket, így

elutasítják azokat, amelyek előállítása vagy éppen használata túlzott energiafelhasználást igényel (Vágási, 2000).

Az egészséget védelmező magatartás esetében elutasításra kerülnek azok az élelmiszerek, amelyek előállítása során hormonkészítményeket használtak (állathízlás), vagy az olyan növények, amelyeket vegyszerekkel kezeltek. A fogyasztók, akik ezt a magatartást példázzák, lényegében biotermékeket fogyasztanak. Végül, de nem utolsó sorban, a természetes anyagokra és ízekre fókuszáló fogyasztók kerülnek a feldolgozott élelmiszereket, a műanyag (poliészter) anyagú ruhákat.

Amennyiben a vállalatok ezeket a fogyasztói elvárásokat, igényeket, magatartásokat fokozottabban figyelembe vennék, akkor minden esetben felelős marketingről beszélnénk. A társadalmilag felelős marketinget gyakorló cégek azok, amelyek a nyereséges működést úgy tervezik meg, hogy mellette tekintettel vannak a mind a fogyasztói igények kielégítésére, mind a közérdek tiszteletben tartására.

A környezettudatos fogyasztás definíciója főként az információk mennyiségére és minőségére fókuszál, azaz a fogyasztók mennyire vannak tisztában a termelésnek, a fizikai elosztásnak, a fogyasztásnak a környezetre gyakorolt hatásaival és következményeivel. Továbbá, ezen tudás mellett milyen magatartást tanúsítanak. Az intenzív környezettudatosság főként a károkozással szembeni felháborodásban, környezeti érdekekkel való azonosulásban, fogyasztói magatartás megváltoztatásában nyilvánul meg. Ezek a fogyasztók igényt tartanak az információkra, valamint gyakran csatlakoznak környezetvédő szervezetekhez pl. Greenpeace, WWF.

1993-ban Meffert és Kirchgeorg a következőképpen határozták meg, hogy mit is jelent a környezettudatos fogyasztás. Véleményük szerint egyfajta ökológiai következetességként lehetne értelmezni, amely következetesség vásárlói szokásokban és döntésekben nyilvánul meg. Azaz tudatában vagyunk, hogy egy termék előállítása, szállítása, fogyasztása milyen terhelő hatást gyakorol környezetünkre, és törekvéseinkkel minimalizáljuk a fogyasztásból eredő káros hatásokat, többletköltségeket (Meffert – Kirchgeorg, 1993).

A fenntartható fogyasztás a termékek és szolgáltatások olyan felhasználása, amely nemcsak az alapvető szükségletek kielégítésére irányul, hanem a megfelelő életminőségre is. Emellett a természeti tényezők (erőforrások) minimális felhasználását igényli, illetve csekély mértékű környezetszennyezést okoz (Nádudvari, 2004). Ám, ez a meghatározás igen-

csak szűken értelmezi a fenntartható fogyasztást, hiszen e definíció csak a környezeti fenntarthatóságot emeli ki, míg a másik két pillére, a társadalmi és gazdasági fenntarthatóság háttérbe szorul.

Pepper és mtársai (2009) már bevonják a társadalmi fenntarthatóságot a definícióba, így szerintük a fenntartható fogyasztás kapcsolatban áll olyan társadalmi és környezeti aspektusokkal, mint a környezetvédelem, emberi jogok, méltányosság. Míg egy másik meghatározás kapcsán már a társadalmi egyenlőséget is bevonva határozták meg a fenntartható fogyasztást (Peattie – Collins, 2009).

Hofmeister és mtársai (2006) szerint a környezettudatos fogyasztás *„olyan vásárlást eredményez, mely legalább olyan mértékben kielégíti a szükségleteket, mint a hagyományos fogyasztói magatartás, viszont képes hozzájárulni a hulladékok csökkentéséhez, alacsonyabb környezetterheléshez”* (Hofmeister et al., 2006, pp. 24-25.).

Dudás (2006) szerint a fogyasztóban sajátos aktivitás formájában ölt testet a környezettudatosság, melynek célja a környezethasználat csökkentése, amely megvalósulhat környezetbarát vásárlások formájában, pl. csomagolásmentes vásárlás. A környezet használatát csökkenthetjük továbbá számos egyéb módon is, például a tömegközlekedés használata autó helyett, vagy a szelektív módon történő hulladékgyűjtés. Végezetül a szerző kiemeli, hogy a folyamatos tájékozódás elengedhetetlen ahhoz, hogy környezettudatosak legyünk. Fontos a környezettel, a környezeti problémákkal és azok megoldásaival kapcsolatos tájékozódás, környezetvédő tevékenység. Dudás ugyan külön értelmezi a fenntartható és környezettudatos fogyasztást, ennek érdekében mindkét általa összefoglalt fogalmat bemutatva láthatjuk, hogy a környezettudatosság a fenntartható fogyasztás részeként is értelmezhető.

Teljességgel kijelenthetjük, hogy a mai rohanó világban az információ kincset ér. A környezettudatos termékek sok esetben el vannak látva különféle címkékkel, speciális megjelölésekkel. Ám ha a fogyasztó nem ismeri ezeket a szimbólumokat, akkor nem is vesz tudomást róluk, és később mikor már használják az adott terméket döbbenek rá információhiányosságuk negatív hatásaira. Ennek következtében igencsak fontos kiemelni, hogy folyamatos, aktív információkeresés és tájékozódás nélkül nem nevezhetjük magunkat környezettudatosnak. Tisztában kell lennünk a körülöttünk zajló eseményekkel, folyamatokkal, hiszen mint fogyasztók, nagy befolyással rendelkezünk a vállalatok számára.

1.4. EGÉSZSÉGTUDATOSSÁG, EGÉSZSÉGTUDATOS FOGYASZTÁS

Napjainkra jellemző, hogy étkezési szokásaink folyamatosan változnak, trendeket követnek, fejlődnek. Elmondható, hogy amiket réges-régen fogyasztottak és amiket fogyasztunk napjainkban, azok között az ételek között már hatalmas szakadék lelhető fel. Hiszen manapság olyan anyagok is belekerülhetnek ételleinkbe, amiktől tartósabbak, ízekben gazdagabbak lesznek. Az ételekkel szemben állított elvárások olyanok, mint a TikTok videók, impulzusok tengere borítson el minket, hogy minél izgalmasabbnak találjunk egy ételt. Pedig legtöbbször elég lenne csak visszatérni az egyszerű és természetes ízekhez, és hanyagolni a mesterségesen előállított, már-már túlteljes modern ételeket és azok ízvilágát.

Ily módon váltak egyre népszerűbbé az olyan étrendek, életmódok, amelyek révén háttérbe szorultak a feldolgozott élelmiszerek, és a természethez visszanyúlva, olyan ételeket preferálnak, amelyek táplálóak és egészségesek. Az e fajta népszerűségüket és elterjedésüket a közösségi médiának köszönhetik, amely segítségével másodpercek alatt juthatunk hírekhez bárhol is vagyunk a világban.

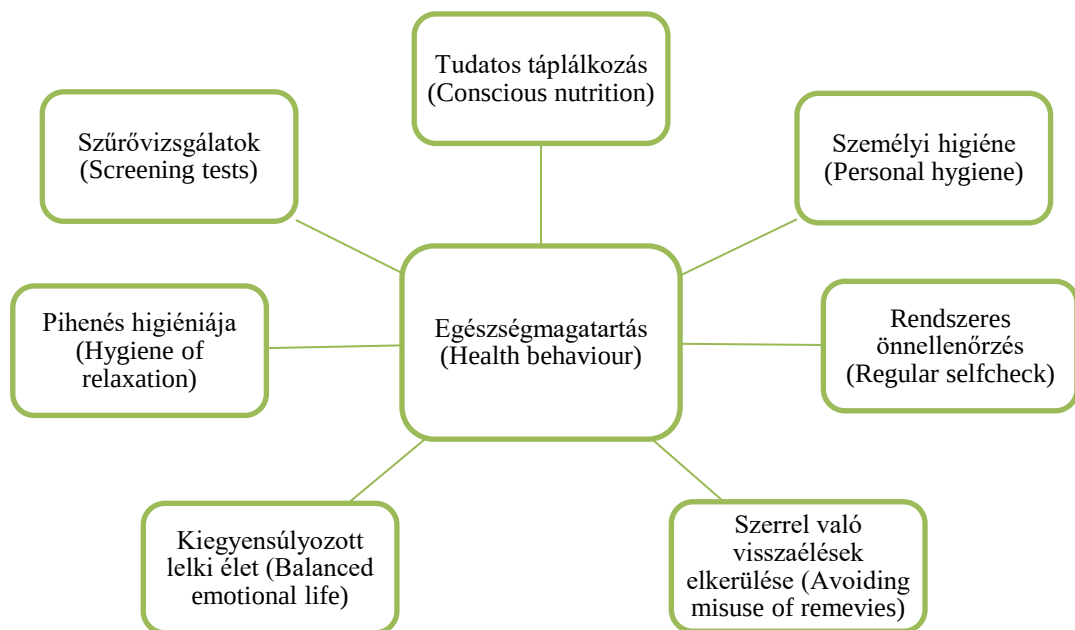
Természetesen az élelmiszerek piacán is szembe találkozhatunk számos olyan címkével és jelöléssel, amivel sok esetben nem tudunk mit kezdeni, hiszen sokan nem is tudják, mit jelentenek az olyan jelölések, hogy „vegyszermentes” vagy „E-számok”. Mindezek gyakran félreértésekhez, téves feltételezésekhez vezethetnek, amelyek futótűzként szántják fel a különféle *social media* platformokat. Annak érdekében tehát, hogy az egészségtudatosság útjára tudjunk lépni, itt is, mint ahogy a környezettudatosságnál, elengedhetetlen a tájékozódás, az információgyűjtés. Emellett a megszerzett információ bizonyossága is kiemelten fontos, hiszen téves információkból erednek a különféle élelmiszer botrányok, amelyekből egyáltalán nem, vagy csak nehezen lehet kiutat találni.

Az élelmiszerekkel szemben támasztott követelmény már régóta azon alapszik, hogy minél finomabbak és biztonságosabbak legyenek ételleink. Ebből kiindulva egészségünk alapját az élelmiszerek jelentik, de egyben az egyik legfontosabb kockázati tényezőjét is. Ez a kétélű kardként leírható jelenség lelhető fel az élelmiszer-fogyasztói magatartásban is (Tarnavölgyi, 2004). Az Egészségügyi Világszervezet (WHO) az egészséget az alábbi módon definiálta: „*az egészség a teljes testi, lelki és szociális jólét állapota, és nem csupán a betegség vagy fogyatékosság hiánya* (World Health Organization, évsz. nélkül).

Az egészséges táplálkozás szemlélete a hatvanas évektől indult el a fejlett országokból, ahol a társadalom alapvető célkitűzéseit alakították át. A fejlődés nem a gazdasági növekedésre,

hanem az emberek jólétére, életminőségének javítására irányult. Ez is hatalmas megmozdulást eredményezett a kutatók számára, akik különféle területen kezdték meg kutatásaikat, melynek középpontjában az életminőség kutatás állt, s amelyet a szociológia, a pszichológia és az orvostudomány területén indítottak el. Főleg egészségközpontú vizsgálatok kerültek fókuszba, ebből adódóan derült fény a fizikai egészség igencsak pozitív hatására, amely javítja a szubjektív életminőséget (Lendvai – Túri, 2020).

Harris és Guten (1979) szerint az egészségmagatartás minden olyan cselekvést magába foglal, amelyet az egyén azzal a céllal végez, hogy védje, elősegítse, fenntartsa egészségét függetlenül attól, hogy milyen a személy észlelt egészségi állapota és az arra adott reakció hatékonysága (Harris – Guten, 1979). Ennek keretében a 2. ábra szemlélteti az egészségmagatartás elemeit.



2. ábra: Az egészségmagatartás alkotóelemei (Elements of health behaviour)

Forrás: Saját szerkesztés Harris és Guten (1979) alapján

Ercsey és Huszka (2014) az egészség egyéni értékelését az alábbi módon emelte ki: „Az egyén célja és feladata ugyanakkor az, hogy saját életét egészségben, minél jobb életminőségben, megfelelő élettartamban élje végig a környezet adta lehetőségek keretein belül” (Ercsey – Huszka, 2014, p. 88.).

Az egészségtudatosság megértéséhez vissza kell térni az első lépcsőfokhoz, ami alapvetően az egészségkultúra. Az egészségkultúra az általános kultúra részét képezi, és az egészség megőrzésére, a betegségek elkerülésére irányul. Ezáltal támogatja az egyént, hogy egészségi állapotát szabályozza, javítsa, valamint kielégítse az egészséggel kapcsolatban

felmerülő szükségleteit (Balatoni, 2011). Az egészségkultúra egyéni és közösségi szinten állandóan változik, fejlődik, és javul a tapasztalatoknak és a tanulásnak köszönhetően (Hofmeister-Tóth – Törőcsik, 1996).

Az egészségtudatossághoz hozzátartozik az egészségműveltség, amely kiemelt szerepet játszik a megszerzett információk hatékony megértésében, ennek hatásaként pedig helyes döntéseket tudunk hozni egészségünk érdekében. Az egészségmagatartás olyan viselkedési formákat, szokásokat ölel fel, amelyek alapvetően az egyéni érdeket szolgálják, ezzel elősegítve az egészségi állapot fenntartását, betegségek megelőzését, a már létrejött betegségekből való gyógyulást. Ma már elengedhetetlen része a fejlődésnek a tanulás, így fontos megemlíteni az egészségnevelés fogalmát, amely a tudatosan kialakított tanulási lehetőségek összessége, melyek elősegítik tudásunk bővítésével az egyén és a közösség egészségének javítását. Továbbá olyan tevékenységet is magába foglal az egészségnevelés, amelynek hatására egészségünket megőrizhetjük, visszaszerezhetjük. Az egészségnevelés egyik fő célja, hogy olyan ismeretekkel lássuk el magunkat, melyek támogatják egészségünk aktív megőrzését, és amelyek segítségével tudatosan elkerülhetjük a káros hatásokat (Piskóti et al., 2012).

A fent meghatározott részeket egyesítve megkaphatjuk az egészségtudatosság fogalmát, amely röviden az egyén önmagáért és épsége megőrzése érdekében vállalt felelőssége, amely egy öngondoskodást hív elő az egyénből. Ennek következtében az egyénnek magának kell gondoskodnia a jó közérzet, a testi-lelki egyensúly és a kapcsolati egyensúly kialakításáról (Bagdy, 2010).

Szakály (2008) fogalmazta meg a legegyszerűbb módon azt, hogy mit jelent egészségtudatosnak lenni: „Az egészségtudatos vásárlók egyre jobban figyelik, hogy milyen élelmiszereket fogyasztanak, és főként milyen funkcionális alkotórészeket „visznek be” a szervezetükbe. A tudatos fogyasztó már egyre kevésbé fogja elfogadni az általa mesterségesnek vélt anyagokat, ugyanakkor a természetben előforduló bioaktívumokat (pl. élelmi rostokat, fitokemikáliákat) szívesen fogyasztja élelmiszerekhez hozzáadva is” (Szakály, 2008, p. 5.).

A mai élelmiszer-fogyasztás során számos negatív hatást gyakorol környezetünkre, amelyek főként a területhasználattal, az energia- és a vízigénnyel kapcsolatosak. A fenntartható és felelős fogyasztás alappillérei közé sorolhatjuk a növényi eredetű élelmiszerek, zsi-
radékok, a kevésbé feldolgozott, hazai termékek fogyasztását. Így tehát előnybe részesíti a növényi eredetű, természetes élelmiszereket, és támogatja az állati eredetű élelmiszerek

visszaszorítását. Ebből a megközelítésből pedig az egészségtudatosság támogatja a környezetbarát szemléletet. Hiszen a növényi eredetű ételek népszerűsítése és az állati eredetű élelmiszerek csökkentése javítja bolygónk környezeti állapotát (Barna et al., 2020). „*Az intenzív hústermelés károsítja a természetet, és nagy darabokat emészt fel nyersanyagainkból, melyeket a globális délről állat takarmányozás céljából importálunk. Kína után Európa a legnagyobb szója-importőr. Argentínában és Brazíliában drámaian nő a szója-termesztés, ami szinte kizárólag az állatok élelméül szolgál. A növekedő húsfogyasztás felnyomja a földárakat. Ez lesújtó következményekkel jár: a világon a földek közel egyharmadán állati takarmányt termesztenek. Mindeközben a kisgazdaságok elveszítik földjeiket és megélhetésüket. A tányérunkon díszelgő kolbász a déli félteke számos lakójának élelmiszer-biztonságát veszélyeztet*” (Heinrich Böll Foundation, 2014, p. 6.).

A világban rendelkezésre álló édesvíz mintegy 70%-át a mezőgazdaság emészt fel, és nem mindegy, hogy mire használják fel az igencsak értékes édesvizet. Az állattenyésztés iparágának fő célja, hogy olcsó és bőséges húst tudjanak előteremteni. Viszont a mai állattenyésztés olyan méretek öltött fel, amit a Föld nem képes elviselni. Az állattenyésztés igen kegyetlen iparág, hiszen szűkös körülmények között tartják a jószágokat, amelyek gyakran mesterséges fény mellett élnek le igencsak rövid életüket, miközben mindenféle növekedési hormont és antibiotikumokat pumpálnak beléjük (Stoczkiewicz, 2014). Az antibiotikumok e féle felelőtlen és mértéktelen használatára már a WHO is felhívta figyelmet, hiszen, ha tovább folytatjuk az ilyesfajta állattenyésztést, akkor egy olyan posztantibiotikus korszakba csöppenhetünk, ahol a ma már könnyen gyógyítható betegségek újra halálos kimenetelűek lesznek.

Adrien Bebb felhívta a figyelmet arra, hogy „*Az étrend már nem magánügy. Minden egyes étkezés elveink megnyilatkozása, és befolyásolja a világ körül élő emberek életét, a környezetet, a biodiverzitást és az éghajlatot. Hatalmas mennyiségű erőforrás szükségeltetik a tányérunkra kerülő élelmiszer előállításához. A húselőállítás és -fogyasztás jelenleg uralódó pusztító, vállalati irányítás alatt álló és intenzív módja mellett létezik számos fenntartható alternatíva is*” (Magyar Természetvédők Szövetsége, 2014).

Az Egészségtudományi Fogalomtár az egészségtudatosságot a következőképpen határozta meg: „*Az egészségtudatos magatartás az egyén szemléletének, viselkedésének, tevékenységének összessége annak érdekében, hogy minél tovább és minél egészségesebb maradjon. Ennek során döntéseiben fontosnak tartja és érvényesíti egészség szempontjait*

saját maga és szűkebb – tágabb környezete érdekében. Szokásainak tudatos kontrollálásával (pl. helyes táplálkozás, testmozgás, szexuális szokások, egészségkárosító magatartások, káros szenvedélyek kerülése stb.) tevékenyen részt vesz egészségének fejlesztésében” (Állami Egészségügyi Ellátó Központ, évsz. nélkül).

Az egészségtudatosságra számtalan megfogalmazás és értelmezés született, amelyek az előzőek során bemutatásra kerültek. Az egészségtudatosság is, mint a környezettudatosság a kutatással kezdődik. Az információgyűjtés, és a begyűjtött információ megfelelő selektálása kéz a kézben jár a tudatossággal. Aki rendelkezik megfelelő ismeretekkel és elég nyílt ahhoz, hogy folyamatosan megismerjen új dolgokat, képezze magát, az képessé válhat arra, hogy ebben a rohanó, szinte már káoszvilágban is megállja a helyét, és érdekeit, személyiségét érvényesíteni tudja. Az egészségtudatos magatartás röviden egy kontroll tevékenység, melynek keretében a fogyasztó ellenőrzést hajt végre magán, hogy felismerje azokat a szokásokat, amelyek károsak az egészségére. Emellett lépéseket tesz annak érdekében, hogy egészsége fennmaradjon, illetve javuljon. Tisztában van az élelmiszereken található jelzésekkel, és megismeri a termékek összetevőit. A környezet- és egészségtudatossággal kapcsolatos gondolatok kifejtését követően, mint utolsó témarészletet, a pénzügyi tudatossághoz fűződő meghatározásokat mutatom be.

1.5. PÉNZÜGYI MŰVELTSÉG, PÉNZÜGYI TUDATOSSÁG

A pénzügyi műveltség, kultúra és tudatosság kérdésköre észrevehetően a gazdasági/pénzügyi válságok idején került előtérbe. Hiszen a hiányos pénzügyi tudás, az alacsonyabb szintű pénzügyi műveltség/kultúra befolyással bír a fogyasztók életére, s ez főként recesszió idején mutatkozik meg. A pénzügyi jóléthez elengedhetetlen ugyanis a pénzügyi műveltség.

Függetlenül e nagy múltú (közel 40 éves) kutatási témaköről, a pénzügyi kultúrának nem született egy egységes definíciója. A nemzetközi és hazai publikációkban ezen fogalom meghatározását a kutatás célkitűzéséhez, célcsoportjához igazították. A pénzügyi kultúra a mindennapos szóhasználatban pénzügyi műveltségként, tudatosságként jelenik meg.

A Magyar Nemzeti Bank 2008-ban a következőképp definiálta a pénzügyi műveltséget. *„A pénzügyi ismeretek és képességek olyan szintje, amelynek segítségével az egyének képesek a tudatos és körültekintő döntéseikhez szükséges alapvető pénzügyi információkat azonosítani, majd azok megszerzése után azokat értelmezni, és ez alapján döntést hozni, felmérve döntésük lehetséges jövőbeni pénzügyi, illetve egyéb következményeit”* (MNB, 2008).

Hung és társai (2009) a pénzügyi kultúrát összetett tevékenységként definiálták, mely szerint a pénzügyi műveltség egy képesség, amelyet többféle módon lehet megközelíteni, többek között a pénzügyi tudás, a pénzügyi tudás alkalmazásának, a pénzügyi folyamatok megértésének képessége, a pénzügyi összefüggések ismerete, a megalapozott és az alapvető pénzügyi döntések meghozatalának képessége, az alapvető és egyszerű pénzügyi fogalmak ismerete, a megalapozott és tudatos döntések ismerete mind része a pénzügyi kultúrának. Ennek tekintetében azt lehet mondani, hogy a pénzügyi kultúra inkább gondolkodásként, viselkedésként értelmezhető, mintsem definícióként (Hung et al., 2009).

Dudás (2011) kutatása során a tudatosság dimenzióit gyűjtötte össze, mely szerint „*a pénzügyi tudatosságot egyrészt értelmezhetjük olyan pénzügyi kultúraként, melynek megléte feltételezi az általános tájékozottságot és egészséges szkepticizmust hitelfelvételi és befektetési kérdésekben, az átgondolt hitelfelvételt, az öngondoskodást, a háztartási költségvetés odafigyelő kezelését stb.*” (Dudás, 2011, p. 52.). A szerző hangsúlyozza, hogy az előbb leírtak csak az egyén önérdekével kapcsolatosak. Ám, napjainkban is elérhetők olyan banki megoldások, amelyek elősegítik, hogy a fogyasztók az egyéni érdekeik mellett a köz érdekeit is figyelembe tudják venni pénzügyi intézkedéseik során. Léteznek olyan kifejezések, mint például „*ethical bank*”, „*sustainable bank*”, „*közösségi bank*”, amelyek olyan banki tevékenységre utalnak, ahol a fogyasztók megtakarításaiból csak környezet- és/vagy társadalomtudatos vállalatok, projektek hitelezése történik meg (Dudás, 2011).

Scheresberg (2013) szerint a magasabb szintű pénzügyi tudással rendelkező emberek magabiztosabban kezelik saját, személyes pénzügyeiket, magabiztosabban hoznak pénzügyi döntéseket, és ezáltal pénzügyi helyzetük eredményesebb. Az alacsonyabb szintű pénzügyi ismeretekkel rendelkező emberek hajlamosak a pénzügyi döntéseiket a fennálló tartozások, adósságok árnyékában meghozni, ezzel is korlátozva személyes pénzügyeiknek a javulását.

Mára már olyan definíciókkal találjuk szembe magunkat, amelyek az átlagos pénzügyi tudású emberek számára is komoly fejtörést tudnak okozni. Ennek tekintetében a válság idején igencsak fontos a megfelelő pénzügyi tudás megléte, valamint e tudás fejlesztése (Szóka, 2021). Magyarországon is megfigyelhető az emberek tehetetlensége a válságok idején, mivel pénzügyi tudásukban bizonytalanok. A Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (OECD) által készített 2019-es felmérés eredményeként „*a magyar háztartások pénzügyi tudása, magatartása még nem képes kellőképpen tompítani a gazdasági ciklusok*

hatását, ezért a háztartások fokozottan kitettek makrogazdasági mutatók alakulásának” (MNB, 2020).

A szakirodalmi források áttekintése kapcsán elmondható, hogy a pénzügyi kultúra kifejezés nem rendelkezik egy egységesen megfogalmazott definícióval. A pénzügyi kultúrát a legtöbb szerző koncepcióként kezeli, amely magában foglalja a pénzügyi tudást (pénzügyi ismereteket), a pénzügyekben való jártasságot, tapasztalatot, a pénzügyi készségeket és a pénzügyi tudatosságot. Ezek a tényezők együttese járul hozzá a pénzügyi döntések meghozatalához (Béres – Huzdik, 2012).

Az OECD (2014) olyan meghatározást hozott létre, amelynek köszönhetően a pénzügyi műveltség a gyakorlatban számszerűen mérhető: *„A pénzügyi műveltség a pénzügyi összefüggések és kockázatok ismerete, valamint ezek megértéséhez és alkalmazásához szükséges készségek, motiváció és magabiztosság annak érdekében, hogy különféle pénzügyi területeken hatékony pénzügyi döntéseket hozhasson a saját, illetve a társadalom pénzügyi jólétének növelése és a gazdasági életben való tényleges részvétel céljából”* (OECD, 2014, p. 33.).

Néhány évvel később, a fenti megállapítást kiegészítve a következőképpen írta le az OECD a pénzügyi műveltséget: *„Pénzügyi műveltség a szükséges tudás, tudatosság, attitűdök és magatartás kombinációja annak érdekében, hogy az egyén megfelelő pénzügyi döntéseket hozhasson, hogy így önmaga számára pénzügyi jólétet biztosíthasson”* (OECD, 2018, p. 4.).

Az MNB által 2014-ben közzétett Felelősségvállalási stratégiájában a következő küldetést határozta meg: *„... a Magyar Nemzeti Bank társadalmi felelősségvállalási programjai az oktatás, a kutatás, a tudományos tevékenység, a pénzügyi ismeretterjesztés, a kultúra és a karitatív célú adományozás széles palettáját ölelik fel, különös hangsúlyt fektetve a tudás megszerzésre, az értékteremtésre és az értékek megőrzésére”* (MNB, 2014, p. 10.).

Jakovác és Németh (2017) meglátása szerint *„a pénzügyi kultúra fejlesztése sokszereplős folyamat”* (Jakovác – Németh, 2017, p. 200.). Hazánkban a központi bank, az Állami Számvevőszék, de a törvényhozás és a kormányzat is rendelkezik érdemi befolyással, ám ez a hatás hosszú távon valósulhat meg, hiszen a gyorsabb eredményt ígérő eltorzult tudást biztosít, mivel a műveltség befolyásolásán keresztül megváltoztatja az egyéni normát, attitűdöt. A műveltebb, tapasztaltabb jobb fejlődési lehetőséget ad, amely kevésbé rugaszkodik el a valóságtól, illetve később az egyéni kultúraként beolvasható (Csorba, 2020).

Lényegesnek tartom kiemelni, hogy napjainkban is még igen jelentős szerepe van az oktatásnak a pénzügyi ismeretek elsajátításában. Ennek kapcsán, a 2013. évi CXXXIX. törvény a Magyar Nemzeti Bankról (jegybanktörvény) értelmében az MNB által kiszabott bírságból származó bevétel egy része a pénzügyi kultúra erősítésére, terjesztésére, a pénzügyi tudatosság fejlesztésére, valamint ezen célok elősegítésére, így különösen a kapcsolódó oktatási és kutatási infrastruktúra fejlesztésére (...) fordítható (2013. évi CXXXIX. törvény, 170 § (3) c)).

A pénzügyi tudatosság (műveltség) fejlesztésében elengedhetetlen a megfelelő képzettség, oktatás. Fontos kiemelni azt is, hogy ez a fejlődés, hosszú idő munkájaként jön létre, nem lehet gyorsan megszerezni. A pénzügyi tudatosságunk fejlesztésével az általunk meghozott pénzügyi döntéseinket is magabiztosabban tudjuk meghozni, emellett különféle gazdasági helyzetekben is megfelelően fogunk tudni reagálni. Ezeket felsorakoztatva úgy vélem, hogy a pénzügyi kultúra (tudatosság) megfogalmazását a legjobban a következő definíció foglalja össze: *„A pénzügyi ismeretek és képességek olyan szintje, amelynek segítségével az egyének képesek az alapvető pénzügyi információkat értelmezni, tudatos döntéseket hozni, felmérve döntésük lehetséges jövőbeni pénzügyi következményeit”* (Süge, 2010, p. 2.).

A globalizálódó világban, ahol a pénzügyek irányítanak, már alapképességnek számít a pénzügyi tudatosság, a pénzügyi műveltségre épülő öngondoskodás, és a pénzügyi termékek ismerete, valamint használata. Ám, ahogy sok más esetben is ezt a kompetenciát meg kell szerezni, ki kell alakítani, javítani és fejleszteni szükséges ahhoz, hogy naprakész tudással rendelkezessünk. E feladat ellátására kiemelt szerepe van az oktatásnak. Fontos továbbá azt is kiemelni, hogy a gazdasági válságok idején komoly fejtörést tud okozni a pénzügyi tudatosság és kultúra szintjének emelése. Emellett ezek a válságokra való fogyasztói reakció is megmutatja, hogy milyen szinten áll az emberek pénzügyi műveltsége. Számos kutató is hangsúlyozza, hogy ezen ismeretek elsajátítását a közoktatásban kellene megvalósítani. Ám például a koronavírus okozta pandémia miatt e célkitűzés komoly akadályokba torkolt. A társadalmi egyenlőtlenségek is hozzájárulnak ahhoz, hogy a pénzügyi kultúra ne tudjon teljeskörűen javulni, fejlődni, e tekintetben a pénzügyi kultúra és műveltség nemcsak gazdasági kérdés és feladat, hanem egyben társadalmi jellegű is (Szóka, 2021).

2. A KUTATÁS MÓDSZERTANA

Kutatásom módszertanát a dolgozatnak ezen fejezetében mutatom be részletesen. Ennek keretében elsőként ismertetem az e területeken végzett korábbi kutatások eredményeit. Ezt követően meghatározom a kutatás célkitűzését, a kutatási kérdéseket és az azokhoz kapcsolódóan megfogalmazott hipotéziseket, a kutatás célcsoportját, továbbá a kérdőíves felmérés módszertanát. Végezetül az adatok elemzése során alkalmazott statisztikai, ökonometriai módszerekkel, eljárásokkal zárom le ezt a fejezetet.

2.1. A KORÁBBI KUTATÁSI EREDMÉNYEK ÉS JELEN KUTATÁSOM CÉLKITŰZÉSEI

A környezettudatosságról készült korábbi eredmények közül kiemelném Piskóti 1998-ban elvégzett kutatását, amelynek keretében a szerző egy felmérés segítségével a magyar fogyasztók környezettudatosságát vizsgálta. A kutatásának végeredményeként a lakosság 44%-ának a magatartásában jelen vannak olyan jellemzők, amelyek egyértelműen a környezettudatosságra mutatnak rá. Ilyen például, amikor a fogyasztó vásárláskor figyelemmel kíséri, hogy az adott termék milyen hatást gyakorol a környezetre. Emellett egyéni felelősséget érez a környezet megóvásáért és másoknak is ajánlja, hogy környezetkímélő termékeket vásároljon. A Piskóti (1998) által elvégzett felmérés szerint a környezetszennyezés első helyen az államot, második helyen a vállalatokat és végül csak harmadik helyen terheli az állampolgárokat.

Véleményem szerint nem kellene sorrendiséget felállítani annak tekintetében, hogy ki a felelős a környezetszennyezésért, vagy hogy kinek kellene tennie ellene. Úgy gondolom, mindannyian felelősek vagyunk. Leszűkítve a kört ránk, fogyasztókra, a vásárlásaink alkalmával megannyi döntés előtt állunk, amit egy lépés távolságból kellene végig gondolnunk. Számításba kellene venni, hogy a megvásárolni kívánt termék milyen utat tett meg azért, hogy a boltok polcaira kerüljön, és hogy milyen hatást fog kiváltani, amint megvásárlásra kerül. Végezetül tekintettel kellene lenni arra, hogy a termék használatát követően milyen hatást gyakorol a természeti környezetre. Napjainkban kiemelten fontosnak tartom azt, hogy a fogyasztók informálódjanak, tudatosan kutassanak a termékek után, ezzel nemcsak tudásuk fog gyarapodni, de olyan alternatívákkal is megismerkedhetnek, amelyek megfelelő megoldásokat nyújthatnak a környezeti problémák kezelésére.

Az egészségtudatosság tekintetében Kiss és társai (2019) kimutatták, hogy az élelmiszerfogyasztás során az egészséggel és környezettel kapcsolatos kérdéseket célszerű

együtt vizsgálni. Nemrégiben kutatást végeztek arra vonatkozóan, hogy az egészség-környezet-élelmiszer közötti kapcsolatrendszerhez köthető releváns és friss eredményeket bemutassák. Ennek tekintetében arra a következtetésre jutottak, hogy *„A hazai és nemzetközi irodalmak alapján egyértelműen látszik, hogy az élelmiszerfogyasztás, az egészség és a környezet kérdéseinél egyre kevésbé találkozhatunk csak az egyik vagy a másik területet vizsgáló irodalommal.”* A tanulmány bemutatásával az volt a céljuk, hogy átfogó képet adjanak eme három terület szoros kapcsolatáról és egymásra utaltságáról. Továbbá kiemelik, hogy *„a környezettudatosságot a fenntarthatóságon belül jellemzően izolált kutatásokkal vizsgálták korábban, nem a fogyasztói magatartás aspektusaiból. ... Az élelmiszerágazat felelőssége a környezetterhelés kapcsán is bizonyított, ennek hatására fellendülőben vannak azon új technológiák és étrendek, melyek támogatják a tudatosabb termelést és életvitelt”* (Kiss et al., 2019, p 16.).

Végezetül, a pénzügyi tudatosságról készült korábbi kutatások közül Folke és mtsáinak (2021) közös munkáját emelném ki. 2019-ben elvégzett felmérésük során különféle, a pénzügyi műveltséghez köthető képességeket vizsgáltak. Tanulmányukban rámutattak arra, hogy az alacsonyabb pénzügyi ismeretekkel rendelkező személyek olyan hibás pénzügyi döntéseket hoznak meg, amelyek hosszú távú negatív következményekkel járnak. Ennek kapcsán kiemelték, hogy a pénzügyi tudásszint emelése a serdülőkorúak és fiatal felnőttek körében fontos, mely által felnőtt korban már elkerülhető a nagy pénzügyi kockázattal járó döntések meghozatala. Kutatásuk eredményeként kimutatták, hogy a képzések száma és a gazdasági kompetencia szintje között kapcsolat lelhető fel. A fiatalok gyenge pénzügyi tudásának hátterében egyrészt az oktatás hiányossága áll, hiszen nem megfelelő az alapvető pénzügyi és gazdasági ismeretek átadása (Folke et al., 2021).

Magam is egyetértek az állásponttal, mi szerint a hazai gazdasági ismeretek terjesztésén még van hova fejlődnünk. Nem szabad megfeledkezni egyik generációról sem, de elsősorban a fiatalabbakra kellene fókuszálni, hiszen, ha már kikerülnek a munka világába, akkor ott már igen körülményes lesz edukálni őket.

Áttekintve a kiemelt korábbi kutatások eredményeit, látható, hogy a tudatosság e három aspektusát együttesen még nem vizsgálták. E gondolat mentén született meg dolgozatom, melynek célkitűzése a már környezettudatos fiatal felnőttek fogyasztási szokásainak feltérképezése, fókuszálva az egészség- és pénzügyi tudatosság relevanciájára is. Ebben rejlik tehát kutatásom újszerűsége.

2.2. A CÉLCSOPORT MEGHATÁROZÁSA

A kutatás célcsoportjának meghatározásakor abból indultam ki, ahogy azt már a korábbiakban megfogalmaztam, hogy a környezettudatosság már egyfajta trendként értelmezhető a fiatalok körében. Ennek következtében a már környezettudatosnak tekinthető fiatal felnőtteket, 18-35 év közötti egyéneket helyeztem előtérbe. Ez határozta meg, hogy mely csatornákon és milyen módszert alkalmazva gyűjtsem be a szükséges információkat.

Elsőként a csomagolásmentes boltokat kerestem fel, hogy felkérjem őket a kutatásban való részvételre, és arra, hogy osszák meg közösségi oldalukon a kérdőívet. A veszprémi Feltöltő pont, a Zöldbolt, és a Tebe Hulladékmentes bolt is nagy örömmel tett eleget a felkérésnek. Emellett különböző környezettudatos csoportokban tettem elérhetővé a kérdőívet, és egyben felkértem a csoportok tagjait a kitöltésre.

2.3. KUTATÁSI KÉRDÉSEK, HIPOTÉZISEK

A kutatásom során azt szeretném feltárni, hogy a már környezettudatos magatartáshoz társul-e pénzügyi- és egészségtudatosság a hazai fiatalok felnőttek körében. Ennek tekintetében születtek meg a következő kutatási kérdések:

K1: Az átlagosnál magasabb pénzügyi tudatossággal/műveltséggel rendelkeznek-e a környezettudatosnak tekinthető fiatalok?

K2: Megjelenik-e az egészségtudatosság a már környezettudatosnak tekinthető fiatalok fogyasztói szokásaiban?

K3: Kimutatható-e kapcsolat a tudatosság vizsgált komponensei között a kutatásba bevont fiatalok körében?

A kutatási kérdések megfogalmazására irányuló hipotéziseket a következőképpen határoztam meg:

H1: Az átlagosnál magasabb pénzügyi tudatossággal/műveltséggel rendelkeznek a környezettudatosnak tekinthető fiatalok.

H2: Megjelenik az egészségtudatosság a már környezettudatosnak tekinthető fiatalok fogyasztói szokásaiban.

H3: Kimutatható a tudatosság vizsgált komponensei között statisztikailag szignifikáns kapcsolat a kutatásba bevont fiatalok körében.

2.4. A KÉRDŐÍV ÖSSZEÁLLÍTÁSÁNAK MÓDSZERTANA

A hipotézisek vizsgálatát egy, a tudatosság hármasszár dimenzióját átfogó kérdőíves felmérés keretében végeztem el. A kérdőívben megfogalmazott kérdéseket már korábban elkészített kutatások, felmérések, illetve ajánlások alapján választottam ki. A pénzügyi tudatosságra vonatkozó kérdéssort az OECD által 2015-ben elkészített, majd 2018-ban módosított pénzügyi műveltség és pénzügyi integráció mérésére szolgáló nemzetközi útmutató alapján állítottam össze. Az útmutatóban fellelhető 49 kérdésből mindösszesen 12 kérdést és 7 állítást használtam fel. Ebből 5 kérdés vonatkozott a pénzügyi magatartásra, 7 kérdés a pénzügyi ismeretekre és tudásra. A 7 állítás közül 5 a pénzügyi attitűd, 2 állítás a pénzügyi magatartás felméréséhez kapcsolódott (OECD, 2018). A kapott válaszok értékelésénél szintén az útmutatóban meghatározottak szerint jártam el, és annak megfelelően pontoztam a válaszokat.

A pénzügyi magatartásra vonatkozó kérdések a pénzügyi döntésekért történő felelősségvállalással, a költségvetés-tervezéssel, az aktív megtakarítással, a pénzügyek folyamatos figyelésével, a pénzügyi célok elérésére való törekvéssel, a megfontolt vásárlásokkal és a számlák időben történő befizetésével voltak kapcsolatosak.

Amennyiben például úgy nyilatkozott a kitöltő, hogy valaki más hozza meg a pénzügyekkel kapcsolatos döntéseket a háztartásban, akkor 0 pontot, míg, ha egyedül, vagy esetlegesen másokkal együtt dönt, 2 pontot kapott. Ha minimum kétféle aktív megtakarítási formát megjelölt a kitöltő, további 1 pontot kapott. Ha az elmúlt 1 évben felmerült megelőzési problémáit saját forrásból (és nem hitelből vagy kölcsönből) tudta finanszírozni (amennyiben fennállt ilyen probléma), akkor az szintén egy pontot jelentett számára. Amennyiben igaz volt a válaszadóra, hogy figyelemmel kíséri pénzügyeit, hogy hosszú távú pénzügyi céljai vannak, emellett megfontoltan hozza meg vásárlás előtt a döntéseket és időben befizeti számláit, akkor ezek a válaszok további pontokkal növelték a magatartás értékelését.

Ezt követően olyan állítások következtek, amelyeket egy 1-től 5-ig terjedő Likert-skála¹ segítségével kellett értékelniük a válaszadóknak, 1-es értéket adtak arra az állításra, amely egyáltalán nem, 5-ös értéket, amely teljes mértékben igaz volt rájuk. Ezek a kijelentések a következők voltak:

¹ „Likert-skála két szélsőséges érték közötti mérési skála, amely az attitűd mérésére szolgál. Gyakran használják kvantitatív kutatások során adott fogalommal, tevékenységgel kapcsolatos attitűdök mérésére, piackutatások vagy személyiség tesztek során.” Forrás: <https://spssabc.hu/kutatasmodszertan/likert-skala-fogalmalemezese/>, letöltés dátuma: 2022.11.10.

- Személyesen figyelek a pénzügyeimre.
- Hosszú távon pénzügyi célokat tűzök ki, és törekszem arra, hogy elérjem őket.
- Mielőtt megveszek valamit, alaposan megfontolom, hogy megengedhetem-e magamnak.
- Időben befizetem a számláimat.

Értékelés során a válaszadók abban az esetben kaptak egy-egy pontot, amennyiben 4-5 mértékben értettek egyet az állításokkal. A maximálisan elérhető pontszám 9 volt, mely érték a „pénzügyileg hozzáértő” magatartás számának tekinthető tulajdonképpen.

A pénzügyi attitűdöt illetően, a válaszadóknak a következő három állítást kellett értékelniük szintén egy 1-től 5-ig terjedő Likert-skálán, ahol 1-es értéket adtak annak, amely egyáltalán nem, 5-ös értéket annak, amely teljes mértékben igaz volt rájuk:

- Hajlamos vagyok a mának élni, a holnap lesz valahogy.
- Számomra sokkal kielégítőbb a pénzt költeni, mint hosszú távon megtakarítani.
- A pénz azért van, hogy elköltssem.

Az OECD útmutatója alapján a pénzügyi attitűd pontszáma az erre a három kijelentésre adott érték egyszerű számtani átlagaként határozható meg. Így ebben az esetben minden válaszadó minimum 1 maximum 5 pontot szerezhett.

A pénzügyi tudatosság utolsó elemeként a pénzügyekkel kapcsolatos ismereteket, tudást mértem fel. Ennek keretében nem kérdőív jellegűek voltak a kérdések, sokkal inkább tesztjellegűek, amelyek alapvetően a kalkulációs készségekkel kiegészített tudásszintre, a kamatszámításra, az inflációra, a portfóliókezelésre, továbbá a kockázat és hozam kapcsolataira fókuszáltak. Összesen 7 ilyen jellegű kérdésre kellett válaszolniuk a megkérdezetteknek. Az értékelés során minden egyes helyes válaszra egy pont járt, ellenkező esetben nulla. Így összesen 7 pontot szerezhettek a kitöltők ennél a résznél. Figyelembe véve a pénzügyi műveltség másik kettő komponensét, melyeket a fentiekben részleteztem, az átfogó pénzügyi tudatosság/műveltség tekintetében a maximálisan elérhető pontszám összesen 21 pont.

Az egészségtudatosság felméréséhez Nagy Beáta Erika és Kovács Karolina Eszter által elvégzett kutatást vettem alapul. A 2017-ben megjelent tanulmányuk az egészség-magatartással kapcsolatos attitűdre fókuszált, amely felmérést a középiskolások és egyetemisták körében végezték el. Az általuk készített kérdőívet használtam fel, hogy felmérhessem a kutatásomba bevont fiatalok egészségtudatosságát. Felmérésük 35 állítást foglalt magában és különféle egészségtudatosságot érintő tényezőkre bontható szét (pl. táplálkozás, fizikai

aktivitás stb.). Munkám során mind a 35 állítást bevontam, és ezeket szintén egy 1-től 5-ig terjedő skálán értékelhették a kitöltők (1 – Egyáltalán nem ért egyet, 5 – Tökéletesen egyetért) (Nagy – Kovács, 2017).

A kérdéssor az alábbi tíz alskálára osztható fel:

1. Táplálkozás: az ételek és italok fogyasztásával kapcsolatos attitűdök és szokások.
2. Rendszeres fizikai aktivitás: sporttevékenységhez való hozzáállás, sportolási tevékenységben való részvétel.
3. Prevenció: egészségmegőrzéssel kapcsolatosan végzett tevékenységek, ehhez kapcsolódó reprezentációk.
4. Dohányzás: a kitöltőre vonatkozó dohányzási szokások, dohányzással kapcsolatos vélemények.
5. Alkoholfogyasztás: a kitöltőre vonatkozó alkoholfogyasztási szokások, az ehhez kapcsolódó vélemények.
6. Szerhasználat: a kitöltőre vonatkozó illegális szerhasználati szokások, a szerhasználatról alkotott vélemény és egészségre gyakorolt hatása.
7. Agresszió: az agresszió megjelenése a kitöltő viselkedésében, mint lehetséges probléma-megoldási eszközként történő alkalmazás kérdése.
8. Telefon- és internethasználat: a telefon és internet jelenlétéről és fontosságáról, illetve annak hiányáról alkotott vélemény, érzés.
9. Szubjektív egészségi állapot: a kitöltő jelenlegi fizikumának állapotáról alkotott képe, véleménye.
10. Érzelmi egyensúly: a kitöltő jelenlegi érzelmi állapotával és egészségével kapcsolatos vélekedése (Nagy – Kovács, 2017).

Az egészségtudatosságra vonatkozó állítások során felmerültek olyan esetek is, amikor nem 4 vagy 5 érték jelentette, hogy a kitöltő egészségtudatos, hanem az 1 vagy 2. Ilyen eseteknél átskálázást végeztem (mellékletben csillaggal jelzett állítások). Összevontan az egészségtudatosság értékelésénél az OECD ajánlásában szereplő pontozási szempontrendszert vettem alapul. Ennek megfelelően a 4-re, 5-re értékelt kijelentések esetében egy-egy pontot kapott a kitöltő, ellenkező esetben 0 pont járt. Így 0 és 35 közötti pontszámot ért el a válaszadó (Nagy – Kovács, 2017).

A környezettudatosságot felmérő kérdéssor a Nagy Szabolcs által 2018-ban kiegészített Kaiser-féle GEB-skálán alapszik. Kaiser társaival együtt 1999-ben megalkotta az úgy-

nevezett GEB-skálát, amelynek magyar megfelelője az Általános Környezettudatos Magatartás skála. Az általuk összeállított kérdőívet Nagy Szabolcs 2018-ban végzett kutatása alatt módosításokkal egészítette ki, amelyből megszületett a PEB-skála (Pro-Environmental Behaviour). Nagy (2018) aktualizálta az eredeti kérdőívet oly módon, hogy újonnan hozzáadott környezettudatos cselekvésekkel bővítette ki az eredetileg 35 állításból álló kérdőívet. Így végül 37 szigorúan a környezettudatos viselkedésre koncentráló állítást tartalmazó kérdőív jött létre. Eredetileg igen és nem válaszokkal lehetett felmérni, hogy mennyire okoz nehézséget a kitöltőnek környezettudatosan cselekedni. Jelen esetben úgy láttam észszerűnek, hogy hasonlóan építsem fel, mint az egészségtudatosság felmérése vonatkozó kérdéssort. Ennek következtében, kérdőívemben a környezettudatosságra vonatkozó állításokra is egy 1-től 5-ig terjedő Likert-skálán lehetett választ adni. Így a kérdőív kitöltése során nem merültek fel olyan nehézségek, hogy túlságosan sokféle értékelési módszert kell a kitöltőnek megértenie (Nagy, 2018).

Az állítások eredeti megfogalmazásán nem változtattam, ebből fakadóan, az értékelés során 14 esetben szintén átskálázást kellett végrehajtanom annak érdekében, hogy az értékeléseket egységes szempontok szerint tudjam kezelni. Az átskálázott állításokat a melléletekben csillaggal jelöltem. Az átfogó környezettudatosság értékelése azonos módon történt, mint az egészségtudatosság esetében. Itt a kitöltők maximum 37 pontot kaptak.

Összesítve az eddigieket a következőképpen alakult a kérdőívben szereplő változók értéke, összpontszáma.

1. táblázat: Tudatosságot jellemző pontszámok alakulása

Megnevezés	Megszerezhető minimális és maximális pontszám
<i>Pénzügyi tudatosság</i>	0-21
<i>Egészségtudatosság</i>	0-35
<i>Környezettudatosság</i>	0-37

Forrás: Saját szerkesztés OECD (2018), Nagy Szabolcs (2018), Nagy – Kovács (2017) alapján

Természetesen a kérdőívben megtalálhatóak voltak olyan kérdések is, amelyek demográfiai szempontból vizsgálták a kitöltőket. Ennek keretében szerepeltettem a kitöltők nemére, lakóhelyére, státuszára, háztartására stb. vonatkozó kérdéseket.

A kérdőívet 2022 augusztusában küldtem ki az említett csatornákon és szeptember 30-ig volt lehetőség a kitöltésére. Összesen 104 teljesen kitöltött, értékelhető kérdőív érkezett vissza, így a kutatási minta elemszáma 104 lett.

2.5. AZ ADATOK ELEMZÉSE SORÁN ALKALMAZOTT STATISZTIKAI MÓDSZEREK, ELJÁRÁSOK

A munkám során elvégzett kódolások és átskálázások segítségével a kapott adatokból sikerült metrikus, azaz magas mérési szintű változókat létrehozni, ezáltal a kutatásom elején meghatározott 3. hipotézis tesztelése során korreláció analízist hajtottam végre SPSS statisztikai adatelemző szoftver segítségével. A továbbiakban bemutatásra kerülnek a korreláció analízis elméleti keretei, amely a kutatásom gyakorlati részének megértését szolgálja. A korreláció analízis során a változók közötti lineáris kapcsolat létét, szorosságát és pólusát tudjuk megállapítani, amelynek legfontosabb alapfeltétele, hogy a változók mennyiségi ismérvek legyenek. A lineáris korrelációt más néven Pearson-féle korrelációs együtthatót (jele: r) a következőképpen lehet meghatározni:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^N (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^N (x_i - \bar{x})^2 \sum_{i=1}^N (y_i - \bar{y})^2}}$$

A képlet a következő módon épül fel:

- a számlálóban az „ x ” változók és azok átlagának a különbségét szorozzuk be az „ y ” változók és azok átlagának különbségével;
- a nevezőben pedig a már előbb meghatározott különbségek („ x ” és „ y ”) négyzetének szorzatával osztjuk el a számlálót (Sajtos – Mitev, 2007).

Ezáltal megkaphatjuk, hogy a két metrikus változó között van-e kapcsolat, és amennyiben van, akkor az milyen intenzitású és milyen irányú. A mutató során meghatározott érték 1 és -1 között mozog. A mutató értékének előjele adja a kapcsolat irányát, amely lehet pozitív (egy irányban mozog a két változó), és lehet negatív (ellentétes irányban mozognak a változók). A mutató abszolút értéke határozza meg a kapcsolat szorosságát, intenzitását, erősségét. Minél jobban közelít az egyhez, annál szorosabb a változók közötti kapcsolat. Vannak olyan esetek, amikor az együttható értéke nullát vesz fel, ilyenkor a változók között nem lelhető fel kapcsolat, azaz függetlenek egymástól.

2. táblázat: A korrelációs együttható lehetséges értékei

<i>r értéke</i>	<i>Kapcsolat iránya (előjele) és erőssége</i>
$r=1$	Tökéletes pozitív kapcsolat (függvényszerű lineáris kapcsolat)
$0,7 \leq r < 1$	Erős pozitív kapcsolat
$0,2 \leq r < 0,7$	Közepes pozitív kapcsolat
$0 < r < 0,2$	Gyenge pozitív kapcsolat
$r=0$	Nincs lineáris kapcsolat
$-0,2 < r < 0$	Gyenge negatív kapcsolat
$-0,7 < r \leq -0,2$	Közepes negatív kapcsolat
$-1 < r \leq -0,7$	Erős negatív kapcsolat
$r=-1$	Tökéletes negatív kapcsolat (függvényszerű lineáris kapcsolat)

Forrás: Saját szerkesztés Sajtos–Mitev (2007) alapján

A korrelációs együttható által felvett értékeket a 2. táblázat foglalja össze, amely a Sajtos és Mitev által összeállított értelmezésen alapul. Természetesen a 2. táblázatban bemutatott értékek irányadó magyarázatként jelennek meg, hiszen különböző korrelációs elemzéseknél más-más magyarázó értékek kerülhetnek elénk. Kutatásomban Sajtos és Mitev (2007) munkásságára hivatkoztam, így célszerűnek tartottam az általuk meghatározott értelmezéseket alapul venni.

A Pearson-féle korrelációs együttható nem ad választ az ok-okozati összefüggésekre, ennek eredményeképpen nem tudjuk megállapítani, hogy melyik változó tölti be a függő és független szerepet. A korrelációs együttható megállapítását a következő lépésekkel lehet elvégezni:

1. A megfelelő metrikus változó kiválasztása („x” és „y”)
2. A kiugró adatok ellenőrzése
3. A kapcsolat ábrázolása pontfelhő segítségével
4. Számítások elvégzése, a kapott értékek elemzése

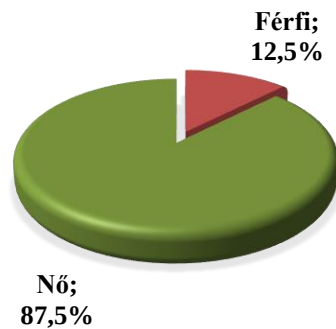
A korreláció számítása során számolni kell egyfajta kockázattal is, amely lényegesen befolyásolhatja a kutatásunk eredményét. Ez a kockázat pedig a kapott érték megbízhatóságában mutatkozik meg. Így az analízis során számolni kell a szignifikancia szinttel, amelynek értéke, ha 0,05 alatt van, akkor tekinthető az eredmény megbízhatónak (Sajtos – Mitev, 2017).

3. KUTATÁSI EREDMÉNYEK

Dolgozatom ezen fejezetében a kutatás során elvégzett elemzések eredményeinek bemutatására kerül sor. Elsőként a leíró statisztika segítségével jellemzem a kutatási mintát, ezt követően az összehasonlító vizsgálatok eredményét mutatom be.

3.1. A KUTATÁSI MINTA VIZSGÁLATA LEÍRÓ STATISZTIKA SEGÍTSÉGÉVEL

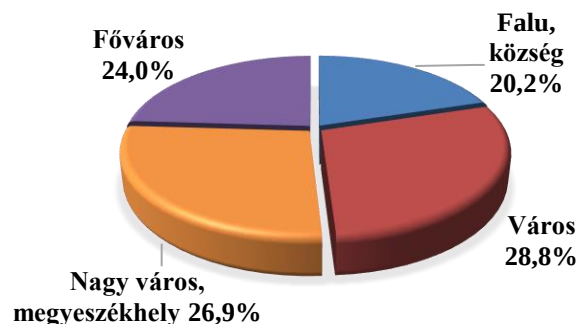
Összesen 104 teljesen kitöltött, értékelhető kérdőív érkezett vissza, így a kutatási minta elemszáma 104 lett. A válaszadók nemek szerinti megoszlását a 3. ábra szemlélteti.



3. ábra: A kitöltők nemek szerinti megoszlása (%)

Forrás: Saját szerkesztés

Jól látható, hogy a kitöltők jelentős hányada (87,5%) nő, míg kisebb arányban voltak a férfi kitöltők. Ez azt tükrözi, hogy a mintában a környezettudatos fiatal felnőtteket főként a nők képviselik, azaz a nőknél fordul elő gyakrabban a környezettudatos cselekvés. A következő szempont az életvitelszerű lakóhely típusa, amely szerinti megoszlást a 4. ábra mutatja.

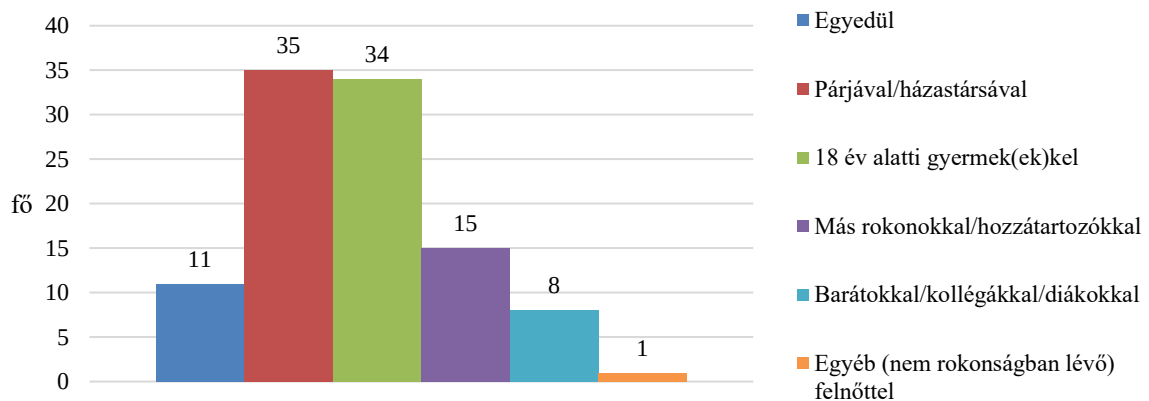


4. ábra: A válaszadók lakóhely szerinti megoszlása (%)

Forrás: Saját szerkesztés

Ennek tekintetében közel azonos arányban voltak a kitöltők. A 4. ábra továbbá rámutat arra is, hogy nem szükséges Budapesten élni ahhoz, hogy környezetbarát életvitelt folytassunk, hiszen már számos nagyobb városban fellelhetők különböző környezettudatos, hulladékmentes boltok.

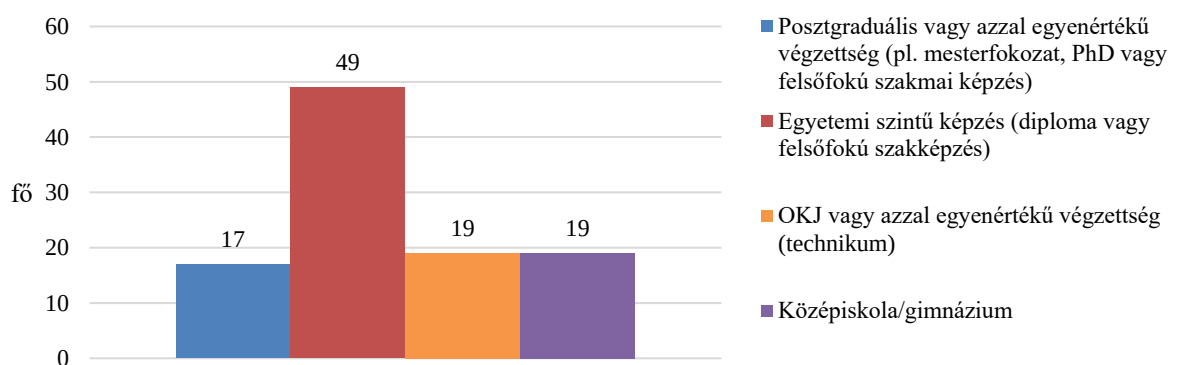
Ezt követően a kitöltőknek az egy háztartásban élőkre vonatkozóan kellett választ adniuk, ennek eredményét a 5. ábra mutatja be.



5. ábra: Az egyháztartásban élők szerinti megoszlás (fő)

Forrás: Saját szerkesztés

A kapott eredmények azt tükrözik, hogy a kitöltők túlnyomó többsége (69 fő) családjával, párjával vagy gyermekei(k)vel él együtt. Ez az információ arra is rámutat, hogy a környezettudatos életmódot családdal közösen is lehet folytatni, illetve ezáltal a gyerekeknevelésére is pozitív hatással bír, ha már a szülők is környezetbarát módon élnek.



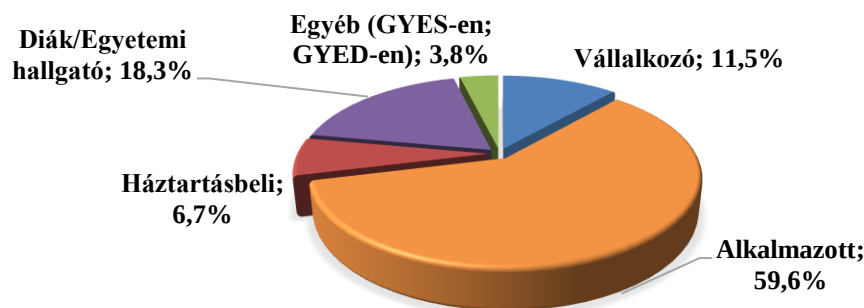
6. ábra: A kitöltők végzettség szerinti megoszlása (fő)

Forrás: Saját szerkesztés

Jobban kiemelve a célcsoport tulajdonságait, megkérdezésre került a kitöltők végzettsége is. A végzettség szerinti megoszlást az 6. ábrán láthatjuk, amely azt szemlélteti szá-

munkra, hogy a megkérdezettek lényeges hányada valamilyen felsőoktatási képzést folytatt. A fennmaradó 19-19 fő érettségivel, illetve valamilyen érettségire épülő szakképesítéssel rendelkezik, amely arra enged következtetni, hogy a kitöltők egy része, akár jelenleg is felsőoktatási képzésben vesz részt.

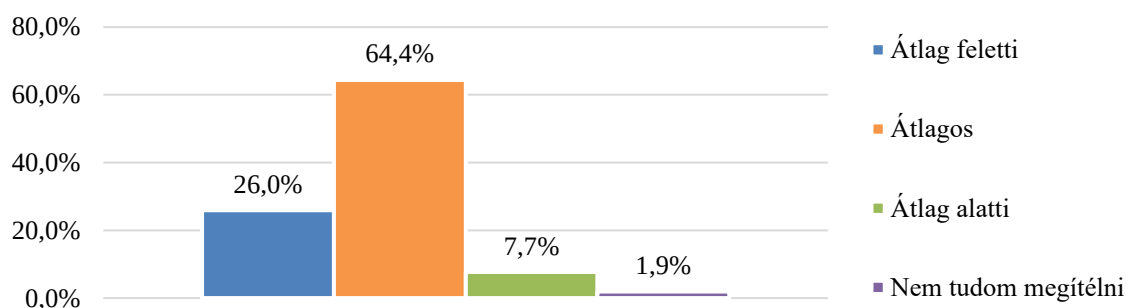
A kutatás leíró statisztikai jellemzését következő lépéseként a kitöltők státuszát vizsgáltam. A 7. ábrán látható eredmények azt mutatják, hogy a mintában szereplő fiatal felnőttek 60%-a alkalmazottként dolgozik. Fontos hangsúlyozni, hogy a megkérdezettek 18%-a diák/egyetemi hallgató, ami azt jelenti, hogy a fentebb említett meglátásom igaznak bizonyult, miszerint a kitöltők 18%-a, azaz 19 fő jelenleg is tanulmányokat folytat vagy közép-szinten (OKJ), vagy felsőoktatási szinten (egyetem/főiskola).



7. ábra: A válaszadók státusz szerinti megoszlása (%)

Forrás: Saját szerkesztés

Végezetül arra vonatkozóan tettem fel kérdést, hogy a megkérdezett fiatalok háztartásának nettó jövedelme milyen kategóriába sorolható (átlag alatti, átlagos, átlag feletti). A jövedelmi helyzetet szemlélteti a 8. ábra.



8. ábra: A kitöltők jövedelmi helyzet szerinti megoszlása (%)

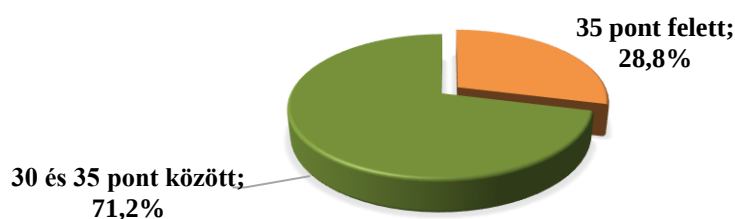
Forrás: Saját szerkesztés

Jövedelmi helyzet szerinti megoszlás tükrében elmondható, hogy a mintában szereplők túlnyomó hányada (64,4%) átlagosnak tekinti háztartása nettó jövedelmét, míg a megkérdezettek 26%-a úgy gondolja, hogy jövedelmi helyzete átlag feletti.

Összegezve az eddigi kutatási eredményeket, a következő tényeket tudom megállapítani a mintára vonatkozóan a megkérdezettektől összegyűjtött adatok alapján. A környezettudatos életmód elsősorban a nők körében elterjedtebb. A kérdőívet kitöltő fiatal felnőttek városokban laknak és párjukkal, kiskorú gyermekkel élnek egy háztartásban. Továbbá azt is elmondható, hogy ezek a fiatalok felsőoktatásban szerzett végzettséggel rendelkeznek és alkalmazotként dolgoznak. Nettó jövedelmüket átlagosnak értékelik.

3.2. KÖRNYEZETTUDATOSSÁG VIZSGÁLATA A MINTÁBAN

Ahogy a célcsoport meghatározásánál korábban ismertettem, a kérdőíves felmérés során a kitöltőket elsődlegesen úgy választottam ki, hogy a fogyasztási szokásaikban már fellelhető legyen a környezettudatosság. Ám, biztosra szerettem volna menni, hogy a ténylegesen környezettudatos fogyasztókat vizsgáljam, egészen pontosan azt, hogy a tudatosság más aspektusai miként jelennek meg fogyasztási szokásaikban. Ennek okán a kérdőívben szerepeltettem azt a kérdéssort, amely azt a célt szolgálta, hogy felmérje a kitöltők környezettudatosság iránti elkötelezettségét. Összesen 37 pontot lehetett elérni a környezettudatosság tekintetében. Ennek kapcsán a 9. ábra a válaszadók tényleges elért pontszámok szerinti megoszlását szemlélteti.



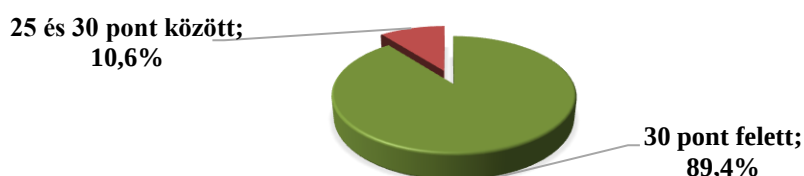
9. ábra: A környezettudatosság pontszámainak alakulása a vizsgált mintában (fő)

Forrás: Saját szerkesztés

Maximális pontszámot (37 pontot) a kitöltők közül összesen 5 fő ért el. Jól látható, hogy 30 fő 35 pont feletti értéket ért el, és a további 74 kitöltő 30 és 35 pont között teljesített. Összességében elmondható, hogy a célcsoport kiválasztása során a kérdőívem nem tévesztett célt. Így a mintában szereplő fiatal felnőttek valóban környezettudatos életmódot folytatnak.

3.3. EGÉSZSÉGTUDATOSSÁG VIZSGÁLATA A MINTÁBAN

A vizsgálatba bevont fiatalok tényleges környezettudatosságának felmérését követően, elemeztem mind az egészség-, mind pedig a pénzügyi tudatosságuk szintjét. Az egészségtudatosság értékelése hasonlóan történt, mint az környezettudatosság. Ebben az esetben maximum 35 pontot lehetett elérni. Az elért pontszámok szerinti megoszlást a 10. ábra szemlélteti.



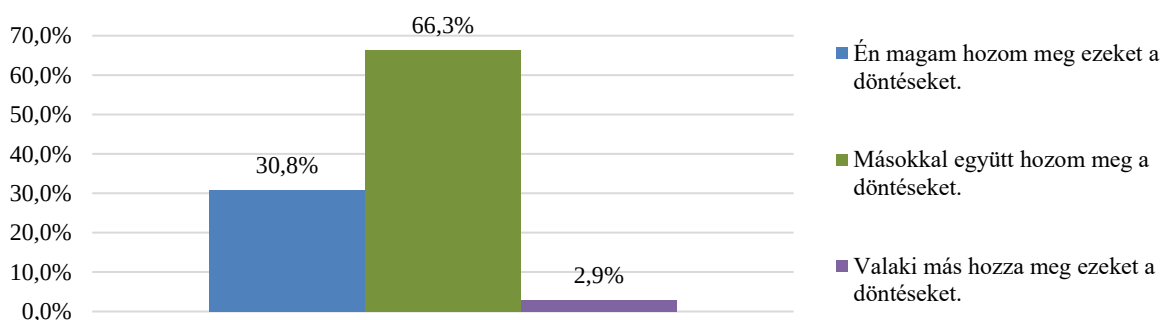
10. ábra: Az egészségtudatosság pontszámainak alakulása a vizsgált mintában (fő)

Forrás: Saját szerkesztés

Az ábrán is jól látható, hogy az egészségtudatosság szintén megjelenik a válaszadók fogyasztási szokásaiban, hiszen igen magas pontszámot értek el. A kitöltők 10,6%-a teljesített 30 pont alatt. Közel 90% 30 pont felett teljesített. A kapott eredmények tükrében kijelenthetem, hogy a megkérdezett fiatalok egyértelműen egészségtudatosnak tekinthetők.

3.4. PÉNZÜGYI TUDATOSSÁG VIZSGÁLATA A MINTÁBAN

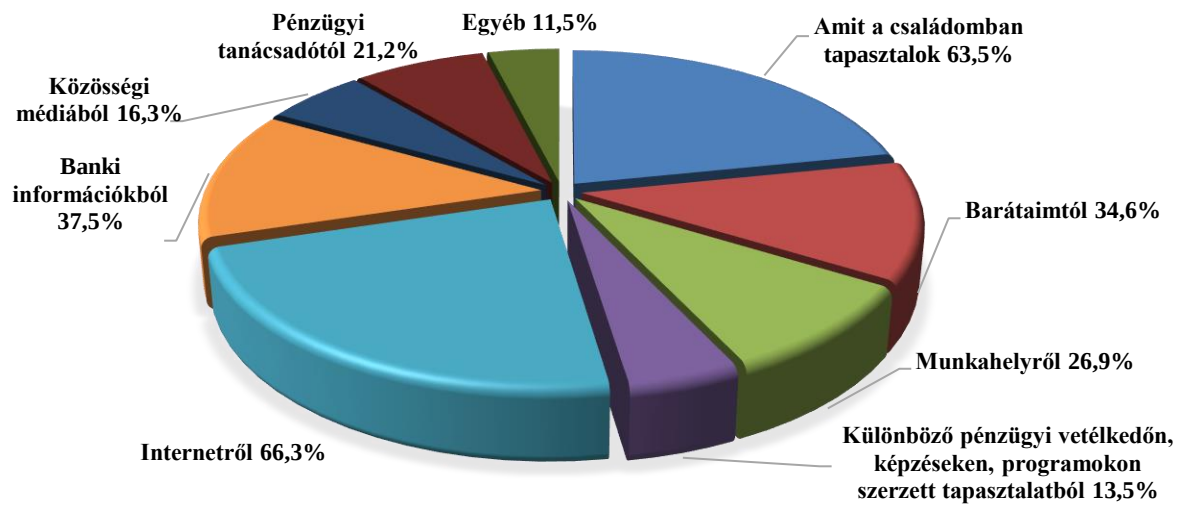
A pénzügyi tudatosság felmérése során elsőként arra kerestem a választ, hogy ki a felelős a háztartásban a mindennapi pénzügyi döntések meghozataláért. A válaszok megoszlását a 11. ábra szemlélteti. Látható, hogy a kitöltők döntő része (66,3%) inkább másokkal közösen hoz döntést, míg a megkérdezettek 30,8%-a egyedül hozza meg a mindennapi pénzügyi döntéseket.



11. ábra: Pénzügyi döntések meghozatalának módja (%)

Forrás: Saját szerkesztés

Ezt követően a kitöltőket megkérdeztem, hogy alapvetően honnan és milyen forrásból merítik pénzügyi ismereteiket. A kérdés során több válaszlehetőség is megengedett volt, de legfeljebb hármat lehetett megjelölni. A válaszok megoszlása a 12. ábrán látható.



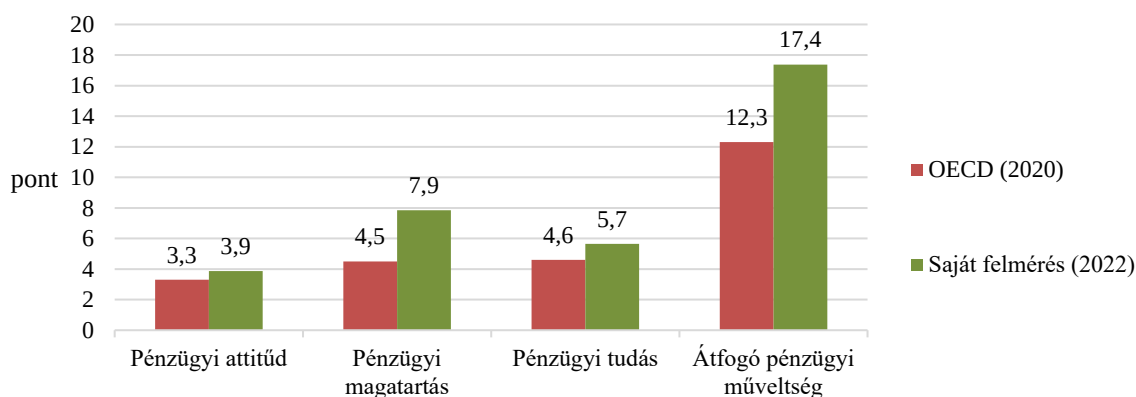
12. ábra: A kitöltők pénzügyi ismereteinek forrásai (%)

Forrás: Saját szerkesztés

A kapott eredmények tükrében a megkérdezett fiatalok döntő hányada (66%) online platformokon tájékozódik. Emellett a közvetlen környezetből történő pénzügyi ismeretek merítése igen magas helyet képvisel a megkérdezettek körében, tehát a családi tapasztalatok is, azaz a szociális hatás igen jelentősnek tekinthető pénzügyi ismeretek megszerzésekor. A mintában szereplő fiatal felnőttek közel 38%-a a pénzügyi intézmények által elérhető banki információk alapján tájékozódik. Úgy gondolom, hogy ez az arány mindenképpen egy pozitív eredményt mutat, hiszen ez azt tükrözi, hogy igyekeznek hiteles szakmai forrásokból tájékozódni. Emellett fontos hangsúlyozni azt is, hogy a válaszadók mintegy 35%-a támaszkodik a barátaik tapasztalataira, amely szintén a szociális hatást erősíti.

A pénzügyi tudatosság felmérése során az OECD által összeállított ajánlásból dolgoztam. Ez lehetőséget teremtett számomra, hogy eredményeimet összevetthessem a 2020-ban végzett nemzetközi felmérés adataival, amely keretében 1001 főt kérdeztek meg.

A pénzügyi tudatosság komponenseit külön-külön (pénzügyi attitűd, pénzügyi magatartás, pénzügyi tudás), és összesítve az átfogó pénzügyi műveltséget is elemeztem, illetve összehasonlítottam az OECD által végzett 2020-as felmérés értékeivel. Összehasonlítást a 13. ábra mutatja be.



13. ábra: Az OECD (2020) és az általam végzett felmérés összehasonlítása (pont)

Forrás: Saját szerkesztés, OECD (2020) és saját kutatás alapján

Ahogy az ábrán látható, a kutatásomban szereplő környezettudatos fiatal felnőttek eredményei mindhárom aspektus esetében magasabb értéket mutatnak, így ebből fakadóan az átfogó pénzügyi műveltség esetében is átlagosan magasabb értéket értek el.

3.5. A TUDATOSSÁG ASPEKTUSAINAK ÖSSZEFÜGGÉS VIZSGÁLATA A MINTÁBAN

Elemzésem utolsó lépéseként az egészség- és pénzügyi tudatosság közötti összefüggést vizsgáltam. A korreláció analízis során a változók közötti kapcsolat létét, irányát és erősségét tártam fel. A Pearson-féle korrelációs vizsgálat eredményét a 3. táblázat foglalja össze.

3. táblázat: Az egészség- és pénzügyi tudatosság korrelációs vizsgálata

Correlations			
		Pénzügyi tudatosság	Egészségtudatosság
Pénzügyi tudatosság	Pearson Correlation	1	,254**
	Sig. (2-tailed)		,009
	N	104	104
Egészségtudatosság	Pearson Correlation	,254**	1
	Sig. (2-tailed)	,009	
	N	104	104
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Forrás: Saját szerkesztés SPSS program outputja alapján

Mint látható az egészség- és pénzügyi tudatosság közötti korrelációs együttható értéke 0,254, amely azt jelenti, hogy a változók között pozitív irányú, laza közepes kapcsolat van. Az eredmény megbízhatóságát a szignifikancia szint mutatja meg, amely minél kisebb értéket vesz fel, annál megbízhatóbbnak tekinthető a kapott eredmény. A kutatásom során a szignifikancia szint 0,009, amely az elfogadott szignifikancia határérték (0,05) alatti, így a kapott eredmény megbízhatóságához nem fér kétség.

4. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A kutatási eredmények bemutatását követően dolgozatomban ezen fejezetében összefoglalom következtetéseimet, melynek keretében elfogadom vagy megcáfolom a korábban megfogalmazott hipotéziseimet, továbbá felvázolom a további kutatási lehetőségeket, irányokat.

Az első hipotézisem szerint *„az átlagosnál magasabb pénzügyi tudatossággal/műveltséggel rendelkeznek a környezettudatosnak tekinthető fiatalok.”* Összehasonlítva jelen kutatásom eredményeit és az OECD 2020-ban végzett felmérésének eredményeit, az látszik, hogy a mintában szereplő fiatal felnőttek az átlagosnál magasabb pénzügyi műveltséggel rendelkeznek. Ennek fényében az *első hipotézisemet elfogadom.*

A második hipotézisem, mely szerint *„megjelenik az egészségtudatosság a már környezettudatosnak tekinthető fiatalok fogyasztói szokásaiban”,* szintén *elfogadásra került.* Ennek bizonyítéka, hogy a már környezettudatos fiatalok igen magas arányánál (89%-nál) kijelenthető, hogy az egészségtudatos életmód releváns szerepet játszik a mindennapi életükben.

A harmadik és egyben utolsó hipotézisem szerint *„kimutatható a tudatosság vizsgált komponensei között statisztikailag szignifikáns kapcsolat a kutatásba bevont fiatalok körében.”* Ennek tesztelésére korreláció elemzést végeztem, melynek eredményeként azt kaptam, hogy a változók között laza-közepes kapcsolat áll fent. Ez azzal magyarázható véleményem szerint, hogy a kitöltők mindegyik komponens esetében magas pontszámot értek el, tehát a vizsgált szempontok mindegyike szerint tudatosnak tekinthetők. Harmadik hipotézisemet ennek tükrében *részen fogadom el.*

Összességében a kutatásom rávilágított arra, hogy a környezettudatosság közrejátszik a fiatal felnőttek fogyasztási szokásaiban, olyan tekintetben, hogy további fogyasztói tudatosság jelenik meg esetükben, úgy, mint az egészség- és a pénzügyi tudatosság. Emellett fény derült arra is, hogy ezeknek a fiataloknak nem csak fogyasztási szokásaiban jelenik meg a pénzügyi tudatosság, hanem az is kijelenthető, hogy az OECD hazai átlagánál magasabb pénzügyi műveltséggel/tudatossággal rendelkeznek. Ám, ezen kutatásom eredménye csak a mintában szereplő fiatal felnőtteket jellemzi, ezért nem mutat reprezentatív konklúziót a hazai fiatalok fogyasztási szokásaira.

További kutatási lehetőséget látok a célcsoport kibővítésében, ezáltal átfogóbb kutatást tudnék elvégezni. A jelenlegi kérdőívet használnám fel oly módon, hogy nem csak a

környezettudatos fiatalokra fókuszálnék. Emellett a tudatosság további aspektusait is bevonnám a vizsgálatba. Így egy általánosabb, azonban továbbra is a tudatosságra koncentráló kutatás valósulna meg.

ÖSSZEFOGLALÁS

A 21. században a környezettudatosság egyre nagyobb szerepet tölt be a fiatalok körében. A fenntarthatóság népszerűsége hazánkban is jelen van. Ennek egyik bizonyítéka, hogy egyre több hulladékmentes, környezetbarát bolt nyitja meg kapuit, amely boltokban mellett, hogy csomagolásmentesen lehet vásárolni, különböző hulladékmentes alternatívák is megismerhetők, melyeknek használata csökkenti a fogyasztás természeti környezetre gyakorolt hatását. Én magam is tapasztaltam, hogy vásárlási szokásaim nagymértékben megváltoztak, mióta a környezettudatosság hangsúlyosabb szerepet játszik az életemben. E gondolat mentén született meg kutatásom.

Dolgozatom első fejezetében a témához kapcsolódó szakirodalmi háttér feldolgozása kapott helyet. Elsőként a tudatosság témakörét jártam körbe, majd szűkítettem a kört a kutatási témám főbb elemeire, és a környezet-, az egészség- valamint a pénzügyi tudatosság definícióit, megközelítéseit ismerttettem.

Ezt követően az e területen végzett korábbi kutatások főbb eredményeit mutattam be, és világítottam rá saját kutatásom újszerűségére, majd pedig kutatásom módszertanát mutattam be. Céloom a már környezettudatos fiatal felnőttek (18-35 évesek) fogyasztási szokásainak feltérképezése volt. Arra a kérdésre szerettem volna választ kapni, hogy körükben kimutathatók-e a tudatosság más aspektusai is, úgy, mint az egészség- és a pénzügyi tudatosság.

Kutatási céljaim elérése, valamint a megfogalmazott kutatási kérdések megválaszolása érdekében kérdőíves felmérést végeztem. Kérdőívemet az OECD útmutatója, Nagy (2018) valamint Nagy – Kovács (2017) tanulmánya alapján állítottam össze, és 2022. augusztus 1.- szeptember 30. között tettem elérhetővé a célcsoport körében. Ez idő alatt 104 kitöltött és értékelhető válasz érkezett be, így a minta elemszáma 104 lett. A válaszok kódolását követően, munkám során összehasonlító elemzést, illetve korreláció analízist végeztem.

Összességében, a kapott eredmények tükrében azt a konklúziót tudtam levonni, hogy a mintába bevont már környezettudatos fiatal felnőttek fogyasztási szokásaiban megjelenik mind az egészség-, mind pedig a pénzügyi tudatosság, így ők valóban tudatos fogyasztónak tekinthetők.

IRODALOMJEGYZÉK

Szakirodalom

- Bagdy, E. (2010): *Hogyan lehetnének boldogabbak?* Kulcslyuk Kiadó Kft., Budapest.
- Balatoni, I. (2011): Versenyképesség és egészségkultúra összefüggései regionális megközelítésben. Doktori Értekezés. Debreceni Egyetem, Kerpely Kálmán Doktori Iskola. https://dea.lib.unideb.hu/dea/bitstream/handle/2437/111438/balatoni_ildiko_doktori_vegle_ges_20110913-t.pdf?sequence=6. (letöltés: 2022.09.10.)
- Barna, F. K. – Szakály, Z. – T. Nagy-Pető, D. – Bauerné Gáthy, A. (2020): Fenntartható élelmiszer-fogyasztás – Egészség- és környezettudatosak-e az alternatív étrendet követők?, *Gazdálkodás, Scientific Journal on Agricultural Economics*, 64. évf. 3. sz., pp. 189-201. DOI: 10.22004/ag.econ.303794.
- Bartus, G. (2013): A fenntartható fejlődés fogalom értelmezésének hatása az indikátorok kiválasztására. *Statisztikai Szemle*, 91. évf. 8-9. sz., pp. 842-869.
- Béres, D. – Huzdik, K. (2012): A pénzügyi kultúra megjelenése makrogazdasági szinten, *Pénzügyi Szemle/Public Finance Quarterly*, 57. évf. 3. sz., pp. 322-336.
- Csorba, L. (2020): Pénzügyi kultúra és pénzügyi műveltség, a pénzügyi magatartás meghatározó tényezői. *Pénzügyi Szemle/Public Finance Quarterly*, 65. évf. 1 sz., pp. 67-82. DOI: 10.35551/PSZ_2020_1_6
- Dudás, K. (2006): A környezettudatos vásárlói magatartás elemzése, *Marketing & Menedzsment*, 40 évf. 5-6. sz., pp. 106-113.
- Dudás, K. (2011): A tudatos fogyasztói magatartás dimenziói, *Vezetéstudomány/Budapest Management Review*, 42. évf. 7-8. sz., pp. 47-55.
- Elgin (1993): *Voluntary Simplicity*. William Marlow, New York.
- Ercsey, I. – Huszka, P. (2014): Fiatalok egészsége az életminőség és a fogyasztói magatartás tükrében, *Táplálkozásmarketing*, 1. évf. 2. sz., pp. 87-95.
- Folke, T. – Gjorgjiovska, J. – Paul, A. – Jakob, L. – Ruggeri, K. (2021): Asset: A new measure of economic and financial literacy. *European Journal of Psychological Assessment*, Vol. 37, Issue 1, pp. 65– 80. DOI: 10.1027/1015-5759/a000575.
- Johnson, B. (2013): *Zero Waste otthon*. Tericum Kiadó, Budapest.

- Harris, D. M. – Guten, S. (1979): Health protecting behaviour: An exploratory study. *Journal of Health and Social Behaviour*, Vol. 20, pp. 17-29.
- Heinrich Böll Foundation (2014): *Meat Atlas Facts and figures about the animals we eat*, Möller Druck, Ahrensfelde.
- Hofmeister Tóth, Á. – Simon, J. – Bódi, E. (2006): A fogyasztók társadalmi felelősségének kérdései. In: Magyar Marketing Szövetség (szerk.): *Innováció, társadalmi felelősség, fenntartható fejlődés – marketing megközelítésében*. Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubjának 12. Országos Konferenciája. Budapest.
- Hofmeister-Tóth, Á. – Törőcsik, M. (1996): *Fogyasztói magatartás*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- Hung, A. – Parker, A. M. – Yoong, J. (2009): Defining and Measuring Financial Literacy. *RAND Working Paper Series WR-708*, pp. 1-28. DOI: 10.2139/ssrn.1498674.
- Kiss, V. Á. – Dombi, M. – Szakály, Z. (2019): Az egészség, a környezet és az étkezés kapcsolata – Szakirodalmi áttekintés, *Táplálkozásmarketing*, 7. évf. 1. sz., pp. 3–23.
- Lendvai, E. – Túri, Gy. (2020): *Egészségtudatosság, élelmiszerekkel kapcsolatos ismeretek – egy kvantitatív kutatás eredményei*. Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért, Győr.
- Meffert, H. – Kirchgeorg, M. (1993): *Makrorientiertes Umweltmanagement: Grundlagen und Fallstudien*. Schäffer Verlag, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Nádudvari, Z. (2004): Fenntartható fogyasztás. *Környezetvédelmi füzetek*, 1. sz., pp. 64-66.
- Nagy, B. E. – Kovács, K. E. (2017): Egészség-magatartással kapcsolatos attitűdök vizsgálata középiskolás és egyetemista fiatalok körében, *Orvosi Hetilap*, 158. évf. 44. sz., pp. 1754-1760. DOI: 10.1556/650.2017.30839.
- Nagy, Sz. (2018): A környezettudatos cselekvések elemzése. *Vezetéstudomány/Budapest Management Review*, 49. évf., 10-11. sz., pp. 45-55. DOI: 10.14267/VEZTUD.2018.10.04.
- Peattie, K. – Collins, A. (2009): Guest editorial: perspectives on sustainable consumption, *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 33, Issue 2, pp. 107-112.

- Pepper, M. – Jackson, T. – Uzzel, D. (2009): An examination of the values that motivate socially conscious and frugal consumer behaviours, *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 33, Issue 2, pp. 126-136.
- Piskóti, I. – Nagy, Sz. (1998): *Ökomarketing – a lakosság környezettudatosságának helyzete egy kutatás tapasztalatai alapján*. In: Hagyomány és megújulás a magyar marketingoktatásban. A magyar marketingkutatók IV. éves konferenciájának előadásai. Pécs, 1998. szeptember 3-4. pp. 118-129.
- Sajtos, L. – Mitev, A. (2007): *SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv*. Alinea Kiadó, Budapest.
- Szakály, Z. (2008): Trendek és tendenciák a funkcionális élelmiszerek piacán: Mit vár el a hazai fogyasztó?, *Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing*, 5. évf. 2-3. sz., pp. 1-11.
- Székely, M., (2011): A fogyasztói magatartás alapjai, Fenntartható Fogyasztás? *A fenntartható fogyasztás gazdasági kérdései*, pp. 29-53.
- Szóka, K. (2021): A pénzügyi kultúra és tudatosság meghatározása és magyarországi helyzete. *Economica*, 12. évf. 3-4. sz., pp. 1-8. DOI: 10.47282/economica/2021/12/3-4/10417.
- Szűcs, R. S. (2017): A tudatos vásárló mítosza, *Gradus*, 4. sz., pp. 514-521.
- Töröcsik, M. (2003): *Fogyasztói magatartás – Trendek*. KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest.
- Vágási, M. (2000): A fenntartható fogyasztás és a környezettudatos fogyasztói magatartás. *M & M – MIX*, 6. sz., pp. 39-44.
- Vanechoutte, M. (2000): Experience, Awareness and Consciousness: Suggestions for Definitions as Offered by an Evolutionary Approach, *Foundations of Science*, Vol. 5, pp. 429-456.

Jogszabályok

2013. évi CXXXIX. törvény, Magyar Nemzeti Bankról szóló törvény

Egyéb források

Állami Egészségügyi Ellátó Központ (évsz. nélkül): *Egészségtudatos magatartás*. https://fogalomtar.aeek.hu/index.php/Eg%C3%A9szs%C3%A9gtudatos_magatart%C3%A1s (letöltve: 2022. 09. 26.).

- Magyar Természetvédők Szövetsége (2014): *Hogyan teszi tönkre bolygónkat a túlzott fogyasztás és az intenzív hústermelés*. <https://mtvsz.hu/hirek/2014/01/hogyan-teszi-tonkre-bolygonkat-a-tulzott-fogyasztas-es-az-intenziv-hustermeles> (letöltés: 2022. 09. 19.).
- MNB (2020): *A pénzügyi tudatosság fejlesztése segíti a családok anyagi biztonságát is*. <https://www.mnb.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenyek/2020-evi-sajtokozlemenyek/a-penzugyi-tudatossag-fejlesztese-segiti-a-csaladok-anyagi-biztonsagat-is> (letöltve: 2022.10.02.)
- MNB (2014): *Tudás és Érték – A Magyar Nemzeti Bank Társadalmi felelősségvállalási stratégiája*. <https://www.mnb.hu/letoltes/mnb-tarsadalmispread-low-1.pdf>. (letöltve: 2022.10.02.)
- Nemzeti Fejlesztési Ügynökség (2008): *Pályázati útmutató a Társadalmi Megújulás Operatív Program – A fogyasztóvédelem társadalmasítása tudatos fogyasztói magatartás kialakításával c. pályázati felhíváshoz*. <https://www.palyazat.gov.hu/download.php?objectId=10996> (letöltve: 2022.09. 10.).
- OECD (2014): *PISA 2012 Results: Students and Money, Financial Literacy Skills for the 21st Century*. OECD Publishing, Pisa.
- OECD (2018): *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*, <https://www.oecd.org/financial/education/2022-INFE-Toolkit-Measuring-Finlit-Financial-Inclusion.pdf>. (letöltve: 2022.09.20.)
- Piskóti, I. Nagy, Sz. Marien, A. Dankó, L. – Molnár, L. (2012): *A társadalmi marketing paradigmái – elméleti-módszertani alapozó kutatás*. <http://www.marketing-turizmus.hu/otka/11.pdf> (letöltve: 2022. 09. 10.)
- Süge, Cs. (2010): A pénzügyi kultúra mérhetősége. In: Tompáné, Dr. Daubner, K. – Dr. Miklós, Gy. (szerk.) *Tudományos Mozaik 7. Második kötet*. Tomori Pál Főiskola, Kálcsa, pp. 1-11.
- Tudatos Vásárlók (2022): *Mi a tudatos vásárlás, ki a tudatos vásárló?* <https://tudatosvasarlo.hu/tve/gyik/> (letöltve: 2022. 09. 10.).
- World Health Organization (évsz. nélkül): *Who remains firmly committed to the principles set out in the preamble to the Constitution*. <https://www.who.int/about/governance/constitution>. (letöltés: 2022. 09. 18.).

MELLÉKLETEK

1. MELLÉKLET: FIATALOK FOGYASZTÓI TUDATOSSÁGÁNAK FELMÉRÉSE - KÉRDŐÍV

Demográfiai adatok

A következő kérdések az Ön személyére és az Ön háztartására vonatkozó jellemzőkkel kapcsolatosak.

1. Ön neme

- Férfi
- Nő
- Nem szeretnék válaszolni

2. Mi jellemzi a legjobban az Ön lakóhelyét, ahol életvitelszerűen él?

- Falu, község
- Város
- Nagyváros, megyeszékhely
- Főváros

3. Kivel él egy háztartásban?

- Egyedül
- Párjával/házastársával
- 18 év alatti gyermek(ek)kel
- 18 év feletti gyermek(ek)kel
- Más rokonokkal/hozzátartozókkal
- Barátokkal/kollégákkal/diákokkal
- Egyéb (nem rokonságban lévő) felnőttel

4. Mi az Ön legmagasabb iskolai végzettsége?

- Posztgraduális vagy azzal egyenértékű végzettség (pl. mesterfokozat, PhD vagy felsőfokú szakmai képzés)
- Egyetemi szintű képzés (diploma vagy felsőfokú szakképzés)
- OKJ vagy azzal egyenértékű végzettség (technikum)
- Középiskola/gimnázium
- Általános iskola
- Nincs formális oktatás

5. Státuszát tekintve Ön:

- Vállalkozó
- Alkalmazott

- Háztartásbeli
- Diák/Egyetemi hallgató
- Munkanélküli
- Egyéb:

6. Meg tudná mondani, hogy az Ön háztartásának nettó jövedelme melyik kategóriába tartozik? Azt mondaná, hogy

- Átlag feletti
- Átlagos
- Átlag alatti
- Nem tudom megítélni

Pénzügyek tervezése és kezelése

A következő kérdések a pénzügyek tervezésével és kezelésével kapcsolatosak, amely kérdéssor segít megérteni, hogyan gondolkodnak az emberek a pénzügyeikről és hogyan tervezik meg azokat. Ezekre a kérdésekre nincsenek helyes vagy helytelen válaszok, és az Ön válaszait teljes mértékben bizalmasan kezelem, ezért kérem, válaszoljon olyan pontosan, amennyire csak tud.

7. Ki a felelős a mindennapi pénzügyi döntések meghozataláért a háztartásában?

- Én magam hozom meg ezeket a döntéseket.
- Másokkal együtt hozom meg a döntéseket.
- Valaki más hozza meg ezeket a döntéseket.

8. Mit tesz Ön, hogy követni tudja a háztartás pénzügyeit?

- Tervet készít a bevételekről és kiadásokról.
- Feljegyzi kiadásait.
- A számlákra szánt összeget külön helyen tárolja, mint a mindennapos kiadásra szánt összeget.
- Feljegyzést készít a bejövő számlákról, hogy el ne felejtse.
- Bankjának az applikációját/pénz menedzselési eszközt használ, hogy nyomon követhesse kiadásait.
- Automatikus fizetés gondoskodik a szokásos kiadásairól.
- Egyéb:

9. Az elmúlt 12 hónapban Ön [személyesen] az alábbi módokon takarékoskodott, függetlenül attól, hogy van-e még pénze vagy nincs? Kérjük, csak azt vegye figyelembe, ami megtakarítás (pl. nyugdíjpénztár, egészségpénztár) vagy félre tett pénz vagy befektetés (értékpapírba, nemesfémbe). – Igen, Nem, Nem tudom.

- Készpénz megtakarítás
- Pénz befizetés megtakarítás/betét számlára
- Pénzadás családjának megtakarítás céljából
- Megtakarítás (számlán)
- Kötvény vagy lekötött betét vásárlás
- Befektetés kriptovalutákba vagy ICO-kba
- Befektetés részvényekbe
- Megtakarítás vagy befektetés más módon (nyugdíjon kívül)

10. Néha az emberek úgy találják, hogy a jövedelmük nem teljesen fedezi a megélhetési költségeiket. Az elmúlt 12 hónapban történt-e ez Önnel személyesen?

- Igen
- Nem
- Nem tudom

11. Amennyiben az előző kérdésre igennel válaszolt, miből élt a legutóbb, amikor ez történt?

- Megtakarítás felhasználása
- Kiadások csökkentése
- Tulajdonában levő tárgyak eladása
- Túlóra, plusz munka vállalása
- Állami támogatás igénylése
- Segítségkérés családtól, barátoktól vagy a közösségtől
- Kölcsön felvétele családtól, barátoktól vagy a közösségtől
- Kölcsön a munkáltatótól/fizetési előleg
- Tulajdonában levő tárgy zálogba adása
- Pénzfelvétel rugalmas jelzáloghitel-számláról
- Hitelfelvétel/nyugdíjpénztári kölcsön igénylése
- Folyószámlahitel/hitelkeret használata
- Hitelkártya használata
- Személyi kölcsön felvétele pénzügyi szolgáltatótól (bank, hitelszövetkezet, mikrofinanszírozás)

- Engedély nélküli folyószámlahitel igénybevétele
- Kifizetések elmulasztása
- Nem történt velem ilyen eset.
- Egyéb:

Pénzügyi attitűd és magatartás

A következő kérdéssor az Ön pénzügyekkel kapcsolatos hozzáállását és magatartását méri fel.

12. Ön mennyire ért egyet a következő állításokkal. Az 1 – egyáltalán nem, míg az 5 – tökéletesen egyetért.

- Számomra sokkal kielégítőbb pénzt költeni, mint hosszú távon megtakarítani.
- A pénz azért van, hogy elköltssem.
- Személyesen figyelek a pénzügyeimre.

Hosszú távon pénzügyi célokat tűzök ki, és törekszem arra, hogy elérjem őket.

13. Meg tudná mondani, hogy a következő állítások milyen gyakran vonatkoznak Önre (soha, ritkán, néha, gyakran, mindig)?

- Mielőtt megveszek valamit, alaposan megfontolom, hogy megengedhetem-e magamnak.
- Időben befizetem a számláimat.
- Hajlamos vagyok a mának élni, a holnap lesz valahogy.

Pénzügyi ismeretek

A következő néhány kérdés kvíz jellegű lesz, amely az Ön pénzügyi ismereteit méri fel. Amennyiben nem tudja a kérdésre a választ, x-el jelezze.

14. Meg tudná mondani, hogyan értékelné Ön a pénzügyi tudását? Azt mondaná, hogy

- Nagyon magas
- Elég magas
- Átlagos
- Meglehetősen alacsony
- Nagyon alacsony

15. Alapvetően honnan meríti pénzügyi ismereteit? Kérem, legfeljebb 3 válaszlehetőséget jelöljön be!

- Amit a családban tapasztalok.
- Barátaimtól.
- Munkahelyről.

- Különböző pénzügyi vetélkedőn, képzéseken, programokon szerzett tapasztalatból.
- Internetről.
- Banki információkból.
- Közösségi médiából.
- Pénzügyi tanácsadótól.
- Egyéb.

16. Képzeld el, hogy öt testvér kap összesen 100.000 Ft-ot. Ha egyenlően kell elosztaniuk ezt az összeget, akkor mennyit kapnak fejenként?

- Saját válasz

17. Képzeld el, hogy a testvéreknek egy évet kell várniuk, hogy megkapják a részesedésüket a 100.000 Ft-ból, és az infláció 12 százalék marad. Az alábbi állítások közül melyik helyes? A részesedésükből egy év múlva:

- többet vásárolhatnak, mint most.
- ugyanannyit vásárolhatnak, mint most.
- kevesebbet vásárolhatnak, mint most.
- nem tudom, milyen lesz a részesedésük vásárlóértéke egy év múlva.

18. Kölcsönad 10.000 Ft-ot egy barátjának egy este, és ő másnap visszaad 10.000 Ft-ot. Mennyi kamatot fizetett a barátja erre a kölcsönre?

- Saját válasz

19. Képzeld el, hogy valaki 100.000 Ft-ot helyez el egy megtakarítási számlán, amelynek garantált kamatlába évi 2%. Erre a számlára nem fizetnek be többet, és nem vesznek ki pénzt. Mennyi lenne a számlán az első év végén, miután a kamatfizetés megtörtént?

- Saját válasz

20. Mennyi lenne a számlán öt év múlva (kamatos-kamat számítás)?

- Több, mint 110.000 Ft
- Pontosan 110.000 Ft
- Kevesebb, mint 110.000 Ft
- Lehetetlen megmondani a megadott információk alapján.

21. A következő állítások Ön szerint igazak vagy hamisak?

- A magas hozamú befektetés valószínűleg magas kockázatú.
- A magas infláció azt jelenti, hogy a megélhetési költségek gyorsan emelkednek.
- Többféle részvény vásárlásával csökkenteni lehet a részvénytőzsi befektetések kockázatát.

22. A továbbiakban az egészséges étellel kapcsolatos állításokat olvashat. Kérem, állapítsa meg, mennyire jellemzőek Önre ezek az állítások! Az 1-es az egyáltalán nem, míg az 5-ös a teljes mértékben jellemző.

- Tartózkodom az energiatalok fogyasztásától.
- Érzelmileg kiegyensúlyozott vagyok.
- Egészségesnek érzem magam.
- Úgy érzem, kimerült vagyok és semmihez nincs erőm.*
- Úgy érzem, már nem tudok pozitívan hozzáállni a környezetemhez.*
- Megfelelő étrenddel megfelelő minőségű életet lehet élni.
- Rövidtávon hatékony stressz csökkentő a drog.*
- Nem probléma, ha napokig nincs lehetőségem használni a telefonos alkalmazásaimat és játékaimat.
- Az egészséges táplálkozáshoz napi ötször kell étkezni.
- Ahhoz, hogy egészséges maradjak, napi két liter vizet el kell fogyasztani.
- Az egészségtudatosság része a mentális egészségmegőrzés is.
- A sok stresszel is hatékonyan megbirkózom.
- Az alkohol hatékony feszültség levezető módszer.*
- Zavar, ha 1-2 órán keresztül nem tudok internetezni.*
- A rendszeres fizikai aktivitás elengedhetetlen az egészséges élethez.
- Van legalább egy olyan stratégiám, amivel meg tudok nyugodni, ha ideges vagyok.
- Minden nap eszem zöldséget és gyümölcsöt.
- Fontos, hogy kipihent legyek, ezért legalább 7 órát alszom minden este.
- A drogfogyasztás semmilyen problémát nem old meg.
- Az elmúlt hónapban többször éreztem azt, hogy semmihez sincs kedvem.*
- Ahhoz, hogy egészségesek legyünk, oda kell figyelni a táplálkozásra.
- Napi három csésze kávénál nem iszom többet.
- A könnyű drogok fogyasztása kizárja az egészségtudatos életmódot.
- Ideges leszek, ha nem használhatom a telefonomat.*
- Energikus vagyok a mindennapokban.
- Az egészségtudatosságnak nem feltétlenül része a sportolás.
- A dohányzás hatékony szorongásoldó módszer.*
- A buli és szórakozás elengedhetetlen része az alkohol is.*

- Napi egy-két szál cigi még nem vezet egészségkárosodáshoz.*
- A cukrozott italok helyett szívesebben fogyasztok frissen facsart gyümölcslevet.
- Egészséges életmódot folytatok.
- Az egészségtudatosság nem csak a káros szokásoktól való tartózkodást jelenti, hanem a betegségek megelőzését is.
- A dohányzás nem rontja jelentősen az egészséget.*
- Egy-két alkalommal történő alkoholfogyasztás nem zárja ki az egészséges életmódot.
- Nem jellemző rám, hogy agresszióval oldjam meg a konfliktusaimat.

23. A következő állítások a környezettudatos cselekvéseit vizsgálja. Kérem, állapítsa meg, mennyire jellemzőek Önre ezek az állítások! Az 1-es az egyáltalán nem, míg az 5-ös a teljes mértékben jellemző.

- Nem mosok ki addig, amíg össze nem jön egy mosógépnyi adag belőle.
- Amennyiben lecserélek egy háztartási gépet, mindig energiatakarékosabbat vásárolok.
- Inkább zuhanyozni szoktam, mint fürödni.
- Nem cserélek le semmit azért, mert kiment a divatból.
- A használt elemeket a szeméttel együtt dobom ki a kukába.*
- A papírhulladékot szelektív módon gyűjtöm.
- Étkezés után, illetve mosogatáskor az ételmaradékot a WC-be öntöm.*
- Az üres üvegeket is szelektív módon gyűjtöm.
- Legszívesebben a húst is hússal enném.*
- Előfordult már, hogy valakinek felhívtam a figyelmét arra, hogy nem környezettudatosan viselkedett.
- Évente legalább egyszer-kétszer utazom repülőgéppel nyaralni, vagy üzleti ügyben.*
- A fel nem használt gyógyszereket a szemétbe dobom.*
- Sok újrafelhasznált anyagokból készült terméket (pl. WC-papír) vásárolok.
- Télen mindig jól befűtök, mert nem szeretek pulóverben üldögni otthon.*
- A papírszatyrokat jobban kedvelem a műanyagoktól.
- A fürdőszobában légfrissítő-spray-t használok.*
- Előmosás nélkül mosom ki a koszosabb ruhákat is.

- Télen is sokáig nyitva tartom az ablakokat, hogy jó friss legyen a levegő a szobában.*
- Általában rövid távolságon belül a tömegközlekedést használom, vagy biciklizek autóhasználat helyett.
- Általában olyan helyi termékeket, élelmiszert vásárolok, amelyeket nem messziről szállítanak ide.
- A sütő tisztítására speciális sütő-tisztító spray-t használok.*
- Ha egy üzletben műanyagszatyrot adnak, azt mindig elfogadom.*
- Ha rovarokat fedezek fel a lakásomban, akkor rovarirtó-szerrel írtom ki őket.*
- Nem vásárolok olyan termékeket, melyekről tudomásom van, hogy kifejlesztése során állatkísérleteket végeztek.
- Jóval kevesebb hulladék keletkezik a háztartásunkban, mint egy évvel ezelőtt.
- Gyakran vásárolok környezetbarát terméket, bioélelmiszert.
- Általában városon belül nem használok autót.
- Ismerőseimmel, barátaimmal gyakran beszélgetünk különféle környezeti problémákról.
- Nem vásárolom meg olyan cégek termékeit, amelyek nem törődnek a környezettel és a társadalmi problémákkal.
- Szoktam dobozos italokat is inni.*
- Általában visszaválthatós palackos kiszerezésű italokat vásárolok.
- A mosáshoz nem mosóporokat használok (pl. mosógolyó).
- Autópályán sem vezetek 100 km/óránál gyorsabban.
- Néha anyagilag is támogatom a környezetvédelmi szervezeteket.
- Amikor mosok öblítőt is használok.*
- A WC-kagylót vegyszerek segítségével tisztítom.*
- Tagja vagyok valamilyen környezetvédelmi csoportnak.