

A fenntartható fogyasztás egy lehetséges ösztönzője

A Possible Way to Encourage Sustainable Consumption

A. KARCAGI-KOVÁTS, E. SZEMERÉDI

Absztrakt. A fenntartható fejlődés koncepciójának térhódításával és a szükségletekhez kapcsolódó kérdések ismételt előtérbe kerülésével a fogyasztáshoz kötődő alapvető fogalmakat alaposabban – a főáramú közgazdaságtan által nem vizsgált szempontokból is – elemezni kell. A fogyasztáshoz való viszonyt alapvetően meghatározza az uralkodó értékrend, melynek napjainkban lényeges eleme a fogyasztás társadalmi rangot szimbolizáló jellege. Jelen tanulmány célja a hasznosság fogalmának kritikai szemléletű vizsgálata, a fenntartható fogyasztás ösztönzéséhez kapcsolódó hagyományos és alternatív gondolkodási irányzatok, törekvések áttekintése. A szerzők érvelése alapján a hasznosságot nem lehet csupán szűken vett gazdasági megfontolások szerint vizsgálni, hanem a közösség és a jövő generációk feltételezett érdekeit is figyelembe kell venni annak megállapítása során, hogy mit tekintünk hasznosnak. A tanulmány a fenntartható fogyasztást ösztönző alternatív pénzügyi megoldási javaslatok bemutatásával zárul. Az ismertetett példák bizonyítják, hogy az alternatív pénz-modellek alkalmasak a fenntartható fogyasztói magatartás ösztönzésére, mert ezek olyan külső motiváló eszközök, amelyek a jutalmazás révén váltják ki a kívánt viselkedésformát.

Kulcsszavak: szükséglet, hasznosság, fenntartható fogyasztás, kiegészítő alternatív pénz

Abstract. With the growth and spread of the concept of sustainable consumption and with the re-emergence of issues related to needs, the basic concepts of consumption need to be analyzed from aspects not inspected by mainstream economics. Consumer behaviour is largely determined by the prevailing values of society and nowadays consumption symbolizes social status. The purpose of this study is to critically examine the concept of utility, to review traditional and alternative concepts and aspirations related to the promotion of sustainable consumption. The authors argue, that utility can not only be examined by narrow economic considerations; the values of present and future generations also must be taken into account when determining what is considered to be useful. The study concludes by presenting alternative financial solutions that encourage sustainable consumption. The presented examples demonstrate, that complementary currency models are suitable means to encourage sustainable consumer behaviour. These are external motivational tools eliciting the desired behaviour through reward schemes.

Keywords: needs, utility, sustainable consumption, complementary currency

Bevezetés

A fenntarthatóságra ható három nagy folyamat a termelés, a fogyasztás és a népességnövekedés. A témában leggyakrabban feltett kérdés, hogy hány embert képes eltartani a bolygónk. Helyesebb lenne úgy feltenni ezt a kérdést, hogy: Hány embert, milyen életszínvonalon képes eltartani a Föld?

Figyelmünket arra fókuszáljuk, hogy milyen fogyasztási szinten tud a világ egyre növekvő népessége az ökológiai korlátokon belül élni.

A tanulmány középpontjában tehát a fenntartható fogyasztás és annak ösztönzése áll. Munkánk elméleti megközelítést alkalmazva olyan fogalmakat vizsgál, melyekről a hagyományos közgazdaságtan által alkotott nézetek a szerzők szerint meglehetősen leegyszerűsítettnek tűnnek.

A fenntartható fogyasztás elemzése előtt szükséges a hasznosság fogalmának vizsgálata, hisz – elvileg – azt fogyasztjuk, azokat a szolgáltatások vesszük igénybe, amelyek számunkra hasznossággal bírnak. A bevezetést követő első részben ezért a hasznosság értelmezéseit járjuk körbe. Ezt követően a szükséglet fogalmát, majd a fogyasztás növekedésének mozgatórugóit elemezzük. A tanulmányt megoldási javaslatokkal zárjuk, kiemelve a kiegészítő alternatív pénzmodellek alkalmazásában rejlő lehetőségeket.

A hasznosság értelmezési lehetőségei

A közgazdászokat mindig is izgatta ez a fogalom. Hasznosnak azt tekintjük, amire valamilyen szempontból szükségünk van életfeltételeink megteremtéséhez, valójában tehát az emberi életfeltételek *közgazdasági szempontú* kutatásáról van szó.

Ennél azonban többet is mondhatunk. A szükségletek és a hasznosság olyan konkrétabb, alapvető fogalmakat alapoznak meg, mint például a kereslet, és kulcsszerepet játszanak a piacgazdaság központi fogalma, az ár alakulásának megmagyarázásában. A 20. századra a fogyasztást szinte rítussá emelő ipari társadalom saját identitását lenne képtelen körvonalazni e fogalmak nélkül. A közgazdászok egy csoportja azonban a hasznosság és a szükségletek fogalmának újragondolását sürgeti (Karcagi-Kováts 2015).

Napjainkban a fenntartható fejlődés koncepciójának jól megérdemelt, szükségszerű térhódításával, a szükségletekhez kapcsolódó kérdések ismételt előtérbe kerülésével újból elő kell vennünk, s alaposabban, eddig nem vizsgált szempontokból is elemeznünk kell a hasznosság fogalmát.

A hasznosság és a szükséglet fogalma

A hasznosság fogalma szorosan összefügg a szükséglet fogalmával — ebből is származik kapcsolódása a fenntartható fejlődés, napjaink legfontosabb kérdéséhez. Mások, például Martin Rees – idézi Kiss Károly kiadás előtt álló könyvében – szerint a klímaváltozás csak egyike az emberiségre leselkedő végzetes veszélyeknek, mert a tudomány helytelen alkalmazásával az emberiség többféle módon is kipusztíthatja önmagát (Kiss, 2019).

A természettudósok véleménye megoszlik azzal kapcsolatban, hogy van-e még lehetősége az emberiségnek a beindult vészes folyamatok megállítására és visszafordítására, és ha igen, milyen mértékben, továbbá, hogy mennyi idő áll rendelkezésünkre. Az azonban bizonyos, hogy ehhez az ember természethez való viszonyát kell gyökeresen megváltoztatni. Ez témánk szempontjából azért érdekes, mert a fenntartható fejlődés legismertebb, brundtlandi meghatározása épp a jelen és jövő generációi szükségleteinek biztosítását helyezi a középpontba.

A szükségletek fogalmát kell tehát újragondolnia a tudománynak, lényegében azt, hogy mit és milyen mértékben tekintünk hasznosnak, hogy a gazdaságpolitikai gyakorlat segítségére lehessen az emberi életmódnak a természeti korlátokat figyelembe vevő átalakításában.

Elméleti jelentőségén túl, épp ez teszi több mint érdekessé, alapvető fontosságúvá napjainkban is a hasznosság, a szükségletek problémakörét. Vajon az emberi (fogyasztói) társadalom utóbbi két évszázadban kialakult értékrendje – és az ezt tényként kezelő, elfogadó és magyarázó közgazdaságtan – mennyire lát világosan, helyesen az emberiség hosszú távú szükségleteit, a termelt és a természettől készen kapott javak valódi hasznosságát illetően? Jól értelmezzük-e a fenntartható fejlődés brutlandi definíciójában szereplő szükséglet kategória tartalmát?

A társadalomtudósok egy jelentős része mintegy négy évtizede határozott nemmel válaszol erre a kérdésre és annak az aggodalmának ad hangot, hogy az emberi faj a Föld ökológiai értelemben vett eltartóképességét jóval meghaladó szükségleti szerkezetet alakított ki. E félelmek szerint a növekvő létszámú emberiség már ma sem képes úgy kielégíteni szükségleteit, hogy ezzel ne veszélyeztetné a globális földi ökoszisztéma reprodukciós képességének fennmaradását. A szerzők azt vallják, hogy a „fenntartható fejlődés koncepciója eredendően globális ökológiai indíttatású.

A probléma tehát az, hogy az emberiség oly mértékben avatkozott be a globális bio-geokémiai körfolyamatokba, hogy az veszélyezteti az évmilliárdok alatt kialakult természeti egyensúlyt, végső soron a minden földi élet fennmaradását. Amennyiben nem változtatunk az emberi társadalom életmódján (a fogyasztási mintákon) és a termelés módján, az élet feltételei kerülnek veszélybe a Földön.

Ebben a közelítésben a környezeti célok abszolút elsőbbséget élveznek, s a gazdasági, illetve a társadalmi megfontolásokat a Föld eltartó képességének, a természeti tőke kritikus szintjének, s az ökológiai gazdaságtan többi hasonló fogalmával leírt ökológiai korlátoknak, az ún. erős fenntarthatósági követelményeknek kell alárendelni. Komoly környezeti kihívást jelent a jövőre nézve a beépítettség mértéke, a zöldfelületek minőségi- és mennyiségi mutatóinak alakulása, a lakosság egyre növekvő víz- és tápanyagfogyasztása, energiaigénye, a hulladék kibocsátása, valamint a fokozódó közlekedésből származó környezetterhelés (Czédli, 2017). A fokozatosan romló környezetminőség hatásainak a városi lakosság egyértelmű elszenvedője, erről és az ökológiai korlátoknak alárendelt urbanizáció fenntarthatóságáról bővebben Czédli (2017) ír.

A hasznosság és jólét összefüggései

Egyoldalúak lennének, ha azt állítanánk, hogy csupán ez teszi időszerűvé a hasznosság kutatását. A globalizálódó fogyasztói társadalom értékrendjének általánossá válási folyamata az utóbbi évtizedekben újult erővel vetette fel a jólét mibenlétének kérdéskörét. A hasznosság pedig szélesebb értelemben annak a jólétnek vagy elégedettségnek a mértéke, amelyhez egy jószág elfogyasztása vagy birtoklása révén jutunk. Néhány évtizede fokozatosan elterjedt a közgazdászok (és a társadalomtudományok más képviselői főként a filozófusok) között a jólét (welfare) és a jóllét (well-being) megkülönböztetése.

A fogyasztói társadalom értékrendjét jól jellemzi Christopher Falvin, a WorldWatch Institute kutatójának néhány gondolata: „Az, hogy milyen messzire terjed a fogyasztói társadalom, az autó, a gyorsétermek, az elektronika és a modern életstílus egyéb jellemző termékei forgalmának óriási növekedésével mérhető. Az a gondolat azonban, miszerint korunkat a fogyasztói szemlélet határozza meg, sokkal mélyebben szántó: ma a szerzés és a fogyasztás hajtóereje uralkodik sok ember lelkivilágában, és elfoglalja azt a helyet, amelyet régebben a vallás, a család és a közösség töltött be. A fogyasztás több százmillió embernek a függetlenség új érzését adja, és a személyes teljesítmény általános mércéjévé vált” (Falvin, 2004, 7. o.). A fogyasztás nélkülözhetetlen eleme a pénz mint értékmérő, és mint az árak ellenértéke fontos szerepet játszik fogyasztói társadalmunk életében. Az amerikai-európai fogyasztói kultúrára a pénzközpontúság és a javak megszerzéséből fakadó élvezet hajszolása a jellemző. A jövő fő fogyasztói csoportja az Y és a Z generáció tagjaiból kerülnek ki, akik máshogy és másképp értelmezik a szükséglet és hasznosság, valamint a pénz alapfogalmának lényegét (Garai-Fodor – Csiszárík-Kocsir, 2018; Csiszárík-Kocsir – Garai-Fodor, 2018).

Több gondolkodó régóta károsnak tartja a fogyasztói társadalom értékrendjét. Az alternatív közgazdászok egyik nagy személyisége, Ernst F. Schumacher is ezekkel a nézetekkel összecsengő felfogást fogalmazott meg: „A szükségletek táplálása és bővítése a bölcsesség ellentéte, egyben a szabadság és a béke ellentéte is. Minden szükségletnövekedés úgy hat, hogy megnöveli az ember függőségét a számára ellenőrizhetetlen külső erőktől, s ezért megnöveli az egzisztenciális félelmet. Csak a szükségletek mérséklésével tudjuk valóban mérsékelni azokat a feszültségeket, amelyek végső soron a küzdelmeket és a háborúkat okozzák” (Schumacher, 1970, 32. o.).

A hasznosság-elvű megközelítés nagy hatású kritikusa Amartya Sen 1979-ben megjelent „Equality of what” című értekezésében kiemeli, hogy a végső cél az, hogy az emberek olyan életet élhessenek, amelyet értékesnek tartanak. Képességszemléletében „nem a hasznosságra, vagy az erőforrások feletti rendelkezésre helyezi a hangsúlyt, hanem az ember lehetőségeire. Arra, hogy mi az, amit megtehetnek, vagy amivé válhatnak. Így a fejlődés e tekintetben az emberi lehetőségek szélesítését jelenti, és nem bizonyos javak birtoklását” (Sen, 2009, idézi: Gébert, 2012, 311. o.). A képességszemléletben tehát a jól(l)étet nem a minél több jószág birtoklása jelenti, fókuszában értékes cselekedetek és létállapotok állnak.

De a mai közgazdászok között is számosan vannak, akik a túlzott fogyasztást egészségtelennek tartják: „A fogyasztói társadalmakban, ahol az élelem és más javak bőségben vannak, az impulzusok a fogyasztás egészségtelen szintjéhez vezetnek” (Gardner et al., 2003, 28. o.). Ezek szerint hasznos javak fogyasztása egy bizonyos szint után akkor is haszontalan, ha az egyén ezt nem ismeri fel, mi több ez általánossá válik a mai fogyasztói társadalmakban. Alain Durning 1991-es híressé vált tanulmányának már a címében is tömören jelzi a problémát az emberi fogyasztás, a szükségletek terjedelmére utalva: „Mennyi az elég?” (Durning, 1991). Úgy tűnik, semmi nem elég, a fogyasztásnak, a hasznosnak ítélt javaknak, a szükségleteknek, nincsenek határai.

A fogyasztásközpontú megközelítés meglehetősen nehézé és bonyolulttá teszi az olyan életminőséggel kapcsolatos mutatók értelmezését, mint például az étellel való elégedettség vagy a jóllét, amelyek mindegyike magában foglalja a háztartások és az egyének fogyasztási szintjét is. Viszont ha nem fogyasztunk, akkor hogyan is értelmezhetjük az egyének jóllétét, vagy életszínvonalát? Új

mutatókra lenne szükség, amelyek inkább a felelős fogyasztás elvét illesztik be a vizsgálataikba (Varga, 2016b). A GDP-maximalizáláson alapuló, mainstream gazdasági megközelítés alternatívájaként megjelenő nemnövekedés, vagy a megállapodott gazdaság koncepciók a fogyasztás mennyiségén túl jelentős figyelmet fordítanak annak minőségére (például barátok körében eltöltött idő stb.) is (Kocsis – Harangozó, 2018).

„Az, hogy a fölös vagyon és fogyasztás nem segíti hozzá az embereket a boldog élethez, a legékesszólóbb érv mellett, hogy át kell értékelnünk a fogyasztáshoz való viszonyunkat” (Gardner et al., 2003, 34. o.). Csutora és Zsóka (2016) reprezentatív lakossági felmérése rámutat arra, hogy „a materialista-hedonista életvitel, amely az anyagi gazdagság növelésére irányul, paradox módon nem javítja, hanem rontja a szubjektív jóllétet, miközben környezeti terhei is jelentősek” (Csutora – Zsóka, 2016:59). Eredményeik alapján a materialista-hedonista csoport tagjai a boldogság és az elégedettség tekintetében is elmaradnak az átlagtól (Csutora – Zsóka, 2016).

A fogyasztáshoz való viszonyunk elemzéséhez tehát elengedhetetlen a szükségletek és a hasznosság fogalmának jobb megértése. Egyesek szerint általánosságban az emberről alkotott társadalmi-gazdasági koncepciók újragondolására is szükség lenne (Pintér, 2013). Mindenek előtt új kérdéseket kell feltenni, a régieket át kell fogalmazni, vagy másként kell megválaszolni. Ki vagy mi határozza meg a szükségleteket? Mennyire adottak ezek, mennyire változnak az időben? Vajon a termelők (a vállalatok, különösképpen a multinacionális óriások), a média, a gazdaságpolitika mennyire felelősök a fogyasztás növekedéséért? Növelni vagy csökkenteni kell a fogyasztást a jövő társadalmában? Feltétele-e a növekvő fogyasztás a jólét növekedésének? Mit értünk pazarló fogyasztás alatt? Létezhet-e kevesebbet fogyasztó társadalom? Még hosszan sorolhatnánk a kérdéseket, amelyek közvetlenül vagy kissé áttételesebben mind összefüggésben vannak a hasznosság fogalmával.

Ezeknek a kérdéseknek a tükrében, a hagyományos közgazdaságtan a hasznosságról és a vele összefüggő néhány fontos fogalomról alkotott nézetei meglehetősen leegyszerűsítettnek, szegényesnek tűnnek.

A hasznosság fogalma a hagyományos és az alternatív közgazdaságtan nézeteiben

A fogyasztói viselkedés standard elmélete szerint a racionális fogyasztó döntései egyértelműen levezethetők a javak hasznosságából kiindulva. A hasznosság szűkebb felfogásban a fogyasztó magatartásának jellemzésére, vagy előrejelzésére szolgál, azaz szoros értelemben vett mikroökonómiai koncepció.

Amennyiben azonban a fentebb körvonalazott ökológiai fenyegetéseket reálisnak tekintjük, s azt is elfogadjuk, hogy kiváltó okuk a – legalábbis a technológiai fejlettség mai szintjén – semmiképp sem tartható mohó, pazarló, megalapozatlan fogyasztás, akkor a közgazdaságtannak alaposabb elemzést kell fordítania a hasznosság kérdéskörére vonatkozóan.

A hasznosság tehát nem pusztán a dolgok, árujavak fizikai tulajdonságában rejlik, hanem az embereknek e javakhoz való viszonyában van. És az embereknek a társadalomhoz való viszonyában,

amikor a fogyasztás önértékké, már-már rítussá válása világosabban mutatja, mint valaha, hogy az tekinthető hasznosnak, amit az emberek megvesznek.

Adam Smith tökéletesen tudatában volt a hasznosság társadalmi jellegével. Ahogy Hámori írja: „Adam Smith még szemmel láthatóan tisztában volt a hiúság hegyeket megmozgató energiájának jelentőségével: „Smith társadalomelmélete logikai sorrendben az individuum két egymással versenyző motivációjával kezdődik: az egoizmus motivációjával és azzal, amit a 'társadalmi elismerés' motivációjának nevezünk” (Elsner, 1989, 1960).

A következő sorok is egyértelműen bizonyítják, hogy mennyire fontosnak tartotta a Smith a hiúságot, amelyet jelentőségében a profitmotívum, a gazdagodás elé helyezett: „Mi végre van minden vesződés és sürgés-forgás a világon. Hiúságunk az, ami sarkantyúz bennünket. Nem a gazdagság az, ami után az ember sóvárog, hanem az a megbecsülés és jó vélemény, ami a gazdagokra vár” (Smith, 1975, idézi: Hámori, 1999b).

Amennyiben a hasznosság társadalmi jellegét figyelmen kívül hagyjuk, hibás következtetésekre jutunk, s nem hozhatunk megfelelő döntéseket a fogyasztói társadalom kialakult értékrendjének elemzése során. Meg kell jegyeznünk azt is, hogy a „több az jobb” feltételezést ugyancsak felül kell vizsgálni elsősorban a fenntarthatóság szempontjai, de a fogyasztói társadalom értékrendjének általános etikai elemzése okán is.

A következőkben Hámori Balázs cikkéből mutatunk be néhány passzust.

„A fogyasztási javak vásárlásának és fogyasztásának az értelmét azonban ma már a legtöbb jószág esetében nemcsak annak a fizikai vagy szellemi szükségletnek a kielégítésében találhatjuk meg, amelyet az közvetlenül szolgál, hanem abban az "absztrakt jószágban" is, amelyet szimbolizál” (Corneo – Jeanne, 1997, p. 55.). A ruha például nemcsak arra jó, hogy befedjük a testünket, hanem arra is, hogy "villogjunk vele" a szomszédasszony vagy a barátnő előtt. Operajegyet sem csak azért vásárolunk, hogy élvezhessük a zenét, hanem azért is, hogy a publikum számára demonstráljuk, mennyire kifinomult az ízlésünk. "Ezzel összefüggésben többek hangsúlyozták, hogy az embert fogyasztásában egyre csökkenő súllyal vezeti az az ésszerű szempont, hogy a lehető legnagyobb mértékben juttassa magát élvezethez, illetve takarítson meg magának kényelmetlenségeket, és egyre növekvő súllyal az, hogy mivel tartozik a társadalmi rangjának" (Garai, 1998, p.278.). A javaknak – e társadalmi rangot szimbolizáló – másodlagos hasznosságának a felismerése nélkül aligha magyarázhatjuk meg kielégítően mindazt, ami a valós piacokon történik” (Hámori, 1999b).

A tárgyak eredeti és másodlagos hasznosságának a megkülönböztetését már Veblennél is megtalálhatjuk. "A javakat olyan eszközként termeljük és fogyasztjuk, amelyek az emberi élet teljesebb kibontakozását segítik elő, e javak azért hasznosak, mert e cél eszközeként hatnak. ... A versengésre való emberi hajlandóság azonban a javak elfogyasztását megszegyenítő összehasonlítás eszközévé tette, s ezáltal az elfogyasztható javakat olyan másodlagos hasznossággal ruházta fel, amely a viszonylagos fizetőképességet bizonyítja. Az elfogyasztható javak e közvetett vagy másodlagos felhasználása tiszteletre méltó jelleget ad a fogyasztásnak, s azoknak a javaknak is, amelyek a legjobban szolgálják a fogyasztás versengésbeli célját. A drága javak fogyasztása tiszteletre méltó, s

tiszteletre méltóak azok a javak is, amelyeknek költségei meghaladják azt a szintet, amely látszólagos mechanikai céljuk szempontjából felhasználhatóvá tenné őket (Veblen, 1975, pp.152–153).

A normális fogyasztást serkentheti az áresés, a szimbolikus javak fogyasztására azonban ez éppen ellenkezőleg hathat. Ez abból is következik, hogy a javak e másodlagos hasznosságához nem csupán, sőt talán nem is elsősorban racionális megfontolások kötődnek, hanem sokkal inkább érzelmek és emberi tulajdonságok, amelyeket a legkülönbélebb neveken szokás emlegetni. Kevélység, magamutogatás, hivalkodási hajlam, hiúság. E cikkben az egyszerűség kedvéért a "hiúság" kifejezése alatt vonjuk össze ezen – a józan önérdektől megkülönböztethető, de esetenként a fogyasztói döntéseket nagyon is meghatározó mozgatórugókat (Hámori, 1999b).

Itt mutatkozik meg talán a legvilágosabban az, hogy az interdependens hasznosság – a különféle javak nyújtotta élvezet más személyek által birtokolt javak hasznosságától való függése – nem a javak fizikai, inherens tulajdonságaihoz kapcsolódik, hanem a javak társadalmi tulajdonságaihoz. Azaz ugyanaz a fizikai jószág divatjamúlta válik, és viselése, birtoklása rossz ízlésre vall, tehát minden készen áll egy újabb divathullám elindítására (Davis, 1992, idézi: Hámori, 1999b).

Az ökológiai válságjelenségek megjelenése, pontosabban tudatosodása nyomán a közgazdaságtan új irányzatokkal bővült, melyek kiterjesztették a gazdasági vizsgálatok tárgyát, új módszertanokat dolgoztak ki és jelentős változásokat hajtottak végre a közgazdaságtan alapjául szolgáló értékrendben. Az 1970-es évek elejének felismerése – mely szerint az eddig szokásos fogyasztási és termelési minták változatlan fenntartása szükségképpen katasztrófába sodorja az emberiséget – valamennyi tudományterület szemléletmódjának megújítását eredményezte (Borzán – Szekeres, 2018). Több alternatív gazdasági irányzat született, melyek mindenekelőtt a társadalmi-gazdasági fejlődés fenntarthatóságával összefüggő kérdéseket vizsgálnak.

A fenntartható fejlődéssel kapcsolatos döntési helyzetek jóval bonyolultabbak a hagyományos közgazdaságtan által vizsgált eseteknél. A közgazdaságtan vizsgálódási tárgyának kiterjesztése együtt járt azzal, hogy a döntéseket befolyásoló normák is több területről származnak: a gazdasági preferenciákon túl figyelembe kell venni az etikai és az ökológiai megfontolásokat is. A fenntartható fejlődés koncepciója erőteljesen a középpontba állította ezeket, és a természet, a jövő generációk és a fejlődő országok érdekeinek fokozottabb figyelembe vételére törekedett.

Mint említettük, a hagyományos közgazdaságtan nem foglalkozik a szükségletek tartalmával, nem vizsgálja, hogy mi és miért hasznos, vagy haszontalan az emberek, a fogyasztó számára. Márpedig ezzel a kérdéssel foglalkoznunk kell, ha meg akarjuk érteni, hogy meddig terjednek a szükségletek, mi hasznos valóban a fogyasztónak, melyek azok a javak, amelyek szerepeltetése a fogyasztási struktúrában haszontalan, káros a közösség számára.

A mikroökonómia tankönyvekben általában az szerepel, hogy „a fogyasztó magatartását a haszonmaximalizálására való törekvés jellemzi”. Igen ám, de kinek a hasznát akarja maximalizálni a fogyasztó? Értelemszerűnek tűnik, hogy a sajátját, de fel kell vetnünk a kérdést, hogy hogyan viszonyul a fogyasztó a különböző közösségek (lakóközrete, települése, nemzete, vagy épp az egész emberiség, mi több a jövő generációk) hasznához. A természet mint önérték vajon megjelenik-e a fogyasztói döntésekben? Vajon az árujavakra vonatkozó hasznossági, szükségleti döntés meghozatalakor

figyelembe veszi-e egyáltalán a fogyasztó a szűkösséget és az ökológiai korlátokat, melyek döntésével összefügghetnek?

Úgy tűnik, a hasznosságot ezentúl nem lehet csupán szűken vett gazdasági megfontolások szerint vizsgálni, hanem a közösség és a jövő generációk feltételezett értékeit és a természet önértékét is figyelembe kell venni annak megállapítása során, hogy a fogyasztó mit tekint hasznosnak.

A fogyasztók egyre nagyobb része van tekintettel a fenntarthatóság szempontjaira szükségletei kielégítésével kapcsolatos döntései során. A környezettudatos fogyasztó a termék hasznosságának megállapításakor figyelembe veszi a termék életciklusát, a csomagoló anyagot és a szállítási távolságot is. A fogyasztók gazdasági döntése során az utóbbi egy-két évtizedben a szűken vett gazdasági szempontokon túl etikai megfontolások is szerepet játszanak.

A hasznossággal összefüggő fogyasztói döntések és a fenntarthatóság kapcsolatrendszerének körébe tartozó számos közgazdasági probléma közül megemlítjük még a teljes körű informáltság hipotézisének kérdését is, ami a közgazdaságtan egyik általános alapvető feltevése a fogyasztói döntések tárgyalásakor.

A fenntartható fejlődés paradigmája egy rendkívül nagy komplexitású rendszer egyensúlyi problémája. Az erre vonatkozó emberi döntések alapvető jellemzője épp a nagyfokú bizonytalanság. Az esetek többségében még a természettudományok képviselői sem bizonyosak abban, hogy két technológia vagy termék közül melyik van kedvezőbb hatással a környezetre, vagy általánosabban, az ökológiai rendszerre.

„Amint azt a közgazdaságtani elméletekből tudhatjuk: a piac zavartalan működésének egyik alapfeltétele, hogy a piac valamennyi részvevőjének teljes mértékben tájékozottnak kell lennie az áruk mennyiségi és minőségi jellemzőiről, valamint az adásvétel feltételeiről. Ez a megállapítás persze csak megközelítően igaz bármely piacra. Különösen kérdéses e tétel, amikor környezeti javak válnak a gazdasági értékelés tárgyává” (Szlávik, 2006, 79. o.).

A piacon a fogyasztó általában nem tökéletesen informáltan hozza meg döntését. A fogyasztónak ezen kívül kezelnie kell a bizonytalanságot is, mivel a rendelkezésére álló információk egy igen jelentős – ha nem teljessége – része sztochasztikus jellegű.

A körültekintő fogyasztó egyrészt optimális döntést igyekszik hozni – vagyis a számára rendelkezésre álló információk alapján kialakított szubjektív valószínűségek alapján a számára legkedvezőbb cselekvési változatot választja, – másrészt ésszerű mértékű információkeresést folytat le annak érdekében, hogy az általa kialakított szubjektív valószínűségek megközelítsék az objektív valószínűségeket.

Amikor a szubjektív valószínűségek nem esnek egybe a valóság tényei által meghatározott objektív valószínűségekkel, a fogyasztó – bár a számára legjobbnak tűnő cselekvési változatot választja – objektív értelemben nem optimális döntést hoz (fogyasztói döntési eltérés), és az ebből származó közvetlen veszteség a fogyasztói hátrány.

Szlávik János megkülönbözteti a gazdaságilag érzékelhető és gazdaságilag nem érzékelhető haszon fogalmát: „Gazdaságilag érzékelhető haszon az, amelynek ésszerű módon monetáris értéket lehet adni.

Nem érzékelhető haszon az, amelynek nem lehet monetáris értéket adni, vagy azért, mert nincsenek adatok, vagy azért, mert azok nem elég megbízhatóak, vagy azért, mert nem világos, hogy hogyan lehet mérni ezt az értéket még adatok megléte esetén is. Hogyan kell a nem érzékelhető hasznot kezelni? Az első és legfontosabb válasz egyértelmű: nem szabad figyelmen kívül hagyni. A gazdaságilag nem érzékelhető haszon figyelmen kívül hagyása ugyanis az eredmények eltorzításával egyenlő. Az, hogy a haszon gazdaságilag nem érzékelhető, még nem jelenti azt, hogy lényegtelen. Azt a lehető legteljesebb mértékben meg kell határozni mennyiségileg, és erre a leggyakrabban alkalmazott technika a közelítően megbízható adatokból származtatott becsült haszonértékek elemzése” (Szlávik, 2006).

A környezeti értelemben vett fenntartható fogyasztási- és termelési mód egyben lemondást jelentene a pillanatnyi élvezetekről, a magasabb profitról. Viselkedési stratégiánkat – jelen esetben a fogyasztást – a fogyasztásból eredő elégedettség érzése, a haszon lehetősége váltja ki, miközben mohóságunkban nem számolunk azzal, hogy hosszabb távon ez komoly veszteséget is okozhat akár gazdasági értelemben, akár a jól-létünk tekintetében.

Társadalmi, gazdasági kérdések vizsgálata során Keynes-től kezdve a komolyabb gondolkodók mind az emberi természetnél lyukadtak ki. Megpróbálunk válaszokat megfogalmazni arra a kérdésre, hogy melyek a fogyasztás folyamatos növekedésének a főbb mozgatórugói.

A hagyományos közgazdaságtan és a fogyasztás

A 21. század legsúlyosabb, legsürgetőbb feladata az emberiség számára a globális ökológiai válság elhárítása. Az emberi társadalom és a természet fizikai kölcsönhatásának történetében lényeges elem az emberi viselkedés, az, hogy egyes (gazdasági, társadalmi) helyzetekben az emberek hogyan döntenek és ennek milyen ökológiai következményei lesznek.

A politikai döntéshozók különösen nehéz helyzetben vannak, mert a növekedési kényszer mellett szembe kell nézniük egy aggasztó, hosszú távú veszéllyel.

A környezeti kérdések iránt érzékenyek, a fenntartható fejlődést komolyan vevők „árral szemben úsznak”. Úgy véljük, hogy a főáramú közgazdaságtani gondolkodás ebben a nem is olyan új helyzetben – a környezeti válságban – megbukott, valójában új szemléletre, új gazdaságpolitikára, új modellekre, nem utolsósorban pedig új, fenntarthatóbb életmódra lenne szükség.

A fogyasztás egyes környezeti hatásai

Ahhoz, hogy a gazdaság létezzen és működjön, három feltételnek kell teljesülni:

- képesek legyünk erőforrásokhoz jutni a környezetből;
- képesek legyünk a hulladékot visszajuttatni a természetbe;
- mindeközben ne sérüljenek a bolygónk életfenntartó funkciói (Ropke, 1999).

A fogyasztást két különböző megközelítésben használjuk. Ezek az erőforrás-fogyasztás és a végső fogyasztás. Amikor erőforrások fogyasztásáról beszélünk, a természet és a technoszféra kapcsolatát helyezzük a középpontba és azt hangsúlyozzuk, hogy a gazdaság a bioszféra alrendszere. Az, hogy

mekkora ez az erőforrás-fogyasztás és ez milyen mértékű környezeti problémákat indukál, a gazdaság egészének működésétől, azon belül pedig a gazdasági értelemben vett végső fogyasztástól függ.

Az erőforrás-fogyasztásra az alábbi tényezők vannak jelentős hatással:

- a termelés hatékonysága mikroszinten: mennyire hatékonyan alakítják át az egyes vállalatok a természeti erőforrásokat hasznos javakká és szolgáltatásokká? Ez főként a technológiai megoldásokra irányítja a figyelmet.
- a termelés hatékonysága makroszinten: mennyire hatékonyan kapcsolódnak össze az egyes vállalatok a termelés folyamatában. Ezzel a kérdéssel főként az ipari ökológia (körkörös gazdaság) foglalkozik. Azt vizsgálja, hogyan lehet a termelési folyamatokat egy anyagi körfolyamatokra épülő, mindenki számára előnyös, a lehető legkevesebb hulladék-kibocsátással járó rendszerré szervezni.
- az egy főre jutó végső fogyasztás,
- a népesség nagysága (Ropke, 1999).

Az eddigiek alapján megfogalmazhatjuk azt a következtetést, hogy a végső fogyasztásnak jelentős szerepe van nem csak a gazdasági növekedésben, hanem a növekedéssel szorosan összefüggő erőforrás-felhasználásban, a környezet-terhelésben is. Ezért a következőkben a végső fogyasztás ösztönzésére ható tényezőket vizsgáljuk meg és röviden kitérünk a fenntartható életmód szerepére (Mont et al., 2014).

A fogyasztás növekedésének mozgatórugói

Mielőtt a fogyasztás ösztönzőire rátérnénk, két dolgot kell megemlítenünk. Az egyik, hogy elvileg elképzelhető a fogyasztás és a gazdaság növekedése anélkül, hogy – változatlan technológiát feltételezve – közben nem növekedve az erőforrások felhasználása és a környezetre nehezedő antropogén nyomás. Ehhez fogyasztásunk szerkezetét kellene megváltoztatnunk, például többet kellene színházba, koncertekre, kiállításokra járnunk, inkább kézműves termékeket kellene vásárolni stb.

A másik, amiről nem szabad elfeledkeznünk, az ún. visszapattanó hatás (rebound effect). Ez annyit jelent, hogy a termelési folyamatokban bekövetkezett ökohatékonyság növekedését megsemmisítheti a fogyasztás és a termelés növekedése. Kerekes (2012) hangsúlyozza, hogy „az ökohatékonyságot növelő műszaki innovációkat társadalmi innovációknak kellene követniük. Ezek a társadalmi innovációk lennének hivatottak a fogyasztási szokásaink és a fogyasztási szerkezet megváltoztatására” (Kerekes, 2012, 7. o.).

Takács-Sánta a következőket írja a Jevons-paradoxonról: paradox módon a környezetkímélő technológiák elterjedése sokszor a gazdasági teljesítmény fokozódásához vezet, melynek lényege a következő. A vállalatok az anyag- és energiatakarékos technológiák segítségével költségeket takarítanak meg, emiatt egyrészt fokozhatják a termelést, és amennyiben nincs még kereslet a nagyobb mennyiségű termékre, igyekeznek megteremteni azt. Másrészt a termelés fokozása helyett választhatják a termék árának csökkentését is annak érdekében, hogy az versenyképesebb legyen a piacon. Ám ez végül szintúgy a termelés fokozódását eredményezheti, mivel az olcsóbb ár következtében megtakarított pénz hatására megnövekedhet a kereslet az adott termék iránt

(közvetlen visszapattanó hatás), vagy egy másik termék iránt (közvetett visszapattanó hatás). A visszapattanó hatás akkor is működésbe léphet, ha a fogyasztó választ energiatakarékos technológiát, mivel az így megtakarított pénz további fogyasztásra fordíthatja. (Takács-Sánta, 2008).

A gazdasági hajtóerőket vizsgálva a fogyasztás növekedése az ipari forradalommal vette kezdetét, melynek hatására fokozódott a munkamegosztás, ami a termelés növekedését eredményezte. Ezzel párhuzamosan megindult egy erőteljes urbanizáció, ami egy új életmód feltételeit teremtette meg azáltal, hogy kevesen termelik meg saját ételmüket és a többség a piacokon szerzi be a különböző javakat, melynek hatására jelentősen megnőtt a fogyasztás szintje. Egy másik fontos tényező, ami a fogyasztás növekedésre hat, a piaci verseny és a szabad kereskedelem. Mindezek mellett a jövedelemtermelést erőteljesen befolyásolja az a tény, hogy a termékek árába nem épülnek be a termelés társadalmi és környezeti költségei. A társadalmi költségek alatt itt például olyan költségeket értünk, amelyek a termeléshez kapcsolódó egészségügyi és biztonsági problémák, vagy a leszakadó társadalmi rétegek társadalomba történő visszaintegrálásának a költségeit jelentik. Nem elhanyagolható tény, hogy Délről Északra egy jelentős erőforrás-áramlás zajlik. Ezen hatások napjainkban is működnek, és az általuk kiváltott termelékenység növekedés a jövedelem növekedését eredményezte. A gazdasági hajtóerőkön belül ki kell térnünk arra, hogy a termelők célja – a minél magasabb profit elérése érdekében – a fogyasztás ösztönzése.

Nézzük, hogyan érhetik el a fogyasztás növekedését. Az egyik kulcstényező a folyamatos termékinnováció, ami azt üzeni a fogyasztóknak, hogy „Van újabb, modernebb, cseréld le a régit!”. Megfogalmazódhat bennünk az a kérdés, hogy a kínálat növekedése által kiváltott keresletnövekedés olyan javakban testesül-e meg, amelyekre valóban szükségünk van. A fogyasztás ösztönzésének egy másik eszköze a reklám, ami világviszonylatban az egyik leggyorsabban növekvő iparág (Durning, 1992). Ide sorolhatjuk még azt az intézményi megoldást, ami megkönnyíti az áruvásárlási hitelek felvételét.

A pszichológiai hajtóerőket vizsgálva a szükségletek két nagy csoportját különböztethetjük meg. Az egyik az abszolút szükséglet, mely kielégíthető, mások helyzetétől függetlenül érzékeljük. A másik a relatív szükséglet, ami a másokkal szembeni felsőbbrendűség érzésére vonatkozik és kielégíthetetlen. A társadalmak jelentősen különböznek egymástól, ám mindegyikre igaz, hogy hierarchikus szerkezetűek. A fogyasztás, a birtokolt javak erőteljes hatással vannak a különböző csoportok képződésére, azaz ahhoz, hogy az ember a társadalmi ranglétra magasabb fokára kerüljön, a fogyasztás növelésén keresztül vezet az út (Ropke, 1999). A relatív szükségletek kielégítése tehát a hivatkozó fogyasztással vagy a versengő kéréssel párosult. Fred Hirsch (1976) A növekedés társadalmi korlátai című művében használta először a pozicionális javak kifejezést, amelynek lényege, hogy nem birtokolhatja mindenki, és a fogyasztásából eredő hasznosságérzetet jelentősen befolyásolja az adott jószágot fogyasztók száma. A témát bővebben tárgyalja Scitovsky Tibor (1976): Az örömtelen gazdaság – Gazdaságlélektani alapvetések című munkája. Douglas és Isherwood (1980) (idézi Ropke, 1999) egyenesen azt állítják, hogy „a fogyasztás végső soron a hatalomról szól” (Ropke, 1999).

A társadalmi hajtóerőket tekintve ki kell emelnünk azt a tény, hogy napjaink társadalmait az individualizáció jellemzi. Az egyénnek állandóan szüksége van az én megerősítésére, és ebben a folyamatban központi szerepet foglal el a fogyasztás, hisz az anyagi fogyasztás, a birtokolt javak az

önmeghatározás egyik eszközét jelentik. Mindezek mellett a társadalom jelentősen átstrukturálódott, megváltozott a családszerkezet, ami szintén erőteljesen hat a fogyasztásra.

Megoldási javaslatok

Felvetődik a kérdés, hogyan lehetne a nyugati civilizáció társadalmaiban a fogyasztást csökkenteni? Ropke 1999-es cikkében megfogalmaz néhány javaslatot a fogyasztás csökkentésére. A gazdasági hajtóerők csökkentése érdekében javasolja az ökológiai adóreform bevezetését, a reklámtevékenységek megadóztatását, a bevásárlóközpontok létesítésének és az üzletek nyitva tartásának a csökkentését, szigorúbb hitelfelvételi korlát beépítését és a részletfizetési kedvezmények csökkentését.

Fleischer (2007) szerint az ökológiai korlátok betartásához tudatosítani szükséges, hogy nem vagyunk képesek közvetlenül a környezetre hatni, csupán annak alrendszerére, nevezetesen a gazdaság, esetleg a társadalom folyamataira. A hatások az alrendszerek kapcsolatain keresztül, közvetve érik el a környezet szintjét.

A gazdasági oldalon a termelés fenntarthatóbb irányba történő lépését biztosítja a környezetkímélő technológiák alkalmazása, az egy főre jutó gazdasági teljesítmény csökkentése, a termelés lokalizációja és a környezetkímélőbb ágazatokra történő áttérés. A technooptimista álláspont szerint „a modern társadalmak pusztán a technológiai változás révén képesek a bioszféra-átalakításuk mértékét csökkenteni, és ezáltal az ökológiai fenntarthatóság irányába elmozdulni” (Tóth et al., 2009:44). Ugyanakkor a szakirodalomban jól ismert a visszapattanó hatás jelensége, amelynek értelmében a termelési folyamatokban bekövetkezett ökohatékonyság növekedését megsemmisítheti a fogyasztás és a termelés növekedése.

A termelési folyamatok ökohatékonyságának javítása egy fontos lépés a fenntarthatóság felé, figyelmünket mégis elsősorban az emberi viselkedésre, a viselkedésünket meghatározó, befolyásoló tényezőkre kell irányítanunk. A fenntartható fogyasztás ösztönzésével foglalkozó tudományos munkák kiemelik, hogy a fogyasztás csökkentésének kulcsa a jellemző fogyasztási szokások és a fogyasztói társadalom értékrendjének megváltoztatása. A gondolkodásmód és attitűdök megváltoztatása és környezettudatosabb irányba történő terelése szükséges (Takács-Sánta, 2017).

Soper (2008) alternatív hedonizmus koncepciója kiemeli, hogy a fenntartható fogyasztási minták kialakításához „újra kell alkotni a berögzült amerikai-európai fogyasztási módokat idealizáló elképzeléseket a jó életről”. Az alternatív hedonizmus irányzat ezt azzal kívánja elérni, hogy a másként fogyasztás által okozott örömet hangsúlyozza.

Ki kell emelnünk, hogy csak az egyének motiválását és az életmódváltást célzó kezdeményezések a tapasztalatok szerint hosszú távon nem vezetnek eredményre. A társadalom nagy része nehezen változtat szokásain, elutasítja azokat az átváltásokat és áldozatokat, melyek egy környezettudatosabb magatartás velejárói, és inkább az olcsó és egyszerű megoldásokat keresi. Az „önkéntes egyszerűség” Ghazi és Jones (1997) szerint csak azok számára jelent életképes alternatívát, akik elegendő saját erőforrással rendelkeznek ahhoz, hogy ellen tudjanak állni a fogyasztási nyomásnak.

Az egyénre fókuszáló kezdeményezések önmagukban nem elegendőek, ahhoz hogy a túlfogyasztás mintáit megváltoztassuk. Robins és Roberts (2006) kutatása alapján a közösségre építő kezdeményezések hosszú távon nagyobb sikerrel képesek az attitűdöket környezettudatos irányba befolyásolni. Hasonló látásmóddal bír Raworth (2017), aki a közösségek kreatív potenciáljának felszabadításában látja a megoldást. Ilyen közösségi kezdeményezésnek tekinthetők a kiegészítő alternatív pénzek és pénzalternatívák.

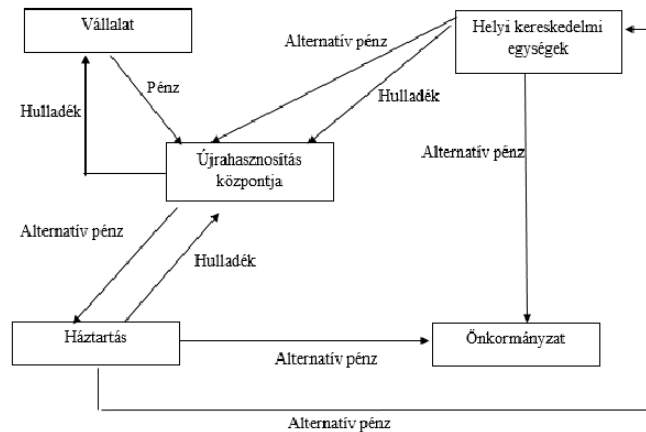
A kiegészítő alternatív pénz másnéven helyi pénz a gondolkodásmódot és ezáltal a viselkedést olyan irányba terelheti, amely jótékony hatású a helyi gazdaság és a környezet megőrzése szempontjából. Olyan innovációnak tekinthető, amely képes a túlfogyasztás fenntarthatatlan mintáinak lerombolására. Makrogazdasági perspektívából elősegítheti a körforgásos gazdaság megvalósulását, az erőforrások mértékletesebb felhasználását. Mikrogaazdasági perspektívából pedig társadalmi nyereséget generál a társadalmi tőke erősítéséhez szükséges új kapcsolatok létrehozásával.

A „helyi” jelző települési kötődést jelent, hiszen ezeket a monetáris innovációkat a település sajátos adottságaihoz és feltételeihez igazodva, legtöbb esetben a helyi önkormányzat, a helyi gazdasági szervezetek és a helyi közösség együttműködésével hozzák létre. Helyben bocsátják ki és helyben forog; kamatmentes elszámolásra ad lehetőséget (Varga, 2016a).

A pénzalternatíva kisebb hatókörű kezdeményezés, legtöbb esetben cserekör, ami a felesleges kapacitások megosztását ösztönzi. A tagok egyenlegeit virtuálisan, tartozás és követelés formájában tartják nyilván.

Ezek az eszközök típusuktól és céljuktól függően eltérő hatással lehetnek az eddigi fogyasztási mintákra. Az alábbiakban olyan modelleket mutatunk be, amelyek célja, hogy a fenntartható fogyasztást, vagyis „a szolgáltatások és termékek oly módon történő felhasználását ösztönözze, amely minimálisra csökkenti a természeti erőforrások és a mérgező anyagok használatát, valamint a hulladék- és szennyező anyagok kibocsátását az adott szolgáltatás, illetve termék teljes életciklusa során” (Norwegian Ministry of the Environment, 1994). A fenntarthatóság szempontjait szem előtt tartó fogyasztó, amellet hogy ügyel a csomagolásra, szállítási távolságra stb., a számára szükségtelenné vált terméktől kevésbé környezetkárosító módon szervezett szelektív hulladékgyűjtési programon keresztül válik meg.

A kiegészítő alternatív pénz bekapcsolásával egy szelektív hulladékgyűjtési lánc alakítható ki, melyben a háztartásokat az újrahasznosítás céljából összegyűjtött hulladék mennyisége alapján meghatározott összegű alternatív pénzzel jutalmazták. A folyamatot az 1. ábrán szemléltetjük.



1. ábra: Az újrahasznosítás ösztönzését szolgáló alternatív pénz modellje

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

A modellben a háztartások az újrahasznosítással összegyűjtött hulladék alapján kapott alternatív pénzt a helyi vállalatok által előállított termékekre, helyi kereskedelmi egységekben költhetik el. Mivel a helyi termékekre költhető el, ez egy olyan ösztönző, ami térben közelebb viszi egymáshoz a termelést és fogyasztást és a jelenleginél egy fenntarthatóbb fogyasztási gyakorlatot eredményez (Prónay – Málovics 2008). Ez magával vonja a helyi termelés növekedését, erősödik a lokalizáció, ami egy adott térség erőforrásainak az előtérbe kerülését jelenti (Lengyel – Rechnitzer 2004). Ez a megoldás „együttal a „hurkok lezárására” törekszik, és így gyakorlati megoldást ad arra, hogy a bolygónk korlátai között éljünk” (Ballai et al., 2019, 21. o.).

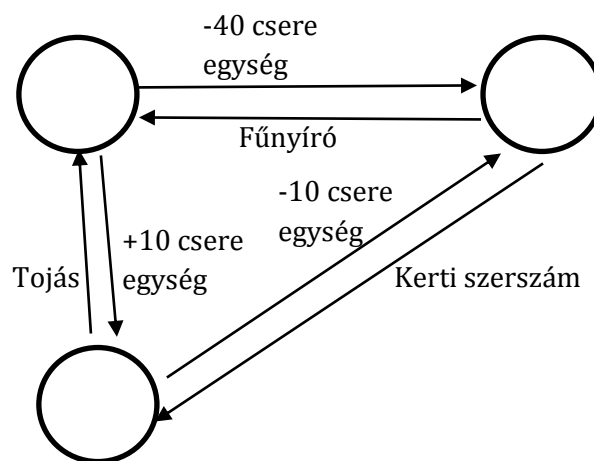
A hulladékgyűjtő központ a hulladékot továbbadja a résztvevő vállalatoknak „zöld inputként”, ezért tőlük pénzt kap, ami a kibocsátott alternatív pénz fedezeteként szolgál. A helyi kereskedelmi egységek a termékekért kapott alternatív pénzt felhasználhatják a helyi adó befizetésére és az egymás közti kereskedelem lebonyolítására. A bemutatott modellt sikeresen átültette a gyakorlatba az amszterdami központtal rendelkező WastedLab program.

A Wastedlab projekt 2015-ben indult, azóta éves szinten több mint 8000 kg műanyagot gyűjtöttek össze és adtak le a Wasted központokban (WastedLab, 2019). Egy 2016-os felmérés során, melyet a Wasted felhasználók körében végeztek, a megkérdezettek több mint 50%-a értett egyet azzal a kijelentéssel, hogy a csatlakozást követően változtatott hulladékkezelési szokásain. További 23% állította, hogy a műanyag termékek fogyasztását csökkentette a program következtében (The Guardian, 2016).

Az Eunomia tanácsadó cég 2014-es kutatása az újrahasznosítást ily módon ösztönző programok sikerességéről vegyes eredményeket mutat. Nem állítható egyértelműen, hogy a helyi pénzt bekapcsoló ösztönző programok sikeresebbek lennének más hasonló kezdeményezéskor. Francesca Miazzo, a WastedLab alapítójának egyike egy 2016-os interjúban kihangsúlyozta, hogy azokat szeretnék ilyen módon bevonni a programba, akik alapvetően nem foglalkoznak az újrahasznosítással. Egy társadalmi szerződés kialakítása a céljuk a fogyasztók, a helyi kereskedelmi egységek, a vállalatok és az újrahasznosítási központ között (The Guardian, 2016). Ez egybevág a közgazdaságtan azon

alapelvével, mely szerint a gazdasági szereplők ösztönzőkre reagálnak. Egy, a büntetés helyett a jutalmat előtérbe helyező kezdeményezés pozitív válaszreakciót válthat ki azokból is, akiknek belső motiváltsága a környezettudatos cselekvésre alacsony szintű.

A másként fogyasztásra és a társadalmi kohézió erősítésére fókuszálnak a pénzalternatíva gyűjtőfogalma alá tartozó cserekörök és szívességbankok. A cserekörök a szükségletek kielégítésének alternatív módozatait teszik lehetővé a termékek egymás közti cseréjével (2. ábra). Az ügyleteket csere egységekben számolják el, amelyet tartozás és követelés formájában tartanak nyilván. Magyarországon is számos ilyen kezdeményezés működött, pl. a Bakonyi Cserekör vagy a Zengő-Pengő Cserekör.

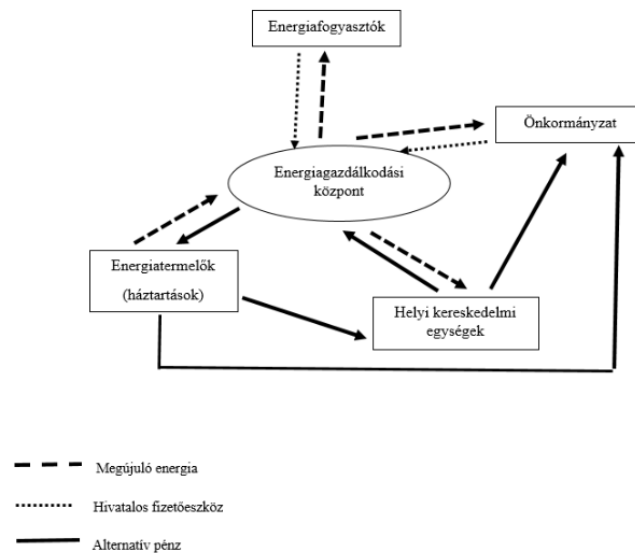


2. ábra: A cserekör működési modellje

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

A csererendszer fenntartható fogyasztás szempontjából lényeges elemét a felesleges erőforrások megosztása jelenti. Napjainkban a felhalmozás és a pazarlás jellemző. Az ilyen jellegű pénzalternatívák azonban a birtoklás és az új termék vásárlása helyett a cserét helyezik előtérbe, ezáltal a tudatos fogyasztási minták kialakítását ösztönzik.

A megosztásra fókuszál a 3. ábrán bemutatott alternatív pénzrendszer, amely egy megújuló energiatermelésen és -megosztáson alapuló hálózat kialakítását segíti elő.



3. ábra: A megújuló energia megosztását ösztönző alternatív pénzrendszer modellje

Forrás: Saját szerkesztés, 2019

A megosztást és a helyi termékek fogyasztását támogató külső keretként működik a rendszer. A hálózat energiatermelő tagjai cserébe a hálózatban megosztott, megújuló erőforráson alapuló villamosenergiáért alternatív pénzt kapnak, amelyet a helyben előállított, helyi kereskedelmi egységekben árusított termékekre költhetnek el. Ideális esetben egy település teljes közössége a hálózathoz kapcsolódik, így annak energiafüggősége is csökken. Sikeres példaként említendő a szintén amszterdami Joliette kezdeményezés. A pilot projektet De Ceudel közösségében, 2017 szeptemberében indították el. Az eredmények alapján a fejlesztők egy nagyobb kiterjedésű projekt elindítását tervezik (Joliette, 2019).

Az ilyen közösségi megoldás elősegíti az energia-mértékletességet, ami az energiafogyasztás olyan módját és mértékét jelenti, amelynél a fogyasztás szintje környezeti szempontból is fenntartható. A megosztás és mértékletesség koncepciója ebből a szempontból szorosan összekapcsolódik. A mértékletesség gyakorlata Bouckaert és társai (2008) valamint Corral-Verdugo és társai (2011) kutatásai alapján a fenntartható fogyasztói magatartás egyik legjobb előrejelzője.

ÖSSZEFOGLALÁS

A szerzők érvelése alapján, amennyiben elfogadjuk, hogy ökoszisztémánk túlterhelésének kiváltó oka a pazarló és megalapozatlan fogyasztás, akkor a közgazdaságtannak alaposabb elemzést kell fordítania a szükségletek tartalmára és a hasznosság kérdéskörére vonatkozóan.

Ezentúl a hasznosságot nem lehet csupán szűken vett gazdasági megfontolások szerint vizsgálni, hanem a közösség és a jövő generációk feltételezett értékeit és a természet önértékét is figyelembe kell venni annak megállapítása során, hogy a fogyasztó mit tekint hasznosnak. A fogyasztás során egyre csökkenő súllyal játszik szerepet a javak elsődleges hasznossága és ezzel párhuzamosan egyre nagyobb szerepet kap a – társadalmi rangot szimbolizáló – másodlagos hasznosságuk. Amennyiben

nem változtatunk materiális értékrendünkön, a káros fogyasztási mintákon és a termelés módján, az élet feltételei kerülnek veszélybe a Földön.

A fenntartható fogyasztás ösztönzése összetett feladat, differenciált eszköztár alkalmazását igényli. A társadalom tagjait a rájuk jellemző motivációkon keresztül érhetjük el, hisz a gazdasági szereplők legjobban az ösztönzőkre reagálnak. Ez alapján a megfelelő motiváló eszköz, a pozitív visszacsatolás alkalmazása elengedhetetlen a fogyasztói magatartás tartós megváltoztatásához. A bemutatott alternatív pénzrendszerek és pénzalternatívák bizonyítják, hogy az ilyen típusú alternatív modellek alkalmasak a fenntartható fogyasztói magatartás ösztönzésére. Az alternatív pénzrendszerek külső motiváló eszközök, amelyek a jutalmazás révén váltják ki a kívánt viselkedésformát. A pénzalternatívák mint a cserekörök pedig a közösségi együttműködésre alapozva a másként fogyasztást teszik lehetővé. Az alternatív pénzrendszerek esetében a szerzők szerint az egyik legfontosabb tényező a megfelelő szervezeti háttér, a kormányzat/önkormányzat általi felkarolásuk.

A tanulmány a "Nemzetköziesítés, oktatói, kutatói és hallgatói utánpótlás megteremtése, a tudás és technológiai transzfer fejlesztése, mint az intelligens szakosodás eszközei a Széchenyi István Egyetemen" című (azonosító szám: EFOP-3.6.1-16-2016-00017) projekt keretében készült.

Hivatkozások

- [1] M. Ballai – M. Szabó – Gy. Lakatos (2019) *Lehetőségek a cirkuláris, fenntartható mezőgazdaságban*. International Journal of Engineering and Management Sciences. 4 (2) pp. 17-23.
- [2] A. Borzán – B. Szekeres (2017) *A hazai és a román környezeti költséggazdálkodás fontosabb jellemzőinek vizsgálata*. Számviteli tanácsadó. 9 (9) pp. 2-9.
- [3] A. Borzán – B. Szekeres (2018) *Meeting the environmental information needs in the light of the accounting reports of Hungarian and Romanian enterprises*. In: Gubanova, M. (szerk.) *Legal, economic, managerial and environmental aspects of performance competencies by local authorities, 2017: 5th international scientific correspondence conference, Slovak University of Agriculture in Nitra*. pp. 37-44.
- [4] L. Bouckaert – H. Opdebeeck – L. Zsolnai, L. (2008) *Why Frugality? In Frugality: Rebalancing material and spiritual values in economic life*. Peter Lang Academic Publishers, Oxford
- [5] V. Corral-Verdugo – J. Mireles-Acosta – C. Tapia-Fonllem – B. Fraijo Sing (2011) *Happiness as correlate of sustainable behavior: A study of pro-ecological, frugal, equitable and altruistic actions that promote subjective well-being*. Human Ecology Review. 18 (2) pp. 96-104.
- [6] Á. Csiszárík-Kocsir – M. Garai-Fodor (2018) *Why is important to learn finances? – results based on the opinion of Z generation*. Poslovna Izvrsnost Zagreb. 12 (2) pp. 41-58.
- [7] H. Czédli – Z. Varga (2017) *Zöldfelületek környezetegészségügyi hatásainak elemzése városi mintaterületeken = Analysis of environmental health effects of green surfaces in urban areas*. Pannon Egyetem Georgikon Kar, Keszthely. LIX. Georgikon Napok Konferenciakiadványa. pp. 82-88.
- [8] M. Csutora – Á. Zsóka (2016) *Az értékvezérelt élet szerepe az ökológiai lábnyom csökkentésében*. Köz-gazdaság. 11 (4) pp. 49-63.
- [9] A. Durning (1991) *Mennyi az elég?* In: Brown, L.R. (szerk.): *A világ helyzete 1991*. Föld Napja Alapítvány, Budapest.

- [10] European Environmental Agency (EEA) (2012) *The European environment – State and outlook 2010*. Copenhagen, EEA
- [11] C. Falvin, (2004) *Bevezető*. In: A világ helyzete 2004. Föld Napja Alapítvány, Budapest, 7-10.
- [12] T. Fleischer (2007) *Fenntartható fejlődés: környezeti, társadalmi és gazdasági tényezők*. In: Magyarország globális környezete 2020-ig. Háttér tanulmányok a magyar külstratégiához. MTA Világgazdasági Kutatóintézet – CEU Center for EU Enlargement Studies. Budapest pp. 192-202.
- [13] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) (2013) *Food Outlook*. Rome, FAO. <http://www.fao.org/docrep/019/i3473e/i3473e.pdf>
- [14] M. Garai-Fodor – Á. Csizsárik-Kocsir (2018) *Értékrendalapú fogyasztói magatartásmodellek érvényessége a Z- és Y-generáció pénzügyi tudatossága esetén*. Pénzügyi Szemle. 4. pp. 518-536.
- [15] G. Gardner – E. Assadourian – R. Sarin (2004) *A fogyasztás mai állása*. In: A világ helyzete 2004. Föld Napja Alapítvány, Budapest. pp. 16-38.
- [16] G. Gardner – E. Assadourian (2004) *A jó élet átértékelése*. In: A világ helyzete 2004. Föld Napja Alapítvány, Budapest. pp. 208-227.
- [17] J. Gébert (2012) *A jólét mérésének elméleti alapjai és problémái*. In: Bajmócy Z., Lengyel I., Málóvics Gy. (szerk.) *Regionális innovációs képesség, versenyképesség és fenntarthatóság*. JATEPress, Szeged pp. 303-317.
- [18] P. Ghazi – J. Jones (1997) *Getting a Life: The Downshifter's Guide to Happier, Simpler Living*. Hodder and Stoughton.
- [19] G. Harangozó – M. Csutora – T. Kocsis (2018) *How big is big enough? Toward a sustainable future by examining alternatives to the conventional economic growth paradigm*. Sustainable Development. 26 (2) pp. 172.-181.
- [20] B. Hámori (1999b) *A hivalkodás konformizmusa: a klubjavak sajátos viselkedéséről*. Társadalom és Gazdaság, 21 (2) pp. 82-101.
- [21] J. at De Ceutel (2019) *About Jouliette*. <https://www.jouliette.net/>
- [22] A. Karcagi-Kovács (2015) *A fenntartható fogyasztás egyes kérdései*. In: Dombi, M. (szerk.) *Környezetgazdálkodás, fenntartható fejlődés*, Debrecen, Debreceni Egyetemi Kiadó, pp. 125-136.
- [23] S. Kerekes – M. Csutora (szerk.) (2012) *Fenntartható fogyasztás? Trendek és lehetőségek Magyarországon*. Aula Kiadó, Budapest
- [24] K. Kiss (2019) *Ki akar itt szuperman lenni? Digitális jövő – veszélyekkel*. Budapest, kézirat
- [25] F. Krausmann – S. Gingrich – N. Eisenmenger – K-H. Erb – H. Haberl – M. Fischer-Kowalski (2009) *Growth in global materials use, GDP and population during the 20th century*. Ecological Economics. 68 (10) pp. 2696–2705.
- [26] T. Kocsis – G. Harangozó (2018) *Mekkora az elég nagy a gazdaságból?: A hagyományos gazdasági növekedés paradigmájának főbb alternatívái a fenntartható jövő szempontjából*. In: Parádi-Dolgos, A; Fertő, I; Marjainé, Szerényi Zs; Kocsis, T; Bareith, T (szerk.) *Környezet – Gazdaság – Társadalom : Tanulmányok Kerekes Sándor 70. születésnapja tiszteletére*. Kaposvár, Magyarország: Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar, (2018) pp. 106-119.
- [27] I. Lengyel – J. Rechnitzer (2004) *Regionális gazdaságtan*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest
- [28] O. Mont – A. Neuvonen – S. Lahteenoja (2014) *Sustainable lifestyles 2050: stakeholder visions, emerging practices and future research*. Journal of Cleaner Production. 63 pp. 24-32.
- [29] Norwegian Ministry of the Environment (1994) *Report of the Symposium on Sustainable Consumption*, Oslo

- [30] T. Pintér (2013) *Az európai integráció emberképe*. In: Róbert, P. (szerk.) *Gazdaság és morál: tiszta társadalom, tiszta gazdaság: a 2012. június 12-i Kautz Gyula Emlékkonferencia válogatott tanulmányai*. Széchenyi István Egyetem, Győr pp. 239-252.
- [31] Sz. Prónay – Gy. Málovics (2008) *Lokalitás és fenntartható fogyasztás*. In: Lengyel I. - Lukovics M. (szerk.): *Kérdőjelek a régiók gazdasági fejlődésében*. JATEPress, Szeged pp. 184–203.
- [32] K. Raworth (2017) *Doughnut Economics: Seven ways to think like a 21-st century economist*. Penguin Random House Business Books, London.
- [33] M. Renner (2014b) *Auto Production Sets New Record, Fleet Surpasses 1 Billion Mark*. Vital Signs. Worldwatch Institute, June 2014. <http://vitalsigns.worldwatch.org/vs-trend/auto-production-sets-new-record-fleet-surpasses-1-billion-mark>
- [34] M Renner (2014a) *Air transport Keeps Expanding*. Vital Signs. Worldwatch Institute, December 17, 2013 <http://vitalsigns.worldwatch.org/vs-trend/air-transport-keeps-expanding>
- [35] N. Robins – S. Roberts (2006) *Making sense of sustainable consumption*. In: Jackson, T. (szerk.) *The earthscan reader on sustainable consumption*. Earthscan, London pp. 37-47.
- [36] I. Ropke (1999) *The Dynamics of Willingness to Consume*. *Ecological Economics*. 28. pp. 394-420.
- [37] E. F. Schumacher (1991) *A kicsi szép (Small Is Beautiful)*. Közgazdasági és Jogi Kiadó, Budapest
- [38] A. K. Sen (1979) *Equality of what? The Tanner Lecture on Human Values*. Stanford University. Stanford, CA.
- [39] A. K. Sen (2009) *The Idea of Justice*. Belknap, Cambridge.
- [40] K. Soper (2008) *Alternative Hedonism, culture theory and the role of aesthetic revisioning*. *Cultural Studies*. 22. pp. 567-587.
- [41] J. Szlávik (2006) *A környezet gazdasági értékelése*. *Magyar Tudomány*, 167. pp. 78-85.
- [42] A. Takács-Sánta A. (2008) *Bioszféra-átalakításunk nagy ugrásai – Miért nem élhetünk túl csupán a technika révén?* *Természet világa*. 139. pp. 427-428.
- [43] A. Takács-Sánta (2017) *A közlegelők komédiája - A közösségek újrafelfedezése, mint kiút az ökológiai válságból*. L' HARMATTAN Kft., Budapest.
- [44] The Guardian (2016) *Free coffee and half price bike repairs: Amsterdam rewards its recyclers*. <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2016/dec/13/amsterdam-dutch-recycling-plastics-local-currency-cities-foundation-wasted>
- [45] M. Tóth – Gy. Málovics –I. J. Tóth (2009) *Fenntarthatóság – fenntartható fogyasztás*. *Vezetéstudomány*. 9. (9) pp. 41-51.
- [46] J. Varga J. (2016a) *A helyi pénz megjelenése és szerepe a gazdaságban*. In: Kerekes S. (szerk.): *Pénzügyekről másképpen: Fenntarthatóság és közösségi pénzügyek*. CompLex Wolters Kluwer, Budapest, pp. 161-207.
- [47] J. Varga (2016b) *A valódi jólét gazdasága és versenyképességének mérése*. In: Nagy Z. B. (szerk.) *LVIII. Georgikon Napok: Felmelegedés, ökolábnyom, élelmiszerbiztonság*. Keszthely. Magyarország. Pannon Egyetem Georgikon Kar. pp. 530-542. p. 13.
- [48] WastedLab (2019) *Wasted in numbers*. <https://wastedlab.nl/en/#numbers>
- [49] World Health Organisation (WHO) (2003) *Diet, nutrition and the prevention of chronic diseases*. Report of the joint WHO/FAO expert consultation, WHO Technical Report Series, No. 916 (TRS 916), Geneva, WHO http://whqlibdoc.who.int/trs/WHO_TRS_916.pdf?ua=1

- [50] World Tourism Organisation (UN WTO) (2014) *Tourism Highlights*. 2014 Edition, 16 p.
http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf
- [51] L. Zsolnai (2003) *Etika és közgazdaságtan*.
<http://ethics.bkae.hu/html/documents/Kolozsvar.doc>