

**MAGYAR ÉS SPANYOL NEMZETISÉGŰ FOGYASZTÓK SZOKÁSAINAK,  
VÉLEMÉNYEINEK ÖSSZEHOSONLÍTÁSA A FENNTARTHATÓSÁG KAPCSÁN**  
COMPARISON OF THE HABITS AND OPINIONS OF HUNGARIAN AND SPANISH  
CONSUMERS ABOUT SUSTAINABILITY

*Török Barbara*

**ÖSSZEFOGLALÁS**

A fenntarthatóság témája világszinten ismert, hiszen egy globális problémára igyekszik megoldást találni. Célja olyan alternatívák létrehozása és használata, amik kevesebb szennyezést okoznak. Tekintettel arra, hogy a téma globális, a kutatás egy közép-kelet-európai és egy nyugat-európai országban is folyt.

Ezen kutatómunka célja megvizsgálni és összehasonlítani a magyar és spanyol fogyasztók fenntarthatósággal kapcsolatos szokásait és véleményét. A szekunder kutatás keretében vizsgált témakörök a fenntarthatóság kialakulása, céljai, mérőszámai és gazdasági területekre, illetve fogyasztókra gyakorolt hatása voltak. A primer adatgyűjtés kérdőívekkel folyt, amit a magyar és spanyol kitöltők is a saját anyanyelvükön töltöttek ki. Az elemzés mindkét nemzet esetében keresztábra-elemzésekkel és leíró statisztikákkal történt.

A fenntarthatósággal kapcsolatos kérdésekre adott válaszok nem mutattak nagy eltéréseket a két nemzet esetében annak ellenére, hogy előzetes tapasztalataim szerint intenzívebb a téma kommunikálása Spanyolországban. Kiderült még, hogy a kitöltők leginkább a kormánytól és a vállalatoktól várják, hogy cselekedjenek a fenntartható fejlődés érdekében.

*Kulcsszavak: fenntarthatóság, szokások, fogyasztók, magyar, spanyol*

**ABSTRACT**

The topic of sustainability is known worldwide as a tool for solving a global problem. It aims to create and use alternatives that cause less pollution. Given the global nature of the issue, the research was carried out in one country in East-Central Europe and one in Western Europe.

The purpose of this research is to analyse and compare the habits and opinions of Hungarian and Spanish consumers about sustainability. The subjects of the secondary research were the development of sustainability, its goals, metrics and its impact on economic sectors and consumers. The primary data collection was done through questionnaires, which were completed by both Hungarian and Spanish respondents in their mother language. For both nations, the analysis was performed using cross tabulation and descriptive statistics.

Attitudes towards sustainability did not show large differences between the two nations despite the fact that communication about the topic is more common in Spain based on my previous experiences. It was also revealed that the respondents most expect the government and companies to act in favour of sustainable development.

*Keywords: sustainability, habits, consumers, Hungarian, Spanish*

**BEVEZETÉS**

A fenntarthatóság témája világszinten elterjedt, ennek ellenére a lakosság nagy része nincs tisztában azzal, hogy mit is jelent a fogalom. Saját tapasztalataim alapján azt a következtetést vontam le, hogy Spanyolországban sokkal gyakoribb a fenntartható fejlődés kommunikációja. Mindez egyaránt megjelent a televíziós reklámokban, a boltok polcain, egyetemi óriásplakátokon és a szelektív kukák utcán való gyakori elhelyezésében. A kutatás célja bemutatni, hogy az eltérő kommunikáció a fenntarthatóságról a két országban okoz-e alapvető különbségeket az ott élők ismereteit és szokásait tekintve.

Maga a téma nem új keletű, hiszen már a földrajzi felfedezések és az ipari forradalom kapcsán elkezdődött egy fokozott környezetterhelés, mely már akkor is érezte hatását a különböző szennyezési formák (leginkább víz, talaj, levegő) és az erőforrások túlhasználata kapcsán (RÁCZ, 2013). Ekkor még nem volt globális befolyása, de ahogy a közgazdaságtanból tudjuk, az erőforrások a legtöbb esetben korlátozottak és napjainkban már egyre inkább láthatjuk szükségüket – mint az ivóvíz, a levegő vagy a nem megújuló erőforrások kapcsán. A korábbi években is, például az 1973-as olajválság esetében már láthattuk ezek súlyos hatását a társadalomra (FLEISCHER, 2014). A 70-es években kapott egyébként lendületet a fenntartható fejlődésről szóló párbeszéd sora mind tudományos, mind közéleti szinten.

Az emberi társadalmak mindennapi magatartása is ekkor került górcső alá, mely megfigyelések során a vásárlási szokások, a közlekedés vagy épp az étkezés környezetre gyakorolt hatásának vizsgálata központi kérdéseket és problémákat tárt fel. SIPOS (2020) például a koronavírus által előidézett leállások és korlátozottabb emberi tevékenységek kapcsán kiemelte a folyamat természetére gyakorolt pozitív hatását, mely esetében az országok lezárása globális szinten a lég-, a zaj- és a fényszennyezést is csökkentette, azaz rávilágított arra, hogy kevesebb ipari tevékenység mellett milyen komoly terhet vehetnénk le a környezet válláról, és hosszú távon a saját egészségünket is fokozottabban óvhatnánk.

A fenntartható fejlődésnek egyébként több definíciója létezik. A Brundtland-i jelentésben definiált koncepció egyik összefoglalása szerint „a fenntartható fejlődés a fejlődés olyan formája, amely biztosítani tudja a jelen szükségleteinek kielégítését anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő generációk lehetőségeit saját szükségleteik kielégítésére. E komplex folyamat a fenntartható gazdasági, ökológiai és társadalmi fejlődést jelenti” (SZLÁVIK, 2012). A fenntarthatóság megjelenésének legfőbb okai a globális problémák, mint az ózonréteg elvékonyodásának is köszönhető globális felmelegedés, víz- és levegőszennyezés, ivóvízhiány, talajpusztulás, a civilizációs betegségek rohamos terjedése és sok esetben halálos kimenetele, és így tovább (SZAKÁLY et al., 2015).

A fenntartható fejlődés megvalósíthatósága egy heroikus kihívás, hiszen számos terület pontosan összehangolt munkáját várja el. DALY (2010) a „zöld gazdaságban” látja például a megoldást, mely a növények példáján keresztül próbál irányt mutatni az emberiség számára. Tehát a növények is energiát vesznek fel a földből, de cserébe a fotoszintézis segítségével javítják a környezetük minőségét. Az emberek esetében is több értelme lenne az ő felfogásában a szélmalomokba és más megújuló energiaforrásokba fektetni, mint a fegyverkezésbe. Továbbá más gondolkodókhoz, tudósokhoz hasonlóan a minőségi fejlődést szorgalmazza a mennyiségi növekedés helyett.

Jelen kutatásban a korábban említett tanulmányokra alapozva fogalmaztam meg kutatási kérdéseimet, felmérve a megkérdezettek tudásszintjét és attitűdjét.

## ANYAG ÉS MÓDSZER

Miután a téma meghatározásra került, először szekunder kutatást végeztem, aminek legfőbb eredményei a bevezetésben olvashatók. Ezáltal pontosabb képet kaptam a fenntarthatóságról, és fel tudtam építeni a kérdőívet a primer kutatás végrehajtásához. A kérdőívet VALKÓ (2003), BALSÁ BUDAI - SZAKÁLY (2018), LEHOTA et al. (2013) és KISS et al. (2016) korábbi validált állítássorai alapján készítettem el.

A kutatás célja az volt, hogy feltárja a fenntarthatósággal kapcsolatos szokás- és véleménykülönbségeket a magyar és a spanyol nemzetiségű kitöltők között. A megkérdezéshez magyar és spanyol nyelven állítottam össze ugyanazt a kérdéssort. A magyar kérdőívre 357, a spanyolra pedig 103 válasz érkezett be, így összesen 460 válasszal dolgoztam.

Mindkét országból érkezett kitöltés az összes meggyéből, illetve autonóm közösségből, viszont voltak olyan területek, ahol jóval nagyobb arányban születtek válaszok. Magyarország

esetében Hajdú-Bihar megyéből (46,5%) és Pest megyéből (23%) érkezett a kitöltések zöme, Spanyolországban pedig Andalúzia (36,9%) és Madrid (18,4%) volt kiemelkedő. A minta viszont többek között az alacsony kitöltési szám és a demográfiai alapú eloszlási egyenlőtlenség miatt nem tekinthető reprezentatívnak.

Nem tekintetében mindkét mintában felülreprezentált a nők aránya körülbelül 70 és 75 százalék közötti gyakorisággal. Korosztály szempontjából a magyar és spanyol kérdőív esetében is a legtöbb válasz a 21-30 évesektől érkezett, előbbiben 46,2%-kal, utóbbiban pedig 30,1 százalékos gyakorisággal jelent meg az érték. A második leggyakoribb korosztály a 20, vagy annál fiatalabbak voltak. A legkisebb szegmenset mindkét ország esetében a 61, vagy idősebb korosztály képviselői jelentik.

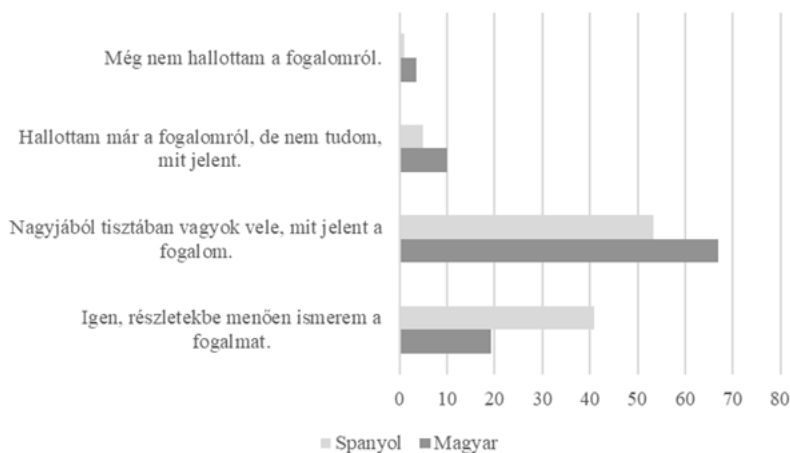
A megoszlások az előző kimutatásokhoz hasonlóan javarészt szinte megegyeznek a végzettség tekintetében is, viszont a spanyolok esetében alacsonyabb a középfokú (13,6%) és magasabb az egyetemi végzettségűek (38,8%) aránya. A magyar kitöltők legkisebb részét a tudományos fokozatot jelölők (1,1%) teszik ki, míg a spanyol kitöltők esetében a legkisebb arányt az alapfokú végzettséggel rendelkezők (2,9%) jelentik.

Az elemzések az SPSS 23.0 szoftver segítségével mentek végbe, azon belül leíró statisztikai és kereszttáblás vizsgálatok használata volt a jellemző. A következőkben a kereszttáblás elemzések közül csak azok kerülnek bemutatásra, melyeknél a szignifikancia szint megfelelő volt az összefüggések feltárására, azaz a hibahatár nem érte el az 5%-ot ( $p < 0,05$ ).

## EREDMÉNYEK

Az alábbi fejezetben azon eredmények kerülnek elemzésre, melyek a fenntarthatósághoz kapcsolódó vélt tudást mutatják be: a definícióval kapcsolatos ismeretet és a tájékozódási formákat. Később pedig megjelenik, hogy kiről gondolják a kitöltők, hogy a legtöbbet tud tenni a fenntartható célok teljesítéséért, és az is, hogy milyen területeken érzik a legsúlyosabbnak a környezeti problémákat.

A magyar és spanyol kitöltők „Tudja, mit jelent a "fenntartható fejlődés" fogalma?” kérdésre adott válaszai az 1. ábrán láthatók. Az ábrán a százalékos gyakoriságok kerültek ábrázolásra, hogy a minták összetétele legyen összehasonlítható.



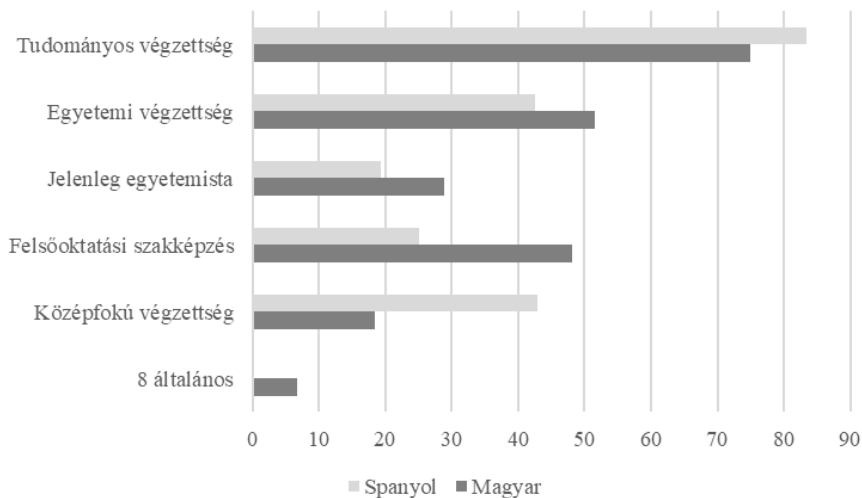
1. ábra: Magyarok és spanyolok fogalomismeretének százalékos megoszlása (%)

Forrás: Saját szerkesztés

Látható, hogy mindkét nemzet esetében azok voltak a legnagyobb arányban, akik nagyjából tisztában voltak a szó jelentésével, és a spanyol válaszadók több mint kétszeres arányban részletesen ismerték a fenntarthatóság fogalmát. Szerencsére mindkét nemzet esetében kevesen jelöl-

ték, hogy nem is hallottak a fenntarthatóságról, vagy nem ismerik a jelentését. A keresztábra elemzések során kiderült, hogy minél magasabb végzettséggel rendelkeztek a kitöltők, annál inkább ismerték a fenntarthatóság fogalmát ( $p < 0,001$ ).

Ugyancsak összefüggés figyelhető meg a végzettség és a fenntarthatóság iránti folyamatos érdeklődés között, amit a 2. ábra szemléltet a két népesség százalékos megoszlásaival. Látható, hogy végzettség növekedésével fokozatosan nő azok száma, akik folyamatosan érdeklődnek a fenntarthatóság iránti témákról. A tudományos végzettségük esetében ez az arány már magasabb, mint 70% volt mindkét nemzet esetében. A magyar, középfokú végzettséggel rendelkező kitöltők aránya azonban jóval alacsonyabban jelent meg a kimutatásban, mint a középfokú végzettségű spanyoloké, hiszen az utóbbi nemzet kitöltői több mint kétszeres arányban érdeklődtek folyamatosan a fenntarthatóság iránt.



2. ábra: A fenntarthatóság iránt folyamatosan érdeklődő magyarok és spanyolok végzettségének megoszlása

Forrás: Saját szerkesztés

Ezután a kitöltőknek sorba kellett állítaniuk, hogy a felsorolt lehetőségek közül szerintük kinek van a legnagyobb felelőssége abban, hogy a fenntartható fejlődés céljai megvalósuljanak, kinek kellene a legtöbbet tennie érte.

A sorrend mindkét nemzet esetében megegyezik:

- első helyre a *kormányt*, illetve a *helyi önkormányzatokat*,
- másodikra a *vállalatokat*, a *vállalkozókat*, valamint a *gazdálkodókat*,
- harmadikra az *állampolgárokat* és a *családokat*,
- negyedikre pedig a *civil szervezeteket* (egyesületek alapítványokat stb.) helyezték.

Látható, hogy a válaszadók véleménye szerint a kormánynak kellene iránymutatást adni a fenntartható fejlődéssel kapcsolatban, mert a segítségük nélkül az állampolgárok nem érhetnek el számottevő eredményt.

Ezután a kitöltők egytől négyig pontozhatták, hogy mennyire tartják súlyosnak az egyes környezeti problémákat, ahol az egyes érték a „nem jelent problémát”, míg a négyes a „nagyon komoly problémát jelent” lehetőségként szerepelt. Mind a magyarok, mind a spanyolok a legkomolyabb problémának a fogyasztási szokások miatti környezetszennyezést tartják. A második helyre a környezetszennyezés az országban került, ahol egyik ország kitöltői sem jelölték meg a „nem jelent problémát” lehetőséget. Az utolsó kérdés a lakóhelyen tapasztalt környezetszennye-

zés súlyosságát mérte, ez az állítás került a harmadik helyre, a pontos eredményeket pedig az 1. táblázat szemlélteti.

1. táblázat: A kitöltők környezetszennyezéssel kapcsolatos problémaértékelése azok súlyossága alapján

Sorrend	Választott lehetőség	Magyar átlag	Spanyol átlag
1.	Fogyasztási szokások miatti környezetszennyezés	3,4	3,4
2.	Magyarországon/Spanyolországban a környezetszennyezés	3,31	3,17
3.	Közvetlen lakóhelyén a környezetszennyezés	2,91	2,61

Forrás: Sajat szerkesztés

Keresztábrlás elemzésekkel vizsgálva a lakóhely típusa és az ott megjelenő környezeti problémák összefüggése szignifikáns korrelációt mutatott ( $p < 0,001$ ) a spanyol minta esetében. A fővárosban élő spanyol kitöltők 41,2%-a jelölte nagyon súlyosnak a lakóhelyén megjelenő problémákat, a faluban élők 61,5%-a pedig viszonylag jelentéktelennek értékelte őket.

A 2. táblázatban felsorolásra kerültek azok a lehetőségek, amiken keresztül informálódni tudnak a kitöltők a fenntarthatósággal kapcsolatban. A válaszadók ezeket a lehetőséget pontozhatták 1 és 4 között aszerint, hogy milyen gyakran használják az adott forrást.

2. táblázat: A magyar és spanyol kitöltők információs forrásai (a magyar kitöltők átlagai szerint csökkenő sorrendbe állítva)

Válaszlehetőségek	Magyar átlag	Spanyol átlag
Internetről	3,29	3,08
Barátokkal, szülőkkel, ismerősökkel folytatott beszélgetés során	2,51	2,48
Televízióból, rádióból	2,29	2,39
Újságokból, folyóiratokból	2,08	2,43
Iskolai tanórákon, tantárgyakon keresztül	1,96	2,19
Egyéb módon	1,94	1,89

Forrás: Sajat szerkesztés

A leggyakoribb tájékoztató formaként az internet jelent meg, legkevésbé kedvelt tájékoztató lehetőségek pedig az egyéb módok és az iskolai tanórák voltak. A „szinte mindig” opciót a magyarok 42,6%-a és a spanyolok 36,9%-a jelölte meg az internet esetében, ennek tudható be az információforrást jellemző magas átlag.

A magyar mintában a korosztályok és a tv-ből, rádióból való tájékoztódás gyakorisága között találtam összefüggést ( $p < 0,001$ ). A legnagyobb arányban a 51-60 évesek tájékoztódnak televízióból vagy rádióból (58,3%), viszont ők sem mindig, csak gyakran. Őket követi a 41-50 éves korosztály, akiknek 51,7%-a tájékoztódik gyakran ebből a forrásból.

### KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A kutatásom során fény derült arra, hogy nagyon kevesen vannak, akik nem hallottak még a fenntarthatóságról, vagy nem tudják, mit jelent. Emellett a végzettség növekedésével növekszik a fenntarthatóság iránti folyamatos érdeklődés. A spanyolok esetében ez az érdeklődés az alacsonyabb végzettségek esetében is jóval magasabb volt, mint a magyaroknál, aminek oka lehet az is, hogy tapasztalataim szerint Spanyolországban sokkal nagyobb hangsúlyt fektetnek a fenntarthatóság kommunikálására, mint Magyarországon. Emiatt javasolnám, hogy Magyarországon is több csatornán és nagyobb intenzitással vegye kezdetét a tájékoztatás el egy ilyen, a jövőnkét nagymértékben befolyásoló témáról. A másik javaslatom az észrevétellel kapcsolatban, hogy már általános iskolában, játékos módon ismerkedjenek meg a gyerekek a környezetvédelemmel. Napjainkban egyre több területen megjelenik a fenntarthatóság és környezetszennyezés témája,

ami lassan az oktatásban is teret nyer, így úgy gondolom, hogy néhány éven belül az alacsonyabb végzettségűek körében is ismertebb lesz a téma.

Az összehasonlító elemzés rávilágított, hogy a két nemzet között a témában nincsenek nagy eltérések: vannak kérdéskörök, amikben a spanyol, és vannak, amikben a magyar válaszadók mutattak magasabb értékeket. A fenntarthatóság sokakat érint és érdekel, és a lakosság nagy része nemzetől függetlenül fontos témának tartja azt, ami nem is meglepő, tekintve, hogy globális témáról beszélünk. Ami még mindkét nemzetben egyetértést váltott ki a kormányok fontos szerepe volt a fenntarthatósági célok teljesítése terén. A spanyol és magyar válaszadók is úgy gondolták, a kormány tud a legtöbbet tenni a fejlődésért, míg az állampolgároknak, családoknak jóval kisebb felelőssége van a témában.

#### FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) BALSZA-BUDAI N. – SZAKÁLY Z. (2018): A fenntartható értékrend vizsgálata debreceni egyetemisták körében. *Táplálkozásmarketing*, 5(1), 3–20. <https://doi.org/10.20494/TM/5/1/1> (letöltve: 2021.11.24.) (2) DALY, H. E. (2010): How green economy grows: remarks by Herman Daly. pp. 1-3. In: US Fed News Service. HT Digital Streams Limited. Washington, D.C. <https://www.proquest.com/newspapers/how-green-economy-grows-remarks-herman-daly/docview/472054310/se-2?accountid=15756> (letöltve: 2021.11.16.) (3) FLEISCHER, T. (2014): A fenntarthatóság fogalmáról. In: *Közszolgálat és fenntarthatóság*. (Szerk.: Knoll Imre, Lakatos Péter). Nemzeti Közszolgálati Egyetem, Budapest, pp. 9-24. (4) KISS, V. Á., KOVÁCS, S., & SZAKÁLY, Z. (2016). A fenntartható fejlődés értékei és az egészségtudatos életstílus elemzése középiskolás diákok körében. *Táplálkozásmarketing*, 3(2), 41–62. <https://doi.org/10.20494/TM/3/2/4> (letöltve: 2021.11.01.) (5) LEHOTA J. – HORVÁTH Á. – RÁCZ G. (2013): A potenciális LOHAS fogyasztók megjelenése Magyarországon. *Marketing & Menedzsment*, 47. évf., 4. sz. pp. 36-54. (6) RÁCZ G. (2013): Az értékek változásának és a fenntartható fejlődés trendjének hatása a hazai élelmiszerfogyasztásra. Doktori (Ph.D.) értekezés. Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola. pp. 337. (7) SIPOS, G. (2020): Az átmeneti leállás javította a levegőtisztaságot, de nem oldja meg a klímaváltozás problémáját. [https://mta.hu/tudomany\\_hirei/karanten-jarvany-kornyezeti-hatasok-110606](https://mta.hu/tudomany_hirei/karanten-jarvany-kornyezeti-hatasok-110606) (letöltve: 2021.11.23.) (8) SZAKÁLY Z. – PETŐ, K. – POPP, J. – JASÁK, H. (2015). A fenntartható fogyasztás iránt elkötelezett fogyasztói csoport, a LOHAS szegmens jellemzői. *Táplálkozásmarketing*, 2(1), 3–9. <https://doi.org/10.20494/TM/2/1/1> (letöltve: 2021.11.07.) (9) SZLÁVIK J. (2012): A fenntartható fejlődés fogalma és értelmezései In: *Összhang: Tudomány a gazdaságban és a társadalomban*. Eger, Eszterházy Károly Főiskola Líceum Kiadó. pp. 75-90. (10) VALKÓ L. (2003): Fenntartható/környezetbarát fogyasztás és a magyar lakosság környezeti tudata. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Környezettudományi Intézete. 18. szám. pp. 9-13.

#### SZERZŐ:

**Török Barbara**

Kereskedelem és marketing BA szakos hallgató  
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar  
torokbarbara.99@gmail.com

*A tanulmány a szerző „Magyar és spanyol nemzetiségű fogyasztók szokásainak, véleményeinek összehasonlítása a fenntarthatóság kapcsán” című tudományos diákköri dolgozata alapján készült (konzulens: Bakosné Dr. Kiss Virág Ágnes), amely a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar 2022.04.27-én megrendezett Kari Tudományos Diákköri Konferenciáján a Kereskedelem és marketing tagozatban került bemutatásra.*