

VALKÓ LÁSZLÓ–CSETE MÁRIA*

**A környezetvédelem fogyasztáson keresztüli
támogatásának lehetőségei**
**Options of environmental supporting through
consumption**

Worldwatch Institute dealing with the interactions of global and regional processes focuses in its 2004 report on the analysis of consumer society. One of the main concepts of this report is that out of the two bottlenecks of sustainable development, that is, population growth and consumption, the latter seems to be less controllable. Actually, consumption is the area where the conflicts of interest are the highest among the three pillars of sustainability.

It is a general tendency that the welfare of humanity is becoming higher and higher in the material sense, humanity continuously becoming richer. This general enrichment, however, goes together with enormous indifferences: the richest 20% (1.25 billion people) consume 86% of the goods, while the poorest 20% consume only 1.1%. Rich people consume nine times as much fish and meat, and 15 times as much energy as the rest, and they use 84% of paper and own also 84% of the vehicles on Earth. This difference described above is not only true for the difference between industrialised and developing countries, the gap is big and becoming bigger even within the so-called rich countries, as income disparities are becoming higher within societies and e.g. there are about 100 million homeless people worldwide. There are several evidences, that nations on the two ends of the income scale are more likely to deplete the ecological state of Earth than those in the middle.

Global trade and its effects have been the focus of interest for some researchers dealing with the three dimensions we also analyse (see Oleg Bogomolov, Sandra Postel) for some decades. First of all, global trade by extending the market beyond national borders and regions multiplies environmental effects during production. Secondly, global trade enables those countries and regions that have consumed or for their self-interest intend to save their own resources, to gain necessary goods from outside their borders causing environmental pressure elsewhere.

The strategy of sustainable consumption aims to confront this view of “discounting by distance”. This strategy can be translated to all levels of sustainability, but it is most likely to be realised at local level, e.g. by the process of Local Agenda 21. As usually in case of strategy development, it is important to know the views of

* Valkó László PhD, egyetemi docens – Csete Mária PhD hallgató, Budapesti Műszaki- és Gazdaságtudományi Egyetem, Környezetgazdaságtan Tanszék.

stakeholders and ensure the conditions of their involvement, in order to realise effective implementation.

In our presentation we would like to give you some information about this issue, based on our earlier research projects.

Az elmúlt évtizedben végbement folyamatoknak köszönhetően a fenntartható fejlődés – kezdetben túlzottan is általános tartalommal bíró és globális keretekre szabott – gondolata napjainkra jól körülhatárolható szinteken (globális, regionális, helyi közösségi) és értelmezhető tartalommal (szociális, gazdasági, környezeti dimenziók) jeleníthető meg.

A fenntartható fejlődés fő üzenete – a generációs felelősségvállalás – nem hagyhatja érintetlenül az egyének (háztartások) mindennapi lét- és mozgásformáit, köztük a fogyasztás folyamatát sem. Véleményünk szerint leginkább ezen a területen kapcsolható össze a fenntartható fejlődésért viselt kollektív és kisközösségi (egyéni) felelősség. A globális és regionális folyamatok kölcsönhatásainak elemzésével foglalkozó Worldwatch Institute 2004. évi, a fogyasztói társadalom elemzésére tematizálódott tanulmánykötete annak bizonyosságát elemzi, hogy a fenntartható fejlődés két szűk keresztmetszete – a népesedés és a fogyasztás – közül az utóbbi tűnik kevésbé kezelhetőnek. (A világ helyzete 2004. – A fogyasztói társadalom. [2005]) Valóban, *a fogyasztás az a terület, mellyel összefüggésben a fenntarthatóság három pillére között a legélesebben fogalmazódnak meg az érdekellentétek.*

1. A fenntartható fogyasztás értelmezése

A jelenkori környezetpolitikák és az azok alapelvárásait az érdekeltek felé közvetítő környezeti szabályozó rendszerek célkeresztjében egyre inkább a gazdálkodás mikroszintű szereplői, a háztartások jelennek meg. Tény, hogy a tömeges fogyasztói döntések hatásának jelentős környezeti, s egyúttal gazdálkodói egzisztenciákat érintő következményei lehetnek, s az is bizonyított, hogy ezek a *fogyasztói döntések irányíthatóak, befolyásolhatóak.*

A „fenntartható fogyasztás” fogalmát a gazdaság- és környezetpolitikai vitákba a Rió-i Konferencián elfogadott AGENDA 21 dokumentum vezette be. A dokumentum 4. fejezete („A fogyasztási modellek megváltoztatása”) a jelenkorra kialakult fogyasztói szokások, és struktúrák megváltoztatását a fenntartható fejlődés irányába történő elmozdulás lényegi feltételeként értelmezi. (Feladatok a XXI. századra. [1993]) A problémára utaló kérdés lényege: melyik az a „fogyasztási minta”, amely nem a jövő generációk költségére történik? A témakör kutatói abban egyetértenek, hogy a tehetős ipari országok polgárainak – egyenlőtlenségeket ugyan mutató, de összességében magas – fogyasztási nívója nem követhető út az egész világnépesség számára.

A fenntarthatósági politikák célkeresztjében az alábbi tényezők közötti egyensúlyok kialakításának mérlegelése áll: (a) jelenlegi szükségletek és jövőbeni igények, (b) végső fogyasztásra szánt javak és környezeti javak, (c) rendelkezésre álló javak és azok elosztásának igazságossága.

Közismert, hogy világszerte folyamatosan növekszik a nyersanyag- és energiafelhasználás, melynek motorja az egyéni (háztartási) fogyasztás bővülése. Az ENSZ egyik legújabb jelentése például számszerűen is érzékelteti, hogy az egyéni fogyasztás volumene 1998-ban 24 billió dollár volt, ami duplája az 1975. évi értéknek és hatszorosa az 1950. évi hasonló adatnak. Az emberiség – anyagi értelemben – jobban él, folyamatosan gazdagodik. Ez az általános gazdagodás viszont rendkívüli egyenlőtlenségeket takar: a világnépesség leggazdagabb egyötöde (1,25 md ember) a fogyasztási javak összességének 86%-át veszi igénybe, mialatt a legszegényebb egyötödének abból csak 1,1% jut. A gazdagok 9-szer több halat és húst, 15-ször több energiát fogyasztanak, ők használják fel a papír 84%-át és az ő tulajdonukban van a gépjárművek 84%-a. (Privater Konsum und nachhaltige Entwicklung [1999])

A fentiekben érzékeltetett egyenlőtlenség nemcsak az ipari és fejlődő országok közötti relációban áll fenn, az ún. gazdag országokban is meglehetősen nyitott és tovább tágul az olló két szára közötti különbség, növekszik az éhezés és kb. 100 millióra tehető a hajléktalanok száma.

Egyértelmű, hogy a gazdag nemzetek életstílusa nem fenntartható, nem egyeztethető össze a fenntartható fejlődés eszmeiségével. Ezért az ipari államok és polgárai felelőssége jóval nagyobb a fenntartható fogyasztással szinkronizáló élet- és fogyasztási stílus követésében. A fenntartható fogyasztás témáját ezért a napjainkban is formálódó fenntarthatósági stratégiák összeállítása során az egyik központi kérdésnek kell tekinteni. (A fenntarthatóság és a fenntartható fogyasztás regionális szempontjainak gondolati és gyakorlati értelmezéséhez nyújt támpontot Wackernagel M.–Ress W. E. [2001]: Ökológiai lábnyomunk című munkájában.)

A fenntartható fogyasztás gondolata kettős tartalommal bír: egyrészt – a lényegét leszűkítő értelemben – magában foglalja a felhasznált termékek csökkentésére és a fogyasztási szokások változtatására irányuló törekvéseket; másrészt olyan tartós, új fogyasztói értékrend és jólét-felfogás kialakítására törekszik, amely a fenntarthatóság mindhárom pillérét és dimenzióját figyelembe veszi.

A fenntartható fogyasztásról szóló elméleteknek egyik paradigmatisztikus tétele, hogy az *nem csak az egyéni fogyasztó felelőssége*. A fogyasztás fogalmának gazdaságtudományi megközelítése szerves egységben érti a fogalom alatt a személyes (egyéni, háztartási), a közületi (intézményi, állami) és a termelői (a termékek előállításához szükséges anyag- és energiafelhasználás) fogyasztást. Noha több szempontból is motorja a fogyasztás összefolyamatának a személyes fogyasztás, szemléletileg hibás megközelítés a fenntartható fogyasztást leegyszerűsíteni a személyes jellegű fogyasztásra, s csupán az egyén és háztartás felelősségét hangsúlyozni azzal kapcsolatban. Véleményünk szerint helyes az a megközelítés – amit az EU VI. Környezetvédelmi Akcióprogramja (2001–2010) és az EU utóbbi években követett környezet-szabályozási gyakorlata is követ –, miszerint a környezetpolitika hangsúlya a *termékekre, a termékfelelősségre* helyeződik. A fogyasztók csak akkor tudják a környezetbarát vásárlói-fogyasztói alternatívákat választani, ha egyáltalán találkoznak a megfelelő termékválasztékkal.

A fogalmi megközelítések közül legteljesebbnek az alábbiit véljük:

„Fenntartható fogyasztásnak nevezzük a szolgáltatások és a termékek olyan módon történő felhasználását, amely megfelel az alapvető szükségleteknek, jobb élet-

minőséget eredményez, de közben minimálisra csökkenti a természeti források és a mérgező anyagok használatát, valamint a hulladék- és szennyező anyagok kibocsátását az adott szolgáltatás, illetve termék teljes életciklusa során, annak érdekében, hogy a jövő nemzedékek szükségleteit ne veszélyeztessék.” (Report of the Symposium on Sustainable Consumption. [1994])

A továbbiakban egy olyan példát szeretnénk bemutatni a német gyakorlatból, amely a fenntartható fogyasztás alap gondolataira épül, s melynek tapasztalatai mindenhol alkalmazhatóak.

(A programeredeti leírása megtalálható.

www.nachhaltigkeitsrat.de/projektforum/warenkorb/index/html)

2. „Fenntartható fogyasztói kosár”-program

A német szövetségi kormány mellett működő Fenntartható Fejlődés Tanácsa a „Fenntartható fogyasztói kosár” programmal a fenntartható fogyasztás lehetőségeit és előnyeit kívánja népszerűsíteni a lakosság körében. A program – együttműködve a Szövetségi Statisztikai Hivatallal – a fogyasztók által leginkább vásárolt 750 termék és szolgáltatás megfigyelésére terjed ki, ezekhez kell a fenntarthatóság szempontjainak leginkább megfelelő alternatívákat hozzárendelni. (A program ezen fázisában a Tanács egy, a környezet-piac-társadalom kapcsolatait elemző intézet szakértelmét vette igénybe.)

A „Fenntartható fogyasztói kosár” a fenntarthatóság szempontjából különösen érzékeny fogyasztási területek termékeinek és szolgáltatásainak kínálatát gyűjtötte össze. Eszerint: Élelmezés, táplálkozás – Textíliák, öltözködés – Lakásfelszerelés – Közlekedés – stb.

Minden egyes termékköre vonatkozóan – az aktuális terméklista mellett – a program gondozói a vásárlók felé jelzik azokat az általános szempontokat is, melyek a fenntartható fogyasztással való összefüggésre utalnak, a fenntarthatóság három dimenziója szerint bontva azokat.

- *Ökonómiai szempontok:* A termékek és szolgáltatások árban és járulékos költségekben is nyújtsanak nagyobb használati értéket a fogyasztónak, miközben a termék használata sem az egészségi, sem a biztonsági szempontokat nem sérti.
- *Ökológiai szempontok:* A termékek és szolgáltatások ökológiai előnyei legyenek egyértelműek a hasonló használati értékkel bíró egyéb termékekkel összehasonlításban (alacsonyabb nyersanyagigény a gyártási és a használati fázisban, elkerülni a károsanyag-átvitelt stb.).
- *Szociális szempontok:* A termékek és szolgáltatások mutassanak fel egyértelmű szociális szempontú előnyöket egyéb termékekhez viszonyítva, például összehasonlíthatóan jobb („fair”) munka- és életfeltételek a termék gyártása során, mint az a harmadik világ országaiban gyártott termékeknél megszokott.

A „Fenntartható fogyasztói kosárba” bekerült termékek csak azokat a termék-címkéket és egyéb információs segédleteket viselhetik, melyek komolysága és függetlensége nem kérdőjelezhető meg, s amelyek messzemenően figyelembe veszik a

fenntarthatósági kritériumokat. A kosár összeállítói – számuk és elismertségük miatt – az öko-jeleket jobban respektálták, mint a termékek minőségét értékelő jeleket (a fogyasztókhöz eljuttatott tájékoztató anyag tételesen tartalmazza azon öko-jelek listáját, melyeket a „Fenntartható fogyasztói kosár”-ba bekerült termékek viselhetnek).

A „Fenntartható fogyasztói kosár”-program tesztelése megtörtént. Az alábbiakban röviden ismertetett *tapasztalatok* a tesztfázisban résztvevő háztartások által vezetett „háztartási naplók”, valamint interjúk alapján kerültek megfogalmazásra:

- Az egy hónapig tartó tesztelés végén a résztvevőknek több mint fele figyelt meg magán változó vásárlási és fogyasztási szokásokat, s annak tudatosulását, hogy *kis figyelemmel is lehet tudatosan és felelősen alakítani vásárlásainkat, fogyasztási szokásainkat.*
- *Legtöbb fogyasztási (vásárlási) szokásunk szembesíthető a fenntarthatóság kritériumaival.* Helyes viselkedéssel, célszerű vásárlással (fogyasztással) mindenkinek adott a lehetősége a fenntartható fejlődéshez hozzájárulni. Mindenki előtt adott a választás „kényszere”, hogy például energiatakarékosabb eszközöket vásároljon, használati tárgyakat béreljen, cseréljen azok ismételt megvásárlása helyett. Alkalmanként teljesen le is mondhatunk bizonyos termékek vásárlásáról (használatáról) anélkül, hogy ezzel életnívónk csökkenne...
- *Leginkább az élelmészeti-táplálkozási termékcsoport esetében bizonyult hasznosnak a program* által nyújtott információk háttér (önmagában a program is viszonylag alárendelt szerepet tulajdonított a nem mindennapi vásárlások-fogyasztás tárgyát képező árucsoportoknak).
- *A fenntarthatóság szempontjaira ügyelő vásárlás és fogyasztás* – főleg annak megtervezése, de kivitelezése is – *időigényesebb*, továbbá a tesztelést végző háztartások tapasztalatai és visszajelzései szerint a fenntarthatóságot szempontként kezelő termék-alternatívák *gyakran drágábbak* is. Az erre a tényre utaló jelzéseket viszont joggal hiányolták a tesztelők az információk közül. Azaz, a program szervezői erre az információra nem a jelentőségének megfelelő szinten hívták fel a figyelmet a programot kísérő dokumentációban.
- A fenntartható fogyasztás infrastruktúrájának hiányosságaként a program alanyai az *alacsony nivójú termékinálatot* és a környezetbarát *termékek címkézésének hiányait* említették.

3. A magyar „fogyasztók” környezetszemlélete

Magyarországon – néhány elismerésre méltó, de lényegében elszigetelt kezdeményezés kivételével – a statisztika és a marketing is adós még a környezettudatos közvélemény nagyságának és finom-struktúrájának az elemzésével. Ugyanakkor a környezettudatos fogyasztási (vásárlási) szokások ösztönzésére hivatott forgatókönyvek kidolgozása és alkalmazása előtt elengedhetetlen a célcsoport feltérképezése. Vagyis az arra vonatkozó információk begyűjtése, hogy – jelen esetben – a magyar lakosság hogyan vélekedik a környezetvédelem általános kérdéseiről, s mennyire hajlandó együttgondolkodni és együttműködni a neki szóló programok kidolgozóival. Ez a *pozicionálási fázis* nem kerülhető meg, s csak az ennek eredményeire tekintettel lévő stratégia lehet valamelyest is hatékony.

Előadásunk ezen részében – saját kutatásaink alapján – megkísérelünk bemutatni a magyar felnőtt lakosság egészére és a 13–18 év közötti iskolai korosztályra jellemző néhány környezeti attitűdöt. (A KÖM megbízásából folytatott kutatások. Szakmai programvezető: Valkó László [2001]–[2002]) Abból az egyszerű felismerésből indulunk ki, hogy az emberek környezeti problémákhoz való viszonya visszatükröződik mindennapi életvitelükben, megjelenhet fogyasztói/vásárlói szokásaikban is. (Az alábbi segéd táblázatokban alkalmazott oszlopszámokhoz tartozó adatok mögött a következő statisztikai sokaság rejtőzik: 1. = *iskolás korosztály alapsokasága*, (2.) = *felnőtt lakosságot reprezentáló sokaság*, 3. = *iskolás korosztály kontroll-csoportja*, (4.) = *felnőtt lakosság kontroll-csoportja*.)

Környezeti problémák iránti érzékenység, környezeti információk forrása

A környezeti problémák súlyosságának megítélésére vonatkozó kérdés minden témabeli közvéleménykutatás indító kérdése. Felmérésünk adatai szerint a 13–18 éves iskolai korosztályba tartozó tanulók közel 15%-a érdeklődik folyamatosan a környezetvédelem kérdései iránt és 77%-uknak az érdeklődését keltette már fel valamilyen környezetvédelmi esemény, s csupán 8%-ukat hagyja hidegen ez a problematika. Nem meglepő, hogy a környezetvédelmet szakképzés keretében tanulóknak 60%-a jelzett folyamatos érdeklődést, míg 40%-a csak esetenként. Ezen utóbbi csoportba tartozó tanulók állásfoglalása is – legalábbis véleményünk szerint – a környezetvédelem egy speciális szakterülete iránti mélyebb elkötelezettséget tükrözi és nem a problémával való felszínes foglalatosságot.

1. táblázat: Környezetvédelmi kérdések iránti érdeklődés

Érdeklőd/ik/sz-e a környezetvédelmi kérdések iránt?	Alap (%)		Kontroll (%)	
	1.	(2.)	3.	(4.)
A. Igen, folyamatosan.	14,6	(49,7)	60,0	(89,0)
B. Igen, de csak egyes eseményekkel kapcsolatban.	77,5	(31,7)	40,0	(11,0)
C. Egyáltalán nem.	7,9	(16,7)	-	(-)
D. Egyéb, vagy nem válaszolt	-	(1,9)	-	(-)

Forrás: saját kutatás

Talán az is természetes, hogy a felnőtt lakosság köréből származó válaszok megoszlása eltér az iskolai korosztályt jellemző válaszok megoszlásától: a magyar lakoságnak közel fele mutat folyamatos érdeklődést a környezeti kérdések iránt, közel egyharmada csak egyes frekvenciált eseményekkel kapcsolatban, s megközelítően 17%-a egyáltalán nem.

A felnőtt lakosság környezetvédelem kérdésében nyilvánított véleményét elemezve, néhány „finom-struktúrára” utaló jellemzőt is szeretnénk kiemelni.

A korcsoportonkénti bontás tekintetében a legjobb mutatókkal a 30–49 éves korosztály rendelkezik: 55,4%-a jelzett folyamatos érdeklődést és csak 11,4% semmilyen mértékűt. Meglepetés és elgondolkodtató, hogy a legrosszabb mutatóval a felnőttek között felmérésünk szerinti legalacsonyabb korosztály bír, a 29 év alattiaknak

közel 24%-a jelölte be az „egyáltalán nem” választ, míg az „igen, folyamatosan” minősítést környezeti kérdések iránti érdeklődésének e korosztály 43,3%-a adta. Úgy gondoljuk – noha a kapott eredmények mélyebb átgondolása nem volt feladatunk és nem is vállalkozhattunk rá –, hogy ennek a korosztálynak a figyelmét inkább a pályakezdés, egzisztenciateremtés kérdései kötik le, s ebben a versenyben a környezeti kérdések iránti érdeklődés háttérbe szorul.

Felmérésünk szerint mind a tanulóifjúság, mind a felnőtt korosztály esetében a környezeti információk legfőbb forrása a televízió és a rádió, megelőzve az iskolai tanórákon, tantárgyakon keresztüli tájékozódást. Azonos a helyiértéke a rangsorban mindkét korosztálynál a „barátokkal, szülőkkel, ismerősökkel folytatott beszélgetés”-nek, mint környezeti információs forrásnak. Mindenesetre örvendetes, hogy kontroll-csoportjaink (csak emlékeztetőül: szervezett környezeti képzésben résztvevőkről van szó!) „az iskolai tanórákon, tantárgyakon keresztül”-i informálódást tekintik elsődleges forrásnak a környezetvédelmi ismeretszerzésben.

Környezetbarát/fenntartható fogyasztás

Munkánk során már többször vélelmeztük, hogy a fenntartható fogyasztás irányába történő elmozdulás lényegi eleme a természeti környezeti feltételekkel számoló, azok véges hatáiraira tekintettel lévő fogyasztási (vásárlási) szokások kialakítása. Mérvadó szakirodalmi források szerint a jelenkori környezeti problémák 30–40%-a közvetlenül vagy közvetve visszavezethető az uralkodó fogyasztási struktúrára és fogyasztási szokásokra. Ezek felismerése és „bevallása” első lépés a háztartási és személyes eredetű környezetterhelések csökkentése irányába. Ezért tartjuk jelentősnek felmérésünk vonatkozó eredményét, melynek során mintegy önkontrollként arra kerestük a választ, hogy maguk a megkérdezettek milyen szerepet tulajdonítanak fogyasztási (vásárlási) szokásaiknak a környezeti problémák fokozódásában és vásárlási szokásaikban igyekeznek-e érvényesíteni környezeti szempontokat.

2. táblázat: A fogyasztói szokások és a környezeti problémák összefüggése

Véleménye/d/ szerint az emberek fogyasztási (vásárlási) szokásai szerepet játszanak-e a környezeti problémák fokozódásában?		Alap (%)		Kontroll (%)	
		1.	(2.)	3.	(4.)
A.	Igen, jelentősnek tartom a fogyasztási (vásárlási) szokások környezetterhelő hatását.	39,8	(51,9)	86,7	(77,0)
B.	Igen, néha lehetnek a fogyasztási (vásárlási) szokásoknak is környezetterhelő hatásai.	51,3	(39,3)	13,3	(23,0)
C.	Nem tartom a fogyasztási (vásárlási) szokásokat környezetterhelő hatásúnak.	8,9	(6,0)	-	(-)
D.	Egyéb, vagy nem válaszolt	-	(2,8)	-	(-)

Forrás: saját kutatás

Az várható volt, hogy *kontroll-csoportjaink* szereplőinek mindegyike összefüggésbe tudja hozni az emberek fogyasztási (vásárlási) szokásait a környezeti problémákkal. Némiképp meglepő viszont, hogy (1) a válaszolók többsége (87%–77%) „jelentős” mértékűnek tartja e kapcsolatot, továbbá (2) az iskolai korosztály képviselői

lőiben ez a meggyőződés erősebb, mint a felnőtt lakossági kontroll-csoport esetében. Természetes ugyanakkor, hogy a környezeti szemlélet és a környezettudatos viselkedés nem teljesen fedik le egymást. *Aki környezettudatosnak vallja magát, nem biztos, hogy tudja (akarja) is érvényesíteni a gyakorlatban ezt a kinyilvánított szemléletét.* Általánosságban leszögezhető, hogy az ún. „készenléti aktivitás” viszonylag magasintű a lakosságban a környezetet kevésbé terhelő termékek használata (vásárlása) iránt, vagyis ha a kísérő feltételek (tudatosság, kínálati tényezők, ösztönző paraméterek) is adottak, akkor minden bizonnyal a környezeti szemlélet könnyebben konvertálható környezettudatos napi gyakorlattá.

A környezeti felelősség „intézményei”, fizetési hajlandóság

Azt soha senki nem vonta még kétségbe, hogy a környezetszennyezés és a környezetvédelem is többszereplős folyamat. *Az egyes érintett csoportok felelőségének megállapítása viszont mindig is fontos volt a környezetvédelem szabályozási faktorainak* (jogi-törvényi, gazdasági-érdekeltségi, etikai-önkéntes stb. eszközök-módszerek) meghatározásakor.

Történelmi léptékkal érzékelve: a környezeti problémák tudatosodásának időszakában (60-as – 70-es évtized fordulója tájékán) az állam saját monopóliumaként definiálta a környezet védelmének felelőségét, a 70-es és 80-as évtizedekben érvényesülő környezetstratégiák ezt a monopóliumot megosztották az állam és a gazdálkodók-intézmények között, a 90-es évek fordulóján újrairt nemzetközi környezetpolitikák már a társadalmi részvétel fontosságának is hangsúlyt adtak, a legújabbkori környezetstratégiai verziókban pedig a háztartás (egyén) felelősége is hangot kap. A kérdőíven feltett kérdéseken keresztül azt is szeretnénk volna felmérni, hogy a megkérdezettek szerint *kinek az elsőrendű felelősége az ország (települések) környezeti állapotának a védelméről gondoskodni*

A tanulók szerint a környezetvédelem országos és helyi problémáinak orvoslásáért a felelősség leginkább a kormányzati (önkormányzati) szervezeteké (57%). Örömmel kell konstatálnunk azt a tény, hogy az egyéni (családi) felelősség is meglehetősen karakterisztikus értéket (27%) kapott a véleménynyilvánítás során. Viszont a termékeket szállító vállalatok, gazdálkodók felelőségét az ifjabb korosztály elgondolkodtatóan alacsonyra értékeli (9%).

Többnyire az iskolai korosztályra jellemző vélemény olvasható ki a felnőttek körében végzett felmérés eredményeiből is, némi kivétellel: alacsonyabbnak vélik (41%) a hatósági intézmények felelőségét és magasabbnak (19%) a gazdálkodó szervezetek felelőségét.

3. táblázat: A környezeti állapot védelmének a felelőssége és feladata

Véleménye/dszerint kinek az elsőrendű felelőssége és feladata az ország (települések) környezeti állapotának a védelméről gondoskodni?		Alap (%)		Kontroll (%)	
		1.	(2.)	3.	(4.)
A.	A kormányé (helyi önkormányzatoké).	56,9	(40,6)	45,1	(34,0)
B.	A vállalatoké, vállalkozásoké, gazdálkodóké.	9,3	(19,1)	17,6	(13,0)
C.	A civil szervezeteké (egyesületeké, alapítványoké, stb.).	3,9	(9,3)	9,8	(-)
D.	Az állampolgároké (családoké).	27,3	(27,1)	27,5	(43,0)
E.	Egyéb	2,6	(3,9)	-	(10,0)

Forrás: saját kutatás

A kormányzati tényezők felelősségét minden eddigi felmérés a többi szereplő felelőssége elé helyezte. A vállalkozások felelősségi indexe 19%. A civil szervezetek (közel 9%) és az egyes állampolgárok környezetvédelem iránti „közös” felelőssége (27%) közvetlenül a kormányzati intézmények után következik a rangsorban. Napjainkban tehát a kormányzat környezetvédelem iránti felelősségét egyre inkább megközelíti az egyén felelőssége is a lakossági vélemények tükrében. Az állampolgárok növekvő felelősségének hangsúlyozása mindenképpen helyes felismerést tükröz, melyet a jövőt illetően nemcsak a felelősség és követelmények oldaláról kellene megfogalmazni, hanem az ösztönzés-támogatás oldaláról is.

A fenntartható fogyasztás stratégiájának kidolgozása számos gazdasági körülmény figyelembe vételét feltételezi. Így messze nem hagyható figyelmen kívül az a tény sem, hogy a lakosság jövedelmi helyzetének függvényében képes-e/hajlandó-e megfizetni azt a – a hagyományos termelési eljárásokénál szigorúbb gyártástechnológiai előírásokból adódó magasabb költségszintből következő – magasabb árat, amelyért a továbbiakban hozzájuthat a környezetbarát termékekhez, és ha hajlandó, akkor milyen mértékig.

A fizetési hajlandóság tényére utaló kérdés kérdőívünkben is szerepelt. Nemzetközi felmérések eredményei igazolják, hogy gazdasági-szociális szempontból nyomottabb helyeken és időszakban, amikor a környezetvédelem ügye is hátrább szorul a lakosság társadalmi preferencia listáján, a fizetési hajlandóság szintje is csökken.

A 13–18 éves iskolai korosztályt reprezentálni kívánó válaszadóink 26%-a egyértelműen jelezte, hogy családi környezete minden bizonnyal megfizetné az olyan termékek magasabb árát, melyekről garantáltan tudja, hogy kevésbé környezetszennyezőek, mint alternatívái. 62%-uk bizonytalan választ adott kérdésünkre, míg 12% a feltételezést elutasító választ jelölte meg. A kontroll-csoportban természetesen pozitívabb válaszokat kaptunk.

A felnőtt lakosság esetében – a szélső értékek tekintetében – magasabb értékeket tapasztalhattunk, s ezzel párhuzamosan csökken a bizonytalanok aránya. A válaszadók 41,2%-a egyértelműen kinyilvánította fizetési hajlandóságát, 35,6%-a ingadozó álláspontot foglalt el a kérdésben és 20,9%-a adott nemleges választ. A kontroll-

csoport válaszaiból kapott eredmények azt mutatják, hogy a környezeti oktatásban – elsősorban a környezetgazdaságtani – környezetmenedzsmenti súlypontú oktatásra kell gondolni – már részesültek körében határozottabb a hajlandóság a magasabb árak megfizetését illetően: 54%-os az egyértelmű „igen” válaszok aránya és 44%-os a „nem biztos” álláspontra helyezkedők aránya (2% nem válaszolt a kérdésre).

Véleményünk szerint a fenti arányok – a jelen társadalmi-gazdasági szituációban – reálisak, talán egy kicsit „hízogók” is.

4. táblázat: *Fizetési hajlandóság a környezetbarát termékekért*

A környezetvédelmi követelmények szigorodása növelheti a termelés költségeit, így a termékek árát is. Véleménye/d/ szerint Ön/családod/ hajlandó volna-e magasabb árát is fizetni a termékekért, hogy a termelők kevésbé veszélyeztessék a környezetet?		Alap (%)		Kontroll (%)	
		1.	(2.)	3.	(4.)
A.	Igen, minden bizonnyal.	26,5	(41,2)	40,0	(54,0)
B.	Nem vagyok benne biztos.	61,7	(35,6)	56,7	(44,0)
C.	Biztosan nem fizetnék meg a magasabb árát.	11,8	(20,9)	3,3	(-)
D.	Egyéb, vagy nem válaszolt	-	(2,3)	-	(2,0)

forrás: saját kutatás

A fizetési hajlandóság kérdésében a finom-struktúrára utaló szempontok közül a végzettség alapján mutatható ki a legnagyobb eltérés a lakosság egyes csoportjai között.

A felsőfokú végzettségűeknek 61%-a mutat egyértelmű hajlandóságot a magasabb árak megfizetésére, a közép- és alacsonyfokú végzettségűek esetében ez a mutató csak 39,0%, ill. 36,8%-os értékű. Általában a budapesti lakosok (44,85%) és a férfiak (43,9%), valamint a 30–49 év közötti korosztály (45,65%) képviselőire jellemző a nagyobb fizetési hajlandóság az adott struktúrán belüli többi csoporthoz viszonyítva. Ezen utóbbi hazai trendek megegyeznek a nemzetközi tapasztalatokkal.

Fontos információk hordozója az a tény is, hogy a fizetési hajlandóságukat ki nyilvánítók esetében mekkora az az *áremelkedési küszöb*, amelyen még hajlandók megvásárolni a környezetbarát terméket.

A környezetet kevésbé terhelő termékek vásárlása során a fizetési hajlandóságot jelző fogyasztók 39%-a csak 5%-nál alacsonyabb áremelkedést tud méltányolni, a vásárlók 20%-a 6–10% közötti emelkedést tart elfogadhatónak, az emberek 9,9%-a pedig hajlandó méltányolni az érzésünk szerint hazánkban „küszöb”-nek tekinthető 11–15% közötti áremelkedést is (kontrollcsoportban 19% az erre a kategóriára eső válaszok aránya).

A fizetési hajlandóság és az életkor között egy sajátos aszinkronitás figyelhető meg: a fiatalabbak a fizetési hajlandósági küszöbön magasabb arányban képviselik magukat, mint a többi korosztály. Az alacsonyabb áremelkedést inkább az 50 év felettiek tartják elfogadhatónak.

Felmérésünk egy további érdekes megállapítása, hogy *a lakosság inkább elfogadja az áremelkedést a környezetbarát termékek plusz-szolgáltatásáért, mintsem, hogy magasabb adókat-díjakat fizessen a kormányzat (önkormányzatok) növekvő környezetvédelmi feladatainak ellentételezéseként.*

A lakosságnak 25,4%-a mutat hajlandóságot a jelenleginél magasabb adó fizetésére, hogy hazánk környezeti állapota ne romoljon (mint azt láttuk a magasabb árakat a lakosság 41,2%-a méltányolta). 35,2% a bizonytalanok aránya (ez közel azonos az árakra vonatkozóan is bizonytalanságukat jelzők arányával) és 36,5%-a a lakosságnak nem volna hajlandó megfizetni a jelenleginél magasabb, vagy új környezetvédelmi célzatú adókat (ez markánsan magasabb arány, mint az arra vonatkozó kérdésnél tapasztaltunk – 20,9%).

A magasabb környezetvédelmi adókat, díjakat méltányolók között nagyobb arányban vannak a vidéki városok lakói. Általában a férfiak, a fiatalabb korosztály képviselői és mindenekelőtt a felsőfokú végzettséggel rendelkezők reprezentálják magukat ebben a kategóriában.

Az adófizetési hajlandóság küszöbe, – amely szintet a lakosság kb. 10%-a még méltányol – felmérésünk szerint a 6–10%-os többletadó esetében húzható meg.

Összegzésként kijelenthető, hogy a magyar lakosság adó- és árfizetési hajlandóságán keresztül lemerült környezetvédelmi preferenciái jól tükrözik a társadalmi-gazdasági helyzetből levezethető elvárásokat és kevésbé térnek el a nemzetközi trendektől.

Hivatkozások:

- A világ helyzete 2004. – A fogyasztói társadalom.[2005] Föld Napja Alapítvány. Budapest.
- Feladatok a XXI. századra. [1993] Az ENSZ Környezet és Fejlődés Világkonferencia dokumentumai. Föld Napja Alapítvány. Budapest.
- KÖM megbízásából folytatott kutatás [2001]: Program a környezettudatos fogyasztói magatartás folyamatos erősítésére. Szakmai programvezető: Valkó László, Budapest.
- KÖM megbízásából folytatott kutatás [2002]: A környezetbarát fogyasztói magatartás elősegítésének lehetőségei (A fenntartható fogyasztás és nevelési-képzési összefüggései). Szakmai programvezető: Valkó László. Budapest.
- Privater Konsum und nachhaltige Entwicklung. Bonn, Februar [1999].
- Report of the Symposium on Sustainable Consumption. [1994] Norwegian Ministry of the Environment. Oslo.
- WACKERNAGEL M.–RESS W. E. [2001]: Ökológiai lábnyomunk. Föld Napja Alapítvány Budapest.