



ÓBUDAI EGYETEM

Keleti Károly Gazdasági Kar
Vállalkozásfejlesztés és Infokommunikációs Intézet

SZAKDOLGOZAT

**ÓE-KGK
2023**

Hallgató neve:
Hallgató törzskönyvi száma:

**Budaházi Orsolya
T005754/FI12904/G**



SZAKDOLGOZAT FELADATLAP



ÓBUDAI EGYETEM
OBUDA UNIVERSITY

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Vállalkozásfejlesztés és Infokommunikációs Intézet

SZAKDOLGOZAT FELADATLAP

Hallgató neve: Budaházi Orsolya

Szakedolgozat száma: [REDACTED]

Törzskönyvi száma: T005754/FI12904/G

Neptun kódja: [REDACTED]

Szak: Gazdálkodási és menedzsment (BA)

Specializáció: Vezetőképző specializáció

A dolgozat címe: Mobil appal a környezettudatosságért

A dolgozat címe angolul: With mobile apps towards sustainability

A feladat részletezése:

1. Készítsen irodalomelemzést!
2. Állítson össze egy kérdőívet!
3. Elemesse ki a kérdőívet!
4. Prezentálja az eredményeket!

Intézményi konzulens neve: Deák Zsuzsanna

A kiadott téma elévülési határideje: 2024. 12. 15.

Beadási határidő: 2023. 12. 15.

A szakdolgozat: Nem titkos.

Kiadva: Budapest, 2023. 10. 30.



[Signature]
Intézetigazgató

A dolgozatot beadásra alkalmasnak találom

[Signature]
belső konzulens

[Signature]
külső konzulens



ÓBUDAI EGYETEM

Keleti Károly Gazdasági Kar

HALLGATÓI NYILATKOZAT



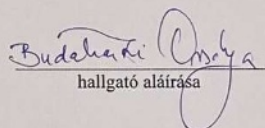
ÓBUDAI EGYETEM

Keleti Károly Gazdasági Kar

HALLGATÓI NYILATKOZAT

Alulírott Budaházi Orsolya (Neptunkód: [REDACTED]) hallgató kijelentem, hogy a szakdolgozat saját munkám eredménye, a felhasznált szakirodalmat és eszközöket azonosíthatóan közöltem. Az elkészült szakdolgozatban található eredményeket az egyetem és a feladatot kiíró intézmény saját céljára térítés nélkül felhasználhatja, a titkosításra vonatkozó esetleges megkötések mellett.

Budapest, 2023.12. hó 12. nap


hallgató aláírása

TARTALOMJEGYZÉK

1.	BEVEZETÉS	1
2.	FENNTARTHATÓSÁG	2
2.1.	A fenntarthatóság fogalma és megértése.....	2
2.2.	Fenntartható fejlődés az Európai Unióban.....	3
3.	MOBIL APPLIKÁCIÓK A FENNTARTHATÓSÁGÉRT	3
3.1.	A mobilalkalmazások szerepe a környezettudatosságban.....	3
4.	FENNTARTHATÓ GAZDASÁG	5
4.1.	Körkörös gazdaság	6
4.2.	Megosztási gazdaság.....	6
4.3.	Élelmiszer pazarlás elleni küzdelem	7
4.4.	Környezettudatosság ösztönzése használt ruhák által.....	8
4.5.	Carsharing	9
4.5.1.	A carsharing működési elve.....	9
4.5.2.	Az autómegosztás környezeti előnyei és gyengeségei	10
4.5.3.	Gazdasági és társadalmi hatása.....	10
5.	KÖRNYEZETTUDATOS APPLIKÁCIÓK BEMUTATÁSA.....	12
5.1.	MOL Limo, autómegosztás Budapesten	12
5.1.1.	Innovatív utazási szolgáltatás	12
5.1.2.	MOL Limo SWOT analízis	13

5.2.	MOL BUBI, mint fenntartható közlekedési alternatíva	14
5.2.1.	MOL Bubi SWOT elemzés.....	14
5.3.	Vinted, új esély a ruháknak.....	15
5.3.1.	Vinted SWOT analízis	17
5.4.	Munch-al, az ételpazarlás ellen.....	17
5.4.1.	SWOT elemzés	18
6.	KUTATÁS MÓDSZERTAN	19
6.1.	Kérdőív felépítése	19
6.2.	Kérdőív elemzése.....	20
7.	KUTATÁSI EREDMÉNYEK.....	21
7.1.	Kor és nem megoszlása.....	21
7.2.	Képesítés és lakóhely megoszlása.....	22
7.3.	A kérdőívet kitöltők anyagi helyzete	22
7.4.	A megkérdezettek kapcsolata a fenntarthatósággal	24
7.4.1.	Elsődleges felelősök	27
7.4.2.	Egy főre jutó nettó jövedelem és a fenntarthatóság fontosságának kapcsolata.....	29
7.4.3.	Asszociáció	30
7.4.4.	Egyének gyakorlatai a környezet megóvása érdekében	31
7.4.5.	Közlekedési forma	33
7.5.	Környezettudatos mobil applikációk.....	35

7.5.1.	Mely környezetbarát mobil appot ismeri?	35
7.5.2.	Milyen gyakran használja ezeket az applikációkat?	36
7.5.3.	Mi az oka, hogy kevesen veszik igénybe környezettudatos mobil applikációkat?	37
8.	ÖSSZEFOGLALÁS	40
	IRODALOMJEGYZÉK	42
	MELLÉKLETEK.....	I
	TARTALMI KIVONAT.....	X
	SUMMARY	X

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: Az Európai Unió tagállamainak besorolása a fenntartható fejlődés relatív szintje szerint.....	2
2. ábra: A sharing economy és a kapcsolódó gazdaságtípusok	5
3. ábra: Az élelmiszer-pazarlás csökkentésének motiváló tényezői.	8
4. ábra: Nemek megoszlása generációnként	21
5. ábra: Legmagasabb iskolai végzettség megoszlása lakóhely szerint.....	22
6. ábra: Egy főre jutó havi nettó jövedelem és az egy háztartásban élők száma	23
7. ábra: Anyagi helyzet értékelése, lakhelyenként.....	24
8. ábra: A válaszadók felelősség érzete a környezet állapotának romlásában.....	25
9. ábra: Átlagos felelősség és fontosság érzet a fenntarthatóság iránt, generációnként .	26
10. ábra: A fenntarthatóság fontosságának és felelősség érzetének, valamint az az életkor kapcsolata.....	26
11. ábra: Legmagasabb iskolai végzettség és a fenntarthatóság fontosságának a kapcsolata	27
12. ábra: A megkérdezettek szerint kik a felelősök elsősorban a környezet károsításáért	28
13. ábra: Kinek kellene a legtöbbet tenni a környezet védelméért?	29
14. ábra: Korreláció számítás: egy főre jutó havi nettó jövedelem – fenntarthatóság fontossága	29
15. ábra: Mire asszociál, ha azt hallja, hogy fenntarthatóság, generációnként?	31
16. ábra: Mit tesz a környezet állapotának megóvása érdekében?	33

17. ábra: Ön hogyan közelíti meg az iskolát / munkahelyet, generációnként?.....	34
18. ábra: Környezettudatos appok ismerete, generációnként	36
19. ábra: A felsorolt mobil applikációk használatának gyakorisága	37
20. ábra: Ön szerint hozzájárul a fenntarthatósághoz?	39

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

1. táblázat: MOL Limo SWOT elemzése	13
2. táblázat: MOL Bubi SWOT elemzése	14
3. táblázat: Vinted SWOT elemzése	17
4. táblázat: Munch SWOT elemzése.....	18
5. táblázat: Miért nem használja ezeket a környezettudatos applikációkat?.....	38

1. BEVEZETÉS

A szakdolgozatom célja, hogy olyan mobil applikációkat mutassak be, amelyek elősegítik a környezettudatos viselkedési formákat. Első ránézésre kis dolgoknak tűnhetnek ezek a kezdeményezések, de ha mélyebben megvizsgáljuk, ráeszmélünk, hogy pontosan ezek az apró lépések viszik előre az emberekben a fenntartható gondolkodásmódot.

A témaválasztásom szakterületét illetően egyértelműen befolyásolt a ruhák iránti érdeklődésem, kötődésem. Ez adta az inspirációt, ahhoz, hogy februárban elkezdtem használni a Vinted alkalmazást. Elsősorban csak el szerettem volna adni a már nem használt ruháimat, azonban néhány héttel később észrevettem, hogy teljesen megváltoztatta a gondolkodásmódomat. Ennek az applikációnak a használata rávilágított a fenntarthatóság fontosságára, így sokkal nyitottabb lettem az ilyesfajta kezdeményezésekre. Konzulensem javaslatára kutatni kezdtem a mobil applikációk piacán, hogy több környezettudatos alkalmazást is vizsgálni tudjak a dolgozatomban.

Szakirodalmi áttekintésem során szeretném lépésről-lépésre áttekinteni környezettudatosság témáját, így első körben a fenntarthatóság fogalmát kell megérteni, majd az Európai Unió hozzáállását megvizsgálni. Végül olyan fenntartható gazdasági formákat szeretnék feltárni, amelyekre épülnek a környezetbarát mobil alkalmazások, ide tartozik a körkörös, valamint a megosztási gazdaság. Ezen túlmenően a carsharing fogalmát is megvizsgálom, továbbá a társadalmi és gazdasági hatásait.

A kutatásom középpontjában a fenntarthatósághoz való viszonyulás áll, így az alábbi kérdésekre szeretnék választ találni:

- Mennyire tartják fontosnak a fenntarthatóságot az egyes generációk, illetve mennyire érzik felelősnek magukat a környezet állapotának romlásában?
- Mennyire befogadóak a különböző generációk az alternatív megoldásokra, valamint az ezt segítő környezettudatos alkalmazásokra?
- A Z generáció magasabb fokú érdeklődést mutat a fenntarthatóság iránt a többi generációval szemben, illetve elismerik a felelősségüket abban, hogy a természet jelenleg kritikus helyzetben van?

2. FENNTARTHATÓSÁG

A fenntarthatóság az elmúlt években kulcsfontosságú kérdéssé vált, hiszen a társadalom felismerte a természeti erőforrások megőrzésének és a környezet védelmének fontosságát a jövő generációi számára. A fenntarthatóság fogalmának megértése elengedhetetlen az ezzel a témával kapcsolatos kihívások és összetettségek kezeléséhez. Ez a fejezet a fenntarthatóság értelmét igyekszik feltárni, valamint definíciójának és elveinek vizsgálatával.

Az Európai Unióban a fenntartható fejlődés évtizedek óta elsődleges törekvés, mivel célja a gazdasági növekedés, a társadalmi előrehaladás, továbbá a környezetvédelem együttes előmozdítása. A fenntartható fejlődés eléréséhez azonban hatékony politikára, alkalmazásokra és szabályozásokra van szükség. Így az alábbi fejezet vizsgálni és értékelni fogja ezen intézkedések hatékonyságát.

2.1. A fenntarthatóság fogalma és megértése

A fenntarthatóság egy olyan fogalom, amelyet nehéz meghatározni a többféle értelmezése miatt. A leggyakrabban idézett meghatározás a Környezetvédelmi és Fejlesztési Világbizottság, Közös Jövők című jelentéséből származik, amely kimondja, hogy a fenntarthatóság „olyan fejlődést jelent, amely kielégíti a jelen szükségleteit anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő nemzedékeinek azon képességét, hogy kielégítsék saját szükségleteiket” (Környezetvédelmi és Fejlesztési Világbizottság, 1987.) (White, 2012).

A fenntarthatóság, azonban nemcsak a környezetvédelemről szól, hanem magában foglalja a háztartások közvetlen és közvetett erőforrás-felhasználásának mérlegelését. Megköveteli a hatékony, technológiailag optimalizált magatartást, az erőforrások helyettesítését, a rendszerszintű és önellátó magatartást, valamint az innovatív technológia összekapcsolását a szervezeti optimalizálással és személyes attitűdváltozásokkal. Mindazonáltal nem jelenti az összes ökológiai, társadalmi és gazdasági tényező egyenlő figyelembevételét. Két fő értelmezése van: gyenge és erős - az előbbi lehetővé teszi a természetes állomány helyettesítését ökológiai, társadalmi vagy gazdasági haszon érdekében, míg utóbbi nem teszi lehetővé (Vogt - Weber, 2019).

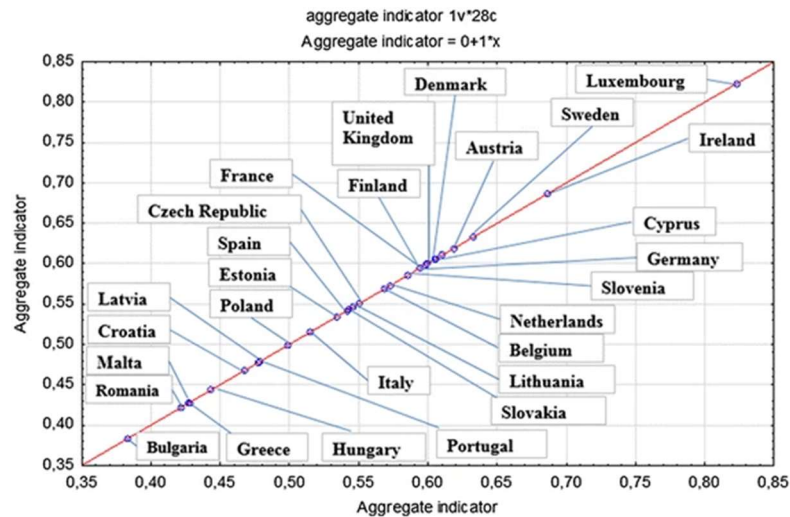
Összefoglalva, világos, hogy a fenntarthatóság magában foglalja a környezeti, társadalmi és gazdasági rendszerek összekapcsolódását, megköveteli a cselekvések és döntések hosszú távú következményeinek figyelembevételét. A jövőbeli kutatásoknak folytatniuk kell a fenntarthatóság különféle értelmezésének és definícióinak feltárását, valamint a fenntartható gyakorlatok megvalósításának következményeit különböző kontextusokban.

2.2. Fenntartható fejlődés az Európai Unióban

A fenntartható fejlődés egy többdimenziós fogalom, amely gazdasági, környezeti és társadalmi szempontokat is felölel. Elengedhetetlen az Európai Unióban, mert hatással van a gazdasági rendszer működésére, hiszen a fenntartható fejlődésben tapasztalható egyenlőtlenségek negatívan befolyásolhatják. A fenntartható fejlődés szintje az EU országaiban eltérő, ugyanis az elmúlt években a dinamikus fejlődéssel jellemezhető régiók és az ettől a szinttől erősen elkülönülők megosztottsága jól látható. Az EU kidolgozta a folyamatos nyomon követés módszereit a fenntartható fejlődés elérése érdekében. Számos fő mutatót azonosított, amelyek a fenntartható fejlődés előrehaladásának nyomon követésére szolgálnak. Ide tartozik:

- a társadalmi-gazdasági fejlődés,
- a fenntartható fogyasztás,
- a társadalmi befogadás,
- a demográfiai változások,
- a közegészségügy,
- az éghajlatváltozás,
- az energiagazdálkodás,
- a fenntartható közlekedés,
- természeti erőforrások,
- a globális partnerség,
- jó kormányzás.

Az EU-tagországok fenntartható fejlődési szintjének felmérésekor kvantitatív módszereket alkalmaztak. Tíz olyan változó alapján, amelyek társadalmi-demográfiai, gazdasági és környezeti helyzetüket jellemzik, nyolc szakaszon keresztül értékelték egy kutatási tanulmányban. Az EU a fenntartható fejlődés relatív szintjének összesített mutatóját számítja ki, és ez alapján lineárisan rendszerezte az uniós országokat. A legmagasabb fejlettségi szintet Luxemburg érte el, míg Magyarország az egyik legalacsonyabb. A sor legvégén pedig Bulgária szerepelt (Bluszcz, 2015).



1. ábra: Az Európai Unió tagállamainak besorolása a fenntartható fejlődés relatív szintje szerint

Forrás: Bluszcz, 2015.

Az Európai Unió elkötelezte magát a fenntartható fejlődés előmozdítása mellett, és ezt a különböző szakpolitikákkal, rendeletekkel és alkalmazásokkal törekedett tenni. Az EU zöld megállapodása például átfogó keretet biztosít a klímasemlegesség 2050-ig történő eléréséhez, így Európa az első klímasemleges kontinenssé válhat. Emellett egyik fő céljaként jelölte meg a környezetvédelmet. A Green Deal-t (zöld megállapodás) Európa „új növekedési stratégiájaként” és „ember a holdon pillanatként” jellemezték, kiemelve jelentőségét, mint átalakító politikai kezdeményezést. Az EU számos fellépéssel támogatja a fenntartható fejlődést, például az ökológiai modernizációs elmélet előmozdításával, amely hangsúlyozza a hatékonyabb erőforrás-felhasználás fontosságát. Az Európai Unió gazdasági súlyát arra használja fel, hogy nemzetközi normákat alakítson ki a környezetvédelmi és éghajlati ambícióval összhangban (Eckert – Kovalska, 2021).

Az Európai Unió prioritásként kezeli a fenntartható fejlődést, és elismeri a különböző energiaforrásokhoz való stabil és következetes hozzáférés fontosságát a hosszútávú gazdasági növekedés és stabilitás elérése érdekében (Bluszcz – Manowska, 2020). Az EU egy stratégiát dolgozott ki, amelynek célja az éghajlatváltozás elleni küzdelemmel és a fenntartható energia bevezetésével kapcsolatos nemzetközi kötelezettségvállalások teljesítése. Azt gondolom érdemes megjegyezni, hogy a tagországoknak kötelezettségeik vannak az EU felé, a célok megvalósítása tekintetében. A megújuló energiaforrások fejlesztésének előmozdítása és támogatása elengedhetetlen. Dánia, az Egyesült Királyság

és Írország vezető országok a környezetbarát energiapolitikák végrehajtásában. A Nemzeti Megújuló Energia Cselekvési Terveiben kitűzött célok elérése terén mutatkoztak a legnagyobb változások, ami jelzi az alkalmazásaik és szabályozásaik politikájának hatékonyságát a fenntartható fejlődési célok elérésében (Musial – Ziolo - Luty, 2021). Az energiasztruktúra átalakítása azonban egy hosszútávú folyamat, amely a finanszírozástól és az energiaforrások rendelkezésre állásától függ, és hatással van az energiatermelési költségekre (Bluszcz – Manowska, 2020).

3. MOBIL APPLIKÁCIÓK A FENNTARTHATÓSÁGÉRT

Az elmúlt években egyre nagyobb aggodalomra ad okot az emberi tevékenységek környezetre gyakorolt hatása. Ennek eredményeként a fenntartható életvitel népszerűsítésére törekedtek, a környezetre gyakorolt negatív hatások minimalizálása érdekében. A mobilalkalmazások széles körben elterjedt használatuk és hozzáférhetőségük révén hatékony eszközzé váltak a környezettudatos gyakorlatok előmozdítására. Ennek a résznek a célja, hogy feltárja a mobil alkalmazások hatását és lehetőségeit a fenntartható viselkedési formák népszerűsítésben. Továbbá megvizsgálja hogyan befolyásolhatja a fenntarthatóság irányába a jelenlegi magatartásokat, mobil appok segítségével. Valamint a környezettudatos gyakorlatok kezdeményezése érdekében történő lehetséges előnyeit és kihívásait.

3.1. A mobilalkalmazások szerepe a környezettudatosságban

A mobilalkalmazások hatékony eszközzé váltak a fenntartható gyakorlatok előmozdításában, különösen az utazás, hulladékgazdálkodás és a körforgásos gazdaság területén. A környezettudatos utazás az egyik olyan terület, ahol a mobil appok jelentős hatást gyakorolhatnak. Az alkalmazások elősegíthetik a fenntartható utazási magatartást és a hozzáférhetőséget, ösztönözve az embereket alternatív közlekedési módok, például gyaloglás, kerékpározás, tömegközlekedés vagy carsharing használatára – a szén-dioxid-kibocsátás és a forgalmi torlódások csökkentése érdekében (Cimsir – Uzunboyly, 2019). A hulladékgazdálkodás egy másik terület, ahol a mobilalkalmazások motiválhatják a fenntartható viselkedést. Hozzájárulhatnak az újrafelhasználás gyakorlatához, a tárgyaknak új életet adnak, ezáltal csökkentve a hulladéklerakókba kerülő szemét

menyiségét (Martín – Calvo Martínez, 2022). Néhány mobil applikáció a háztartási élelmiszer-pazarlás redukálásában is segíthet.

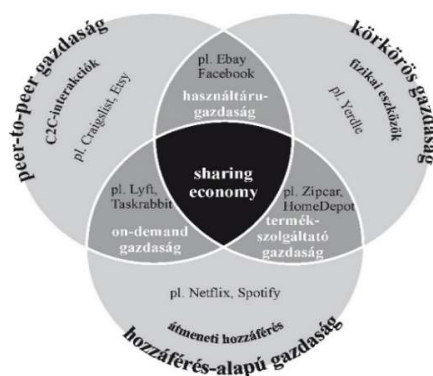
Elősegíthetik a fenntarthatósági kultúrát ezáltal pedig összekapcsolhatják az egyéneket a vállalatok vagy a közös munkaterületek között, támogatva a fenntartható együttműködést a különböző szervezetek szereplői között (Isenseee – Teuteberg – Griese, 2022). Emellett előmozdíthatják a magatartás megváltoztatását a fenntarthatóság érdekében, lehetővé téve a társadalmi innovációt az alacsony CO₂-kibocsátású átálláshoz, és kreatívan bevonhatják az embereket a környezettudatosabb cselekvésre. Ezen alkalmazások tervezési választásai és algoritmikus megoldásai döntő szerepet játszanak a célfelhasználói csoportok vonzásában, miközben kezelik az automatikus szállítási módok észlelésének jelenlegi pontossági szintjei által támasztott korlátokat (Cimsir – Uzunboyulu, 2019). Összességében a mobilalkalmazások hatékony és praktikus eszközt jelentenek a fenntartható gyakorlatok előmozdítására, ami számos előnnyel jár a globális erőforrások fenntartható kezelésében (Martín – Calvo Martínez, 2022).

A mobil applikációkban megvan a lehetőség, hogy szociális, funkcionális és érzelmi értékeket biztosítsanak a felhasználóknak.

4. FENNTARTHATÓ GAZDASÁG

A fenntartható fogyasztás és termelési gyakorlat fogalma az elmúlt években jelentős figyelmet kapott. A környezettudatos viselkedés iránti igény egyre fontosabbá vált a hagyományos fogyasztási - termelési attitűdök riasztó környezeti következményei miatt. Ennek eredményeként egyre nagyobb az érdeklődés a fenntarthatóságot elősegítő alternatív megközelítések feltárása iránt. Az egyik ilyen megközelítés a megosztási gazdaság és a körforgásos gazdaság metszéspontja, mely ígéretes módot jelent a környezettudatos fogyasztási és termelési gyakorlatok feltárására.

A körforgásos gazdaság célja a hulladékkeletkezés és -kibocsátás minimalizálása, valamint a nyersanyag- és energiabevitel csökkentése. Ezt a körforgásra fókuszáló termékek tervezésével érik el, ahol az anyagok a lehető leghosszabb ideig használatban vannak, a hulladék pedig új erőforrásokká alakul. Másrészt a megosztási gazdaság a hozzáférést hangsúlyozza a tulajdonjoggal szemben, lehetővé téve az egyének számára, hogy megosszák az alulhasznosított javakat másokkal. E két koncepció kombinálásával fenntarthatóbb rendszert hozhatunk létre, amely ösztönzi az erőforrások megosztását és csökkenti az új termelés iránti igényt. Például az autómegosztó platformok lehetővé teszik több személy számára, hogy ugyanazt a járművet használhassák, csökkentve az új autók iránti keresletet, ami redukálja a szükséges erőforrások mennyiségét és kibocsátását. Így a megosztásos és körforgós gazdaság metszéspontja a fenntartható fogyasztási és termelési gyakorlatok újszerű megközelítését mutatja be (Hoffman – Herbst – Schenck, 2022).



2. ábra: A sharing economy és a kapcsolódó gazdaságtípusok

Forrás: forsense.hu Megosztásos gazdaság, 2020.

4.1. Körkörös gazdaság

A körforgásos gazdaság elveinek megvalósítása ígéretes megközelítést kínál a fenntarthatóság eléréséhez, mind az üzleti, mind a szakpolitikában. Modelljének elfogadásával a vállalkozások és a döntéshozók minimalizálhatják a pazarlást és maximalizálhatják az erőforrások kihasználását, miközben új gazdasági lehetőségeket teremtenek és csökkentik a környezeti hatásokat.

A körkörös gazdaságra való átállás a vállalati kultúra megváltoztatását igényli, ami nehezen megvalósítható. A releváns felekkel való átfogó együttműködés támogathatja ezt a változást, és elősegítheti a fenntarthatósági kultúra kialakítását és megerősítését a szervezeten belül. El kell térni a „vegyen, és dobja el” logikától a korlátozott erőforrások újra felhasználásával jellemezhető legjobb gyakorlatok felé, amelyek segíthetnek csökkenteni a hulladékkeletkezést, valamint a káros környezeti hatásokat. Az érdekelt felek bevonására irányuló magatartások ösztönzése egyre fontosabbá válik a körforgásos gazdaság elveinek az üzleti életben és a szakpolitikában történő megvalósításában, mivel ezek hosszú távon összehangolhatják az ökoszisztéma integritását, a közösség jólétét és a gazdasági teljesítményt (Salvioni – Almici, 2020).

4.2. Megosztási gazdaság

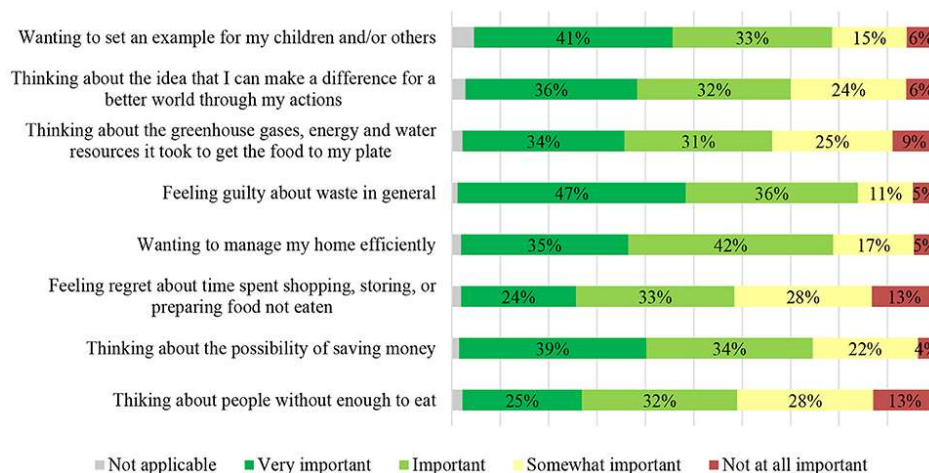
A megosztáson alapuló gazdasági modellek a nagyvárosok ökoszisztéma-problémáira is megoldást kínálnak, nem csak a fővárosban. A kiválasztott szolgáltatások számos helyi szereplővel működnek együtt, például önkormányzati társaságokkal, helyi lakosokkal és más gazdasági és társadalmi szereplőkkel és intézményekkel. Az önkormányzatokkal és a társadalmi szervezetekkel való együttműködés nagyon fontos az autómegosztó cégek számára, mert az autók nyilvános helyeken parkolnak, és az autómegosztás segít csökkenteni a városok környezetszennyezését és zsúfoltságát. A MOL Limo és MOL BUBI mögött magánszolgáltatók állnak. A partnerségeknek számos formája van, vagyuk például a hagyományos kerékpármegosztót, a MOL BUBI-t, amely közvetlen kapcsolatban áll a MOL-lal és az állami tulajdonú Budapesti Közlekedési Központtal (BKK), valamint közvetve a kerületi önkormányzatokkal. A GyőrBike esetében közvetlen partneri kapcsolat áll fenn a győri Széchenyi István Egyetemmel. Ez nem pénzügyi partnerség, hanem elsősorban az állomás elhelyezkedéséből adódik. A

felmérések azt mutatják, hogy az egyetemi kampuszok töltőállomásai a leggyakrabban használt töltőállomások Győrben. Ilyen szoros kapcsolat a budapesti tanulmányi intézményekkel nem látható, a gyűjtőállomások nem a diákotthonok közelében koncentrálódnak. A Lime egy amerikai elektromos rollermegosztó cég, amely 2019-ben lépett be a magyar piacra. Weboldala nem mutat partnerkapcsolatot helyi szervezetekkel. A közlekedési kerékpárok esetében a partnerségek fontosak, mivel a felhasználóknak parkolóhelyet kell biztosítaniuk az átvételi és leadási pontokon (Czakó at al., 2019).

4.3. Élelmiszer pazarlás elleni küzdelem

Az élelmiszer pazarlás globális probléma napjainkban, amely jelentős gazdasági, környezeti és társadalmi következményekkel jár. Az Egyesült Nemzetek Élelmezésügyi és Mezőgazdasági Szervezete szerint világszerte az emberi fogyasztásra előállított élelmiszerek körülbelül egyharmada évente elveszik, elpazarlódik. Ez a pazarlás nemcsak a természeti erőforrások kimerüléséhez vezet, hanem hozzájárul az üvegházhatású gázok kibocsátásához is, ami viszont felgyorsítja az éghajlatváltozást. A probléma megoldásához hatékony stratégiákra és megoldásokra van szükség a fenntartható élelmiszer rendszerek előmozdítása érdekében. Az élelmiszer pazarlás megakadályozására irányuló törekvés az erőforrások megőrzésével, a környezeti és gazdasági költségek növekedésével kapcsolatos aggodalmakból fakad. Az élelmiszerrendszer modernizációjának az élelmiszerhulladék keletkezésére gyakorolt hatásait az iparosítás, az urbanizáció, a globalizáció és a gazdasági növekedés szempontjából vizsgáljuk (Thyberg – Tonjes, 2015).

A világ országai célokat tűztek ki az élelmiszer pazarlás redukálására a világ lakosságának fenntartható táplálása érdekében. Az Egyesült Államok Mezőgazdasági Minisztériuma (USDA) és Környezetvédelmi Ügynöksége (EPA) partnerként dolgozott ki élelmiszerhulladék csökkentési terveket az USA számára, amelynek célja az egy főre jutó élelmiszerhulladék 50%-os csökkentése 2030-ig. A fogyasztók jelentős szerepet játszanak az élelmiszerhulladék keletkezésében főleg a magas jövedelmű országokban (Ahmed at al., 2021).



3. ábra: Az élelmiszer-pazarlás csökkentésének motiváló tényezői.

Forrás: Ahmed et al, 2021.

Az ábrán jól látszódik, hogy a megkérdezettek közel kétharmada szinte minden motiváló tényezőt „nagyon fontosnak”, vagy „fontosnak” titulált, ami arra enged következtetni, hogy a világ népessége is égető problémának véli az élelmiszerpazarlást. Valamint a válaszadók 47 százaléka nagyon fontossként, és további 36% pedig fontossként jelölte a „Feeling guilty about waste in general” motiváló tényezőt, azaz a kérdőívet kitöltők 83 százaléka érzi magát hibásnak a pazarlás miatt. Illetve egy másik válasz esetén 41 százaléuk „nagyon fontosnak”, és 33 százaléuk pedig „fontosnak” tartja – összesen 74 százaléuk, hogy példát statuáljon a gyerekeinek/másoknak azáltal, hogy odafigyel a pazarlás elkerülésére („Wanting to set an example for my children or/and others”). Ezeket egybe vetve a megkérdezettek válaszaiból egyértelműen kiderül, hogy az egyének felelősnek érzik magukat abban, hogy idáig fajult az ételpazarlás, avagy általánosságban a termékek pazarlása, továbbá az is kiolvasható ebből a felmérésből, hogy szeretnék ezen változtatni a jövő generációja számára.

4.4. Környezettudatosság ösztönzése használt ruhák által

A környezettudatosság mindenkit érintő kritikus kérdés, ennek népszerűsítésének egyik módja a használt ruhák vásárlása. A környezettudatosság megjelenítésére használt eszközök, mint például az újrahasznosítás, pozitívan befolyásolhatják a fogyasztói magatartást. A környezettudatos fogyasztók aktívan kereshetik a lehetőségeket a

fenntartható gyakorlatokban való részvételre használt ruhák vásárlásával, ami hozzájárulhat egy fenntartható jövőhöz. A környezettudatos magatartás és életmód népszerűsítésének célja a nyitott és aktív fiatalok nevelése, valamint a Föld védelme. A használt ruhák vásárlásának ösztönzése a környezettudatosság és a fenntartható gyakorlatok előmozdításának egyik módja, ami végső soron a bolygó és a jövő nemzedékeinek hasznára válhat (Seres, 2019) (Péter-Németh, 2023).

4.5. Carsharing

Az elmúlt években a fenntartható közlekedés égető kérdéssé vált a városi területeken szerte a világon. Az egyik népszerű alternatíva az autómegosztás. A carsharing egy olyan rendszer, ahol az egyének rövid ideig hozzáférhetnek egy járműhöz, tulajdonjog nélkül. Ebben a fejezetben szeretném feltárni a carsharing, mint fenntartható közlekedési alternatíva koncepcióját, valamint az előnyeit. A bekezdés áttekintést ad arról, hogy mi is az az autómegosztás és hogyan működik, majd megvizsgálja a környezeti előnyeit, beleértve az üvegházhatású gázok kibocsátásának csökkentését és ez által a levegőminőség javulását. Ezen túlmenően ki fog térni gazdasági és társadalmi előnyeire, például a forgalmi torlódások csökkentésére, valamint a társadalmi interakció növekedésére.

4.5.1. A carsharing működési elve

Az autómegosztás egy viszonylag új városi közlekedési mód, amely lehetővé teszi az egyének számára, hogy szükség szerint használhassák a járműveket az autótulajdonhoz kapcsolódó fix költségek és felelősségek nélkül. A carsharing programok jellemzően tagsági díjat tartalmaznak, valamint a használati idő és a megtett távolság kifizetését. Az autómegosztó járműveket gyakran kijelölt helyeken parkolják városszerte, hogy a tagok könnyen hozzáférhessenek. Több felhasználó is használhatja ugyanazt a járművet, így csökken az egyéni gépjármű-tulajdonlás szükségessége és az ezzel járó terhek, például a biztosítási és beruházási költségek. Az autómegosztó applikációk tagjainak elérhetőségtől függően számos járműlehetőséget kínálnak utazásaik során. A carsharing tranzakciókat rögzítik és elemzik, az autómegosztási viselkedés megértése és a szolgáltatás folyamatos javítása érdekében. Az oda-vissza autómegosztáshoz a járművet vissza kell juttatni a

kijelölt állomásra, míg az egyirányú lehetővé teszi a jármű leparkolását egy másik állomásra, mint ahonnan bérelték. Az autómegosztást gyakran a fenntartható mobilitás és a városi közlekedés környezeti hatásainak csökkentésével magyarázzák, ugyanis a környezettudatos utazási magatartás ösztönzésével mérsékli a személyi járművek birtoklásának szükségességét (Costain -Ardron - Habib, 2011). A globális autómegosztó piac jelentősen nőtt az elmúlt években és várhatóan a jövőben is tovább fog növekedni. A szállítási szolgáltatások, a karbantartás, a javítások és a biztosítási költségek benne vannak az autómegosztási tarifában, így kényelmes választás azoknak, akik tulajdonosi kötelezettségek nélkül szeretnének hozzáférni egy járműhöz.

4.5.2. Az autómegosztás környezeti előnyei és gyengeségei

A közlekedési szektor éghajlatra gyakorolt hatása arra készítette a kormányokat és a városokat, hogy különféle stratégiákat hozzanak létre a fenntarthatóbb közlekedési jövő érdekében. A carsharing egy olyan alternatíva, amelynek kétségtelenül érdeke a negatív környezeti hatások csökkentése.

Az egyéni autóhasználat alternatívájaként működő autómegosztás gazdasági és környezeti előnyei vitathatatlanok. Világszerte egyre népszerűbb a városi területeken, mint a személyes autótulajdonlás fenntartható opciója. Kutatások kimutatták, hogy az autók megosztása csökkenti a forgalmi torlódásokat, redukálja az üvegházhatású gázok kibocsátását, pénzt takaríthatnak meg a szállítási költségeken az egyének. Ezen előrelépések ellenére még mindig vannak lehetséges gyengeségek a carsharing iparágban, amelyeket fel kell ismerni és kezelni szükséges. Például az autómegosztó szolgáltatások elérhetőségét és árképzését társadalmi-gazdasági tényezők befolyásolhatják, ami feltételezhetően korlátozza az alacsony jövedelmű egyének hozzáférését. Összességében az autómegosztás előreláthatóan jelentős hatással lehet a közlekedésre és a környezeti fenntarthatóságra, de további kutatásra és fejlesztésre van szükség az előnyeinek teljeskörű kihasználáshoz.

4.5.3. Gazdasági és társadalmi hatása

Az autómegosztó szolgáltatások különféle gazdasági előnyöket kínálhatnak. Az egyik legjelentősebb, hogy fenntarthatóbb mobilitási eszközt biztosít, és redukálja a CO₂-

kibocsátást, ami elősegíti a városi fenntarthatóságot. Az autómegosztás növelheti a versenyt a carsharing szolgáltatások és a hagyományos taxik között is, ami hatékonyabb kihasználást és kevesebb járművet eredményezhet az utakon (Mavlutova et al., 2021). Emellett az autómegosztó járművek átlagosan 15,3 személygépkocsit tudnának kiváltani, ami csökkenti a levegőszennyezést, a torlódásokat, illetve növeli a rendelkezésre álló parkolóhelyeket. A megfizethetőség, a hozzáférhetőség, az időmegtakarítás és a járművek sokfélesége néhány olyan tényező, amely befolyásolja az autómegosztási rendszerek polgárok körében történő elfogadását. A carsharing szolgáltatások segíthetnek megszabadulni a fix, karbantartási, javítási költségektől, továbbá hozzájárulhatnak a hatékonyabb és ésszerűbb mobilitáshoz (Safdar et al., 2021). Ez a fajta rendszer elősegíti a társadalmi összekapcsolódást és a felhasználók közötti együttműködést, csökkentve a járművek iránti keresletet, valamint a forgalmat, torlódásokat. A gazdasági előnyök szintén jelentős motivációs tényezők az autómegosztó felhasználók számára, mert így igen jelentős költségmegtakarítás tud keletkezni. Ezért az azonosított motiváló tényezőkre összpontosító politikák ösztönözhetik az autómegosztási gyakorlatok használatát, a megfelelő infrastruktúra kormányok általi kiépítése pedig javíthatja a szolgáltatáshoz való hozzáférést, és adókedvezmények révén pénzügyi ösztönzést nyújthat, ami alacsonyabb árakat eredményez a végfelhasználók számára (Mavlutova et al., 2021).

5. KÖRNYEZETTUDATOS APPLIKÁCIÓK BEMUTATÁSA

5.1. MOL Limo, autómegosztás Budapesten

Szeretném bemutatni a MOL Limo különféle funkcióit, előnyeit és egy átfogó képet alkotni erről az innovatív utazási lehetőségről. Ez egy viszonylag új utazási szolgáltatás, amely hullámokat kelt a közlekedési ágazatba. Újszerű funkcióival gyorsan népszerűvé vált a modern utazók körében. Ebben a fejezet részben kifejtésre kerülnek a modern utazási szolgáltatások szükségessége és, hogy a MOL Limo hogyan kezeli ezeket az igényeket, továbbá szó esik a funkcióiról, előnyeiről, beleértve a felhasználóbarát felületet, a rugalmas foglalási lehetőségeket és nem utolsósorban a megfizethető árakat. Végül megvizsgálom, hogy ez a korszerű applikáció milyen hatással volt a közlekedési ágazatra, és milyen potenciállal rendelkezik a jövőbeni növekedés és fejlődés szempontjából.

5.1.1. *Innovatív utazási szolgáltatás*

A MOL Limo egy innovatív utazási szolgáltatás, amely átfogó szolgáltatásokat és előnyöket biztosít a modern közlekedésben, követve az autómegosztó szolgáltatások hagyományos, üzlet-ügyfél közötti modelljét. Mottójuk: „Van egy autód”, ami azt jelenti, hogy a szolgáltatást úgy alakították ki, hogy megfeleljen azon emberek igényeinek, akiknek autóra van szükségük, de nem szeretnék birtokolni egyet. A MOL Limo, budapesti autómegosztó szolgáltatásként, segít csökkenteni a főváros szennyezését és forgalmi torlódásait, miközben rugalmas közlekedési lehetőségeket biztosít a felhasználók számára. Ez az előremutató utazási szolgáltatás különféle előnyöket kínál, például egyszerű foglalást, megfizethető árakat és egy könnyen értelmezhető mobilalkalmazást, amely lehetővé teszi a felhasználók számára az autók elérhetőségének valós időben történő nyomon követését és egyszerű lefoglalását. Mindazonáltal a MOL Limo partnerkapcsolatot ápol helyi önkormányzatokkal és társadalmi szervezetekkel, ami további előnyökkel jár a közösség számára azáltal, hogy foglalkoztatási lehetőségeket biztosít és támogatja a helyi kezdeményezéseket, miközben előmozdítja a fenntartható közlekedési lehetőségeket. A MOL Limo autómegosztó szolgáltatásként kényelmes és költséghatékony megoldást kínál a modern közlekedési igényekre, miközben elősegíti a

fenntarthatóságot és a közösségfejlesztést. A MOL Limo ígéretes megoldás lehet a korszerű közlekedési igényekre, számos szolgáltatást és előnyt kínálnak a budapesti felhasználók számára, azonban még mindig vannak korlátok és kihívások, amelyekkel foglalkozni kell, mint például a parkolóhelyek rendelkezésre állása és a hatékonyabb közlekedési infrastruktúra szükségessége (Czakó et al., 2023).

5.1.2. MOL Limo SWOT analízis

Ez az üzleti elemzés abban segít, hogy objektíven tudjuk megvizsgálni a cégünket vagy azon belül a termékeinket, folyamatainkat vagy akár a munkavállalóinkat. Az adott tulajdonságot egy mátrixon kell elhelyezni, első körben döntsük el, hogy pozitív (erősség, lehetőség) vagy negatív (gyengeség, veszély) jelentéssel bír, majd azt, hogy ez belső (erősség, gyengeség) vagy külső (lehetőség, veszély) tényező.

Belső tényezők	Erősségek (+)	Gyengeségek (-)
	- Nagy és változatos flottával rendelkezik Budapesten - Bárhol leparkolható (és visszaadható) - Költséghatékony - Valós időben elérhető az autók nyomonkövetése	- Vidéken nem elérhető szolgáltatás - Esetleges problémák pl.: töltöttség, tisztaság - Gyorsabb amortizáció az autókban a különböző vezetési stílusok miatt
Külső tényezők	Lehetőségek (+)	Veszélyek (-)
	- Alternatív közlekedési formaák terjedése - Környezettudatosabb vásárlói réteg megjelenése - Kevesebb torlódás az utakon	Vetélytárs pl.: GreenGo

1. táblázat: MOL Limo SWOT elemzése

Forrás: Saját szerkesztés

5.2. MOL BUBI, mint fenntartható közlekedési alternatíva

Budapest, mint nyüzsgő nagyváros számos kihívással néz szembe, hogy fenntartható közlekedési alternatívákat biztosítson lakóinak és látogatóinak. Erre a problémára válaszul mutatkozott be a MOL BUBI, mint innovatív kerékpármegosztó rendszer, amely a város fenntartható közlekedésére gyakorolt pozitív hatásával gyorsan népszerűsége tett szert.

Ez a kerékpármegosztó rendszer egy újszerű mobilitási szolgáltatásnak számít, amely elősegíti a környezettudatos közlekedést a városban. A bicikliket a mintegy 201 kijelölt gyűjtőállomásokon lehet átvenni és leadni, az év minden napján, 0-24 óra között. Havi és éves bérlet vásárlása esetén az első 30 perc ingyenes, majd 40 Ft minden megkezdett perc. Bérlet hiányában a teljes használatra a perc alapú díjazást lehet igénybe venni, így szintén 40 Ft/perc áron lehet használni a zöld kerékpárt.

5.2.1. MOL Bubi SWOT elemzés

Belső tényezők	Erősségek (+)	Gyengeségek (-)
	• Könnyen elérhető a fővárosban (főként a belvároshoz közeli részen) • Alacsony díjszabás	• Budapesten kívül nem elérhető, illetve külvárosában korlátozottan • Rossz időben nem feltétlenül használható
Külső tényezők	Lehetőségek (+)	Veszélyek (-)
	• Alternatív közlekedési mód • Környezet- és egészségtudatos	• Konkurens pl.: e-roller

2. táblázat: MOL Bubi SWOT elemzése

Forrás: Saját szerkesztés

5.3. Vinted, új esély a ruháknak

Szeretném feltárni a Vinted hatását a fenntartható divatfogyasztásra és a használt ruházati piacokra, valamint hogy hogyan járul hozzá a textilhulladék csökkentéséhez és a körkörös divat népszerűsítéséhez. Ezeknek a szempontoknak a vizsgálatával a fejezet betekintést nyújt az olyan online piacokra, mint a Vinted, valamint azon potenciáljába, amelyek pozitív változást idézhetnek elő a divatiparban; mivel számos kritika érte a környezetre és a társadalomra gyakorolt negatív hatásai miatt. Az elmúlt években megnőtt az érdeklődés a fenntartható divatfogyasztás és körkörös divat gyakorlatok népszerűsítése iránt. A Vinted, a használt ruhák népszerű online piactere kulcsszereplővé vált ebben a mozgalomban. Jelentős hatással van a fenntartható divatfogyasztásra. A platform megosztási gazdaságot biztosít a használt ruhák egyének közötti vásárlásához és eladásához. Ezzel segít elkerülni a még jó állapotban lévő termékek tömeges pazarlását. Ez összhangban van azzal az elképzeléssel, hogy új életet kell adni a termékeknek, ami a fenntartható fogyasztás központi tétele. A Vinted azt is lehetővé tette a felhasználóknak, hogy összeegyeztessék a gyakori öltözködési vágyukat a felelős és fenntartható fogyasztási módokkal. A használt ruhák vásárlásával és eladásával a felhasználók elkerülhetik az új termékek tömeges vásárlását és ezzel befolyásolhatják a termelés mennyiségét.

A Z generációs vásárlók a fenntartható divatfogyasztást olyan tulajdonságként érzékelik, amely azonosítja a Vintedet, de más attribútumok jelentősebben befolyásolják őket. Az említett alkalmazás nem kommunikálta kifejezetten a környezettudatos divatfogyasztás értékét, és a résztvevők részletesebb és egyértelműbb márkauzenetet követeltek, amely hangsúlyozza a fenntarthatóságot és a környezet tiszteletét. A Vinted profitálhat a fenntarthatósági üzenetküldés holisztikusabb megközelítéséből, beleértve a fenntarthatóságot hangsúlyozó verbális üzeneteket és a Z generációs fogyasztókat vonzó márkáépítést. Összességében a Vinted share economy modellje felhatalmazza a felhasználókat a felelős és fenntartható fogyasztási szokások kialakítására. (Palomo-Domínguez – Elías-Zambrano, 2023).

A Vinted egy digitális megosztási gazdasági platform, amely lehetővé teszi a használt (vagy akár teljesen új, címkés, csak nem hasznosított) ruhák és egyéb termékek vásárlását

és eladását a felhasználói körében. Támogatja a környezettudatos divatfogyasztást, ami a Z generáció felfogásának, a fenntartható divat felé történő megváltozásához vezetett. A szakdolgozatom egyik célja, hogy tovább mélyítse a Z generáció ideológiáját a Vinted környezetbarát márkatulajdonságairól, a fenntartható divatfogyasztás iránti motivációjuk szempontjából. Az 1995 és 2009 között születettek felismerik és értékelik a Vinted környezetbarát tulajdonságait, és így a cégnek lehetősége van felülvizsgálni márkastratégiáját, nagyobb szerepet adva a környezettudatos tulajdonságoknak a Z generációs fogyasztási magatartás hatékony megváltoztatása érdekében. A Vinted a megosztási gazdaság példája, amely a társadalmi innováción alapul, és célja, hogy minden érintett fél számára maximalizálja a hasznot. A megosztási gazdaság modelljének öt dimenziója van, és a Vinted mindegyiknek megfelel - a kollaboratív fogyasztásnak, az újraelosztási piacnak, a peer-to-peer platformoknak, a tulajdonjogon keresztüli hozzáférésnek és a közösségi részvételnek. A Vinted a használt ruhák és egyéb tárgyak (már kozmetikumok, gyerek játékok és könyvek is fellelhetők) vásárlásának és eladásának vezető platformja. Jelentősen magas az elterjedtsége egyes területeken, például Hollandiában, Németországban, Belgiumban és Franciaországban. Több, mint 65 millió felhasználóval és több, mint 1200 alkalmazottal rendelkezik 16 országban, beleértve azokat a területeket is, ahol nagy hagyománya van a használtcikk-piacnak (Palomo-Domínguez – Elías-Zambrano, 2023)

A fast fashion térnyerése az eldobható ruházat kultúrájához vezetett, ami pedig textilhulladékhoz. Az olyan platformok azonban, mint a Vinted, hozzájárulnak ezek redukálásához és a körkörös divat népszerűsítéséhez. Valójában a kutatások azt sugallják, hogy az olyan alkalmazások, mint a Vinted, támogatják a használt ruhák piacát azáltal, hogy praktikus megoldást kínálnak az eladott cikkek állapotával kapcsolatos aggodalmak csökkentésére (Lopez – Quattara, 2021). Ezenkívül hozzájárult a fenntartható divatfogyasztás előmozdításához azáltal, hogy platformot kínált az embereknek időtlen divatcikk vásárlására és eladására, amelyek jobb minőségűek, mint a fast fashion darabok (Palomo-Domínguez – Elías-Zambrano, 2023). Továbbá a Vinted lehetőséget biztosít az embereknek arra, hogy redukálják a fast fashion iránti érdeklődésüket azonmód, hogy etikus fogyasztási gyakorlatból vásárolnak second-hand ruhákat (Michalowska et al., 2023). Ezenkívül a Vinted a ruhák életciklusának elősegítésével és a hulladék mennyiségének csökkentésével kíván hozzájárulni a körforgásos gazdasághoz

és a fenntartható divathoz (Furnémot, 2023). A Vinted hozzájárult ahhoz is, hogy elérhetővé tegye a fenntartható divatot azáltal, hogy megfizethető áron kínálja a használt ruházati cikkeket (Martos Crespi, 2021).

5.3.1. Vinted SWOT analízis

Belső tényezők	Erősségek (+)	Gyengeségek (-)
	- Széles választék, egyedi darabok - Megfizethető árak, márkás termékekért is - Könnyen kezelhető felület - Nagyfokú háttértámogatás (ügyfélszolgálat) - Megbízható eladási-vásárlási folyamatok - Kiváló keresésimotor	- Korlátozott méretválaszték - Nincsenek egyedi ajánlatok, kedvezmények (pl. szállítási díjra)
Külső tényezők	Lehetőségek	Veszélyek
	- Fenntartható gondolkodásmód támogatása - Növekvő érdeklődés a használt ruhák vásárlására - Ruházaton felül más jó minőségű termék értékesítése (kozmetikum, könyv, gyerekjáték)	Vetélytárs pl.: Gardróbom

3. táblázat: Vinted SWOT elemzése

Forrás: Saját szerkesztés

5.4. Munch-al, az ételpazarlás ellen

Az élelmiszer pazarlás napjaink egyik legnagyobb problémája, amire négy fiatal próbált megoldást találni és úgy fest, hogy jó úton járnak, mivel az általuk megálmodott applikáció már nem csak Magyarországon elérhető, hanem Romániában is. A Munch applikáció által megmenthetünk olyan még jó minőségű ételeket, élelmiszereket, amiket

az éttermek, üzletek aznap nem tudtak eladni, valamint kedvezményes árakon juthatunk így hozzájuk. Az applikáción belül tudunk keresni éttermeket, pékségeket vagy bevásárlóhelyeket és onnan kiválasztani a nekünk legmegfelelőbb csomagot, online kifizetjük, majd az adott üzletben személyesen átvehetjük a megadott időszámban.

A „munch” ráágcsálást jelent magyarul, azonban átvitt értelemben arra is lehet használni, amikor a még jó állapotban lévő megmaradt ételeket másnap elfogyasztjuk. Például nagy divatnak örvendeztet manapság, hogy egy rendezvény után, ahol rengeteg élelmiszer maradt meg a vendégeket, családtagokat, barátokat újra meghívják és egy „munch party” keretein belül elragcsálják a maradékokat, ezzel megakadályozva, hogy a kitűnő állapotú ételek a szemétesben végezzék. Ebből a gondolatmenetből született meg a mobil applikáció neve.

5.4.1. SWOT elemzés

Belső tényezők	Erősségek	Gyengeségek
	- Széles kínálat - Kedvezményes csomagok (40-70%) - Zsákbamacska csomagok által újdonságok kipróbálása - Könnyen kezelhető applikáció	- Vidéken kevés helyen elérhető a szolgáltatás - Házhoz szállítás hiánya - A csomagok tartalmának pontos ismeretének hiánya
Külső tényezők	Lehetőségek	Veszélyek
	- Egyre bővülő partnerlista - Ételpazarlás csökkentése, ezzel támogatva a fenntartható viselkedési formákat	Konkurens pl.: a Lidl is elkezdte a saját, még jó minőségű zöldség-gyümölcsseit csomagokba helyezni és kedvezményesen árulni, naponta egyszer készít össze 3-4 ilyen csomagot

4. táblázat: Munch SWOT elemzése

Forrás: Saját szerkesztés

6. KUTATÁS MÓDSZERTAN

A kérdőív elkészítésével több célom is van egyidejűleg – elsődlegesen a kapott információk alapján kívánom megválaszolni az alábbi kutatási céljaimat:

- Mennyire tartják fontosnak a fenntarthatóságot az egyes generációk, illetve mennyire érzik felelősnek magukat a környezet állapotának romlásában?
- Mennyire befogadóak a különböző generációk az alternatív megoldásokra, valamint az ezt segítő környezettudatos alkalmazásokra?
- A Z generáció magasabb fokú érdeklődést mutat a fenntarthatóság iránt a többi generációval szemben, illetve elismerik a felelősségüket abban, hogy a természet jelenleg kritikus helyzetben van?

Másodlagosan pedig arra keresem a választ, hogy mely adottságok, illetve mely külső körülmények befolyásolják az embereket a környezettudatos viselkedésre.

6.1. Kérdőív felépítése

A kutatásomhoz szükséges kérdőívet Google Űrlap segítségével készítettem el, és különböző internetes platformokon gyűjtöttem be a válaszokat. A kitöltés 2023.10.10-én kezdődött el és 2023.11.27-én záródott, ebben az időintervallumban 160 kitöltést sikerült összegyűjtenem. A kérdőív teljesen anonim módon zajlott és az adatok kizárólag kutatási célra kerülnek felhasználásra, továbbá semmilyen feltétele nem volt a kérdőív kitöltésének, így bárki véleményt nyilváníthatott. A kérdőívem kérdései a következők szerint épült fel:

- 8 demográfiai kérdés, ahol olyan szenzitív adatokra is rákérdeztem, mint az egy főre jutó havi nettó jövedelem, ezt az a gondolatom indokolja, miszerint a kereset mértéke befolyásolja az emberek környezettudatosság iránti hajlandóságát,
- 7 olyan kérdés, ami a megkérdezettek fenntarthatósághoz való viszonyulását értékeli, ennél a résznél arra is szeretnék rávilágítani, hogy mennyire következetesek az emberek véleményei és cselekedetei,

- 6 olyan kérdés, ami konkrét környezettudatos mobil applikációról kérdezi a válaszadókat, ezek között vannak kevésbé ismertek, azonban tartalmazza a Magyarországon legismertebbeket is.

6.2. Kérdőív elemzése

Elsőkörben szeretném a leíró statisztika segítségével elemezni az online kérdőívemre kapott információkat, hogy egy átfogó képet kapjak arról, hogy kik töltötték ki pontosan – milyen arányú a nemek és generációk eloszlása, milyen háttérrel (tanulmányi, anyagi) rendelkeznek, illetve hol élnek – nagy városban, vidéken vagy esetleg külföldön –, mivel semmilyen kritérium nem szabályozta a válaszküldést.

Továbbiakban szeretném megvizsgálni a kitöltők kapcsolódását a fenntarthatósággal, mennyire tartják fontosnak, mit tesznek érte vagy kit tartanak felelősnek a környezet jelenlegi állapotáért. Végül a környezetbarát applikációkról alkotott véleményüket kívánom elemezni.

A Google Űrlapkészítő segítségével kapott információkat, először excelbe importálom, ahol átkódolom az adatokat, mivel később az IBM SPSS programját használom, diagramok és keresztáblás lekérdezések készítésére.

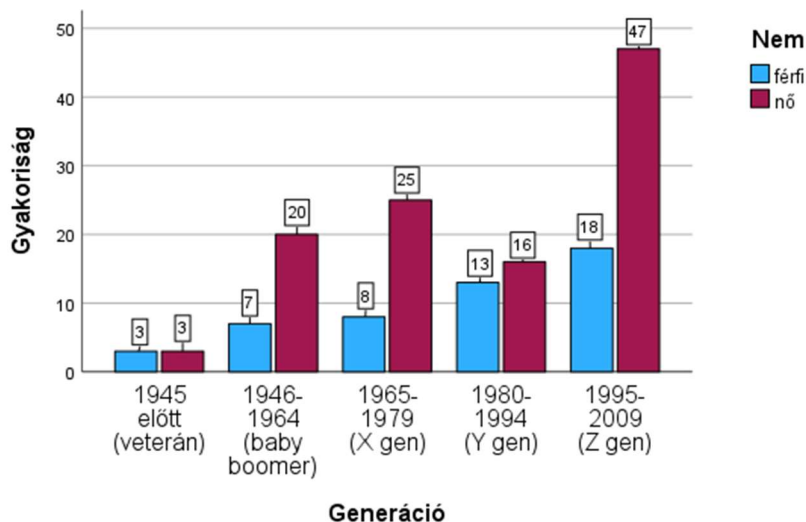
7. KUTATÁSI EREDMÉNYEK

7.1. Kor és nem megoszlása

A 4. ábrán jól látszódik, hogy a kitöltők többsége a Z generációba tartozik, mind a nők, mind a férfiak tekintetében. Számszerűsítve a 160 válaszadóból 65 tartozik ebbe a generációba, ami közel 41 százalékot tesz ki. Az egyik kutatási kérdésben a kiválasztott szegmens, az 1995 és 2009 között születettek környezettudatos hajlandóságára vonatkozik, így örömmel konstatáltam, hogy nagy létszámban vettek részt a kutatásomban.

A középső három generáció szinte ugyanolyan arányban küldött választ, bár az X-generáció aránya a másik két csoporthoz (baby boomer: 17% - Y gen: 18%) képest kissé kiemelkedik a 20 százalékos részvételi aránnyal. Érdekes továbbá megjegyezni, hogy 6 veterán korú is véleményt nyilvánított ebben a témában, így az idősebb generáció álláspontja is befolyásolja majd a kutatásom végeredményét.

Ezenfelül, a nők-férfiak arányát vizsgálva, egyértelműen a hölgyek válaszadási száma a magasabb. Több, mint kétszer annyi nő (111 fő) töltötte ki, mint férfi (49 fő), ez azt jelenti, hogy 69-31 százalékos a nemek közti megoszlás.



4. ábra: Nemek megoszlása generációnként

Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

7.2. Képesítés és lakóhely megoszlása

Az 5. ábrán látható a legmagasabb iskolai végzettség megoszlása, lakóhelyenként. A későbbiekben azt kívánom majd vizsgálni, hogy a képzettség szintje milyen mértékben befolyásolja a fenntarthatóság iránti hajlandóságot.

A válaszadók több, mint fele (85 fő), 53,1 százaléka rendelkezik Bsc vagy ennél magasabb végzettséggel, valamint közülük közel 88 százalékuk él a fővárosban, vagy egyéb nagy városban, külföldöt nem beleértve.

Mindemellett érdekes lehet tanulmányozni a vidéken élők törekvéseit is a környezettudatos viselkedés iránt, bár a kérdőívet csupán 17 olyan személy (ez mindössze 10,6%) töltötte ki, aki faluban/községben lakik.

Legmagasabb iskolai végzettsége * Lakóhelye Crosstabulation								
			Lakóhelye					
			Főváros	Megyeszékhely	Város	Falu/község	Külföldön élék	Total
Legmagasabb iskolai végzettsége	8 általános	Count	0	0	4	2	0	6
		% of Total	0,0%	0,0%	2,5%	1,3%	0,0%	3,8%
	szakmunkásképző, szakiskola	Count	3	0	3	2	1	9
		% of Total	1,9%	0,0%	1,9%	1,3%	0,6%	5,6%
	érettségi	Count	19	4	13	5	2	43
		% of Total	11,9%	2,5%	8,1%	3,1%	1,3%	26,9%
	OKJ szakvégzettség	Count	8	1	6	1	1	17
		% of Total	5,0%	0,6%	3,8%	0,6%	0,6%	10,6%
	Bsc	Count	28	3	23	7	3	64
		% of Total	17,5%	1,9%	14,4%	4,4%	1,9%	40,0%
	Msc	Count	12	1	6	0	1	20
		% of Total	7,5%	0,6%	3,8%	0,0%	0,6%	12,5%
	PhD	Count	1	0	0	0	0	1
		% of Total	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
Total	Count	71	9	55	17	8	160	
	% of Total	44,4%	5,6%	34,4%	10,6%	5,0%	100,0%	

5. ábra: Legmagasabb iskolai végzettség megoszlása lakóhely szerint

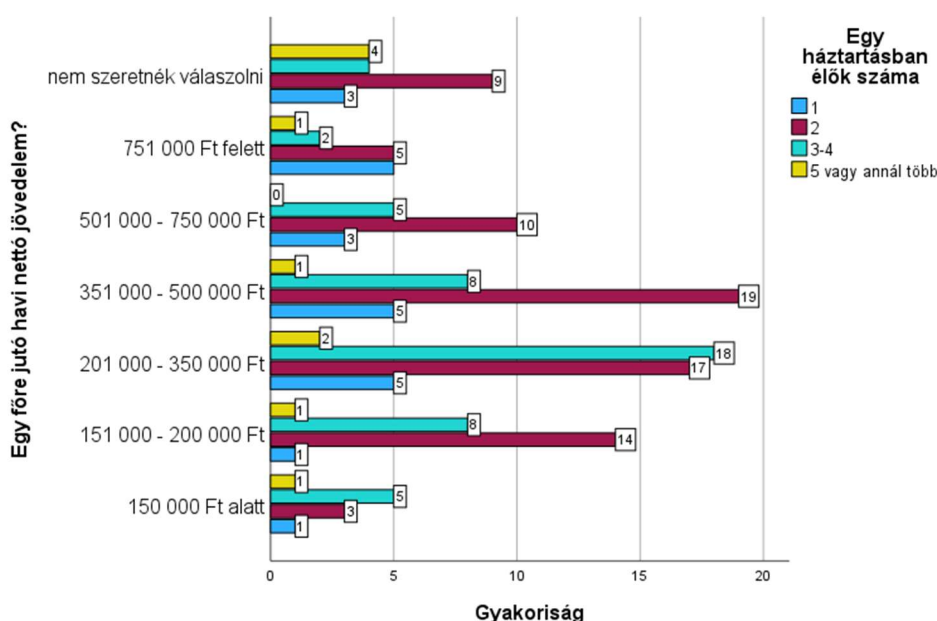
Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

7.3. A kérdőívet kitöltők anyagi helyzete

A 6. ábra segítségével szeretném elemezni a válaszadók egy főre jutó havi nettó jövedelmét, valamint egy későbbi fejezetben szeretném megvizsgálni, hogy a pénz, mint külső körülmény mekkora hatással van az egyének fenntarthatóság iránti hajlandóságára, amennyiben befolyásolja egyáltalán.

Az alábbi képen megfigyelhető, hogy a megkérdezettek közel felének, pontosan 47 százalékuknak a havi nettó bevétele 201 000 és 500 000 Ft között mozog. A válaszadók 11 százalékának 501 000 és 750 000 Ft közötti az egy főre jutó keresete, és csupán 5 százalékuk tartozik a legfelső kategóriába, ahol az egy főre jutó nettó jövedelem meghaladja a 750 000 Ft-ot havonta. 21 százalékuk pedig a skála legalján helyezkedik el, így összességében elmondható, hogy a kérdővre érkezett információk alapján többeknek kell nélkülöznie, mint ahány ember él jómódban. Továbbá fontos megjegyezni, hogy 10 % nem kívánt válaszolni, ami befolyásolhatta volna a fentebbi megállapításokat.

A megkérdezettek 14 százaléka él egyedül, 48 százalékuk úgy nyilatkozott, hogy ketten élnek egy háztartásban, illetve 37%-uk hárman vagy annál többen élnek együtt.



6. ábra: Egy főre jutó havi nettó jövedelem és az egy háztartásban élők száma

Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

A 7. ábrából kiderül, hogy 14 személy értékelte úgy az anyagi helyzetét, hogy nélkülöznie szükséges, azonban számomra nem várt eredmény, hogy közülük csupán egy valaki él faluban/községben, míg a többi válaszadó – 8,2 % – városokban, illetve a Fővárosban lakik.

A külföldön élők 25 százalékának elegendő a havi jövedelme, míg közülük 37-37% birtokol kisebb, illetve tetemesebb félretett pénzt is. Mindössze a megkérdezettek 11 százaléka rendelkezik tetemesebb megtakarítással.

Hogyan értékeli az anyagi helyzetét? * Lakóhelye Crosstabulation

		Lakóhelye					Total
			Főváros	Megyeszékhely	Város	Falu/község	
Hogyan értékeli az anyagi helyzetét?	nélkülözöm	Count	6	0	7	1	14
		% of Total	3,8%	0,0%	4,4%	0,6%	8,8%
	elegendő a havi jövedelem	Count	20	3	20	7	52
		% of Total	12,5%	1,9%	12,5%	4,4%	32,5%
	kisebb összeget félre tudok tenni	Count	34	5	18	6	66
		% of Total	21,3%	3,1%	11,3%	3,8%	41,3%
	tetemesebb megtakarítással rendelkezem	Count	9	1	2	2	17
		% of Total	5,6%	0,6%	1,3%	1,3%	10,6%
	nem szeretnék válaszolni	Count	2	0	8	1	11
		% of Total	1,3%	0,0%	5,0%	0,6%	6,9%
	Total	Count	71	9	55	17	160
		% of Total	44,4%	5,6%	34,4%	10,6%	100,0%

7. ábra: Anyagi helyzet értékelése, lakhelyenként

Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

7.4. A megkérdezettek kapcsolata a fenntarthatósággal

A 8. ábrán két kérdőív kérdés adatait vizsgáltam egyszerre, a két kérdés szándékosan nem közvetlenül egymás után helyezkedett el, ezzel is tesztelve a kitöltők következetességét.

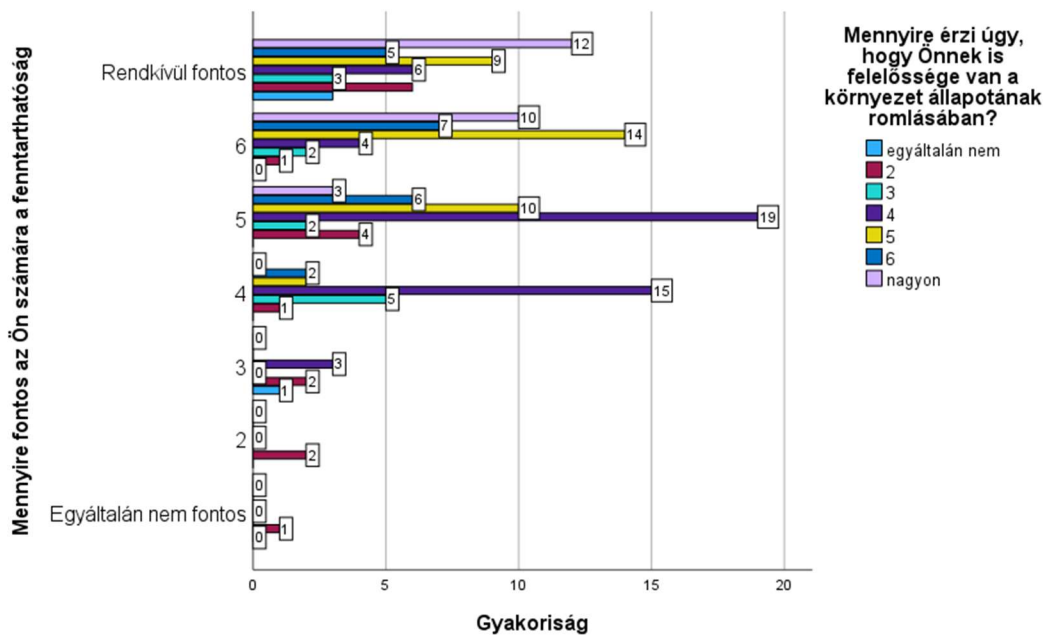
Kérdőív kérdés:

- Mennyire fontos az Ön számára a fenntarthatóság?
skálaérték: 1 = egyáltalán nem fontos ... 7 = rendkívül fontos
- Mennyire érzi úgy, hogy Önnek is van felelőssége a környezet állapotának romlásában?
skálaérték: 1 = egyáltalán nem ... 7 = nagyon

A 8. ábra megmutatja, hogy a válaszadók mennyire tartják fontosnak a fenntarthatóságot, illetve, hogy mennyire érzik saját magukat felelősnek a környezet állapotának romlásában.

A kérdőívet kitöltők 16 százaléka nagyon felelősnek érzi magát, amiatt, hogy a természet kritikus helyzetben van, továbbá közülük 8 % „rendkívül fontos (7)”-nak titulálta a fenntarthatóság fontosságát, 6 százalék 6-os szintre, és 2 százalék 5-ös szintre értékelte. A 160 válaszadóból csupán egy fő jelölte „egyáltalán nem fontos (1)”-nak a környezettudatosságot, valamint a saját felelősségét 2-re minősítette.

A megkérdezettek átlagosan 5,50-ös szintre értékelték a fenntarthatóság fontosságát, 1,25-s szórás mellett, illetve 4,57-es szintre a saját felelősségüket a környezet állapotának romlásában, ahol átlagosan 1,59-cel térnek el az átlagtól.



8. ábra: A válaszadók felelősség érzete a környezet állapotának romlásában

Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

		Átlag értékelés
Mennyire fontos az Ön számára a fenntarthatóság	1945 előtt (veterán)	3,83
	1946-1964 (baby boomer)	5,70
	1965-1979 (X gen)	5,24
	1980-1994 (Y gen)	5,59
	1995-2009 (Z gen)	5,66
Ön mennyire érzi úgy, hogy Önnek is felelőssége van a környezet állapotának romlásában?	1945 előtt (veterán)	3,67
	1946-1964 (baby boomer)	4,37
	1965-1979 (X gen)	4,52
	1980-1994 (Y gen)	5,00
	1995-2009 (Z gen)	4,58

9. ábra: Átlagos felelősség és fontosság érzet a fenntarthatóság iránt, generációnként

Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

A 10. ábra szerint nincs szignifikáns korreláció ($p=0.055$) a válaszadók kora, illetve aközött, hogy mennyire fontos a számukra a fenntarthatóság. Az ábra kitér a felelősség érzet és a kor kapcsolatára is, ami 0,095 korrelációs szinthez nem szignifikáns ($p=0.235$), így nincs jelentős összefüggés közöttük. Ugyanakkor szignifikáns korreláció ($p < 0.001$) látható aközött, hogy a megkérdezettek mennyire érzik fontosnak a környezettudatosságot, valamint mennyire érzik a környezet állapotának romlásában felelősnek magukat, a kapcsolat viszont továbbra is gyengének minősítendő, 0,324 korrelációs szint mellett.

Correlations				
		Mikor született	Mennyire fontos az Ön számára a fenntarthatóság	Ön mennyire érzi úgy, hogy Önnek is felelőssége van a környezet állapotának romlásában?
Mikor született	Pearson Correlation	1	,152	,095
	Sig. (2-tailed)		,055	,235
	N	160	160	160
Mennyire fontos az Ön számára a fenntarthatóság	Pearson Correlation	,152	1	,324**
	Sig. (2-tailed)	,055		<,001
	N	160	160	160
Ön mennyire érzi úgy, hogy Önnek is felelőssége van a környezet állapotának romlásában?	Pearson Correlation	,095	,324**	1
	Sig. (2-tailed)	,235	<,001	
	N	160	160	160

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

10. ábra: A fenntarthatóság fontosságának és felelősség érzetének, valamint az az életkor kapcsolata

Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

A 11. ábra szerint nincs szignifikáns korreláció ($p=0.570$) a megkérdezettek legmagasabb iskolai végzettsége, illetve aközött, hogy mennyire fontos a számukra a fenntarthatóság.

Correlations			
		Legmagasabb iskolai végzettsége	Mennyire fontos az Ön számára a fenntarthatóság
Legmagasabb iskolai végzettsége	Pearson Correlation	1	,045
	Sig. (2-tailed)		,570
	N	160	160
Mennyire fontos az Ön számára a fenntarthatóság	Pearson Correlation	,045	1
	Sig. (2-tailed)	,570	
	N	160	160

11. ábra: Legmagasabb iskolai végzettség és a fenntarthatóság fontosságának a kapcsolata

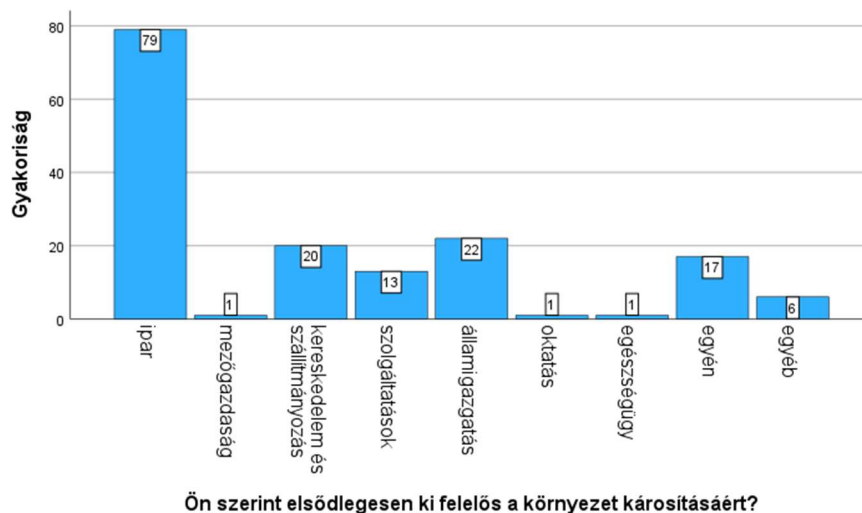
Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

7.4.1. Elsődleges felelősök

Kérdőív kérdés: Ön szerint ki felelős elsősorban a környezet károsításáért?

A 12. ábra összegzi, hogy a megkérdezettek szerint kik a felelősök elsősorban a környezet károsításáért. Az "ipart" a csoport közel fele, 49 százaléka választotta, míg a válaszadók másik fele szétszórva, csaknem azonos arányban jelölte a "kereskedelem és szállítmányozást" (12,5%), az "államigazgatást" (14%) és saját magukat, az "egyént" (11%). Észrevehető a következetesség a kitöltők válaszaiban, mivel 16 százalékuk nagyon felelősnek érzi magát (8. ábra) a környezet állapotának romlásában és a 12. ábrán 11 százalékuk szintén magukat tartják elsődleges felelősnek.

A mezőgazdaságra, oktatásra és egészségügyre elenyésző 0,6 százalékuk szavazott. Az "egyéb" válaszok között többnyire a "mindeki" szerepelt, tehát a felsorolt szereplőket ugyan olyan szinten felelősnek tartják.



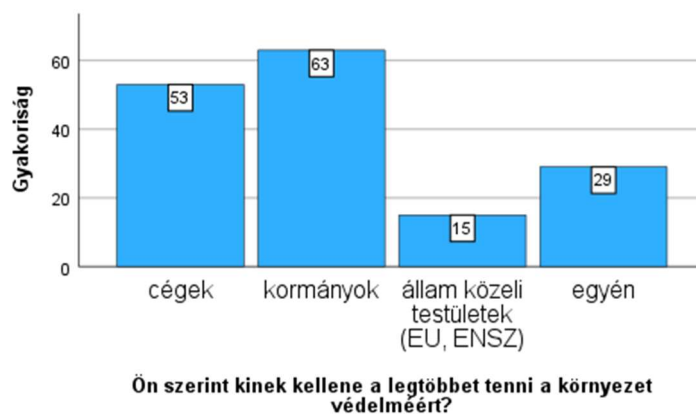
12. ábra: A megkérdezettek szerint kik a felelősök elsősorban a környezet károsításáért

Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

Kérdőív kérdés: Ön szerint kinek kellene a legtöbbet tennie a környezet védelméért?

A 13. ábráról kiderül, hogy a válaszadók 18 százaléka gondolja úgy, hogy az egyénnek kellene a legtöbbet tennie a környezet helyzetének javítása érdekében, ami szintén azt mutatja, hogy továbbra is konzekvensen jelölték válaszaikat.

A megkérdezettek 39 százaléka a kormányt, 33 százaléka a cégeket, illetve csupán 9 százaléka az államközeli testületeket (EU, ENSZ) tartja felelősnek, így a többség úgy véli, hogy elsőként az országon belül kellene szabályozásokat, rendeletek hoznia a Kormánynak a környezettudatosabb viselkedési forma eléréséhez. Valamint a cégek feladata, hogy a termékeik, szolgáltatásai környezetbarátok legyenek, vagy legalább támogassák az ilyesfajta kezdeményezéseket.



13. ábra: Kinek kellene a legtöbbet tenni a környezet védelméért?

Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

7.4.2. Egy főre jutó nettó jövedelem és a fenntarthatóság fontosságának kapcsolata

A 14. ábra mutatja a korreláció mértékét az egy főre jutó havi nettó jövedelem és a között, hogy a kitöltők milyen szinten tartják fontosnak a fenntarthatóságot. A 0,072-es korreláció szint gyenge kapcsolatnak minősíthető, valamint nem is szignifikáns ($p=0,363$). Így kijelenthető, hogy nincs összefüggés aközött, hogy valaki többet keres és, hogy mennyire környezetbarát. Továbbá szeretném megjegyezni, hogy egyelőre az került vizsgálatra, hogy az egyének számára mennyire fontos a fenntarthatóság, azonban, hogy a cselekedeteik mennyire igazolják a környezettudatosságukat azt a végső konklúzió fogja eldönteni.

Correlations			
		Mennyi az egy főre jutó havi nettó jövedelem?	Mennyire fontos az Ön számára a fenntarthatóság
Mennyi az egy főre jutó havi nettó jövedelem?	Pearson Correlation	1	,072
	Sig. (2-tailed)		,363
	N	160	160
Mennyire fontos az Ön számára a fenntarthatóság	Pearson Correlation	,072	1
	Sig. (2-tailed)	,363	
	N	160	160

14. ábra: Korreláció számítás: egy főre jutó havi nettó jövedelem – fenntarthatóság fontossága

Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

7.4.3. Asszociáció

Mire gondolnak az emberek, ha meghallják azt a szót, hogy fenntarthatóság? Ebben az alfejezetben erre keresem a válaszokat. A kérdőív több valószínűnek tűnő opciót is felsorolt, hogy mik azok a fogalmak, amikkel összekapcsolhatják a megkérdezettek a fenntarthatóságot.

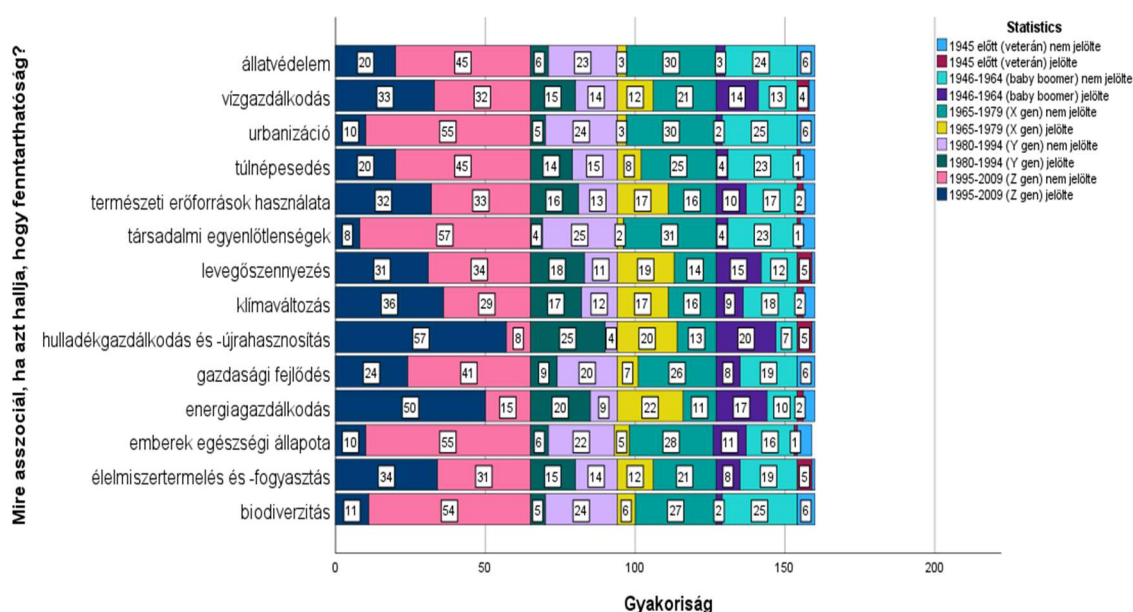
Kérdőív kérdés: Milyen témákra asszociál, ha azt hallja, hogy fenntartható fejlődés? (Több válasz is lehetséges)

Az eredményeket összegezve az alábbi 5 tényezőre asszociáltak a legtöbben (15. ábra):

1. Hulladékgazdálkodás és -újrahasznosítás (127/160 fő) – Az X gen kivételével az összes generáció túlnyomó többséggel jelölte meg ezt a választ. Az 1965-1979 között születettek 60-39 % arányban jelölték meg, a Baby boomer-be tartozók 74-26 százalékban, míg a többi csoport 80% felett. A Z generáció tagjai kimagasló 87 százalékban választották. Fontosnak tartom megemlíteni, hogy kétségtelenül ez az a téma, amire az összes generáció a legnagyobb arányban szavazott. Összességében, a megkérdezettek 79 százaléka kattintott rá.
2. Energiagazdálkodás (111/160 fő) – Ennél a pontnál az 1995-2009 között születettek szintén jól látható módon jelezték a téma fontosságát, valamint az Y-, X generáció és Baby boomer tagjai egyértelműen kulcsfontosságúnak vélik. Ellenben a Veteránok inkább tartják elhanyagolhatónak, mivel ők csupán 33,3-66,6 % megoszlásban jelölték. Egybevéve 69 százaléknak juttatta eszébe az energiagazdálkodást a fenntartható fejlődés.
3. Levegőszennyezés (88/160 fő) – A levegőszennyezés már megosztóbb, közel fele-fele arányban asszociáltak csak rá, pontosan 55%. Ez a fajta megosztottság hozzávetőlegesen generációnként is jelen van.
4. Klímaváltozás (81/160 fő) – Itt is megfigyelhető, hogy közel ugyan annyian jelölték-nem jelölték, azonban a Baby boomerek fordítva nyilvánítottak véleményt, közülük csak 33,3% gondolt elsőkörben a klímaváltozásra. Így végül a megkérdezettek 51 százaléka jelölte válaszként.

5. Vízgazdálkodás (78/160 fő) – Az X gen kivételével, akik 33,3-66,6 százalék arányban asszociáltak erre (is), a többi generáció szinte 50-50 százalékban jelölte válaszként.

Összességében, generációnként az Y gen jelölte a legtöbb választ (43%), ami nem jó vagy rossz, mindössze annyit jelent, hogy az ő számukra többértű a fenntartható fejlődés, szemben a többi korcsoporttal. Szorosan mögötte az 1995 és 2009 között születettek 41 százalékos válaszadással. A maradék három generáció egységesen 33 százalékban jelölt válaszokat. Az ábrát vizsgálva feltűnően hasonló megoszlásban szavazott a Z és Y generáció. Ez a fajta hasonlóság az X gen és a Baby boomerek között is megfigyelhető, bár nem annyira konzekvensen.



15. ábra: Mire asszociál, ha azt hallja, hogy fenntarthatóság, generációnként?

Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

7.4.4. Egyének gyakorlatai a környezet megóvása érdekében

Ebben a részben szeretném megvizsgálni, hogy a megkérdezettek, bevallásuk szerint mit tesznek a környezet állapotának megóvása érdekében. Az alábbi információkból már levonható néhány következtetés, arra vonatkozóan, hogy mekkora a hajlandóság a környezettudatosság iránt az egyes generációk esetében. Továbbá, hogy mennyire

következetesek a válaszadók, tekintetben miszerint környezetbarátnak vallják magukat, de a cselekedeteik alátámasztják ezt?

Kérdőív kérdés: Milyen módon látja lehetségesnek, hogy tegyen valamit a környezet állapotának megóvása érdekében? (Több válasz is lehetséges)

16. ábra mutatja a három legtöbbet jelölt opciót, a “szelektíven gyűjtöm a hulladékot” (131/160 fő), az “energiatakarékos izzókat használok / nem hagyom égve a villanyt” (121/160 fő), illetve a “nem pazarlom a vizet” (111/160 fő).

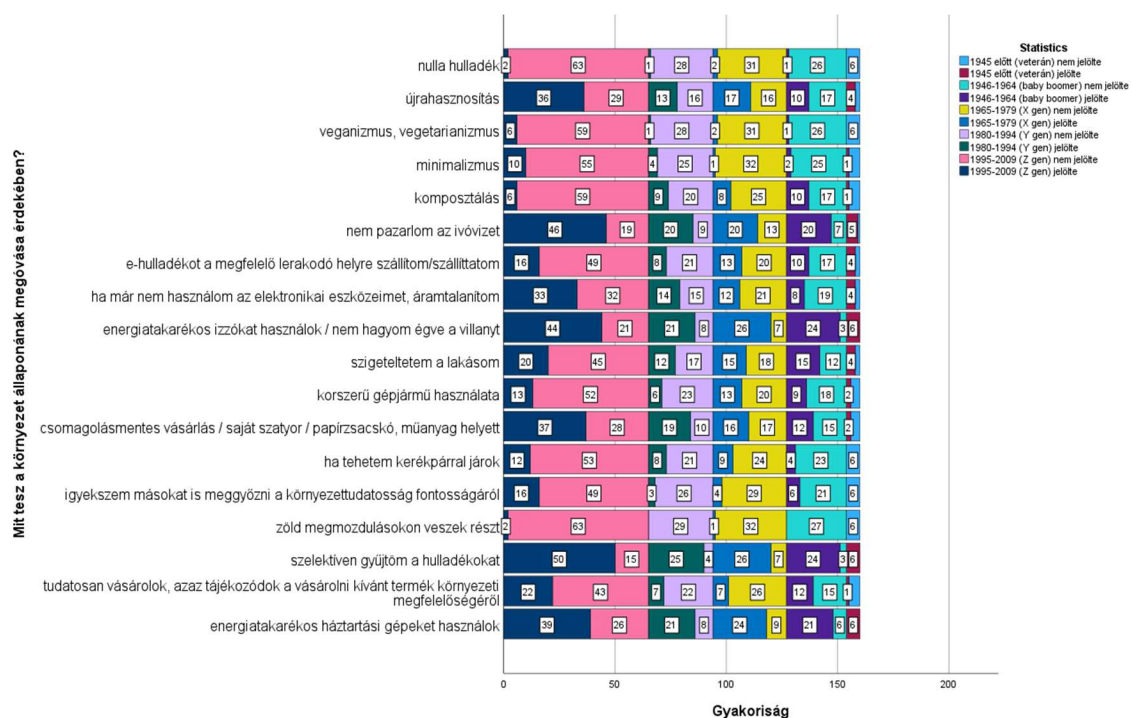
A szelektív hulladék gyűjtésnél, meglepő mód a Z gen a legkevésbé motivált (76%), mivel az összes többi generáció nagyobb arányban jelölte, mint környezettudatos cselekvése. A Baby boomerek 88 százaléka, míg a Veteránok közül mindenki, azaz 100 százaléka nyilatkozott úgy, hogy odafigyel a szelektív hulladék gyűjtésre.

A második legtöbbet jelölt válasznál, úgyszintén alulmaradtak az 1995-2009 között születettek (67%). Hasonló a sorrend az előzőhöz – Veteránok 100 százaléka, Baby boomerek 88 százaléka, X gen 78 százaléka és az Y gen 72 százaléka használ energiatakarékos izzókat / nem hagyja égve a villanyt.

Az ivóvíz pazarlásra a Veteránok 83 százaléka, Baby boomerek 74 százaléka, Z gen 70 százaléka, Y gen 68 százaléka, míg az X gen 60 százaléka figyel oda.

Mindemellett szeretném megjegyezni, hogy a legkevésbé jelölt válasz a “zöld megmozdulásokon veszk részt / szervezek”, itt csupán a megkérdezettek 2 százaléka állította, hogy részt szokott venni környezettudatos kezdeményezéseken (fa ültetés, szemét szedés), holott az ilyen események remek lehetőséget nyújtanak kapcsolatépítésekre, csapatépítésre.

A ”nulla hulladék”-ot a kérdőívet kitöltők 4 százaléka jelölte. Talán ez az a gyakorlat, ami a legtöbb tudatosságot igényli, mivel szinte már-már lehetetlen úgy vásárolni, hogy az adott termék ne legyen valamilyen műanyagba csomagolva, továbbá véleményem szerint ez a pont szorosan összekapcsolódik a komposztálással is, mivel a zöldség-gyümölcs azon részeit, amit kidobnánk a szemetesbe, ebben az esetben nem tehetnénk meg.



16. ábra: Mit tesz a környezet állapotának megóvása érdekében?

Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

7.4.5. Közlekedési forma

A közlekedés szintén egy sarkalatos kérdés a fenntarthatóságot tekintve, így szeretném megvizsgálni, hogy ennél a témánál mi befolyásolja jobban az embereket – a kényelem, a tudatosság vagy az anyagi helyzet. Elemezni fogom, hogy a megkérdezettek pénzügyi helyzete összefüggésbe hozható-e azzal, hogy mivel közlekednek, illetve vizsgálni fogom azt is, hogy generációnként milyen eltérések tapasztalhatók.

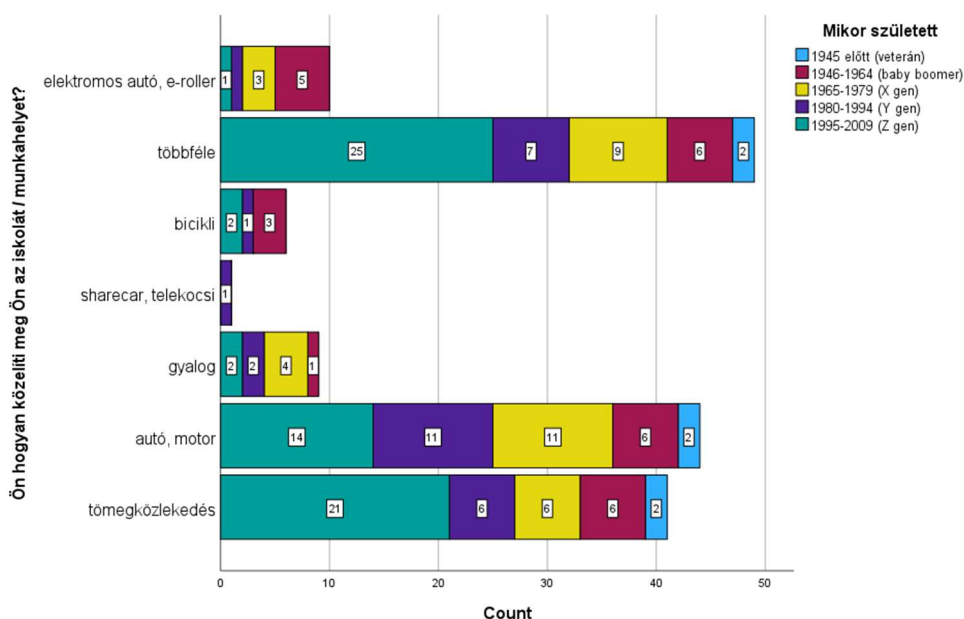
Kérdőív kérdés: Hogyan közelíti meg Ön az iskolát / munkahelyet? (Több válasz is lehetséges)

A kérdőívre érkezett válaszokat összesítettem és csoportosítottam, ezért eltérés tapasztalható a kérdőívben szerepelt válasz lehetőségek, illetve az alábbi ábrákon szereplő opciókkal.

A 17. ábrán látható, hogy az egyes generációk miként jutnak A-ból B-be. Érthető módon a válaszadók nagyobb része, pontosabban 31 százaléka többféle módon közlekedik, tehát

autóval, tömegközlekedéssel, biciklivel, telekocsival vagy akár gyalog (ez a kategória nem feltétlenül jelenti azt, hogy az előbb felsoroltak mindegyikét használja, csupán annyit takar, hogy legalább két különböző kategóriát jelölt meg). Ezt követően az „autó, motor”-t 27, míg szorosan utána a tömegközlekedést 25 százalék választotta. Váratlan eredményt hozott számomra a kimutatás, miszerint a kérdőívet kitöltők 6 százaléka jár elektromos autóval, illetve e-rollerrel, ezzel szemben biciklivel és sharecar-ral/telekocsival együttesen is csak 4 százalékuk. Továbbá megvizsgálva a kérdőívre érkezett információkat a sharecar-t külön, egy ember sem választotta, aminek elsődlegesen az lehet az oka, hogy jelenleg még nincs benne a köztudatban. Egy későbbi elemzésnél fog bebizonyosodni, hogy a megkérdezettek ismerik-e ezt a szolgáltatást és tudatosan nem választják vagy nem is tudnak erről a modern alternatíváról.

A generációk megoszlása, várt adatokat hozott – az Y és X gen többsége kizárólag autóval/motorral közlekedik, ellenben a Z-generáció szívesebben használ többféle járművet, a Baby boomerek pedig szinte ugyanolyan arányban jelölték a különböző válaszait.



17. ábra: Ön hogyan közelíti meg az iskolát / munkahelyet, generációnként?

Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

7.5. Környezettudatos mobil applikációk

A következő fejezetben kívánom elemezni a kérdőívet kitöltők ismeretét és véleményét a környezettudatosság jegyében készült mobil applikációkról.

7.5.1. *Mely környezetbarát mobil appot ismeri?*

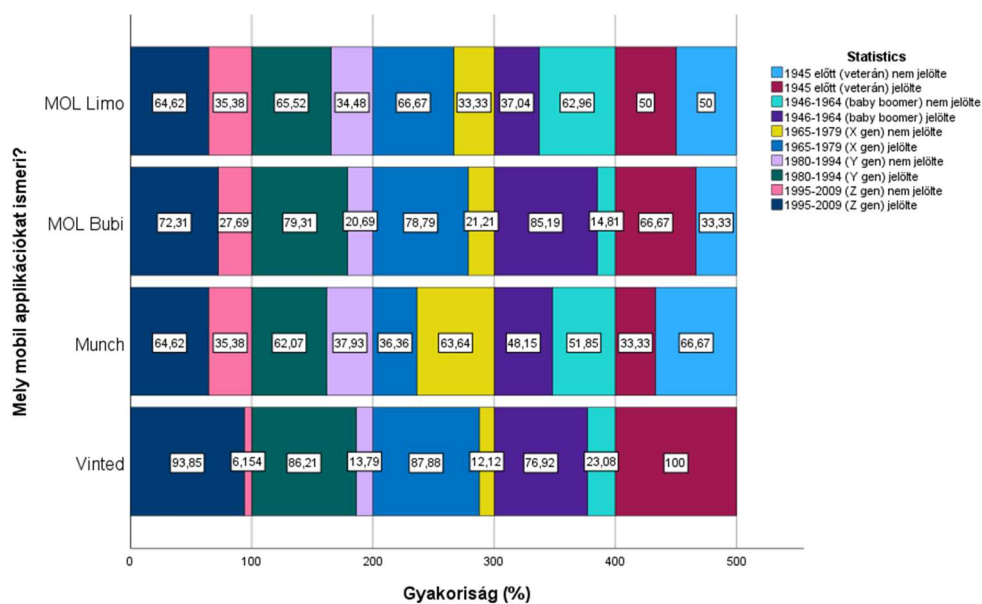
Kérdőív kérdés: Kérem jelölje be, azokat a fenntarthatóság jegyében készült mobil applikációkat, amelyekről már hallott. (Több válasz is lehetséges)

A 18. ábráról a következő információk olvashatóak le – Egyértelműen a Vinted a legismertebb mobil applikáció az alább felsoroltak közül. Véleményem szerint ez annak tudható be, hogy a használt ruhákat értékesítő cég hirdetései mindenhol jelen vannak – TV, újság, online reklám, influenszer ajánlások, voltaképpen azok is ismerik a tevékenységét, akiknek egyébként nem lenne releváns. A válaszadók mintegy 88 százaléka ismeri. Feltételezésemnek megfelelően a Z generáció tagjai magas létszámban tudnak a Vintedről, azonban nem várt információ volt, hogy a Veteránok 100 százaléka hallott már róla.

A Vintedet követi a MOL Bubi az ismeretségi listán, a válaszadók 77 százaléka nyilatkozott úgy, hogy ismeri. A magas választási arány annak lehet az eredménye, hogy a bicikli megosztó rendelkezik a legnagyobb múlttal a felsorolt applikációk közül Magyarországon, azonban promotálás hiányában, és a kizárólag budapesti elérhetősége miatt csúszott a második helyre.

A 7.4.5 pontomban írtakra reflektálva – a MOL Limo-ról, mint carsharing a megkérdezettek 60 százaléka hallott már, következésképp nem az ismeret hiánya okozza a nem használatát. Ennek a valódi indokának feltárásához további kutatások szükségesek.

A felmérésből kiderült, hogy a Munch a legkevésbé ismert környezetbarát mobil applikáció, bár még így is a válaszadók több, mint fele, 54 százaléka ismeri.



18. ábra: Környezettudatos appok ismerete, generációnként

Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

7.5.2. Milyen gyakran használja ezeket az applikációkat?

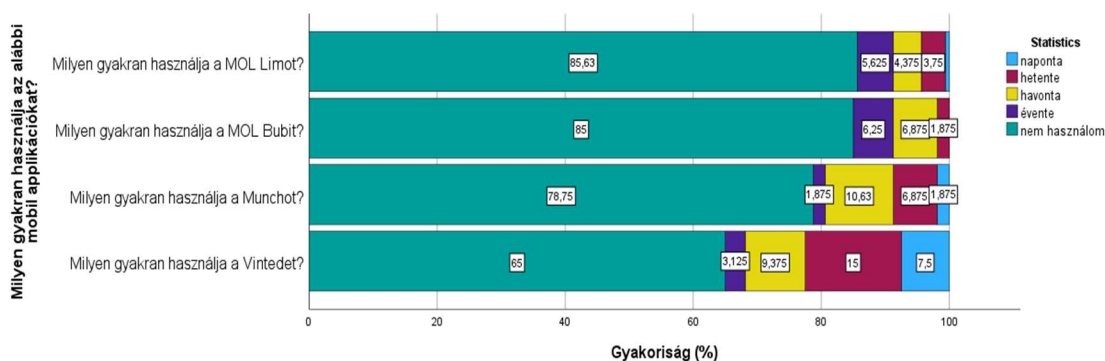
A 19. ábrán láthatjuk, hogy milyen gyakorisággal használják az egyes applikációkat az egyének. A szélsőséges eredmény azt sugallja, hogy a megkérdezettek nem feltétlenül befogadóak a környezet állapotának megóvása érdekében létrejött mobil applikációkkal kapcsolatban, mindazonáltal, hogy a kérdőív első részében környezetbarátként jellemezték magukat.

Az előző ponthoz hasonlóan, a Vinted az az applikáció, amit akár napi szinten is használnak a kérdőívet kitöltők. Összességében 35% nyilatkozott úgy, hogy valóban használja is.

Első ránézésre azt feltételezhetjük, hogy ellentmondás van a 19. és 17. ábra között a MOL Limo tekintetében, mivel a 7.4.5-ös pontban írtak szerint egy fő sem jelölte külön a sharecar-t a kérdőívben, mint közlekedési eszközt, ennek ellenére a 19-es képen azt látjuk, hogy időnként használják a megkérdezettek. Ennek oka, az lehet, hogy mindennapi használatra nem veszik igénybe, azonban alkalomadtán hasznosnak minősül.

A MOL Bubi ritka használatának indoka meglátásom szerint az, hogy főként Budapest belvárosi részén elérhetőek, így inkább egy program eszközeként tekintenek rá, mintsem közlekedési alternatívaként.

Annak ellenére, hogy a Munch alkalmazást ismerik a legkevésbé (mindössze 54%), elfogadható arányban, 21 százalékuk veszi igénybe a szolgáltatást.



19. ábra: A felsorolt mobil applikációk használatának gyakorisága

Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

7.5.3. Mi az oka, hogy kevesen veszik igénybe környezettudatos mobil applikációkat?

Szeretném feltárni, ebből adódóan a kérdőívemben is kitértem rá, hogy mi lehet az oka, hogy az emberek bár ismerik mégsem veszik igénybe a fenntarthatóság jegyében készült mobil alkalmazásokat.

Kérdőív kérdés: Ha nem használja, miért nem?

A mező nem volt kötelezően kitöltendő és saját szavas választ kellett beírni, így módon a megkérdezettek kicsit több, mint harmada nem is kívánt válaszolni.

A beérkezett válaszokat megvizsgáltam, csoportosítottam és a következő konklúzióra jutottam – a 160 megkérdezettből 106-an nyilvánítottak véleményt, a legtöbb egységes indok a “nincs rá szükségem / nem érdekel”, “saját autóval/biciklivel rendelkezem”. Véleményem szerint ezek szorosan összekapcsolódnak, mivel az a csoport akiknek van

saját tulajdonú gépjárműve/kerékpárja, nem feltétlenül teszi relevánssá a MOL Limo vagy Bubi használatát.

A válaszadók 56 százaléka nem a Fővárosban él, ennél fogva érthető, hogy 15 személy is arra hivatkozott, hogy nem elérhető a lakóhelyén a szolgáltatás (itt utalva a MOL Limo, Bubi és talán a Munch-ra is).

Nincs rá szükségem / nem érdekel	Nem elérhető a lakóhelyemen	Saját autóval / biciklivel rendelkezem	Nem ismertem	Tömegközle- kedéssel járok
40	15	13	7	5

5. táblázat: Miért nem használja ezeket a környezettudatos applikációkat?

Forrás: Saját szerkesztés, Excel

A válaszadók között szerepelt olyan, aki arra hivatkozott, hogy bonyolult számára az applikáció használata, nem tartja biztonságosnak a biciklivel való közlekedést Budapesten, nem tud vezetni/biciklizni, vagy nincs ideje ilyenekkel foglalkozni, ezen felül két válaszadó konkrétan kitért arra, hogy szívesebben használják a GreenGo-t, a MOL Limo helyett a kedvezőbb díj miatt.

A 20. ábra azt mutatja be, hogy a kérdőívet kitöltők környezettudatosnak ítélik-e meg ezeket az alkalmazásokat. Kétségtelenül úgy tartják, hogy hozzájárulnak a környezet állapotának fenntartásához, hiszen külön-külön is 65 % feletti igen szavazatot kaptak, továbbá két applikáció (Vinted 82,5 %, MOL Bubi 76,3%) az emberek több, mint három negyedét is meggyőzte. Ezzel szemben még sincs elegendő hajlandóság a megkérdezettekben arra, hogy alkalmazzák ezeket az appokat és így hozzájáruljanak a természet állapotának megóvásához.

	igen	nem	nem használok
Ön szerint hozzájárul a fenntarthatósághoz a Vinted?	82,5%	7,5%	10,0%
Ön szerint hozzájárul a fenntarthatósághoz a Munch?	67,5%	4,4%	28,1%
Ön szerint hozzájárul a fenntarthatósághoz a MOL Bubi?	76,3%	6,3%	17,5%
Ön szerint hozzájárul a fenntarthatósághoz a MOL Limo?	71,3%	9,4%	19,4%

20. ábra: Ön szerint hozzájárul a fenntarthatósághoz?

Forrás: Saját szerkesztés, SPSS

A kérdőív utolsó kérdése szintén egy szabadon kitölthető mező volt, amiben arról kérdeztem a válaszadókat, hogy miért gondolják/ vagy nem gondolják környezetbarát kezdeményezésnek az említett applikációkat.

Ez egy kötelezően kitöltendő rubrika volt, azonban így is akadtak, akik nem kívánták megosztani a véleményüket, 160 megkérdezettből 26 személy.

Összességében 6 negatívnak mondható válasz érkezett, amiből egyet kiemelnék és szó szerint idézem:

“Szerintem minden környezetvédő intézkedés egy üzlet amivel valaki gazdagszik és az igazi probléma orvosolatlanul marad.” (73. kitöltő, 2023)

Érthető a kitöltő gondolatmenete, azonban úgy gondolom, hogy ezek mögött az applikációk mögött valóban környezettudatos indítékok állnak, ennek eredményeképp segítenek a természet jelenlegi helyzetének legalább stagnálásában, ha nem is javítják.

A maradék 80 százalék egyértelműen úgy nyilatkozott, hogy ezek az applikációk hozzájárulnak a fenntarthatósághoz, kisebb-nagyobb mértékben.

8. ÖSSZEFOGLALÁS

Szeretném összegezni a szakdolgozatomban feltárt információkat, oly módon, hogy a bevezetőmben feltett kutatási kérdésekre kapott válaszaimat összegzem és levonom a konzekvenciát:

Az alábbi kutatási kérdéseimre megkaptam a választ:

- Mennyire tartják fontosnak a fenntarthatóságot az egyes generációk, illetve mennyire érzik felelősnek magukat a környezet állapotának romlásában?
- Mennyire befogadóak a különböző generációk az alternatív megoldásokra, valamint az ezt segítő környezettudatos alkalmazásokra?
- A Z generáció magasabb fokú érdeklődést mutat a fenntarthatóság iránt a többi generációval szemben, illetve elismerik a felelősségüket abban, hogy a természet jelenleg kritikus helyzetben van?

Az online kérdőívre érkezett válaszok alapján egyértelműen kijelenthető, hogy a megkérdezettek egyértelműen fontosnak tartják a fenntarthatóságot, mindemellett felelősnek is érzik magukat a környezet állapotának romlásában. Összességében a válaszadóknak átlagosan 5,50-es szinten lényeges a környezettudatosság, míg felelősnek átlagosan 4,57-es szinten tartják saját magukat, egy 7-es skálán. Generációnként a Baby Boomer korosztály, valamint a Z és Y gen számára a legfontosabb a fenntarthatóság, viszonylag a középérték felett, kerekítve 6-os szinten. Az X generáció tagjainak ~5-ös szinten, továbbá a Veteránok érzik legkevésbé fontosnak, átlag alatti érték jött ki az ő véleményeik alapján, mindössze ~4-es szintre értékelték. A felelősség érzetük a generációknak már egysíkúbb, mivel a három legfiatalabb generáció, kerekítve 5-ös szintre értékelte, ami így a középérték felett helyezkedik el. Az 1965 előtt születettek kevesebb felelősséget (~4) éreznek magukban a környezet állapotának romlásában.

A második kutatási kérdésemre már nem ennyire evidens a válasz, mivel a megkérdezettek többsége ismeri a környezettudatos mobil applikációkat, illetve úgy gondolja, hogy hozzájárulnak egy fenntarthatóbb világhoz, ennek ellenére a mindennapokban nem használja, esetleg alkalomadtán igénybe veszi az általuk kínált szolgáltatásokat. Sok olyan indok érkezett, ami arra utalt, hogy azért nem használják az

alternatív közlekedési lehetőségeket, mert a lakóhelyükön nem elérhető. Amennyiben a cég kiterjesztené az egész országra a szolgáltatásait, növekvő tendenciát mutatna a kihasználtsága ezeknek az applikációknak, ily módon a természet állapota is javulhatna. A Vinted teljes lefedettséggel elérhető az országban, illetve a Munch sem csak Budapesten és vonzáskörzetében elérhető, így szemmel láthatóan nagyobb létszámban használják ezeket az appokat, annak ellenére, hogy az ételek pazarlása ellen létrejött Munch a legkevesbé ismert a négy mobil applikáció közül.

A szakdolgozatom harmadik kutatási kérdését két részre bontva kívánom megválaszolni: A Z generáció magasabb fokú érdeklődést mutat a fenntarthatóság iránt? – a kutatási eredményeim nem bizonyították be egyértelműen ennek a valóságát. Fontosnak tartom továbbá megjegyezni, hogy a Z generációt mindenképp mélyrehatóan foglalkoztatja a fenntartható fejlődés, mindazonáltal nem kimutatható a kimagasló eltérés a többi generációhoz képest, a kapott információk szerint.

A Z generáció tagjai elismerik a felelősségüket abban, hogy a természet jelenleg kritikus helyzetben van? – az online kérdőívemre érkezett adatok alapján úgy gondolom igen, mivel a Z generáció összességében az átlagon felül értékelte a felelősségét, ezzel akceptálva azt.

Konklúzióként elmondható, hogy az emberek tudatában már ott van a fenntartható fejlődés gondolata, azonban a mindennapi gyakorlataikban még nem szerepel. Ennek érdekében megfontolandó lenne már óvodában el kezdeni hangsúlyozni a környezettudatosság fontosságát, például megtanítani a kisgyerekeket a szelektív hulladékgyűjtésre, majd később az iskolában elmélyíteni ezt a tudást. Ennek következtében be tudna épülni a hétköznapi rutinjába, így csökkentve a káros hatásokat a természetre.

A témám további kutatásokra szorul, hogy felderítsem milyen motiváló tényezők befolyásolhatják az embereket arra, hogy igénybe is vegyék a környezettudatos mobil applikációkat. Meglátásom szerint elsősorban nagyobb mértékű promótálásra lenne szükség. Emellett jó marketingfogásnak gondolnám, hogy ezek az applikációk hirdessenek meg különböző kihívásokat a felhasználók számára, amelyek teljesítésével kedvezményekben részesülhetnek, ezzel ösztönözve gyakoribb használatukat.

IRODALOMJEGYZÉK

1. Ahmed, S., Stewart, A., Smith, E., Warne, T., & Byker Shanks, C. (2021). Consumer perceptions, behaviors, and knowledge of food waste in a rural American state. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 5, 734785.
2. Bluszcz, A. (2016). Classification of the European Union member states according to the relative level of sustainable development. *Quality & Quantity*, 50, 2591-2605.
3. Bluszcz, A., & Manowska, A. (2020). Differentiation of the level of sustainable development of energy markets in the European Union countries. *Energies*, 13(18), 4882.
4. Çimşir, B. T., & Uzunboylu, H. (2019). Awareness training for sustainable development: Development, implementation and evaluation of a mobile application. *Sustainability*, 11(3), 611.
5. Costain, C., Ardron, C., & Habib, K. N. (2012). Synopsis of users' behaviour of a carsharing program: A case study in Toronto. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 46(3), 421-434.
6. Czakó, K., Szabó, K., Tóth, M., & Fekete, D. (2019). Differences, Constraints and Key Elements of Providing Local Sharing Economy Services in Different-Sized Cities: A Hungarian Case. *Resources*, 8(3), 147.
7. Eckert, E., & Kovalevska, O. (2021). Sustainability in the European Union: Analyzing the discourse of the European green deal. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(2), 80.
8. Furnémont, M. (2023). What are consumers' perceptions towards the consumption of second-hand new luxury fashion?.
9. Hoffman, M., Schenck, C. J., & Herbst, F. (2022). Exploring the Intersection Where Business Models, a Circular Economy and Sustainability Meet in the Waste Economy: A Scoping Review. *Sustainability*, 14(6), 3687.
10. Isensee, C., Teuteberg, F., & Griesse, K. M. (2022). Exploring the use of mobile apps for fostering sustainability-oriented corporate culture: A qualitative analysis. *Sustainability*, 14(12), 7380.

11. Lopez, C., & Ouattara, F. (2021). Customer engagement in second-hand fashion marketplaces after the pandemic.
12. Martín Martín, J. M., Calvo Martínez, S., Guaita Martínez, J. M., & Ribeiro Soriano, D. E. (2022). Qualitative analysis on the driving force behind upcycling practices associated with mobile applications: Circular economy perspective. *Operations Management Research*, 15(3-4), 647-661.
13. Martos Crespi, C. (2021). A study of the internationalization strategies of the new business models in the fashion industry: second-hand, rental, subscription and interchange.
14. Mavlutova, I., Kuzmina, J., Uvarova, I., Atstaja, D., Lesinskis, K., Mikelsons, E., & Brizga, J. (2021). Does car sharing contribute to urban sustainability from user-motivation perspectives?. *Sustainability*, 13(19), 10588.
15. Michalowska, J., McColl, J., & Canning, C. (2023). Vintage fashion consumption as a sustainable choice. In *Pioneering New Perspectives in the Fashion Industry: Disruption, Diversity and Sustainable Innovation* (pp. 205-213). Emerald Publishing Limited.
16. Musiał, W., Ziolo, M., Luty, L., & Musiał, K. (2021). Energy policy of European Union member states in the context of renewable energy sources development. *Energies*, 14(10), 2864.
17. Palomo-Domínguez, I., Elías-Zambrano, R., & Álvarez-Rodríguez, V. (2023). Gen Z's Motivations towards Sustainable Fashion and Eco-Friendly Brand Attributes: The Case of Vinted. *Sustainability*, 15(11), 8753.
18. Péter E., Németh K. (2023). A kiskereskedelmi darwinizmus – lépések körkörös fogyasztás felé. A zöld üzleti gondolkodás és a zöld marketing lehetőségei. *Savaria University Press ISBN: 978-615-6489-23-4*
19. Safdar, M., Jamal, A., Al-Ahmadi, H. M., Rahman, M. T., & Almoshaogeh, M. (2022). Analysis of the influential factors towards adoption of car-sharing: a case study of a megacity in a developing country. *Sustainability*, 14(5), 2778.
20. Salvioni, D. M., & Almici, A. (2020). Transitioning toward a circular economy: The impact of stakeholder engagement on sustainability culture. *Sustainability*, 12(20), 8641.

21. Seres Z. (2019.) Környezeti szemléletformálás – A fenntarthatóság témakörének feldolgozási módszerei és eszközei a földrajztanításban. *Új pedagógiai szemle*, 69. évfolyam, 2019/9-10
22. Thyberg, K. L., & Tonjes, D. J. (2016). Drivers of food waste and their implications for sustainable policy development. *Resources, Conservation and Recycling*, 106, 110-123.
23. Vogt, M., & Weber, C. (2019). Current challenges to the concept of sustainability. *Global Sustainability*, 2, e4.
24. White, M. A. (2013). Sustainability: I know it when I see it. *Ecological Economics*, 86, 213-217.

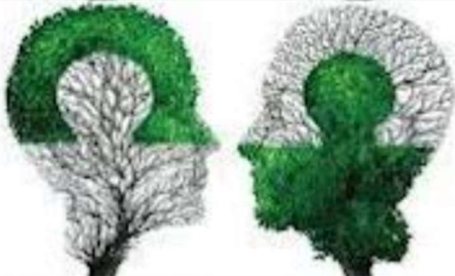
Elektronikus hivatkozások:

Megosztásos gazdaság. Forsense 2020.01.26. (Utolsó letöltés: 2023.11.26.)
<https://www.forsense.hu/megosztasos-gazdasag/>

MELLÉKLETEK

Online kérdőív – Saját szerkesztés

Kérdések Válaszok 160 Beállítások



Mobil appok a környezettudatosságért

Tisztelt Kitöltő,

A Szakdolgozatom elkészítéséhez szeretném a segítségét kérni.
A kérdőívem célja, hogy megvizsgáljam az egyes generációk környezettudatosság iránti hajlandóságát, valamint felmérjem azon mobil applikációk szerepvállalását, amelyek a fenntarthatóság nevében készültek. Ha Ön nem használ ilyesfajta appokat, kérem, ebben az esetben is szánjon rá néhány percet.

A kitöltés teljesen anonim módon zajlik, az adatok kizárólag kutatási célra kerülnek felhasználásra.
A kérdőív körülbelül 7-9 percet vesz igénybe.

Előre is köszönöm a kitöltést.

Az Ön neve *

- ☐ Nő
- ☐ Férfi
- ☐ Nem szeretnék válaszolni
- ☐ Egyéb...

Mikor született? *

- ☐ 1945 előtt (veterán)
- ☐ 1946 – 1964 (baby boomer)
- ☐ 1965 – 1979 (X generáció)
- ☐ 1980 – 1994 (Y generáció)
- ☐ 1995 – 2009 (Z generáció)

Az Ön lakhelye Magyarországon *

- ☐ Főváros
- ☐ Megyeszékhely
- ☐ Város
- ☐ Falu / Község
- ☐ Külföldön élek
- ☐ Egyéb...

Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége *

- ☐ 8 általános
- ☐ Szakmunkásképző, szakiskola
- ☐ Érettségi
- ☐ OKJ szakvégzettség
- ☐ BSc
- ☐ MSc
- ☐ PhD
- ☐ Egyéb...

Az Ön foglalkozása *

- ☐ Tanuló
- ☐ Alkalmazott
- ☐ Vállalkozó
- ☐ Nyugdíjas
- ☐ Munkanélküli
- ☐ Egyéb...

Hányan élnek egy háztartásban, Önt is beleértve? *

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3 - 4
- ☐ 5 vagy annál többen

Mekkora az egy főre jutó nettó havi jövedelme? *

- ☐ 150 000 Ft alatt
- ☐ 151 000 - 200 000 Ft
- ☐ 201 000 - 350 000 Ft
- ☐ 351 000 - 500 000 Ft
- ☐ 501 000 - 750 000 Ft
- ☐ 751 000 Ft felett
- ☐ Nem szeretnék válaszolni
- ☐ Egyéb...

Hogyan értékeli az anyagi helyzetét? *

- ☐ Nélkülözöm
- ☐ Elegendő a havi jövedelmem
- ☐ Egy kisebb összeget félre tudok tenni havonta
- ☐ Tetemesebb megtakarítással rendelkezem
- ☐ Nem szeretnék válaszolni

Mennyire fontos az Ön számára a fenntarthatóság? *

- | | | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| Egyáltalán nem fontos | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | Rendkívül fontos |

Ön szerint ki felelős elsősorban a környezet károsításáért? *

- ☐ Ipar
- ☐ Mezőgazdaság
- ☐ Kereskedelem és szállítmányozás
- ☐ Szolgáltatások
- ☐ Államigazgatás
- ☐ Oktatás
- ☐ Egészségügy
- ☐ Egyén
- ☐ Egyéb...

Ön szerint kinek kellene a legtöbbet tennie a környezet védelméért? *

- ☐ Cégek
- ☐ Kormányok
- ☐ Államközeli testületek (pl.: EU, ENSZ)
- ☐ Egyéni fogyasztók
- ☐ Egyéb...

Ön mennyire érzi úgy, hogy Önnek is van felelőssége a környezet állapotának romlásában? *

- | | | | | | | | | |
|----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| Egyáltalán nem | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | Nagyon |

Milyen témákra asszociál, ha azt hallja, hogy fenntartható fejlődés? (Több válasz is lehetséges)

- ☐ Biodiverzitás
- ☐ Élelmiszertermelés és -fogyasztás
- ☐ Emberek egészségi állapota
- ☐ Energiagazdálkodás
- ☐ Gazdasági fejlődés
- ☐ Hulladékgazdálkodás- újrahasznosítás
- ☐ Klímaváltozás
- ☐ Levegőszennyezés
- ☐ Társadalmi egyenlőtlenségek
- ☐ Természeti erőforrások használata
- ☐ Túlnépesedés
- ☐ Urbanizmus
- ☐ Vízgazdálkodás
- ☐ Állatvédelem

Milyen módon látja lehetségesnek, hogy tegyen valamit a környezet állapotának megóvása érdekében? (Több válasz is lehetséges) *

- ☐ Energiatakarékos háztartási gépeket használok
- ☐ Tudatosan vásárlók, azaz tájékozódok a vásárolni kívánt termék környezeti megfelelőségéről
- ☐ Szelektíven gyűjtöm a hulladékokat
- ☐ Zöld megmozdulásokon veszek részt / szervezek
- ☐ Igyekszem másokat is meggyőzni a környezet védelmének fontosságáról
- ☐ Ha tehetem kerékpárral járok munkába/iskolába/boltba
- ☐ Csomagolás mentes vásárlás / saját szatyor / papírzacskó, műanyag helyett
- ☐ Korszerű gépjármű használata
- ☐ Szigeteltetem a lakásom / házam
- ☐ Energiatakarékos izzókat használok / Nem hagyom égve a villanyt
- ☐ Ha már nem használom az elektronikai eszközeimet (pl.: TV), áramtalanítom azokat
- ☐ E-hulladékot a megfelelő lerakódó helyre szállítom / szállíttatom
- ☐ Nem pazarlom az ivóvizet
- ☐ Komposztálás
- ☐ Minimalizmus
- ☐ Veganizmus, Vegetarianizmus
- ☐ Újrahasznosítás
- ☐ Nulla hulladék
- ☐ Egyéb...

Hogyan közelíti meg Ön az iskolát / munkahelyet? (Több válasz is lehetséges) *

- ☐ Benzines/dízeles autó; motor
- ☐ Bicikli
- ☐ Busz
- ☐ Elektromos autó
- ☐ HÉV/vonat
- ☐ Telekocsi
- ☐ Villamos/Metro/Trolibusz
- ☐ Sharecar
- ☐ Gyalog
- ☐ Egyéb...

Kérem jelölje be, azokat a fenntarthatóság jegyében készült mobil applikációkat, amelyekről már hallott. (Több válasz is lehetséges) *

- ☐ Vinted - Új és használt ruhák értékesítése kedvező áron
- ☐ Munch - Még jó minőségű étel(csomagok) kedvezményes értékesítése
- ☐ MOL Bubi - Bicikli bérlet -környezettudatos, gyors alternatíva a belvárosi közlekedésben
- ☐ MOL Limo - Közösségi autózás Budapesten – autómegosztó szolgáltatás
- ☐ Lime - Elektromos roller bérlet
- ☐ Rakun dobozközösség - Acél dobozban viheted/rendelheted házhoz az ételt a rendszerhez csatlakozott v...
- ☐ Egyéb...

Mit gondol az alábbi mobil applikációról? *

	Használok	Ismerem, de nem ...	Nem hallottamról...	Nem hallottamról...
Vinted	☐	☐	☐	☐
Munch	☐	☐	☐	☐
MOL Bubi	☐	☐	☐	☐
MOL Limo	☐	☐	☐	☐
Lime	☐	☐	☐	☐
Rakun dobozközös...	☐	☐	☐	☐

Milyen gyakran használja az alábbi mobil appokat? *

	Naponta	Hetente	Havonta	Évente	Nem használom
Vinted	☐	☐	☐	☐	☐
Munch	☐	☐	☐	☐	☐
MOL Bubi	☐	☐	☐	☐	☐
MOL Limo	☐	☐	☐	☐	☐
Lime	☐	☐	☐	☐	☐
Rakun dobozkö...	☐	☐	☐	☐	☐

Ha nem használja, miért nem?

Hosszú szöveges válasz

Ön szerint az alább felsorolt applikációk hozzájárulnak a fenntarthatósághoz? *

	Igen	Nem	Nem ismerem
Vinted	☐	☐	☐
Munch	☐	☐	☐
MOL Bubi	☐	☐	☐
MOL Limo	☐	☐	☐
Lime	☐	☐	☐
Rakun dobozközösség	☐	☐	☐

Mit gondol a fent felsorolt mobil applikációk miatt /vagy miért nem járulnak hozzá a fenntarthatósághoz? *

Hosszú szöveges válasz

TARTALMI KIVONAT

Mobil applikációkkal a környezettudatosságért című szakdolgozat első része a fenntarthatóságról, mint fogalomról ír, továbbá a szorosan hozzákapcsolódó gazdasági modellekről. Ezt követően a kiválasztott négy mobil alkalmazás bemutatása olvasható, végül a kutatási eredmények. A szakdolgozat fő célja, hogy elemezze és értékelje az egyes generációk fenntarthatóság iránti hajlandóságát, valamint a felelősségvállalásukat a környezet állapotának romlásában. Mindemellett vizsgálja, hogy a korosztályok milyen szinten befogadóak a környezettudatosság jegyében készült applikációkra. Ezenfelül kutatja, hogy a Z generáció magasabb fokú érdeklődést mutat a fenntarthatóság iránt a többi generációval szemben, és elismerik a felelősségüket-e abban, hogy a természet jelenleg kritikus helyzetben van – a mű végén megválaszolásra kerülnek a kérdések, a kutatási eredmények végett. A dolgozat összegzi a kérdőívet kitöltők véleményeit, meglátásait.

SUMMARY

The first part of the thesis entitled „Mobile Applications for Environmental Awareness”, introduces the concept of sustainability and the economic models that are closely linked to it. This is followed by presenting the four selected mobile applications and finally concluding the research. The main objective of the thesis is to analyse and assess the willingness of different generations to embrace sustainability and take responsibility for environmental degradation. In addition, it examines the level of receptiveness of the age groups to applications that have been designed with environmental sustainability in mind. It also explores whether Generation Z has a higher interest in sustainability than other generations, and whether they recognise their responsibility for the critical state of nature – questions that will be answered at the end of the work, along with the research findings. The paper summarises the opinions and perceptions of those who completed the questionnaire.