

Néhány társadalmi és élelmiszer-pazarlási (fogyasztási) döntés vizsgálata a járvány időszakában és napjaink gazdasági krízisének árnyékában 2.

Examination of some social and food waste (consumption) decisions during the epidemic period and in the shadow of today's economic crisis 2.

HUSZKA PÉTER

PhD, egyetemi docens, Széchenyi István Egyetem, huszkap@sze.hu

HUSZKA FANNI DORINA

Bsc hallgató, szervező, Budapesti Műszaki Egyetem, huszkap@sze.hu

Absztrakt

A Covid-19 világjárvány és napjaink energiakrízise rengette meg az egész világot, és rendkívüli helyzet elé állította az egészségügyet, a társadalmat, és rendkívül módon megviselte az egyént is. Minderre is tekintettel a vásárlói magatartás századunkban átalakuláson megy keresztül, hiszen hiába a gondosan megtervezett marketingtevékenység, a körültekintő szemlélet, ha egy előre nem látható világjárvány, vagy a 2022-ben kirobbant orosz-ukrán háború keresztülhúz minden addig megtervezett és gondosan felépített termelési folyamatot. Napjaink gazdasági válsága, a világszerte tapasztalható bizonytalanság megváltoztatta az emberek gondolkodását, és igényeit. Mindezek miatt fontos feltérképezni azt, hogy mit gondolnak az emberek a jelenről, milyen elképzelésük van a közeljövőről. Jelen tanulmány közel 700 válaszadó véleményét tükrözve feltárja néhány társadalmi és élelmiszer-pazarlási döntés tekintetében azokat az összefüggéseket, amelyek a járvány időszakában és az energiaválság következtében megváltoztak, megváltozhattak. A tanulmány egy áttekintés, ami egy nemzetközi publikáció megalapozását szolgálja.

Kulcsszavak: infláció, gazdasági krízis, élelmiszer-pazarlás, fogyasztói magatartás

Abstract

The Covid-19 pandemic and today's energy crisis shook the whole world and put health care and society in an extraordinary situation, and it took an extraordinary toll on the individual as well. Taking all of this into account, customer behavior is undergoing a transformation in our century, since carefully planned marketing activities and a prudent approach are in vain if an unforeseen pandemic or the Russian-Ukrainian war that broke out in 2022 pulls through all the previously planned and carefully constructed production processes. Today's economic crisis and the uncertainty experienced worldwide have changed people's thinking and needs. Because of all this, it is important to map what people think about the present and what they envision for the near future. Reflecting the opinions of nearly 700 respondents, this study reveals the relationships that have changed or may have changed during the epidemic period and as a result of the energy crisis with regard to some community and food waste decisions. The study is a review that serves as the basis for an international publication.

Keywords: inflation, economic crisis, food waste, consumer behavior

1. Bevezetés

A XX. század világméretű kríziseit követően (a két világháború borzalmas pusztítása után, az 1970-es évek olajválságának árnyékában) sokan vélekedtek úgy Európában és a világ fejlettebb régióiban, hogy egy csendes, nyugodt időszak következik a világ eme területein. A XX. század ezen évtizedeiben egy viszonylagos gazdasági, társadalmi és pénzügyi stabilitás mutatkozott az ún. nyugatnak mondott országokban, de még a kelet-európai országokban is. Társadalmi változások persze zajlottak, hiszen például megszűnt, felbomlott a Szovjetunió, és a keleti blokk országai is „nyugatiasodtak”, és ott is a piacgazdaság, a verseny vált a piac mozgatórugójává.

A viszonylagos társadalmi – politikai egyensúly és gazdasági jólét nyugalmát dülta fel immáron a XXI. században az ikertornyok elleni merénylet, vagy a Lehman Brothers csődje, ami az Egyesült Államok történetének legnagyobb banksődje volt, és komoly szerepet játszott a 2007-2008-as pénzügyi válság napvilágra kerülésében. A csődöt követően a globális piacok azonnal zuhanásba kezdtek, a nemzeti valuták több térségben leértékelték, magasra tört az infláció és a munkanélküliség. De mintha ez a rossz kezdés csupán jelzésül szolgált volna a közelgő apokalipszisre. A fertőző betegségek, amelyek a történelem során mindig jelen voltak az emberek életében, egy újabb szintre léptek, ami hatással volt a világgazdaságra is. A 2020. március 11-én az Egészségügyi Világszervezet által globális járvánnyá nyilvánított koronavírus ugyanis világszerte súlyos gazdasági károkat okozott, kihatással volt nemcsak a nemzetgazdaságokra, hanem az emberek mindennapjaira is a munkahelyek tömeges megszűnése által (GRUESO-HINESTROZA et al., 2022). Számos gazdasági ágazatot, mint például a turizmust, a vendéglátást vagy a kiskereskedelmet a válság súlyosabban érintett (NAYAK et al., 2020).

Napjainkban elsősorban az energiaválság miatt a fizetőképes kereslet visszaesése van kibontakozóban, a vállalatok számára így elengedhetetlen a fogyasztói igények változásának pontos ismerete, például magasabb ár-érték arány hangsúlyozása, vagy a kisebb kiszerezésű termékek forgalmazása, így az élelmiszer-pazarlás elkerülése.

A vásárlói magatartás századunkban átalakuláson megy keresztül, hiszen hiába a gondosan megtervezett marketingtevékenység, a körültekintő szemlélet, ha egy előre nem látható világjárvány, vagy a 2022-ben kirobbant orosz-ukrán háború keresztülhúz minden addig megtervezett és gondosan felépített termelési folyamatot (HUSZKA F. – HUSZKA P., 2022).

Jelen tanulmány közel 700 válaszadó véleményét tükrözve feltárja néhány gazdasági és élelmiszer-pazarlási döntés tekintetében azokat az összefüggéseket, amelyek a járvány időszakában és a kezdődő energiaválság következtében megváltoztak, megváltozhattak. A tanulmány egy áttekintés, ami egy nemzetközi publikáció megalapozását szolgálja. Reméljük, hogy felmérésünk alapul szolgálhat a pandémiás és jelen gazdasági krízist követő időszak további kutatásaihoz.

Az adatok kiértékelésére az SPSS matematikai-statisztikai programot használtuk.

2. Irodalmi áttekintés és módszertan

A fogyasztói magatartás vizsgálatának szükségszerűsége – az élelmiszer-pazarlás problémája
Napjaink sokszor hedonista életvitelt folytató társadalmában párhuzamosan van jelen a gazdagság és a szegénység, a takarékoskodás és a pazarlás. Ezekre a kettősségekre próbálnak választ adni a különböző fogyasztói magatartási elméletek.

A fogyasztói magatartás bonyolult rendszerében racionális és irracionális döntések sorozata figyelhető meg (KOTLER, 2000). A fogyasztói magatartás, a vásárlási döntések kutatása, megértése egy folyamat, mert a fogyasztókat érintő impulzusok állandóan változnak és ezzel párhuzamosan a fogyasztók is más-más „választ adnak”, azaz változtatnak vásárlási-fogyasztási magatartásaikon. Az első fogyasztói magatartáselméletek közgazdasági alapokból

fejlődtek ki az 1900-as évek elején. Ezzel szemben a modern marketing a fogyasztót állítja a középpontba, e felfogás szerint a közgazdasági megfontolások már kevésbé játszanak fontos szerepet a vásárlói döntések meghozatalában.

A rendszerváltást követően a gazdaság szinte minden területén változások sorozata indult el. Az élelmiszeripar és a kereskedelem is ezen rendkívül gyorsan fejlődő és átalakuló területek közé tartozott. A piacgazdaság kiépülésével párhuzamosan hatalmas és bőséges áruválaszték alakult ki az üzletek polcain, és megjelentek az áruházláncok, a hiper- és szupermarketek. A bőséges áruválaszték a választás szabadságát adta a fogyasztóknak (árubőség) (HUSZKA et al., 2020).

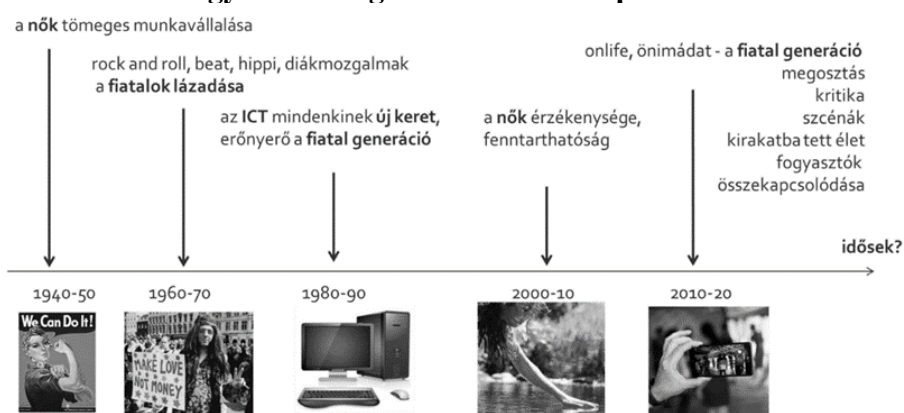
A globalizáció, a felgyorsult életvitel következtében ugyanakkor napjainkban a termelő vállalatok számára nem elegendő a piac általános ismerete, ennél sokkal fontosabb a piacot alkotó vásárlók meghatározott csoportjainak, szegmenseinek megismerése (HOFMEISTER – TÖRŐCSIK, 1996). Azonban az utóbbi évek gyakorlata alapján az is nyilvánvalóvá vált, hogy a hagyományos csoportosítási módszerek, mint a nem, életkor stb. már nem adnak elegendő magyarázatot a vásárlási szokásokra, és a fogyasztó megismeréséhez sem elegendőek.

A XXI. században a vásárlók számára egyre fontosabbá válnak olyan fogalmak, mint a fenntarthatóság, a tudatosság, az egészség és környezettudatosság, vagy akár az élelmiszerbiztonság. Új szegmensek, új fogyasztói csoportok jelentek meg, mint például a LOHAS fogyasztói csoport. A Lifestyles of Health and Sustainability (azaz egészség- és környezettudatos vásárlók csoportja) azt a csoportot jelöli, akik egészség- és környezettudatosak, nagy hangsúlyt fektetnek a személyiség fejlesztésére, a fenntartható életre és a szociális igazságosságra is.

A fogyasztói társadalmat, mint fogalmat gyakran használják (TÖRŐCSIK – SZŰCS, 2022). Sokan úgy értelmezik, hogy a mai ember helyét a társadalomban annak fogyasztása határozza meg, (ismert az a mondás is, miszerint: az vagy, amit megeszel). A hedonizmus, a túlfogyasztás azonban még napjainkban is megfigyelhető, és ezzel párhuzamosan – akkor, amikor a világban százezrek éheznek és halnak éhen vagy szomjan – újból fókuszba kerülnek olyan fogalmak, mint a presztízsfogyasztás, vagy akár pazarló fogyasztás. A fogyasztói magatartás és a vásárlási döntések kutatása, megértése – mint ahogy azt a fent említett szerzők rávilágítottak – egy „izgalmas felfedező út, aminek nincs vége” (TÖRŐCSIK – SZŰCS, 2022:26). Ezt az állandóan megújuló, új kutatási eredményekre ösztönző változást mutatják be e szerzők könyvükben, és ezt szemléltetjük mi is az 1. ábrán.

1. ábra

A fogyasztói magatartás változási periódusai



Forrás: (TÖRŐCSIK – SZŰCS, 2022:26)

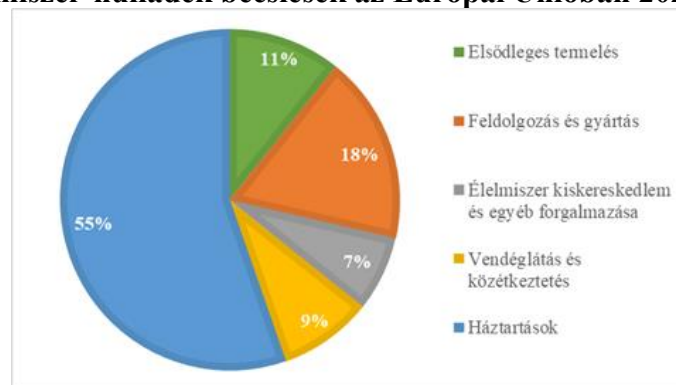
A 2020 tavaszán hazánkban is megjelenő koronavírus járvány (mint ahogy a 2022-es orosz–ukrán háború is) azonban pánikvásárlást okozott, és a választás szabadságát újra – a

rendszerátvitel éveit megelőző – *fogyasztói kiszolgáltatottság váltotta fel* (HUSZKA et al., 2020). Itt lehet röviden kitérni a fogyasztói szükségletek fogalmának „meghatározására” is. A szükséglet bizonyos alapvető (biológiai vagy pszichológiai) kielégítetlenség esetén jelentkező hiányérzet. Vágy, amely cselekvést vált ki. Külső inger (hatás) lehet a tömegkommunikáció, reklám stb., de egy kedvezőtlen hír is, mint például a koronavírusról (Covid-19) vagy annak következményeitől való félelem, de hazánkban 2022 májusában az ”ársapka” eltörlésétől való félelem is ide sorolható. E félelemnek lehetünk tanúi 2020 tavaszán mind hazánkban, mind világviszonylatban. Ez a félelem – talán legjobban attól, hogy bezárnak a boltok – váltotta ki az immáron háborús körülményeket idéző (élelmiszer) felvásárlási hullámot, ami sajnos 2022 tavaszán újból bekövetkezett.

Ez a felvásárlási roham végső soron – mint azt kutatások is bizonyítják - sok esetben az élelmiszer-pazarlásban „tükröződik vissza”. Az élelmiszer-pazarlásunk mértéke nagyobb, mint az valaha is volt, egyes kutatások szerint kétszerese is lehet a korábbi számításoknak. Holland kutatók felmérése alapján ma akár már 500 kcal élelmiszer kerülhet hulladékba egy nap, amely élelmiszeradag egy 4 fős háztartás esetén egy ötödik személy táplálásáért is felelhetne (RAJNA, 2021).

A 2022-es évtől minden Uniós ország köteles adatot szolgáltatni az országa élelmiszer-pazarlásának mértékéről. Az Unió célkitűzése az, hogy 2030-ra felére csökkenjen a háztartásokban és a kereskedelemben keletkező élelmiszer-hulladék mennyisége. Ennek eléréséhez viszonyítási alapot jelentenek a legutoljára leközlött 2020-as adatok, melynek jelentősége így kimagaslóan fontos (MARADÉK NÉLKÜL, 2022). Uniós szinten a 2020-ban mért különböző szektorok által termelt élelmiszer-hulladék mennyiségének megoszlását az 2. ábra mutatja. A teljes élelmiszer-hulladék mennyisége 57 millió tonna volt, melynek 55%-át (31 millió tonna) háztartási élelmiszerek okozták.

2. ábra
Élelmiszer-hulladék becslések az Európai Unióban 2020-ban



Forrás: saját szerkesztés Eurostat (2022) adatai alapján.
<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news>

Köztudott, hogy az élelmiszerek pazarlása az élelmiszer-ellátási lánc minden pontján, a termeléstől kezdve a feldolgozáson át a kereskedelemig, valamint a végső fogyasztóig jelentkező és megoldásra váró probléma (SCHNEIDER, 2008). Az utóbbi évtizedben egyre több országban ismerték fel az élelmiszer-pazarlás problémáját. Az élelmiszer-pazarlás megelőzése, az élelmiszer-felesleg kezelése, az élelmiszer-hulladék mennyiségének csökkentése tehát globálisan megoldandó feladat lett napjainkra.

Az élelmiszer-pazarlás gazdasági kárát éves szinten 143 milliárd euróra becsülik (TÓTH, 2020). HUBERT és SZÚCS (2017) kutatásában a „kidobott” kenyérfélék pazarlásának gazdasági hatásait elemezte hazánkban. Megvizsgálva azokat a tényezőket, amelyek a mezőgazdasági termelés során felmerültek (pl. a feleslegesen lekötött víz, energia és

természetesen a kidobott termék ára), megállapították, hogy 6,5 milliárd forintnak megfelelő pénzügyi veszteség keletkezik. Ebből a pénzből több mint 2,1 millió rászoruló embernek juthatna 3000 Ft értékű alapvető élelmiszer. Egyes számítások szerint a „kidobott élelmiszerekbe felhalmozott energia” mintegy 4000 gigawattóra, ezzel az energiamennyiséggel egy nagyobb város éves fogyasztását lehetne megspórolni. Ezen rövid gazdasági kitekintés után röviden tekintsünk rá néhány egyéb gazdasági és élelmiszer-pazarlási (fogyasztási) döntés hátterére, amelyek hatással lehetnek az emberek viselkedésére.

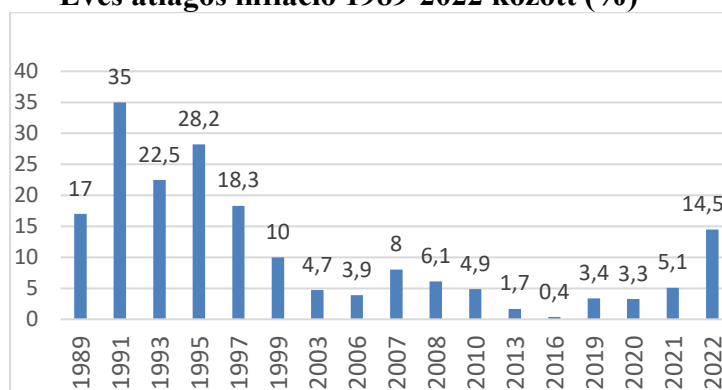
2.1. Az infláció és a gazdasági folyamatok néhány összefüggése

Az EUROPEAN CENTRAL BANK 2022-es makrogazdasági elemzése szerint az EU-ban az ukrajnai háború kibontakozó gazdasági következményei miatt a fogyasztói és üzleti bizalom is visszaesett, miközben a rendelkezésre álló reáljövedelmek is csökkenésnek indultak Magyarországon. Az erősen megemelkedett költségoldali nyomás pedig különösen az energiaigényes iparágakban fogta vissza a termelést. Mindezeknek komoly inflációs következményei is voltak (EUROPEAN CENTRAL BANK (2022) www.ecb.europa.eu/pub/projections).

A (piac)gazdaságban a vállalatok alapvető érdeke, hogy piaci folyamataik során nyereséget érjenek el. Ennek egyik előfeltétele a kiszámíthatóság. A magyar kiskereskedelemben ugyanakkor 2021 és 2023 között számtalan olyan lépéssorozat történt, amire szinte nem lehetett felkészülni. Ez a bizonytalanság megjelent többek között a magyarországi inflációs folyamatokban is. Jól szemlélteti ezt a 3. ábra, amely a magyarországi infláció alakulását mutatja a „rendszerátváltás” éveit követően napjainkig.

Mint az látható, 2022-ben az éves átlagos infláció 14,5 százalék volt, ami jócskán meghaladta az EU átlagát. Mint az az ábráról is leolvasható, utoljára 1997-ben volt az éves áremelkedés mértéke ennél nagyobb, akkor 18,3%-kal nőttek a fogyasztói árak. Ez a kedvezőtlen adat azért is alakulhatott ki, mert Magyarországon 2022 decemberében – a KSH közlése szerint – még mindig emelkedtek a fogyasztói árak, ennek mértéke akkor 24,5 százalék volt, az előző év decemberéhez képest. Ha ezt az adatot összevetjük az Eurostat adataival, akkor megállapítható, hogy ez az adat több mint duplája volt az Unió átlagának és toronymagasan a legmagasabb volt az Európai Unióban. Az adatok további elemzése azt is mutatja, hogy a hazai infláció ezen a ponton még nem érte el a maximumát, hiszen 2023 januárjában még ennél is magasabb 25,7%-os inflációs értéket lehetett megfigyelni Magyarországon.

3. ábra
Éves átlagos infláció 1989-2022 között (%)



Forrás: saját szerkesztés KSH (2023) adatai alapján, STADAT – 3.6.1. A fogyasztóiár-index

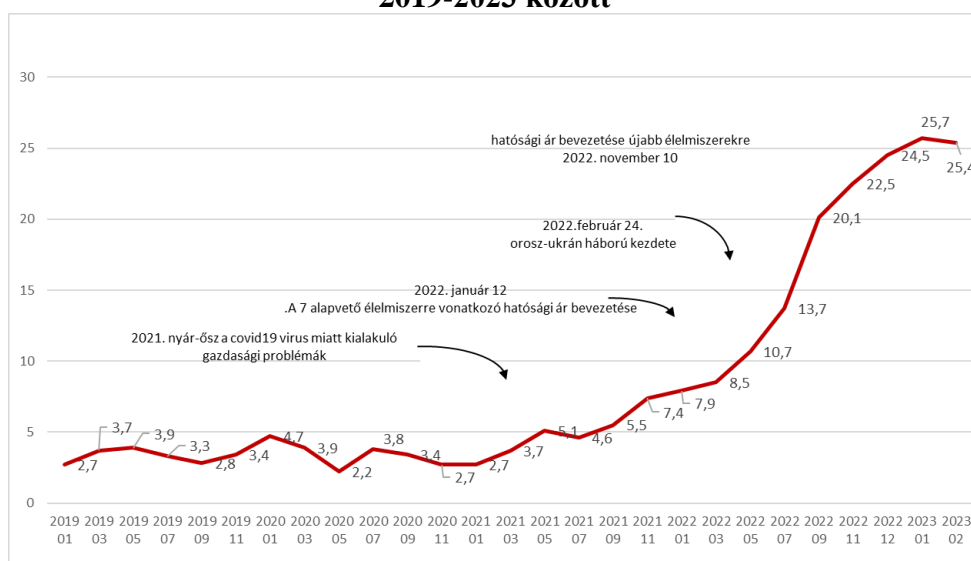
A kimagaslóan magas inflációs ráta elemzésekor arra is rá kell mutatni, hogy ez az adat már csak azért is kedvezőtlen, mert a legtöbb Uniós országban ekkor már csökkent az infláció mértéke. Itt kell rávilágítani arra is, hogy a hazai növekedéshez az üzemanyagok árstopjának eltörlése is hozzájárult. A legfrissebb, 2023. februári EU-s inflációs adatok azt mutatják, hogy már Magyarországon is csökkenésnek indult (26,2 százalékról 25,8 százalékra) az infláció mértéke, és az EU-s átlagos infláció mértéke 10 százalék alá csökkent. A hazai 25,8 százalék ugyanakkor még mindig kiemelkedő, és több mint másfélszerese az Uniós átlagnak.

Az árak szabályozása tekintetében, a magyarországi árstop bevezetése vonatkozásában megoszlik a hazai közgazdászok véleménye. Ennek a véleménykülönbségnek sok esetben politikai színezete is van. Mint az ismeretes, „az árstop rendszerét” először 2021. november 15-től alkalmazták a 95-ös benzín és a dízel esetében (ezt 2022. december elején megszüntették), majd 2022. február 1-től további termékekre is kiterjesztették. (A bejelentés január 12-én történt). Ekkor hat élelmiszer (mint például a kristálycukor, finomított napraforgó étolaj, csirkemell) tekintetében az árak a 2021. október 15. napján alkalmazott bruttó kiskereskedelmi árnál nem lehettek magasabbak. A termékek köre később a tojással és a burgonyával bővült.

A 4. ábra a hazai inflációs folyamatokat szemlélteti 2019-2023 között, és feltünteti azokat a „kritikus pontokat is”, amelyek mind a hazai, mind a nemzetközi életben megfigyelhetők voltak. *Az adatok azt mutatják, hány százalékkal emelkedtek az árak az egy évvel korábbi szinthez képest.* Jól látható, hogy a Covid járvány idején az áremelkedés mértéke még az elviselhető tartományba esett. A pandémia vége felé, illetve az orosz-ukrán háború kirobbanásakor már érezhető inflációs folyamatok indultak el. Az is leolvasható a 4. ábráról, hogy a hazánkban az alapvető élelmiszerekre vonatkozó hatósági árak bevezetése (ársapkák) lényegileg nem fékeztek le az inflációs folyamatokat.

A gazdasági, statisztikai folyamatok elemzése azt mutatja (SZEDLÁK, 2022), hogy továbbra is nagyrészt fennállnak azok az okok, amelyek az árstopok rendszerét életre hívták, sőt 2023-ban a húsárak is növekedésnek fognak indulni, ami az infláció növekedését eredményezheti. Mindezt csak erősíteni fogja az, hogy 2023. 08. 01-én az ársapkák rendszerét megszüntetik.

4. ábra
A hazai inflációs folyamatok (százalékban) és néhány „kritikus” pont kapcsolata 2019-2023 között



Forrás: saját szerkesztés (KSH, 2023) alapján
<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/16310161/2-17032023-AP-EN.pdf/abc8d4fa-c8d5-bc3e-8fd1-96bba16e1c8f>,

2.2 Módszertan

Jelen publikáció közel 700-700 válaszadó véleményét tükrözve feltárja néhány társadalmi, és élelmiszer-pazarlási (élelmiszer-fogyasztási) döntés tekintetében azokat az összefüggéseket, amelyek a járvány időszakában és a kezdődő energiaválság következtében megváltoztak, megváltozhattak. A járvány időszakában lebonyolított kutatás eredményeit a koronavírus helyzetről és a vásárlási szokásokról, döntésekről magyar nyelven még nem publikáltuk, ezért tartottuk szükségesnek azok közzétételét itt jelen tanulmányunkban is (JUHÁSZ et al., 2022). A minta összetételét mutatja az 1. táblázat. E kutatás folytatásaként 2022. október és november hónapban szintén közel 700 válaszadó véleményét kérdeztük meg néhány társadalmi és élelmiszer-pazarlási (fogyasztási) döntés tekintetében. Az alapsokaságból vett minta összeállításánál a 2022 októberében és novemberében lezajlott felmérés során nem volt cél a reprezentativitás biztosítása. A kutatás folytatásának elsődleges oka az volt, hogy 2022-ben radikálisan megváltozott a világgazdasági és politikai környezet, elszabadult az infláció, amely elsődleges oka az orosz-ukrán háború kirobbanása volt. A kvantitatív kutatás alapvető célja az, hogy a kutatási kérdésekre minél nagyobb megbízhatósággal legyünk képesek számszerűsített válaszokat adni. Az előzőkkel összhangban a kísérleti munkánk a mennyiségi vizsgálaton, azon belül a kérdőíves megkérdezéssel alapult. Az általunk elkészített kérdőív jellemzően zárt kérdésekre épült (de az élelmiszer-pazarlást vizsgáló részben nyitott kérdéseket is alkalmaztunk). A kérdések túlnyomó részénél egy ötfokozatú (Likert) skálán kellett a kérdőívet kitöltőknek bejelölni válaszaikat. A felmérésekben a koronavírus helyzetről és a vásárlási szokásokról, valamint néhány társadalmi, és élelmiszer-pazarlási (élelmiszer-fogyasztási) döntés témaköréről kérdeztük meg a válaszadók véleményét. A kutatások részben papíron, részben online felületen valósultak meg. A tanulmány egy áttekintés, ami egy nemzetközi publikáció megalapozását szolgálja. Reméljük, hogy felmérésünk alapul szolgálhat a pandémia és jelen gazdasági krízist követő időszak további kutatásaihoz.

A kérdőív adatainak elemzése az SPSS 18-as programmal történt meg. A program felhasználásával pl. gyakorisági eloszlások, kereszt táblázatok segítségével vizsgáltuk a változók háttérváltozókkal való kapcsolatát. A kutatás részletesebb bemutatására a későbbiekben egy nemzetközi publikáció során kerül bemutatásra.

1. táblázat

A vizsgálatba bevont személyek specifikációja (fő, %)

Változók	Fő	%
Nemek szerint		
Férfi	362	50,3
Nő	358	49,7
Életkor szerint		
15-29 között	251	35,2
30-39 között	216	30,3
40-59 között	141	19,7
60 és a felett	106	14,8
Településtípus szerint		
Megyei jogú város/főváros	194	26,9
Város	367	37,1
Falu	259	36,0

Forrás: saját szerkesztés

3. Eredmények

3.1. A vásárlási döntések vizsgálata

A válaszadóknak először is néhány állításról kellett eldönteniük, hogy mennyire értenek egyet az adott kijelentéssel. Ötfokozatú Likert-skálán kellett értékelniük a meghatározásokat. A válaszadók nem mindegyike adott értékelhető válaszokat. Az egyes az egyáltalán nem jellemzőt, míg az ötös a teljesen jellemzőt jelentette. Az állításokra adott válaszokat a 2. táblázat mutatjuk be.

2. táblázat

Vélemények a koronavírus helyzetről és a vásárlási szokásokról (átlag, szórás)

Állítások	N		Átlag	Szórás
	Érvényes	Hiányzó adat		
Hiszek a családi tradíciókban	714	10	3,8852	1,08966
Általában oda figyelek az árakra	719	5	3,8804	1,06718
A kényelem fontos számomra	710	14	3,8056	1,15826
Gyakran aggódom a jövő miatt	713	11	3,6830	1,19360
A járványügyi szabályokat be kell tartani	715	9	3,5483	1,42854
Figyelek étkezési szokásaimra	718	6	3,5362	1,07498
Leginkább jól ismert terméket veszek	715	9	3,3441	1,15674
Fontos, hogy mit gondolnak rólam	713	11	3,2903	1,20095
Barátaim sokszor tanácsot kérnek tőlem	713	11	3,2202	1,13451
Minden vásárlást gondosan megtervezek	713	11	3,1683	1,26525
Ha az árak nőnek, kevesebbet vásárolok, de nem az olcsóbb márkát fogom keresni	717	7	2,9442	1,17098
A konyhakész terméket kedvelem	712	12	2,8975	1,24807
Baráti körben vezető vagyok	712	12	2,1882	1,15518
Nem félek a koronavírustól	712	12	1,9846	1,56474
Elsők között próbálom ki az új termékeket	712	12	1,9228	1,10666
Divatos helyeken vásárlók	713	11	1,8990	1,10459

Forrás: saját szerkesztés

A táblázatban az átlagok csökkenő sorrendjében szemléltetjük a kutatás eredményeit. Mint az jól látható, a családi tradíciók és a kényelem, mint legfontosabb tényezők mellett a termékek árának figyelése is fontos tényező a hazai lakosság körében. *A válaszadók bizonytalanságát mutatja a jövő iránti aggodás szintén magas átlaga.*

Az adatokból jól látható, hogy a válaszadók körében még nem volt „igazi félelem” a Covid vírustól, amit az alacsonynak tekinthető 1,9846 átlag is szemléltet. (A 2. táblázat adatai, mint azt korábban már jeleztük, egy 2020-as felmérés részeredményei, de az magyar nyelven még nem került bemutatásra. Mivel a táblázat eredményeit fontosnak gondoljuk, ezért mutatjuk be azt jelen publikációinkban).

Ez a tény ad magyarázatot arra, hogy a válaszadók a kutatás időpontjában még nem féltek a korona vírustól. Az emberek ugyanakkor tisztában voltak azzal, hogy szabályok lesznek a koronavírussal kapcsolatban, amiket majd be kell tartani. Ilyen volt például a maszkviselés, a meghatározott vásárlási időszáv, a digitális oktatás. A szabályok betartásával inkább egyetértettek az emberek, mint sem. Ugyanakkor a többség aggodott a jövő miatt (amit a 3,6830 átlag is jelez), és ez nem feltétlenül csak a Covidra vezethető vissza.

Az eredmények azt mutatják, hogy *a vevők odafigyelnek az árakra, megtervezik vásárlásaikat, a jól ismert termékeket részesítették előnyben*, ugyanakkor fontos számukra, hogy a termékvásárlás pozitív élmény és kényelmes legyen, amit a táblázatban szereplő viszonylagosan magas átlagértékek is jeleznek. A minőségre is odafigyelnek azonban

válaszadóink, ez azt jelenti, hogy az árak emelkedése még nem jelenti azt, hogy a kevésbé jó minőségű árukat fogják venni.

3.2. Néhány társadalmi és élelmiszer-pazarlási döntés hátterének vizsgálata

A kutatás folytatásaként részben a gazdasági krízis kezelésének kérdésére is (4. táblázat) kitérünk. A bemutatott adatok szerint a gazdasági krízis és energiaválság kezelésével válaszadóink „általánosságban” nem elégedettek, amit az alacsony átlag és a 2-es módusz (részben elhibázott) is jelez. Ha a gazdasági krízis és energiaválság kezelésével kapcsolatos kutatásokat a nemek tekintetében is bemutatjuk (3. táblázat), akkor egyrészt a második minta nemek szerinti összetételét is szemléltetjük. Itt jegyeznénk meg, mint az részben a 3. táblázatban is látható, hogy a két minta összetétele gyakorlatilag egyező volt.

3. táblázat

A gazdasági krízis és energiaválság kezelésével kapcsolatos válaszok nemek szerinti kereszt táblázatos elemzése (Fő)

		Neme		Összes
		Férfi	Nő	
Mit gondolt Ön, a hazai gazdasági krízis és az energia válság „kezeléséről”	teljesen elhibázott	103	114	217
	részben elhibázott	131	138	269
	elfogadható	70	52	122
	részben megfelelő	39	42	81
	teljesen megfelelő	18	12	30
Total		361	358	719

Forrás: saját szerkesztés

A táblázat adatai azt mutatják, hogy e kérdés megítélésében a nemek között nincs lényegi különbség. Azaz függetlenül a válaszadók nemétől a megkérdezettek azt gondolják, a gazdasági krízis és az energiaválság kezelése nem megfelelő. 486 fő (68 százalék) szerint ugyanis teljesen elhibázott vagy részben elhibázott e kérdés kezelése (A férfiak 65 százaléka, a nők 70 százaléka vélekedett így).

Az előzőeket csak erősíti, hogy a szórás e kérdés tekintetében viszonylagosan alacsony, illetve a 4. táblázat harmadik kérdése is, ami lényegében egy „ellenőrző kérdés”, és alapjaiban ugyanezt a kérdést firtatja. Ott a megkérdezettek válaszána módusza 1 volt (1,00 = "egyáltalán nem ért egyet" jelentéssel). Mint a 4. táblázatból azt leolvashatjuk, a gazdasági krízis és energiaválság kezelése a válaszadók véleménye szerint nem megfelelő.

Az anyagi helyzetre vonatkozó kérdésünk átlaga és módusza már magasabb (3,00 = "egyet is ért, meg nem is"), ami azt jelentheti, hogy viszonylagosan egyensúlyban van azok aránya, akiknek csökkentek, illetve akiknek nőttek anyagi lehetőségeik. Mindez részben összhangban van a KSH adataival is, miszerint a 2022-es évben emelkedtek hazánkban az átlagkeresetek.

A némiképpen politikai indíttatású kérdésnek is tekinthető (de nyilvánvalóan nem ez volt), a gazdasági problémák és a vészhelyzetek összefüggésére rákérdező válaszok a legmagasabb átlaggal és módusszal (5,00 = "teljen egyet ért") jelennek meg a kutatásban. Mindez azt jelenti, hogy válaszadóink inkább (jellemzően) azt gondolják, hogy ezek fenntartása inkább politikai jellegű, és a tényleges gazdasági problémák elfedése miatt valósul meg.

4. táblázat

Néhány társadalmi kérdésre adott válaszok átlaga, szórása és módusza

	Mit gondolt Ön, a hazai gazdasági krízis és az energiaválság kezeléséről	Befolyásolta Önt a gazdasági krízis, az energiaválság vásárlási szokásaiban	A gazdasági krízis, energiaválság kezelése megfelelő	A vészhelyzetek fenntartása az ország gazdasági problémáinak elfedése miatt van	A gazdasági krízis az energiaválság miatt romlott anyagi helyzetem	Soha nem dobom ki az ételmaradékot
N	719	720	720	718	720	714
Átlag	2,2184	1,2417	2,3222	3,3538	2,8736	3,258
Módusz	2,00	1,00	1,00	5,00	3,00	4,0
Szórás	1,11879	,43163	1,20802	1,34036	1,26771	1,2758

Forrás: saját szerkesztés

Hasonlóan viszonylag egyező válaszokat kaptunk a vásárlási döntésekre rákérdező kérdésünk esetén is. A válaszadóknak ott egy dichotóm (1 – igen, 2 – nem) skálán kellett állást foglalniuk. A válaszadók 76 százaléka (547 fő) szerint a gazdasági krízis és az energiaválság miatt változtak vásárlási szokásaik. 173 fő ugyanakkor ebben az időben sem változtatott ezen szokásain. Az itt látható ténylegesen alacsony szórás azt mutatja, hogy e kérdés tekintetében a válaszadók véleménye 2022 őszén is egységes, azaz a válsághelyzet befolyásolta a válaszadókat vásárlási döntéseikben.

A háttérváltozók tekintetében több esetben szignifikáns különbségeket vehetünk észre. Ezek a különbségek többnyire az anyagi helyzet tekintetében (hova sorolja Ön saját háztartását az egy főre eső nettó jövedelem alapján). A „soha sem dobok ki élelmiszert” tekintetében például (sig: 0,00) az azzal valamennyire vagy többnyire egyet értők között (érdekes módon) lényegesen nagyobb arányban vannak a jobb anyagi körülmények között élők. Hasonlóan az iskolai végzettség tekintetében (sig: 0,042) is kijelenthető, hogy a felsőfokú végzettségűek között lényegesen magasabb azok aránya, akik sohasem dobnak ki élelmiszert, mint az alacsonyabb iskolai végzettségűek között.

Napjaink és az elmúlt év magas inflációs (élelmiszer-inflációs) környezete óhatatlanul felvetette bennünk azt a kérdést, hogy vizsgáljuk meg, milyen mértékűnek érzékelik válaszadóink a hazai élelmiszerárak emelkedését. 2022 októberben hazánkban az *élelmiszerek ára emelkedett (az egy évvel korábbihoz képest) a legnagyobb mértékben, 40 százalékkal* (<https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/far/far2210.html>). A 2022-es éves infláció értéke pedig 14,5 százalék volt. Vizsgálatunk eredményét, hogy a válaszadók mekkora élelmiszer-inflációt érzékeltek 2022 őszén a következő 5. táblázatban szemléltetjük.

5. táblázat

A hazai élelmiszer árak emelkedésének érzékelése a válaszadók körében

N	Érvényes	697
Átlag		36,8996
Középső érték		36,0000
Leggyakoribb érték		40,00
Szórás		17,11191

Forrás: saját szerkesztés

A 697 választ adó véleménye lényegében ezt tükrözi vissza, mint ahogy az táblázatból látható is, hiszen a leggyakrabban említett érték a 40-es volt. A válaszok részletesebb elemzése szerint 119-en adták válaszul a 40 százalékos emelkedést, 100-an a 30 százalékos emelkedést, 92-en 50 százalékos emelkedést érzékeltek az élelmiszerek áremelkedésének vonatkozásában.

Az előzőeket támasztja alá az átlag és a medián csaknem megegyező mértéke is. A háttérváltozók tekintetében lényegileg nem lehetett különbségeket kimutatni.

Publikációinkban ezt követően az élelmiszerek kidobásával összefüggő kérdéseket tekintettük át. A 4. ábra adatai szerint az élelmiszer-pazarlással, illetve az élelmiszerek kidobásával kapcsolatban jellemzően azt a választ adták, hogy azok kukába kerülésével többnyire nem értenek egyet, azaz többnyire nem dobnak a kukába élelmiszereket. A táblázatból is kiolvasható négyes módusz és a viszonylagosan magas átlag is ezt tükrözi.

Ennek ellenére az élelmiszereket kidobók aránya nem elenyésző, ezért arra is kíváncsiak voltunk (nyitott kérdések felhasználásával), hogy jellemzően milyen élelmiszereket dobnak a megkérdezettek a kukába. Természetesen a kérdőívet kitöltők válaszait csoportosítottuk, melyet a következő 5. ábrán mutatunk be.

5. ábra
A nyitott mondatok leggyakoribb említései



Forrás: saját szerkesztés

Amint az ábráról is leolvasható, válaszadóink leginkább kenyeret (121 fő), tejterméket (87 fő) és ételmaradékokat (74 fő) dobnak a kukába. A tejtermékek csoportjába a sajtokat, a savanyított tejtermékeket, a vaját soroltuk. Amennyiben ehhez a csoporthoz hozzáadnánk a folyadék tejet, amit a megkérdezettek közül 44-en öntenek ki, akkor ez az élelmiszercsoport lenne az, amit leginkább kidobunk. Az előzőekben említett élelmiszercsoportok viszonylat rövid szavatossági idővel rendelkeznek, ezért nem meglepő, ha azokat sokan kidobják. Meglepően magas volt a zöldségeket és gyümölcsöket kidobók aránya is. Érdekes módon még csokoládét és konzerveket is kidobnak, pedig ezek hosszú eltarthatósági idővel rendelkeznek.

A megkérdezettek élelmiszer-pazarlásuk okait az egyszerre történő túl sok élelmiszer-vásárlással, a gyakori impulzusvásárlással, illetve az otthoni rossz tárolási körülményekkel indokolták. A válaszadók közül azonban a legtöbben (55 százalék) élelmiszer-pazarlásuk okának a lejáratú időket figyelmen kívül hagyását nevezték meg.

4. Következtetések és javaslatok

Kutatásunk során a közel 700 fős megkérdezés alapján az alábbi következtetéseket vonhatjuk le. Az elmúlt év magas inflációs (élelmiszer-inflációs) környezete óhatatlanul felvetette bennünk azt a kérdést, hogy vizsgáljuk meg, milyen mértékűnek érzékelik válaszadóink a hazai élelmiszerárak emelkedését. Kutatásunk alátámasztva a statisztikai adatokat megerősítette, hogy válaszadóink is 40 százalékos inflációt érzékeltek.

Talán a magas élelmiszer-infláció miatt is a pazarlással, illetve az élelmiszerek kidobásával kapcsolatban jellemzően azt a választ adták válaszadóink, hogy azok kukába kerülésével többnyire nem értenek egyet, azaz többnyire nem dobnak ki élelmiszereket.

A gazdasági problémák és a vészhelyzetek összefüggésére rákérdező válaszok azt mutatják, hogy válaszadóink inkább (jellemzően) azt gondolják, hogy a vészhelyzetek fenntartása inkább politikai jellegű és a tényleges gazdasági problémák elfedése miatt valósul meg.

Az eredmények azt mutatják, hogy a vevők odafigyelnek az árakra, megtervezik vásárlásaikat, a jól ismert termékeket részesítetik előnyben, ugyanakkor fontos számukra, hogy a termékvásárlás pozitív élmény és kényelmes legyen.

5. Összefoglalás

Napjaink energiakrízise, a kirobbant orosz-ukrán háború megrengette az egész világot, és rendkívüli helyzet elé állította az egészségügyet, a társadalmat, és rendkívül módon megviselte az egyént is.

Mindezek miatt fontosnak gondoltuk feltérképezni azt, hogy mit gondolnak az emberek a jelenről, milyen elképzelésük van a közeljövőről. Jelen tanulmány közel 700 válaszadó véleményét tükrözve feltárja néhány közösségi és élelmiszer-pazarlási döntés tekintetében azokat az összefüggéseket, amelyek a járvány időszakában és az energiaválság következtében megváltoztak, megváltozhattak.

A kutatás kitért számos aktuális társadalompolitikai kérdésre is, közülük (a terjedelmi korlátok miatt) csupán néhány kérdés elemzése került bemutatásra, mint ahogy az élelmiszer-pazarlási döntések esetében is. A tanulmány egy áttekintés, ami egy nemzetközi publikáció megalapozását szolgálja. Reméljük, hogy felmérésünk alapul szolgálhat a pandémiás és jelen gazdasági krízist követő időszak további kutatásaihoz.

Az adatok kiértékelésére az SPSS matematikai-statisztikai programot használtuk.

Irodalomjegyzék

European Central Bank (2022):

https://www.ecb.europa.eu/pub/projections/html/ecb.projections202212_eurosystemstaf-f~6c1855c75b.en.html / Letöltés dátuma: 2023.05.12.

Eurostat (2022): Food waste: 127 kg per inhabitant in the EU in 2020. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20220925-2> Letöltés dátuma: 2023.04.17

Gruesso-Hinestroza, M. P. – Sanchez-Riofrio, A. – López-Santamaría, M. – Antón, C. (2022): What We Know About Workplace Responses During the COVID-19 Pandemic. *Advances in Human Resources Management and Organizational Development*, 35-45. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8827-7.ch003>

Hofmeister T. Á. – Törőcsik M. (1996): Fogyasztói magatartás. Nemzeti Tankönyvkiadó Rt. Budapest.

Hubert K. – Szűcs I. (2017): A hazai háztartási élelmiszer-hulladékba kerülő kenyér egyes gazdasági, társadalmi és ökológiai hatásai. *Gazdálkodás*. 61 (1) 54-72. <https://doi.org/10.18531/Studia.Mundi.2017.04.01.42-56>

Huszka F. – Huszka P. (2022): Egészséges táplálkozással kapcsolatos vizsgálatok néhány összefüggése a Covid-19 járvány idején. *Kautz Konferencia, Győr*.

Huszka P. – Huszka P. B. – Lőre V. (2020): A koronavírus-járvány és felvásárlási láz néhány összefüggésének vizsgálata Győrben. *Táplálkozásmarketing*. 7 (1) 89-101. <https://doi.org/10.20494/TM/7/1/7>

- Juhász T. – Huszka P. – Karácsony P. (2022): Impact of the crisis caused by the coronavirus on Hungarian consumer behavior related to food purchases. Ukrainian Food Journal. <https://doi.org/10.24263/2304-974X-2022-11-2-11>
- Kotler, P. (2000): Kotler a marketingről, jönni, látni, győzni a piacon. Park könyvkiadó, Budapest.
- KSH (2022): Gyorstájékoztató, Fogyasztói árak, 2022 október. <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/far/far2210.html>. Letöltés dátuma: 2023.05.11.
- KSH (2023): STADAT – 3.6.1. A fogyasztóiár-index (1985–) https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qsf001.html.
- Maradék nélkül (2022): Az EU-s átlaghoz képest kevesebb élelmiszert dobnak ki a magyarok. <https://maradeknelkul.hu/2022/11/11/az-eu-s-atlaghoz-kepest-kevesebb-elelmiszert-dobnak-ki-a-magyarok/> Letöltés dátuma: 2022.11.28.
- Nayak, P. – Mishra, V. – Singh, M. – Tambuwala, M. M. (2020): Impacts and consequences of COVID-19 epidemic on global economy. Coronaviruses, 01. <https://doi.org/10.2174/2666796701999200905094151>
- Rajna Á. (2021): A klímaváltozásért 10%-ban az élelmiszer-pazarlás felelős. https://www.elelmiszerbank.hu/hu/hirek/hireink/elelmiszerpazarlas_es_kornyezetszenny_ezes_oriasi_okologiai_labnyomok.html. Letöltés dátuma: 2022.12.02.
- Szedlák L. (2022): Újabb nagy élelmiszerdrágulás jön itthon: ez vár a magyarokra 2023-ban. <https://www.agrarszektor.hu/elelmiszer/20221220/ujabb-nagy-elelmiszerdragulas-jon-itthon-ez-var-a-magyarokra-2023-ban-41740>). Letöltés dátuma: 2023.05.12.
- Tóth B. (2020): Tudatos háztartásokkal a klímaváltozás megfékezéséért. Tempus Közalapítvány magazinja. 2020. tavasz. <https://tka.hu/hir/13974/tudatos-haztartasokkal-a-klimavaltozas-megfekezeseert>
- Törőcsik M. – Szűcs K. (2022): Fogyasztói magatartás. Mintázatok, trendek, alkalmazkodás. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789634547761.5>