

#Mutimiteszel

**Élelmiszer vásárlási és fogyasztási preferenciák, étkezési szokások a
magyar lakosság körében**

*Food purchasing and food consumption preferences and eating habits among Hungarian
consumers*

MALOTA ERZSÉBET

Ph.D. egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem, erzsebet.malota@uni-corvinus.hu

GYULAVÁRI TAMÁS

Ph.D. egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem, tamas.gyulavari@uni-corvinus.hu

BOGÁROMI ESZTER

egyetemi tanársegéd, Budapesti Corvinus Egyetem, eszter.bogaromi@uni-corvinus.hu

Absztrakt

Kutatásunk fő célja a magyar lakosság élelmiszer vásárlási és fogyasztási preferenciáinak minél szélesebb körű feltérképezése, az étkezési szokások vizsgálata. Az 1500 fős, Magyarország lakosságára reprezentatív kvantitatív kutatás fő témakörei a következők voltak: a háztartáson belül megfigyelhető bevásárlási és főzési szokások, melegétel fogyasztás jelenléte, étkezések gyakorisága és társasági jellege, ételvásárlásnál megjelenő preferált szempontok, kedvenc ételek, egészségtelen és egészséges ételek köre. Az eredmények elemzése során kialakítottuk a kutatás 7 fő dimenzióját, és a hozzájuk tartozó indexátlagokat vizsgáltuk. A kialakított indexek a következők: involvement (bevonódás), közösségi étkezés, egészségtudatosság, hazai termék irányultság, ártudatosság, imázstudatosság, minőségtudatosság. Az indexeket illetően sok esetben találtunk szignifikáns eltéréseket az egyes demográfiai tényezők alapján, emellett a klaszteranalízis során beazonosítottunk 6 fő csoportot: „aktív maximalisták”, „ár-érték keresők”, „helyi különlegességet kedvelők”, „hétköznapi aktívak”, „árérzékenyek”, „kényelmes maximalisták”. Jelen tanulmányunkban az indexeket elemezzük illetve bemutatjuk a hat csoportot.

Kulcsszavak: élelmiszerfogyasztás, élelmiszervásárlási preferenciák, étkezési szokások

Abstract

The main purpose of our research was to find the widest possible mapping of food purchasing and consumption preferences of the Hungarian population, and to examine different eating habits among Hungarians. The main topics of the quantitative research, representing the population of Hungary (sample size of 1,500 people), were: the shopping and cooking habits observed within households, the presence of consumption of cooked meals, the frequency and social character of meals, the preference factors of food purchase, favourite foods, unhealthy and healthy dishes. In the analysis of the results, 7 main dimensions of the research were developed and the respective index averages were examined. The established indices are: involvement, community meals, health consciousness, domestic product orientation, price-orientation, image-orientation, quality-orientation. In case of the indices significant differences were found regarding demographic factors. In the cluster analysis 6 groups were identified: "active maximalists", "price value ratio seekers", "local specialists", "everyday actives", "price sensitives", "comfortable maximalists". In our present study, these indices and clusters are presented and analysed.

Keywords: food consumption, food buying preferences, eating habits