

Az étkezés idő dimenziójának változása és az életstílus összefüggései

Change of the time dimension and lifestyle context of dining

PÁL ESZTER

PTE-KTK, pale@kkt.pte.hu

Absztrakt

Az étkezés egyre jobban felértékelődő kutatási területnek számít, mely egyrészt annak köszönhető, hogy mindinkább több tudományág kapcsolódik hozzá, másrészt abban gyökerezik, hogy életünk egyre több területén megjelenik a food téma, és a gasztronómia ma már nem csak az étkezéshez és főzéshez köthető, de a szórakozás és a szabadidő eltöltésének egyik meghatározó aspektusát is jelenti. Napjaink fogyasztójának életét jelentősen meghatározza a gyorsuló életritmus, mely a fogyasztás számos területére kihat. Az étkezés esetén megállapítható, hogy számottevő változások következtek be idő dimenziójában, ugyanis a korábbi étkezési ritmus felbomlott, a hagyományosnak tekinthető hármas étkezési struktúra – reggeli, ebéd, vacsora – egyre inkább megtörni látszik, az étkezések számában és gyakoriságában pedig növekedés következett be. Tanulmányom fókuszában az étkezések idő dimenziójának vizsgálata áll, mely egy kutatóintézettől kapott adatbázis adatainak elemzésére épül. A kutatás során arra keresem a választ, hogy az étkezések ritmusában, rendszerességében és gyakoriságában milyen változások következtek be a hazai fogyasztók esetén, illetve ezeknek a jellemzőknek milyen életstílusbeli vonatkozásai vannak. A szakirodalomban meghatározó fogyasztói tipológia szerint vizsgálom a fentebb megnevezett tényezőket. A kutatás rávilágít az egyes csoportok közötti különbségekre, valamint olyan jellegzetességekre, melyek nem kizárólag a társadalmi státuszról, hanem sokkal inkább életmódbeli, életstílusbeli vonásokból adódnak.

Kulcsszavak: táplálkozási magatartás, étkezések rendszeressége, életstílus

Abstract in English

Dining is counted as an increasingly appreciating area of research, which is partly due to the fact that more and more disciplines are connected to it. On the other hand it is rooted in the fact that the food theme appears in more and more territories of our lives. Nowadays gastronomy is not only related with cooking and eating, but is also one of the key aspects of fun and leisure activities. Nowadays a consumer's life is determined by the accelerating pace of life, which affects many parts of the consumption. In case of dining, significant changes have occurred in the time dimension, because the former dining rhythm broke, the traditional triple dining structure – breakfast, lunch, dinner – seems to have changed, an increase occurred in the number and frequency of meals. In my study I focus on researching the time dimension of dining based on analysing the database I got from a research company. During the research I looked for an answer on how domestic consumer's rhythm, regularity and frequency of dining have changed and what kind of lifestyle aspects these characteristics have. I analysed the above mentioned factors according to the typology determined in the scientific literature. The research highlights the differences between the various groups and points to traits, which result not only from the social status, rather from lifestyle features.

Keywords: eating behaviour, regularity of dining, lifestyle

1. Bevezetés

A táplálkozás és a gasztronómia életünk számos területén megjelenik, mely területek manapság már nem csak az étkezés, ételkészítés és élelmiszervásárlás kategóriáit jelentik. A témával való foglalkozás, akár ételfotózás, akár ételekről történő képek nézegetésének formájában egyfajta szabadidő eltöltési funkciót is jelent. A téma tudományos vizsgálata több tudományterülethez kapcsolódik, így lehetőséget ad az interdiszciplináris megközelítésre. A területtel marketingszemléletű kutatás is foglalkozik, melyek az étkezés különféle aspektusait vizsgálják. Az étkezés egy olyan terület, mely alkalmas életstílusunk, értékeink kifejezésére is. Kutatások mutattak rá, hogy a fogyasztók társadalmi státusza meghatározza étkezési szokásaikat. Ezen kutatások főleg az étkezések tárgyára, vagyis az elfogyasztott ételre, illetve az étkezések helyszíneire vonatkoznak, azonban az étkezés idő vizsgálata nem jellemző a kutatási területek között. Tanulmányomban az étkezés idő dimenzióját – rendszerességét, étkezési alkalmak számát, gyakoriságát – vizsgálom, és ennek életstílusbeli különbözőségeit mutatom be.

2. Módszertan és szakirodalmi áttekintés

A kutatás módszertanát tekintve egy szekunder és egy primer vizsgálati részből tevődik össze. A szekunder, irodalomkutatási részben a fogyasztók táplálkozási szokásaira, illetve az étkezési alkalmakban tapasztalható változásokra vonatkozó legfőbb, a téma szempontjából releváns szakirodalmak eredményei kerülnek ismertetésre, feldolgozásra. A hazai eredmények bemutatása mellett a nemzetközi szakirodalom témához kapcsolódó elemei is részét képezik az irodalomkutatásnak.

A GfK Hungária már 1989 óta kíséri figyelemmel a háztartások étkezési szokásainak alakulását és változását Magyarországon. Tanulmányom írását megelőzően lehetőségem nyílt arra, hogy a piackutató intézet két évente elvégzett „Étkezési szokások felmérés”-ének 2014-es adatbázisát (nem publikus forrás) elemezzem. A tanulmányban az így kapott eredmények kerülnek bemutatásra, kitérve az étkezési alkalmakra, az étkezések rendszerességére és ezek életstílussal kapcsolatos vonatkozásaira. A primer kutatási rész tehát a fentiekben megnevezett kutató cég által rendelkezésre bocsátott, 1000 fő megkérdezésének eredményeképpen létrejött adatbázis elemzését foglalja magában. Az adatok többsége a kutatássorozat 2014-es adatfelvételéből származik, de az adatbázis longitudinális adatokat is tartalmaz, melyek lehetővé teszik az étkezési szokások bizonyos jellemzőiben végbement változások vizsgálatát. Az adatok elemzése SPSS programmal történt, melynek segítségével különféle statisztikai-matematikai eljárások kerültek lefolytatásra. Az így kapott eredmények a következő fejezetben kerülnek ismertetésre.

2.1. A témaválasztás indoklása

Az étkezési szokások jelensége igen komplex, több tudományterülettel kapcsolatban álló témakör. Vizsgálata a fogyasztói magatartáskutatásokon belül is kedvelt téma, de a marketing szemléletű vizsgálódás esetében is megköveteli az interdiszciplináris megközelítést.

Megfigyelhető, hogy bár az étkezés alapvetően az orvos-és egészségtudományokhoz és az élelmiszeripari területekhez kötődik, mára számos más tudományterület is vizsgálja a táplálkozást különféle megközelítésmódokból. A diétetika mellett megjelent a napjainkban egyre jobban fejlődő tudományág, a nutrigenomika, mely azt vizsgálja, miképpen tudjuk génjeinket táplálkozásunkkal befolyásolni. Az étkezés pszichológiai vonatkozásaival az evéslelektan (FORGÁCS, 2004) foglalkozik, mely az ételek és étkezések érzelmi értékét vizsgálja. A területen találkozhatunk az érzelmi evéssel és kontrollálatlan evéssel foglalkozó tanulmányokkal (DERNÓCZY-POLYÁK, KELLER, 2015), valamint a különféle étkezési zavarokkal, mint például anorexia nervosa-val, bulimiával foglalkozó kutatásokkal (TÚRY-SZABÓ, 2000) is. Az étkezésnek természetesen szociológiai vetülete is van. Interakciós

fontosságáról, közösségformáló, közösségépítő erejéről Hernádi Miklós (1982) az alábbiakat írja: „*az ősidők óta az étkezés élte az összeverődő közösségek interakcióját a tűz körül üldögélő ősembertől a főiri lakomákon át, egészen a nagypolgári többórás vacsoráig.*” (HERNÁDI, 1982:147)

Az étkezési magatartásra egyéntől független befolyásoló tényezők is hatnak. Ilyenek lehetnek többek között a demográfiai-szociális jellemzők, kulturális hatások, stb. A külső befolyásoló tényezőkön kívül vannak az egyénből következő, habituális jellemzők, melyek alapvetően meghatározzák az egyes fogyasztók étkezési magatartását, szokásrendszerét. Ezen tényezők ellenére megállapítható, hogy étkezési szokásaink folyton átalakulnak, így vizsgálatuk mindig aktuális témát jelent a szakterülettel foglalkozó kutatók, gondolkodók számára.

Az étkezés vizsgálata nem csak azért kap manapság kiemelkedő fontosságot, mert számos tudományág kapcsolódik hozzá, hanem azért is, mert jelentéstartalma egyre kiterjedtebb, és mindinkább túlmegy eredeti, fiziológiai szükséglet kielégítési funkcióján. Töröcsik (2010) szerint az étkezés ma már számos egyéb funkciót tölt be, melyek a következők: a gondoskodás kifejezője, a test teljesítőképességének és megjelenésének szabályozója, a betegségek gyógymódja, az egészséggel való kapcsolat megteremtése, a kreativitás területe, speciális tudás megmutatásának tere, a kényeztetés és felfedezés eszköze, az önmegvalósítás lehetősége, valamint a siker és elismerés forrása.

Az étkezés, mint terület felértékelődését mutatja az is, hogy egyre több média megjelenés kapcsolódik a gasztronómiai témához, gasztroblogokat látogathatunk, food stylistokról olvashatunk, de megjelent a food-pornó jelensége is, amikor „*csupán annak élvezeti értéke miatt nézzük az ételekkel kapcsolatos tartalmakat*” (TÖRÖCSIK-PÁL, 2015:94)

2.2. Étkezés és életstílus összefüggések

Azáltal, hogy az étkezés szerepe megváltozott, kibővült és életünknek egyre több területéhez kapcsolódik, lehetőséget ad értékeink, valamint életstílusunk kifejezésére is. Az étkezés kapcsán fontos ugyanakkor kiemelni, hogy számos kutatás (pl.: Bernát, 2012) rámutat arra, hogy hazánkban alapvetően az anyagi lehetőségek határozzák meg, hogy ki milyen ételt fogyaszt, és csak egy bizonyos szint fölött gondolkozhatunk életstílust kifejező ételfogyasztásról, vagy ahogyan Töröcsik (2014) írja, különféle „konceptiók mentén” meghozott ételválasztási döntésekről. Ha azonban túllépünk az anyagi lehetőségeken az étkezés és az életstílus összefüggések vizsgálata igazán izgalmas és érdekes kutatási területet nyújt. Töröcsik-Pál (2014) cikkükben azt is megállapítják, hogy az életstílus napjainkban mindinkább fontos hatást gyakorol az étkezési magatartásra.

Az életstílus és az ételfogyasztás kapcsolata kölcsönös meghatározottságon alapul. Az életstílus számos kiemelkedő, és alapvető életstílus modellben (pl.: Sinus-milíó modell) az értékek és a társadalmi státusz dimenzió által kerül meghatározásra. A társadalmi státusz pedig amellet, hogy meghatározza az étkezési szokásainkat, Forgács (2004) szerint ez fordítva is igaz, hiszen az „*étkezési stílus teszi az embert, meghatározza bizonyos társadalmi csoporthoz való tartozását*” (FORGÁCS, 2004:69, In: PÁL, 2016).

A Nestlé (é.n.) „Wie is(s)t Deutschland 2030?” kutatása során egy jövőre vonatkozó felmérés készült Németországban, melyhez több mint 1000 résztvevőt kérdeztek meg, akiknek különféle scenáriókat vázoltak fel a jövő étkezésével kapcsolatban. Az eredmények rámutattak arra, hogy a megkérdezettek több mint 50%-a olyan jövőt képzel el, amelyben az egészséges táplálkozás és az erőforrások megőrzése kerül a középpontba. Az emberek tiszteletben tartják az állatokat és a természetet, a hústelekek mellett megjelennek fehérjeforrásként a rovarok és az algák. Az étrend összhangban áll az emberek értékeivel, és az étrend nem csak státuszszimbólumnak számít majd, de a személyes életstílus kifejezését is szolgálja. A scenárió szerint az evés egyfajta hitté, meggyőződéssé válik. *Vizsgálódásom egyik területét az előbbieket ismeretében az életstílus és az étkezési szokások kapcsolata adja.*

A vizsgálat kiindulópontját jelentő adatbázis tartalmaz egy fogyasztói tipológiát, mely a GfK Hungária Piackutató Kft. TÁRKI-val közös fogyasztói szegmentáció (KELLER, 2008) által meghatározott csoportokat jelenti. Az egyes csoportok kialakításának módszertanát tekintve megállapítható, hogy elsőként különféle fogyasztási szokásokat mérő indexeket alakítottak ki, majd a tizenkét főkomponensből álló térben tipikus csoportosulási pontokat határoztak meg. Végül pedig exploratív klaszterelemzéssel alakították ki a csoportokat. Az egyes csoportok legfontosabb jellemzői az alábbiakban kerülnek bemutatásra:

- *felső plusz*: A csoport fogyasztásuk és jövedelmi helyzetük alapján is kimagasló helyzetben van. Életkort tekintve felülreprezentáltak a fiatalok. A csoportban nagy számmal találhatóak meg budapesti lakosok, illetve felsőfokú végzettséggel rendelkezők. A minta átlagához képest a felsőfokú végzettség esélye négyszeres, a tanulói státuszé kétszeres. A lakásminőség, az általános anyagi fogyasztás, a változatos ételmisszer és ruhafogyasztás, valamint a pénzügyi szolgáltatások igénybevétele/fogyasztása esetén a csoport kiemelkedik a többitől, de a műgyűjtés és a magas kultúra fogyasztása is kiemelkedő esetükben. Jellemzi őket a szolgáltatásközpontú étkezés.
- *felső klasszik*: A csoport esetén a felsőfokú végzettség, az összes háztartási jövedelem alapján számított legmagasabb jövedelem, és a tanulói státusz esélye a minta egészéhez képest kétszeres. A műgyűjtés is olyan területnek számít, mely esetén a csoport tagjai kimagaslanak a többi fogyasztói stílus képviselői közül. A lakásminőség, az általános anyagi fogyasztás, a változatos ételmisszer- és ruhafogyasztás, az alapvető ételmisszer- és ruhafogyasztás, a változatos és szolgáltatásközpontú étkezés, a költséges és magas kultúra tekintetében kimagasló értékeket mutatnak. Átlag feletti a tagok IT fogyasztása is.
- *befutott értelmiségiek*: A csoport áll legközelebb a felső plusz jövedelmi szintjéhez. A mintában felülreprezentáltak a fővárosiak, illetve a megyeszékhelyen élők. A csoport közel 75%-a aktív. A befutott értelmiségiek fogyasztási szerkezete a felső pluszéhoz hasonlít, de a csoport tagjai a műgyűjtés területén átlagosnak mondhatók, magas kultúrafogyasztásuk közvetlenül a felső plusz csoport után következik. A csoport pénzhasználati hedonizmusa átlagos, mely a kutatás szerint valószínűleg nem annyira jövedelmi, mint mentalitásbeli különbségre hívja fel a figyelmet, vagyis itt is megnyilvánul az életstílusbeli eltérés. A befutott értelmiségiek fogyasztása ugyan hasonlít a felső pluszéhoz, de ezen csoport fogyasztásához képest majdnem minden területen alacsonyabb volumenben történik.
- *hedonista fiatalok*: A csoporttagok jövedelem szempontjából a felső klasszik csoporttal mutatnak hasonlóságot. Mindkét csoport esetén megállapítható, hogy az összes háztartási jövedelem alapján átlag feletti jövedelem jellemzi, és ebben a két csoportban élnek a legtöbben egy háztartásban is. A hedonista fiatalok között, ahogyan az nevükből is adódik, felülreprezentáltak a legfiatalabb (14-30 éves) korosztály tagjai, településtípus szempontjából pedig a megyeszékhelyeken élők, iskolázottság szerint az érettségivel rendelkezők, a gazdasági aktivitásban pedig a tanuló és az aktív kereső életforma valószínűsíthető. Az összes háztartási jövedelem tekintetében a legszegényebb és a legvagyonosabb jövedelmi kategóriák is nagy valószínűséggel kerülnek a csoportba. A hedonista fiatalok tehát az átlag feletti összjövedelemmel és nagyobb családdal, illetve az átlag alatti teljes háztartási jövedelemmel, de kisebb családdal rendelkezők közül kerülnek ki. A pénzhasználati hedonizmus tekintetében kiemelkedők.
- *városi alsóközép*: A jellemzően fiatal, budapesti, tanulókból vagy aktívakból álló csoport. A csoporttagok körülbelül felét kitevő aktívakon belül felül vannak reprezentálva a szakmunkások, a kisiparosok és kiskereskedők, valamint a beosztott

értelmiségiek. Ez a csoport éri el a legmagasabb pontszámot a változatos és szolgáltatásközpontú étkezés esetében, az ide tartozók 80%-a rendszeresen tízórazik és uzsonnázik. A csoport tagjait a változatos ételkészítés és ruhavásárlási szokások jellemzik, az egyszerű és könnyen hozzáférhető kultúra kedvelése, valamint az átlagnál magasabb lakásminőség. A kutatók megállapítják, hogy az attitűdök szintjén az átlag feletti hedonizmus jellemzi a csoport tagjait. Ehhez kapcsolódik, hogy kevés banki megtakarítással rendelkeznek, de a készpénz megtakarításuk átlag feletti.

- *szegény nyugdíjasok*: A csoportban felülreprezentáltak a 65 év felettek és a nyugdíjasok, és a szakmunkás végzettséggel rendelkezők. A klaszter lényegében nyugdíjasokból, és jobbra fizikai munkát végző aktívakból áll. A csoport esetén a napi háromszori és otthonközpontú étkezés meghatározó. A csoporttagok 94%-a napi rendszerességgel főz, és minden második idetartozóra a reggeli, meleg ebéd és hideg vacsora fogyasztása jellemző. Az ételkészítés és az élet többi területén is takarékoság jellemzi őket. A magaskultúra fogyasztása, a változatos ételkészítés-, és ruhafogyasztás átlag alatti. Az IT területén is jóval átlag alatt fogyasztanak, ami a kutatók szerint életkori okokra vezethető vissza.
- *szegény munkásréteg*: A legtöbb területen átlag alatti fogyasztás jellemzi a csoportot, melyben felülreprezentáltak a szakmunkások, az aktívak és a 31-45 éves korúak. Az ételkészítés esetében takarékoskodásra kényszerülnek. Az ide tartozó tipikus csoporttag a kutatók szerint napi kétszer étkezhet, és ezek közül az egyik szinte biztosan a meleg vacsora (60% esetében). Ételkészítésük egyszerű és olcsó ételekre korlátozódik. Minőség és mennyiség esetén is átlag alatti fogyasztás jellemzi őket. A lakásminőség szempontjából szintén jóval átlag alatti fogyasztás figyelhető meg.
- *underclass*: A legrosszabb helyzetben lévő csoport. A csoport tagjai minden fogyasztási terület esetén jóval átlag alatti értékeket mutatnak. Megállapítható, hogy elsősorban az ételkészítés területén mutatkoznak az átlagtól legjelentősebben lemaradó értékek. „Az ide tartozók 20%-a rendszeresen nem tud megfelelő mennyiséget költeni alapvető élelmiszerekre” (KELLER, 2008:22). A csoport tagjai jellemzően 65 év felettek, 8 általános iskolai végzettséggel rendelkeznek, nyugdíjasok vagy inaktívak. Településtípus szempontjából 30%-kal vannak felül reprezentálva a községekben élők.

Bár az egyes csoportok bemutatása túl részletesnek tűnhet, az ismertetett jellemzők hozzájárulnak a csoportok jobb megértéséhez, megfelelő kiindulópontot adva az étkezésükről történő gondolkodáshoz.

A felmérés során a kutatók két étkezési kultúrát határoztak meg. Az egyik típust *napi háromszori, otthonközpontú étkezésnek* nevezték el, mert napi háromszori étkezés (reggeli, meleg ebéd, hideg vacsora) és a rendszeres főzés jellemzi. A másik étkezési dimenziót *változatos és szolgáltatásközpontú étkezésnek* nevezték el, mert a kiegészítő étkezések és az étkezési szolgáltatások magas igénybevétele jellemzi (KELLER, 2008). Ezek alapján arra a következtetésre juthatunk, hogy ha az étkezés életstílusbeli különbözőségeit vizsgáljuk, akkor az *étkezések helyszíne* és az *elfogyasztott ételek változatossága* az étkezésen belül két markáns különbségeket eredményező terület. A fogyasztási típusok étkezési szokásonkénti átlagpontszáma az 1. táblázatban kerül közlésre.

1. táblázat: A nyolc fogyasztási típus átlagpontszáma étkezési szokásonként

Napi háromszori otthonközpontú étkezés		Változatos, szolgáltatásközpontú étkezés	
Szegény nyugdíjasok	0,58	Városi alsó-közép	2,76
Underclass	0,16	Felső klasszik	0,43
Városi alsó-közép	0,04	Felső plusz	0,36
Felső plusz	-0,04	Befutott értelmiségiek	-0,06
Befutott értelmiségiek	-0,05	Hedonista fiatalok	-0,14
Hedonista fiatalok	-0,14	Szegény munkásréteg	-0,27

Felső klasszik	-0,19	Underclass	-0,31
Szegény munkásréteg	-1,40	Szegény nyugdíjasok	-0,32

Forrás: Keller, 2008

A *napi háromszori otthonközpontú étkezés* esetén megállapítható, hogy a szegény nyugdíjasok csoportja az, akikre leginkább jellemző az otthonfőzés és a napi háromszori étkezés. A főzés náluk a takarékoság jelének tekinthető. A tanulmányban megállapítják, hogy a szegény munkásréteget ezzel szemben – annak ellenére, hogy közel azonos jövedelmi viszonyok jellemzik őket, mint a nyugdíjasokat – életstílus szerinti megfontolások alapján az jellemzi, hogy elmulasztják a háromszori étkezést. A felső klasszik esetében az otthonközpontú étkezés hiánya jellemző, de ezt a magas minőségű szolgáltatásközpontú étkezés kompenzálja.

A *változatos és szolgáltatásközpontú étkezés* esetében a városi alsó-közép az üzemi étkezést preferálja. Valószínűleg ennek az életforma az oka, ugyanis anyagi lehetőségeik miatt indokolt lenne a takarékoskodás.

A GfK és a TÁRKI elemzése rámutat arra, hogy az étkezésnek vannak bizonyos anyagiakon túlmutató, életstílus, életforma alapján meghatározott jellemzői.

2.3. Az étkezés idő dimenziója

Egy, a modern étkezés sajátosságait vizsgáló kutatás arra az eredményre jutott, hogy napjaink fogyasztójának étkezése az étkezések gyakoriságát tekintve jelentős átalakuláson ment át. A mai fogyasztók ugyanis sokkal gyakrabban étkeznek, mint korábban, mellyel párhuzamosan az útközben történő – on-the-go és ready-to-go étkezés (a szerző megjegyzése) - ételfogyasztás is egyre nagyobb méreteket ölt (HARTMAN GROUP, 2013). Ehhez kapcsolódóan Brockman (2014) megállapítja, hogy különösen a fiatal fogyasztók részesítik előnyben a ready-to-cook, illetve ready-to-eat ételeket, melyek szinte azonnal fogyaszthatók. Megállapítható, hogy az egyre inkább gyorsuló idő, a gyorsuló élet hatással van a hagyományosnak tekinthető étkezési ritmusra (TÖRŐCSIK-PÁL, 2014). *Kutatásom másik területét az étkezés idejének, rendszerességének, gyakoriságának vizsgálata adja.*

Megállapítható, hogy az étkezések időpontja mind kevésbé függ a napszakoktól, illetve a társadalmi konvencióktól. Az eddig fontosnak tekinthető napszakok – ebéidő, vacsoraidő - rendje felbomlott és egyre inkább meghatározó vált a késő éjszakai étkezések fogyasztóinak, illetve a reggeli fogyasztóknak a kiszolgálása (TRADE MAGAZIN, 2017). Az étkezések idejében bekövetkezett változásra jó példát szolgáltatnak az úgynevezett negyedik étkezésekhez (fourth meal) kapcsolódó helyszínek. A fogyasztói igényekre reagálva hazánkban is megfigyelhető, hogy egyes helyeken már egész nap kínálják reggeli menüiket, és egyre több éjszaka is nyitva tartó étterem érhető el.

A Központi Statisztikai Hivatal rendszeresen közli időmérleg kutatásainak eredményeit, melyben a magyar lakosság időfelhasználását mutatja be. A legutóbbi időmérleg kutatás a 2009/2010-es évben készült és a 10-84 éves lakosság reprezentatív mintáján alapul. A felmérés eredményei szerint a magyarok átlagosan 101 percet töltenek étkezéssel. Reggelizésre átlagosan 24 percet, ebéd fogyasztására 36 percet, vacsorázásra pedig 31 percet szánnak. A felmérés külön kitért a nassolásra, mely a megkérdezettek válaszai szerint 37 percet jelent naponta átlagosan. A kutatásból az is látszik, hogy a magyarok egyre több időt szánnak étkezésre. A felmérés ugyanakkor csak néhány demográfiai tényező, például nemek és életkor szerint közli az adatokat, az életstílus nem jelenik meg a vizsgálatban.

Fodor (2009) úgy véli, hogy az otthonon kívüli étkezés megnövekedése a szabadidő felértékelődése miatt következett be. Az alábbiakban foglalja össze, hogy miként is hat az idő és legfőképp a rendelkezésre álló szabadidő az étkezésre:

- Annak érdekében, hogy több legyen a rendelkezésre álló szabadidő, a fogyasztók egyre sűrűbben veszik igénybe a háztartáson kívüli étkezést, illetve a házhoz szállítást.

- A több szabadidő érdekében a fogyasztók előtérbe helyezik a kényelmesebb és élvezetesebb vásárlási formákat.
- A növekvő szabadidő iránti vágy miatt kevesebb idő jut az ételkészítésre és főzésre, így nő a kereslet a könnyen elkészíthető, de egészséges, praktikus élelmiszerek iránt.

Fodor (2009) ugyanakkor azt is kiemeli, hogy az életstílus megváltozásával csökken az emberek ételkészítésre szánt ideje és új étkezési szokások alakulnak ki (SZABÓ 1998, GAÁL 1998, ORBÁNNÉ 2006, In: FODOR, 2009). Ez a gondolat átvezet minket a két terület összekapcsolódásához.

A két vizsgált terület összefüggését tekintve a tanulmány szerzője úgy véli, hogy *az étkezés ritmusa és rendszeressége életstílusonként meghatározott*. Az étkezési ritmust, a táplálkozás gyakoriságát nem csak az éhség, illetve a különféle biológiai tényezők (pl.: anyagcsere) befolyásolják, de nagymértékben meghatározza az is, hogy ki milyen ritmus szerint éli mindennapi életét. Azt a gondolatot, mely szerint az étkezési alkalmak és étkezési gyakoriságok esetén különbség van az életstílus csoportok viselkedése között alátámasztja az is, hogy az életstílus kutatások és modellek alapját az értékeken kívül sok esetben az idő dimenziója jelenti (pl.: Életstílus Inspirációs modell, TÖRŐCSIK, 2011).

3. Eredmények

A minta a 15 év feletti magyar lakosság körében kor, nem, foglalkozás, valamint regionalitás szempontjából egyaránt reprezentatív. A válaszadók nemét tekintve megállapítható, hogy a mintában összesen 488 férfi és 512 nő szerepelt. Az életkori csoportok a következőképpen alakultak: a válaszadók 15,5%-a 15-24 év közötti, 21,6%-uk 25-34 év közötti, 22,5%-uk 35-44 év közötti, 18,6%-uk 45-54 év közötti, míg 22,8%-uk 55-69 év közötti volt a megkérdezés időpontjában. Az iskolai végzettséget tekintve a legtöbb válaszadó szakmunkásképzőt, szakiskolát végzett (36%), 18%-uk főiskolai, egyetemi végzettséggel rendelkezik, míg a legkisebb arányban (13,5%) a csupán 8 általános iskolát végzetek szerepelnek.

3.1. Az idősoros vizsgálat eredményei

Az adatbázis lehetővé tette, hogy az 1989-től 2014-ig terjedő időszak adatfelvételeinek bizonyos adatait összehasonlítsam, így az étkezéshez kapcsolódó magatartás egyes aspektusaiban megfigyelhető változásokat elemezzem. Ezen szempontok közül az *étkezések rendszerességét, a fő- és köztes étkezések gyakoriságát, a meleg és hideg főétel fogyasztásának gyakoriságát, az otthonon kívüli étkezések gyakoriságát és helyszínét, valamint a válaszadók főzéssel és otthonon kívüli étkezésekkel kapcsolatos attitűdjét* vizsgáltam.

Az étkezések rendszeressége esetén megállapítható, hogy a vizsgált időszakban csupán kismértékű változások következtek be, azonban a 10 évvel korábbi időszakhoz képest a 2014-es adatok szerint nőtt azon fogyasztók aránya, akik inkább rendszertelenül étkeznek. A 2014-es adatok szerint a megkérdezettek 33%-a inkább rendszertelenül étkezett.

Arra a kérdésre, hogy milyen gyakran reggeliznek, a 2014-es felmérés adatai szerint a válaszadók 66%-a válaszolta, hogy minden nap, 24%-uk, hogy alkalmanként, illetve 10% azt, hogy soha. A soha nem reggelizők aránya az elmúlt 20 évben végig 8 és 10% között volt.

Az adatfelvétel lehetővé tette, hogy az ebéd és a vacsora esetén külön vizsgáljam a meleg, illetve a hideg étel fogyasztását. A napi szintű meleg ebéd esetén megállapítható, hogy annak fogyasztása jelentősen lecsökkent az utóbbi időszakban. 2014-ben a válaszadók 4%-a úgy nyilatkozott, hogy majdnem sosem eszik meleg ebédet. Míg a hideg ebédet fogyasztók között 1989-ben azok voltak többségben, akik majdnem sosem fogyasztottak ilyen jellegű ételt, 2014-re azonban azon fogyasztók aránya lett a legmagasabb, akik alkalmanként fogyasztanak ilyen ételeket. A napi szintű hideg ebéd fogyasztása ugyan a legfrissebb

rendelkezésre álló adatok szerint alacsony - 9%-os értéket mutatott a 2014-es felmérés adatai szerint - az adatokat összegezve látható, hogy a meleg ebédet egyre inkább a hideg váltja fel. A válaszadók többsége meleg vacsorát legalább alkalmyszerűen fogyaszt, viszont a minden nap meleg vacsorát fogyasztók aránya a vizsgált időszak alatt jelentősen lecsökkent. 2014-ben már csak 29%-ot tesz ki, mely az 1989-es 42%-os értékhez képest számottevő csökkenést jelent. A hideg vacsorát fogyasztók esetén szintén azok vannak többségben, akik alkalmyszerűen végzik a tevékenységet. A hideg vacsora esetén jellemző gyakorisági kategóriák sorrendje már az első felmérés kezdete óta változatlan, vagyis a legtöbben alkalmyszerűen, majd pedig minden nap fogyasztanak hideg vacsorát, végül pedig azok aránya a legkisebb, akik majdnem soha.

Megállapítható tehát, hogy mind a meleg ebéd, mind pedig a meleg vacsora fogyasztásának gyakorisága lecsökkent a vizsgált időszakban. Főétkezésnek ugyanakkor a megkérdezettek még mindig egyértelműen az ebédet tartják. Ennek arányában csak minimális elmozdulások figyelhetők meg.

Az adatok alapján megállapítható, hogy mindkét kiemelt köztes étkezés (tízórai és uzsonna) esetén nőtt a magatartást végzők, vagyis azok aránya, akik a három főétkezés mellett/helyett tízórait és uzsonnát is fogyasztanak. Bár még mindig azok aránya a legmagasabb, akik nem fogyasztanak tízórait (és ez az uzsonna esetén is igaz), a naponta illetve az alkalmanként tízórait fogyasztók aránya egyértelmű növekedést mutat a vizsgált időszakban. Azon válaszadók aránya, akik majdnem sosem fogyasztanak tízórait, 2001-től fokozatosan csökkent. A naponta tízórait fogyasztók aránya pedig a 2014-es adatok alapján már 12%-ot tett ki. Az uzsonna fogyasztása esetén azon fogyasztók száma, akik majdnem sosem esznek ilyen ételt 1989 óta töretlenül a legmagasabb, de itt is megfigyelhető, hogy nőtt az alkalmyszerűen uzsonnázók száma, és csökkent azoké, akik sosem végzik a tevékenységet. A 2014-es adatok szerint a minden nap uzsonnázók aránya 11%-ot, az alkalmyszerűen uzsonnázóké 43%-ot, míg azoké, akik majdnem sosem uzsonnáznak 46%-ot tett ki.

A napi étkezések számát tekintve megállapítható, hogy egyre nő azok aránya, akik 4 vagy több alkalommal étkeznek, mely a fentiekben kifejtett növekvő uzsonna, illetve tízórai fogyasztásban is megmutatkozik. A legnagyobb arányban a 2014-es felmérés eredményei szerint azonban még mindig azok voltak, akik három alkalommal étkeztek naponta (45%).

A kutatás kitért az otthonon kívüli étkezések gyakoriságára és helyszíneire is. Megállapítható, hogy a válaszadók többsége munkahelyi vagy iskolai étkezdében étkezik a leggyakrabban. A helyszínen történő étkezés az idősoros adatokat is figyelembe véve (ebben az esetben az idősoros adatok 2009-ig visszamenőleg álltak rendelkezésre) 2009 óta töretlen. Ezt követően a büfében történő étkezés szerepel, mely szintén évek óta áll a második helyen. A 2014-es kutatás adatait figyelembe véve a gyorsétterem és a hagyományos vendéglő/éttermekben a válaszadóknak egyaránt 16-16%-a étkezik. A felsorolt alternatív étkezési helyszínek közül a legkevesebben svédasztalos étteremben étkeznek.

A kutatás a válaszadók főzéssel és otthonon kívüli étkezéssel kapcsolatos attitűdjeire is kitért. Megállapítható, hogy a félkész termékekről a válaszadók többsége 1999 óta (2014-ben 54%-a) úgy vélekedik, hogy az ember nyugodtan fogyaszthat ilyen termékeket. A gyorséttermek kapcsán azonban már más a véleményük a megkérdezetteknek, ugyanis csupán 24 %-uk nyilatkozott úgy, hogy szívesen jár gyorsétteremben, a minta másik része (76%) nem kedveli ezeket az éttermeket. A köztudatban egészségtelennek titulált gyorséttermi, illetve félkész termékekkel kapcsolatos attitűdök tehát nem mutatnak egy irányba, ezen adatokból nem vonhatóak le mély következtetések a válaszadók egészséges életmóddal kapcsolatos beállítódására.

Az idősoros eredményekből láthatjuk, hogy jelentősen nőtt a rendszertelenül étkezők aránya, viszont nőtt az egyes étkezések száma, az uzsonnát és/vagy tízórait legalább alkalmanként fogyasztók száma is. A meleg főétkezéseket egyre inkább a hideg étel elfogyasztása váltja fel,

ugyanakkor még mindig - a jellemzően meleg ételt jelentő - ebédet tekintik főétkezésnek. A továbbiakban ezen eredményekre fókuszálva kerülnek bemutatásra a 2014-es adatfelvétel legfőbb eredményei fogyasztói tipológia szerinti bontásban.

3.2. *Étkezési alkalmak és étkezések rendszeressége*

A tanulmány szerzője több aspektusból vizsgálta már az életstílus csoportok közötti fogyasztásbeli és vásárlói magatartásban megmutatkozó különbségeket. A korábbi vizsgálatok, illetve a tapasztalat azt mutatja, hogy az ételmiszerfogyasztás a fogyasztói magatartás egy olyan területe, mely esetében szintén differencia mutatkozik meg, ha életstílusból adódó jellemzőket figyelembe véve vizsgáljuk az egyes fogyasztói csoportokat. Ebből az elgondolásból a továbbiakban az étkezési alkalmak és az egyes étkezések rendszerességének vizsgálata során az adatbázisban megjelenő fogyasztói tipológia szerinti demográfiai háttérelmézés kerül bemutatásra, arra keresve a választ, hogy *az étkezés területeinek mely vonatkozásában érhetőek tetten az életstílusbeli eltérések.*

A megkérdezés során rákérdeztek arra, hogy a válaszadók rendszeresen vagy éppen inkább rendszertelenül étkeznek-e (2. táblázat).

2. táblázat: Az étkezések rendszeressége fogyasztói tipológia szerinti bontásban

	n	Rendszeresen eszem (%)	Inkább rendszertelenül eszem (%)	NT-NV (%)
Felső plusz	74	64	35	1
Befutott értelmiségiek	169	73	27	0
Hedonista fiatalok	202	61	39	0
Felső klasszik	52	60	35	6
Városi alsóközép	102	88	12	0
Szegény nyugdíjasok	146	82	18	0
Szegény munkásréteg	151	32	63	5
Underclass	104	71	29	0

Forrás: Saját szerkesztés (Gfk adatbázis alapján)

Megállapítható, hogy majdnem minden csoport esetén azok aránya volt többségben, akik rendszeresen étkeznek. Ez alól a szegény munkásréteg tagjai jelentettek kivételt. A csoporton belül 63% úgy nyilatkozott, hogy inkább rendszertelenül étkezik. Ez azért is meglepő eredmény, mert még az underclass rétegen belül is nagyobb arányban voltak azok, akik úgy nyilatkoztak étkezésüket illetően, hogy rendszeresen étkeznek. A legnagyobb arányban a városi alsóközép tagjai étkeznek rendszeresen (88%).

Az étkezési alkalmak esetén megvizsgáltam, hogy milyen rendszeresen esznek az egyes csoportok tagjai reggelit, ebédet és vacsorát. Az egyes étkezések gyakoriságát tekintve három lehetséges válasz közül választhattak a megkérdezettek, melyek a "minden nap", "alkalomszerűen", valamint a "majdnem soha" válaszlehetőségek voltak.

Megállapítható, hogy az összes csoport esetén a mindennap reggelizők aránya volt a legmagasabb. A szegény munkásréteg azonban ezen kérdés esetén is némiképp kilógott a többi csoport közül, hiszen náluk vannak a legnagyobb arányban azok, akik csak alkalomszerűen (38%) vagy soha nem (15%) fogyasztanak reggelit. A saját csoportjukon belüli legnagyobb arányban (84%) a városi alsóközép tagjai reggeliznek minden nap.

Az ebédet tekintve a kérdőív külön kitért a *meleg* és a *hideg* ebéd vizsgálatára. Azt feltételeztem, hogy a meleg és a hideg főételek fogyasztásának gyakorisága szintén olyan terület, mely jelentősen meghatározott az életstílus csoportok által. Az adatokból ez részben

beigazolódni látszott, ugyanis megállapítható, hogy a szegény munkásréteg tagjai között a csak alkalmászerűen *meleg ebédet* fogyasztók (71%) vannak a legnagyobb arányban, de 13%-ot tesznek ki azok is, akik majdnem soha nem esznek meleg ételt ebédre. A többi csoporton belül azok aránya volt a legnagyobb, akik minden nap fogyasztanak meleg ebédet. *Hideg ebédet* a legtöbben alkalmászerűen fogyasztanak a szegény nyugdíjasok csoportján kívül. Ők ugyanis a legnagyobb arányban azt jelölték válaszul, hogy majdnem soha nem fogyasztanak hideg ebédet. Az eredmény nem meglepő, hiszen esetükben 98%-ot tett ki a minden nap meleg ebédet fogyasztók aránya.

A vacsora esetén szintén meleg és hideg étkezésre lebontva kérdezték rá az étkezések gyakoriságára. Megállapítható, hogy a legtöbben csak alkalmászerűen esznek *meleg vacsorát*, de a szegény munkásréteg tagjai esetén viszont a minden nap meleg vacsorát fogyasztók vannak a legnagyobb arányban (45%). Nekik vélhetően napközben nincs lehetőségük meleg ételt fogyasztani, így haza érve pótolják be azt, ami az ebédnél esetlegesen kimaradt. Érdekes, hogy a *hideg vacsora* esetén is az alkalmászerűen kategória kapta a legtöbb jelölést. Megállapítható tehát, hogy az ebéd még mindig inkább egy meleg étel kategóriát jelent, addig a vacsora már jelentősen megosztja a válaszadókat és nem egy kifejezetten hideg, de nem is kimondottak meleg étel kategória. A vacsora esetén a legtöbb csoportnál váltakozik, hogy meleg vagy hideg étel kerül-e az asztalra.

Érdekes, hogy ha összevetjük a napi szinten hideg és meleg étel fogyasztását - akár az ebédre, akár a vacsorára vonatkozóan (3. táblázat) - látszólag nincsen összhang az egyes kérdésekre adott válaszokban, vagyis a napi szinten meleg vacsorát fogyasztók arányának meg kellene jelennie a másik oldalon olyan formában, hogy legalább ennyi válaszadónak kellett volna úgy nyilatkoznia, hogy soha nem fogyaszt hideg vacsorát. Ebből az összefüggésből arra következtethetünk, hogy – amennyiben a válaszadók nem torz válaszokat adtak – a meleg étel fogyasztása nem zárja ki a hideg étel fogyasztását, vagyis ezen ételek fogyasztása párhuzamosan jelen van akár egy étkezésen belül is, melynek szintén életstílusbeli vonatkozásai lehetnek. Ezen kérdés mélyebb elemzésére az adatbázis nem volt alkalmas, további vizsgálatára kvalitatív módszertan javasolt.

3. táblázat: Meleg vacsorát naponta és hideg vacsorát soha nem fogyasztók aránya

	n	Minden nap meleg vacsorát fogyasztók aránya (%)	Hideg vacsorát majdnem soha nem fogyasztók aránya (%)	eltérés
Felső plusz	74	31	7	24
Befutott értelmiségiek	169	22	10	12
Hedonista fiatalok	202	30	6	24
Felső klasszik	52	26	2	24
Városi alsóközép	102	36	18	18
Szegény nyugdíjasok	146	14	8	6
Szegény munkásréteg	151	45	16	29
Underclass	104	28	6	22

Forrás: Saját szerkesztés (Gfk adatbázis alapján)

Megállapítható, hogy főétkezésnek a legtöbben még mindig az ebédet tartják, a szegény munkásréteg pedig a várakozásoknak megfelelően a vacsorát tartja főétkezésének. Minden csoport esetén látjuk azonban, hogy alapvetően a meleg étel fogyasztása jelenti a főétkezést.

A tízórai esetén kiemelésre került, hogy általánosságban nőtt az alkalmászerűen tízórait fogyasztók száma és csökkent azoké, akik majdnem soha nem fogyasztanak tízórait. Ha az egyes csoportokat tekintjük, akkor megállapíthatjuk, hogy igen színes a kép. A szegény nyugdíjasok (71%), a szegény munkásréteg (63%) és az underclass (50%) tagjainak többsége

majdnem soha nem fogyaszt tízórait. Ebből az eredményből következik a kutatási kérdésfeltevés, hogy vajon a köztes étkezések fogyasztása is alapvetően az anyagi helyzet által határozódik-e meg. Ugyanakkor az adatokból azt is látjuk, hogy a felső plusz és a felső klasszikus esetén is azok vannak legnagyobb arányban, akik majdnem soha nem fogyasztanak tízórait (44%, 50%), vagyis nem kizárólag az anyagiak dominálnak. Érdekes eredmény, hogy még a hedonista fiataloknál is a majdnem soha nem tízórazók vannak többségben. Ők 48%-ot tesznek ki a csoporton belül. A befutott értelmiségiek és a városi alsóközép az a csoport, akikre – ahogyan az egyes típusok jellemzése kapcsán előzetesen is láttuk – jellemző a tízórazás. Előbbi esetében legnagyobb arányban, 47%-ban szerepelnek az alkalomszerűen tízórait fogyasztók, utóbbi esetében pedig kiemelkedő a minden nap tízórazók aránya (67%). Az uzsonna esetén is megállapítható, hogy a szegényebb rétegek majdnem soha nem végzik ezt az étkezési tevékenységet. Ugyanakkor itt is van egy jómódú csoport (befutott értelmiségiek), akik szintúgy majdnem soha nem uzsonnáznak. Jövedelmi viszonyaik szerint megtehetnék ezt, vagyis ebben az esetben is inkább életstílus vonatkozásokra gondolhatunk. Megállapítható, hogy napjainkban a nassolás is igen meghatározó étkezési tevékenységek közé tartozik, melyet a KSH (2012) már hivatkozott felmérése is alátámaszt. Érdekes lett volna annak vizsgálata, hogy a nassolás milyen rendszerességgel történik az egyes életstílus-csoportok esetén, és hatással van-e más étkezések idejére, hosszára, azonban az adatbázis ennek elemzését nem tette lehetővé.

4. Összefoglalás és következtetések

A tanulmányban az étkezés idő dimenziójában bekövetkezett változások, és életstílusonkénti különbözőségei kerültek vizsgálatra. Az étkezések idejét tekintve megállapítható, hogy számottevő átalakulások következtek be az egyes étkezési alkalmak számában, illetve az étkezések rendszerességében. Nőtt a rendszertelenül étkezők aránya, és növekedés tapasztalható az egyes étkezések számát, illetve a köztes étkezéseket legalább alkalmanként fogyasztók számát tekintve is. Megállapíthatjuk, hogy a meleg főétkezéseket egyre inkább a hideg étel elfogyasztása váltja fel, de a legnagyobb arányban még mindig a meleg ételt tekintik a főételnek. A legtöbb esetben ez a meleg ebédet jelenti, de láthattuk, hogy a szegény munkásréteg a vacsorát tartja főétkezésnek, mely inkább életstílusbeli okokra vezethető vissza, mintsem anyagi helyzetből adódik. A további életstílus vonatkozások tekintetében láttuk, hogy az ételek változatossága, illetve köztes étkezések fogyasztása is életstílusbeli eltéréseket mutat. A téma kapcsán jövőbeli kutatási cél lehet a kapott eredmények mélyebb vizsgálata, az egyes magatartásjellemzők mögött meghúzódó motivációk kvalitatív módszerrel történő feltárása. További kutatási irányokat jelenthet az egyes étkezésekre szánt idő mértéke, az étkezés és a multitasking kapcsolata, az út közbeni (on-the-go) étkezés, illetve az étkezés tárgyi környezetének vizsgálata.

Irodalomjegyzék

- Bernát, A. (2012): *Hazai egészséggazdaság - avagy jól gazdálkodunk-e az egészségünkkel.* TÁRKI Társadalomkutatási Zrt., Budapest, <http://www.euuzlet.hu/kommunikacio/2012/bernat-aniko.pdf>, Letöltési idő: 2017.03.01.
- Dernóczy-Polyák, A. – Keller, V. (2015): Étkezési stílus módszertani megközelítésben: kontrollálatlan evés vagy érzelmi evés? *Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing*. 11 (1-2) 3-8
- Fodor, M. (2009): *Az élelmiszerfogyasztói preferenciák elemzése a munkahelyi étkeztetésben.* Doktori Értekezés, Gödöllő
- Forgács (2004): *Az evés lélektana.* Akadémiai Kiadó, Budapest
- Gaál, B. (1998): A magyar háztartások élelmiszerfogyasztási szokásai. *Marketing & Menedzsment* 32 (3) 22-36.

- GfK adatbázis: Nem publikus forrás.
- Hartman Group (2013): *Modern Eating: Cultural Roots, Daily Behaviors*.
- Hernádi, M. (1982): *Tárgyak a társadalomban*. Kozmosz Könyvek, Budapest
- KSH (2012): *Időmérleg 2009/2010. Összefoglaló adattár*.
<http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/idomerleg/idomerleg0910.pdf>, Letöltési idő: 2017.03.01.
- Keller, T. (2008): *Fogyasztói szegmentáció*. GfK Hungaria Piackutató Intézet-Tárki, Budapest
- Nestlé (é.n.): *Klare Trends für 2030*. <http://www.nestle.de/zukunftsstudie/uebersicht>, Letöltési idő: 2017.03.18.
- Orbánné, N. M. (szerk.)(2006): Az élelmiszeripar strukturális átalakulása (1997-2005). *Agrárgazdasági Tanulmányok* (3) 1-35.
- Pál, E. (2016): F fiatalok táplálkozási szokásai és értékrendje – szekunder kutatás. In: Keresztes, G. (szerk) (2016): *Tavaszi Szél tanulmánykötet II*. Doktoranduszok Országos Szövetsége, Budapest.
http://www.dosz.hu/dokumentumfile/TSZ_II_kotet_161114_585o.pdf, Letöltési idő: 2017.03.01.
- Szabó, M. (szerk.) (1998): *A hazai élelmiszerfogyasztás szerkezeti változásai és tendenciái*. *Agrárgazdasági Tanulmányok* (12) 1-74.
- Töröcsik, M. - Pál, E. (2015): Napjaink ételfogyasztói magatartásának ismertetése, különös tekintettel a megváltozott étkezési ritmusra és a reggeli fogyasztásra, In: *Marketing hálózaton innen és túl*. EMOK XXI. országos konferencia tanulmánykötet. ISBN 978-963-313-189-3.
- Töröcsik, M. (2010): Életstílust kifejező ételfogyasztás, a food-trendek hatása. *Korunk*. 3 (12) 58-65.
- Töröcsik, M. (2011): *Fogyasztói magatartás: Insight, trendek, vásárlók*. Akadémiai Kiadó, Budapest
- Töröcsik, M. (2014): Az ételfogyasztás megatrend kapcsolódásai. *Táplálkozásmarketing*. 1 (1-2)
- Töröcsik, M., Pál, E. (2014): Az étel, étkezés a mai mindennapokban – a reggeli. In: Bódi, J. - Maksa, Gy. - Szijártó, Zs. (szerk.) (2014): *A mindennapi élet mint téma & mint keret*. Gondolat Kiadó, PTE Kommunikáció – és Médiatudományi Tanszék, Budapest – Pécs, 98-119., ISBN 978-963-693-420-0
- Trade Magazin (2017): 2017. február – március.12 (2-3)
- Túry, F. - Szabó, P. (2000): *A táplálkozási magatartás zavarai*. Medicina Könyvkiadó Rt., Budapest