


PLASEK Brigitta
NAGY Evelin
TEMESI Ágoston 

Szent István Egyetem,
Élelmiszertudományi Kar,
(Szent István University,
Faculty of Food Science)
H-1118 Budapest, Villányi út 29-43.
e-mail: plasek.brigitta@etk.szie.hu

KÉNYELMIÉLELMISZER-FOGYASZTÁSI SZOKÁSOK ÉS -FOGYASZTÓI CSOPORTOK

CONVENIENCE FOOD CONSUMPTION PATTERNS AND CONSUMER GROUPS

In a constantly evolving, globalizing world, we are witnessing an ever-faster change in the way we live and consume today. Nowadays, the lifestyle of a wide range of society is creating an ever-increasing demand for food that can be consumed immediately or made with very little energy or time investment. The food industry already offers a lot of opportunities for this and a wide range of convenience food can be found on the shelves of shops. According to food manufacturers' forecasts, the importance of the category of convenience food will continue to grow in the coming years.

In our research, with regard to the few domestic sources, we were looking for the answer what characterizes convenience food consumption in our country and what consumer groups can be distinguished. 500 people were interviewed using the consumer survey method, probability sampling. We analyzed the significant differences between different demographic groups and attitudes by means of variance analysis ($p < 0.05$).

Based on our results, it can be stated that the consumption of convenience food and ready-to-eat products is more characteristic of men and younger generations. Between the age of 50 and 69 consumers are less likely to consume convenience food and more often spend at least one hour with cooking at weekends, while those who consume more convenience food (18-29, 30-39) spend so much time in the kitchen less often. Furthermore, for those who have finished secondary education, the choice of convenience food is typical, while those with a lower level of education or with finished tertiary education, this is less common.

With cluster analysis, we have separated four consumer groups, namely the indifferent to convenience food cluster, the convenience food seekers, the convenience food avoiders, and the cooking avoiders groups.

Kulcsszavak: kényelmi élelmiszer, fogyasztói magatartás, attitűdök, fogyasztói csoportok

Keywords: convenience food, consumer behaviour, attitude, consumer groups

JEL-kód: Q13, M31

1. BEVEZETÉS

1.1. A kényelmi élelmiszerek jelentősége, fogalmi meghatározása, fogyasztói

A folyton fejlődő, globalizálódó világban a társadalmunk életvitelének és fogyasztási szokásainak egyre gyorsabb változását figyelhetjük meg. A technológia fejlődése, a multikulturális társadalmak kialakulása, a változó családi szerkezetek szintjegy, mint a változó társadalmi normák és értékek, számos egyéb tényező mellett hatással vannak étkezési szokásainkra és a kényelmi élelmiszerek iránti egyre növekvő igényre (Buckley et al., 2007), amit Törőcsik (2007) egyenesen az élelmiszer-fogyasztást jellemző megatrendként értékelt.

Buckley és társai (2007) megállapítása szerint „a kényelmi élelmiszerek képesek a fogyasztók számára időt és energiát megtakarítani az élelmiszerekkel kapcsolatos tevékenységeknél, ami magában foglalja a bevásárlást, az étel előkészítést, a főzést és az étkezéssel kapcsolatos utólagos tevékenységeket”. Vagyis a kényelem iránti igény nemcsak a konyhában eltöltött idő lecsökkentésére utal, hanem minden egyéb időt és energiát (mind szellemi, mind fizikai) magában foglal, amit bevásárlással, tárolással, előkészületekkel és elkészítésekkel, valamint az elfogyasztással töltünk.

Az elmúlt évtizedek alatt rengeteget változott a kényelem szó jelentése, ezáltal pedig a kényelmi élelmiszer kifejezés is. Ahogy azt Scholliers (2015) is megfogalmazza: „a legtöbb szerző továbbra is homályosan fogalmaz, hogy valójában mit értenek kényelmi élelmiszer alatt”, és kiemeli, hogy szükség lenne egy egységes álláspontra ezt illetően. Jackson és Viehoff (2016) a kényelmi élelmiszerek definiálásánál Scholliershez (2015) és Daniels és Glorieuxhoz (2015a) hasonlóan szintén annak komplexitására

hívja fel a figyelmet. Egyrészt megállapításaik szerint a kényelmi élelmiszerekre használt definíciók rendkívül összetettek és vitatottak, felvetik a problémát, hogy nemcsak az egész kényelmiélelmiszer-kategóriára nincsen egységes meghatározás, de annak egyes termékcsoportjaira, például a készételekre sincs egy egységes meghatározás. Másrészt arra hívják fel a figyelmet, hogy a kényelmi élelmiszereket nem lehet teljesen különálló kategóriaként kezelni a hétköznapi fogyasztás során, hiszen gyakran fogyasztjuk ezeket az élelmiszereket friss alapanyagokkal vagy olyanokkal, amelyek további feldolgozást igényelnek.

Buckley és társai (2007) Angliában végzett kutatásuk során a fogyasztók élelmiszerral és étkezéssel kapcsolatos életvitele, különösképpen a kényelmi élelmiszerekkel kapcsolatos életvitele (CFL, jelentése Convenience Food Lifestyle) alapján négy különböző élelmiszer-fogyasztási életviteltípust különítettek el:

1. Élelmiszer-ínyencek/-szakértők („food connoisseurs”)
2. Otthon főzők („home meal preparer”):
3. Konyhakertülők („kitchen evaders”):
4. Kényelemkeresők („convenience-seeking grazers”):

Daniels és társai (2015b) a fogyasztókat szintén klaszterekbe sorolják a kényelmi élelmiszerekkel kapcsolatos életvitelük alapján. Belgiumban végzett kutatásukban, annak érdekében, hogy megismerjék a belga háztartások kényelmiélelmiszer-választásának okait, először felmérték, hogy az egyes háztartások a bevételüknek hány százalékát költik kényelmi élelmiszereire. Ezek alapján a belga háztartásokat négy csoportba osztották:

5. hagyományos, nem kényelemorientált fogyasztói csoport („the traditional non-convenience-oriented food group”),
6. vegyes típusú élelmiszer-fogyasztási csoport („the mixed food consumption cluster”)
7. kényelmiélelmiszer-orientált fogyasztói csoport („the convenience-oriented food cluster”),
8. kevés otthoni fogyasztásra szánt élelmiszert fogyasztók („Low domestic food spending pattern”).

A kényelmi élelmiszerek fogyasztását számos tényező befolyásolja, Brunner és kollégái (2010) 15 fő befolyásoló tényezőt határoztak meg. Eredményeik érdekessége, hogy míg a kényelmi élelmiszerek alapvetően a könnyű elkészíthetőséget, időspórolást és az idő nyomásának csökkentését szolgálják, egyik tényező sem befolyásolja szignifikánsan a kényelmiélelmiszer-fogyasztást. A Daniels és Glorieux (2015a) által készített kutatás arra is rámutat, hogy a háztartások nagysága is befolyásolja a kényelmiélelmiszer-fogyasztást, eredményeik szerint az egyfős háztartások jellemzően jobban keresik az ilyen termékeket, mint a párok vagy családok.

Olsen (2012) kutatásában kvalitatív módszerrel azokat a tényezőket mutatta be, melyek akadályozzák a kényelmiélelmiszer-fogyasztást. Ezek körül a jelentősebbek az életminőség, a család, a hagyományok és a kultúra, valamint a vendéglátás.

Olsen és társai (2010) megállapították, hogy a fogyasztói döntéseknek fontos előrelélője lehet a termék vagy a termék kategória iránti érzelmek. Egy termék iránt érzett elégedettség, öröm és izgatottság mind olyan érzelmek, amelyek hatással vannak a kényelmi élelmiszerek fogyasztására. A kényelemhez társított negatív jelzők, így a kényelmi élelmiszerek fogyasztása is, a fogyasztók számára a büntudat, a megbánás vagy a feladatuk elhanyagolásának érzését keltheti, ezáltal nem kívántta téve ezek fogyasztását. A fogyasztásuk nagymértékben összefügg az egyén kompromisszumkésziségevel, a kényelem érdekében az egészségről, a tápértékről és/vagy érzékszervi tulajdonságokról kell lemondania a fogyasztónak. Ez mind hatással van a kényelmi élelmiszerek fogyasztására, valamint az új termékek piaci bevezetését is nehezítik (Costa et al., 2007).

2. ANYAG ÉS MÓDSZER

Szekunder kutatásunk során alig találtunk a kényelmi élelmiszerek fogyasztói magatartásával foglalkozó magyar forrást. Ezért kutatásunkban célként tűztük ki, hogy felmérjük, mi jellemző a magyar fogyasztók különböző rétegeinek kényelmiélelmiszer-fogyasztására Magyarországon, valamint megtudjuk, milyen fogyasztói csoportok különíthetők el egymástól.

Ennek felmérése érdekében primer kutatást végeztünk, 2018 tavaszán országos fogyasztói megkérdezést hajtottunk végre. A kérdőívek kitöltése kérdezőbiztosok segítségével, valószínűségi mintavétellel történt, melynek során 500 fő megkérdezésére került sor. A minta reprezentatív régióra és korra. Ugyanakkor mi azok válaszaire voltunk kíváncsiak, akik elsődlegesen felelősek az élelmiszer-vásárlásáért, így más változókra a minta nem követhette az alapsokaság összetételét. Az 1. táblázat a minta változók szerinti megoszlását mutatja be.

1. táblázat: A válaszadók csoportjai a változók alapján (n = 500)

	Változó	N	%
Nem	Férfi	125	25,0
	Nő	375	75,0
Korcsoport	18–29	64	12,8
	30–39	87	17,4
	40–49	116	23,2
	50–59	108	21,6
	60–75	125	25,0
Végzettség	8 általános vagy kevesebb	66	13,2
	Szakmunkás végzettség	175	35,0
	Érettségi	157	31,4
	Felsőfokú végzettség	102	20,4
Lakhely régiója	Közép-Magyarország	149	29,8
	Közép-Dunántúl	55	11,0
	Nyugat-Dunántúl	50	10,0
	Dél-Dunántúl	47	9,4
	Észak-Magyarország	59	11,8
	Észak-Alföld	75	15,0
Érzékelt jövedelmi helyzet	Dél-Alföld	65	13,0
	szűkös	124	24,8
	átlagos	265	53,0
	jó	87	17,4
Háztartás átlagos havi nettó jövedel	NV	24	4,8
	300 ezer Ft alatti	260	52,0
	300 ezer és 1 millió Ft közötti	120	24,0
	NV	120	24,0

A kérdőívben megkérdeztük a fogyasztóktól a táblázatban összefoglalt változókon kívül a 18 év feletti felnőttek számát, a 13 és 18 év közötti, valamint a 13 év alatti gyermekek számát a háztartásokban. Továbbá hétfokozatú skála segítségével mértük fel az egyes attitűdállításokkal való egyetértés mértékét (1 – egyáltalán nem jellemző, 7 – teljes mértékben jellemző). A kérdőívben alkalmazott állításokat a 2. táblázatban foglaltuk össze.

2. táblázat: Alkalmazott attitűdállítások a kérdőívben

Főzőskor gyakran használok előre elkészített szószoikat és páccokat.
Előnyben részesítem a könnyen és gyorsan elkészíthető ételeket.
A fagyasztott élelmiszerek minősége legalább olyan jó tud lenni, mint a frisské.
Számomra az élelmiszer-választásnál az íz a legfontosabb tulajdonság.
Szeretek főzéssel időt tölteni a konyhában.
A főzés egy olyan feladat, amit a legjobb gyorsan letudni.
Sok fogyasztásra kész élelmiszert használok a háztartásomban.
Jobban szeretek konyhakész termékből főzni, mint a nyersanyagoktól kezdeni a főzést.
Az élelmiszer-fogyasztás csak egy szükséglet.
A fagyasztott élelmiszerek nagy részét teszik ki azoknak az élelmiszereknek, amiket a háztartásomban használok.
Gyakran eszem inkább ingázás közben vagy az íróasztalomnál, minthogy leüljek az étkezőasztalhoz.
Hétköznapokon több mint egy órát töltök a konyhában a főétel elkészítésével.
Hétvégeken több mint egy órát töltök a konyhában a főétel elkészítésével.
Több mint egy órát töltök sütéssel.
Otthon reggelizem.
Útközben reggelizem.
A munkahelyemen ebédelek.
Útközben falatozgatok.
Sós snackeket (chips, pattogatott kukorica, ropi, mogyoró stb.) eszem.

Az eredmények kiértékeléséhez SPSS 25.0 statisztikai szoftvert alkalmaztunk, statisztikai módszerek segítségével elemeztük a kérdőív adatait. Szignifikáns különbségeket vizsgáltunk varianciaanalízissel, ANOVA-táblák segítségével (szignifikanciaszint $p < 0,05$). A kérdőív skálás kérdéseinek felhasználásával klaszterelemzést hajtottunk végre, melynek során nem hierarchikus módszert, K-közép-klaszteranalízist alkalmaztunk. Az elemzés lefuttatása előtt az adatokat standardizáltuk, így az átlagtól való eltéréseken keresztül vizsgálhattuk az eredményeket.

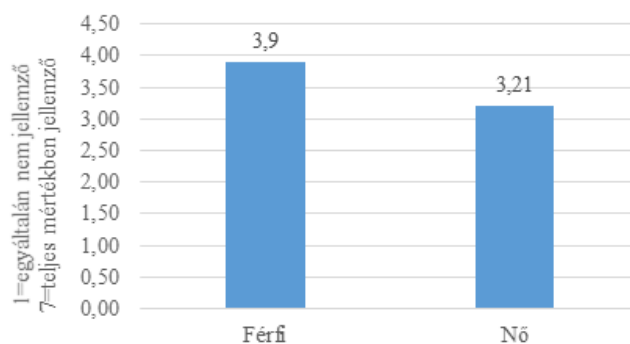
3. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

A vizsgált demográfiai és társadalmi jellemzők közül szignifikáns különbség mutatkozott a fogyasztók neme, életkora, végzettsége és jövedelmi helyzete esetében, annak vizsgálatánál, hogy mennyire jellemző a háztartásra a konyhakész termékek használata/fogyasztása. A továbbiakban a különböző demográfiai, társadalmi jellemzők (nem, kor, jövedelemérzet, végzettség), valamint a kényelmiélelmiszer-fogyasztás, illetve az ehhez kapcsolódó tevékenységek közötti összefüggések közül mutatjuk be a jelentősebb eredményeket. Ezt követően a klaszteranalízis eredményeit ismertetjük.

3.1. A férfiak és a nők közti különbségek a kényelmiélelmiszer-fogyasztással kapcsolatos attitűdállítások tükrében

A nők és a férfiak konyhában töltött ideje között szignifikáns különbség ($p < 0,01$) tapasztalható. A nők hétköznapokon és hétvégeken is több időt töltenek főzéssel-sütéssel, mint a férfiak, emellett inkább rájuk jellemző, hogy szeretnek főzéssel időt tölteni a konyhában. Szignifikáns különbség ($p < 0,01$) mutatható ki a fogyasztó neme és a kényelmiélelmiszer-fogyasztás között. Azoknak a háztartásoknak az esetében, ahol a férfi tekinthető az élelmiszer beszerzéséért felelős személynek, nagyobb valószínűséggel használnak kényelmi élelmiszereket, mint nyersanyagokat az ételek elkészítéséhez. Az 1. ábra a „jobban szeretek konyhakész termékekből főzni, mint a nyersanyagoktól kezdeni a főzést” attitűdállítás nemek közti különbségét szemlélteti.

1. ábra: Konyhakész termékekből kiinduló főzés megítélése – nemek közti különbségek



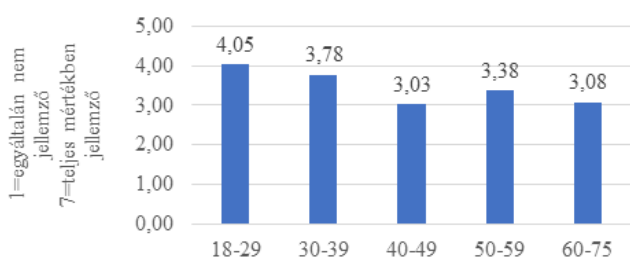
Az 1. ábrán látható, hogy inkább a férfiakra jellemző az, hogy konyhakész termékekből szeretnek főzni. Szintén szignifikáns különbség tapasztalható a fogyasztó neme és az útközbeni vagy íróasztal előtti evés gyakorisága között. A férfiakra inkább jellemző, hogy útközben falatoznak (3,27) és a reggelijüket is gyakrabban fogyasztják el így (3,27), mint a nők (2,42, ill. 2,39). Összességében elmondható, hogy a férfiak nagyobb hajlandóságot mutatnak a kényelmi élelmiszerek fogyasztása iránt, mint a nők, és kevesebb időt töltenek a konyhában. A sütés-főzések alkalmával is inkább a gyorsan elkészíthető, konyhakész termékeket részesítik előnyben a nyers, friss alapanyagokkal szemben (3,90).

3.2. Az életkori csoportok közti különbségek a kényelmi élelmiszer-fogyasztással kapcsolatos attitűdállítások tükrében

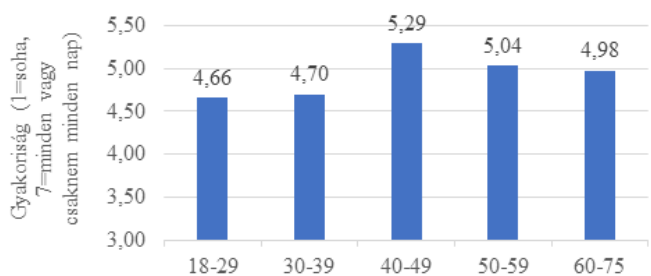
Szignifikáns különbséget ($p < 0,05$) találtunk a fogyasztók életkora és a kényelmi élelmiszerek fogyasztási szokásai között, valamint a főzési gyakoriság között is. Leginkább a fiatalabb (18–29 éves) korosztály körében gyakori a kényelmi élelmiszerek fogyasztása (4,05), illetve ők töltenek kevesebb időt a konyhában (4,66). A 30–39 éves korosztály körében is kiemelkedő ezeknek a termékeknek a használata (3,78), illetve a legfiatalabb korcsoport után rájuk jellemző legkevésbé, hogy több órát töltenek el a konyhában (4,70). A 40–49 éves korosztály esetében megfigyelhető, hogy kiemelkedően sok időt töltenek a konyhában (5,29), és kevésbé jellemző rájuk kényelmi élelmiszer fogyasztása (3,03). A két idősebb korcsoport (az 50–59 és a 60–75 évesek) körében a főzésre szánt idő megítélése hasonlóan alakul (5,04, ill. 4,98), azonban az 50–59 évesek esetében gyakoribb a kényelmi élelmiszereknek a használata (3,38). Például előre elkészített pácokat és szószokat inkább az 50–59 éves korosztály használ (3,22), mint a 60–75 évesek (2,94). Ugyanakkor fontos megemlítenünk, hogy a kor előrehaladtával egyre kevésbé jellemző az ilyen jellegű termékek fogyasztása. A 2. számú ábra szemlélteti, hogy korcsoportonként mennyire jellemző a konyhakész (kényelmi) élelmiszerekből való ételkészítés, a 3. ábrán pedig az látható, hogy a különböző fogyasztói korcsoportok milyen gyakran főznek legalább egy órát hétvégeként.

A 2. és 3. ábrát összehasonlítva látható, hogy a korcsoportokon belül a kényelmi élelmiszerek használata fordítottan arányos a főzés gyakoriságával. Vagyis azok a korosztályok, akik kevesebb kényelmi élelmiszert fogyasztanak, gyakrabban főznek hétvége

2. ábra: Konyhakész termékekből kiinduló főzés megítélése – korcsoportok közti különbségek



3. ábra: Főzés gyakorisága (hétfégen, legalább egy óra) korcsoportonként



legalább egy órát, míg azoknál akik, több kényelmi élelmiszert fogyasztanak, kisebb a főzés gyakorisága.

A kényelmi élelmiszereken belül három termékcsoportot kiemelve (előre elkészített szószok és pácok, fagyasztott termékek és sós snackek), az előzőekhez hasonló következtetéseket vonhatunk le. Mindhárom megvizsgált termékcsoport és a fogyasztói korcsoportok között szignifikáns különbségek tapasztalhatók. A két fiatalabb (18–29 és 30–39 éves) korcsoportba tartozók nagyobb valószínűséggel fogyasztanak az említett három különböző kényelmi élelmiszerekből, mint az idősebb generáció tagjai. Az 50 év feletti korcsoportokba tartozók mindhárom kényelmiélelmiszer-kategória ritkább fogyasztója. Megállapítható az is, hogy az előre elkészített szószok és pácok használata és a sós snackek fogyasztása a 18–29 évesek körében kiemelkedően magas a többi korosztályhoz képest (4,14, ill. 4,38), míg a 60 évesnél idősebbekre jóval kevésbé jellemző ezeknek a termékeknek a fogyasztása. Fagyasztott élelmiszerek esetében már nincsenek annyire jelentős eltérések, mint a szószok, pácok és a sós snackek esetében, sőt a 30–39 évesek számítanak a fagyasztott élelmiszerek leggyakoribb fogyasztóinak (3,67).

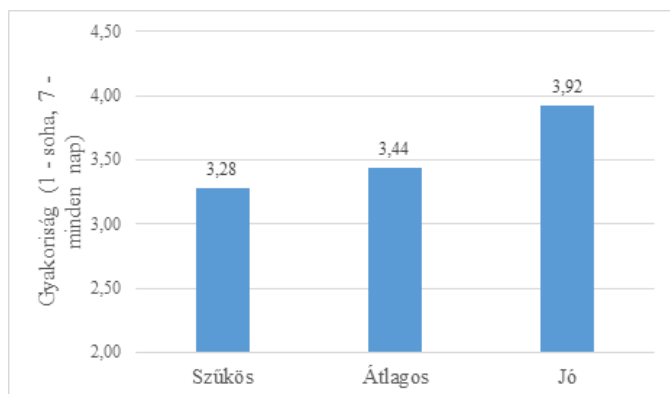
3.3. A végzettség hatása a kényelmiélelmiszer-fogyasztás attitűdállításainak megítélésére

Szignifikáns különbséget ($p < 0,05$) találtunk a fogyasztók végzettsége és a kényelmi élelmiszerek fogyasztása között. Eredményeink szerint, azok, akik nyolc általánossal vagy kevesebbel rendelkeznek, sokkal inkább tekintenek az élelmiszere szükségletként, míg azok számára, akik legalább szakmunkás végzettséggel rendelkeznek az étel többet jelent egy szükségletnél, és fontosabb szerepet tulajdonítanak az ételnek az életükben. Szignifikáns különbség van a végzettség és a hétköznapi főzésre szánt idő között. Minél alacsonyabb végzettséggel rendelkezik a fogyasztó, annál inkább jellemző rá, hogy hétköznapi főzésre több, mint egy órát tölt el a fő fogások elkészítésével (8 általános – 5,17, szakmunkás – 4,86), míg egy felsőfokú végzettséggel rendelkezőre ez kevésbé igaz (4,41). A végzettség nemcsak a főzésre szánt időt befolyásolja, hanem azt is, hogy milyen típusú termékek kerülnek felhasználásra. További eredményeink alapján a kényelmi élelmiszerek választása leginkább a szakmunkás végzettséggel (3,65) és az érettséggel rendelkezők esetében (3,56) magas, ezzel szemben a két véglet, vagyis a 8 általánossal vagy kevesebbel rendelkezők, illetve a felsőfokú végzettséggel rendelkezők fogyasztanak legkevésbé kényelmi élelmiszereket (2,95, ill. 2,98).

3.4. A jövedelemérzet hatása a kényelmiélelmiszer-fogyasztás attitűdállításainak megítélésére

A különböző jövedelemérzetű fogyasztók és az egyik kényelmiélelmiszer-kategória – előre elkészített pácok és szószok – fogyasztási gyakorisága között szignifikáns különbséget találtunk ($p < 0,05$). Ennek eredményeit szemléltetjük a 4. ábrán.

4. ábra: Előre elkészített pácok, szószok fogyasztása és a válaszadók jövedelemérzete közti szignifikáns különbségek



A 4. ábrán jól látható, hogy minél jobbnak érzik a fogyasztók jövedelmi helyzetüket, annál inkább jellemző rájuk az előre elkészített pácok és szószok fogyasztása. Továbbá szignifikáns különbség ($p < 0,05$) van annak a kérdésnek a megítélésében, hogy a fagyasztott élelmiszerek minősége legalább olyan jó, mint a friss élelmiszereké. Ezzel az állítással inkább a jó anyagi helyzetben lévő fogyasztók értettek egyet (4,74), míg a másik két jövedelmi csoport ezzel kevésbé. A jó (3,72) és a szűkös anyagi körülmények között élő fogyasztók (3,73) azok, akik inkább nekiállnak kényelmiélelmiszer-termékekből főzni, mint nyers hozzávalókból, az átlagos jövedelmi helyzetben lévőkre ez kevésbé igaz (3,10). Ezzel összhangban áll az az eredményünk, mely szerint a jó anyagi helyzetűek otthonában több fagyasztott élelmiszer található (3,67), mint a másik két jövedelmi csoportnál (szűkös jövedelemérzet – 3,22, ill. átlagos jövedelemérzet – 3,17). További szignifikáns különbség ($p < 0,05$) van a konyhában töltött idő és a jövedelmi csoportok között: azok, akik hétköznapiokon több mint egy órát töltenek ebéd készítésével, leginkább az átlagos jövedelműek (4,94).

3.5. Fogyasztói csoportok a kényelmiélelmiszer-fogyasztás jellemzői alapján

Annak érdekében, hogy megtudjuk, a kényelmiélelmiszer-fogyasztást jellemző állítások alapján hogyan különíthetők el hazánkban fogyasztói csoportok, klaszteranalízist végeztünk. A szakirodalom és a statisztikai elemzés alapján 4 csoport elkülönítése releváns, melyek jellemzőit és a statisztikai elemzés eredményeit a 3. táblázat szemlélteti.

A 4 csoportnál több vagy kevesebb klaszter nem magyarázta kellő pontossággal a klaszterek közötti különbségeket.

A 4 kialakult klasztert a következőképpen definiáltuk az állítások elemzését követően:

- + főzéskerülő kényelmiélelmiszer-fogyasztók (17,4%),
- + kényelmiélelmiszer-keresők (23%),
- + kényelmiélelmiszer-kerülő (28,4%),
- + és közömbösek csoportját (31,2%).

A klaszterek bemutatásánál először a rájuk jellemző állításokat összegezzük, majd a demográfiai tulajdonságokat is összegezzük.

A főzéskerülő csoportjába a teljes minta 17,4%-a került (87 fő). A klaszterre az átlagosnál sokkal inkább jellemző, hogy a fő-

zésen csak túl szeretne esni, inkább főz már előre feldolgozott élelmiszerekből, mint nyers termékekből. Sokszor ingázás közben vagy az íróasztaluk mellett étkeznek, kifejezetten jellemző rájuk, hogy reggelijüket is útközben fogyasztják el. A főzéskerülő csoportját jellemzően a 18–29 éves Közép-Magyarországon élő fogyasztók alkotják.

A kényelmi élelmiszert keresők a minta 23%-át tették ki (115 fő). Jellemzően meglehetősen sok előre elkészített pácot, szószot használnak, háztartásukban nagy a fagyasztott élelmiszerek aránya is. Az élelmiszere csak mint egy szükségére tekintenek, sok készletet fogyasztanak. Kisebb mértékben, de rájuk is jellemző, hogy útközben falatoznak. Korábbi eredményeinkkel összhangban, a kényelmi élelmiszert keresők csoportját nagyobb arányban a fiatalabb korosztály (18–29 és 3039) keresi. A mintában lévő 30–39 évesek ebben a csoportban vannak jelen legnagyobb arányban (36,8%). Lakhelyüket tekintve a klaszter tagjai az Alföld különböző tájairól valók (nagyobb arányban a Dél-Alföldről (30,7%). A kényelmi élelmiszert keresők jövedelemérzetük alapján jellemzően jó anyagi körülmények között élnek (37,9%).

A kényelmi élelmiszert kerülők csoportjának mérete a teljes minta 28,4%-a (142 fő), és épp az előző csoport ellentéte jellemző rá. Sokkal kevésbé jellemző rájuk, hogy előre elkészített pácokat, szószokat használnának, a fagyasztott termékeket gyengébb minőségűnek tekintik, mint a frisset, ebből adódóan háztartásukban meglehetősen kicsi a fagyasztott termékek aránya. Sok időt töltenek a konyhában mind a hétköznapiokon, mind a hétvégéken. Otthon fogyasztják el reggelijüket, az útközbeni étkezés nem jellemző rájuk. Jellemzően az idős korosztály tagjai (60–75 évesek) tartoznak ide (40,8%). A kényelmi élelmiszert kerülők nagyobb arányban az észak-alföldi régióban élnek. A nemeket tekintve ez az egyetlen csoport, ahol nagyobb arányban vannak jelen a nők (35,2%). A csoport további jellemzője, hogy az átlagos jövedelmű fogyasztók tartoznak ide nagyobb arányban (31,7%).

A közömbösek csoportját a minta 31,2 %-a (156 fő) alkotja. Kevésbé emelhető ki rájuk jellemző állítás, mivel a legtöbb esetben nem mondható az állításokra, hogy kifejezetten jellemző rájuk. Három állítással kapcsolatosan emelhetjük ki őket, számukra nem az íz a legfontosabb az élelmiszer kiválasztása során, nem jellemző rájuk, hogy útközben falatoznának, illetve az sem, hogy sós snacket fogyasztanának. A klaszter tagjai nagyobb arányban az idősebb korosztályokba tartoznak (50–59, ill. 60–75). Az 50–59 éves korosztály legnagyobb arányban ebben a csoportban van jelen (a teljes minta 41,7%-a). Jellemzően a Dunántúlon, azon belül is nagyobb arányban a Nyugat-Dunántúlon (48%), illetve szűkebb anyagi körülmények között élnek (38,7%).

4. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Kutatásunkban arra kerestük a választ, hogy Magyarországon hogyan jellemezhető a kényelmi élelmiszerek fogyasztói, mivel a szakirodalomban erre nem kaptunk választ. A kényelem megatrendként van jelen az élelmiszerek körében (Töröcsik, 2007), illetve a kényelmi élelmiszerek iránti igény is egyre nő (Brunner et al., 2010). Így fontosnak tartottuk, hogy megismerjük, hazánkban mi jellemző ezen termékek fogyasztására.

Országos, régióra és korra reprezentatív kutatásunk során bebizonyítottuk, hogy a magyar háztartásokra az alábbi kényelmiélelmiszer-fogyasztási magatartások jellemzők:

3. táblázat: A klaszteranalízis eredményei és a kapott klaszterek jellemzői

Alkalmazott állítások	Főzéskerülők	Kényelmi- élelmiszer keresők	Kényelmi- élelmiszer kerülők	Közömbösek
A főzésen jobb minél előbb túlesni.	0,54018	0,27174	-0,5257	-0,02305
Szívesebben főzök kényelmiélelmiszer-termékekből, mint nyers élelmiszerekből.	0,54537	0,61096	-0,85169	0,02073
Sokszor ingázás közben, vagy az íróasztalnál eszem, nem az étkezőasztalnál.	0,60451	0,59523	-0,44743	-0,36864
Útközben reggelizem.	1,00664	0,36964	-0,57087	-0,31425
Útközben falatozom.	0,96723	0,55321	-0,49629	-0,49548
Sós snackeket (chips, pattogatott kukorica, ropi, mogyoró stb.) eszem.	0,56391	0,57803	-0,26524	-0,49916
Élvezem a konyhában főzéssel eltöltött időt.	-0,9684	0,42425	0,55313	-0,27617
Hétköznapokon több mint egy órát töltök el a konyhában az ebéd készítésével.	-0,93338	0,25617	0,70216	-0,30745
Hétvégeente több mint egy órát töltök el a konyhában az ebéd készítésével.	-0,94358	0,22581	0,69985	-0,27729
Több mint egy órát töltök sütéssel.	-0,89668	0,35455	0,52027	-0,23487
Otthon reggelizem	-0,6744	0,03233	0,55562	-0,15348
Gyakran használok előre elkészített szószo- kat, pácokat	0,12633	0,7063	-0,61009	-0,03578
Sok készített fogyasztunk a háztartásunkban.	0,09664	0,55345	-0,51654	0,00829
A fagyasztott termékek minősége legalább olyan jó, mint a frissé	0,3587	0,42253	-0,51995	-0,03823
A háztartásunkban fogyasztott élelmiszerek teszik ki az élelmiszerek nagy részét	0,05658	0,67769	-0,70483	0,11044
Az élelmiszer csak egy szükség	-0,01478	0,57022	-0,21058	-0,22043
Az íz a legfontosabb számomra az élelmiszer kiválasztása során	0,48066	0,18308	0,11862	-0,511
A könnyen és gyorsan elkészíthető ételeket részesítem előnyben	0,33046	0,21543	-0,27202	-0,0955
A munkahelyemen ebédelek	0,47076	0,3482	-0,36888	-0,18344

- a fogyasztó neme befolyásolja a kényelmiélelmiszer-fogyasztást, a férfiak gyakrabban fogyasztanak kényelmi termékeket, mint a nők;

- a fogyasztó életkora befolyásolja a kényelmiélelmiszer-fogyasztást: a 18–39 év közöttiek számítanak a leggyakoribb fogyasztóknak, míg a 40–49 éves korcsoport fogyaszt a legkisebb mértékben ilyen termékeket;

- a fogyasztók végzettsége szintén befolyásolja a kényelmiélelmiszer-fogyasztást. A szakmunkás végzettséggel rendelkezők számítanak a legnagyobb kényelmiélelmiszer-fogyasztóknak, a 8 általánossal vagy kevesebbrel rendelkezők pedig a legritkábban fogyasztanak ilyen termékeket.

Klaszteranalízis segítségével négy fogyasztói csoportot különítettünk el: a főzéskerülők, kényelmi élelmiszert keresők, kényelmi élelmiszert kerülők és a közömbösek csoportját.

Eredményeink segítenek abban, hogy képet kapjunk a magyar fogyasztók körében a kényelmiélelmiszer-fogyasztási szokásokról,

illetve felmérjük milyen fogyasztói csoportokat tudunk elkülöníteni. Mind a két statisztikai elemzés eredménye segíthet a piac szegmentálásában, termékfejlesztési és innovációs irányok kijelölésében.

5. IRODALOM

Brunner, T., van der Horst, K. & Siegrist, M. (2010). Convenience food products. Drivers for consumption. *Appetite*, 55(3), 498–506. doi: 10.1016/j.appet.2010.08.017

Buckley, M., Cowan, C. & McCarthy, M. (2007). The convenience food market in Great Britain: Convenience food lifestyle (CFL) segments. *Appetite*, 49(3), 600–617. doi: 10.1016/j.appet.2007.03.226

Costa, A., Schoolmeester, D., Dekker, M. & Jongen, W. (2007). To cook or not to cook: A means-end study of motives

for choice of meal solutions. *Food Quality and Preference*, (18)1, 77–88. [doi: 10.1016/j.foodqual.2005.08.003](https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2005.08.003)

Daniels, S. & Glorieux, I. (2015a). Convenience, food and family lives. A socio-typological study of household food expenditures in 21st-century Belgium. *Appetite*, (94), 54–61. [doi: 10.1016/j.appet.2015.04.074](https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.04.074)

Daniels, S., Glorieux, I., Minnen, J., van Tienoven, T. & Weenas, D. (2015b). Convenience on the menu? A typological conceptualization of family food expenditures and food-related time patterns. *Social Science Research*, (51), 205–218. [doi: 10.1016/j.ssresearch.2014.09.010](https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2014.09.010)

Jackson, P. & Viehoff, V. (2016). Reframing convenience

food. *Appetite*, (98), 1–11. [doi: 10.1016/j.appet.2015.11.032](https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.11.032)

Olsen, N. (2012). The convenience consumer's dilemma. *British Food Journal*, 114(11), 1613–1625. [doi: 10.1108/00070701211273090](https://doi.org/10.1108/00070701211273090)

Olsen, N., Sijtsema, S. & Hall, G. (2010). Predicting consumers' intention to consume ready-to-eat meals. The role of moral attitude. *Appetite*, (55)3, 534–539. [doi: 10.1016/j.appet.2010.08.016](https://doi.org/10.1016/j.appet.2010.08.016)

Scholliers, P. (2015). Convenience foods. What, why, and when. *Appetite*, (94)1, 2–6. [doi: 10.1016/j.appet.2015.02.017](https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.02.017)

Törőcsik, M. (2007). Food-trendek és vásárlói trendcsoportok. *Acta Oeconomica Kaposváriensis*, 1(1–2), 51–65.

