

# **Egészséges táplálkozással kapcsolatos vizsgálatok néhány összefüggése a Covid-19 járvány idején**

## **Some correlations of studies related to healthy eating during the Covid-19 epidemic**

HUSZKA FANNI<sup>1</sup> – HUSZKA PÉTER<sup>2</sup>

### **Absztrakt**

A koronavírus megjelenése 2020 elején közvetve vagy közvetett módon minden ember életére hatással volt, és gyökerestül felfordította – különösen a jóléti államokban – a lakók addigi életvitelét. Több kutatás is megállapította már, hogy az élelmiszerekkel és az élelmiszer-fogyasztással kapcsolatos fogyasztói magatartás vizsgálata elengedhetetlen annak érdekében, hogy megértsük a sokszor irracionális fogyasztói döntések sorozatát.

Jelen publikáció a fogyasztási szokásokban bekövetkező változások mellett kismértékben a járványhelyzet lakossági megítélésének vizsgálatára is kísérletet tesz. A kutatás 224 válaszadó véleményét tükrözve feltárja azokat az összefüggéseket, amelyek a vásárlási és fogyasztási szokásokban a járvány időszakában megváltoztak. Remélhetőleg jelen kutatás alapul is szolgálhat a későbbi (hasonló témakörben) további kutatásokhoz is.

**Kulcsszavak:** pandémia, vásárlási döntéseink, fogyasztási szokások

### **Abstract**

The emergence of the coronavirus in early 2020 directly or indirectly affected the lives of all people and radically reversed the way people lived so far, especially in welfare states. Several studies have already found that examining consumer behavior in relation to food and food consumption is essential in order to understand a series of often irrational consumer decisions.

In addition to changes in consumption patterns, this publication also makes a small attempt to assess the epidemic situation in the population. Reflecting the opinions of 224 respondents, the research reveals the correlations that changed in purchasing and consumption patterns during the epidemic period. Hopefully, the present research can also serve as a basis for further research (on a similar topic).

**Keywords:** pandemic, our purchasing decisions, consumption habits

JEL kód: M31

## **BEVEZETÉS**

A fogyasztói magatartással kapcsolatos vizsgálatok – különösen az élelmiszeripari és mezőgazdasági termékek tekintetében – a XX. század egyik fontos kutatási területe volt, és természetesen napjainkban is az. Különösen fontosak lehetnek ezen kutatások a Covid -19 járvány idején is, hiszen a felvásárlási láz eseményei megváltoztatták a korábbi, a „nem háborús körülmények között” megalkotott modelljeinket (Huszka et al., 2020, Keller és Huszka, 2021).

Lehota (2001) „Az élelmiszer-fogyasztást befolyásoló tényezők rendszerelemzése” sem veszi figyelembe (értelmezi) azokat pánikvásárlásokat, amelyekkel 2020 tavaszán

---

<sup>1</sup> egyetemi BsC-s hallgató, BME - KGK

<sup>2</sup> egyetemi docens, SZE-KGK-MMT, huszka@sze.hu

találkozhattunk. És ez csak az első hullám volt. A „koronavírust” mikrobiológiailag a Coronaviridae család foglalja magában és a családon belül a Koronavírus nemzetségbe tartozik (Belák et al., 1983).

A 2020 tavasza óta eltelt másfél év alatt újabb járványhullámokkal találkoztunk. Most, 2021 szeptemberében már a negyedik hullámban találjuk magunkat. Tagadhatatlan, hogy az első hullámban volt a legerősebb a felvásárlási láz, de azért az megfigyelhető (volt), hogy a korlátozásoktól tartva sokszor többet vásárolunk, mint amire szükségünk lenne.

Sajnálatos módon vannak, akik azt gondolják, hogy a járvány csak kitaláció, és egy globális megtévesztés és hatalomjátzsma része. Másoknak az a véleménye, hogy a korlátozó intézkedések a gazdasági problémák elfedését szolgálják. Mindez azért is lehetséges, mert napjainkban az információ – legyen az tudományosan megalapozott, avagy egy téves felfogás – szédítő sebességgel áramlik a világhálón. A digitális világ mindenki által való elérése, az internet széleskörű elterjedése miatt szinte lehetetlen az ismeretek (legyen az igaz vagy valótlan) rohamos terjedését befolyásolni. Persze ez nem csak napjainkban tapasztalható, így a korábbi kutatások is rávilágítottak már ezen tényekre (Berke – Molnár, 2006).

A közvélemény többsége azonban – nagyon helyesen – elutasítja ezeket az álláspontokat, és ténylegesen tart a vírus megbetegítő képességétől. Bár jelen publikáció az egészséges táplálkozással kapcsolatos vizsgálatok néhány összefüggését kívánja bemutatni a Covid-19 járvány idején, mégis megfogalmaz néhány olyan kérdést, amellyel a fenti kételyek megválaszolására törekszik. A kutatás súlypontja azonban a tudatos táplálkozás fontosságára összpontosít, és arra, hogy a pandémiás helyzet milyen módon hatott ételkészítés-fogyasztási és vásárlási- szokásainkra. Kijelentjük azt is, hogy – mind hazánkban, mind nemzetközi szinten – az elmúlt évtizedekben az egészséges táplálkozás kiemelt figyelmet kapott (Szakály et al., 2006, Berke, 2004). Mindez azért is fontos kutatási terület, mint arra Crick – Crick, (2020) rávilágított, mert a vírus, mint arra az előzőekben utaltunk befolyásolta vásárlási döntéseinket.

Mint azt az előzőekben már említettük, jelen tanulmány a 2020-2021-es koronavírus-válság alatti táplálkozással kapcsolatos vizsgálatok néhány összefüggését veszi górcső alá a hazai fogyasztók körében. A kutatás 224 válaszadó véleményét tükrözve feltárja azokat az összefüggéseket, amelyek a vásárlási és fogyasztási szokásokban a járvány időszakában megváltoztak, és alapul szolgálhat a pandémiás-időszakot követő további kutatásokhoz.

## **1. SZAKIRODALMI ÖSSZEFOGLALÓ - A TÁPLÁLKOZÁS ÉS AZ EGÉSZSÉGÜGYI ÁLLAPOT NÉHÁNY ÖSSZEFÜGGÉSE**

A táplálkozás életmódunknak egy olyan eleme, amely alapvetően befolyásolja egészségügyi állapotunkat. Az egészség fontossága, az egészségtudatosság világviszonylatban megatrendnek is tekinthető, ami olyan, lassan kialakuló társadalmi változás, amely akár több éven keresztül is befolyásolja mindennapjainkat.

Az egészség és a táplálkozás kapcsolata régóta ismert. Már Hippokratész, a közismert ókori görög orvos a szervezet természetes gyógyító erejének támogatását tekintette az orvos legfontosabb feladatának. „Táplálékod legyen az orvosságod, és az orvosságod a táplálékod legyen” fogalmazott (Huszka, 2020). Az egészséges táplálkozás tehát egy olyan „csodaszer”, ami hatékonyan és pozitív irányban befolyásolja, javítja a szervezet homeosztázisát. Ahogy a helyes táplálkozás pozitív irányban hat az egészségre, úgy a helytelen és egészségtelen táplálékfelvétel negatív irányban befolyásolja, (rombolja) az egészséget (Keller, 2019).

Az, hogy az egyén helyesen vagy helytelenül táplálkozik természetesen számtalan tényező függvénye. A család és a társadalom az egyén anyagi helyzete vagy az aktuális divathullámok is alapvetően meghatározóak. Ugyanakkor a tömegtermelés, az időhiány sok esetben a félkésztermékek fogyasztására ösztönöznek bennünket, pedig ez nem minden esetben „szerencsés választás”, mint arra Huszka 2010-ben felhívta a figyelmet: „Az étkezési kultúra

és szokások az egyik legkorábban kialakuló magatartásforma, amelyben a személyes motivációk mellett nagy szerephez jut a család, de a nemzeti szokások is meghatározóak”. „A kedvezőtlen táplálkozási szokások, mint pl. a zsíros, és a tartósítószerrel „túltömött” ételek fogyasztása, illetve a rendszertelen és egészségtelen táplálkozás” (Huszka 2010, 235. o.) nyilvánvalóan egy sor más tényezővel karöltve (pl. genetikai és környezeti „örökségünk”) jelentősen ronthatják életkilátásainkat. Hasonlóan gondolja ezt Szakály 2011-ben publikált Táplálkozásmarketing könyvében.

Az egészség, az egészségmagatartás és a táplálkozás összefüggéseit már a múlt század 70-es éveiben is elemezték, elsősorban Harris és Guten (1979) munkája alapján. Az akkori modell természetesen nem számolhatott mindazon technikai fejlődéssel, ami a XX. század végén érintette meg az embereket. Akkoriban a kapcsolatok, a kommunikáció viszonylag sok időt igényelt, hiszen - különösen a világ fejletlenebb régióiban még telefon sem igen volt.

Az internet és számítástechnika „megjelenése” következtében manapság olyan értesüléseket kaphatunk (gyorsan és többnyire persze ellenőrizetlenül), melyek korábban elképzelhetetlenek voltak. Gondoljunk csak arra, hogy a Covid-19 vírus terjedését nagymértékben lassítani lehetett a személyi higiénia megtartásával, tüneteinek figyelésével, amihez a világhálón való tájékozódás is sok segítséget adhatott.

A következő, 1. ábrán Harris és Guten (1979) munkája nyomán, azt kiegészítve az egészségmagatartás komplex rendszere kerül bemutatásra. Az egészségmagatartás rendszere mint látható egy „rugalmas” összetett rendszer, amelynek része például a tudatos táplálkozás, a testmozgás, vagy akár a lelki egészség. Nem kevésbé fontos területe az egészségmagatartásnak a „digitális valóság” hitelessége vagyis a virtuális térből érkező „információk” valódiságtartalma. A hitelesség kérdése tehát rendkívül fontos, hiszen ahogy azt, mint az előzőekben említettük, a világhálón számtalan téves információ található. Sajnos sokszor úgy, mintha azt „hiteles emberek” a tudomány köntösébe bújtatva állítanák.

1. ábra: Az egészségmagatartás komplex rendszere  
Figure1: A complex system of health behavior



Forrás: Harris és Guten munkája alapján saját kutatás és szerkesztés. Huszka P.: Divat a korai dohányzás? – avagy dohányzási szokások vizsgálata a 12–16 évesek körében. Egészségfejlesztés, 53 (4), 9-15, (2012), Harris DM, Guten S (1979) Health protecting behaviour: An exploratory study. Journal of Health and Social Behaviour 20: 17-29.

Számos kutatás bizonyította (Szakály, 2011), hogy hazánkban rendkívül kedvezőtlenek azok a mortalitási adatok, amelyek a magyar társadalmat jellemzik. Ha az adatokat Unió kitekintésben vizsgáljuk, sajnos akkor sem kapunk kedvezőbb képet. A legtöbb elemző egyet

ért abban, hogy a civilizációs betegségek terjedéséért az emberiség megváltozott életmódja, a rendszertelen táplálkozás felelős.

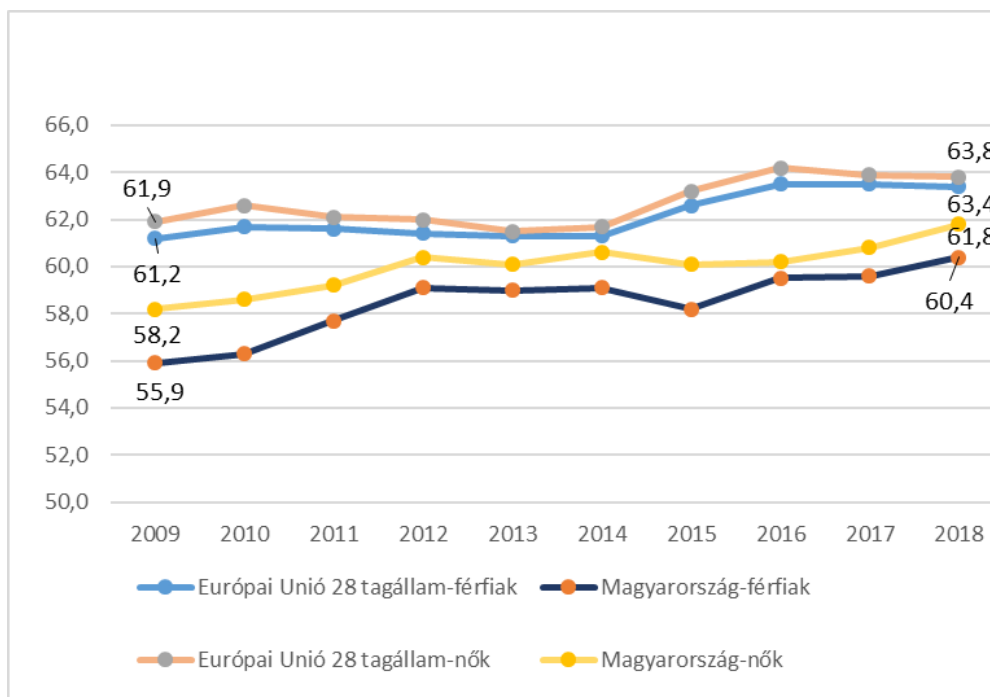
Születéskor várható élettartam az egyik olyan mutatószám, amelyet egy nemzet egészségi állapotának meghatározásához alkalmazni szoktak. Köztudomású, hogy az ókori, középkori időkben még lényegesen rövidebb volt az élettartam, mint napjainkban. Ennek elsődleges okai a magas csecsemő halandóság, a nem megfelelő személyes higiénia, az orvosi ellátás hiánya és a háborúk. Az élet hosszának megnövekedéséhez nagymértékben hozzájárult, hogy mai modern világunkban nincsenek háborúk, de ami talán ennél is fontosabb, hogy az orvostudomány az elmúlt 100 év alatt rohamosan fejlődött, az életkörülmények javultak, és kevesebb a mélyszegénységben élő ember is.

Nem kevésbé fontos mutatószám az egészségi állapot meghatározásakor (a születéskor várható élettartamon túl) az egyes életévekhez tartozó „leendő” egészséges életben eltöltött évek meghatározása, illetve az egészségesen eltöltött életévek száma. Az egészségesen várható élettartam (2. ábra), a mortalitási és morbiditási adatokat kapcsolja össze. A mutatót külön számolják férfiakra és nőkre. Sajnos a hazai adatok ebben sem megfelelőek és az Unió adatokhoz viszonyítva (is) lényegesen rosszabb életkilátásokkal számolhatunk.

Az adatok elemzése azt mutatja, hogy a hazánkban a nők 2 évvel töltenek el többet betegen, mint az általában az Unióban a hölgyek. A férfiak esetében ez a különbség már 3 év. Nem elég tehát (mint köztudomású), hogy kevesebb ideig él „az átlag magyar”, de többet is betegeskedik, mint az „átlagos” Unió polgár.

Kedvezőnek tekinthető ugyanakkor az, hogy az ábrán szemléltetett 10 év alatt a hazai hölgyek 3,6 évvel betegeskednek kevesebbet, mint korábban (ez csaknem 10 százalékos növekedést mutató kedvező adat). A férfiak esetében is hasonló kedvező jelenséggel találkozhatunk. Esetükben még magasabb ez az arány. 4,5 évvel betegeskednek kevesebbet 2018-ban a hazai férfiak, mint 2009-ben.

2. ábra: Az egészségesen eltöltött életévek változása 2009-2018 között  
Figure2: Changes in healthy life years between 2009 and 2018



Forrás: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/data/database> alapján saját szerkesztés

## 2. ANYAG ÉS MÓDSZER

A 2020-ban kirobbanó koronavírus (COVID–19)-járvány, illetve annak következményeitől való félelem jelentősen módosította táplálkozási szokásainkat. Mindezen tényezők természetesen hatással voltak vásárlási preferenciáinkra is, és a vásárlások következtében életvitelünkre és egészségünkre is.

A kutatás során felmértük, hogy vásárlási döntéseinket miképp befolyásolta, befolyásolja a vírus jelenléte, változott-e a termékválasztást motiváló tényezők rendszere. Figyelembe veszünk-e olyan tényezőket, mint pl. a GMO mentesség? A kutatás kitért arra a furcsa kérdésre is, hogy a járvány csak kitaláció-e és/vagy egy globális megtévesztés és hatalomjátzsma része. A kutatás súlypontja azonban a tudatos táplálkozás fontosságára összpontosít, és arra, hogy a pandémiás helyzet milyen módon hatott ételmisszer-fogyasztási és vásárlási- szokásainkra. A terjedelmi korlátok miatt eredményeinknek csak egy része kerül jelen publikációban megjelenítésre.

A kutatás 224 válaszadó véleményét tükrözve feltárja azokat az összefüggéseket, amelyek a vásárlási és fogyasztási szokásokban a járvány időszakában megváltoztak, és alapul szolgálhat a pandémiás-időszakot követő további kutatásokhoz. A tanulmány kitér néhány, a gazdaságot érintő kérdésre is.

A kutatásunk során a marketingkutatás két alapvető módszerét alkalmaztuk, a szekunder és primer információgyűjtést. Ez utóbbi során mennyiségi kutatást végeztünk egy általunk összeállított kérdéssor felhasználásával. A 2021 tavaszán lebonyolított kutatást online önkitöltős kérdőív formájában valósítottuk meg a Facebook közösségi média segítségével. Az adattisztítást követően 224 főt vontunk be, nevezetesen 45,1%-ban férfiakat, 54,9%-ban nőket. Az életkori megoszlás tekintetében a válaszadók 43,2 százaléka 29 év alatti, 29,7 százaléka pedig 30-49 év közötti volt. A 65 év feletti aránya csupán 6,8 százalékot tett ki. A kérdőívek kiértékelése számítógép segítségével az SPSS 20.0 for Windows statisztikai programcsomag segítségével történt.

## 3. EREDMÉNYEK

Az elmúlt évtizedekben mind hazánkban, mind nemzetközi szinten az egészséges táplálkozás fontosságának hangsúlyozása kiemelt figyelmet kapott. A Covid-19 vírus megjelenése azonban hatással volt/van mindenre, így vásárlásainkra is.

Kutatásunk kezdetén ezért arra a kérdésre kerestük a választ, hogy a kialakult helyzet milyen módon befolyásolt bennünket ételmisszer vásárlásainkban (ha egyáltalán befolyásolt). A válaszadóknak – akik szerint a pandémiás időszak hatással volt rájuk vásárlásaikban – lehetősége volt ennek indokait (nyitott kérdés keretében) megválaszolni. A kapott válaszokat nyolc jól elkülöníthető csoportba tudtuk csoportosítani. Az eredmények azt mutatják, hogy a válaszadók többségére (63,8 százalékát) a kialakult helyzet nem volt hatással (1. táblázat). Ez némiképpen meglepő volt számunkra, ezért egy következő kutatásban ezen kérdés megválaszolását tűztük ki célul.

1. táblázat: Befolyásolja Önt a járványhelyzet vásárlási szokásaiban?  
Table 1: Does it affect you in your shopping habits of the epidemic?

	Gyakoriság	%	Érvényes %	Kumulált %
igen	81	36,2	36,2	36,2
nem	143	63,8	63,8	100,0
<b>Összesen</b>	<b>224</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Forrás: Saját szerkesztés

A 224 válaszadó 36,2 százalékát befolyásolta vásárlásaiban a járványhelyzet. Legtöbbjük (29 százalék) ritkábban jár vásárolni, és közel 8 százalék azok aránya is, akik csak heti egyszer járnak boltba. Így kijelenthetjük, hogy akiket befolyásolt vásárlásaikban a járványhelyzet, többnyire a boltba járási alkalmak számát csökkentették. Ha ehhez a csoporthoz hozzáadjuk az online vásárlók arányát is, akkor e csoport dominanciája még egyértelműbb. Ugyanis a megkérdezettek közel 18 százaléka mondta, hogy vásárlásait inkább online intézi el. Talán nem meglepő, hogy e csoportba a fiatalabbak és a magasabb iskolai végzettségűek tartoznak.

Érdekes módon az ár jellegű tényezők is megjelentek e kérdés megválaszolása során. A megkérdezettek 15,2 százaléka ugyanis azt a választ adta, hogy jobban odafigyel az árakra és/vagy kevesebbet költ vásárlásai során. Különösen az idősebbek nyilatkoztak ugyanakkor úgy, hogy családjuk intézi helyettük a vásárlásokat (11,4 százalék). A többen említették még a félelmet (pl.gumikesztyű, maszk viselését), illetve hogy többnyire csak élelmiszert vásárol az üzletekben, és a többi boltba nem járt a járványhelyzet alatt.

A válaszadók véleményt formálhattak a hazai járványügyi helyzet "kezeléséről" is. E tekintetben szintén meglepő eredmények születtek, ugyanis a válaszadók 60,3 százaléka vélekedett úgy, hogy az részben vagy teljesen elhibázottnak tekinthető. Csupán 20,1 százalék azok aránya, akik szerint az részben vagy teljesen megfelelő, csaknem annyi, mint a bizonytalanok aránya (19,6%).

Mindez részben összefüggésbe hozható azzal a vélekedéssel, miszerint a járványügyi helyzet fenntartása az ország gazdasági problémáinak elfedése miatt van (2. táblázat).

2 táblázat: „A járványügyi helyzet fenntartása az ország gazdasági problémáinak elfedése miatt van” kérdésre adott válaszok százalékos megoszlása

Table 2: Percentage distribution of answers to the question "Sustaining the epidemiological situation is due to masking the country's economic problems"

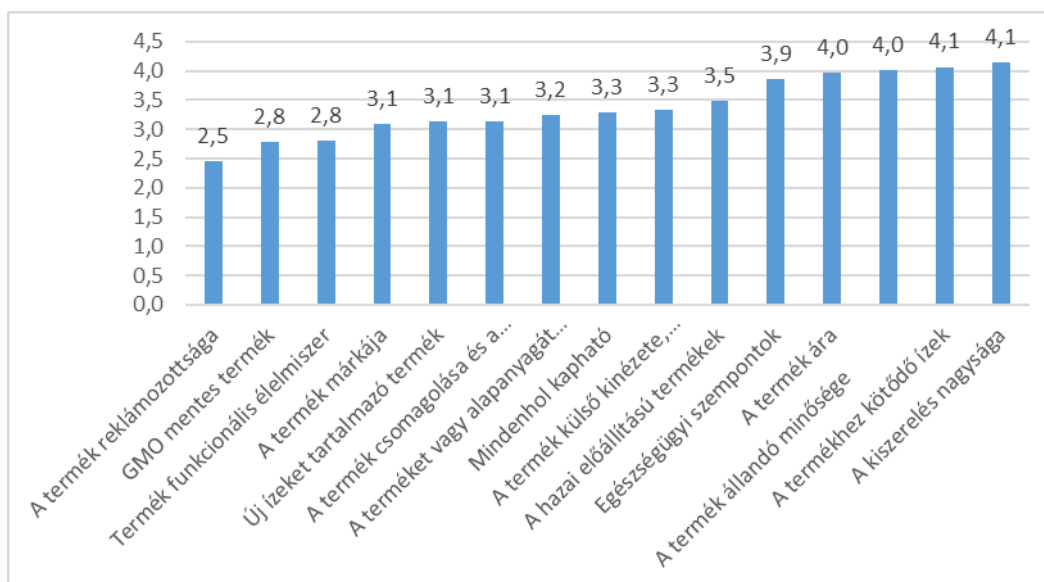
	Gyakoriság	%	Érvényes %	Kumulált %
egyáltalán nem ért egyet	37	16,5	16,5	16,5
valamennyire nem ért egyet	32	14,3	14,3	30,8
egyet is ért, meg nem is valamennyire egyet ért	74	33,0	33,0	63,8
teljesen egyet ért	56	25,0	25,0	88,8
<b>összesen</b>	<b>224</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Forrás: Saját szerkesztés

A táblázat elbizonytalanított válaszadók képét tükrözi vissza, hiszen közel azonos azok aránya, akik szerint a járványhelyzet a gazdasági problémák (részben vagy egészben) elfedése miatt van azzal, akik szerint ez (részben vagy egészben) nem így van. Mindezt az is alátámasztja, hogy a bizonytalanok aránya is magas (33%). Hasonlóan az előzőekben már megfogalmazott kérdésekhez, ezen kérdés elemzése is túlmutat jelen publikáció keretein, és egy következő kutatásban szükségesnek tartjuk e kérdés megválaszolását.

Eredményeink bemutatását az élelmiszerkiválasztást befolyásoló tényezők rendszerének bemutatásával folytatjuk (3. ábra), és egyben ezzel zárjuk is jelen publikációt. Kérdőíves felméréseink során a válaszadóknak többnyire egy ötfokozatú Likert-skálán azt kellett megjelölniük, hogy a különböző termékek kosarukba helyezésekor mi motiválta őket leginkább. Fontosnak tartottuk ugyanis meghatározni, hogy a vásárló milyen terméktulajdonságok, külső és belső benyomások alapján dönt akkor, amikor egy terméket megvásárolni szándékozik. Az adatok összehasonlításra kerülnek egy korábbi kutatás eseményével is (Szakály, 2011).

3. ábra: Az élelmiszerkiválasztást befolyásoló tényezők  
Figure 3: Factors influencing food choice



Forrás: Saját szerkesztés

Az említett korábbi kutatás és persze a legtöbb, nem a pandémiás körülmények közötti kutatás arra világít rá, hogy az imázstényezők (a márkanév, a gyártó neve, csomagolás és annak információ tartalma, kiszerelés nagysága) vásárlást befolyásoló szerepe a legalacsonyabb a lakosság körében. Jelen eredmények ettől némiképpen eltérő képet rajzolnak elénk.

Megállapítható, hogy az élelmiszerek márkája, a csomagolás és annak információ tartalma, a termék elérhetősége (mindenhol kapható) lényegesen fontosabbá váltak, mint a járványhelyzet előtti kutatásokban. Mindennek az lehet az oka, hogy sokan féltek kimozdulni otthonról és azokat a termékeket részesítették előnyben, amelyek sok helyen kaphatók, és a márka (mint a minőség egyik jellemzője) is segít, hogy vásárlásainkat gyorsan „intézzük” el. Hasonló ok miatt kerülhetett – jelen kutatásban, igaz megosztva – a kiszerelés nagysága az előkelő első helyre (4,1 átlag értékkel), mint termékkiválasztást befolyásoló tényező. Persze az sem lehetett „mellékes”, hogy a nagyobb kiszerelés (vélelmezhetően erre gondoltak a válaszadók) is csökkenti az otthonról való kimozdulás szükségességét, azaz csökkenti a boltba járás gyakoriságát – mint arra korábbi kutatások is rávilágítottak.

A továbbiakban megállapítható, hogy a megkérdezettek számára – a termékek ízletessége (5 részes skálán 4,1 átlagérték), minősége és ára (4,0) a legfontosabb vásárlást befolyásoló tényezők közé tartoznak. Az adott ételkészlet egészségességének viszonylag kedvező megítélése (3,9) azt jelzi, hogy a lakosság számára az egészséges táplálkozás a pandémiás időszakban fontos termékválasztást befolyásoló tényező!

## 4. ÖSSZEGZÉS

Jelen tanulmány a 2020-2021-es koronavírus-válság alatti táplálkozással kapcsolatos vizsgálatok néhány összefüggését veszi górcső alá a hazai fogyasztók körében. Ezen kutatások különösen fontosak lehetnek, hiszen a Covid-19 járvány idején „kibontakozó” felvásárlási láz átrajzolta a korábbi, a „nem háborús körülmények között” megalkotott vásárlási modelljeinket.

Jelen publikáció a fogyasztási szokásokban bekövetkező változások mellett kitér a járványhelyzet lakossági megítélésére is. A kutatás 224 válaszadó véleményét tükrözve feltárja azokat az összefüggéseket is, amelyek a vásárlási szokásokban a járvány időszakában megváltoztak. A 224 válaszadó 36,2 százalékát befolyásolta vásárlásaiban a járványhelyzet. Legtöbbjük (29 százalék) ritkábban jár vásárolni, és közel 8 százalék azok aránya is, akik csak heti egyszer járnak boltba.

Az eredmények tükrében az is kijelenthető, hogy az imázstényezők, mint az ételkészlet márkája, a csomagolás és annak információ tartalma, a termék elérhetősége (mindenhol kapható) lényegesen fontosabbá váltak, mint a járványhelyzet előtti kutatásokban. Hasonlóan a kiszereelés nagysága is fontossá vált a pandémiás időszakban. Az eredmények azt is elénk tárják, hogy a válaszadók „csupán” 36,2 százalékát befolyásolta vásárlásaik során a Covid-19 vírus jelenléte. Kijelenthetjük azt is, hogy akiket befolyásolt vásárlásaikban a járványhelyzet, azok többnyire a boltba járási alkalmak számát csökkentették.

A kutatás gyakorlati jelentősége elsősorban az, hogy eredményei támpontul szolgálhatnak, a fogyasztói preferenciák jobb megismeréséhez, - különösen egy pandémiás időszakban.

## IRODALOMJEGYZÉK

- Belák S. – Tuboly S. – Varga J. (1983) *Állatorvosi mikrobiológia*. Mezőgazdasági Kiadó, Budapest.
- Berke Sz – Molnár E (2006) Reklámstratégia a funkcionális ételkészletek piacán. *Ételkészlet táplálkozás és marketing* 3, 1, 19–30.
- Berke Sz (2004): A táplálkozási előnyök szerepe a fogyasztók ételkészletválasztásában. *Ételkészlet táplálkozás és marketing* 1, 1-2, 45–54.
- Crick, J. M., – Crick, D. (2020) Coopetition and COVID-19 Collaborative business-to-business marketing strategies in a pandemic crisis. *Industrial Marketing Management*, 88, 206–213. doi:10.1016/j.indmarman.2020.05.0
- Harris, DM. – Guten, S. (1979) Health protecting behaviour An exploratory study. *Journal of Health and Social Behaviour* 20, 17–29.
- Huszka, P., – Huszka, P. B., – Löre, V. (2020) A koronavírus-járvány és felvásárlási láz néhány összefüggésének vizsgálata Győrben. *Táplálkozásmarketing*, 7, 1, 89 –101.
- Huszka P (2020): Vásárlási szokások és preferenciák vizsgálata járvány idején Győrben. *EMOK Konferenciája*, Győr.
- Huszka P. (2010) A környezettudatos gondolkodás és szemlélet változása a nyugat-dunántúli régióban. Magyar Tudományos Akadémia Veszprémi Területi Bizottság Gazdaság-,



- Jog- és Társadalomtudományi Szakbizottsága, Komárom Város Önkormányzata, XIX. *Komáromi Napok*, Komárom, 235-248.
- Huszka, P. (2012) Divat a korai dohányzás? – avagy dohányzási szokások vizsgálata a 12–16 évesek körében. *Egészségfejlesztés*, 53, 4, 9–15,
- Keller, V. (2019) Segmenting Hungarian people based on healthy eating. *APSTRACT – Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 13, 3-4, 65-72.
- Keller V. – Huszka P. (2021) Élelmiszer-vásárlási szokások a koronavírus-járvány második hullámában. *Gazdálkodás*, 65, 2, 158-171.
- Lehota J. (2001) *Élelmiszer-gazdasági marketing*. Műszaki Kiadó, Budapest.
- Szakály, Z. – Szigeti, O. – Berke, Sz. – Szente, V. (2006): *The market analysis of branded, new generation hungaricums*. In: 98th EAAE Seminar : Market Dynamics within the global trading system: new perspectives. Chania, Görögország 2006.06.29. - 2006.07.02., Chania: pp 113-113 1-19
- Szakály Z. (2011) *Táplálkozásmarketing*. Budapest: Mezőgazda Kiadó.