

Élelmiszervásárlás és fenntarthatóság

Vezetői összefoglaló

- Az EU *Termelőtől a fogyasztóig* élelmiszerstratégiája rögzítette azokat a 2030-ig terjedő konkrét célokat, amelyek révén az *Európai Zöld Megállapodás* fenntarthatósággal kapcsolatos célkitűzéseire az élelmiszergazdaság hozzájárulhat.
- Az élelmiszervásárlással, és ezzel összefüggésben a fenntarthatósággal kapcsolatos állampolgári ismeretek és attitűdök fontos alapját képezik az EU stratégiájának.
- Az *Eurobarometer* vizsgálat eredményei szerint Magyarországon az élelmiszervásárlással kapcsolatos döntés legfontosabb szempontjai az *ár*, az *íz* és a *tápanyagtartalom*. A Forsense hasonló témájú, de némileg eltérő módszertanú kutatásában az *íz*, az *egészségesség* és a *vegyszermentesség* voltak a legfontosabb szempontok. Tehát megjelennek a döntést befolyásoló tényezők között a fenntarthatósággal kapcsolatos szempontok is, de nem ezek a legfontosabbak.
- A „fenntartható élelmiszer” fogalmával leggyakrabban asszociált három tulajdonság mind az EU egészében, mind Magyarországon a következő: *tápláló* és *egészséges*, *rovarirtószerek használatának nagyfokú vagy teljes mellőzése*, valamint a *mindenki számára megfizethető élelmiszer*. Számos a fenntarthatósággal közvetlen kapcsolatba hozható szempontot csak töredéke említette a kérdezetteknek.
- A „fenntartható étkezés” fogalmával társított tulajdonságok is nagyban egybeesnek az EU-ban és Magyarországon: leggyakrabban az *egészséges táplálkozást* említették, majd azt, hogy az elfogyasztott élelmiszerrel *a helyi gazdaságot támogatják*, valamint, hogy az elfogyasztandó élelmiszer előállítása során *minimális hulladék keletkezik*.
- A fogyasztóknak a fenntarthatósággal kapcsolatos fő szempontjai csak részben fedik le ezt a sokdimenziós, a gazdasági, társadalmi és környezeti dimenziókat is magába foglaló szemléletet, amelyet az ENSZ Élelmiszerügyi és Mezőgazdasági Világszervezete által megfogalmazott definíció képvisel.
- Magyarországon a megkérdezettek kétharmada saját állítása szerint hajlandó volna *10 százalék-kal többet fizetni azokért a mezőgazdasági termékekért, amelyek előállításánál figyelembe veszik a környezeti és éghajlatvédelmi szempontokat*. Kérdés, hogy ez az

attitűd mennyire válik tényleges magatartássá is a magyar vásárlók nagyfokú érzékenysége tükrében.

- Akik erősen *érzékenyek*, azok számára a legtöbb élelmiszervásárlási szempont összességben kevésbé fontos, mint akik hajlandóak volnának ekkora áldozatot hozni.
- Többváltozós elemzési eljárás segítségével az élelmiszervásárlást befolyásoló tényezők két általános attitűdjét sikerült azonosítani Magyarországon. Az egyik a *környezettudatosság* és az *egészségesség* szempontrendszer, a másikon pedig az előállítás helye (*magyar-e, helyi-e*) és módja (*kistermelői-e*) jelenik meg.
- A *környezettudatosság* és az *egészségesség* szempontjai a jobb anyagi helyzettel, a *hazai, helyi, kistermelői* termékek preferálása pedig a magasabb életkorral és az alacsonyabb végzettséggel járnak együtt az átlagon felüli mértékben.
- Az egyéni fogyasztói szempontok hasonlósága alapján három csoportot lehet elkülöníteni. A fogyasztók nagy részét kitevő *átlagos* csoporton túl két kisebb volt azonosítható: Az egyik csoport számára a vásárolt *élelmiszer termelésének helye, módja az átlagosnál kevésbé fontos*, de a *környezettudatosság, egészségesség az átlagosnál valamivel jobban*; a másik számára pedig inkább a *környezettudatosság, egészségesség kevésbé fontos*.
- A *környezettudatosság* szempontjai tehát mind a vásárlói döntés egyik fontos szempontrendszer, mind a vásárlói típusok kialakításánál fontos szerepet játszik Magyarországon.
- Az eredményeket röviden összegezve egyfelől az látható, hogy a fenntarthatóság szempontjai megjelennek az élelmiszervásárlással kapcsolatos döntéseknél, de a többség számára nem ezek a legfontosabbak, másfelől viszont kimutatható egy olyan csoport léte a magyar társadalomban, amelyre az átlagon felüli mértékben jellemzőek a fenntarthatósági, és ezzel együtt az egészségi szempontok is.

Bevezető

Az EU gazdaságának fenntarthatóvá tétele szempontjából központi jelentőségű az *Európai Zöld Megállapodás (European Green Deal)*¹, melynek egyik sarokköve az élelmiszertermelés fenntarthatóvá tétele. A fő célkitűzéseket a Megállapodás „*A termelőtől a fogyasztóig: méltányos, egészséges és környezetbarát élelmiszerrendszer kialakítása*” című fejezete foglalja össze, a részletes élelmiszerstratégia pedig a 2020 tavaszán megjelent „*Termelőtől a fogyasztóig’ stratégia a méltányos, egészséges és környezetbarát élelmiszerrendszerért*”² c. dokumentumban került kifejtésre. A stratégia célja, hogy a polgárok könnyebben választhassanak egészséges és fenntartható étrendet, miközben az élelmiszertermelők, élelmiszerfeldolgozók és -árusítók különböző csoportjai számára védjeggyé váljon a fenntarthatóság, ami garanciát nyújthat saját jövőjük megóvására is.

A stratégia a következő öt általános célt tűzte ki:

- Megfizethető árú és fenntartható módon előállított egészséges élelmiszerek az európai polgárok számára
- Fellépés a klímaváltozás ellen
- A környezet védelme, a biológiai sokféleség megőrzése
- Méltányos gazdasági megtérülés az élelmiszerláncon belül
- A biogazdálkodás előmozdítása

Az általános célkitűzések mellé számszerűen megfogalmazott, 2030-ig elérendő célokat is társított a Bizottság, melyek a következők:

- 50 százalékkal csökkenjen a növényvédő vegyszerek és a fokozottan veszélyes növényvédő szerek használata és a használatukból eredő kockázatok;
- legalább 50 százalékkal csökkenjen a tápanyagvesztés mértéke, miközben a talaj nem vesz termőképességéből;

¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?qid=1596443911913&uri=CELEX:52019DC0640#document2>

² <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0381&from=HU>

- legalább 20 százalékkal csökkenjen a műtrágyák használata;
- 50 százalékkal csökkenjen a haszonállat-tenyésztésben és az akvakultúra-ágazatban felhasznált antimikrobiális szerek értékesítése;
- a mezőgazdasági területek 25 százalékán biogazdálkodás valósuljon meg.

A stratégia megvalósításának egyik fontos kontextusa, hogy az EU lakossága milyen ismeretekkel és attitűdökkel rendelkezik a célkitűzésekkel kapcsolatban. Az *Eurobarometer* 2020 augusztus-szeptemberi „*Making our food fit for the future – Citizens’ expectations*” c. kutatásának³ célja ennek a kontextusnak a megismerése, annak feltárása volt, milyen tényezők befolyásolják az európaiak étel-miszer-vásárlási és étkezési szokásait, különös tekintettel a fenntarthatóság szempontjára. A felmérés kitért arra is, mit értenek a megkérdezettek a „*fenntarthatóság*” fogalma alatt, és hogy megítélésük szerint mi segítene számukra egy egészséges és fenntartható étrend kialakításában.

Kutatási eredmények

Az *Eurobarometer* vizsgálat eredményei szerint Magyarországon az étel-miszervásárlással kapcsolatos döntés legfontosabb szempontjai, legfeljebb három említés alapján az *ár* (52 százalék), az *íz* (45 százalék) és a *tápanyagtartalom* (45 százalék). Az első és a harmadik szempontot jóval többen említették hazánkban, mint az Európai Unió egészében. Az európai válaszadók az étel-miszerbiztonságot említették az árat követően a második leggyakrabban. Az EU egészében a következő szempontokat többen sorolták a legfontosabbak közé, mint Magyarországon: az *étel-miszer származási helye*, *erkölcsi megfontolások*, *feldolgozottság* *alacsony mértéke*. Ugyanakkor e két utóbbi szempont mind Magyarországon, mind a teljes, európai mintában a két legritkábban említett volt.

A „*fenntartható étel-miszer*” fogalma alatt körülbelül ugyanazt értik az EU egészében, mint Magyarországon. A fenntarthatósággal leggyakrabban asszociált három tulajdonság – legfeljebb három említés alapján – mindkét helyen a következő: *tápláló* és *egészséges* (EU: 41

³ <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/special/yearFrom/2018/yearTo/2020/surveyKy/2241>

százalék, Magyarország: 59 százalék), *rovarirtószer*ek használatának nagyfokú vagy teljes mellőzése (EU: 37 százalék, Magyarország: 32 százalék), valamint a *mindenki számára megfizethető élelmiszer* (EU: 29 százalék, Magyarország: 41 százalék). Az első és a harmadik szempontot tehát megint csak jóval többen említették hazánkban, mint az EU egészében. Olyan, a fenntarthatóság szempontjából kiemelkedően fontos szempontokat, mint a *helyi vagy rövid ellátási láncon keresztül érkező élelmiszer*, az *alacsony környezeti és éghajlati hatás*, vagy a *minimális/környezetbarát csomagolás*, az EU-ban 20-24, Magyarországon pedig mindössze 15-18 százalék említett.

A „fenntartható étkezés” fogalmával társított tulajdonságok közül a kérdezettek számára fontosnak tartott szempontok is nagyban egybeesnek az EU egészében és Magyarországon. Kiemelkedően leggyakrabban az *egészséges táplálkozást* említették (EU: 80 százalék, Magyarország: 74 százalék⁴). Ezt követi az a tényező, hogy a megvásárolt élelmiszerrel *a helyi gazdaságot támogatják* (EU: 51 százalék, Magyarország: 50 százalék), valamint, hogy az elfogyasztandó élelmiszer előállítása során *minimális hulladék keletkezik* (EU: 48 százalék, Magyarország: 40 százalék). Az élelmiszer csomagolásának fenntarthatóságával kapcsolatos szempontokat mindkét körben a kérdezetteknek csupán 1/3-a említette meg.

Érdekes szembesíteni a fenntarthatóságnak a lakosság által képviselt szempontjait az ENSZ Élelmészügyi és Mezőgazdasági Világszervezete által megfogalmazott definícióval. Eszerint egy fenntartható élelmiszerrendszer „olyan módon biztosítja mindenki számára az élelmézbiztonságot és a táplálkozást, hogy közben nem veszélyezteti az élelmézbiztonság és a táplálkozás gazdasági, társadalmi és környezeti alapjait a jövő generációk számára”.⁵ A fogyasztók fő szempontjai – megfizethető, tápláló, egészséges, nem szennyező, helyi – mind az EU-n belül, mind Magyarországon csak részben fedik le ezt a sokdimenziós, a gazdasági, társadalmi és környezeti dimenziókat is magába foglaló szemléletet, amelyet a definíció képvisel.

Az európaiak kétharmada úgy véli, hogy legtöbbször (56 százalék) vagy mindig (10 százalék) *egészséges és fenntartható étrendet fogyaszt*. Ugyanakkor jelentős különbségek mutatkoznak az állampolgárok válaszaiban a tagállamok között. Főleg kelet-európai lakosok állítják

⁴ Ezen kérdések esetében nem volt korlátja az adható válaszok számának

⁵ FAO (2018): Sustainable food systems: concept and framework
<http://www.fao.org/3/ca2079en/CA2079EN.pdf>: p.1.

meglehetősen alacsony arányban, hogy legtöbbször vagy mindig egészségesen étkeznek. Ezzel együtt is csak Bulgáriában (32 százalék) és Litvániában (46 százalék) van 50 százalék alatt azok aránya, akik a saját étkezésüket egészségesnek gondolják. Magyarországon 59 százalék a két csoport együttes aránya, amivel az európai középmezőnyben helyezkedik el. A legtöbben Hollandiában (83 százalék), Finnországban, Írországban és Spanyolországban (81-81 százalék) gondolják úgy, hogy többnyire vagy mindig egészségesen étkeznek.

Akik a „*környezetre és az éghajlatra gyakorolt hatást*” tartják az egyik legfontosabb tényezőnek az élelmiszervásárlás során, azok a válaszadók uniós átlagánál (66 százalék) nagyobb valószínűséggel említik azt is, hogy mindig vagy legtöbbször egészséges és fenntartható étrendet fogyasztanak (77 százalék). Ezzel szemben azok, akik a „*költséget*” tekintik az egyik legfontosabb tényezőnek az élelmiszer vásárlásakor – Magyarországon és az EU egészében is ők voltak a legtöbben –, azok esetében az átlagosnál kevésbé valószínű (55 százalék), hogy ezt mondják magukról.

Az Unió polgárainak egy meghatározó csoportja (49 százalék) szerint egy egészséges és fenntartható étrend kialakításában az segítene a legjobban, ha *megfizethető áron volnának hozzáférhetőek* az egészséges és fenntartható élelmiszerek. Magyarországon még határozottabban jelenik meg ez a vélemény (61 százalék). Ez azt mutatja, hogy – különösen Magyarországon – a többség számára az egészséges és fenntartható étkezés elsődlegesen pénzkérdés. Az EU egészét tekintve a válaszadók közel azonos méretű csoportja (45 százalék) szerint az is segítene, ha az egészséges, fenntartható élelmiszerek választéka *elérhető lenne ott, ahol általában bevásárolnak*. Magyarországon közel ugyanennyien (43 százalék) említették ezt a szempontot. Szembetűnő, hogy az EU-ban (29 százalék), és különösen Magyarországon (15 százalék) mennyire kevesen gondolják úgy, hogy az egyik legfontosabb segítség az egészséges, fenntartható étkezéssel szemben *képzés, oktatás* volna. Ez az eredmény, kombinálva a leggyakrabban említettekkel, azt sugallja, hogy az emberek tisztában vannak vele – vagy legalább is úgy vélik, hogy tisztában vannak vele –, hogyan kellene egészségesen és fenntarthatóan táplálkozni, csak a lehetőségeik korlátozottak e téren. Talán nem meglepő módon azok, akik az élelmiszer vásárlásakor a „*költséget*” tartják az egyik legfontosabb tényezőnek, az átlagosnál is magasabb valószínűséggel (56 százalék) említik azt, hogy *a megfizethető fenntartható élelmiszerek* segítenék őket az egészséges és fenntartható étrend kialakításában.

A Forsense 2020 novemberében a felnőtt magyar lakosság körében végzett kutatásának célja hasonló volt az *Eurobarometer*éhez: az élelmiszerfogyasztás és a fenntarthatóság összefüggéseit is vizsgáló friss európai eredmények ismeretében részletesebb és pontosabb képet kapjunk a magyar lakosság attitűdjeiről. A két kutatás kérdései részben átfedésbe kerültek egymással, ugyanakkor saját felmérésünkben a válaszlehetőségek fontosságát már önmagukban, egyenként értékelhették a kérdezettek. Ez a megközelítés a kibővített elemzési lehetőségek mellett lehetőséget adott arra is, hogy a lakosság fenntarthatóság szempontjaival kapcsolatos nyitottsága is fókuszba kerüljön az elemzés során.

A válaszokból kitűnik, hogy a vásárlás során az elsődleges szempontnak a saját, fogyasztói igények kielégítése számít, erre utalnak a legfontosabbnak tartott szempontok, az *íz*, az *egészségesség* és a *vegyszermentesség* (vagy annak alacsony szintje). Ezt a három opciót a kérdezettek több mint 60 százaléka tartotta nagyon fontosnak. Az *íz* preferálása – akár csak az *Eurobarometer* esetében – kiemelkedőnek számít, ez a kérdezettek háromnegyede szerint nagyon fontos, a válaszokból képzett index értéke 91 pont volt. Fontos tanulság, hogy – legalábbis az attitűdök szintjén – markánsan megjelennek a környezetvédelmi szempontok is, hiszen a *kevés csomagolóanyag felhasználását* a kérdezettek 57 százaléka tartja nagyon fontos tényezőnek. Az élelmiszervásárlás során olyan klasszikus fenntarthatósági szempontokat, mint hogy *egy élelmiszer hagyományos eljárással és ne nagyüzemi körülmények között készüljön*, vagy hogy *biotermék* legyen, a többi szemponthoz képest a fogyasztóknak egy kisebb, de ezzel együtt is jelentősnek mondható (55 illetve 37 százalék) csoportja tartja fontosnak vagy nagyon fontosnak.

	nagyon fontos	fontos	kevésbé, vagy nem fontos	nem válaszol	0-100-as skálán
Finom legyen	72	18	7	3	91
Egészséges legyen	68	18	12	2	88
Az előállításához ne használjanak nagy mennyiségben vegyszereket	63	18	17	2	85
Csomagolása legyen minimális, csak kevés műanyagot tartalmazzon, újrahasznosítható legyen	57	23	18	2	83
Az előállítás során tartsák be az állatjóléti előírásokat	49	26	23	3	79

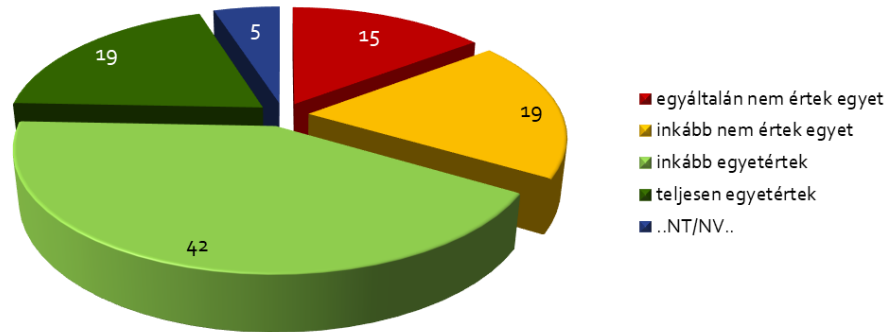
	nagyon fontos	fontos	kevésbé, vagy nem fontos	nem válaszol	0-100-as skálán
Biztonságos, a munkásokat megbecsülő és biztos megélhetést nyújtó üzemben készüljön	51	25	23	2	79
A termelők számára biztosítson tisztas hasznot az élelmiszer előállítása	46	29	22	2	78
Előállítása a környezeti szempontok figyelembevételével, anyag- és energiatakarékos módon történjen	45	28	26	2	77
Legyen helyi vagy kevés közvetítőn keresztül elérhető termék	43	27	28	1	75
Magyar termék legyen	43	27	29	1	74
Hagyományos eljárással készüljön, ne nagyüzemi módon	29	26	42	3	66
Legyen biotermék	19	18	60	2	52

1. táblázat Mennyire tartja fontosnak a következő szempontot az ön által vásárolt élelmiszerekkel kapcsolatban? (válaszok százalékban és 0-100-as skálán)

Az árnak az élelmiszervásárlással kapcsolatos döntésre gyakorolt hatására világít rá az az eredmény, miszerint a megkérdezettek kétharmada saját állítása szerint hajlandó volna *10 százalékkal többet fizetni azokért a mezőgazdasági termékekért, amelyek előállításánál figyelembe veszik a környezeti és éghajlatvédelmi szempontokat.* Hogy ez az attitűd mennyire válna tényleges magatartássá, az a magyar vásárlók ismert árérzékenysége⁶ tükrében némileg kérdéses. Mindenesetre a fenti eredmény szerint a fogyasztók többsége hajlandó volna 5-6 Ft-tal többet fizetni egy tojásért, vagy 20-30 Ft-tal többet egy liter tejért, ha tudná, hogy ezzel a környezeti fenntarthatóságot támogatja.

⁶ Ld. pl.: Kolos Krisztina/Kenesei Zsófia (2005): A magyar vásárlók akciókkal és árakkal kapcsolatos attitűdjeinek vizsgálata. In: Marketing & Menedzsment, 2005/3: p.40-44.

Ön mennyire ért egyet a következő állítással:
 Hajlandó lennék 10%-kal többet fizetni azokért a mezőgazdasági termékekért, amelyek előállításánál figyelembe veszik a környezeti és éghajlatvédelmi szempontokat?



forsense

1. ábra Ön mennyire ért egyet a következő állítással: Hajlandó lennék 10 százalékkal többet fizetni azokért a mezőgazdasági termékekért, amelyek előállításánál figyelembe veszik a környezeti és éghajlatvédelmi szempontokat? (válaszok százalékban)

Az élelmiszervásárlást befolyásoló legtöbb tényező esetében nem mutatkozik számottevő különbség a fontosság megítélésében a kérdezettek szocio-demográfiai háttere alapján képzett csoportok között. Ennek oka főként az, hogy a legtöbb szempont esetében kimagasló a teljesen egyetértők aránya. Ezzel együtt összességében elmondható, hogy az idősebbek (és ezzel összefüggésben az érettségivel nem rendelkezők) szisztematikusan, minden esetben magasabb osztályzatot adtak.

Jelentősebbnek mondható eltérések mutatkoznak ugyanakkor az árérzékenység alapján. Akik nem volnának hajlandók 10 százalékkal többet fizetni azokért a mezőgazdasági termékekért, amelyek előállításánál figyelembe veszik a környezeti és éghajlatvédelmi szempontokat, azok számára a legtöbb élelmiszervásárlási szempont összességben kevésbé fontos, mint akik hajlandók volnának ekkora áldozatot hozni. A legnagyobb eltérés a „legyen biotermék” (19 pont) és a „magyar termék legyen” (16 pont) szempontok átlagos értékelésében mutatkozik, de a két legtöbbet által fontosnak tartott tényező („finom legyen”, „egészséges legyen”) kivételével minden esetben legalább 10 pont eltérés mutatkozik a két csoport között. Némi túlzással azt mondhatjuk tehát, hogy akik számára az ár nagyon erősen befolyásolja a termékválasztást, azok számára szinte minden szempont másodlagos. Ez egybecseng az Eurobarometer eredményével is, ahol az árat tartották a legtöbben fontos szempontnak.

	Finom legyen	Egészséges legyen	Az előállításához ne használjanak nagy mennyiségben vegyszereket	Csomagolása legyen minimális, csak kevés műanyagot tartalmazzon, újrahasznosítható	Az előállítás során tartsák be az állatjóléti előírásokat	Biztonságos, a munkásokat megbecsülő és biztos megélhetést nyújtó üzemben készüljön	A termelők számára biztosítson tisztes hasznot az élelmiszer előállítása	Előállítása a környezeti szempontok figyelembevételével, anyag- és energiatakarékos	Legyen helyi vagy kevés közvetítőn keresztül elérhető termék	Magyar termék legyen	Hagyományos eljárással készüljön, ne nagyüzemi módon	Legyen biotermék
Összes megkérdezett	91	88	85	83	79	79	78	77	75	74	66	52
18-34 éves	90	80	79	75	75	69	66	66	61	66	53	37
35-49 éves	90	88	86	81	78	78	77	76	75	74	66	50
50-64 éves	92	91	86	88	81	85	84	82	83	71	69	57
65 éves és felette	93	95	91	89	85	88	89	88	85	83	75	64
Budapest	90	87	84	82	78	79	79	75	75	69	65	46
megyei jogú város	91	88	83	81	76	77	77	78	74	75	62	49
város	91	91	86	83	81	81	78	78	75	76	69	56
falu	93	87	86	85	81	79	79	78	76	75	66	52
nincs érettségi	91	89	89	87	87	87	87	83	85	84	78	63
érettségi	92	88	86	82	80	80	77	77	74	72	66	49
felsőfokú	90	89	82	82	76	75	76	75	73	72	60	50
anyagi helyzete átlagnál rosszabb	87	85	83	81	81	80	78	78	76	75	68	53
anyagi helyzete átlagos	93	90	87	83	81	81	79	78	76	73	67	53
anyagi helyzete átlagnál jobb	93	90	85	85	76	75	76	77	73	75	59	46
nem fizetne 10 százalékkal többet	91	85	79	76	72	73	70	72	68	64	60	41
fizetne 10 százalékkal többet	92	91	89	87	84	84	84	82	81	81	71	59

2. táblázat Mennyire tartja fontosnak a következő szempontot az ön által vásárolt élelmiszerekkel kapcsolatban? (válaszok 0-100-as skálán)

Az élelmiszervásárlás során hozott döntések általánosabb mögöttes motivációit faktorelemzés segítségével is megvizsgáltuk. Az elemzés során két általánosabb attitűd vált szét, amelyek hatással vannak az élelmiszerválasztásra (a tizenkettő közül két szempont – az előállítás során tartsák be az állatjóléti előírásokat; biztonságos, a munkásokat megbecsülő és biztos megélhetést nyújtó üzemben készüljön – nem volt egyértelműen besorolható egyik faktorhoz sem, emiatt el kellett hagyni őket).

A kimutatott két faktor egyike a **környezettudatosság és az egészségesség** szempontjaival azonosítható, a másik pedig az előállítás helyével és módjával: a **magyar**, ezen belül is lehetőleg **helyi, kistermelői** gyártás előnyben részesítése jelenik meg ezen a faktoron.

Mindkét faktor esetében van egy olyan szempont, amit tartalmilag talán nem oda sorolnánk, de az említések együttjárása alapján mégis ott kapott helyet. Az egyik a termék ízére vonatkozik, a „*finom legyen*” szempont meglehetősen egyértelműen a környezettudatosság és az egészségesség faktorán jelenik meg. A másik a „*legyen biotermék*” szempont, amely a magyar-helyi-kistermelői faktoron jelenik meg. Ez talán nem olyan mértékben meglepő, ha figyelembe vesszük egy korábbi kutatásunk eredményét, miszerint a vásárlók egy jó része a helyi és nem nagyüzemi módon előállított termékeket tekinti bioterméknek.

	Faktor	
	környezet-tudatos-egészséges	magyar-helyi-kistermelői
Egészséges legyen	,698	
Az előállításához ne használjanak nagy mennyiségben vegyszereket (gyomirtó, rovarirtó, tartósító szerek)	,634	
Csomagolása legyen minimális, csak kevés műanyagot tartalmazzon, újrahasznosítható legyen	,766	
Előállítása a környezeti szempontok figyelembevételével, anyag- és energiatakarékos módon történjen?	,690	
Finom legyen	,570	
Magyar termék legyen		,729
Legyen helyi vagy kevés közvetítőn keresztül elérhető termék		,710
A termelők számára biztosítson tisztas hasznot az élelmiszer előállítása		,578
Legyen biotermék		,651
Hagyományos eljárással készüljön, ne nagyüzemi módon		,698

3. táblázat Az élelmiszervásárlás szempontrendszerének mögöttes faktorai (faktorsúlyok)⁷

A kimutatott faktorok többfajta elemzést is lehetővé tesznek. Egyrészt vizsgálható, hogy az átlagoshoz képest mely társadalmi csoportokban jelennek meg az átlagnál nagyobb vagy kisebb mértékben. Ennek során az okozhat nehézséget, hogy sok szempont kifejezetten fontosnak mutatkozik a teljes népesség körében is, amihez képest nehéz magasabb fokú fontosságot kimutatni. Ezzel együtt bizonyos összefüggések megmutatkoznak:

A *környezettudatosság-egészségesség* faktora kevésbé függ össze a szocio-demográfiai jellegzetességekkel, mint a másik faktor. Ennek oka feltehetőleg abban kereshető, hogy az ehhez a faktorhoz sorolható szempontok általános fontossága magasabb volt. Összességében az anyagi helyzet mutat leginkább összefüggést az első faktoral, mégpedig olyan módon, hogy

⁷ Eljárás: Főtengely faktorelemzés varimax rotálással.

a jobb anyagi helyzet magasabb fontossággal jár együtt. Ezzel szemben az iskolai végzettség vagy a lakóhely településtípusa nem mutat összefüggést ezen szempontrendszer fontosságával.

A *magyar-helyi-kistermelői* szempontrendszer fontosságának megítélését több tényező is szignifikánsan befolyásolja. Az életkor a legjelentősebb szempont: a 65 év felettek számára az átlagosnál fontosabb, a 35 év alattiak számára viszont átlagon aluli fontosságú ez a téma. Az érettségivel nem rendelkezők (szakmunkások vagy alacsonyabb végzettségűek) is átlagon felül tartják fontosnak a vásárlás során, hogy az élelmiszer hazai, helyi, kistermelői termék legyen, és a nők is valamivel inkább preferálják az ilyen termékeket, mint a férfiak. És míg a környezettudatosság nem függ össze a politikai preferenciákkal, addig a kormánypárti szavazóknak az átlagosnál fontosabb, az ellenzékieknek pedig valamivel kevésbé fontos az, hogy honnan származik az adott termék.

További elemzésekre ad lehetőséget, ha az élelmiszerválasztási döntést befolyásoló szempontok alapján megpróbálunk csoportokat képezni úgy, hogy a különböző szempontok alapján hasonló mintázatot mutató személyek kerüljenek egy csoportba. Ehhez a klaszterelemzés eljárását hívtuk segítségül. Ez, akárcsak a faktorelemzés, a mintába került egyének válaszai alapján képez annyi csoportot, ahányat kimutatni képes.

Jelen esetben a faktorok alapján képeztük a csoportokat, és összesen három klasztert találtunk. A faktorpontszámok átlaga alapján jellemezhetjük is ezen csoportokat. A legnagyobb csoportot, a minta háromnegyedét az „**átlagos**” válaszadók képezték, akik válaszainak átlaga nagyjából megegyezik e teljes mintáéval. Ez természetesen nem jelenti azt, hogy minden kérdésre azonosan válaszoltak volna, de a matematikai-statisztikai eljárással nem sikerült további, értelmezhető alcsoportokra bontani a válaszadók ezen körét.

A másik két kisebb csoport mindegyike leginkább azzal jellemezhető, hogy a két faktor közül melyiket tartja az átlagosnál kevésbé fontosnak. Az egyik csoport számára a vásárolt élelmiszer **termelésének helye, módja kevésbé fontos**, a másik számára pedig **a környezettudatosság, egészségesség**. De míg előbbi csoport számára az első faktor szempontrendszere valamelyest átlagon felüli fontosságú, addig a második számára az is átlag alatti fontosságú, hogy magyar-e, helyi-e a termék.

Klaszterek	Faktorok		n
	környezettudatos- egészséges	magyar-helyi- kistermelői	
termelés helye, módja nem fontos	+	--	12%
átlagos	0	0	75%
kifejezetten nem környezettudatos	--	-	13%

4. táblázat Az élelmiszervásárlás szempontrendszerének klaszterei⁸

Hasonló kép rajzolódik ki akkor is, ha a klaszterek összefüggéseit vizsgáljuk a kérdőívben felsorolt egyes szempontokkal. Itt az is megmutatkozik, hogy egyetlen szempont fontossága sem jelentősen átlagon felüli egyetlen csoportban sem. Ugyanakkor az „átlagos” csoportban gyakorlatilag minden egyes szempont alapján enyhe felülreprezentáció mutatkozik, ami azonban kevés ahhoz, hogy „általánosan fontosabb” csoportnak nevezhessük.

	termelés helye, módja nem fontos	Klaszterek		Összesen
		átlagos	nem környezet- tudatos	
Egészséges legyen	0	0	-	4,54
Az előállításához ne használjanak nagy mennyiségben vegyszereket (gyomirtó, rovarirtó, tartósító szerek)	0	0	--	4,41
Magyar termék legyen	--	0	-	4,00
Legyen helyi vagy kevés közvetítőn keresztül elérhető termék	-	0	-	4,03
A termelők számára biztosítson tisztességes hasznot az élelmiszer előállítása	-	0	-	4,18
Az előállítás során tartsák be az állatjóléti előírásokat	-	0	-	4,19
Legyen biotermék	-	0	-	3,12
Hagyományos eljárással készüljön, ne nagyüzemi módon	-	0	-	3,68
Csomagolása legyen minimális, csak kevés műanyagot tartalmazzon, újrahasznosítható legyen	0	0	--	4,35
Előállítása a környezeti szempontok figyelembevételével, anyag- és energiatakarékos módon történjen?	0	0	--	4,15
Biztonságos, a munkásokat megbecsülő és biztos megélhetést nyújtó üzemben készüljön	-	0	-	4,21
Finom legyen	0	0	-	4,65

5. táblázat Az élelmiszervásárlás szempontrendszerének klasztereinek összefüggései az egyes szempontokkal⁹

⁸ Eljárás: Two-step clustering. A táblázat jelölései: 0: átlagtól eltérés kevesebb mint 0,5 pont; -/+ : átlag alatt/felett 0,5-1,5 ponttal; -- : átlag alatt több mint 1,5 ponttal

⁹ A táblázat jelölései: 0: átlagtól eltérés kevesebb mint 0,5 pont; - : átlag alatt 0,5-1,5 ponttal; -- : átlag alatt több mint 1,5 ponttal

A klaszterek esetében is meg lehet vizsgálni, mely társadalmi csoportokban találhatóak meg az átlag feletti vagy alatti arányban. Az eredmények egybecsengenek a faktorok összefüggéseinek vizsgálata során kapottakkal. A férfiak és a legfiatalabbak körében felülreprezentált a két kisebb csoport, míg a nők és a 65 év felettek esetében éppen fordított a helyzet. Az iskolai végzettség csak az első klaszterrel mutat összefüggést, csakúgy, mint a pártpreferencia: az alacsony végzettségűek és a Fidesz-KDNP szavazói körében átlag alatti arányban találni azokat, akik számára nem fontos, hogy egy termék hazai, helyi, kistermelői legyen, míg a diplomások és az ellenzéki szavazók körében felülreprezentált ez a csoport. A lakóhely településtípusa egyáltalán nem, az anyagi helyzet és a szubjektív rétegbe sorolódás pedig alig függ össze azzal, hogy a kérdezettek melyik vásárlói csoportba tartoznak.

Összegzés

A bemutatott kutatási eredmények sok szempontból egybecsengenek. A fenntarthatóság szempontjai megjelennek az élelmiszervásárlással kapcsolatok döntéseknél, de a többség számára nem ezek a legfontosabbak. Az ár és az íz a két legmeghatározóbb tényező. Az árérzékenység gazdasági válság idején különösen megerősödhet, a koronavírus okozta gazdasági hátrányoknak is szerepe lehetett az eredményekben.

Magának a fenntarthatóság fogalmának a lakosság általi értelmezése sem meríti ki annak minden lehetséges dimenzióját. Egyértelműnek tűnik, hogy az erre irányuló EU-kezdemenyvezések társadalmi támogatásának erősítéséhez széleskörű információs kampányokra is szükség van.

Ugyanakkor fontos volt látni azt is, hogy kimutatható egy olyan csoport léte a magyar társadalomban, akikre különösen jellemzőek a fenntarthatósági, és ezzel együtt az egészségi szempontok is.