



## A HÚS, ÉS EZEN BELÜL A BAROMFIHÚS FOGYASZTÁSÁT ÉS VÁSÁRLÁSÁT BEFOLYÁSOLÓ FŐBB TÉNYEZŐK FELMÉRÉSE

SZALAI KLAUDIA – FEHÉR HELGA – TEMPFLI KÁROLY

Széchenyi István Egyetem,

Albert Kázmér Mosonmagyaróvári Kar, Mosonmagyaróvár

### ÖSSZEFOGLALÁS

Az elmúlt évtizedekben az egy főre eső húsfogyasztás jelentős mértékben növekedett a világon. Ez a tendencia a sertés- és különösen a baromfihús fogyasztását illetően szembetűnő. A húsfogyasztást a gazdasági fejlettség mellett számos egyéb körülmény befolyásolja. A demográfiai tényezőkön, a munkaerő piaci változásokon kívül az egyén személyisége, az egészség- és környezettudatossága is nagymértékben befolyásolja étkezési szokásainkat. Vizsgálatunkat 2021 februárjában végeztük, a Dunántúl északi területein. Online kérdőív (n=240) segítségével mértük fel a lakosok körében a hús- és baromfihús fogyasztási és vásárlási szokásaikat [VJ1]. Eredményeinkből kitűnik, hogy a húsfogyasztást a nem (a nők arányaiban több baromfihúst fogyasztottak), a lakóhely [VJ2] típusa (a községben élők összességében több húst ettek), a jövedelem (a magasabb jövedelemmel rendelkezők több húst és baromfihúst fogyasztottak) egyaránt befolyásolja. A baromfihús népszerűsége a demográfiai tényezőktől függetlenül töretlen. A csirkehúst szinte mindenki kedveli, ellenben a többi baromfifaj húsának népszerűsége változó. A válaszadók húst- és baromfihúst hetente, vagy gyakrabban, mint hetente vásárolnak. A felmérésbe vont személyek vásárlásnál előnyben részesítik a nagyobb üzleteket és a hentesüzleteket. Az ár frissessége, minősége mellett fontos tényező az ár, illetve a származás. A fogyasztók a friss árut részesítik előnyben a fagyasztott termékekkel szemben. A válaszok alapján a baromfihús népszerűségét a gyors elkészítésének is köszönheti.

**Kulcsszavak:** baromfihús, fogyasztás, vásárlás, befolyásoló tényezők

### BEVEZETÉS

A Föld népességének rohamos növekedése (2022 novemberében meghaladta a nyolc milliárd főt) újabb kihívások elé állította a mezőgazdaságot. Az emberiség tápanyagokkal való ellátását nem csak a népesség megsokszorozódása, hanem az egy főre eső megnövekedett élelmiszerfogyasztás is nehezíti. 1961 és 2011 között a népesség 3,07 milliárd főről 128%-kal emelkedett (2011-ben elérte a 7 milliárd főt), míg globálisan az egy főre eső húsfogyasztás 23 kg-ról 75%-kal emelkedett (URL<sup>1</sup>). Globálisan az egy főre

eső átlagos húsfogyasztás 34-35 kg/fő/év között alakult az elmúlt években ( $URL^2$ ). A gazdaságilag fejlett országok nagyobb állati eredetű fehérjebevitellel jellemezhetőek a fejlődő régiókhoz viszonyítva. Az emelkedő húsfogyasztással összhangban a húselőállítás is emelkedő tendenciát mutat az elmúlt fél évszázadban, ez különösen szembetűnő a sertés- és baromfihús esetén. A húsfogyasztás megemelkedéséhez nem csak gazdasági, hanem számos társadalmi és egyéb tényező is hozzájárult. Ugyanakkor nem hagyhatjuk figyelmen kívül, hogy növekvő számban jelennek meg tanulmányok, amelyek a nagymértékű húsfogyasztás kockázatait taglalják (egészségügyi, környezeti szemszögből). Jelen vizsgálat célja a hazai húsfogyasztás (Dunántúl északi területén), ezen belül elsősorban a baromfihús fogyasztási és vásárlási szokásainak felmérése. [VJ3]

## IRODALMI ÁTTEKINTÉS

Az utóbbi évtizedekben az egy főre eső húsfogyasztás növekvő tendenciát mutat. A legnagyobb növekedést a pecsenyecsirke és sertéshús fogyasztásnál figyelhetjük meg. Több tanulmány előrejelzése [VJ4] szerint a fokozódó gazdasági fejlődés mellett a század közepéig közel 50 év leforgása alatt a világ népességének húsfogyasztása megduplázódhat (a FAO szerint a 2005/2007 években megfigyelhető 258 millió tonnáról 76%-kal fog nőni), az állati eredetű termékek fogyasztása pedig 62-144%-kal emelkedhet (Godfray et al., 2018). A különböző húsok közül a baromfi hús 100%-os, a marhahús 69%-os, míg a sertéshús fogyasztás 42%-os emelkedését prognosztizálják (Alexandratos & Bruinsma, 2012) a 2010-ben megfigyelt 10,9; 6,7 és 11,7 kg/fő/év fogyasztáshoz viszonyítva. A húsfogyasztás nagyfokú eltérést mutat a világ különböző területein, mind mennyiségben, mind a hús származását (faj) illetően. Általánosságban elmondható, hogy elsősorban a csirkehús és a feldolgozott húsok fogyasztásának növekedése figyelhető meg. A gazdaságilag fejlettebb régiókban az összes húsfogyasztás mennyisége stagnál, vagy enyhén csökkenő tendenciát mutat. Számos közepes GDP-vel rendelkező országban drasztikusan emelkedik a húsfogyasztás mértéke (kivéve India, hiszen tradicionálisan magas a vegetáriánusok aránya a társadalomban). Az afrikai országok többségében kismértékű a húsfogyasztás, egyes országokban csökkenést mutat [VJ5] ( $URL^2$ ). Korábban a növekvő húsfogyasztást szinte kizárólag gazdasági tényezőkkel magyarázták. Az előző évtizedekben az országok többségében megfigyelték az egy főre eső jövedelem növekedését. Ennek következtében a fejlődő országokban az egy főre eső összes élelmiszer fogyasztás nőtt, és nagymértékben megváltoztak az étkezési szokások a kibővült élelmiszerválasztéknak köszönhetően (Schmidhuber & Shetty, 2005; Milford et al., 2019). A Közép-Keleten és az afrikai országokban a növekvő jövedelem nagyobb hatással volt a húsfogyasztásra a nyugati országokhoz viszonyítva. Az alacsonyabb egy főre eső jövedelemmel rendelkező országok esetében 4,6 kg-mal nőtt, míg a magasabb egy főre eső jövedelemmel rendelkező országok esetében 13 kg-mal csökkent az egy főre eső húsfogyasztás mértéke (Milford et al., 2019). Az 1960-as évektől az ezredforduló utáni évekig az állati eredetű termékek árának relatív csökkenése volt a jellemző a többi termék árához viszonyítva ( $URL^3$ ). Az országok többsége képes az önellátásra az állati eredetű termékek előállításának tekintetében. A kevésbé fejlett országok esetében az egy főre

jutó húsfogyasztás és húselőállítás szorosan korrelál. A különböző országok eltérő élelmiszerbiztonsági követelményei, kiszabott vámok és a hűtési lánc biztosítása miatt az állati eredetű termékek magasabb szállítási költségei gátat szabhatnak a nemzetközi kereskedelemnek. A gazdaságilag fejlettebb országok némileg áthidalják ezeket a problémákat, így a nemzeti húselőállítás és húsfogyasztás között valamelyest gyengébb a korreláció (Milford et al., 2019).

A természeti adottságok is befolyással lehetnek az adott ország húselőállítására. A mérsékelt égövben megfigyelhető, hogy nagyobb az egy főre jutó húsfogyasztás, mint a trópusi, illetve hideg égövben, amely az intenzív állattenyésztéshez szükséges gabonafélék termesztésének lehetőségével magyarázható (York & Gossard, 2004). A természeti adottságok (elsősorban az éghajlat) húsfogyasztásra gyakorolt hatásán az adott ország húselőállítási képességét kell érteni, amely különösen a gazdaságilag kevésbé fejlett országok esetében szorosan összefügg az átlagos húsfogyasztással. A nemzetközi kereskedelemben való részvétellel ez a szoros összefüggés rendszerint lazul (Milford et al., 2019).

Az egyes országokénti eltérő húsfogyasztást nem minden esetben lehet gazdasági - és természeti tényezőkkel magyarázni. Ugyanakkor nem feledkezhetünk meg arról sem, hogy az urbanizálódott régiók jobb szállítmányozási rendszerrel, nemzetközi együttműködések uralta nagyobb bolthálózatokkal rendelkeznek, így nagyobb lehetőségük van az állati eredetű termékek szállításához szükséges hűtési lánc biztosítására (Popkin, 2006). Húsfogyasztásunkat számos társadalmi tényező befolyásolhatja. Például a városiasodási arány, a határokon átívelő mozgások (nem csak az áruk, hanem az információ, a személyes kapcsolatok megléte), a munkaerő piaci változások, a demográfiai tényezők (nem, kor, iskolázottság), a személyiségbeli különbségek, továbbá az egészség- és környezettudatosság (Milford et al., 2019).

## ANYAG ÉS MÓDSZER

A húsfogyasztást potenciálisan befolyásoló tényezők felmérését online kérdőív (n=240) segítségével végeztük 2021 februárjában. A felmérésbe vont személyek átlagos életkora közel 39 év volt ( $38,7 \pm 12,4$ ). Életkor alapján három csoportot differenciáltunk: 35 éves korig (n=91 fő), 36-50 év kor között (n=113 fő) és 50 évnél idősebb (n=36 fő). A kérdőívet elsősorban nők (84,6%, n=203) töltötték ki. Egyéb demográfiai ismérvek alapján a minta a következő eloszlást mutatja:

- *Lakóhely alapján:* a válaszadók 5,4%-a a fővárosban, 33,3%-a megyei jogú városban, 27,1%-a kisebb városban és 34,2%-a községben, vagy falun él.
- *Együtt élők száma alapján:* 5,4% egyedül -, 49,2% kettő-három fős háztartásban -, 42,1% négy-öt fős háztartásban, 3,3% pedig legalább hat fős háztartásban él.
- *Munkában betöltött szerep alapján:* 5% diák, 7,5% háztartásbeli, 2,1% munkanélküli (nem rendelkeznek saját jövedelemmel), 5,4% nyugdíjas, 14,4% vállalkozó, 65,6% pedig alkalmazott[VJ6].

- *Egy főre eső havi nettó jövedelem alapján:* 7,9% maximum 80 ezer Ft, 29,6% 81-180 ezer Ft, 38,8% meghaladja a 181 ezer Ft-ot, 23,7% pedig nem kívánt válaszolni [VJ7].
- *Legmagasabb iskolai végzettség szerint:* 2,5% általános iskola, 56,4% középfok (17,4% szakiskola; 39% érettségi), 41,1% felsőfok (25,7% főiskola/BSc; 15,4% egyetem/MSc).

A kérdőív kiterjedt a demográfiai adatok (nem, kor, iskolai végzettség, egy főre eső havi nettó jövedelem, háztartások mérete) mellett a hús eredetére (faj), húsvásárlással kapcsolatos szokásokra (hol - és mennyit vásárol, mi befolyásolja a döntését a húsvásárlással kapcsolatban), valamint a jövő fogyasztó generációjának, a gyerekeknek a baromfihúshoz való viszonyára egyaránt.

### *Statisztikai értékelés*

Az adatok gyűjtése, rendszerezése Microsoft Excel 2013 szoftver használatával történt. Az adatok statisztikai értékelését SPSS v.20.0 segítségével végeztük el. Az adatok normalitásvizsgálatát Kolmogorov-Szmirnov vizsgálatnak vetettük alá. Az összes húsfogyasztás és a baromfihús-fogyasztás mértékét független mintás t-próba felhasználásával értékeltük nemek (nő, férfi), és lakóhely szerint (község, város). A húsfogyasztási szokások iskolai végzettség szerinti alakulását egytényezős varianciaanalízissel (LSD teszt) vizsgáltuk.

## **EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK**

A hús- és ezen belül a baromfihús fogyasztás mértékét a *1. táblázat* mutatja.

A felmérésben részt vevő férfiak tendenciaszerűen ( $p=0,07$ ) több húst fogyasztottak, mint a nők. Ugyanakkor a nők valamennyivel több baromfihúst ettek, de a különbség nem volt szignifikáns ( $p=0,31$ ). A baromfihús összes húsfogyasztásban megfigyelhető aránya a nők esetében szignifikánsan ( $p<0,05$ ) nagyobb volt, mint a férfiak esetében. Pfeiler & Egloff (2018) a német lakosság körében végzett vizsgálata során hasonló megállapításra jutott, miszerint a férfiak általában több húst fogyasztanak, mint a nők, ráadásul kisebb hajlandóságot mutatnak a húsfogyasztás csökkentésére.

A kérdőívet kitöltők közül a községben élők szignifikánsan ( $p<0,05$ ) több húst fogyasztottak, mint a városban élők. Lakóhely szerint nem volt különbség ( $p>0,05$ ) sem a baromfihús-fogyasztás mennyiségében, sem a baromfihús arányában az összes fogyasztott húsmennyiséghez viszonyítva. Ez ellentétes azzal a megállapítással, miszerint egy populációban megfigyelhető magasabb városiasodási arány esetén jellemzően magasabb egy főre eső húsfogyasztással számolhatunk (York & Gossard, 2004; Milford et al., 2019).

1. táblázat: A húsfogyasztás és a baromfihús fogyasztás alakulása nem, lakóhely, végzettség és jövedelem szerint

Table 1. Meat and poultry consumption according to gender, place of residence, education and income

Hús-fogyasztás (1) (kg/fő/év)	Nem (2)		Végzettség (3)		
	Férfi (2a) (n=37)	Nő (2b) (n=203)	Alapfok (3a) (n=6)	Középfok (3b) (n=136)	Felsőfok (3c) (n=99)
Összes (1a)	58,5±8,1	56,2±7,1	57,2±10,0	57,0±7,4	55,9±7,0
Baromfi (1b)	26,2±7,8	27,6±8,1	29,2±6,0	27,6±7,9	27,1±8,5
B/Ö % (1c)	<b>44,7<sup>a</sup>±12,4</b>	<b>49,2<sup>b</sup>±12,9</b>	51,0±6,3	48,6±11,9	48,3±14,6
Hús-fogyasztás (1) (kg/fő/év)	Lakóhely (4)		Jövedelem (5)		
	Község (4a) (n=82)	Város (4b) (n=158)	+	++	+++
Összes (1a)	<b>58,3<sup>a</sup>±7,4</b>	<b>55,7<sup>b</sup>±7,1</b>	<b>52,6<sup>a</sup>±4,1</b>	55,7 <sup>ab</sup> ±6,8	<b>57,2<sup>b</sup>±7,9</b>
Baromfi (1b)	28,4±8,4	26,9±7,9	<b>25,0<sup>a</sup>±6,5</b>	27,0 <sup>ab</sup> ±9,1	<b>28,6<sup>b</sup>±7,2</b>
B/Ö % (1c)	47,7±14,1	49,0±12,3	46,2±9,8	48,6±15,8	49,4±12,7

B/Ö%: egy főre vetített éves baromfihús fogyasztás az egy főre jutó éves összes húsfogyasztás %-ában kifejezve. Háztartásonként az egy főre eső havi nettó jövedelem: + esetében kevesebb, mint 80 ezer Ft, ++ esetében 81-150 ezer Ft, +++ esetében több, mint 151 ezer Ft.

Demográfiai ismérvenként (nem, végzettség, lakóhely, jövedelem) a különböző betűkkel jelzett értékek között szignifikáns ( $p < 0,05$ ) a különbség.

(1): meat consumption (kg per capita), (1a): total, (1b): poultry, (1c): annual poultry meat consumption per capita expressed as a % of total annual meat consumption per capita. (2): sex, (2a): male, (2b): female. (3): education, (3a): basic-, (3b) intermediate-, (3c): higher education. (4): residence, (4a): village, (4b): town. (5): the monthly net income per person per household: in the case of + less than 80 thousand HUF, in the case of ++ 81-150 thousand HUF, in the case of +++ more than 151 thousand HUF.

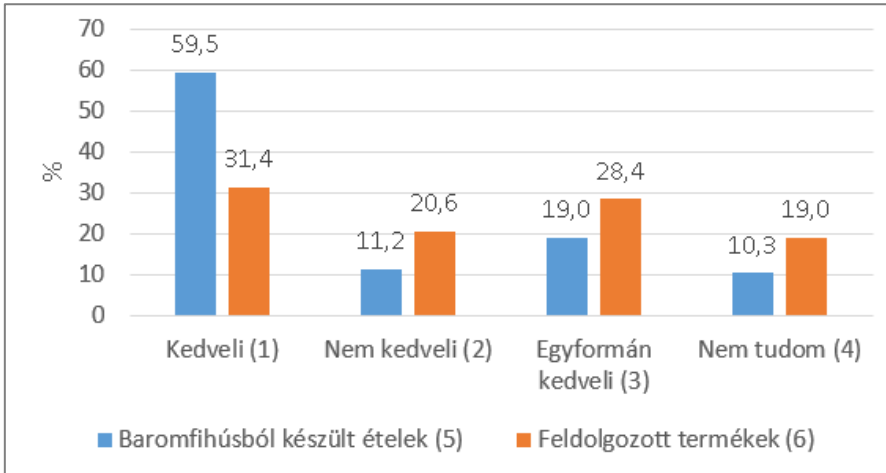
Means with different superscripts differ significantly ( $p < 0,05$ ) regarding each demographic characteristic (gender, education, place of residence, income).

Valamelyest kevesebb húst fogyasztottak a felsőfokú végzettséggel rendelkezők, de nem volt szignifikáns ( $p > 0,05$ ) különbség az egyes csoportok között sem az összes hús, sem a baromfihús-fogyasztás alakulásában. A KSH 2020. évi adatai alapján a magasabb iskolai végzettség együtt jár a kevesebb hús- és hústermék fogyasztással. Az alapfokú végzettséggel rendelkezők 59,7 kg, míg a felsőfokú végzettséggel rendelkezők 44,0 kg húst és hústerméket fogyasztottak évente (*URL*<sup>4</sup>). Egyéb vizsgálatok szerint a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők között nagyobb arányban találunk vegetáriánusokat és általában kevesebb húst fogyasztanak (ugyanakkor több halat), mint az alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezők (*Pfeiler & Egloff, 2018*). A magasabb iskolai végzettség összefüggését az alacsonyabb húsfogyasztással *Cirera & Masset (2010)* is megfigyelte. Ez magyarázható a hús egészségre gyakorolt hatásával, tudatos életmóddal. Az IARC (International Agency for Research on Cancer) a feldolgozott húsokat karcinogén hatásúnak, míg a vörös húsokat potenciálisan karcinogénnek minősítette. Ennek alapját a vastagbél daganatokkal való összefüggése adta (*Bouvard et al., 2015*). A feldolgozott húsok fogyasztása nem csak a különböző emésztőszervi daganatos megbetegedésekkel, hanem kardiovaszkuláris megbetegedésekkel, cukorbetegséggel és az elhízással is összefügg felnőttekben. Ezek hátterében a különböző összetevők és

feldolgozás közbeni átalakulásuk (hem-vas, N-nitrozo vegyületek, heterociklusos aromás aminok, policiklusos aromás hidrokarbonátok) és egyéb összetevők (telített zsírsavak, LDL-koleszterin, só) állnak (Bouvard et al., 2015; Wolk, 2017). Kijelenthetjük, hogy a fejlettebb nyugati országokban a kisebb mértékű húsfogyasztás motiváló tényezője jellemzően az egészségtudatos életmódra való törekvés, míg a kevésbé fejlett országokban az alacsony húsfogyasztás a szegénység velejárója.

A nagyobb egy főre eső havi nettó jövedelemmel rendelkező háztartások esetében szignifikáns mértékben ( $p < 0,05$ ) nagyobb volt az összes hús és a baromfihús fogyasztás a kisebb egy főre eső nettó havi jövedelemmel rendelkező háztartásokhoz képest. A jobb anyagi körülmények között élők a KSH 2018. évi adatai szerint is több (22,3 kg) baromfihúst fogyasztottak az alacsonyabb társadalmi státuszúakhoz (18,6 kg) képest (URL<sup>5</sup>).

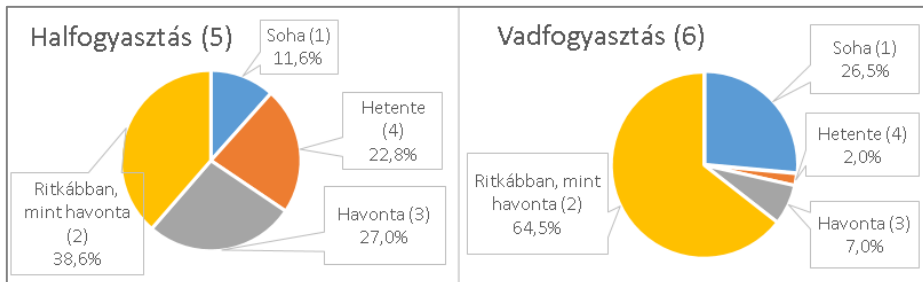
A megkérdezettek 45%-a vallotta úgy, hogy az elmúlt tíz évben ugyanolyan gyakorisággal fogyaszt baromfihúst. A válaszadók közel negyede (23,8%) fogyaszt kevesebbet (10,8% kis mértékben, 12,9% jelentősen), míg közel harmada (31,3%) fogyaszt több (kis mértékben 15,4%, jelentősen 15,8%) baromfihúst. A résztvevők körében az elmúlt tíz évben kis mértékben nőtt a baromfihús-fogyasztás gyakorisága. Az 1. ábra alapján elmondható, hogy a baromfihús ételkészítésben betöltött jövőbeni szerepével összefügg az a tény, miszerint a válaszadók közel 60%-a szerint a gyerekek jobban szeretik a baromfihúsból készült ételeket, míg a feldolgozott termékek esetében ez az arány kevesebb, mint a harmadára csökken. Az elmúlt évtizedben 8,7 kg-mal nőtt hazánkban az egy főre jutó baromfihús-fogyasztás a 2010-es 16,5 kg-hoz képest (URL<sup>5</sup>). A növekedés összefügg azzal a ténnyel, miszerint a fogyasztók úgy vélik, az egészséges táplálkozásba jobban beleilleszthető a baromfihús a kisebb zsírtartalma révén, mint más húsok, különösen a vörös húsok. Ezt támasztja alá Kennedy et al. (2004) és Spiller et al. (2010) irodalma.



(1): prefer, (2): reject, (3): neutral, (4): cannot decide, (5): meat or dishes from poultry, (6): processed product from poultry meat.

1. *ábra*: A baromfihúsból készült ételek és feldolgozott termékek kedveltsége a gyerekek körében a kitöltők szerint %-ban (n=240)

*Figure 1: Preference of poultry dishes and processed products among children expressed in % according to the respondents (n=240).*



(1): never, (2) less often than monthly, (3): monthly, (4): weekly, (5): fish consumption, (6): game consumption

2. *ábra*: A hal- és a vadfogyasztás gyakorisága a megkérdezettek körében (n=240)

*Figure 2: The frequency of fish and game consumption among the respondents (n=240)*

Magyarországon legnagyobb mennyiségben a sertés- és baromfihúst fogyasztjuk. A 2. *ábra* szemlélteti a saját vizsgálatunkban részt vevők hal- és vadfogyasztási szokásait. A felmérésben részt vevők több mint tizede egyáltalán nem fogyaszt halat. Heti rendszerességgel kevesebb, mint a negyedük fogyasztja. Noha hazánkban a halfogyasztás emelkedő tendenciát mutat, messze elmaradunk az Európai Unió átlagától, halfogyasztásunkra még mindig a szezonális jellemző. Vadhúsból még kevesebb kerül az asztalra: a válaszadók negyede egyáltalán nem fogyasztja, ráadásul kevesebb, mint tizede fogyasztja legalább havonta.

2. táblázat: A húsfogyasztással kapcsolatos preferenciák és vásárlási szokások a kitöltők százalékos arányában összesen, nemenként és életkor szerint (%)

Table 2: Preferences and shopping habits related to meat consumption as a percentage of respondents in total, by gender and by age (%)

		Összesen (6) n=240	Nem (7)		Életkor (8)		
			Férfi (7a) n=37	Nő (7b) n=203	35 éves korig (8a) n=91	36-50 éves (8b) n=116	50 év fölötti (8c) n=36
Inkább kedveli (1)	Sertés (9)	31,1	45,9	28,8	26,4	34,2	36,1
	Baromfi (10)	67,2	54,1	70,2	71,4	65,8	63,9
Kedveli (2)	Csirke (10a)	95,9	91,9	97,6	96,7	96,5	97,2
	Kacsa (10b)	29,5	37,8	28,3	23,1	30,7	41,7
	Pulyka (10c)	23,8	27,0	23,4	25,3	21,9	25,0
	Liba (10d)	3,7	5,4	3,4	5,5	2,6	2,8
Hús vásárlás gyakorisága (3)	Hetente többször (11a)	37,7	45,9	38,1	35,2	36,9	58,4
	Hetente (11b)	40,9	37,8	43,4	42,9	46,5	27,8
	Ritkábban, mint hetente (11c)	15,9	10,8	17,6	18,7	16,7	11,1
	Nem vásárol (11d)	5,6	5,4	1,0	2,2	-	-
Baromfihús vásárlás gyakorisága (4)	Hetente többször (11a)	18,7	45,9	38,1	16,5	17,5	33,3
	Hetente (11b)	40,9	35,1	43,9	40,7	44,7	38,9
	Ritkábban, mint hetente (11c)	32,5	29,7	34,6	39,6	32,5	25,0
	Nem vásárol (11d)	8,0	5,4	1,0	3,3	5,3	2,8
Ft/alkalom (5)	0-2000 Ft	26,7	24,3	27,3	27,5	23,7	36,2
	2000-5000 Ft	48,0	35,1	50,7	47,3	51,8	41,7
	5000-10000 Ft	15,2	18,9	14,6	14,3	15,8	13,9
	10000-20000 Ft	8,2	21,6	5,9	9,9	7	8,3
	>20000 Ft	1,2	-	1,5	1,1	1,8	-

A Ft/alkalom az egy vásárlás során húsról költött összeg 2021-ben.

(1): rather like; (2): like. (3): frequency of meat purchases; (4): frequency of poultry meat purchases. (5): HUF/occasion is the amount spent on meat during one purchase in 2021. (6): percentage of respondents in total; (7): sex, (7a): male, (7b): female. (8): age, (8a): up to 35 years, (8b): between 36-50 years of age, (8c): over 51 years. (9): pork; (10): poultry meat, (10a): chicken, (11b): duck, (11c): turkey, (10d): goose. (11a): several times a week, (11b): weekly, (11c): less than weekly, (11d): not buying.

[VJ8]

Az 2. táblázatból kitűnik, hogy a sertés- és baromfihús kedveltsége nemenként változó. A hús faji eredete (emlős, madár vagy hal) befolyásolja a fogyasztást, hiszen bizonyos emberek visolyognak a vörös húsok elfogyasztásától, különösen nők esetében (Kubberod et al., 2002, Kenyon & Barker, 1998). Ráadásul a vörös húsokat tipikusan férfias ételnek tartják (Rozin & Hormes, 2012). Saját vizsgálatunkban a megkérdezett nők 70,2%-a inkább a baromfi húst kedveli, míg a férfiak körében a



baromfi hús kedveltségének főlénye nem ennyire szembetűnő (54,1%). Vizsgálatunkban a baromfi hús kedveltsége a két nemet együtt figyelembe véve nem mérvado a csoportokban lévő eltérő mintaszám miatt. *Huszka et al. (2018)* 1-5 fokozatú Likert-skála segítségével mérte fel a baromfi hús kedveltségét, ahol saját eredményeinkhez hasonlóan azt tapasztalta, hogy a nők kismértékben, de jobban kedvelik a baromfi húst a férfiakhoz képest. Más szerzők vizsgálatai alapján a nemek közötti eltérés a vörös hús fogyasztásban nyilvánul meg (férfiak javára), míg a baromfi - és hal fogyasztásában nem figyelhető meg eltérés a férfiak és nők között (*Pfeiler & Egloff, 2018*).

A 3. táblázat a végzettség, a lakóhely és a jövedelmi osztályok alapján mutatja a húsfogyasztással és hús vásárlással kapcsolatos preferenciákat. A lakóhely szerint nem figyeltünk meg egyértelmű, lényeges eltérést a sertés- és baromfi hús kedveltségét illetően. Ugyanakkor a növekvő egy főre eső havi nettó jövedelem együtt járt a baromfi hús kedveltségének növekedésével (3. táblázat); ehhez hasonlóan a KSH 2016. évi adatai szerint a jobb anyagi körülmények között élők több baromfi húst fogyasztottak. *Huszka et al. (2018)* nem találtak kapcsolatot a baromfi hús kedveltsége és a lakóhely, illetve az anyagi helyzet között.

A megkérdezettek mindössze néhány százaléka nem kedveli a csirkehúst. Összességében kevesebb, mint minden harmadik ember kedveli a kacsahúst. A kacsahúst a férfiak (2. táblázat), a városok lakói és az alap- és középfokú végzettséggel rendelkezők szívesebben fogyasztják (3. táblázat). Ráadásul az életkor előrehaladtával szintén nőtt a kedveltsége (2. táblázat). A válaszadók kevesebb, mint negyede fogyaszt szívesen pulykahúst. A liba a legkevésbé népszerű, a kacsához hasonlóan a férfiak és a városokban élők szívesebben fogyasztják a nőknél, és a községben élőkénél. A fiatalabb korosztályban nagyobb népszerűségnek örvendenek a libából készült ételek. Ugyanakkor a nagyobb jövedelemmel és magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők körében kisebb a népszerűsége (2. és 3. táblázat). *Huszka et al. (2018)* megfigyelésen alapuló vizsgálatuk szerint a vásárlók 46,3%-a vásárolt szárnyast, 26,9%-a sertést, 2,2%-a marhát és 0,7%-a halat. A szárnyas közül a csirke (főleg a mell) volt a legkelendőbb, a vásárlók 29,9%-a vásárolta. Pulykát a vásárlók 2,2%-a, míg kacsát csak 0,7%-a vett.

*Szakály (2016)* vizsgálatához hasonló eredményeket kaptunk a baromfi hús vásárlás gyakoriságával kapcsolatos kérdésre: a megkérdezettek csupán néhány %-a egyáltalán nem vásárolja, de még kevesebben vannak, akik minden nap frissen szerzik be a húst, illetve a baromfi húst. A vizsgálatban részt vevők többsége legalább hetente vásárol húst, illetve baromfi t. A hús- és baromfi hús vásárlás gyakoriságának összehasonlításakor szembetűnő még, hogy összességében húst hetente többször, míg baromfi t inkább ritkábban, mint hetente vásárolnak a válaszadók (2. táblázat).

*Huszka et al. (2018)* vizsgálatával szinte megegyező eredményt kaptunk, miszerint a válaszadók közel 74,7%-a 5000 Ft alatt vásárol húskészítményeket alkalmanként (*Huszka et al. 75%-ról tesznek említést, akik 4795 Ft alatt vásároltak*). Megfigyelhető, hogy minél magasabb az egy főre eső havi nettó jövedelem, annál ritkábban vásárolnak baromfi húst, ugyanakkor egyszerre nagyobb összeget hajlandóak hús vásárlásra fordítani (3. táblázat).

A magasabb iskolai végzettség rendszerint együtt járt a ritkább baromfi hús vásárlással, ráadásul rendszerint kisebb összeget költöttek alkalmanként a hús vásárlásra (közel 80%-

uk alkalmanként maximum 5000 Ft-ért vásárolt baromfihúst). Ez összhangban áll azzal a megfigyeléssel, miszerint a magasabb iskolai végzettségűek kevesebb húst, illetve baromfihúst fogyasztanak (3. táblázat). Ugyanakkor más vizsgálatokban a baromfivásárlás gyakoriságának növekedése összefüggött a magasabb iskolai végzettséggel (Szakály, 2016).

3. táblázat: A húsfogyasztással kapcsolatos preferenciák és vásárlási szokások a kitöltők százalékos arányában lakóhely, végzettség és jövedelmi osztályok szerint (%)  
 Table 3: Preferences and shopping habits related to meat consumption as a percentage of respondents by place of residence, education and income classes (%)

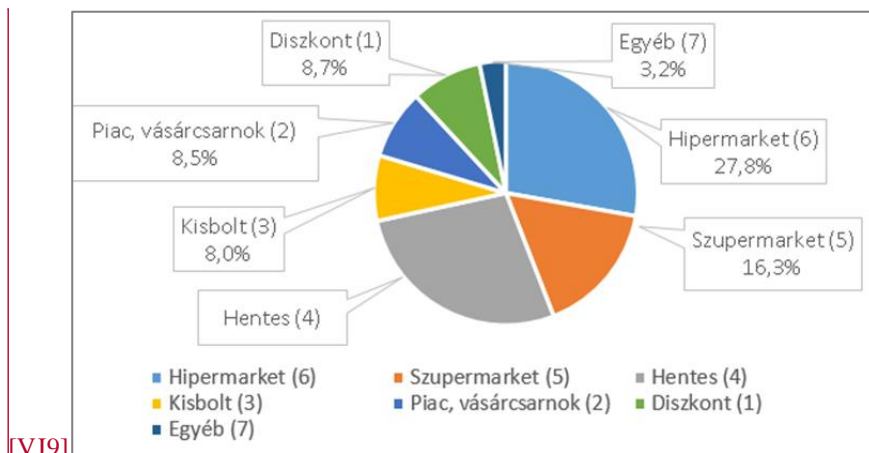
		Lakóhely (12)		Végzettség (13)			Jövedelmi osztályok (14)		
		Község (12a) n=82	Város (12b) n=158	Alapfok (13a) n=6	Középfok (13b) n=135	Felsőfok (13c) n=99	+ n=20	++ n=71	+++ n=93
<b>Inkább kedveli (1)</b>	Sertés (9)	30,49	32,28	33,3	35,3	26,3	50,0	31,0	22,6
	Baromfi (10)	69,51	67,72	66,7	63,2	73,7	50,0	66,2	77,4
<b>Kedveli (2)</b>	Csirke (10a)	95,12	97,50	100,0	97,8	94,9	95,0	94,4	97,8
	Kacsa (10b)	21,95	33,75	33,3	33,1	25,3	20,0	32,4	29,0
	Pulyka (10c)	23,17	24,38	16,7	22,8	26,3	25,0	29,6	22,6
	Liba (10d)	1,22	5,00	-	4,4	3,0	5,0	4,2	2,2
<b>Hús vásárlás gyakorisága (3)</b>	Hetente többször (11a)	34,1	41,9	66,7	42,7	33,3	40,0	36,6	40,9
	Hetente (11b)	45,1	41,3	16,7	43,4	42,4	55,0	45,1	33,3
	Ritkábban, mint hetente (11c)	18,3	15,6	-	12,5	23,2	5,0	16,9	22,6
	Nem vásárol húst (11d)	2,4	1,2	16,7	1,4	1,0	-	1,4	3,3
<b>Baromfi hús vásárlás gyakorisága (4)</b>	Hetente többször (11a)	13,4	22,5	16,7	20,6	18,2	20,0	19,7	22,6
	Hetente (11b)	46,3	40,6	16,7	46,3	39,4	50,0	42,3	33,3
	Ritkábban, mint hetente (11c)	34,1	33,8	50,0	30,9	36,4	30,0	33,8	38,7
	Nem vásárol baromfihúst (11d)	6,1	2,5	16,7	2,2	6,1	-	4,2	5,4
<b>Ft/alkalom (5)</b>	0-2000 Ft	14,63	5,00	32,3	27,2	26,2	25,0	28,2	19,4
	2000-5000 Ft	48,78	28,13	33,3	44,9	53,5	55,0	52,1	49,5
	5000-10000 Ft	20,73	48,13	16,7	14,7	16,2	15,0	9,9	18,3
	10000-20000 Ft	12,20	12,50	16,7	2,2	4,0	5,0	7,0	8,6
	>20000 Ft	3,66	6,25	-	-	-	-	-	1,1

Háztartásonként az egy főre eső havi nettó jövedelem: + esetében kevesebb, mint 80 ezer Ft, ++ esetében 81-150 ezer Ft, +++ esetében több, mint 151 ezer Ft. A Ft/alkalom az egy vásárlás során húsról költött összeg 2021-ben.

(1): rather like; (2): like. (3): frequency of meat purchases; (4): frequency of poultry meat purchases. (5): HUF/occasion is the amount (HUF) spent on meat during one purchase in 2021. (9): pork; (10): poultry meat, (10a): chicken, (11b): duck, (11c): turkey, (10d): goose. (11a): several times a week, (11b): weekly, (11c): less than weekly, (11d): not buying. (12): residence, (12a): village, (12b): town. (13): education, (13a): basic-, (13b) intermediate-, (13c): higher education. (14): The monthly net income per person per household: in the case of + is less than 80 thousand HUF, in the case of ++ 81-150 thousand HUF, in the case of +++ more than 151 thousand HUF.

A májfogyasztás (csirkemáj, kacsamáj, libamáj) gyakoriságát nem befolyásolják a különböző demográfiai tényezők (nem, lakóhely, iskolai végzettség, jövedelem). Ez alól egyedüli kivétel a kacsamáj fogyasztásának gyakorisága lakóhely szerint. A városokban élők szignifikánsan ( $p < 0,05$ ) gyakrabban fogyasztottak kacsamáját a községben élőkhez viszonyítva. A KSH 2020. évi adatai sem mutatnak egyértelmű kapcsolatot a belsőségek fogyasztása és a demográfiai tényezők között ( $URL^4$ ).

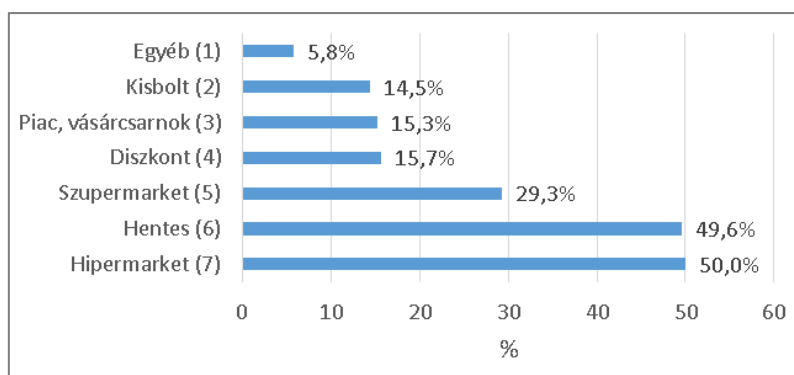
A 3. ábra és 4. ábra szemlélteti a különböző húsvásárlási helyszínek kedveltségét az összes válasz - és a résztvevők %-ában.



(1): grocery store, (2): market, market hall, (3): small shop, (4): butcher shop, (5): supermarket, (6): hypermarket, (7): other.

3. ábra: A különböző húsvásárlási helyszínek kedveltsége az összes válasz %-ában

Figure 3: Popularity of different meat shopping locations expressed as a % of all responses



(1): other, (2): small shop, (3): market, market hall, (4): grocery store, (5): supermarket, (6): butcher, (7): hypermarket

4. ábra: A különböző húsvásárlási helyszínek kedveltsége a résztvevők %-ában (n=240)

Figure 4: Popularity of different meat shopping locations expressed as a % of respondents (n=240)

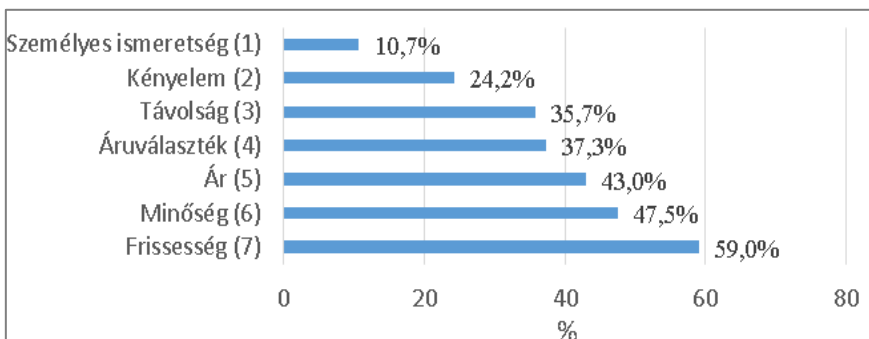
A felmérésben részt vevők a húsarút elsősorban a hentesnél és a hipermarketekben szerzik be (3. ábra). A résztvevők a boltok közül elsősorban a nagyobb méretűeket preferálják, minden második válaszadó vásárol húst hipermarketekben, tízből hárman pedig szupermarketekben egyaránt. Közel minden második ember rendszeresen vásárol hentesnél (4. ábra). Huszka et al. (2018) tényleges megfigyelés alapján kissé eltérő, de alapjaiban hasonló eredményről számoltak be: a legnépszerűbbek a szupermarketek (29,1%), a hipermarketek (27,6%), a hentesüzletek (22,4%), a diszkontok (11,9%), végül a kisboltok (7,5%).

4. táblázat: A válaszok %-os arányának megoszlása a különböző tartásokból származó csirkehús kedveltsége (nem ténylegesen vásárolt) szerint összesen (n=240)  
 Table 4: Distribution of the percentage of responses according to the popularity of chicken meat (not actually purchased) from different housing technology in total (n=240)

Leginkább preferált (1)	Összesen (5), %
Háztól vásárolt, „tanyasi” (2)	66,8
Boltban vásárolt, de „tanyasi” (3)	16,0
Boltban vásárolt nagyüzemi tartásból származó (4)	17,2

(1): most preferred, (2): bought from a home, (3): bought from a store, but farm chicken (example.g. free-range chicken), (4): bought in a store, originated from large-scale farming, (5): total as a percentage of participants

A válaszadók döntő többsége szívesebben vásárolna háznál nevelt baromfit, ugyanakkor a boltban vásárolható eltérő tartásmódból („tanyasi” és nagyüzemi) származó baromfi kedveltsége között nincs lényeges különbség, ezt mutatja a 4. táblázat. A baromfihús tényleges beszerzési helyét számos egyéb tényező is befolyásolja (5. és 7. ábra).

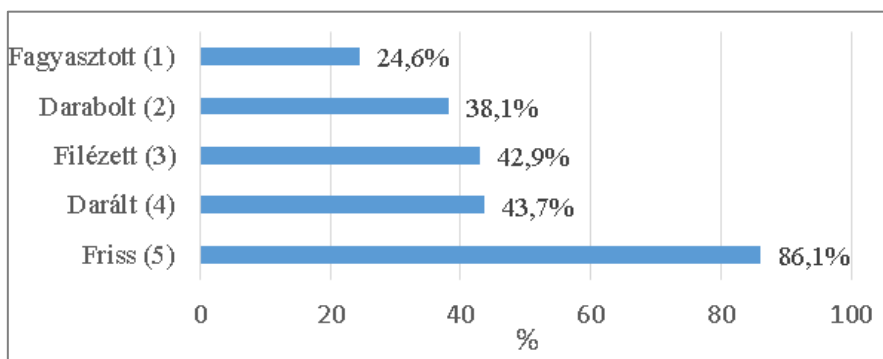


(1): personal acquaintance, (2): convenience, (3): distance, (4): product range, (5): price, (6): quality, (7): freshness

5. ábra: A húsvásárlási helyek kiválasztását befolyásoló tényezők a résztvevők %-ában (n=240)

*Figure 5: Factors influencing the choice of places to buy meat expressed in % of participants (n=240)*

A baromfihús vásárlás helyszínét nagyban befolyásolja, hogy milyen jellemzőkkel bír az adott áru (frissesség, minőség, ár) amit ott megvásárolhatunk, illetve magának az árusító helynek a különböző paraméterei (árúválaszték, az üzlet elhelyezkedése, esetleges fennálló személyes ismeretségek). Ezt szemlélteti az 5. ábra. Az áru frissessége, továbbá a minősége került az élre, míg az ár, mint befolyásoló tényező a harmadik a sorban. A húsvásárlással kapcsolatos döntések meghozatalában az ár különösen fontos tényező (Clark et al., 2017; Escobedo del Bosque et al., 2021). Szakály 2016-os felmérésében nem a boltra vonatkozóan, hanem a termékre vonatkozóan ugyanilyen sorrendet állapított meg. Egyes szerzők egyéb tényezőket is kiemelnek, mint a hús egészségre gyakorolt hatását, vagy a hús származását (Ercsey et al., 2015; Huszka és Dernóczy-Polyák, 2015). Jelen vizsgálatunkban is megjelent a hús származásának fontossága, amelyet a 7. ábra szemléltet. A válaszadók közel 47%-a részesíti előnyben a hazai termékeket, amely a fogyasztói etnocentrizmus erősödésére utal.



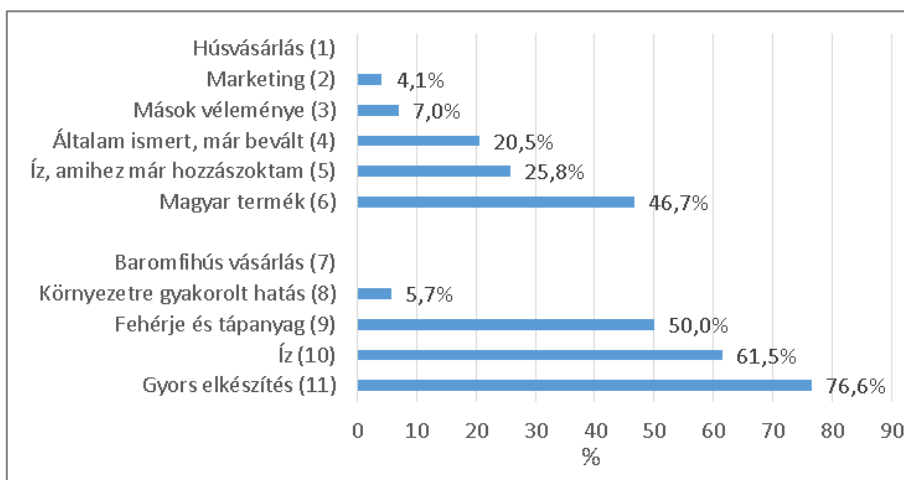
(1): frozen, (2): chopped up, (3): filleted, (4): minced meat, (5): fresh

6. ábra: A baromfihús leggyakrabban választott kiszerelési formája a válaszadók %-ában (n=240)

*Figure 6: The most frequently chosen packaging form of poultry meat expressed as a % of respondents (n=240)*

A válaszadók százalékában kifejezett különböző vásárolt kiszerelési formákat a 6. ábra mutatja. A vásárlók mindössze negyede veszi meg a baromfit fagyasztott formában, elsősorban a friss, hűtött árura van igény. Ez összhangban áll a 2. táblázattal, amely szerint a megkérdezettek döntő többsége legalább hetente vásárol baromfihúst. A vásárlók több mint 40%-a [VJ10] darált és filézett kiszerelést vásárol (6. ábra). A baromfiipar intenzív termelési módszerei tették lehetővé a fogyasztók vásárlási szokásainak megváltozását. Napjainkra az egészben értékesített brojlercsirke helyett előtérbe került a különböző húsrészek megvásárlása, különösen a mellfilé és a comb (Birzele & Stetter, 2018). Ez nem csak lényegesen nagyobb kényelemmel jár (Kennedy et al., 2004; Ripoll et al., 2015), hanem nehezebben lehet magával az állattal társítani

(Kubberød et al., 2002). Ezáltal könnyebb elkerülni a büntudatot (*Te Velde et al., 2002; Hopkins & Dacey, 2008*), vagy az undort (*Kubberød et al., 2002*), amelyet egyes fogyasztók érezhetnek. A darabolt részek iránti kereslet növekedése a megváltozott genetikával együtt hozzájárult a termelési oldal további változásához. A külön húsrészek árusítása a nagyobb brojlereket (2 kg fölötti) igényli, így a hizlalási idő valamelyest megnőtt (40 nap) a nagyobb mellkihozatal érdekében (*Bundschuh & Henning, 2016*). A kisebb háztartások számára az egészben értékesített csirke túl nagy, illetve túl sok munkával jár a darabolt formához képest (*Escobedo del Bosque et al., 2021*). Ha az ára is magasabb, szinte minden bizonnyal nem lesz hajlandó áttérni az egészben vásárolható csirkére (*Clark et al., 2017*).



(1): meat purchase, (2): marketing, (3): opinions of others, (4): already well-proven, (5): usual taste, (6): Hungarian product, (7): poultry meat purchase, (8): impact on the environment, (9): protein and nutrient, (10): taste, (11): quick preparation

7. ábra: Húsvásárlást befolyásoló tényezők a válaszadók %-os arányában (n=240)

Figure 7: Factors influencing the purchase of meat expressed as a percentage of respondents (n=240)

A húsvásárlás folyamán a válaszadóknak a legfontosabb tényező a hús származása (szívesebben vásárolnak magyar terméket), továbbá a már meglévő tapasztalatok (íz, ismert termék). Szembetűnő, hogy a résztvevők többsége nem gondolja azt, hogy külső tényezők (mások véleménye és marketing) hatással vannak a választásukra. A nagymértékű baromfihús fogyasztás háttérében a gyors elkészítés, az íz és a beltartalom állnak. *Szakály (2016)* vizsgálatában a gyors elkészíthetőség és a zsírtartalom, az előállítás módja és helyszíne a középmezőnyben szerepelt. A baromfihús előállítás kisebb környezeti terheléssel jár, ugyanakkor a résztvevők kevesebb, mint hat százaléka vallotta azt, hogy a környezeti hatás befolyásolja a döntését (7. ábra).

A női válaszadók (n=202) 80%-a saját maga veszi meg a húst, hústermékeket (férfiak esetében ez az arány csak 54,1%). A húsfogyasztás növekedését számos szerző részben

az 1960-as évektől bekövetkező munkaerőpiaci változásokkal magyarázza, amelyek szerint a nők egyre nagyobb arányban vannak jelen a munkaerőpiacon. Így a saját jövedelem és a háztartásokban betöltött szerepük miatt nagyobb ráhatással bírnak a család étkezési szokásainak kialakításában (Milford et al., 2019). A nők munkaerőpiacon való aktív részvétele miatt számos otthonban előtérbe kerültek a kényelmi, félkész élelmiszerek (Schmidhuber & Shetty, 2005). Ezzel összhangban áll a baromfihús könnyű és gyors elkészíthetőségének a ténye, amely vizsgálatunk szerint a női válaszadók 78,5%-át (a férfiak 70,3%-át) ösztönzi baromfihús vásárlásra. Továbbá a városi emberek nagyobb arányban étkeznek otthonukon kívül, vagy rendelnek ételt és nagyobb arányban fogyasztanak úgynevezett kényelmi, félkész ételleket (Schmidhuber & Shetty, 2005). Saját vizsgálatunkban lakóhely típusonként nem találtunk eltérést sem a főétkezések alkalmából otthon készített, sem pedig az otthonunkon kívül fogyasztott baromfihús fogyasztás gyakoriságában. A legtöbb válaszadó heti 1-3 alkalommal fogyaszt otthonában baromfihusból készült ételt, míg az otthonukon kívül legtöbbjük ritkán fogyaszt baromfit.

## **[VJ11]KÖVETKEZTETÉSEK**

A szakirodalomban számos publikációval találkozhatunk, amelyek középpontjában a növekvő húselőállítás környezetre gyakorolt hatása áll (víz felhasználás, üvegházhatású gázok kibocsátása, biodiverzitás). Az egyre növekvő húsfogyasztás miatt az utóbbi években különös hangsúlyt kapott a fenntarthatóság, az állatvédelem és az állatjólét kérdésköre is, továbbá a húsfogyasztás egészségre gyakorolt hatásáról is számtalan szaktikk szól. Hazánkban a húsok közül elsősorban a pecsenyecsirke és a sertéshús közkedvelt. Vizsgálatunk alapján az előbbi népszerűsége különösen a fiatalabb korosztálynál, továbbá a magasabb iskolai végzettségűeknél, illetve a magasabb jövedelemmel rendelkezőknél figyelhető meg. A baromfihús kedveltségének hátterében a magasabb iskolázottság és az ezzel összefüggésben lévő egészségtudatosabb életmódra való törekvés is szerepet kap, hiszen a fehér húsokat egészségesebbnek tartjuk a vörös húsokhoz viszonyítva. Vizsgálatunk alapján a baromfihús fehérje és egyéb tápanyag tartalmán kívül előtérbe kerül az íze, illetve a gyors elkészíthetősége is, mint vásárlásra ösztönző tényezők. Elsősorban friss baromfihúsra van igény. A hús frissessége, minősége fontosabb, mint maga a termék ára. A környezettudatosságra való törekvés csekély mértékben szerepelt, mint baromfihús vásárlást befolyásoló tényező. Fontos megjegyezni, hogy a baromfi ágazat kisebb környezetterheléssel jár a többi állattenyésztési ágazathoz viszonyítva. Ugyanakkor a baromfihús (és a belőle készült termékek) iránti igény nem emiatt, hanem a már említett kedvező tulajdonságai révén fog továbbra is fokozódni.



## A SURVEY OF MAIN FACTORS AFFECTING THE CONSUMPTION AND PURCHASE OF MEAT INCLUDING POULTRY[VJ12]MEAT

KLAUDIA SZALAI – HELGA FEHÉR – KÁROLY TEMPFLI

Széchenyi István University, Albert Kazmer Agricultural Faculty  
Mosonmagyaróvár, Department of Animal Sciences, Mosonmagyaróvár

### SUMMARY

In the last decades, per capita meat consumption has increased remarkably. This trend is evident in the consumption of pork and especially poultry. In addition to economic factors, meat consumption is influenced by many other factors. Besides demographic factors, labor market changes, the increasing internationalization of our society, the individual's personality, health and environmental awareness also largely determine our eating habits. We conducted our survey in February 2021, in the northern areas of Transdanubia. An online questionnaire (n=240) was used to assess meat and poultry consumption and purchases. Based on the results it was concluded that meat consumption is significantly ( $p<0.05$ ) influenced by gender (females consumed more poultry as a proportion of all meat), type of residence (people living in the village ate more meat overall), and income (those with higher incomes consumed more meat and poultry). The popularity of poultry is unbroken, regardless of demographic factors. Almost everyone likes chicken meat, but the popularity of other poultry species varies. Respondents buy meat and poultry weekly or more often than weekly when they spend smaller amounts on meat during a purchase. Regarding the place of purchase the respondents prefer larger stores and butcher shops. In addition to the freshness and quality of the goods, the price and origin are important factors. Consumers are looking for fresh goods over frozen products. The popularity of poultry is primarily associated with its quick preparation.

**Keywords:** poultry meat, consumption, purchase, influencing factors

### IRODALOM

*Alexandratos, N. – Bruinsma, J.* (2012): World agriculture towards 2030/2050: the 2012 Revision. ESA Working paper No. 12-03 Rome, FAO.

*Birzele, C. – Stetter, B.* (2018): Eier und Geflügel. In: Agrarmärkte 2018, 244–271. ISSN 1611-4159. Available online at: [https://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/schriftenreihe/agrarmaerkte-2018\\_lfl-schriftenreihe.pdf](https://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/schriftenreihe/agrarmaerkte-2018_lfl-schriftenreihe.pdf)

*Bouvard, V. – Loomis, D. – Guyton, K. Z. – Grosse, Y. – Ghissassi, F. E. – Benbrahim-Tallaa, L.* (2015): Carcinogenicity of consumption of red and processed meat. The Lancet Oncology, 16, 1599-1600. [https://doi.org/10.1016/S1470-2045\(15\)00444-1](https://doi.org/10.1016/S1470-2045(15)00444-1).

*Bundschuh, R. – Hennin, K.* (2016): Eier und Geflügel. Agrarmärkte 2016. 249–276. Available online at: [https://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/schriftenreihe/agrarmaerkte-2016\\_lfl-schriftenreihe.pdf](https://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/schriftenreihe/agrarmaerkte-2016_lfl-schriftenreihe.pdf)

- Cirera, X. – Masset, E.* (2010): Income distribution trends and future food demand. *Philos Trans R Soc Lond B Biol Sci.* 2010 Sep 27;365(1554):2821-34. doi:10.1098/rstb.2010.0164.
- Clark, B. – Stewart, G. – Panzone, L. A. – Kyriazakis, I. – Frewer, L. J.* (2017): Citizens, consumers and farm animal welfare: a meta-analysis of willingness-to-pay studies. *Food Pol.* 68, 112–127. doi: 10.1016/j.foodpol.2017.01.006
- Ercsey, I. – Dernóczy-Polyák, A. – Keller, V.* (2015): Étkezési stílusok Magyarországon – Az évesi magatartás mérési módszerei. In *Bíró-Szigeti, Sz., Petruska, I., Szalkai, Zs., Kovács, I. & Magyar, M.* (szerk.): *Az Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXI. országos konferenciájának tanulmánykötete* : Budapest, 2015. augusztus 27–28. (pp. 177–187). Budapest: Budapesti Műszaki Egyetem
- Escobedo del Bosque, C. I. – Spiller, A. – Risius, A.* (2021): Who wants chicken? Uncovering consumer preferences for produce of alternative chicken product methods. *Sustainability* 13:2440. doi: 10.3390/su13052440
- FAO, FAOSTAT (2018); [www.fao.org/faostat/en/?#data](http://www.fao.org/faostat/en/?#data).
- Godfray H. C. J. – Aveyard P. – Garnett T. – Hall W. J. – Key T. J. – Lorimer J. – Pierrehumbert R. T. – Scarborough P. – Springmann M. – Jebb S. A.* (2018): Meat consumption, health, and the environment. *Science* 6361, 243. DOI: 10.1126/science.aam5324
- Hopkins, P. D. – Dacey, A.* (2008): Vegetarian meat: could technology save animals and satisfy meat eaters? *J. Agric. Environ. Ethics* 21, 579–596. doi: 10.1007/s10806-008-9110-0
- Huszka P. – Keller V.* (2018): Baromfimarketing – preferencia és vásárlás. *Élelmiszer, táplálkozás és marketing XIV. évf. 1/2018.* Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Menedzsment Tanszék.
- Huszka, P. – Dernóczy-Polyák, A.* (2015): Egészséges táplálkozás, trendek – táplálékok az egészség. In *Tompos A. & Ablonczyné Mihályka, L.* (szerk.): „Kitekintések – 25 éves a győri közgazdászképzés”: Kautz Gyula Emlékkonferencia. (pp. 1–11). Győr: Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar.
- Kennedy, O. B. – Stewart-Knox, B. J. – Mitchell, P. C. – Thurnham, D. I.* (2004): Consumer perceptions of poultry meat: a qualitative analysis. *Nutr. Food Sci.* 34, 122–129. doi: 10.1108/00346650410536746
- Kenyon, P.M. – Barker, M.E.* (1998): Attitudes Towards Meat-eating in Vegetarian and Non-vegetarian Teenage Girls in England—an Ethnographic Approach. *Appetite*, 30, 185-198.
- KSH. (2018). Az egy főre jutó éves élelmiszerfogyasztás mennyisége jövedelmi tizedek (decilisek), régiók és a települések típusa szerint (2010–).
- Kubberod, E. – Ueland, O. – Tronstad, A. – Risvik, E.* (2002): Attitudes towards meat and meat-eating among adolescents in Norway: A qualitative study. *Appetite*, 38(1), 53-62. <https://doi.org/10.1006/appe.2002.0458>.
- Milford, B. A. – Mouëlb, L. C. – Bodirskyc, L.B. – Rolinskic, S.* (2019): Drivers of meat consumption. *Appetite*, 141. 104313. 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.09.005>.

- Pfeiler, T. M. – Egloff, B. (2018): Examining the “Veggie” personality: Results of a representative German sample. *Appetite*, 120, 246-255. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.09.005>.
- Popkin, B. M. (2006): Technology, transport, globalization and the nutrition transition food policy. *Food Policy*, 31 (6), 554-569. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2006.02.008>.
- Ripoll, G. – Alberti, P. – Panea, B. (2015): Consumer segmentation based on food-related lifestyles and perception of chicken breast. *Int. J. Poult. Sci.* 14, 262–275. <https://doi.org/10.3923/ijps.2015.262.275>
- Rozin, P. – Hormes J. M. – Faith, M. S. – Wansink, B. (2012): Is Meat Male? A Quantitative Multimethod Framework to Establish Metaphoric Relationships. *Journal of Consumer Research*, 39(3):629-643. <https://doi.org/10.1086/664970>
- Schmidhuber, J. – Shetty, P. (2005): The nutrition transition to 2030. Why developing countries are likely to bear the major burden. *Acta Agriculturae Scand Section C*, 2 (3-4), 150-166.
- Spiller, A. – Schulze, B. – Cordts, A. (2010): Was essen wir in zwanzig Jahren? DLG-Mitteilungen 1, 20–23.
- Szakály Z. (2016): Fogyasztói attitűdök elemzése és reklámhatékonyságvizsgálat baromfi hússokkal kapcsolatban. Baromfi Termék Tanács megbízásából készített tanulmány.
- Te Velde, H. T. – Aarts, N. – Van Woerkum, C. (2002): Dealing with ambivalence: farmers’ and consumers’ perceptions of animal welfare in livestock breeding. *J. Agric. Environ. Ethics* 15, 203–219. doi: 10.1023/A:1015012403331
- Wolk, A. (2017): Potential health hazards of eating red meat. *J. Intern. Med.* 281, 106-122 doi: 10.1111/joim.12543; pmid: 27597529
- York, R. – Gossard, M. H. (2004): Cross-national meat and fish consumption: Exploring the effects of modernization and ecological context. *Ecological Economics*, 48 (3), 293-302. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2003.10.009>.
- URL<sup>1</sup>: FAO (2016). *Food balance sheet: Food and agricultural organisation*. (Letöltés dátuma: 2020.10.20.)
- URL<sup>2</sup>: <https://data.oecd.org/agroutput/meat-consumption.htm> (Letöltés dátuma: 2022.11.15.)
- URL<sup>3</sup>: FAO. (2009). *The state of food and agriculture. Livestock in the balance*. <https://www.fao.org/3/i0680e/i0680e.pdf> (Letöltés dátuma: 2021.05.14.)
- URL<sup>4</sup>: [https://www.ksh.hu/stadat\\_files/jov/hu/jov0031.html](https://www.ksh.hu/stadat_files/jov/hu/jov0031.html) (Letöltés dátuma: 2022.12.08.)
- URL<sup>5</sup>: [https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_zhc023b.html?down=4527](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_zhc023b.html?down=4527) (Letöltés dátuma: 2022.10.14.)

[VJ13]

*A szerzők levélcíme – Address of the authors:*

Szalai Klaudia – Fehér Helga – Tempfli Károly

Széchenyi István Egyetem, Albert Kázmér Mosonmagyaróvári Kar, Állattudományi  
Tanszék

9200 Mosonmagyaróvár, Vár 2.

e-mail: szalai.klaudia@sze.hu

feher.helga1212@gmail.com

tempfli.karoly@sze.hu