

## **Egészség- és környezettudatosság jellemzői a fogyasztók körében**

Barna Fédra Kinga

BA hallgató, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézet, [fedra.barna@gmail.com](mailto:fedra.barna@gmail.com)

Dr. Szakály Zoltán

Egyetemi tanár, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézet, [szakaly.zoltan@econ.unideb.hu](mailto:szakaly.zoltan@econ.unideb.hu)

A fenntartható élelmiszerfogyasztás elérése érdekében a tudatos fogyasztás kialakítása kulcsfontosságú tényező. Ezért a tanulmányban célunk bemutatni, hogy milyen mértékben jelenik meg a fogyasztók élelmiszerfogyasztásában az egészség- és környezettudatosság, valamint a fenntarthatóság, mint értékdimenzió. A célkitűzések megvalósítása érdekében országos kérdőíves felmérést készítettünk 627 magyar lakos körében. A kérdőív több kérdéscsoportot tartalmaz, ezek kitérnek a fogyasztási és a vásárlási szokásokra, valamint az egészség- és környezettudatosságra. A válaszokat nem és kor szerinti reprezentativitás érdekében súlyozással korrigáltuk és leíró statisztikai módszerekkel elemeztük azokat. Az eredmények megmutatják, hogy a környezettudatosság mértéke nagyobb arányban jelenik meg a fogyasztók körében, mint az egészségtudatosság. A fenntartható élelmiszerfogyasztás eléréséhez szükséges fokozott zöldségfogyasztás, és a mérsékelt húsfogyasztás a nők körében jelenik meg. A fogyasztók körében még nem figyelhető meg kiemelkedően az egészségtudatosság, azonban már jelentős a zsír- és sószegevény étrendet kipróbálók és folyamatosan alkalmazók aránya, valamint a sportolás mértéke.

Kulcsszavak: élelmiszerfogyasztás, egészségtudatosság, környezettudatosság

## **Health and environmental awareness features among consumers**

In order to achieve sustainable nutrition consumption the evolving of conscious consumption is a key factor. Our aim is to present to what extent appear the health and environmental awareness and sustainability as a value dimension. To achieve the objectives a national survey was made among the 627 Hungarian people. The questionnaire contains questions about consumption and shopping habits, as well as health and environmental awareness. The answers was corrected by weighting in the aim of representativity of sex and age and descriptive statistic methods was used to analyze. The results show that environmental awareness has a higher level among the consumers than health awareness. The increased consumption of vegetables and the moderation of meat consumption, which result in sustainable nutrition consumption, appear among women. The health awareness does not appear prominently among consumers, however the rate of doing sports and the try and the continuous application of low fat and salt diet is significant.

Key words: nutrition consumption, health awareness, environmental awareness