

A pandémia hatása étkezési szokásainkra a Nyugat-Magyarország régióban

The pandemic effect in our eating habits in the Western Hungarian region

KŐMÍVES CSABA¹ - DARABOS FERENC²

Absztrakt

A COVID-19 járvány a turizmust és a hozzá szorosan kapcsolódó vendéglátás ágazatot érintette a legérzékenyebben. A tanulmány legfőbb célja annak reprezentálása, hogy feltárja Magyarországon az emberek ezzel kapcsolatos attitűdjeit, és megváltozott étkezési szokásait. Kvantitatív kutatás keretében kerül elemzésre a pandémiás időszak, a kérdőíves megkérdezés 2021. április 10. és 2021. május 10. között zajlott. A minta nem reprezentatív (N=452), a válaszadó kiválasztása önkényesen történt a Nyugat-Magyarország régióból. Az adatok elemzésére IBM SPSS 25 statisztikai programcsomaggal került sor. A primer kutatás első fázisában a szerzők az egyes korosztályok (iskolai végzettség, nem, lakóhely) ételrendelési szokásait, a kiszállítással kapcsolatos elégedettségüket, a biztonságra való törekvésüket (maszk használat, biztonságos távolságtartás, érintésmentes fizetés), prioritásaikat és költési hajlandóságait vizsgálják statisztikai (leíró, egy-és kétváltozós) elemzésekkel. A pandémia időszakában a megkérdezettek nagyobb arányban választották a napi menüből, mint a minőségibb a'la carte kínálatból. Így egyszerűen csak a kiszállítás gyorsasága és az étel hőmérséklete voltak a főbb preferenciáik.

Kulcsszavak: COVID-19, gasztronómia, vendéglátás

Abstract

Tourism and the closely related hospitality sector were the most affected by COVID-19 epidemic. The main aim of the study is to represent the exploration of people's attitudes and changed eating habits in Hungary. The pandemic period was analysed within the frame of a quantitative research, the questionnaire survey was performed between 10th April 2021 and 10th May 2021. (The sample is not representative (n = 452), the respondents were arbitrarily selected from the West Hungary region. Data were processed with by IBM SPSS 25 statistical software packages. In the first phase of the primary research the authors examine the food ordering habits, satisfaction with delivery, efforts to safety (usage of mask, safe distance, touch-free payment) of certain age groups (qualification, sex, domicile) by means of statistical (descriptive, uni- and bivariate) analyses. During the pandemic, a greater proportion of respondents chose the daily menu than from the higher quality a'la carte offer. Therefore, their main preferences were simply the speed of delivery and the temperature of the food.

Keywords: Covid-19, gastronomy, hospitality industry

JEL kód: L83

BEVEZETÉS

A COVID-19-es világjárvány leginkább a turizmus szektort érintette az egész világon, így Magyarországon is. Turizmus nélkül nem beszélhetünk sem idegenforgalomról, sem vendéglátásról. Történtek az ágazatot kiegészítő intézkedések (ÁFA csökkentés, veszteségek

¹ egyetemi adjunktus, Széchenyi István Egyetem, komives.csaba@sze.hu

² egyetemi docens, Széchenyi István Egyetem, darabos.ferenc@sze.hu

csökkentése³), mind a magyar kormány, mind a különböző civil szervezetek részéről (például Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség), de az üzletek (vendéglátók is) bezárásával óriási bevételektől estek el a tulajdonosok, aminek egyenes következménye a csődközeli/csőd állapot. Hazánkban a vendéglátó üzletek többsége családi (kis) vállalkozások kereti között működnek, így azok tartalékai mára már elfogytak.

A tanulmány azokra a kérdésekre keresi a válaszokat, hogy vajon

- mely alkalmazásokat preferálják az emberek az internetes rendelésük során,
- mik azok az ételek, amelyeket rendelnek (napi menü, főfogás, saláta, befejező fogás),
- mennyit szoktak átlagosan költeni alkalmanként,
- a 1,5 m-es távolság betartása, a kiszállított ételek biztonsága, a maszk kötelező használata, az érintésmentes fizetés közül melyik a legfontosabb tényező a válaszadók saját maguk biztonságát illetően?

Tanulmányunkban a pandémia hatását vizsgáljuk a turizmus elengedhetetlen kiegészítőjére, a vendéglátásra vonatkozóan. A szakirodalmi háttér és a fogalmak konceptualizálása után bemutatásra kerül a kutatás módszertana és a vonatkozó kérdőíves felmérés kiértékelése. A primer kutatásunk aktuális fázisában⁴ az egyes korosztályok internetes ételrendelési szokásait, azok különbségeit, a kiszállítás gyorsaságával és minőségével való elégedettségüket és az emberek saját maguk, és mások biztonságára való törekvéseit, mint például a maszk használata, vagy az érintésmentes fizetés fontosságát vizsgálja.

1. ELMÉLETI HÁTTÉR

A Magyar Értelmező Kéziszótár a következő meghatározást adja a turizmusra, „fn sajtó 1. Turista jellegű idegenforgalom. 2. ritk. Turisztika, természetjárás.” (Juhász et al., 2006, 1414) A turizmus egyidős velünk, emberekkel, hiszen a rokonlátogatások már őskorban is voltak, az emberek meglátogatták a rokonaikat, barátaikat, az ókorban pedig az olimpiai játékokra is elkísérték az ismerősök, rokonok a versenyzőket. A középkorban a céhlegények azért utaztak el otthonaikból, hogy messze földön élő mesterektől tanulják meg a szakmát. A szakrális helyeket, mint például Róma, Jeruzsálem, Lourds, Angkor, Mekka, hitük miatt keresték fel az emberek, mind a természeti, vagy épített örökségek miatt. A turizmus egyik fontos eleme a turista, napjainkban a tudatosság is megjelenik benne. Happ értelmezésében „a tudatos turista, mint a turisztikai szolgáltatások elsődleges felhasználója, tiszttában van az őt megillető alapvető jogokkal és kötelezettségekkel, ez hozzájárul a minőségi színvonal emeléséhez. Ez a szemlélet összhangban van a Turisztikai Világszervezet Globális Etikai Kódexében megfogalmazott elvárásokkal.” (Happ 2014, 96)

A vendéglátás meghatározására a hazai szakirodalom számos alternatívát ad. A 2005. évi CLXIV. törvény a következőképpen határozza meg: „kész- vagy helyben készített ételek, italok jellemzően helyben fogyasztás céljából történő forgalmazása, ideértve az azzal összefüggő szórakoztató és egyéb szolgáltató tevékenységet is; továbbá munkahelyen, valamint az oktatási és nevelési intézményekben bármely formában üzletszerűen történő étkeztetés infrastruktúrával kell rendelkeznie (https://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A0500164.TV).

„A vendéglátás olyan sajátos kereskedelmi tevékenység, amelynek keretében helyi lakosságot és a turizmusban résztvevőket látják el étellel, itallal és különböző szolgáltatásokkal.” (Voleszák 2008, 26) Szűkebb értelemben a kereskedelem sajátos ágazata,

³ <https://www.mnpsz.eu/index.php/hu/javaslataink/item/158-szakmankat-kepviselo-szakmai-szervezetek-kozos-javaslatai> Letöltve: 2021. 05. 23.

⁴ További kutatásokat tervezünk a témában.

amelyben a beszerzett javakból szolgáltatás és szakmai tudástranszfer útján új érték teremődik. Tágabb értelemben gyűjtő fogalom, melynek során a vendéglátó üzlet komplex szolgáltatásokat nyújt a hozzá érkező vendégek számára, kívánságaiknak legmagasabb szinten eleget téve; úgymint ital-étel-egyéb szolgáltatások kapcsán (Kömíves, 2020, 48).

Turisztikai szempontból: „A táplálkozás hedonista szintje a gasztronómia, amely a társadalom többségének életében meghaladja az ételek hétköznapi fogyasztásakor átélt örömeit, így az étel-és italfogyasztás körülményeit, azok ízvilágát tekintve valamiféle extra élvezet következik be.” (Michalkó, 2012, 101) A COVID-19 időszak alatt egy speciális helyzet alakult ki a társadalom életében. Az embereknek le kellett mondaniuk a speciális környezetről, felértékelődtek az éttermek és egyéb gasztronómiai szolgáltatók ételküldő szolgáltatásai. A gasztronómia elsődleges létfenntartó szerepe került előtérbe, amely az alapszükségleteket elégíti ki. A turizmus ugyanakkor alapvető hatást váltott ki történeti fejlődése során az újkortól pl. a gyorsbűfék széleskörű elterjedése vonatkozásában (Lengyel, 1994). A fenti szolgáltatók egyúttal a hétköznapi étkezések színterévé is váltak.

A koronavírus nem az emberre jellemző kórokozó, eddig az állatok körében fordultak elő inkább. A mostani járványt okozó új koronavírus 2019. év decemberében azonosításra Kínában, amely vírustörzs addig ismeretlen volt. A vírus okozta megbetegedések hivatalos neve COVID-19. Hazánkban a járvány első hulláma 2020. év márciusától 2020. év májusáig tartott, ebben az időszakban változott meg például a vendéglátó egységek és üzletek nyitva tartása⁵. A második hullám, amely sokkal intenzívebben nyilvánult meg, 2020 szeptemberétől kitarított az év végéig⁶. A harmadik hullám 2021 januárjától kezdődött. Ebben az időintervallumban a vendéglátás szerepe megváltozott, az alapétkezésre (ebéd) tevődött át a hangsúly, mindazok számára, akik a munkahelyeken, vagy home office-ban dolgoztak. Az oltásoknak köszönhetően 2021. év júniusában véget ért a harmadik hullám⁷. A COVID-19 negyedik hullámát 2021. év szeptemberére datálják a virológusok.

2. A COVID-19 HATÁSA AZ ÉTKEZÉSI SZOKÁSOK VÁLTOZÁSÁIRA MAGYARORSZÁGON, A KUTATÁS MÓDSZERTANA, FELTEVÉSEK

A téma alapos vizsgálatához a megkérdezéses módszerből a kérdőíves kutatást választottuk. A minta nem reprezentatív, a válaszadókat véletlen mintavételi technikával (csoportos mintavétellel) választottuk ki (n=452). A kérdőív kérdései a demográfiai adatokon kívül kettő témakört tartalmaztak. Az első blokkban a válaszadók pandémia előtti szokásait vettük górcső alá, például a vendéglátóhelyekre tett látogatásainak gyakoriságát, költési hajlandóságát. A másodikban az emberek COVID-19 utáni attitűdjeit vizsgáltuk, rendeltek-e ételt az internetről, honnan rendeltek, mennyit költöttek alkalmanként 1 főre és mennyire tartják fontosnak például az ételek kiszállítását, vagy a biztonságos távolságtartást.

A kérdőív huszonöt kérdést tartalmazott, a demográfiai adatokon (kor, nem, lakóhely, iskolai végzettség) kívül 5 darab 7 fokozatú Likert-skálát (ahol 1=egyáltalán nem, 7=teljes mértékű egyetértést jelent), 13 feleletválasztós zárt kérdést és 2 darab nyitott kérdést tartalmazott.

Az adatokat IBM SPSS 25 statisztikai programcsomaggal és Microsoft Excel segítségével dolgoztuk fel, melyekben egyváltozós (leíró statisztikai analíziseket, helyzetmutatókat, átlag, módusz, szóródási mutatókat, szórás, variancia és alakmutatókat, csúcosságot és ferdeséget), kétváltozós (keresztábra) elemzéseket, korreláció analízist végeztünk el. A táblázatok és ábrák

⁵ <https://koronavirus.gov.hu/cikkek/kormany-kihirdette-az-ujabb-rendkivuli-es-csoportosulasokat-korlatozo-intezkedeseket>

⁶ (<https://www.pharminindex-online.hu/koronavirus/hirek-cikkek/koronavirus-orszagos-tisztiforvos-a-masodik-hullam-sokkal-eroteljesebb>)

⁷ <https://koronavirus.gov.hu/cikkek/orszagos-tisztiforvos-veget-ert-jarvany-harmadik-hullama>

néhány esetben a hiányzó válaszok miatt kevesebb válaszadót tartalmaznak. A kérdőív megbízhatóságát (véletlen hibától való mentesség), belső konzisztenciáját a Cronbach-alfa mutató⁸ segítségével teszteltük. A vizsgált minta megoszlását az 1. számú táblázat mutatja be. A táblázatok néhány esetben a hiányzó válaszok miatt kevesebb válaszadót tartalmaznak. Jelen kutatás az emberek pandémia alatti fogyasztói szokásaira fókuszál.

1. táblázat: A vizsgálatba bevont személyek megoszlása a demográfiai ismérvek szerint
Table 1 Demographic information

Háttérváltozó	fő	%
Nemek szerint		
Férfi	149	33,0
Nő	303	67,0
Korcsoportok szerint		
Fiatalok (16-30 év közöttiek)	98	24,9
Középkorúak (31-50 év közöttiek)	190	48,3
Idősek (51-80 év közöttiek)	105	26,7
Iskolai végzettség szerint		
Ph.D.	13	2,9
MSc (volt egyetem)	111	24,6
BSc (volt főiskola)	140	31,0
Felsőfokú szakképző ⁹	10	2,2
Technikum	21	4,6
Szaktunaképző	24	5,3
OKJ-képző	16	2,9
Érettségi (szakközép/gimnázium)	107	23,7
Általános iskola	10	2,2
Lakóhely szerint		
Fővárosban élők	27	6,0
Megyei jogú városban élők	177	39,2
Városlakók	121	26,8
Falun élők	127	28,1

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés

A COVID-19 járvány előtt a válaszadók 10,2%-a naponta, 25,9%-a hetente, hetente több alkalommal 10,0%, havonta 41,5% és ünnepi alkalmakkor (ha vendégként hívták) 12,2% járt vendéglátó egységben. A minta 10,0%-a családjával, 20,1% családdal és barátokkal, család-barát-és kollégákkal 12,6% szokott vendéglátó helyekre járni. Átlagos költségük alkalmanként

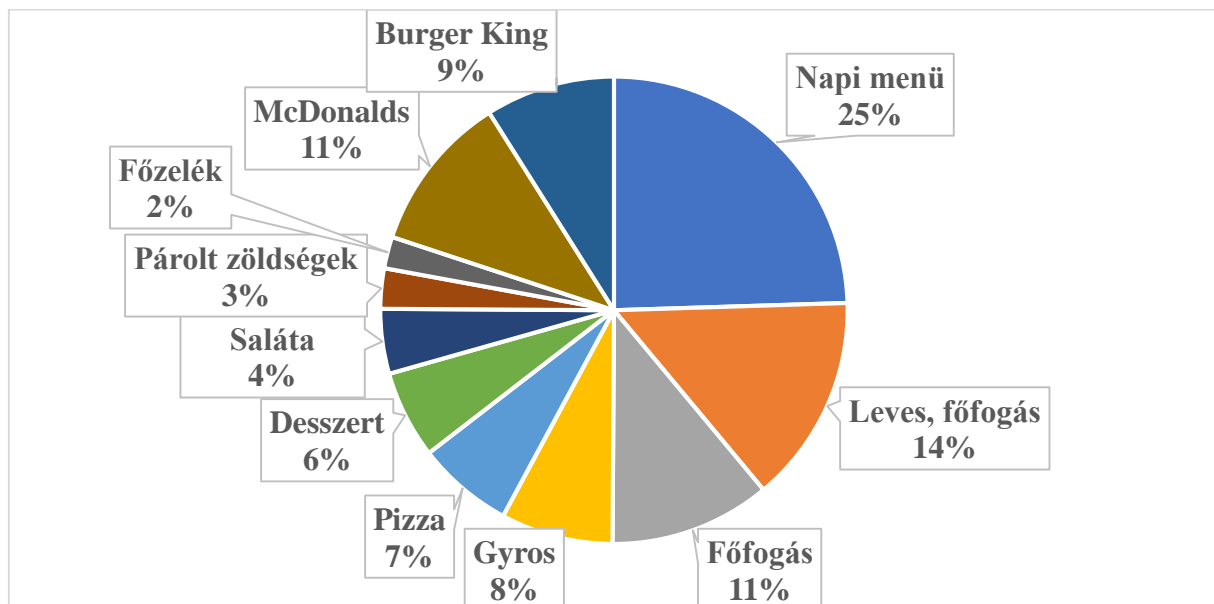
⁸ Ez az eljárás a kérdőív valamennyi kérdésének összes lehetséges kombinációit méri. Ennek értékei 0 és 1 közé eső számok lehetnek. Annál megbízhatóbbak, minél közelebb esnek egyhez. Ha a mutató értéke 0,9 és 1 között van, akkor kiválóan, 0,8 és 0,9 között jónak, 0,7 és 0,8 között elfogadhatónak, 0,6 és 0,7 között kérdésesnek, 0,5 és 0,6 között gyengének, 0,5 alatt elfogadhatatlannak tekintendő (Sajtos–Mitev, 2007).

⁹ Országos Képzési Jegyzék, hazánkban szerezhető szakképesítések hivatalos listája. https://www.nive.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=297 Letöltve: 2021.05.15.

85,2% 3 000 Ft alatti, 11,7% 5 000 Ft-ig, 2,2% 5 001 és 10 000 Ft között, és a 15 000 Ft feletti költség elenyésző (0,2%). A leginkább kedvelt hely az éttermek (87,5%) voltak, a kávéházak 59,9%, az önkiszolgáló éttermek (McDonald's, Centucky Fried Chicken) 49,3%. A vendéglőket a válaszadók 48,5% kedveli, a bisztrók és a kifőzdék kevésbé kedvelt helyek, előbbi megoszlása 18,0%, utóbbié 16,7%. A válaszadók 35,5% gyakran szokott, 25,1% esetenként és 39,5% nem szokott napi menüt fogyasztani.

A pandémia alatti helyzet elemzésekor az alábbiakra jutottunk. A kérdőívet kitöltők 22,3% néha, 38,5% gyakran és 39,2% nem rendel ételt az internetről. 53,5% a helyi vendéglátó üzletből rendel ételt, 32,1% a NetPincér, 12,3% WOLT alkalmazásokkal rendel ételt és 5,5% maga megy az üzletbe érte. A költségi hajlandóság vonatkozásában megállapítottuk, hogy a válaszadók többsége (40,8%) 10 000–15 000 Ft között fizet ételekért, 13,7% 5 000 Ft alatt és 20 000 Ft felett 6,0%. Az 1. számú ábra az internetről rendelt ételleket szemlélteti. A legnagyobb megoszlásban a vendégek a napi menü rendelik (25%), nem menü (de 2 fogás) 14%. A legkevésbé kedvelt fogás a saláta (4%), párolt zöldségek (3%) és a főzelék (2%).

1. ábra: Az internetről rendelt ételek vizsgálta (%) N=268
Figure 1 Examination of the internet ordered foods



Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés

A 2. számú táblázat jól szemlélteti, hogy 8 függő változó közül a legnagyobb átlaga és a legkisebb szórása a kiszállított ételek hőmérsékletének van, ugyanennek a legkisebb a szórása, tehát a kérdőívet kitöltők véleménye szerint ez a legfontosabb. A legkevésbé fontos a válaszadók szerint az üzlet weboldala.

2. táblázat: Leíró statisztikai adatok
Table 2 Descriptives

	A kiszállított étel hőmérséklete	Az éttermek és szállodák működési támogatása	Távolságtartás	Étel-és italválaszték	Maszk állandó viselése	A törvényi szabályozások	Ételrendelés az üzlet weboldaláról
N	452	452	452	448	452	452	448
Átlag	6,10	6,05	5,62	5,38	5,43	5,30	4,52
Medián	7,00	7,00	6,00	6,00	6,00	6,00	4,00
Módusz	7	7	7	6	7	7	4
Átlagos szórás	1,290	1,413	1,804	1,613	1,970	1,796	1,491
Variancia	1,663	1,995	3,256	2,603	3,882	3,227	2,223
Ferdeség	-1,908	-1,878	-1,337	-1,337	-1,074	-0,949	-0,114
Csúcsosság	3,545	3,261	0,613	0,682	-0,232	-0,112	0,044

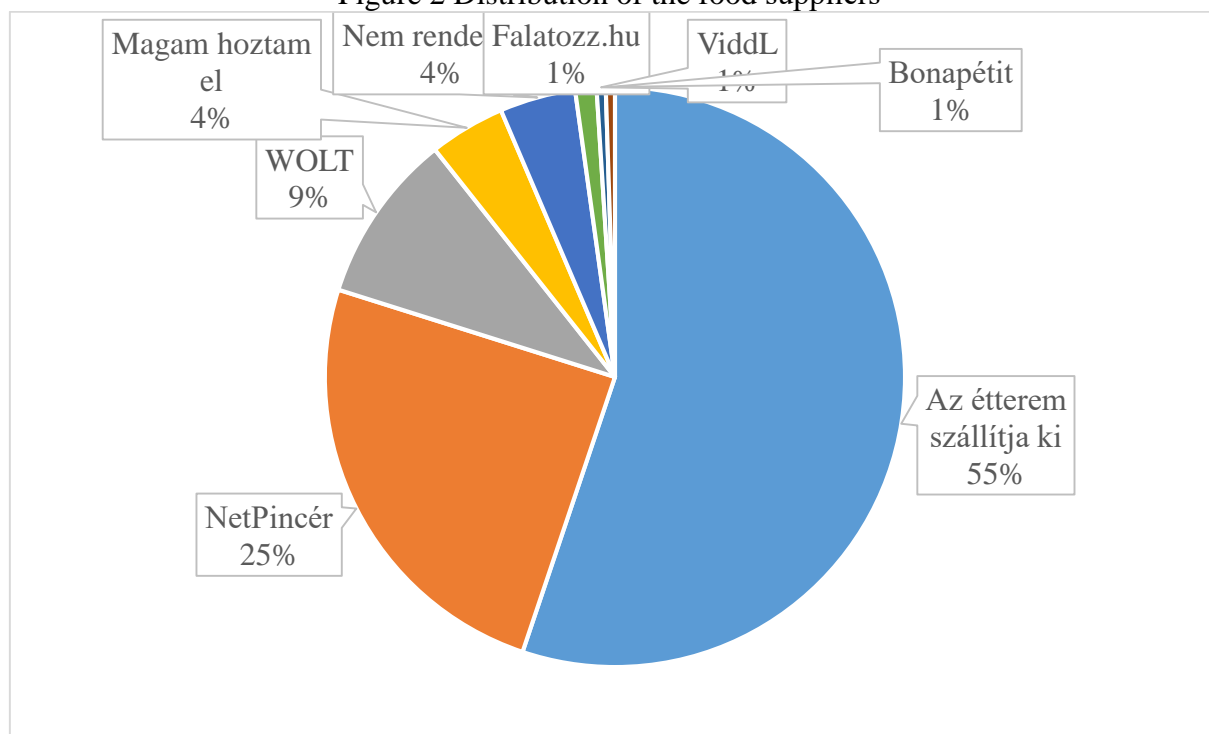
Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés

A felmérés során három korosztályi kategóriát határoztunk le; a fiatalokat a 16–30 év közötti csoportba, a középkorúakat a 31–50 év közötti csoportba soroltuk, az idősek csoportját 51 év fölött határoztuk meg a biológiai felosztás szerint.

A 2. számú ábra a vendégek ételrendeléseinek szállítóit mutatja be, az ábrán jól látható, hogy a legnagyobb megoszlásban az étterem saját maga (55,0%) szállítja ki a megrendelt étel(eke)t a vendégeknek, a legkevésbé kedvelt vállalkozás a Bonapétit és a ViddL 0,7-0,7%.

2. ábra: Az ételszállítók megoszlása (%) N=268

Figure 2 Distribution of the food suppliers'



Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés

Kutatásunkban az alábbi hipotézisekre keresztábra és varianciaelemzések segítségével kerestük a válaszokat.

- H1. A korosztályok között a pandémiát megelőző időszak előtt nem mutatható ki szignifikáns különbség a vendéglátó üzletekbe történő látogatásaik gyakoriságát illetően.
H2. A nők és férfiak elégedettsége között nincs kimutatható különbség a Covid-19 ideje alatt az ételek kiszállítása esetén.
H3. A korosztályok között nincs szignifikáns különbség a biztonságos távolságtartás megítélésében.
H4. A diplomával rendelkezők és a diplomával nem rendelkezők ugyanúgy elégedettek a vendéglátó üzletek webes felületéről történő ételrendelésével.

3. A COVID-19 HATÁSA AZ ÉTKEZÉSI SZOKÁSOK VÁLTOZÁSÁIRA MAGYARORSZÁGON, KUTATÁSI EREDMÉNYEK

A hipotézisek vizsgálata ugyanabban a sorrendben történik, ahogy azt előző fejezetben megadtuk.

H1. A korosztályok között a pandémiát megelőző időszak előtt nem mutatható ki szignifikáns különbség a vendéglátó üzletekbe történő látogatásaik gyakoriságát illetően.

A hipotézis vizsgálata varianciaanalízissel történt. Az idők átlaga a legmagasabb, a fiatalok szórása a legkisebb (3. számú táblázat).

3. táblázat: A korosztályok és vendéglátó üzletekbe járásuk gyakoriságának vizsgálata N=392
Table 3 Count analyse

Korosztályok	N	Átlag	Átlagos szórás	95% konfidencia intervallum		Minimum	Maximum
				Alsó határ	Felső határ		
Fiatalok	98	2,97	1,197	2,73	3,21	1	5
Középkorúak	189	3,31	1,225	3,13	3,48	1	6
Idősek	105	3,37	1,280	3,12	3,62	1	5
Összesen	392	3,24	1,240	3,12	3,36	1	6

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés

A 4. számú táblázat szignifikancia adata szerint (0,040, amely a megengedett 5% alatt van), a 0 hipotézis került elfogadásra, miszerint a korosztályok között a pandémiát megelőző időszak előtt nem mutatható ki szignifikáns különbség a vendéglátó üzletekbe történő látogatásaikat illetően. A publikációban felvetett null hipotézis elfogadható, tehát az 1. hipotézist elfogadtuk.

4. táblázat: ANOVA vizsgálata
Table 4 ANOVA test

	Négyzetösszeg	Szabadságfok	Négyzetes középérték	F-próba	Szignifikancia
Csoportok között	9,836	2	4,918	3,234	0,040
Csoporton belül	591,624	389	1,521		
Összesen	601,459	391			

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés

H2. A nők és férfiak elégedettsége között nincs kimutatható különbség a Covid-19 ideje alatt az ételek kiszállítása esetén.

A hipotézis bizonyítására keresztábrás elemzést alkalmaztunk, az elégedettség és a teljes mértékű egyetértés megoszlása a nők esetében magasabb, mint a férfiaké. Ezt mutatja be az 5. számú táblázat.

5. táblázat: Keresztábrás vizsgálata N=452

Table 5 Crosstabulation

			Nő	Férfi	Összesen	
Mennyire volt elégedett a kiszállítás minőségével?	Egyáltalán nem voltam elégedett	Gyakoriság	11	6	17	
		Megoszlás	64,7%	35,3%	100,0%	
	Többnyire nem voltam elégedett	Gyakoriság	4	2	6	
		Megoszlás	66,7%	33,3%	100,0%	
	Kissé nem voltam elégedett	Gyakoriság	4	1	5	
		Megoszlás	80,0%	20,0%	100,0%	
	Bizonytalan vagyok	Gyakoriság	12	14	26	
		Megoszlás	46,2%	53,8%	100,0%	
	Kissé elégedett voltam	Gyakoriság	34	26	60	
		Megoszlás	56,7%	43,3%	100,0%	
	Leginkább elégedett voltam	Gyakoriság	90	44	134	
		Megoszlás	67,2%	32,8%	100,0%	
	Teljes mértékben elégedett voltam	Gyakoriság	148	56	204	
		Megoszlás	72,5%	27,5%	100,0%	
Összesen			Gyakoriság	303	149	452
			Megoszlás	67,0%	33,0%	100,0%

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés

A Chi-négyzet értéke 0,080 (6. számú táblázat), ez több mint a megengedett 5%, ebből adódóan a nemek elégedettsége között kimutatható különbség van. A null hipotézis tehát elutasítható, helyette az alternatív hipotézis fogadható el. Mindezek figyelembe vételével ez a hipotézis elutasításra került.

6. táblázat: Chi-négyzet teszt

Table 6 Chi-Square Test

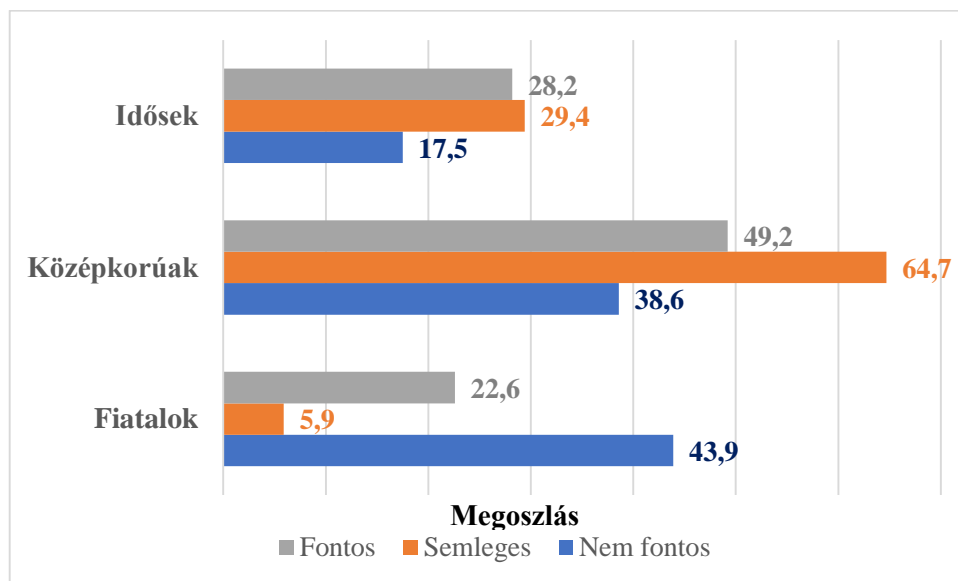
	Érték	Szabadságfok	2 oldali szignifikancia
Pearson Chi-Square	11,279	6	0,080
Likelihood Ratio	10,931	6	0,091
Linear-by-Linear Association	3,923	1	0,048
N	452		

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés

H3. A korosztályok között nincs szignifikáns különbség a biztonságos távolságtartás megítélésében.

A hipotézis igazolására keresztábrás elemzést alkalmaztunk. A Chi-négyzet szignifikanciaszintje 4%, tehát a 0 hipotézis kerül elfogadásra, hiszen az életkor nem befolyásolja a válaszadók véleményét a biztonságos távolság tartás fontosságának megítélésében (3. számú ábra). Ezt a legfontosabbnak a középkorúak tartják, az idősek, majd a fiatalok vélik a legkevésbé fontosnak.

3. ábra: A biztonságos távolságtartás vizsgálata N=393
 Figure 3 Examination of the keeping safe distance



Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés

A 7. számú táblázat a Chi-négyzet teszt eredményét szemlélteti. Jól látható, hogy a szignifikancia 4%, ami kevesebb mint 5%, ebből adódóan a fentiek ismeretében a H3 hipotézist elfogadtuk.

7. táblázat: Chi-négyzet teszt N=393
 Table 7 Chi-Square Test

	Érték	Szabadságfok	2 oldali szignifikancia
Pearson Chi-Square	15,597	4	0,004
Likelihood Ratio	15,447	4	0,004
Linear-by-Linear Association	7,704	1	0,006
N	393		

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés

H4. A diplomával rendelkezők és a diplomával nem rendelkezők ugyanúgy elégedettek a vendéglátó üzletek webes felületéről történő ételrendelésével.

A hipotézis igazolására kereszt táblás elemzést alkalmaztunk. A válaszadók többsége kitért a válaszadás alól (132 fő), kissé volt elégedett 103 fő, és teljes elégedettséget 92 fő gondolja.

8. táblázat: Elégedettség vizsgálata a diploma és az üzlet weboldalának vonatkozásában
N=448

Table 8 Satisfaction of the answers with the websites of the stores

		Diplomások		Összesen	
		Diplomával rendelkezők	Diplomával nem rendelkezők		
Mennyire volt elégedett az üzlet weboldalával?	Egyáltalán nem voltam elégedett	Gyakoriság	8	7	15
		Megoszlás	53,3%	46,7%	100,0%
	Többnyire nem voltam elégedett	Gyakoriság	17	19	36
		Megoszlás	47,2%	52,8%	100,0%
	Kissé nem voltam elégedett	Gyakoriság	16	5	21
		Megoszlás	76,2%	23,8%	100,0%
	Bizonytalan vagyok	Gyakoriság	92	40	132
		Megoszlás	69,7%	30,3%	100,0%
	Kissé elégedett voltam	Gyakoriság	59	44	103
		Megoszlás	57,3%	42,7%	100,0%
	Leginkább elégedett voltam	Gyakoriság	31	18	49
		Megoszlás	63,3%	36,7%	100,0%
	Teljes mértékben elégedett voltam	Gyakoriság	37	55	92
		Megoszlás	40,2%	59,8%	100,0%
Összesen	Gyakoriság	260	188	448	
	Megoszlás	58,0%	42,0%	100,0%	

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés

Mivel a Pearson féle Chi-négyzet teszt 0,000 (9. számú táblázat), ebből adódóan nincs kimutatható különbség a diplomások és a nem diplomások véleményei között a vendéglátó üzletek weboldalainak megítélésben. Csak 1 esetben tért el a nem diplomások véleménye a többnyire nem voltam elégedett kérdésben. Mindezek figyelembevételével tehát a null hipotézis elfogadásra került.

9. táblázat: Chi-négyzet teszt

Table 9 Chi-Square Test

	Érték	Szabadságfok	2 oldali szignifikancia
Pearson Chi-Square	24,645	6	0,000
dede	24,894	6	0,000
Linear-by-Linear Association	5,253	1	0,022
N	448		

Forrás: Saját kutatás alapján saját szerkesztés

4. ÖSSZEGZÉS, KONKLÚZIÓK, A KUTATÁS JÖVŐBENI IRÁNYAI

A tanulmány elsődleges célja az volt, hogy feltárja az emberek ételrendelési szokásait a pandémia időszakában. Másodlagos célunk az volt, hogy megismerjük a magyar lakosság prioritásait a biztonságra való törekvés (távolságtartás, maszk használat, érintésmentes fizetés) tekintetében.

Empirikus kutatásunk alapján megállapítást nyert, hogy a COVID-19 időszak alatt a gasztronómia vonatkozásában a napi alapszükségletek kielégítésére helyeződött a hangsúly. A válaszadók a helyi üzletből való ételrendelése abból a szempontból nagyon fontos, hogy az

ételrendeléseknek köszönhetően a helyi vendéglátó üzletek fenn tudtak maradni, és azok nem dőltek be. Vizsgálatunkkal kimutattuk azt is, hogy nincs szignifikáns különbség a napi menü igénybevétele kapcsán, a vírushelyzet előtt és után, mindkét esetben 39% annak gyakorisága, akik maguk készítik el ételleiket és nem rendelnek az internetről. A legkedveltebb szolgáltató a NetPincér a WOLT-tal, a Zöldfutárral szemben, de a legtöbb vendéglátó üzlet saját maga szállítja ki az ételt. Az emberek ételfogyasztásának minőségén szükséges lenne a változtatás, háttérbe kellene szorítanunk a gyorséttermi ételleket, törekednünk kell az egészséges étel fogyasztásának népszerűsítésére. A szülőknek meghatározó szerepük van a gyermekük étkezési szocializációja során, hiszen a gyermek azt eszi, amit a szülő ad neki. Ha chips és édességek helyett zöldségfélét, gyümölcsöt, halakat eszik a gyerek (ismeri ezek ízét), akkor ezeket az ételleket fogja később is választani.

Tanulmányunk arra is rávilágított, hogy a válaszadók preferenciái közül a gyorsaság és a kiszállított étel hőmérséklete a legfontosabb a vizsgált változók közül (és azt kapjam, amit rendeltem).

További kutatás lehetőségét rejti magában még ez a téma, mely során faktoranalízissel, klaszteranalízissel lehet vizsgálni még a területi megoszlásokat, valamint kvalitatív kutatással lehet ütköztetni a kérdőívet kitöltők válaszait. Ennek megvalósításáért strukturált interjúkat készítenénk a szolgáltatókkal, a vendéglátó üzletvezetőkkel és tulajdonosokkal.

IRODALOMJEGYZÉK

- Happ É. (2014) Fenntartható turizmus és felelősségvállalás = Sustainable tourism and responsibility. *Gazdaság és Társadalom*, 1, 90–101.
- Juhász, J.–Szóke, I.–O-Nagy, G.–Kovalovszky M. (2006) *Magyar Értelmező Kéziszótár*. Negyedik változatlan kiadás. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Kömíves Cs, (2020). *Az emberi erőforrás menedzsment fejlesztési lehetőségei a vendéglátásban Győr-Moson-Sopron megyében*. Doktori értekezés. Sopron.
- Lengyel M. (1994) *A turizmus általános elmélete*. KIT Képzőművészeti Kiadó, Budapest.
- Michalkó G. (2012) *Turizmológia*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Sajtos L.–Mitev A. (2007) *SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv*. Alinea Kiadó, Budapest.
- Voleszák Z. (2008) *Érettségi felkészítő. Vendéglátó-Idegenforgalmi alapismeretekből*. VÉK084., Sopron.

Internetes hivatkozások:

- A COVID-19 első hulláma. <https://koronavirus.gov.hu/cikkek/kormany-kihirdette-az-ujabb-rendkivuli-es-csoportosulasokat-korlatozo-intezkedeseket> Letöltve: 2021. 05. 12.
- A COVID-19 második hulláma Magyarországon. <https://www.pharmindex-online.hu/koronavirus/hirek-cikkek/koronavirus-orszagos-tisztifoorvos-a-masodik-hullam-sokkal-eroteljesebb> Letöltve: 2021. 07. 01.
- A COVID-19 harmadik hulláma. <https://koronavirus.gov.hu/cikkek/orszagos-tisztifoorvos-veget-ert-jarvany-harmadik-hullama> Letöltve: 2021. 06. 08.
- Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség javaslatai. <https://www.mngsz.eu/index.php/hu/javaslataink/item/158-szakmankat-kepviselo-szakmai-szervezetek-kozos-javaslatai> Letöltve: 2021. 05. 23.
- A vendéglátás fogalmi meghatározása. https://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A0500164.TV Letöltve: 2021. 05. 23.
- Országos Képzési Jegyzék. https://www.nive.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=297