

# **SZAKDOLGOZAT**

Törőné Dr. Dunay Anna - Szakdolgozat

**Törőné Dr. Dunay Anna**

**2023**

**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem**  
**Élelmiszertudományi Kar**  
**Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet**

# **Egyetemisták kávé- és teafogyasztási szokásai**

**Törőné Dr. Dunay Anna**

Neptun kód: KQ40IF

**Budapest**

**2023**

**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem  
Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet**

**Szak neve: Csokoládé-, kávé-, teakészítő mester szakmérnök / szaktanácsadó szakirányú  
továbbképzési szak**

Szakedolgozat készítés helye: MATE, ÉTTI, Gabona és Iparinövény Technológia Tanszék

Hallgató: Törőné Dr. Dunay Anna (KQ40IF)

A szakedolgozat címe: Egyetemisták kávé- és teafogyasztási szokásai

Konzulens: Dr. Kasza Gyula PhD, egyetemi docens

Beadás dátuma: 2023. május 8.



---

Badakné Dr. Kerti Katalin  
szakedolgozat készítés helyének vezetője



---

Dr. Kasza Gyula  
konzulens



---

Badakné Dr. Kerti Katalin  
szakfelelős

## Tartalomjegyzék

<b>1. Bevezetés</b> .....	<b>1</b>
<b>2. A munka célja (Célkitűzés)</b> .....	<b>3</b>
<b>3. Irodalmi áttekintés</b> .....	<b>5</b>
3.1. A fogyasztás trendjei a koffein- kávé- és teafogyasztás terén .....	5
3.2. A koffeinfogyasztás főbb jellemzői .....	6
3.3. A kávéfogyasztás főbb piaci jellemzői .....	8
3.3.1. A kávéfogyasztás hazai szakirodalma .....	9
3.3.2. A kávépiac globális helyzete, trendjei .....	9
3.3.3. A kávéfogyasztás trendjei nemzetközi fogyasztói vizsgálatok alapján ....	11
3.3.4. A magyarországi kávéfogyasztás főbb jellemzői.....	12
3.4. A teafogyasztás főbb piaci jellemzői .....	14
3.4.1. A teafogyasztás hazai szakirodalma .....	14
3.4.2. A teapiac globális helyzete, trendjei .....	15
3.4.3. A teafogyasztás trendjei nemzetközi fogyasztói vizsgálatok alapján .....	16
3.4.4. A magyarországi teafogyasztás főbb jellemzői .....	19
<b>4. Anyagok és módszerek</b> .....	<b>21</b>
4.1. Szekunder kutatás.....	21
4.2. Primer kutatás.....	21
<b>5. Eredmények és értékelésük</b> .....	<b>23</b>
5.1. Koffeinfogyasztás gyakorisága .....	23
5.2. A kávé és teafogyasztás gyakorisága .....	23
5.3. A kávéfogyasztás főbb jellemzői a vizsgált mintában .....	25
5.3.1. A kávéfogyasztás időpontja .....	25
5.3.2. A kávéital elkészítési módja és a kávéfőzés eszközei.....	25
5.3.3. A kávé ízesítése és a kávéital típusa .....	28
5.3.4. A kávé fogyasztásának helyszíne és motivációi .....	29
5.3.5. A kávéfogyasztás összefüggései korcsoportok és képzési típus szerint ...	31
5.4. A teafogyasztás jellemzői a vizsgált mintában .....	34
5.4.1. A teafogyasztás időpontja .....	34
5.4.2. A tea elkészítési módja .....	34
5.4.3. A tea ízesítése és a teaitalok típusai .....	35
5.4.4. A tea fogyasztásának helyszíne és motivációi .....	36

<b>6. Összefoglalás .....</b>	<b>38</b>
<b>7. Szakirodalmi hivatkozások .....</b>	<b>40</b>
<b>Melléklet: A kutatás kérdőíve .....</b>	<b>44</b>
<b>Nyilatkozat a szakdolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről .....</b>	<b>47</b>
<b>Konzultációs nyilatkozat .....</b>	<b>48</b>

Törőné Dr. Dunay Anna - Szakdolgozat

## 1. BEVEZETÉS

A kávé és a tea világszerte a legnépszerűbb italok között található. Fogyasztása történhet frissítőként, élvezeti cikként, élénkítőként, fogyaszthatjuk otthon, vendéglátóhelyen, akár munkahelyen is. A kávézás és a teázás leggyakrabban a fogyasztók napi rutinjának része, de emellett kikapcsolódási lehetőségnek és társasági programnak is tekinthető.

A több típusnak és fogyasztási módnak köszönhetően a tea és a kávé fogyasztása már gyermekkorban megkezdődik. Csecsemő és kisgyermekkorban is gyakori a különböző gyümölcssteák és néhány gyógytea (pl. édeskömény), valamint a gyengére főzött, citromos-cukros fekete teák valamint a gabona vagy cikóriaalapú gyermekkávék fogyasztása, akár otthon, akár a bölcsődei és óvodai étkeztetés keretében. Későbbi életkorban, az iskoláskorúaknál, a naponta fogyasztott tejalapú italok (tej, kakaó, egyéb ízesített italok mellett) és különböző teaitalok mellett gyakori a tejeskávé fogyasztása, amelyet gabona- vagy cikóriaalapú kávéból főznek.

A koffeintartalmú italok – koffeintartalmú teák, kávé, koffeintartalmú italok, energiatalok – fogyasztása a tinédzserkorban kezdődik, melynek okai között elsősorban a felnőtté válás folyamatát említhetjük. A tinédzserkor hozza meg az önállósodás első lépéseit, a szülők és a család nélkül eltöltött egyre hosszabb időt, ahol már egyre inkább a külső szereplők – iskolatársak, barátok – szokásai illetve a csapatszellem motiválják az egyéneket és befolyásolják viselkedésüket, döntéseiket.

A fiatal felnőttek saját maguk irányította életének új szakasza a középiskola befejezése utáni időszak, amikor már önálló keresettel rendelkeznek, mint munkavállalók, illetve felsőfokú tanulmányokat folytatnak. Ez az időszak rendkívül összetett, hiszen a szülőktől és testvérektől egyre inkább leválva folytatódik az élet, a berögzült, hagyományos, a családból eredő szokások mellett az egyéni szokások is kialakulnak. Az egyetemi hallgatók – akár a szülőikkel/családdal együtt laknak, akár külön élnek tőlük kollégiumban, albérlésben esetleg saját lakásban – már önálló döntéseket hoznak, sok esetben ugyan szülői támogatás mellett, de mégis önálló fogyasztóvá válnak. A korábbtól teljesen eltérő életforma alakul ki, hiszen a közoktatásban (általános iskola, középiskola) megszokott napi rutin megváltozik, akár a munkaidő miatt, akár a felsőfokú oktatás rugalmasabb, kötetlenebb keretei miatt.

A megváltozott életformával együtt jár az egyén napi rutinjának változása. Gyakoribbak az alvási szokásokat érintő változások (későbbi fekvés, későbbi kelés), a szórakozási formák, a csoportos programok jellegzetességei például az alkoholfogyasztás és a különböző

élénkítőszerek használata. Ezek közül egyik jellegzetes szereplő a koffein, amely több formában is elérhető és fogyasztható, de ezek közül kiemelkedik a kávé, a tea valamint az energiaiitalok szerepe.

A kávé- illetve teafogyasztási szokások eltéréseiről (elkészítés módja, eszközei, a fogyasztási tradíciók) számos, általában ismeretterjesztő és szakmai, jóval kevesebb tudományos mű készült. Ezen kívül nagy mennyiségű, a szélesebb közönség számára készített internetes médiatartalom (videók, szakmai, ismeretterjesztő és szórakoztató portálok, blogok, közösségi oldalak) is elérhető, amely egy része egyéni és kereskedelmi jellegű kutatások eredményeinek felhasználásával készült és érdemi, szakmailag is megalapozott információkon alapul.

Az információáramlásnak köszönhetően betekintheünk a különböző kultúrák, különböző nemzetek kávé- és teafogyasztási szokásaiba, tanulhatunk, inspirálódhatunk ezen információk alapján. A kávé- és teafogyasztás valamint egészségügyi hatásai is hosszú ideje ismertek, széles körben kutatottak és ezek eredményei ismeretterjesztő és hírportáloknak köszönhetően elérhetőek.

Mindezek mellett igen kevés kutatás vizsgálta a magyarországi kávé és teafogyasztás fogyasztói jellegzetességeit, a fogyasztók motivációit és preferenciáit, a kávézással és teázással kapcsolatos ismereteit. Ezt a kutatási irányt kívánom dolgozatommal megcélozni és személyes kötődésem miatt – közel 30 éve vagyok egyetemi oktató – jelen szakdolgozat keretein belül az egyetemisták kávé- és teafogyasztási szokásainak feltárására kívánok koncentrálni.

## 2. A MUNKA CÉLJA (CÉLKITŰZÉS)

A kávé és tea fogyasztása, kultúrája földrészenként és azon belül országokként is nagyon eltérő. A magyarországi környezetet és a magyar fogyasztókat tekintve elmondhatjuk, hogy a tea már gyermekkortól a napi-heti rutin része, a kávézás inkább tinédzserkortól jelenik meg, mintegy a felnőtté válás szakaszának egyik lépcsőjeként. Felnőtt életünkben rutinná válik, akár reggeli gyors feketéről, akár a megfázáskor, betegség alatt ivott citromos teáról beszélünk. A fogyasztók nagy része ennél a rutinnál marad, a népesség viszonylag alacsony része ismeri a különböző kávékészítési módokat, különböző kávéitalokat, a teakészítés szabályait, a főbb teatípusokat.

Mint a Csokoládé-, kávé-, teakészítő mester szakmérnöki képzés hallgatója, aki évtizedek óta a felsőoktatásban dolgozik ökonómia és menedzsment területek oktatójaként és kutatójaként, a szakdolgozat készítéséhez kapcsolódóan elsősorban a kávé- és tea-fogyasztás fogyasztói háttérét kívántam mélyebben megvizsgálni, hiszen ebben a témakörben viszonylag kevés és 15 évnél régebbi kutatásokat találtam. Az elmúlt évtizedben sok új technológiai megoldás született elsősorban a kávézás terén, új trendek, új igények merültek fel az egyre inkább globalizálódó világban, ezért szükségét éreztem egy újabb fogyasztói felmérésnek. Ezért a kutatás általános célkitűzéseként a következő kérdéseket vizsgálom:

- Milyen rendszerességgel fogyasztanak a fogyasztók kávé és teát?
- Milyen szempontok alapján döntenek?
- Mi a céljuk a tea és kávé fogyasztásával?
- Milyen kávé- és teaitalokat kedvelnek, hol és hogyan fogyasztják, azaz milyen hazánkban a tea- és kávéfogyasztás kultúrája?

Szakdolgozatom konkrét céljával a fiatal korosztály (jelen esetben egyetemi hallgatók) kávé- és teafogyasztási, készítési szokásainak felmérését, ennek ismeretében a hazai piac egyik – a jövőre meghatározóan fontos – szegmensének naprakészebb és mélyebb vizsgálatát tűztem ki. A célcsoportot személyes érintettségem (egyetemi oktatói tevékenységem) miatt választottam, valamint amiatt, mert véleményem szerint ez a korosztály és csoport fogékony lehet a kávé- és teakultúra mélyebb megismerésére.

Kutatásom során a következő kutatási kérdésekre keresek választ:

- Milyen gyakran, mikor és milyen motivációk alapján fogyasztanak az egyetemisták kávé és teát?
- Milyen típusú kávé- és teaitalt fogyasztanak?



- Hogyan készítik a kávé és teát?
- Milyen ízesítéssel fogyasztják a kávé és teát?
- Hol fogyasztják a kávé és teát?

Kutatási kérdéseim megválaszolásához a kérdőíves kutatás módszerét (kvantitatív vizsgálat) választottam, amely a fogyasztói magatartás felmérésének, a fogyasztói vélemények, döntések feltérképezésének ismert módszere.

A kutatási kérdések megválaszolása során fel tudom mérni a vizsgált korosztály kávé- és teafogyasztási szokásait, az eredmények alapján pedig feltárható, hogy milyen edukációs tevékenységgel lehetne jobban megismertetni a korosztállyal a kávé és tea kultúráját, hagyományait, a kávé és tea humán egészségre ható tulajdonságait, továbbá hogyan lehetne népszerűsíteni a kávézás és teázáshoz kapcsolódó pozitív életérzés, pihenés, feltöltődés lehetőségét, hangulatát.

Törőné Dr. Dunay Anna - Szakdolgozat

### 3. IRODALMI ÁTTEKINTÉS

#### 3.1. A fogyasztás trendjei a koffein- kávé- és teafogyasztás terén

A fogyasztói szokások, fogyasztói magatartás vizsgálata kapcsán egyik legfontosabb kérdés az, hogy mi alapján döntenek a vásárlók? Milyen trendek határozzák meg viselkedésüket, szokásaikat, amelyek fogyasztási döntéseiket befolyásolják? A trendek és ellentrendek csoportosítása közül számos alkalmazható általánosságban a koffeinfogyasztásra, de külön-külön a kávé- és teafogyasztásra is. A trendeket és ellentrendeket Törőcsik (2016) rendszerezése alapján foglalom össze.

Az élettempóhoz tartozó egyik trend az *idő nyomása, gyorsulás/gyorsítás*, amely a mai rohanó életmód egyik velejárója. Az állandó változás, a technológiai fejlődés okozta felgyorsult életmód indította el ezt a trendet, ahol meg kell felelni minden elvárásnak. Ez a trend mindenképpen a koffeinfogyasztást segíti. Ellentrendje a „*kiszállás*” *időlegesen vagy véglegesen; lassúság/lassítás*, amikor az életminőség helyeződik előtérbe, a túlzott fogyasztás helyett a kevesebb, de magasabb minőség felé kerül a hangsúly. Ez az ellentrend a kényelmesebb, lassabb kávé- vagy teafogyasztási szokásokat, a baráti együttlét vagy az önálló pihenéshez kapcsolódó, nem a koffein felpörgető hatását igénylő, hanem a relaxáláshoz kapcsolódó fogyasztást motiválja.

A fogyasztás trendjei közül a *hedonizmus* említendő, amely a jólét érzetéhez, az élet élvezetéhez kapcsolódik. Ez a trend egyrészt a fogyasztás termékeinek, szolgáltatásainak (elsősorban prémium, jellegű, különleges, luxus termékek) forgalmán mutatkozik meg, másrészt az önmegnyugtató, relaxációhoz segítő termékek és szolgáltatások vásárlásában, fogyasztásában. A *wellness* trendje a sportolás, az egészséges táplálkozás, a kiegyensúlyozott élet iránti igény növekvő jelentőségét képviseli, amelyhez szintén kapcsolható a vizsgált termékek köre, hiszen a kávé- és teafogyasztás egészségre gyakorolt hatásai is egyre inkább ismertté válnak, de a különböző teatermékek fogyasztása szorosan kapcsolódik a wellness életérzéshez is (hidratálás, méregtelenítés, egészségre ható tea összetevők).

Az *élménykeresés* trendjének kulcsfontosságú értéke az, hogy a fogyasztó nem csak a birtoklást, a megszerzést élvezi, hanem „benne lenni” is szeret, azaz a vásárlással, fogyasztással élményt is kíván venni. Ez a trend szintén alkalmazható a kávé- és teafogyasztásra, elsősorban a megfelelő atmoszférájú beszerzési helyek, kávéházak vagy teaházak szolgáltatásaihoz kapcsolódóan. Ehhez kapcsolódó ellentrend, az *autentikusság keresése*, amely szintén jól illeszkedik a vizsgált termékek fogyasztásához, kapcsolódó

szolgáltatásaihoz. Az *egzotikumok, keleti kultúrák* trendje, amely arra épül, hogy keleten a nyugati, nyugaton pedig a keleti kultúra terjed, alapvetően fontos, főként a teafogyasztás vizsgálata során, hiszen a tea az ázsiai kultúra részeként indult világhódító útjára. De ugyanez az egzotikum érezhető a kávéfogyasztás terén is, különösen a kereskedelmi kávék fogyasztása mellett napjainkban egyre népszerűbb ún. specialty kávék elterjedése, növekvő ismertsége, bizonyos fogyasztói csoportokban pedig divatossá válásának eredményeként. Napjaink egyik fontos trendje az egészségőrzés, a modern orvostudomány fejlődésének köszönhetően sok esetben high-tech megoldásokkal. Az egészségőrzés ellentrendje a *gyengéd orvoslás*, amely a természetes és a keleti gyógymódok, az öngyógyítás révén tudnak hatni a teafogyasztásra.

### 3.2. A koffeinfogyasztás főbb jellemzői

A koffein a kávé és tea egyik közös összetevője, a világ egyik leggyakrabban használt pszichoaktív szere. Ez az alkaloid több növényben (kávébab, tea, maté tea, kakaóbab, guarana és kóladió) is megtalálható természetes összetevő, amelynek emberi fogyasztása hosszú időre nyúlik vissza, éberségfokozó és figyelemfenntartó képessége jól ismert (Ágoston et al., 2018). Szintetikus formában is könnyen hozzáférhető, energitalokban és különböző gyógyszerekben, például egyes fájdalomcsillapítóknál (Ágoston, 2018).

A koffein egészségügyi hatásai közül kiemelhető, hogy fokozza a szív működését, az anyagcserét és a légzést, növeli a vérnyomást valamint a vérkeringés sebességét. Tágítja az agyi ereket, szűkíti a bélben levő ereket valamint vizelethajtó hatású. A koffein fogyasztása csökkenti az álmodást, hangulatjavító hatású, az agyi erek tágításának köszönhetően gyorsítja a gondolkodást (Somogyi, 2017).

Az egészséges felnőtt szervezet számára maximálisan ajánlott koffeinmennyiség 300 mg, ami körülbelül három csésze kávénak felel meg. Ez a mennyiség kiegyensúlyozott táplálkozás és rendszeres mozgás mellett elfogadható, nem egészségkárosító hatású (Fekete, 2011).

A koffein számos élelmiszerben is megtalálható, pl. különböző sütemények, jégkrémek, cukorkák, kóla-típusú üdítőitalok, valamint az energitalok összetevőjeként. A koffeinfogyasztási szokások és mennyiségek jelentős eltéréseket mutatnak. Az Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság (EFSA) által végzett kutatás adatai alapján elmondható, hogy a felnőtt korosztály napi koffeinfogyasztása Európa északabbra fekvő országaiban (Dánia, Hollandia, Németország, Finnország, Svédország) magasabb, 200-400 mg/nap közötti értékekkel. Magyarországon a hasonló korosztály koffeinadagja 100 mg/nap, míg a délebbi

fekvésű országokban (Románia, Spanyolország, Görögország) jóval alacsonyabb, 30-50 mg/nap közötti a koffeinfogyasztás. Az EFSA jelentés a különböző korosztályok koffeinfogyasztásának forrásait is ismerteti, mely szerint gyermek és tinédzserkorban (18 évesig) elsősorban a csokoládé és a kóla italok jelentik a fő koffeinforrást, míg felnőttkorban (18-65 év) a kávé az elsődleges és a tea a második fő koffeinforrás (EFSA, 2015). A főbb koffeintartalmú termékek koffeintartalmát ismerteti az 1. táblázat.

**1. táblázat:** Néhány terméktípus koffeintartalma

Termék		Koffeintartalom (Mg)	
		Jellemző érték	Értéktartomány* * az eltérések az elkészítési mód, fajta, típus miatt jelentkeznek
Kávé (240 ml)	Főzött, filteres kávé	85	65–120
	Instant kávé	75	60–85
	Koffeinmentes kávé	3	2–4
	Espresso (30 ml)	40	30–50
Tea (240 ml)	Főzött	40-60	20-110
	Instant tea	28	24–31
	Ice tea	25	9–50
Üdítőital (kóla) (360 ml)		40	30–60
Energiaital (250 ml)		80	50–160
Kakaóital (240 ml)		6	3–32

Forrás: Nieber (2017) alapján saját összeállítás

A koffeint tehát leggyakrabban a kávé és tea fogyasztásával juttatja be a fogyasztó a szervezetébe. A magyarországi koffeinfogyasztást több kutatás is vizsgálta az elmúlt másfél évtizedben. A Nemzeti Élelmiszerbiztonsági Hivatal (NÉBIH) 2009-es vizsgálatának eredményei azt mutatták, hogy a férfiak átlagos koffeinfogyasztása 121,7 mg/nap, míg a nőké 123,1 mg/nap volt (Szeitz-Szabó et al., 2011). Lugasi és szerzőtársai (2015) eredményei szerint a férfiak átlagos koffeinfogyasztása 147 +/- 6,7 mg/nap, míg a nőké pedig 138 +/- 4,2 mg/nap volt. Kutatásuk eredményei szerint (hasonlóan az EFSA jelentés adataihoz) a kávéfogyasztás bizonyult leggyakoribbnak (a teljes fogyasztás 58%-a férfiaknál és 59%-a nőknél). A második legjelentősebb a tea volt (a teljes fogyasztás 35%-a férfiaknál és 37%-a nőknél), míg a kóla (a teljes fogyasztás 5%-a férfiaknál és 2%-a nőknél) fogyasztása került a harmadik helyre (Lugasi et al., 2015).

2018-ban készült el Ágoston (2018) összefoglaló jellegű, a koffeinfogyasztás motivációit, azok pszichikai-pszichológiai és egészségügyi hatásait feltáró kutatása, ahol több, eltérő mintán keresztül vizsgálta a magyarországi koffeinfogyasztás hátterét,

jellegzetességeit. Ezek közül 3 mintát kívánok kiemelni: az 1. minta szereplői egyetemisták és egy nyugat-magyarországi nagyvállalat fiatal alkalmazottai voltak, a 2. mintát egyetemisták és két fogyókúra fórum résztvevői alkották, míg a 3. minta válaszadóinak köre egy országos internetes hírportál olvasói közül került ki. A 2. táblázatban foglaltam össze az említett 3 minta részeredményeit és a 3 minta %-os értékeinek átlagát, amelyből kitűnik, hogy a fő koffeinforrás a vizsgált mintákban a kávé volt, második helyen (a 3. minta esetén ugyan jelentősen alacsonyabb arányt képviselve) pedig a tea szerepelt. Harmadik helyen, nagyságrendileg majdnem azonos átlagos %-os értékkel az energiatalok és a kóla szerepeltek, míg az adatok alapján a koffeintabletta fogyasztása csekély mértékű.

## 2. táblázat: Koffeinfogyasztók megoszlása terméktípusok szerint

<i>Koffeintartalmú terméket fogyasztók</i>	<b>1. minta</b> (598 fő)	<b>2. minta</b> (302 fő)	<b>3. minta</b> (2259 fő)	<b>a 3 minta</b> <b>értékeinek</b> <b>átlaga (%)</b>
Kávét naponta fogyasztók (%)	69,7	74,2	79,0	74,30
Teát naponta fogyasztók (%)	61,5	61,6	17,1	46,73
Energiatalt naponta fogyasztók (%)	17,2	7,0	3,9	9,36
Kólát naponta fogyasztók (%)	3,0	17,9	6,8	9,23
Koffeintablettát naponta fogyasztók (%)	0,5	1,6	0,4	0,83

Forrás: Ágoston (2018) alapján saját összeállítás

Az ismertett adatok és kutatási eredmények alapján elmondhatjuk, hogy a kávét és teát megalapozottan tekinthetjük a felnőtt korosztály fő koffeinforrásának.

### 3.3. A kávéfogyasztás főbb piaci jellemzői

A kávé világszerte az egyik legnépszerűbb és legtöbbet fogyasztott italok egyike. Termesztési jellemzőit, termelési adatait, főbb piaci és kereskedelmi jellemzőit valamint az emberi egészségre gyakorolt hatásait statisztikai adatbázisok adatai, hivatalos jelentések és nagyszámú tudományos cikk ismerteti a nemzetközi szakirodalomban. A szakirodalmi források jelentős köre foglalkozik a technológiával és egészségre gyakorolt hatásokkal, több cikk ismerteti a fogyasztói magatartáshoz, fogyasztói szokásokhoz kapcsolódó kutatásokat. Számos, egyéb jellegű ismeretanyag is elérhető, hiszen a kereskedelmi célú, többnyire nem teljesen nyilvános kutatások részleteit rövid jelentésekben, szakmai jellegű weboldalakon, portálokon el lehet érni.

### **3.3.1. A kávéfogyasztás hazai szakirodalma**

Magyarországi kávéfogyasztási szokásokra vonatkozó tudományos jellegű szakirodalom ritka. A Magyar Tudományos Művek Tára (mtmt.hu) adatbázisában a kávéfogyasztással kapcsolatos cikkek száma csekély. A koffeinfogyasztás egészségügyi hatásaira vonatkozó cikkek mellett Oláh és Mihály-Karnai két cikke (2021a,b), Reha, Benedek és Lelovics (2012), Soós et al. (2010), Letenyei és Papp (2005) publikációi foglalkoztak kifejezetten a hazai kávéfogyasztás trendjeivel, jellemzőivel. Magyar szerzők angol nyelvű cikkei közül (Bacsi et al., 2022 és 2023, Gois et al., 2022 valamint Nugroho és Lakner, 2022) nem a kávéfogyasztással, hanem a globális kávékereskedelem aktualitásaival foglalkozott, magyar nyelvű hasonló publikációkat jegyez Pancsira és Lengyel (2020) valamint Pancsira (2020). A publikációk viszonylag alacsony száma szintén megerősítette kutatásom irányának helyességét.

### **3.3.2. A kávépiac globális helyzete, trendjei**

A kávé azon agrártermékek egyike, amely a világ legszegényebb vidéki régióit kapcsolja be a világkereskedelembé, ennek köszönhetően jelentős hatást gyakorol ezen országok gazdaságára, társadalmára és fejlődésére (Valkila et al., 2010). A legtöbb kávétermelő országban az egyetlen vagy pedig a fő kereskedelmi termék a kávé, ami ezeket az egyébként is szegényebb vagy nehezebb körülményekkel rendelkező országokat függővé teszi egyrészt a termésmennyiséghez kapcsolódó kiszámíthatatlan problémáktól (az időjárásnak illetve a klímaváltozás hatásainak kitett termőhelyek veszélye) illetve a világpiaci árak változásaitól (Pancsira, 2022). Az elmúlt években a kávé világpiaci ára csökkent, ami a helyi gazdálkodókra egyre növekvő nyomást fejtett ki, sok kistermelő abbahagyta a kávétermesztést a kedvezőtlenül alakuló bevételek és a magas költségek okozta veszteséges termelés miatt (Pancsira és Lengyel, 2020).

Az elmúlt években több változás is bekövetkezett a kávé piacán. Előtérbe kerültek olyan újabb trendek, amelyek a környezeti, társadalmi és gazdasági fenntarthatóság figyelembevételével alakították a piacot, a nagy multinacionális cégek mellett megjelent a fair trade politika és hozzá kapcsolódóan a különböző non-profit, vagy kevésbé profitorientált szereplők (Grabs, 2020). A fenntarthatóság irányába mutató egyik első törekvés volt – tulajdonképpen a fenntartható kávétermelés első lépéseként – a fair trade, azaz a méltányos kereskedelem elvének bevezetése. E megközelítés tulajdonképpen olyan kereskedelmi partnerséget jelent, amikor a hátrányos helyzetű termelők (elmaradott térségek, fejlődő országok) számára a fejlődést jobb kereskedelmi feltételek biztosításával

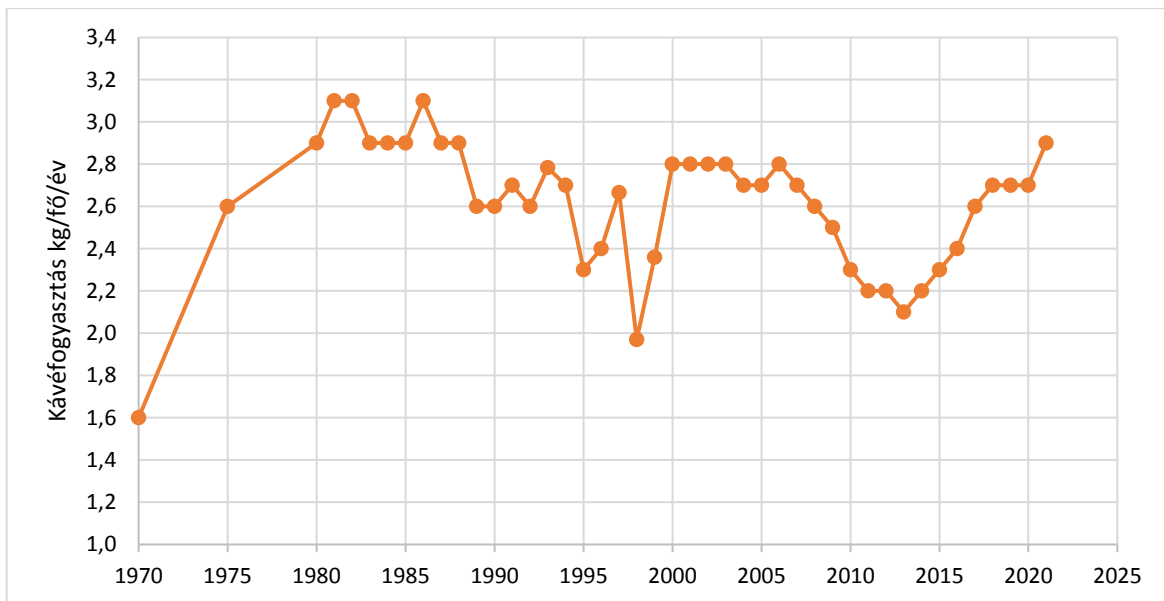
kívánják segíteni. A fair trade megjelenése sok fejlődő országbeli termelő számára hozott kézzelfogható pozitívumokat, a fejlett országok fogyasztói számára szervezett kampányok pedig vonzóvá tették ezt a típusú kereskedelmet (Taylor, 2005).

Grabs és Ponte (2019) a világ kávé-ellátási láncának vizsgálatakor kihangsúlyozták, hogy ha a folyamat folytatódik és a kávé ellátási lánc heterogénebb irányba mozdul, az kihat a termékportfólióra is, melynek következtében a termelő ország alkupozíciója illetve piaci ereje határozottabbá válhat.

A kávé általános piaca mellett kisebb, de egyre inkább növekvő rés piacokról is beszélhetünk, amelyet például olyan kulcstermék csoport jellemez, mint a specialty kávék. A specialty kávék magas minőséget és nagy értéket képviselnek, ahol alapfeltétel a kávé fajtája, termőhelye, a növény egészsége, hiszen az egyedi aroma ezen természeti tényezőknek köszönhetően alakul ki. A specialty kávék népszerűsége, ezáltal piaca is fokozatosan bővül, elsősorban az európai piacokon (CBI, s.d. 1).

Az International Coffee Organisation 2022. júliusi Coffee Market Report adatai szerint a világ teljes termelése a mintegy 60 termelő ország össztermelése alapján 167,2 millió zsák (1 zsák=60 kg) amely mintegy 10,032 millió tonna, ami a megelőző évi termésnél 2,1%-kal kevesebb. A világ kávéfogyasztása azonban 3,3%-kal növekedett, mennyisége 170,3 millió zsák, azaz 10,218 millió tonna. A legjelentősebb termelő országok Brazília, Vietnam, Kolumbia, Indonézia és Etiópia (ICO, 2022).

2022. évi adatok alapján a legjelentősebb kávéfogyasztó ország továbbra is Finnország (12 kg/fő) Norvégia (9,9 kg/fő), Izland (9 kg/fő), Dánia, Hollandia, Svédország és Svájc (rendre 8,7; 8,4; 8,1 és 7,9 kg/fő). Ausztria és Olaszország a 12. és 13. a rangsorban, a legnagyobb termelő ország, Brazília fogyasztása 5,8 kg/fő (cofeeabout.com, s.d.). Magyarország egy főre jutó éves kávéfogyasztásának alakulását az 1. ábra ismerteti, ahol jól látható a rendszerváltozást követő gyors növekedés, a 2000-s évek elejének stagnálása, majd visszaesés, valamint az azt követő és napjainkban is érezhető növekedő tendencia.



**1. ábra:** Magyarországi kávéfogyasztás alakulása (kg/fő/év)

Forrás: Saját összeállítás a KSH (s.d.) alapján

### 3.3.3. A kávéfogyasztás trendjei nemzetközi fogyasztói vizsgálatok alapján

A fogyasztói magatartás kérdéseit több külföldi szakirodalmi forrás tárgyalja. Samoggia és Riedel (2018) átfogó szakirodalom-feldolgozó kutatása során 54 tudományos cikk összevetése történt meg, melyek alapján a következő tényezőket és termékjellemzőket emelték ki, mint a kávéfogyasztást meghatározó elemeket: (1) személyes preferenciák, (2) gazdasági/pénzügyi jellemzők, (3) a kávé jellemzői, (4) a fogyasztás körülményei és (5) szocio-demográfiai jellemzők.

A személyes preferenciák közé sorolhatóak az érzékszervi és funkcionális motivációk, az egészségtudatosság, valamint a szokások, tradíciók és kultúra tényezői. A gazdasági/pénzügyi jellemzők között található az ár illetve a promóció, amelyek mind gátló, mind segítő tényezőként is megjelenhetnek. A kávé jellemzői közé tartoznak a kávé típusa, és a termelő országhoz kapcsolódó preferenciák, a fair trade/specialty /organikus jellemzők, valamint a marketinghez kapcsolódó jellemzők (brand, csomagolás stb.). A fogyasztás körülményeihez tartozó meghatározó elemek a fogyasztás helye (pl. otthon, vendéglátóhelyen, munkahelyen), időpontja (reggel, napközben, este), a társasági eseményhez való kötődés vagy annak hiánya (egyedül fogyasztás, családdal vagy barátokkal közös időtöltés). A szocio-demográfiai jellemzők közé pedig a kor, nem, jövedelmi helyzet, iskolázottság sorolódik (Samoggia és Riedel, 2018).

Czarniecka-Skubina et al. (2021) kutatása a lengyel kávépiac fogyasztóinak jellegzetességeit tárta fel. Kutatásuk fő célja az volt, hogy a megszokott kutatási kérdéseken



és témakörökön (azaz az egészségre gyakorolt hatás, napi koffeinfogyasztás, vásárlói magatartás) túl a fogyasztó választási szokásaira, kávéfogyasztási szokásaira illetve a kávékészítés módjára fókuszáljanak. A lengyel fogyasztók elsősorban instant kávé (50,9%), őrölt pörkölt kávé (45,9%), pörkölt, őröletlen babkávé (37%) fogyasztanak. A válaszadók 17,7%-a gabonakávé, ready-to-drink kávéitalokat – dobozos kávéitalok – (13,1%) és különböző ízesített kávékészítményeket (11,5%) is választ. A fogyasztás gyakoriságának tekintetében kiemelhető, hogy a teljes minta (n=1500) a kávéfogyasztók köréből került ki, tehát rendszeresen fogyaszt kávé, a válaszadók 76,8%-a naponta (egyszer, kétszer vagy többször egy nap). A minta kisebb része 3-4-szer vagy kevesebbszer iszik kávé hetente. A fogyasztás gyakorisága a korrall és az iskolázottsággal mutatott szignifikáns összefüggést.

A vizsgált minta résztvevői elsősorban otthon (95,5%) illetve a munkahelyükön (79,7%) isznak kávé. A fogyasztás helyszíne esetében a nem, kor és az elkészítés helye volt meghatározó, a fiatalabb fogyasztók (30 év alattiak), a nők és a magasabb iskolázottsággal rendelkezők munkahelyen és barátokkal kávéznak inkább, elsősorban kávézóban vagy iskolai/munkahelyi büfében.

A lengyel fogyasztók közel fele (44,4%) jelezte, hogy számára fontos a kávékészítés módja. A leggyakrabban elkészítési mód (89,7%) az instant kávé készítése, a megkérdezettek 77,7%-a használt nagy nyomással működő automata kávéfőző gépet, 61,5% pedig a filteres (drip-in) kávékészítési módot preferálja. A kávé típusok közül leginkább kedvelt az espresso (90,6%) és a cappuccino (84,1%), a latte/tejeskávé és a jegeskávé (75%) Az Americano-t (hosszú kávé) a válaszadók 51,4%-a jelölte meg kedvelt kávé típusként (Czarniecka-Skubina et al. (2021).

#### ***3.3.4. A magyarországi kávéfogyasztás főbb jellemzői***

A magyarországi kutatások jelentős része több mint másfél évtizede készült, így azok aktualitása már veszített értékéből. Letenyei (2006) a marketingkommunikáció befolyásoló szerepét vizsgálta a kávéfogyasztók fogyasztói magatartásában. Az általa, valamint Letenyei és Papp (2005a, b, c) által leírtak a hazai helyzetet térképezték fel ugyan, de a 2005, 2006 óta eltelt több mint másfél évtized teljesen átalakította a piacot, a fogyasztói attitűdöket és termékeket valamint a marketingkommunikációs csatornákat is. A fiatal felnőttek fogyasztási szokásait vizsgáló egyéb művek pl. Soós et al. (2008), Soós et al. (2010) valamint Reha et al. (2012) eredményei szintén nem alkalmazhatóak már a jelenlegi viszonyokra, hiszen az elmúlt évtizedben jelentős változások történtek a kávépiacon (pl. kapszulás kávé megjelenése, ready-to-drink (dobozos) kávéitalok megjelenése, új média és

kommunikációs platformok megjelenése, közösségi média előretörése a marketingkommunikációban, influenszerek megjelenése stb.).

Az újabb kutatások közül Fehér (2015) a „mindennapi függőségekről” szóló kutatása a fiatal felnőtteket célozta meg, itt elsősorban a koffeinfüggés kialakulása volt a vizsgálat fő szempontja. A kérdőíves kutatás megerősítette, hogy a 25 év alatti fiatalok napi 2-3 adag koffeint fogyasztanak, az összes koffeintartalmú élvezeti cikk népszerű volt, de az eredmények alapján a kávé a legnépszerűbb termék. A kutatás eredményei azt is megerősítették, hogy az emberek nem csupán divatból fogyasztják a kávé, hanem fontos szempont az íz is (a válaszadók több mint fele jelölte), azonban a társaságban való együttfogyasztás, "társasági kávézás" ritkán fordult elő a válaszok között, így az nem tekinthető ebben a korcsoportban jelentős tényezőnek.

Bornemisza és szerzőtársai (2020) kutatása a középiskolás diákok koffeinfogyasztását mérte fel, elsősorban egészségügyi szempontokra fókuszálva. Mintájukban a leggyakoribb fogyasztási cikk a kóla volt (92%-os válaszaránnyal), a második helyen a kávé szerepelt (85%), ezt követték a különböző energitalok (78%) A tea fogyasztása hátrébb szorult, a diákok nagyobb része (63%) nem fogyasztotta rendszeresen.

Oláh és Mihály-Karnai (2021a,b) kutatása elsősorban a kávéfogyasztás gyakorisága és okai mellett a kávé emberi egészségre ható tulajdonságaira és azok ismeretére fókuszált. Eredményeik szerint a megkérdezettek döntő többsége (72%) fogyaszt napi rendszerességgel kávé. A kapott eredmények alapján megállapították, hogy a válaszadók többsége napi 2-3 csésze kávé fogyaszt, a legkedveltebb a közepesen intenzív íz. Oláh és Mihály-Karnai (2021a) kutatása megállapította, hogy vizsgált minta többsége tisztában volt a kávé jótékony és káros egészségügyi hatásaival, a nők némileg nagyobb arányban rendelkeztek ilyen ismeretekkel.

A tudományos cikkeken kívül a főbb piaci szereplők kereskedelmi jellegű kutatási jelentései is jól jellemzik a hazai kávéfogyasztókat és szokásaikat. Az elmúlt évek egyik legjelentősebb felmérését végezte a Costa Coffee (tulajdonosa a Coca-Cola HBC) és a GKI Digital 2021-ben, amelyben egy 2721 fős minta válaszai alapján ismertették a hazai fogyasztói szokásokat. Ebből a mintából mintegy kétezeren tartották magukat rendszeres kávéfogyasztóknak.

A válaszadók több mint fele fogyaszt rendszeresen espresso kávé, a második legkedveltebb a tejeskávé és a cappuccino (31 és 30%). A férfiak inkább az espresso-t kedvelik (több, mint 60%), a nők többsége inkább a tejjel ízesített kávéitalokat preferálja. A korcsoportok alapján is jól elkülönül a tejjel ízesített kávék kedveltsége, amely elsősorban a

18-29 éves korosztályra jellemző, (a cappuccino kedveltsége 47%, míg a tejeskávé/latte kedveltsége 46%).

A napszak befolyásoló hatása is jelentős: az espresso a válaszok alapján leginkább reggeli ital, amelyet a válaszadók nagy része (86%) rögtön ébredés után fogyaszt. Ezzel ellentétben, a délutáni időszakban a fogyasztók inkább tejjel ízesített kávéitalokat választják (vg.hu, 2021). Ez utóbbi megállapítást erősíti meg a Nespresso kutatása is, mely szerint a magyar fogyasztók több mint 80%-a mindig ízesíti a kávéját valamilyen módon. 62% az édesítésen túl valamilyen kávéfehérítőt (tej, tejpör, tejszín, növényi tej) is használ ízesítésre (trademagazin.hu, 2023).

A Costa Coffee és GKI Digital felmérés szerint a kávéfogyasztás fő oka az íz kedvelése (56%), a kávé ébredést segítő hatását a válaszadók 39%-a jelölte meg. A harmadik legnépszerűbb indok a koffeintartalom (35%) ami jellemzően a fiatalabb korosztályra volt jellemző. A felmérés alapján a minta szereplőinek 34%-a hideg tejjel, 44%-a barna vagy fehér cukorral, 23%/-a édesítőszerrel, 20% pedig tejszínnel vagy tejszínhabbal fogyasztja a kávéját (Coca-Cola HBC, 2021).

A kávévásárlás összefügg azzal, hogy milyen kávékészítő eszközökkel rendelkezik a fogyasztó. A kutatás eredményei alapján a magyar háztartások nagy része több mint két típusú kávéfőzővel rendelkezik és szinte egyformán népszerű a kotyogós (38%) és a kapszulás (37%) kávéfőző (coca-cola.hu, 2010).

### **3.4. A teafogyasztás főbb piaci jellemzői**

A tea a világ a víz után a leggyakrabban fogyasztott itala (Somogyi, 2018 teatechnológia). A nemzetközi szakirodalomban szintén többféle megközelítésű kutatás eredményei találhatóak meg a tea témakörében. Ezek egy része a teafogyasztás emberi egészségre történő hatásait illetve a technológiai jellegű (termesztés, feldolgozás, termékfejlesztés) kérdéseket vizsgálja. A fogyasztókat célzó kutatások elsősorban a fogyasztói magatartásra, fogyasztói szokásokra fókuszálnak, amely szintén jelentős területet ölel fel, hiszen a különböző földrészekhez, különböző országokhoz és kultúrákhoz más és más fogyasztói preferenciák és fogyasztói magatartás kapcsolódnak.

#### **3.4.1. A teafogyasztás hazai szakirodalma**

Magyarországi teafogyasztási szokásokra vonatkozó szakirodalom szintén igen ritka. A Magyar Tudományos Művek Tára (mtmt.hu) adatbázisában a magyarországi teafogyasztással kapcsolatos cikkek száma még a kávé témájú cikkekénél is kevesebb.

Elsősorban a koffeinfogyasztás egészségügyi hatásait vizsgáló kutatások (Ágoston et al., 2018), érzékszervi vizsgálatokat taglaló kutatások (Biró et al., 2022) valamint a gyógytea fogyasztás tapasztalatait és egészségügyi veszélyeit taglaló kutatás (Peták és Csupor, 2015) lelhetőek fel. A teafogyasztáshoz kapcsolódó fogyasztói magatartás vizsgálat közel 20 éve készült (Berke és Jakusovszki, 2005), valamint egy átfogó diplomadolgozat készült 2009-ben (Zsoldos, 2009), amely a magyar teakultúra bemutatását, a fogyasztói preferenciák bemutatását tűzte ki célul.

Az mtmt.hu adatbázisában a magyarországi helyzetre vonatkozó, illetve magyarországi szerzők által készített angol nyelvű publikációk is a fenti témakörökben találhatóak, de jellemzően 2010 előtti időszakból. A hazai teafogyasztáshoz is számos online tartalom kapcsolódik, jellemzően sok ismétléssel, ahol az eredeti forrást nehéz megtalálni. Ezek az online tartalmak főleg teaforgalmazók, teaházak honlapjain, szakértői és ismeretterjesztő blogokban találhatóak, elsősorban ismeretterjesztő céllal és gyakran igen színvonalas tartalommal.

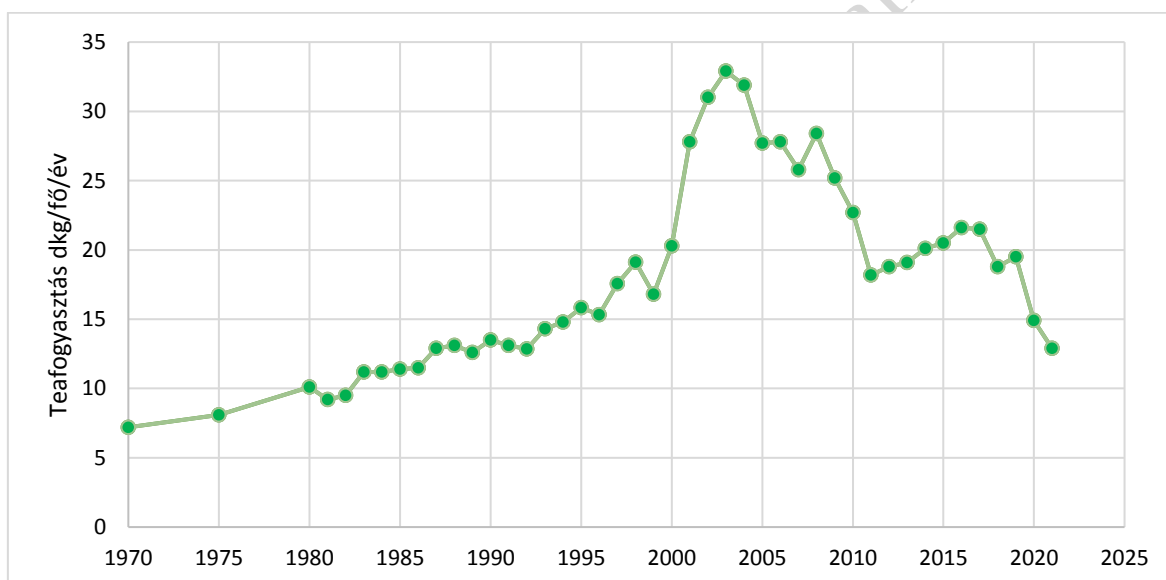
### **3.4.2. A teapiac globális helyzete, trendjei**

A tea a víz után a leggyakrabban fogyasztott frissítő, rendszeres fogyasztása hozzájárul a megfelelő napi folyadékbevitelhez, jelentős pozitív egészségügyi hatásokkal rendelkezik, élénkítő, frissítő, esetenként nyugtató hatású. Ezek mellett fogyasztása eltérő tradíciókat rejt, akár az ázsiai nagy teafogyasztó államokra, akár a török, az afrikai vagy dél-amerikai teakultúrára, akár a nyugat-európai (angol), vagy a kelet-európai (orosz) tradíciókra gondolunk. A világ teafogyasztásának jelentős részét (80%) a fekete tea teszi ki, a maradék 20% az összes többi teatípus, zöld tea, oolong, vörös (pu-erh), sárga és fehér tea (Czarniecka-Skubina et al., 2022).

A kávéhoz hasonlóan, a teatermelés a legtöbb fejlődő országban jelentősen hozzájárul a vidékfejlesztéshez, a vidéki közösségek fenntartásához, a szegénység csökkentéséhez és az élelmezésbiztonsághoz. Sok esetben a tea a szegény családok fő jövedelemforrása és munkalehetősége. A teatermelés egyik jellemzője, hogy a kistermelők képviselik a világtermelés mintegy 60%-át (FAO, 2022).

A legjelentősebb teatermelő ország Kína, 2,78 millió tonna termeléssel, a második India (1,39 millió tonna), harmadik helyen Kenya szerepel (459 ezer tonna). A negyedik legnagyobb termelő Sri Lanka (300 ezer tonna), míg az 5. Vietnam (269 ezer tonna). A további fő termelők Törökország, Indonézia, Mianmar, Irán és Banglades (Agrofórum, 2021).

A legnagyobb teafogyasztó országok rangsorát a 2016. évi adatok szerint Törökország vezeti, évi 3,16 kg/fő fogyasztással, a második helyen Írország áll, 2,19 kg/fő mennyiséggel. Az Egyesült Királyság a harmadik, a fogyasztott mennyiség 1,94 kg/fő. Pakisztán és Irán található a 4. és 5. helyen 1,5 kg/fő fogyasztással. a 6. Oroszország, ahol a fogyasztott mennyiség 1,38 kg/fő. A 11. helyen szerepel Lengyelország 1 kg/fő teafogyasztással, Csehországban 0,42 kg/fő, Szlovákiában 0,36 kg/fő a fogyasztás. Magyarország 0,28 kg/fő fogyasztással a 31. helyezést érte el 2016-ban (Statista.com, 2020). Magyarország egy főre jutó éves teafogyasztásának részletes alakulását a 2. ábra ismerteti. Az ábrán jól áttekinthető folyamatos, azonos ütemű növekedés az 1970-es évektől egészen az 1990-es évek végéig, amely ütemét nem módosította a rendszerváltás. Gyors növekedés indult meg 2004-ig, majd a visszaesés időszaka következett. 2011-től egy rövid növekedő tendencia után ismét jelentős csökkenés tapasztalható.



**2. ábra:** Magyarországi teafogyasztás alakulása (dkg/fő/év)

Forrás: Saját összeállítás a KSH (s.d.) alapján

### 3.4.3. A teafogyasztás trendjei nemzetközi fogyasztói vizsgálatok alapján

Szlovák szerzők (Géci et al., 2019) kutatása, amelyet 640 fős mintán végeztek, a teafogyasztáshoz kapcsolódó főbb fogyasztói véleményeket, preferenciákat tárta fel. A megkérdezettek közel 80%-a fogyaszt rendszeresen teát, nemcsak meleg, hanem hideg italként is. A nők közül többen kedvelik a teát, aminek elsősorban egészségügyi okait jelölték meg. A szlovák fogyasztók gyakran isznak teát, a válaszadók közel 30%-a naponta fogyaszt teát, a minta 23,3%-a heti 1-2 alkalommal, míg a teát heti 3-4 alkalommal fogyasztók aránya 24,2% volt. A teafogyasztás gyakoriságának egyik oka az volt, hogy sok válaszadó nem iszik kávé és a tea itt helyettesítő termékként szerepel. A vizsgált sokaság

mindegy 14%-a jelölte meg az alkalmi teafogyasztást. A leginkább kedvelt teatípus a gyógytea/gyógynövény alapú tea, amelyet a válaszadók 34%-a jelölt meg. Ennek okaként a gyógynövény alapú teák egészségvédő hatásait említették, pl. megfázás ellen, diabétesz ellen, emésztőrendszeri panaszok javítása érdekében stb. A gyümölcsteák fogyasztását a 27,5% jelölte meg, míg a zöld teát a minta 22,4%-a kedveli.

Tseng et. al. (2014) egyetemisták teafogyasztási szokásait vizsgálta egy nagy létszámú, 5723 főt számláló mintában, Tajvanon. A minta 36%-a volt nő, 64%-a férfi. A hallgatók kevesebb forró teaitalt isznak, jobban kedvelik az édes jeges teát illetve Dél-Ázsiában igen kedvelt bubble teát (tápiókagyönggyökkel kevert tejes, édes tea). A vizsgálatok fő célja elsősorban a hallgatók egészségügyi státuszára gyakorolt hatások vizsgálata volt, nem kifejezetten fogyasztói preferencia vizsgálat volt.

Vieux et al. (2019) az Egyesült Államokban végzett felmérést a nemzeti egészségügyi és táplálkozási szervezet (National Health and Nutrition Examination Survey) keretében, ahol két időpontban naplózás módszerével kellett a felmérésben résztvevőknek a napi folyadékfogyasztásuk összetevőit megadni. A felmérésben 17 506 személy vett részt, a részvétel alsó életkori határa 9 év volt. A fogyasztott italokat az alábbi kategóriák szerint adták meg: édesítetlen tea, ízesített tea, kávé, tej és tejalapú italok, 100%-os gyümölcslé, víz (palackozott és csapvíz), magas kalóriatartalmú üdítőitalok és alacsony kalóriatartalmú üdítőitalok voltak. A teafogyasztás az idősebb felnőtt korosztályban (51-70 év) volt a legjellemzőbb. A fiatalabb korosztályok jellemzően gyümölcsleveket és főleg magas kalóriatartalmú üdítőitalokat fogyasztottak. Ezek fogyasztása a kor növekedésével jelentősen csökkent. Jellemzően az ázsiai identitású népesség fogyasztotta a legtöbb teát és a legkevesebb üdítőitalt, a fehér, afroamerikai és latin népesség főleg a magas illetve alacsony kalóriatartalmú üdítőitalok fogyasztásával fedezi folyadékszükségletét a kutatás eredményei alapján.

A CBI (Centre for the Promotion of Imports from developing countries, a holland külügyminisztérium által alapított szervezet) összefoglalója alapján az európai teafogyasztás főbb trendjei közé tartozik a prémium kategóriák felé történő elmozdulás, azaz a nagy mennyiségű tea fogyasztása helyett az európai fogyasztók bizonyos része egyre inkább az ízelményt, az eredetiséget igényli a teafogyasztás során, amelyet a hagyományos kereskedelmi teák között már nem találnak meg. A prémium kategóriájú, különleges teákat elsősorban speciális teakereskedésekben, webshopokban találják meg a vevők, illetve teaházak kínálatában. E szolgáltatások mellé az egzotikum, a relaxáció és a teatradíciók bemutatása is társul. A nem prémium kategóriák mellett természetesen jelentős maradt a

zöld teák, a gyümölcsös/fűszeres ízesítésű fekete teák, a gyümölcs és gyógynövényteák valamint a ready-to-drink (RTD) teák (instant, dobozos/palackos „ice-tea” jellegű italok) fogyasztása. E termékeket jellemzően szuper/hipermarketekben vásárolják a vevők (CBI, 2017).

A lengyelországi fogyasztók Közép-Európa legnagyobb teafogyasztói, akik jellemzően szinte minden étkezés mellé fogyasztanak teát. Az utóbbi évtizedben a kávéfogyasztás is egyre növekszik Lengyelországban, de a tea magabiztosan tartja a helyét a fogyasztási statisztikákban. A leginkább fogyasztott teatípus a fekete tea (az eladott mennyiség közel 60%-a). A gyógynövény/herbateák 14,2%, az Earl Grey ízesítésűek 10,2%, a zöld tea 8%, míg a gyümölcssteák 7%-os részesedést értek el a piacon 2012-ben. A zöld-, gyümölcs- és herbateák fogyasztása az utóbbi években növekedő tendenciát mutatott az egészségtudatosság trendjének elterjedése következtében (CBI, s.d. 2)

A lengyel teafogyasztókat vizsgálta Czarniecka-Skubina et al. (2022) kutatása, amely reprezentatív mintával, 1700, a teafogyasztását előzetesen megerősítő válaszadóval készült. A kérdőívben a demográfiai kérdések mellett 19 kérdés vonatkozott a teafogyasztásra, a preferenciákra, a teafogyasztás és a különböző teatípusok fogyasztásának gyakoriságára, a kedvelt brandekre, vásárlói döntések háttérére, a fogyasztás jellemzőire (édesítés, egyéb ízesítés), valamint a kérdések kitértek a tea egészségügyi hatásainak ismeretére valamint a fogyasztás helyszínére és kapcsolódó eseményeire.

A legtöbb válaszadó leginkább a fekete teát kedveli (közel 90%), a zöld (83%), ízesített fekete tea (75%), gyümölcsstea/gyógytea (75%) volt a preferenciák további sorrendje. A válaszadók fogyasztanak fehér teát (42%), oolong teát (22%), pu-erh teát (45%) és yerba matét (33%) is. Ez utóbbi teatípusok fogyasztása a fiatalabb korosztályra, nagyvárosi lakosokra, és magasabb végzettségű válaszadókra volt jellemző. A fogyasztók legjobban az „expressz” teát, azaz a filteres teát kedvelik (60%), a szálas vagy tört levelű teákat összesen 36% kedveli, a legkevésbé kedvelt az instant granulált tea (2%) is az egyéb, egzotikus formák, mint pl. az ún. virágzó tea. A fogyasztás helye általában a válaszadók otthona (81,5%), munkahelye (12,5%) volt, vagy baráti társaság, család (5%) körében fogyasztanak teát. Nem jellemző a teaházban, étteremben való fogyasztás (összesen 1%). A teát a lengyel fogyasztók általában étkezések között isszák (67%), vagy reggeli (62%) és vacsora (50%) mellé. Ebédhez, délutáni teához a megkérdezettek mintegy 16 és 18%-a fogyasztja (Czarniecka-Skubina et al., 2022).

#### **3.4.4. A magyarországi teafogyasztás főbb jellemzői**

A hazai teafogyasztásról még kávéfogyasztást feltáró kutatásoknál is kevesebb irodalmi forrás található, a témához szorosan kapcsolódóan csak 3 kutatás összefoglaló publikációját találtam a magyar nyelvű szakirodalomban, közülük egy diplomadolgozat és két fogyasztói vizsgálat volt. Utalást találtam néhány kereskedelmi és szakmai internetes platformon megjelent egyéb kutatásokra is, de csak részletek, kivonatos eredmények kerültek közlésre, nem az eredeti publikáció.

A tea a magyar háztartások döntő részében megtalálható, a forgalmi adatok szerint tízből nyolc család rendszeresen vásárol teát. A TÉT Platform –Táplálkozás, életmód, testmozgás Platform, amely egy széleskörű társadalmi összefogás a helytelen táplálkozással és az egészségtelen, mozgásszegény életmóddal kapcsolatos betegségek megelőzésére.– egy felmérésében 11-18 éves fiatalok táplálkozását vizsgálta, eredményeik alapján e korosztály 96%-a fogyaszt rendszeresen teát, átlagosan napi 2 dl mennyiségben. A fogyasztás azonban az életkor növekedésével csökken, a 17-18 évesek már alig 1,5 dl-t fogyasztanak átlagosan naponta (TÉT Platform, s.d.)

Korábban a hagyományos fekete teák voltak az legnépszerűbbek, napjainkban sokkal népszerűbbek a gyümölcsízésítésű, vagy gyümölcstarabkákból készült teák és a herbateák, amelyek összesítve a vásárlások több, mint felét adják. A főként nyári italként szereplő jeges teák is igen kedveltek, az iparág adatai szerinti fogyasztásuk 10 liter/év/fő (NAK – Nemzeti Agrárkamara, 2018).

Berke és Jakusovszki (2005) kutatásában a válaszadók közel 70%-a naponta legalább egy alkalommal teázik, közülük 39,7% pedig naponta többször is. A válaszadók a klasszikus fekete teát és gyümölcsízű fekete teát fogyasztják leggyakrabban, átlagosan 2,5 naponta. Valódi gyümölcsteát ritkábban, körülbelül 5 naponta fogyasztanak, hasonlóan a zöld teához, gyógyteát pedig hetente isznak. A férfiak a hagyományos fekete teát részesítik előnyben, a nők változatosabban választanak és minden más termékfajtából kétszer nagyobb gyakorisággal jelölték meg a terméktípus fogyasztását. Korcsoportok alapján elmondható volt, hogy az 55 év felettek a fekete teát, a valódi gyümölcs- és gyógyteát kedvelik, míg a fiatalabbak elsősorban a gyümölcsízű teákat fogyasztják.

A megkérdezettek felénél a teázás nincs időponthoz vagy alkalomhoz kötve. A második legnagyobb csoport (28%) a teát reggel fogyasztóké, volt és mindössze a válaszadók 10%-a jelölte meg az esti teafogyasztást. Mindössze 6% volt, akik csak betegség esetén fogyasztanak teát. Az ízesítés terén a citromos, cukros tea a leggyakoribb, a válaszadók 49%-



jelölte meg, hogy ilyen ízesítéssel kedveli a teát. 12%-uk csak cukorral vagy édesítőszerrel 17% mézzel vagy mézzel és citrommal issza a teát. A megkérdezettek 14%-a jelezte, hogy a teát ízesítés nélkül kedveli, az eredeti zamatát élvezve (Berke és Jakusovszki, 2005).

Zsoldos (2009) a magyar teakultúráról, fogyasztói szokásokról készített kutatást, melynek eredményei szerint a válaszadók 44%-a naponta legalább egyszer, de sokan (28%) naponta többször is teáznak, 20% hetente 2-3-szor, 15% hetente, 20% ennél is ritkábban fogyaszt teát. A válaszadók közül senki sem jelölte a „soha” választ.

A legtöbb válaszadó a gyümölcssteát kedvelte leginkább, ezután leggyakrabban a herbateák/gyógyteák kategóriát jelölték meg, ezeket követik a zöld teák. A fekete teák valamint a fekete és zöld teák ízesített változatai a középmezőnyben helyezkedtek el. Ezek az eredmények jórészt összhangban voltak a GfK Hungária 2007. decemberi kutatási eredményeivel (Zsoldos, 2009).

A kiszerelés (típus) tekintetében a filteres teák voltak a leginkább kedveltek: inkább filteres teát választ 51%, csak filteres teát 26%, inkább szálás teát 21%, kizárólag szálás teát mindössze a válaszadók 1%-a vásárolna. Ennek okaként az egyszerűbb, gyorsabb elkészítést említették a válaszadók. A szálás teákat kedvelők a magasabb minőséget, kellemesebb aromát említették. Az eredmények azt mutatták, hogy a válaszadók számára leginkább betegség alatt fontos a tea fogyasztása, de sokan a rohanó világban való megpihenést, megnyugvást ad a teázás. Sokan vannak akik csupán megszokásból isszák, de sok válaszadó (40%) jelölte meg a teát az egészséges életmód velejárójának. A napi fogyasztók közül többen a kávé helyettesítő termékeként azonosították a teát (Zsoldos, 2009).

A teafogyasztáshoz kapcsolódó legújabb kutatás is 8 éve került publikálásra (Peták és Csupor, 2015), de ez a tanulmány inkább a gyógyteák egészségügyi hatásaira fókuszál gyógyszerészi és orvosi szempontból, nem klasszikus fogyasztói felmérés. A gyógyteákat vásárlók életkora arra utal, hogy ők elsősorban krónikus betegségük kezelésére vásárolják a gyógyteákat, jellemzően saját maguknak (81%). A válaszokból az is kiderült, hogy a vásárlók elsősorban gyógyszerek helyett fogyasztanak gyógyteákat, mintegy „öngyógyításként” (a válaszadók 54%-a), de a mintegy 30%-uk csak kiegészítő terápiaként fogyasztja ezeket a készítményeket (Peták és Csupor, 2015).

A szakirodalmi források relatív hiánya alapján fogalmazódott meg bennem a kutatási cél, hogy mélyebben feltárjam a hazai kávé- és teafogyasztók szokásait, első lépésként egy számomra viszonylag könnyen elérhető korcsoportra, az egyetemistákra fókuszálva.

## **4. ANYAGOK ÉS MÓDSZEREK**

### **4.1. Szekunder kutatás**

A kutatási témám és kutatási kérdéseim megválaszolásához szekunder és primer kutatási módszerek alkalmazásával adatgyűjtést végeztem. A szekunder kutatás elsősorban a szakirodalom feldolgozására, a rendelkezésre álló és releváns statisztikai adatok összegyűjtésére, rendezésére és feldolgozására vonatkozott. A szakirodalmi források alapján fogalmazódott meg a kiválasztott kutatási irányvonal, hiszen a hazai kávé- és teafogyasztásra vonatkozó hazai szakirodalmat viszonylag keveset találtam az áttekintett tudományos adatbázisban, a Magyar Tudományos Művek Tárában. Azért ezt az adatbázist választottam, mert a Magyarországon aktívan működő kutatók, egyetemi oktatók és doktoranduszok számára az adatbázis rendszeres frissítése, a megjelent publikációk feltöltése kötelező feladat, így egyszerű kereséssel megtalálhatóak a keresett témájú közlemények.

### **4.2. Primer kutatás**

A fellelt hazai és nemzetközi irodalmi források feldolgozása során fogalmazódott meg a kvantitatív, kérdőíves kutatásom iránya és a vizsgálandó célcsoport, az egyetemi hallgatók korosztálya. A kérdőív összeállítása során törekedtem az egyszerűsége és a figyelemfelkeltésre, rövid, egyértelmű és célra törő kérdéseket és válaszlehetőségeket fogalmaztam meg. A kérdőívem összesen 20 kérdést tartalmazott. A kérdőívezést néhány fővel elvégzett próba-kérdőívezés előzte meg. A tapasztalatok tükrében a kisebb finomítások után lett a kérdőív véglegesítve.

A válaszadók eléréséhez online megkérdezést alkalmaztam a Google Űrlapok segítségével. Azért választottam ezt az egyszerű módszert, mert elsődleges célom az volt, hogy megfelelő mennyiségű adatot gyűjtsek össze zárt formában. Az online kitöltéses módszer mellett azért döntöttem, mert a kizűzött célcsoportot így volt a legegyszerűbb elérni.

A kérdőív célcsoportja az egyetemista korosztály volt, így – mint a felsőoktatásban dolgozó – saját magam és munkatársaim valamint ismerőseim segítségével szólítottam meg a célcsoportot, majd hólabda módszerrel a megszólítottak ismerőseit vontam be a kutatásba. A kitöltési időszak 2023 tavasza volt.

143 értékelhető kérdőív érkezett be, amely oka többértű lehet, hiszen a kijelölt időpontban több egyetemet is érintő rendezvény (OTDK szekciók rendezvényei), tavaszi szünet, ünnepek, online oktatás is nehezítette az adatgyűjtést.

A minta nem reprezentatív, tehát sem méretben, sem összetételben nem alkalmas arra, hogy az így nyert adatok tökéletesen tükrözzék az alapsokaságot. Demográfiai adatok között szerepel a személy neme, korcsoportba tartozása (18-24 év, 25-30 év, 31 év fölött), egyetemi képzésének szintje (FOSZK, alapszak, mesterszak és PhD képzés) illetve tagozata (nappali vagy levelező). A minta demográfiai adatait a 3. táblázat foglalja össze.

**3. táblázat:** A válaszadók demográfiai jellemzői

A minta jellemzői	Csoport	Válaszadók	
		száma (fő)	megoszlása (%)
Nem	Nő	97	67,8
	Férfi	46	32,2
Korosztály (2023-ban betöltött életkor)	18-24 év	92	64,3
	25-30 év	27	18,9
	31 év fölött	24	16,8
Képzés szintje	FOSZK	12	8,4
	alapszak	80	55,9
	mesterszak	22	15,4
	egyéb szakirányú képzés	12	8,4
	PhD	17	11,9
Képzés tagozata	nappali	110	76,9
	levelező	33	23,1

Forrás: saját kutatás

Kérdőívem a koffeintartalmú italok fogyasztására vonatkozó kérdéssel kezdődött. Az esetleges „soha” válasz megjelölésével rögtön a demográfiai kérdésekre került sor, hiszen ebben az esetben sem a kávé, sem a tea fogyasztása nem volt releváns. A kávé és teafogyasztás gyakoriságára vonatkozó kérdésnél szintén szerepelt a „soha” válasz, ebben az esetben is továbblépett a válaszadás a nem releváns részekben.

A kérdéseket mind a kávé-, mind a teafogyasztásra vonatkozóan közel azonos módon tettem fel. Zárt kérdéseket, egyszeres és többszörös válaszlehetőséget hagytam meg az kiértékelés könnyítésére. Nyitott végű „egyéb” válaszlehetőséget csak a kedvelt kávé- és teaital típus esetében adtam meg.

Az eredmények kiértékeléséhez leíró statisztikai módszereket alkalmaztam melyhez a Microsoft Excel és az SPSS 20 programcsomagot használtam. Az adatok közötti összefüggések feltárásához keresztábra elemzést végeztem, a keresztábra-elemzéseknél a tulajdonságok közötti kapcsolat erősségét Khi-négyzet próbával ellenőriztem.

## 5. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

### 5.1. Koffeinfogyasztás gyakorisága

A kérdőív első kérdése a koffeinfogyasztás gyakoriságára vonatkozott általában, azaz a kávé és teán kívül a kóla és energiatalok (mint bizonyos szempontból a kávé és tea helyettesítő termékei) fogyasztásának gyakoriságára voltam kíváncsi.

A megkérdezett nők és férfiak közel fele (45% ill. 48%) napi 1-2 alkalommal, míg a nők 29%-a, a férfiak 24%-a napi 2 alkalomnál is többször fogyaszt koffein tartalmú italt, a két nem között e tekintetben nincs jelentős eltérés. Elmondhatjuk tehát, hogy a megkérdezett egyetemi hallgatók közel háromnegyede napi szinten fogyaszt koffein tartalmú italt. A férfiak között ugyanakkor magasabb arányt képviselnek azok, akik soha nem élnek ilyen élénkítő italokkal 11%-uk számolt be erről, míg a nőknél mindössze a megkérdezettek 1%-ára volt ez jellemző (4. táblázat). A Khí-négyzet próba szignifikáns kapcsolatot ( $\text{sig}=0,012$ ) mutat a változók között, a kapcsolat gyenge (Cramer's  $V=0,299$ ), tehát a koffein tartalmú italok fogyasztásának gyakorisága szignifikánsan különbözik a két nemnél.

**4. táblázat:** A koffeinfogyasztás gyakorisága nemek szerint a vizsgált mintában (%)

		Neme		Összesen
		Férfi	Nő	
Milyen gyakran fogyaszt koffeintartalmú italt (kávé/tea/cola/energital)?	napi 1-2 alkalommal	47,8%	45,4%	46,2%
	naponta 2-nél többször	23,9%	28,9%	27,3%
	hetente	4,3%	17,5%	13,3%
	alkalomszerűen	13,0%	7,2%	9,1%
	soha	10,9%	1,0%	4,2%
Összesen		100,0%	100,0%	100,0%

Forrás: saját kutatás

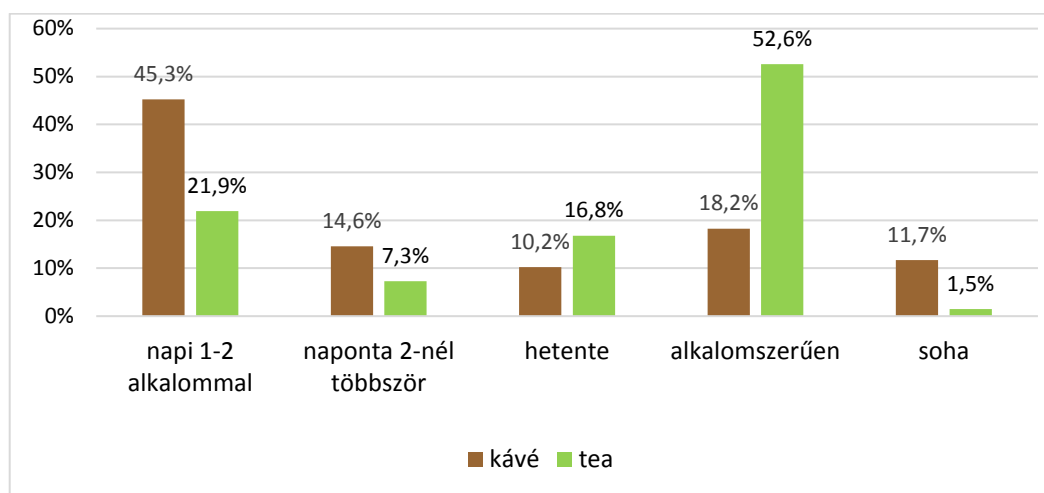
6 fő soha nem fogyaszt ilyen italt, ők továbbiakban csak a demográfiai kérdéseket válaszolhatták meg. A koffeint nem fogyasztók nélkül a vizsgálati minta elemszáma 137-re csökkent.

### 5.2. A kávé és teafogyasztás gyakorisága

Ugyan külön kérdésekben szerepeltek (2. és 10. kérdés), a kávé- és teafogyasztás relatív gyakoriságát egy közös grafikonon ábrázoltam, jól kitűnik, hogy a kávéfogyasztókra jobban jellemző a napi fogyasztás, azaz a válaszadók gyakrabban kávéznak, mint teáznak. A teafogyasztás gyakorisága hasonló a szlovák kutatás eredményeihez (Géci et al., 2019), de

némileg eltér Zsoldos (2009) eredményeitől, ahol a napi rendszerességgel fogyasztók közel 70%-ot képviseltek. Ennek oka lehet a minta eltérő összetétele, de a magyar teafogyasztás csökkenése is (v.ö. 2. ábra).

A kávéfogyasztók 60%-a napi minimum egy alkalommal fogyaszt kávé, közel 15%-uk naponta 2-nél többször. A hetente illetve alkalmászerűen történő kávézás jóval alacsonyabb szintet mutat a hasonló jellegű teafogyasztásnál. Viszonylag magas (11,5%) a kávé nem fogyasztók relatív gyakorisága (3. ábra).



**3. ábra:** A kávé- és teafogyasztás relatív gyakorisága (%) a vizsgált minta alapján (n=137)  
Forrás: saját kutatás

A kávéfogyasztást megvizsgálva azt látjuk, hogy a férfiak körében kevésbé gyakori a kávézás, a megkérdezett férfiak közel negyede soha nem iszik kávé, míg a nőknek mindössze 6%-ról mondható ez el. A nők közel kétharmada (63%), míg a férfiaknak 54%-a fogyaszt napi szinten kávé (5. táblázat). A Khí-négyzet próba szignifikáns kapcsolatot (sig=0,036) mutat a változók között, a kapcsolat gyenge (Cramer's V=0,274), azaz a kávéfogyasztás gyakorisága szignifikánsan eltérő a két nem esetében.

**5. táblázat:** A kávéfogyasztás gyakorisága nemek szerint a vizsgált mintában (%)

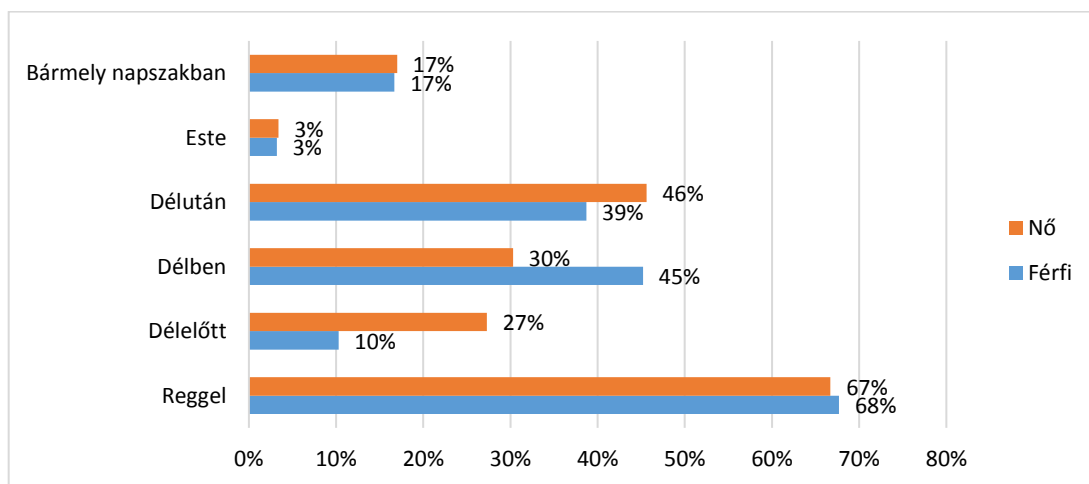
		Neme		Összesen
		Férfi	Nő	
Milyen gyakran iszik kávé?	napi 1-2 alkalommal	39,0%	47,9%	45,3%
	naponta 2-nél többször	14,6%	14,6%	14,6%
	hetente	4,9%	12,5%	10,2%
	alkalmászerűen	17,1%	18,8%	18,2%
	soha	24,4%	6,3%	11,7%
Összesen		100,0%	100,0%	100,0%

Forrás: saját kutatás

### 5.3. A kávéfogyasztás főbb jellemzői a vizsgált mintában

#### 5.3.1. A kávéfogyasztás időpontja

A kávéfogyasztás további jellemzőinek vizsgálatakor a releváns minta elemszáma  $n=121$  fő lett, hiszen 16 fő úgy nyilatkozott, hogy nem fogyaszt kávé. A 3. kérdés a fogyasztás időpontjára vonatkozott, ahol a válaszadók több választ is megjelölhettek (4. ábra).



4. ábra: Kávéfogyasztási szokások a fogyasztás időpontja és nem szerint (%)

Forrás: saját kutatás

A megkérdezett egyetemisták – a korábbi kutatásokkal összhangban – leginkább reggel fogyasztanak kávé, a második leggyakoribb fogyasztási időpont a délután. Mind a nők, mint a férfiak kétharmada jellemzően reggel iszik kávé. A férfiaknál jellemzőbb a déli fogyasztás (45% vs. 30%), míg a nőknél a délelőtti (27% vs. 10%) és délutáni (46% vs. 39%). Az esti órákban fogyasztott kávé egyik nem esetében sem meghatározó, a megkérdezettek 3%-a adott erre igenlő választ. Szintén hasonló arányban nyilatkoztak a férfiak és nők arról (17%), hogy bármely napszakban egyaránt fogyasztanak kávé, nem tudnak jellemző időszakot kiemelni. Összességében 5%-os megbízhatósági szinten egyik esetben sincs szignifikáns kapcsolat a változók között (Khí-négyzet-próba alapján).

#### 5.3.2. A kávéital elkészítési módja és a kávéfőzés eszközei

A kérdőív 4. kérdése a leggyakrabban fogyasztott kávéital típusra vonatkozott, a válaszok közül csak egyet lehetett megjelölni. A preferált kávé elkészítési mód tekintetében nincs lényeges különbség a két nem között. A férfiaknál és nőknél is a főzött kávé a legnépszerűbb, a megkérdezettek több, mint háromnegyede ilyet fogyaszt leggyakrabban, Mindkét nemnél 10%-ot képviselnek az instant kávé fogyasztói, a kávéautomatákat preferálók pedig csak alig 2%-ot képviselnek (6. táblázat).

**6. táblázat:** A fogyasztott kávé típusa nemek szerint a vizsgált mintában (%)


		Neme		Összesen
		Férfi	Nő	
Milyen elkészítésű kávéat iszik leggyakrabban? (Kérem, hogy a legkedveltebbet válassza ki!)	Főzött kávé	77,4%	76,7%	76,9%
	3 in 1 tasakos kávé	3,2%	5,6%	5,0%
	Instant kávé ("neszkávé")	9,7%	10,0%	9,9%
	Dobozos tejeskávé/jegeskávé ital	6,5%	6,7%	6,6%
	Kávéautomatában készült kávé	3,2%	1,1%	1,7%
Összesen		100,0%	100,0%	100,0%

Forrás: saját kutatás


A harmadik leggyakrabban fogyasztott kávé a dobozos (ready-to-drink) kávéital, míg a korábbi évek egyik kedvencét, a 3 in 1 tasakos kávéat mindössze 6 fő jelölte.

Az 5. kérdés vonatkozott a kávéfőzés eszközére, a kérdésre csak egy választ lehetett adni, a választást a választható eszközök fotóival illusztráltam (5. ábra).


5. Ha főtt kávéat iszik, milyen eszközzel készül leggyakrabban? (a képek csak illusztrációk) \*




Kotyogós kávéfőző




Kapszulás kávéfőzőgép



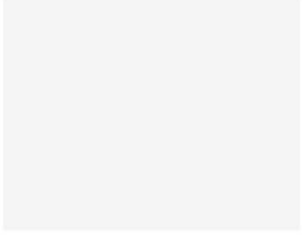
Filteres kávéfőző



Eszpresszó kávéfőzőgép



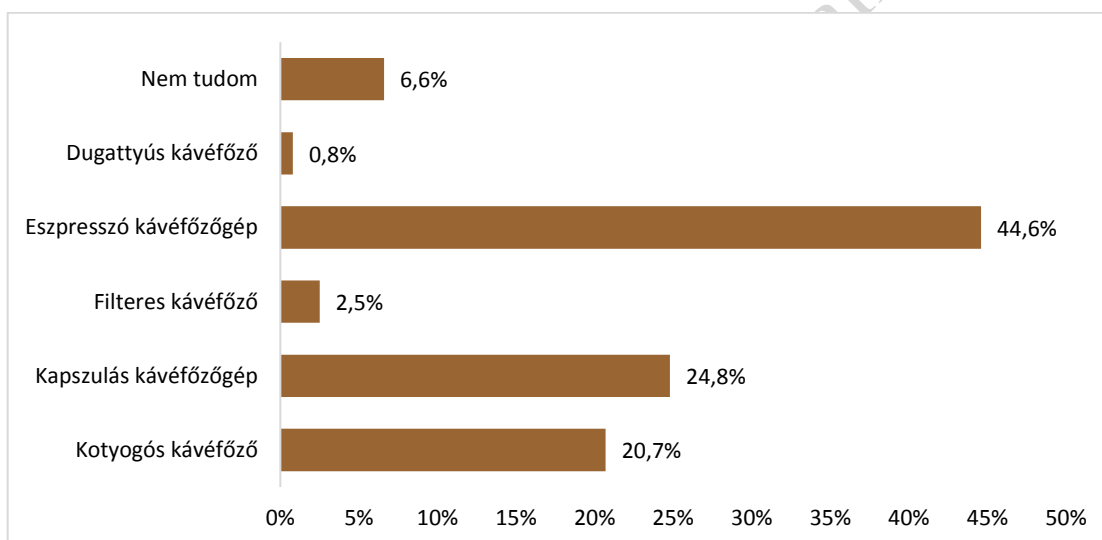
Dugattyús kávéfőző



Nem tudom

**5. ábra:** A kérdőív 5. kérdése  
Forrás: saját képernyőkép

Ennek szükségességére a próbakérdőív kitöltése során derült fény, ahogy bizonyos eszközökre vonatkozóan kérdés merült fel a kitöltő részéről. A főtt kávé elkészítéséhez a megkérdezettek közel fele (45%) eszpresszó kávéfőzőgépet használ (6. ábra), a hagyományos kotyogóst a nők jobban kedvelik, közel negyedük ilyen módon főzi a kávé, míg a férfiaknak csak 13%-a számolt be erről a kávéfőzési módról. A napjainkban jól promotált és nagy kedveltségnek örvendő kapszulás kávéfőző, amelyik többek között egyszerűségének, dizájnjának és racionális árának köszönheti népszerűségét, mindkét nemnél egyaránt elég népszerű, a megkérdezettek közel negyede leggyakrabban ilyenvel készíti a kávé. Ez megerősíti a kapszulás kávéfőző gyártóinak helyes marketingjét, hiszen ez az eszköz ideális kis háztartásokba, helytakarékos és akár kollégiumban, albérlésben is ideális lehet a használata. Összességében nincs szignifikáns eltérés a nemek között a kávéfőzési eszközök használata tekintetében.



**6. ábra:** A főtt kávé készítéséhez használt eszközök megoszlása (%)

Forrás: saját kutatás

Az egyéb eszközök közül filteres kávéfőzőt mindössze három fő használ. A filteres kávé két fogalmat is takar (a kávékészítés elve azonban hasonló): egyrészt a régebbi típusú filteres kávéfőzők használatával állítható így elő a kávéital, de ezekkel már egyre ritkábban találkozunk. Másrészt filterkávét állíthatunk elő az ún. dripperekkel, de ezeket elsősorban az igényesebbek használják, magas minőségű, gyakran frissen őrölt kávéból készítve. Dugattyús kávéfőzőt csupán egy válaszadó használ, míg 8-an (4 nő és 4 férfi) jelölték a „nem tudom” választ, aminek több oka is lehet, vagy csak vendéglátóhelyen fogyaszt kávé és így nem ismert az eszközt, vagy más készíti számára a kávé és emiatt nem tudja.



### 5.3.3. A kávé ízesítése és a kávéital típusa

A 6. kérdés vonatkozott a kávé ízesítésére, ahol csak egy válasz volt jelölhető. A legtöbben tejjel, tejszínnel vagy növényi tejjel fogyasztják a kávé cukorral ízesítve (43,8%), a második leggyakoribb válasz a tejjel, tejszínnel vagy növényi tejjel ízesített édesítés nélküli kávé volt (24%), míg a 3. helyen a tejjel, tejszínnel vagy növényi tejjel és édesítőszerrel ízesített a kávé fogyasztók szerepeltek (15,7%). Ez alapján elmondható, hogy az egyetemisták több mint 80%-a használ valamilyen tejfehérítőt, amely eredmény összhangban van a korábbi hazai kutatásokkal (Costa Coffee - GKI Digital és Nespresso kutatás).

A férfiak inkább szeretik a kávé feketén inni, mint a nők. Édesítve vagy édesítés nélkül 45%-uk ezt a változatot preferálja leggyakrabban, míg a nőknél a tejes változatok jóval népszerűbbek. A megkérdezett nők 93%-a édesítve vagy anélkül de tejes változatban issza leggyakrabban a kávé (7. táblázat). A Khí-négyzet próba szignifikáns, közepes erősségű kapcsolatot mutat a változók között (sig=0,000; Cramer's V=0,465), azaz a kávéfogyasztás módja szignifikánsan eltérő a két nem esetében.

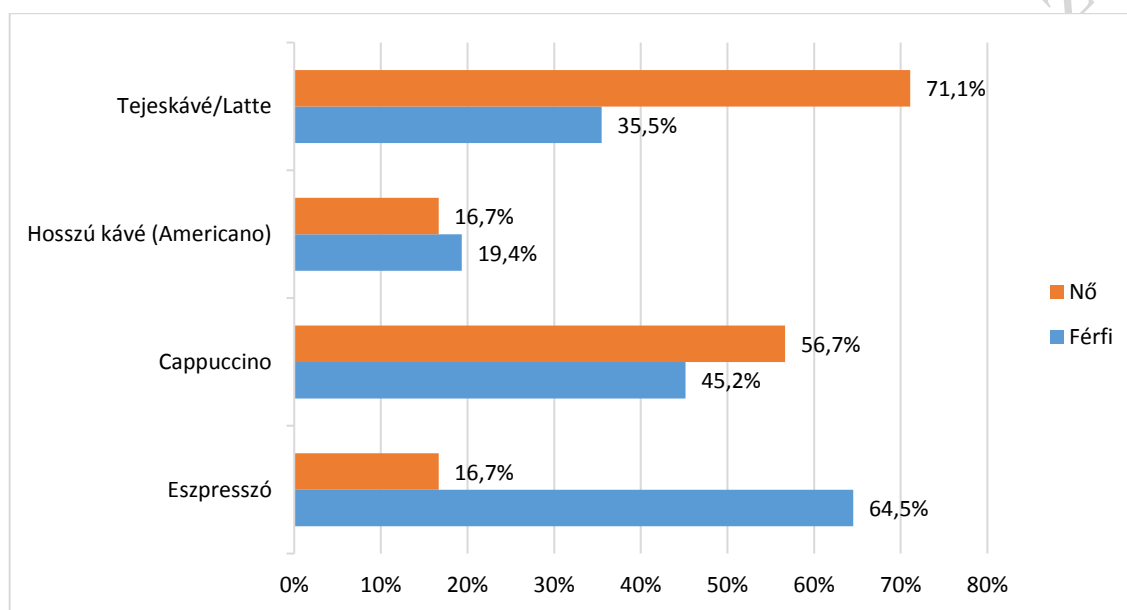
**7. táblázat:** A fogyasztott kávé ízesítése nemek szerint a vizsgált mintában (%)

	Neme		Összesen	
	Férfi	Nő		
Hogyan issza leggyakrabban a kávé?	Feketén, édesítés nélkül	16,1%	3,3%	6,6%
	Feketén, cukorral	25,8%	2,2%	8,3%
	Feketén, édesítőszerrel	3,2%	1,1%	1,7%
	Tejjel/növényi eredetű tejjel/tejszínnel édesítés nélkül	12,9%	27,8%	24,0%
	Tejjel/növényi eredetű tejjel/tejszínnel és cukorral	32,3%	47,8%	43,8%
	Tejjel/növényi eredetű tejjel/tejszínnel és édesítőszerrel	9,7%	17,8%	15,7%
	Összesen	100,0%	100,0%	100,0%

Forrás: saját kutatás

A 9. kérdés a kávéital típusára vonatkozott, ahol több válasz is jelölhető volt. Általánosságban a legkedveltebb ital a tejeskávé/Latte volt (a válaszadók 62%-a jelölte ezt az opciót). A második leggyakoribb választott ital a cappuccino (53,7%). A harmadik helyen a hagyományosnak mondható espresso áll (28,9), negyedik a hosszú kávé (17,4%). Ennél a kérdésnél adtam lehetőséget egyéb válaszok megadására is, amire mindössze 8 külön bejegyzés született, 4 fő a jegeskávé jelölte meg, 1-1 válaszadó jelölte meg az ír kávé, Manchada-t, a Melange-t és a török kávé.

A nemek szerinti értékelés alapján (7. ábra) a férfiak egyértelműen az eszpresszót preferálják, 2/3-uk ezt fogyasztja legszívesebben, szemben a nők 17%-ával. A nők egyértelműen a tejeskávét részesítik előnyben 71%-uknak ez a kedvence, míg a megkérdezett férfiaknak csak 36%-a számolt be hasonlóról. A cappuccino és hosszú kávé fogyasztásában már jóval kisebbek az eltérések a két nem között, a capuccinot a férfiak és nők is egyaránt kedvelik (45% vs. 57%). Az „Eszpresszó” és a „Tejeskávé/Latte” választása szignifikánsan ( $\text{sig}=0,000$  mindkét esetben) különbözik a két nem esetében, a kapcsolat az előbbi esetében közepes erősségű, míg utóbbi esetében gyenge (Cramer's  $V=0,461$  ill.  $0,320$ ).

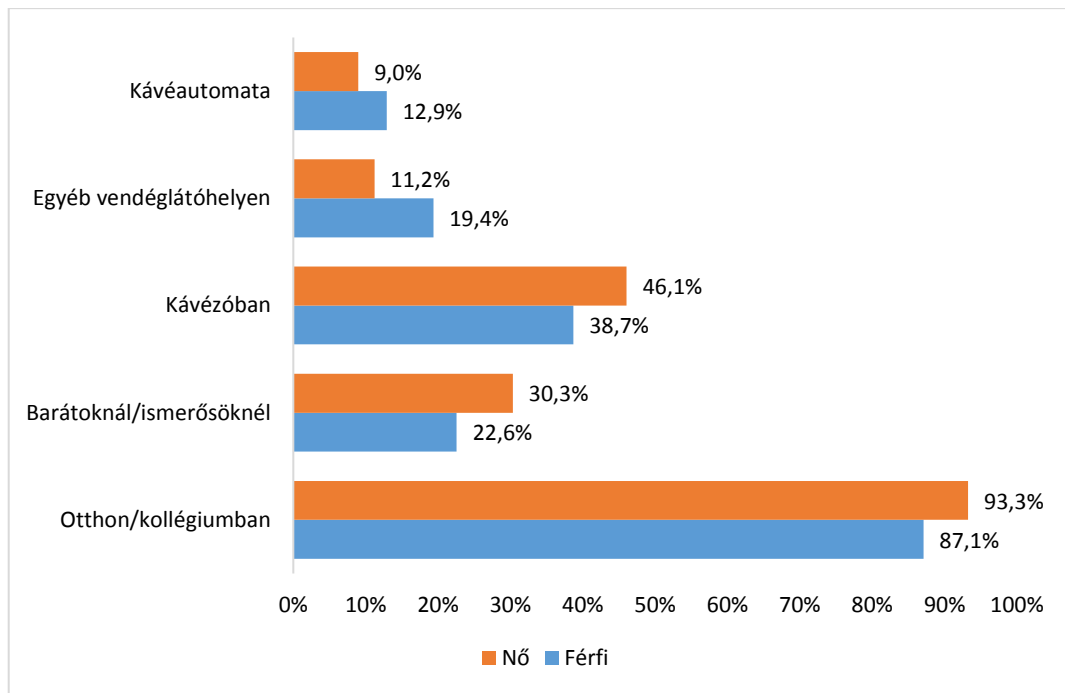


**7. ábra:** A különböző kávéitalok kedveltsége nemek szerint (%)

Forrás: saját kutatás

#### 5.3.4. A kávé fogyasztásának helyszíne és motivációi

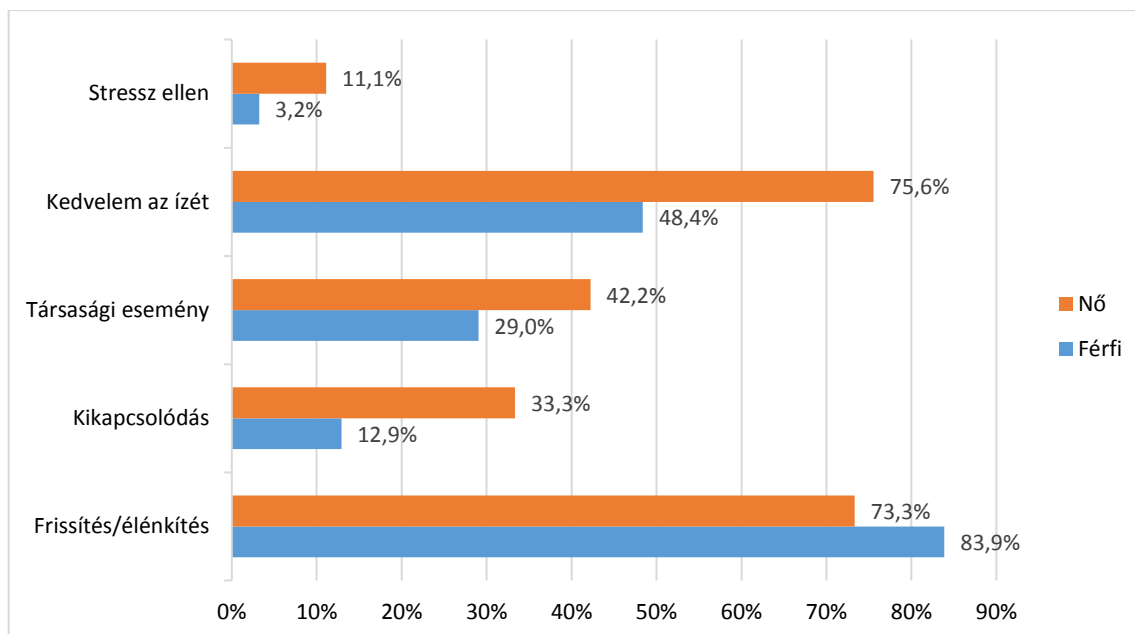
A 7. kérdés vonatkozott a kávé fogyasztásának helyszínére (8. ábra). A kérdéshez több válasz is jelölhető volt. A megkérdezettek döntő többsége, a férfiak 87%-a, a nők 93%-a otthon illetve kollégiumban fogyasztja leggyakrabban a kávékat. Ezenkívül a nők jobban preferálják a barátoknál, ismerősöknél történő kávézást (30% vs. 23%), valamint a kávézókat (46% vs. 39%), míg a férfiak az egyéb vendéglátóhelyeket (19% vs. 11%) és a kávéautomatákat (13% vs. 9%). A változók között a Khí-négyzet próbával nem mutatható ki szignifikáns kapcsolat.



**8. ábra:** A kávéfogyasztás helyszíne nemek szerint (%)

Forrás: saját kutatás

A kérdőív 8. kérdése a kávéivás néhány motivációjára vonatkozott, ahol szintén több válasz megadása volt lehetséges. A kávézás legfőbb indoka a frissítés/élnkítés volt a válaszadók szerint (a válaszadók 76%-a jelölte meg ezt a lehetőséget), a második helyen a „kedvelem az ízét” állítás szerepelt (68,8%). A megkérdezettek közel 40%-a tekinti a kávézást mintegy társasági, pontosabban közösségi eseménynek, amely lehetőséget nyújt egy-egy baráti beszélgetésre vagy közös kikapcsolódásra is. A férfiak valamivel nagyobb arányban (84%) nevezték meg a frissítés/élnkítést a kávéfogyasztás okaként, mint a nők (73%). A nőknél sokkal inkább jellemző a kikapcsolódás és a társasági élmény, de a kedvelt ízhatás is mint indok (9. ábra). A „Kikapcsolódás” és a „Kedvelem az ízét” választása szignifikánsan ( $\text{sig}=0,029$  ill.  $0,005$ ) különbözik a két nem esetében, de a kapcsolat mind két esetben gyenge (Cramer's  $V=0,198$  ill.  $0,256$ ).



9. ábra: A kávéfogyasztás motivációi nemek szerint (%)

Forrás: saját kutatás

### 5.3.5. A kávéfogyasztás összefüggései korcsoportok és képzési típus szerint

A nem szerinti összefüggéseket a fenti alfejezetekben több helyen is ismertettem, a következőkben egyéb feltárt eredményeket mutatok be.

A kávé elkészítési módjára vonatkozóan a legnépszerűbb főzött kávé az egyes korcsoportokban rendre, 78,8%, 63,6%, 84,2% választotta, míg az instant kávé inkább népszerű a 25-30 év közöttiek között (18,2% vs. 7,5% és 10,5%). Úgy tűnik, hogy a legidősebbek inkább elkötelezettek a főzött kávé mellett, ugyanakkor sem dobozos, sem kávéautomatában készült kávé nem fogyasztanak (8. táblázat).

8. táblázat: A fogyasztott kávé típusa korcsoportok szerint a vizsgált mintában (%)

		Életkora (2023-ban betöltött életkor)			Összesen n
		18-24 év	25-30 év	31 év fölött	
Milyen elkészítésű kávét iszik leggyakrabban?	Főzött kávé	78,8%	63,6%	84,2%	76,9%
	3 in 1 tasakos kávé	5,0%	4,5%	5,3%	5,0%
	Instant kávé ("neszkávé")	7,5%	18,2%	10,5%	9,9%
	Dobozos tejeskávé/jegeskávé ital	7,5%	9,1%	0,0%	6,6%
	Kávéautomatában készült kávé	1,3%	4,5%	0,0%	1,7%
Összesen		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Forrás: saját kutatás

A főtt kávé elkészítéséhez minden korcsoportban leggyakrabban eszpresszó kávégépet használnak a megkérdezettek, rendre 46%, 32% és 53%, tehát a legidősebbek ezt a módot inkább előnyben részesítik. A hagyományos kotyogós használata a 25-30 közötti korosztálynál a legjellemzőbb (27% vs. 19% ill. 21%), míg a kapszulás kávéfőző a legfiatalabbaknál (26% vs. 23% ill. 21%). Statisztikailag szignifikáns kapcsolat azonban sem a kávé elkészítési módja, sem az arra használt eszköz esetében nem mutatható ki az életkori kategóriákkal.

A kávéfogyasztás módja esetében azonban életkorok szerint is szignifikáns különbségek mutathatók ki a Khí-négyzet próba alapján ( $\text{sig}=0,017$ ), a kapcsolat gyenge (Cramers'  $V=0,299$ ). A legnagyobb különbség a legfiatalabb, 24 év alatti korosztály és az ennél idősebbek között mutatkozik. A legfiatalabbaknak csak 9%-a issza feketén a kávé, míg 91%-uk valamilyen tejes változatban. Az idősebbeknél a feketén fogyasztók aránya jóval magasabb, 36% ill. 26%, míg a tejes változatokat választók aránya csak 64% ill. 74%.

Ezzel összhangban, az eszpresszót a legfiatalabbak választották legkisebb arányban (21,3% vs. 45,5% ill. 42,1%), miközben a tejeskávét/lattét ők választották legnagyobb arányban (71,3% vs. 54,5% ill. 31,6%). Az is látszik, hogy a tejeskávét/latte népszerűsége a kor előre haladtával csökken, ugyanakkor a cappuccino minden korosztályban egyaránt kedvelt, a válaszadók több mint a vele szívesen fogyasztja (9. táblázat). Az eszpresszó és latte esetében a változók között szignifikáns, gyenge kapcsolat van (Khí-négyzet  $\text{sig}=0,033$  ill. 0,004; Cramer's  $V=0,237$  ill. 0,300).

**9. táblázat:** A különböző kávéitalok kedveltsége életkor szerint (%)

Típus	18-24 év	25-30 év	31 év fölött	Összesen
Eszpresszó	21,3%	45,5%	42,1%	28,9%
Cappuccino	55,0%	50,0%	52,6%	53,7%
Hosszú kávé / Americano	20,0%	13,6%	10,5%	17,4%
Tejeskávét / Latte	71,3%	54,5%	31,6%	62,0%

Forrás: saját kutatás

A kávéfogyasztás helyszíne szerint a döntő többség minden korcsoportban otthon/kollégiumban iszik kávé, összességében a megkérdezettek közel 92%-ára jellemző ez (10. táblázat). Minél fiatalabb valaki annál inkább fordul elő, hogy barátoknál, ismerősöknél kávézik, rendre a válaszadók 30,4%, 27,3% ill. 21,1%-a adott erre pozitív választ. A kávézók mindhárom korcsoportban hasonló arányt képviselnek (45,6%, 36,4% ill. 47,4%), az egyéb vendéglátóhelyeket azonban az idősebbek preferálják inkább, minél idősebb valaki annál inkább fogyaszt kávé ilyen formában (rendre 8,9%, 18,2%, 26%). A

kávéautomata a 25-30 éveseknél jellemző leginkább (27,3%), míg a 31 fölötti korosztályban egyetlen pozitív válasz sem érkezett erre a kávézási formára. Ez utóbbi esetben a változók közötti gyenge (Cramers'V=0,287), szignifikáns (sig=0,007) kapcsolat van.

**10. táblázat:** A kávéfogyasztás helyszíne életkor szerint (%)

Helyszín	18-24 év	25-30 év	31 év fölött	Összesen
Otthon/kollégiumban	92,4%	90,9%	89,5%	91,7%
Barátoknál/ismerősöknél	30,4%	27,3%	21,1%	28,3%
Kávézóban	45,6%	36,4%	47,4%	44,2%
Egyéb vendéglátóhelyen	8,9%	18,2%	26,3%	13,3%
Kávéautomata	7,6%	27,3%	0,0%	10,0%

Forrás: saját kutatás

A képzési szint szerint vizsgálva (11. táblázat), az eszpresszó kávé a mesterszakosok és PhD hallgatók fogyasztanak legnagyobb arányban szívesen (56,3% és 42,9%-uk vs. a többiek 20%-33,3%-ával), tejeskávé/lattét pedig a FOSZK-osok (83,3%). Mindkét esetben szignifikáns kapcsolat van a változók között (Khí-négyzet próba sig=0,038 ill. 0,037, Cramers'V=0,290 ill. 0,291). A cappuccino fogyasztásában itt sincsenek érdemi különbségek az egyes kategóriák között, mindegyikben hasonlóan kedvelt kávézási forma, az igen válaszok 44,4%-57,1% között alakulnak. Kávézóban is elsősorban a mesterszakosok és PhD hallgatók fordulnak meg, 56% ill 57%-os igen válasszal, míg a többiek esetében 33%-44% közötti az ezt választók aránya.

**11. táblázat:** A különböző kávéitalok kedveltsége képzési szint szerint (%)

Milyen típusú kávéitalt fogyaszt legszívesebben?	Milyen szintű képzésen vesz részt?					Összesen
	FOSZK	Alapszak	Mesterszak	Egyéb szakirányú képzés	Phd hallgató	
Eszpresszó	33,3%	20,0%	56,3%	22,2%	42,9%	28,9%
Cappuccino	50,0%	54,3%	56,3%	44,4%	57,1%	53,7%
Hosszú kávé / Americano	25,0%	17,1%	25,0%	22,2%	0,0%	17,4%
Tejeskávé/Latte	83,3%	67,1%	56,3%	22,2%	50,0%	62,0%

Forrás: saját kutatás

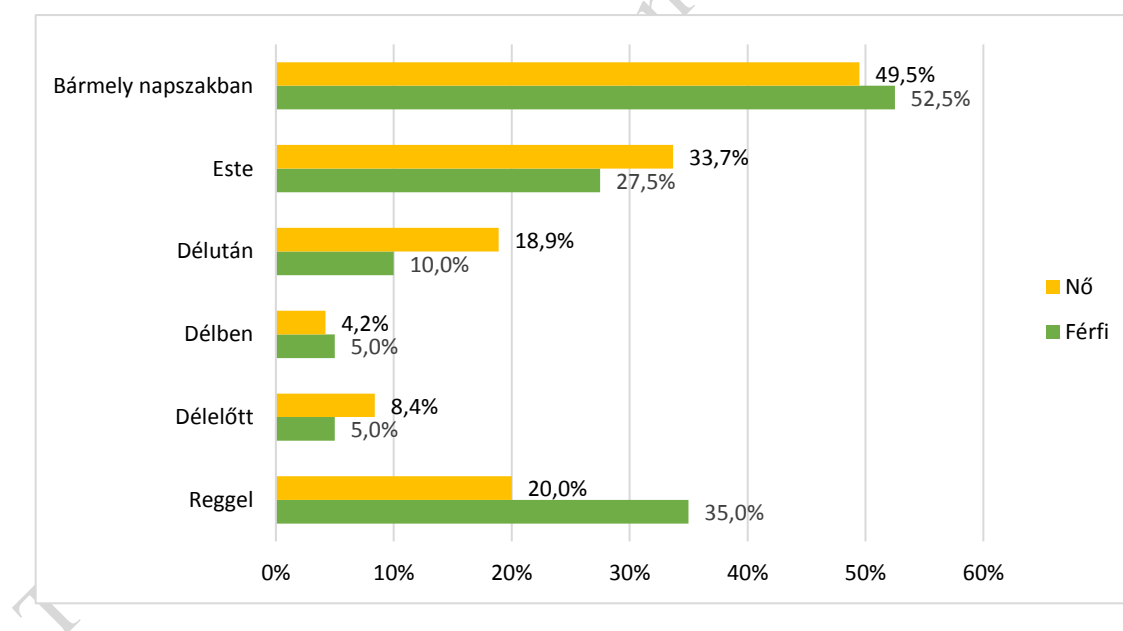
## 5.4. A teafogyasztás jellemzői a vizsgált mintában

A kávéfogyasztással összevetve a tea fogyasztása sokkal kevésbé népszerű, a megkérdezettek valamivel több, mint a fele (53%) csak alkalmászerűen fogyaszt teát, napi szinten a nők negyede, a férfiak 39%-a teázik, ugyanakkor a válaszadók mindössze 1 %-a nyilatkozott úgy, hogy sohasem iszik teát. A teafogyasztás esetében nincs szignifikáns különbség a nemek között.

### 5.4.1. A teafogyasztás időpontja

A teafogyasztás jellemzőinek vizsgálatakor a releváns minta elemszáma  $n=135$  lett, hiszen 2 fő nyilatkozott úgy, hogy nem fogyaszt teát. A kérdőív 11. kérdése a fogyasztás időpontjára vonatkozott, a válaszadók több választ is megjelölhettek.

A megkérdezettek több mint fele jelölte meg a napszakhoz nem köthető teázást, ami összhangban van Berke és Jakusovszki (2005) megállapításaival, de mindemellett az esti teázás (43 említés) és a reggeli teázás (33 említés) is gyakori volt a vizsgált csoportban. A délutáni teázást mindössze 22 fő említette, míg a délelőtti és déli teáivásnak nem volt jelentős számú említése. A fogyasztás időpontja nemek szerinti megoszlását mutatja be a 10. ábra.



10. ábra: Teafogyasztási szokások a fogyasztás időpontja és nem szerint (%)

Forrás: saját kutatás

### 5.4.2. A tea elkészítési módja

A várakozásoknak megfelelően a filteres tea lett a leggyakrabban készített tea, a válaszadók 81,5%-a ezt a típust kedveli legjobban, ahogy ezt az irodalmi áttekintésben ismertetett szakirodalmi források is említik. A filteres tea elkészítése valóban egyszerű és

gyors, filteres formában többféle teatípus is elérhető (fekete tea, zöld tea és ezek ízesített változatai, gyümölcs és gyógynövény teák, kereskedelmi és prémium minőségben egyaránt. A válaszadók 12,6%-a saját szűrésű teát fogyaszt, ennek eszköze lehet papír filter, hagyományos teaszűrő, úszó teaszűrő, stb, amelyet akár a szálal, akár a tört levelű, akár a szárított gyümölcsdarabkákat tartalmazó valódi gyümölcssteákhoz is egyaránt lehet használni. Ezek a teatípusok magasabb minőséget képviselnek. A különböző teakészítmények (pl. jeges tea) tulajdonképpen az üdítőitalok helyett fogyasztanak, jellemzően csak nevében teák, fogyasztásukat kis létszámú válaszadó adta meg (5,2%), ugyanúgy, mint az instant teát (0,7%).

#### 5.4.3. A tea ízesítése és a teaitalok típusai

A 13. kérdés vonatkozott a tea ízesítésére, ahol csak egy válasz volt jelölhető. A teát jóval többen isszák ízesítés nélkül, a megkérdezettek 20%-ára ez a jellemző. 36% édesítve (cukorral, édesítőszerrel vagy mézzel), 44% citrommal (ebből 37% édesítve is) ízesítve fogyasztja, és a kávéval ellentétben a megkérdezettek közül senki sem fogyasztja tejjel vagy tejszínnel (12. táblázat). A két nem válaszai között nincsen szignifikáns különbség.

**12. táblázat:** A fogyasztott tea ízesítése nemek szerint a vizsgált mintában (%)

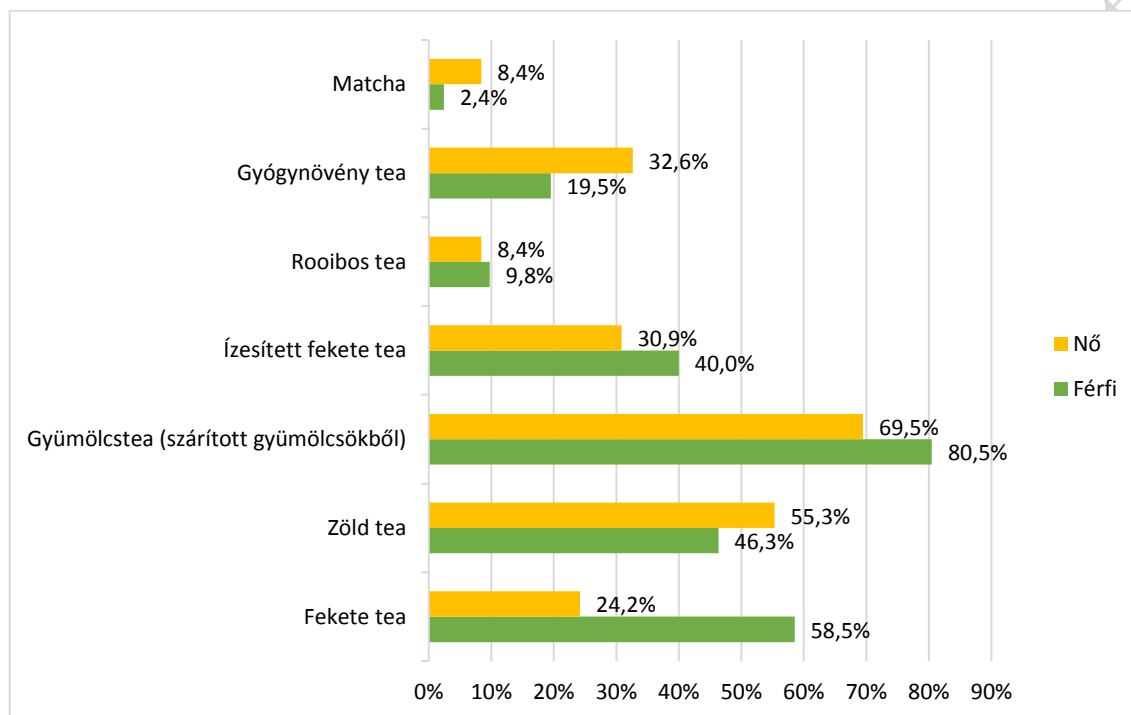
		Neme		Összesen
		Férfi	Nő	
Hogyan issza leggyakrabban a teát?	Ízesítés nélkül	17,5%	20,0%	19,3%
	Cukorral édesítve	27,5%	12,6%	17,0%
	Édesítőszerrel édesítve	5,0%	2,1%	3,0%
	Mézzel édesítve	12,5%	17,9%	16,3%
	Citrommal, édesítés nélkül	2,5%	10,5%	8,1%
	Citrommal, édesítve	35,0%	36,8%	36,3%
Összesen		100,0%	100,0%	100,0%

Forrás: saját kutatás

A 13. kérdés a fogyasztott teaital típusára vonatkozott, ahol több válasz is jelölhető volt. Általánosságban elmondható, hogy a gyümölcsstea a legkedveltebb a megkérdezettek között, közel a válaszadók közel háromnegyede jelölte meg ezt az italt. A 2. legkedveltebb a zöld tea (52%), a 3. helyen szerepel a fekete tea (közel 35%), alig lemaradva tőle az ízesített fekete teák (33%). Az 5. helyen a gyógynövény teákat jelölték a megkérdezettek (29%). A matcha és a rooibos is említésre került, a yerba maté-t csak 1 fő említette. Az egyéb



válaszokhoz is kevés kiegészítés érkezett, mindössze a fehér tea és a gyömbér tea került említésre 1-1 fő által. A férfiak a nőkkel szemben inkább előnyben részesítik a fekete (59% vs. 24%) illetve az ízesített fekete (40% vs. 31%) teát és a gyümölcs teát is (81% vs. 70%). A zöld tea (46% vs. 55%) és a gyógynövény tea (20% vs. 33%) valamivel népszerűbb a nőknél, míg a rooibos tea egyik nemnél sem túl népszerű (10% vs. 8%) (11. ábra). A fekete tea esetében szignifikáns gyenge kapcsolat van a változók között (KHI-négyzet sig=0,000, Cramers'V=0,331).



**11. ábra:** A különböző teaital típusok kedveltsége nemek szerint (%)

Forrás: saját kutatás

#### 5.4.4. A tea fogyasztásának helyszíne és motivációi

A kérdőív 14. kérdése vonatkozott a tea fogyasztásának helyszínére. A kérdéshez több válasz is jelölhető volt. A tea esetében is elsősorban az otthon elfogyasztott ital a jellemző, a megkérdezettek 96%-a választotta ezt, és a kávézással összehasonlítva sokkal kevésbé jellemző a teázóban, illetve egyéb vendéglátóhelyen elfogyasztott ital. A teafogyasztásnál is inkább jellemző a nőkre (22%) a barátokkal, ismerősökkel való teázás, míg ez a férfiaknál csak 13% volt.

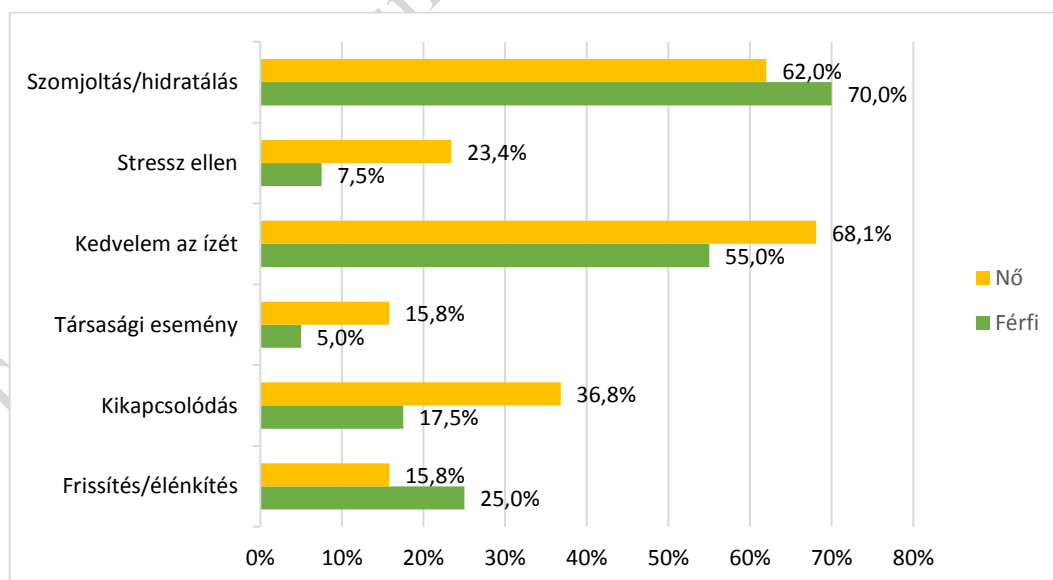
A kérdőív 15. kérdése vonatkozott a teafogyasztás motivációira, ahol több válasz is jelölhető volt. Míg a kávé esetében sokkal inkább szerepet kapott a frissítés, élénkítés, a tea esetében ez mindössze 18,5% számára szempont (13. táblázat).

**13. táblázat:** A fogyasztott tea ízesítése nemek szerint a vizsgált mintában (%)

Fogyasztás motivációja	Kávé	Tea
Frissítés/élénkítés	76,0%	18,5%
Kikapcsolódás	28,1%	31,1%
Társasági esemény	38,8%	12,6%
Kedvelem az ízét	68,6%	64,2%
Stressz ellen	9,1%	18,7%
Szomjoltás/hidratálás	---	64,4%

Forrás: saját kutatás

A „kedvelem az ízét” és a kikapcsolódás a teánál is hasonlóan fontos, és mindkettő szintén elsősorban a nők számára. A nők 68% ill. 37%-a, a férfiak 55 ill. 18%-a nyilatkozott így. A kikapcsolódás esetében ez a kapcsolat szignifikáns (KHI-négyzet sig=0,027, Cramer’sV=0,191). Összevetve a kávéfogyasztással érdekes különbség, hogy a tea esetében a társasági esemény kevésbé fontos szempontja a fogyasztásnak, és itt is elég jelentős különbség van a férfiak (5%) és nők (16%) válaszai között. Stressz ellen inkább teát fogyasztanak a megkérdezettek, és főleg a nők, 23%-uk választotta ezt, míg a férfiaknak mindössze 8%-a. E változóra is szignifikáns hatása van annak, hogy valaki férfi vagy nő (KHI-négyzet sig=0,031, Cramer’sV=0,187). A tea esetében választható szempont volt a szomjoltás/hidratálás is, ezt a férfiak 70%-a, a nők 62%-a választotta, a „kedvelem az ízét” mellett ez a mutatkozik a teafogyasztás két legmeghatározóbb szempontjának (12. ábra).



**12. ábra:** A teafogyasztás motivációi nemek szerint (%)

Forrás: saját kutatás

## 6. ÖSSZEFOGLALÁS

Szakedolgozatom célja egy adott csoport – jelen esetben az egyetemi hallgatók – kávé- és teafogyasztásainak felmérése volt. Témaválasztásom egyik indoka az volt, hogy ebben a témakörben viszonylag kevés tudományos igényű és nyilvánosan elérhető publikáció vagy jelentés készült, amelyek pedig elérhetőek voltak, azok 2010 előtt készültek. Az egyetemista korosztályt személyes kötődésem miatt választottam, hiszen több mint negyedszázados egyetemi oktatói múlttal rendelkezem és jelenleg is oktatok mind az öt vizsgált képzési szinten. Az edukáció így tehát mindennapjaim része. Másodlagos célom ehhez kötődik, hiszen a jelen kutatás – azaz szakedolgozatom – tapasztalatait a Csokoládé-, kávé-, teakészítő mester szakmérnöki képzésen elsajátított ismereteimmel kombinálva szeretném a jövőben oktatóként is felhasználni tudásmegosztásra és/vagy ismeretterjesztésre. Hiszek abban, hogy több információval, ismeretterjesztéssel, más országok, illetve kávé- és teakultúrájának megismerésével, a jelenlegi egyetemisták „magasabb szintre” léphetnek, tudatosabbá válhatnak ezen a téren is.

Szakedolgozatom első lépéseként áttekinttem a magyarországi online repozitóriumokban fellelhető, hazai szerzőségű, a magyarországi tea és kávéfogyasztással foglalkozó gazdasági, marketing és fogyasztói magatartás témájú tudományos műveket, a hazai szerzők által a témában írt angol nyelvű tudományos publikációkat valamint az online elérhetőségű nyilvános jelentéseket, vagy azok szakmai lapokban, online médiában megjelent interpretációit. Nemzetközi adatbázisok segítségével áttekinttem a témakörhöz kapcsolódó fontosabb nemzetközi szakirodalmat, valamint az online elérhető szakmai és ismeretterjesztő médiatartalmakat is.

Az irodalmi források megismerése után fogalmazódott meg az a kutatási rés, amely kutatási kérdéseimet is meghatározta.

Új kutatási eredmények és a jelenlegi helyzet feltárása érdekében primer kutatást végeztem. Online kérdőíves felmérés keretében értem el a célzott csoportot, a kutatás eredményei alapján a kávéfogyasztással kapcsolatosan a következő legfőbb állításokat fogalmaztam meg: a kávé legtöbbször napi 1-2 alkalommal fogyasztják a válaszadók, elsősorban reggel, a másik jellemző fogyasztási időpont a délután. A megkérdezettek leginkább a főzött kávé kedvelik, a leggyakoribb készítő eszközök az eszpresszó kávéfőzőgép, a kapszulás kávéfőző és a hagyományos kotyogós kávéfőző. Elsősorban otthon fogyasztanak kávé, kisebb arányban ugyan, de jellemző a kávézó vagy egyéb vendéglátóhelyi fogyasztás is. Főként tejjel/növényi tejjel/tejszínnel ízesítve fogyasztják a

kávét, amely mellett cukorral vagy egyéb édesítőszerrel édesítve, de édesítés nélkül is kedvelik. A nőknél a tejeskávé/latte, a férfiaknál az eszpresszó a kedvenc ital. A kávéfogyasztás fő motivációja a frissítés és élénkítés valamint az íz kedvelése.

A teafogyasztás jelentősen eltérő képet mutat. Teát az egyetemisták ritkábban, csak alkalomszerűen fogyasztanak, a napi rendszerességű fogyasztás sokkal alacsonyabb. A fogyasztásnak nincs meghatározott időpontja, a nap nem meghatározott szakában fogyasztják a legtöbben, de a reggeli és esti teázás is jellemző. A legkedveltebb a filteres tea, amelynek jelentős hagyományai vannak Magyarországon, egyszerűsége és gyorsasága miatt. Legtöbben citrommal és valamilyen édesítővel (cukor, édesítőszer, méz) fogyasztják a teét, a tejjel ízesített tea fogyasztása egyáltalán nem jellemző. A legkedveltebb, legtöbbször fogyasztott teatípusok a gyümölcstea, a fekete tea és a zöld tea. Teát leginkább a kellemes íze miatt valamint szomjoltás és hidratálás céljából fogyasztják a megkérdezettek.

A válaszokból kitűnt, hogy a kávé-és teafogyasztás szokásai nem túlzottan változtak az elmúlt évtizedben, hiába „nyílt ki” a világ egyre szélesebbre a globális infokommunikációs eszközöknek köszönhetően, a válaszadók válaszai alapján még lehet javítani a megkérdezettek kávé- és teakultúráján, fogyasztási szokásain. Természetesen a szokásokat nem kell megváltoztatni, ez az egyén döntése, de lehet, hogy a témára vonatkozó ismeretek átadásával az egyén igényei, motivációi is változnak. A változás állandóan benne van az életünkben, sokszor az információ hiánya, az ismeretek hiánya gátol minket egy, a jelenleginél jobb, pozitívabb élethelyzet, életstílus elérésétől. A technológiai és infokommunikációs ismereteinket folyamatosan fejlesztjük, miért ne tehetnénk így a teázási és kávézási szokásainkkal is? Ha megismertetjük a hallgatóságot a különböző nemzetek hagyományaival, ez már a fejlődés első lépése, ahol majd az egyén dönt arról, hogy milyen szokást vesz át, mit nem.

Egyetemi oktatóként úgy érzem, hogy a jelen képzés során megszerzett ismereteimet – elsősorban a fogyasztási szokásokról, a különböző elkészítési módokról – érdemes átadnom az általam oktatottaknak akár rövid képzés, akár egy-egy kurzus részeként. Kutatóként pedig a most megkezdett kutatást szeretném tovább szélesíteni, a kérdőívet bővíteni, hogy a most bemutatott eredményeket még több szempont szerint lehessen vizsgálni, még mélyebb összefüggéseket feltárni.

## 7. SZAKIRODALMI HIVATKOZÁSOK

1. Agrofórum (2021): Oroszország a világ második legnagyobb teaimportőre <https://agroforum.hu/agrarhirek/életmod/oroszország-a-vilag-masodik-legnagyobb-teaimportore/> [hozzáférés: 2023. március 18.]
2. Ágoston Cs. (2018): A koffeinfogyasztás használati jellemzői és pszichológiai vonatkozásai. Doktori (PhD) értekezés. ELTE PPK Pszichológiai Doktori Iskola
3. Ágoston, C., Urbán, R., Király, O., Griffith, M. D., Rogers, P. J., Demetrovics, Zs. (2018): Why Do You Drink Caffeine? The Development of the Motives for Caffeine Consumption Questionnaire (MCCQ) and Its Relationship with Gender, Age and the Types of Caffeinated Beverages. *International Journal of Mental Health Addiction* 16, 981–999. <https://doi.org/10.1007/s11469-017-9822-3>
4. Bacsí, Z., Fekete-Farkas, M., Ma'ruf, M.I. (2023): A Graph-Based Network Analysis of Global Coffee Trade—The Impact of COVID-19 on Trade Relations in 2020. *Sustainability* 15, 3289. <https://doi.org/10.3390/su15043289>
5. Bacsí, Zs., Fekete-Farkas, M., Ma'ruf, M. I. (2022): Coffee Yield Stability as a Factor of Food Security. *Foods* 11 (19), 3036. <https://doi.org/10.3390/foods11193036>
6. Berke, Sz., Jakusovszki D. (2005): A tea, mint funkcionális élelmiszer: táplálkozási előnyök és fogyasztói magatartás. *Élelmiszer Táplálkozás és Marketing* 2 (1-2), pp. 45-54.
7. Biró, B., Koren, D., Lichthammer, A., Veresné Bálint, M., Gere, A., Kókai, Z. (2022): A feniltiokarbamid érzékenység összefüggései a testösszetétellel, valamint a kávé- és teafogyasztással. *Élelmiszervizsgálati Közlemények* 68 (2) pp. 3844-3854.
8. Bornemisza, Á., Csövári, M., Varga, B. (2020): Középiskolai koffeinfogyasztási szokások *Egészségfejlesztés* 61 (4). pp. 4-16.
9. CBI (s.d.1): What is the demand for coffee on the European market? <https://www.cbi.eu/market-information/coffee/what-demand#which-market-segments-in-the-european-market-have-most-potential-for-suppliers-in-developing-countries> [hozzáférés: 2023. március 18.]
10. CBI (s.d.2): CBI Product Factsheet: Tea in Poland. [https://www.cbi.eu/sites/default/files/market-information/cbi\\_2016\\_-\\_tea\\_-\\_pfs\\_pl\\_-\\_final\\_draft.pdf](https://www.cbi.eu/sites/default/files/market-information/cbi_2016_-_tea_-_pfs_pl_-_final_draft.pdf) [hozzáférés: 2023. március 18.]
11. CBI (2017): Which trends offer opportunities on the European tea market? <https://www.cbi.eu/market-information/tea/trends> [hozzáférés: 2023. március 18.]
12. Coca-Cola HBC (2021): <https://hu.coca-colahellenic.com/hu/média/hirek/vallalat/2021/kavezunk--hogy-felebredjünk---kavezunk--hogy-ebren-maradjunk> [hozzáférés: 2023. március 18.]

13. coca-cola.hu (2021): <https://www.coca-cola.hu/rolunk/hirek/havi-3000-forintot-koltenek-otthoni-kavezasra-a-magyarok> [hozzáférés: 2023. március 18.]
14. coffeeabout.com (s.d.): <https://coffeeabout.com/coffee-consumption-by-country/> [hozzáférés: 2023. március 18.]
15. Czarniecka-Skubina, E., Pielak, M., Sałek, P., Korzeniowska-Ginter, R., Owczarek, T. (2021): Consumer Choices and Habits Related to Coffee Consumption by Poles. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 18, 3948. <https://doi.org/10.3390/ijerph18083948>
16. Czarniecka-Skubina, E., Korzeniowska-Ginter, R., Pielak, M., Sałek, P., Owczarek, T., Kozak, A. (2022): Consumer Choices and Habits Related to Tea Consumption by Poles. *Foods* 11, 2873. <https://doi.org/10.3390/foods11182873>
17. EFSA NDA Panel (EFSA Panel on Dietetic Products, Nutrition and Allergies), 2015. Scientific Opinion on the safety of caffeine. *EFSA Journal* 2015; 13 (5):4102. <https://doi.org/10.2903/j.efsa.2015.4102>
18. FAO (2022): International tea market: market situation, prospects and emerging issues. <https://www.fao.org/3/cc0238en/cc0238en.pdf> [hozzáférés: 2023. március 18.]
19. Fehér A. (2015): Mindennapi függőségeink – Koffein. Diplomadolgozat. Miskolci Egyetem Egészségtudományi Kar.
20. Fekete K. (2011). A koffeinről. *Egészségfejlesztés*, 52(4), 32-35.o.
21. Géci, A., Nagyová, L., Mokry, S., Rybanská, J. (2019). Investigation of consumer behaviour at selected market commodity. *Potravinarstvo Slovak Journal of Food Sciences*. 13(1) pp. 925-932. <https://doi.org/10.5219/1230>
22. Gois, T., Thomé, K., Balogh, J. (2022). Behind a cup of coffee: international market structure and competitiveness. *Competitiveness Review: An International Business Journal*. <https://doi.org/10.1108/CR-10-2021-0141>
23. Grabs, J. (2020). Assessing the institutionalization of private sustainability governance in a changing coffee sector. *Regulation and Governance*, 14(2), 362–387. <https://doi.org/10.1111/REGO.12212>
24. Grabs, J., Ponte, S. (2019). The evolution of power in the global coffee value chain and production network. *Journal of Economic Geography*, 19(4), 803–828. <https://doi.org/10.1093/JEG/LBZ008>
25. ICO - International Coffee Organization (2022): Coffee Market Report. July 2022. <https://www.ico.org/documents/cy2021-22/cmr-0722-e.pdf> [hozzáférés: 2023. március 18.]
26. KSH - Központi Statisztikai Hivatal (s.d.). A rendelkezésre álló égetett szeszes italok, kávé, tea, dohány mennyisége. [https://www.ksh.hu/stadat\\_files/mez/hu/mez0060.html](https://www.ksh.hu/stadat_files/mez/hu/mez0060.html) [hozzáférés: 2023. március 18.]

27. Letenyei K. (2006): az integrált marketingkommunikáció szerepe a kávéfogyasztók magatartásában. Doktori (PhD) disszertáció, Szent István Egyetem, Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Gödöllő.
28. Letenyei, K., Papp, J. (2005a): A magyar kávéfogyasztási szokások változásai. *Marketing és Menedzsment* 39 (1) pp. 25-33.
29. Letenyei, K., Papp, J. (2005b): A kávé, mint termék, a kávézás, mint szolgáltatás jellemző jegyei, versenyterei. *Marketing és Menedzsment* 39 (2) pp. 49-58.
30. Letenyei, K., Papp, J. (2005c): Kávemárkák építése a kommunikációs eszközök segítségével. *Marketing és Menedzsment* 39 (3) pp. 45-51.
31. Lugasi, A., Bakacs, M., Martos, É. (2015). Caffeine intake in Hungary – A population based estimation. *Acta Alimentaria*, 44(2), 242-250. <https://doi.org/10.1556/066.2015.44.0001>
32. NAK (Nemzeti Agrárkamara) (2018): <https://www.nak.hu/szakmai-infok/agazati-hirek/elelmiszeripar/152-szesz-bor-soripar/95787-a-teat-leginkabb-telen-szeretjuk> [hozzáférés: 2023. március 18.]
33. Nieber K. (2017): The Impact of Coffee on Health. *Planta Medica*, 83(16):1256-1263. DOI: 10.1055/s-0043-115007
34. Nugroho, A. D., Lakner, Z. (2022): Effect of Globalization on Coffee Exports in Producing Countries: A Dynamic Panel Data Analysis. *Journal of Asian Finance Economics and Business* 9 (4) pp. 419-429. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no4.0419>
35. Oláh, B., Mihály-Karnai, L. (2021a): A kávéfogyasztási szokások vizsgálata. *Táplálkozásmarketing* 8 (1) pp. 59-70. <https://doi.org/10.20494/TM/8/1/5>
36. Oláh, B., Mihály-Karnai, L. (2021b): A kávéfogyasztási szokások vizsgálata a magyar lakosság körében. *Gazdálkodástudományi Közlemények* IX. évf. 1. sz. pp. 41-46.
37. Pancsira, J. (2022). International Coffee Trade: a literature review. *Journal of Agricultural Informatics*, 13(1). <https://doi.org/10.17700/jai.2022.13.1.654>
38. Pancsira, J., Lengyel, P. (2020). A nemzetközi kávékereskedelem hálózatának vizsgálata. *International Journal of Engineering and Management Sciences*. <https://doi.org/10.21791/ijems.2020.1.33>
39. Peták Zs., Csupor D. (2015): Gyógytea-fogyasztási szokások napjainkban - egy felmérés tapasztalatai. *Gyógyszerészet*, 59 (4). pp. 207-212.
40. Reha, T., Benedek, A., Lelovics, Zs. (2012): Kávéfogyasztási szokásaink. *Élelmezés* 2012. 3. sz. pp. 36-37.
41. Samoggia, A., Riedel, B. (2018): Coffee consumption and purchasing behavior review: Insights for further research. *Appetite*, 129. pp. 70-81. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.07.002>

42. Somogyi, L. (2017): Nyersanyagismeret és minősítés. Szent István Egyetem, Élelmiszertudományi Kar, Budapest
43. Soós, M., Szente, V., Lelovics, Zs., Szakály, Z. (2010): A koffein és kávéfogyasztási szokások a fiatal felnőttek körében. *Studium & Practicum: Független Gyógyszerészeti Folyóirat* 4 (5) pp. 24-26.
44. Soós, M., Temesi, Á., Szente, V. (2008): A kávéval kapcsolatos táplálkozás-élettani ismeretek vizsgálata a 18-25 évesek körében. *Élelmezési Ipar* 62 (7) pp. 205-210.
45. Statista.com (2020): <https://www.statista.com/statistics/507950/global-per-capita-tea-consumption-by-country/> [hozzáférés: 2023. március 18.]
46. Szeitz-Szabó, M., Bíró, L., Bíró, G., & Sali, J. (2011). Dietary survey in Hungary, 2009. Part I. Macronutrients, alcohol, caffeine, fibre. *Acta Alimentaria*, 40(1), 142–152. <https://doi.org/10.1556/aalim.40.2011.1.16>
47. Taylor, P. L. (2005). In the Market But Not of It: Fair Trade Coffee and Forest Stewardship Council Certification as Market-Based Social Change. *World Development*, 33(1), 129–147. <https://doi.org/10.1016/J.WORLDDEV.2004.07.007>
48. Tseng, H., Wang, Ch-J., Yang, Y-Ch. et al. (2014): Tea-drinking habit among new university students: Associated factors. *Kaohsiung Journal of Medical Sciences* 30, pp. 98-103. <https://doi.org/10.1016/j.kjms.2013.08.004>.
49. Töröcsik, M. (2016): Fogyasztói magatartás. Insight, trendek, vásárlók (Digitális kiadás), Akadémiai Kiadó, Budapest. DOI: 10.1556/9789630597371
50. trademagazin.hu (2023): <https://trademagazin.hu/hu/nespresso-kutatas-rendkivul-nepszeruek-az-izesített-kavek-magyarorszagon/> [hozzáférés: 2023. március 18.]
51. Valkila, J., Haaparanta, P., Niemi, N. (2010). Empowering Coffee Traders? The Coffee Value Chain from Nicaraguan Fair Trade Farmers to Finnish Consumers. *Journal of Business Ethics*, 257–270. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0508-z>
52. vg.hu (2021): <https://www.vg.hu/cegvilag/2021/06/az-ebren-maradas-es-az-elmany-miatt-is-szeretjuk-a-kavet> [hozzáférés: 2023. március 18.]
53. Vieux, F., Maillot, M., Rehm, C. D., Drewnowski, A. (2019): Tea Consumption Patterns in Relation to Diet Quality among Children and Adults in the United States: Analyses of NHANES 2011–2016 Data. *Nutrients* 11 (11), 2635. <https://doi.org/10.3390/nu11112635>
54. Zsoldos, K. (2009): A magyar teakultúra Kutatás a magyar teafogyasztási szokások felmérésére. Diplomadolgozat. Budapesti Gazdasági Főiskola Külkereskedelmi Főiskolai Kar, Budapest



## MELLÉKLET: A kutatás kérdőíve

### EGYETEMISTÁK KÁVÉ- ÉS TEAFOGYASZTÁSI SZOKÁSAI

#### Kedves Kitöltő!

Az alábbi kérdőív kitöltésével a Csokoládé-kávé-teakészítő szakmérnöki képzés keretein belül készülő szakdolgozatomhoz nyújt segítséget.

A kérdőív teljesen anonim és önkéntes, a kitöltés néhány percet vesz igénybe.

Köszönöm, ha válaszaival segíti munkámat!

#### Köszönettel,

Dunay Anna

#### 1. Milyen gyakran fogyaszt koffeintartalmú italt (kávé/tea/cola/energiaital)?

- napi 1-2 alkalommal
- naponta 2-nél többször
- hetente
- alkalomszerűen
- soha

*Kávéfogyasztás gyakorisága*

#### 2. Milyen gyakran iszik kávé?

- napi 1-2 alkalommal
- naponta 2-nél többször
- hetente
- alkalomszerűen
- soha

*Kávéfogyasztói szokások*

#### 3. Jellemzően milyen napszakban fogyaszt kávé? (több válasz is jelölhető)

- Reggel
- Délelőtt
- Délben
- Délután
- Este
- Nincs jellemző időszak, bármely napszakban

#### 4. Milyen elkészítésű kávé iszik leggyakrabban?

- Főzött kávé
- 3 in 1 tasakos kávé
- Instant kávé („neszkávé”)
- Dobozos tejeskávé/jegeskávé ital
- Kávéautomatában készült kávé

#### 5. Ha főzi a kávé, milyen eszközzel készíti leggyakrabban?

- Kotyogós kávéfőző
- Kapszulás kávéfőzőgép
- Filteres kávéfőző
- Eszpresszó kávéfőzőgép
- Dugattyús kávéfőző
- Nem tudom

**6. Hogyan issza leggyakrabban a kávé?**

- Feketén, édesítés nélkül
- Feketén, cukorral
- Feketén, édesítőszerrel
- Tejjel/növényi eredetű tejjel/tejszínnel, édesítés nélkül
- Tejjel/növényi eredetű tejjel/tejszínnel és cukorral
- Tejjel/növényi eredetű tejjel/tejszínnel és édesítőszerrel

**7. Hol issza leggyakrabban a kávé? (több válasz is jelölhető)**

- Otthon/kollégiumban
- Barátoknál/ismerősöknél
- Kávézóban
- Egyéb vendéglátóhelyen
- Kávéautomata

**8. Miért iszik kávé? (több válasz is jelölhető)**

- Frissítés/élénkítés
- Kikapcsolódás
- Társasági esemény
- Kedvelem az ízt
- Stressz ellen

**9. Milyen típusú kávéitalt fogyaszt legszívesebben? (több válasz is jelölhető)**

- Eszpresszó
- Cappuccino
- Hosszú kávé (Americano)
- Tejeskávé/Latte
- Egyéb: .....

*Teafogyasztás gyakorisága*

**10. Milyen gyakran iszik teát?**

- napi 1-2 alkalommal
- naponta 2-nél többször
- hetente
- alkalmyszerűen
- soha

*Teafogyasztói szokások*

**11. Jellemzően milyen napszakban fogyaszt teát? (több válasz is jelölhető)**

- Reggel
- Délelőtt
- Délben
- Délután
- Este
- Nincs jellemző időszak, bármely napszakban

**12. Milyen elkészítésű teát iszik leggyakrabban?**

- Főzött tea (teaszűrővel szűrve)
- Főzött tea (filteres tea)
- Instant tea
- Teakészítmény (pl. jeges tea)

**13. Hogyan issza a teát?**

- Ízesítés nélkül
- Cukorral édesítve
- Édesítőszerrel édesítve
- Mézzel édesítve
- Citrommal, édesítés nélkül
- Citrommal, édesítve
- Tejjel vagy tejszínnel, édesítés nélkül
- Tejjel vagy tejszínnel, édesítve

**14. Hol issza leggyakrabban a teát? (több válasz is jelölhető)**

- Otthon/kollégiumban
- Barátoknál/ismerősöknél
- Teázóban
- Egyéb vendéglátóhelyen

**15. Miért iszik teát? (több válasz is jelölhető)**

- Frissítés/élénkítés
- Szomjoltás/hidratálás
- Kikapcsolódás
- Társasági esemény
- Kedvelem az ízt
- Stressz ellen

**16. Milyen típusú teát fogyaszt legszívesebben? (több válasz is jelölhető)**

- Fekete tea
- Zöld tea
- Gyümölcs tea (szárított gyümölcsökből)
- Ízesített fekete tea (pl. gyümölcsízű, vaníliás aromájú, stb.)
- Rooibos tea
- Maté tea
- Gyógynövény tea
- Matcha
- Egyéb:.....

*Demográfiai kérdések*

**17. Neme:**

- Nő
- Férfi

**18. Életkora**

- 18-24 év
- 25-30 év
- 31 év fölött

**19. Milyen szintű képzésen vesz részt?**

- FOSZK
- Alapszak
- Mesterszak
- Egyéb szakirányú képzés

**20. Milyen tagozatú képzésen vesz részt?**

- nappali
- levelező

## Nyilatkozat a szakdolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

### NYILATKOZAT

#### a szakdolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Törőné Dr. Dunay Anna  
A Hallgató Neptun kódja: KQ40IF  
A dolgozat címe: Egyetemisták kávé- és teafogyasztási szokásai  
A megjelenés éve: 2023  
A konzulens tanszék neve: Gabona és Iparinövény Technológia Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott szakdolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, s az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a Záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemitulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe.

Kelt: Budapest, 2023. év május hó 6. nap



---

Hallgató aláírása

## Konzultációs nyilatkozat

### KONZULTÁCIÓS NYILATKOZAT

Törőné Dr. Dunay Anna (hallgató Neptun azonosítója: KQ40IF) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A szakdolgozatot a záróvizsgán történő védeésre javaslom / nem javaslom.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem.

Kelt: Budapest, 2023 év május hó 7. nap



---

Dr. Kasza Gyula

Belső konzulens