

# AZ EGÉSZSÉGES TÁPLÁLKOZÁS FOGYASZTÓI MEGÍTÉLÉSE – EGY FELTÁRÓ KUTATÁS EREDMÉNYEI



## CONSUMER PERCEPTION OF A HEALTHY NUTRITION – THE RESULTS OF AN EXPLORATORY STUDY



FARKAS, NOÉMI DÓRA  
KISS, MARIETTA



Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézet  
(University of Debrecen, Faculty of Economics and Business, Institute of Marketing and Commerce)  
H-4032 Debrecen, Böszörményi út 138.  
e-mail: farkas.noemi@econ.unideb.hu

**A** Healthy nutrition is becoming increasingly important in the age of endemic non-communicable diseases such as obesity, diabetes, high cholesterol and various cancers. Moreover, due to modern eating habits, more and more people are experiencing food allergies, sensitivity or intolerance to gluten, lactose, milk protein, soy, or egg, just to mention a few. Healthy eating as prevention has become a possible solution for these problems worldwide. Furthermore, an increasing number of people simply want to pay attention to what they consume. The primary objective of this research is to showcase the attitude of consumers in Debrecen (Hungary) towards a healthy nutrition, as well as to explore the factors that influence it. This paper also aims to reveal consumers' views on the degree to which a healthy diet can be achieved in their daily lives. Focus group interview was chosen as the method of primary data collection, in which consumers living in Debrecen, with different behaviors towards health (health preventive and health risk) took part. The acquired results from the two groups clearly reflect how consumers with dissimilar attitudes towards healthy nutrition reach differing opinions on the same issues.

**KULCSSZAVAK:** egészség, egészséges életmód, egészséges táplálkozás, egészségmagatartás, egészségtudatosság

**KEYWORDS:** health, healthy lifestyle, healthy nutrition, health behavior, health consciousness

JEL-KÓDOK (JEL CODES): I12, M31

DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/7/1/4>

## 1. BEVEZETÉS – INTRODUCTION

Az egészséges táplálkozás témaköre napjainkban rendkívül aktuális, hiszen olyan civilizációs betegségek korában élünk, melyek jelentős része szoros összefüggésben áll a táplálkozással. A modernkori étkezési szokások miatt egyre több ember él valamilyen ételallergiával, -érzékenységgel vagy -intoleranciával. Egyfajta pozitív tendenciaként elmondható, hogy egyre nagyobb hangsúlyt kap a prevenció, vagyis

a megelőzés mint egy lehetséges megoldás, emellett egyre többen szeretnék odafigyelni arra, hogy mit fogyasztanak. Korábban problémát jelentett olyan alapanyagokat és élelmiszereket beszerezni, melyek megfelelőek lehetnek az egészségtudatos fogyasztók számára, ám ez ma már egyre több szuper- és hipermarketben, valamint ilyen termékekre specializálódott üzletben lehetséges. Az erre külön figyelmet fordító vendéglátó egységek száma azonban még alacsony. A jelen kutatás legfőbb célkitűzése,

hogy bemutassa a debreceni fogyasztók attitűdjét az egészséges táplálkozással kapcsolatban, feltárni azokat a tényezőket, melyek ezt befolyásolják, valamint véleményüket arról, hogy az egészséges táplálkozás mennyire megvalósítható mindennapjaik során.

## 2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS – LITERATURE REVIEW

Napjaink aktuális trendjei között az egészséges életmód és az egészségtudatosság megatrendnek mondható (TÖRŐCSIK, 2011). Az egészségünk hosszútávú megőrzésének egyik alappillére pedig kétségtelenül az egészséges táplálkozás. Az egészséges táplálkozás témaköre igen szerteágazó és szubjektív megítélésen alapul, így nehéz pontosan és jól definiálni. A táplálkozást tekintve a fogyasztók egyéni preferenciarendszere is igen sokféle, ám egészségmagatartásuk alapján jól elkülöníthető szegmensekre lehet őket bontani.

### 2.1 Az egészséget befolyásoló tényezők – *Factors Influencing Health*

TOMCSÁNYI (2011) szerint az életminőség egyik legmeghatározóbb eleme az egészség. Az egészségi állapot hosszú távú megőrzését számos életmód-tényező befolyásolja. A rendszeres testmozgásnak, a személyi hajszoltság mérséklésének, a környezet tisztán tartásának, és nem utolsósorban a kiegyensúlyozott táplálkozásnak kiemelkedő szerepe van ebben. Az is nyilvánvaló ugyanakkor, hogy napjaink felgyorsult világában nem könnyű fenntartani ezt az ideális állapotot, aminek egyenes következménye az egészségi állapot romlása, és különböző civilizációs betegségek kialakulása (ANTAL, 2007).

HÍDVÉGI et al. (2015) az egészségre különös befolyással bíró tényezőket két nagy csoportra osztották, a külső és a belső tényezőkre. A külső tényezők közül kiemelendő a társadalmi környezet, amibe beletartoznak az élet- és a munkakörülmények, valamint a természeti környezet, amelyben a levegőnek és az éghajlatnak van fontos szerepe. A belső tényezők csoportjába soroljuk az életmódot, a biológiai adottságokat és a környezeti hatásokat is. Az

életmódba minden olyan tevékenység beletartozik, melyet az ember rendszeresen végez. Ilyen tevékenységnek számít többek között a táplálkozás, a munka, a mozgás, a pihenés vagy a szórakozás. A biológiai adottságok alatt az örökletes tényezőket értjük, úgymint a különböző személyiségjegyek, az alkat vagy akár a betegségekre való hajlam. A környezeti tényezők csoportjánál meg kell említeni a társadalmi környezet (család, barátok, munkahely) és a természeti környezet hatásait. PIKÓ (2006) szerint az egészséget meghatározó számos tényező közül leggyakrabban az életmódot, a genetikai tényezőket, a társas közeg hatásait, a külső tényezőket és az egészségügyi ellátás összefüggéseit hangsúlyozzák. Ezek közül is a leghangúlyosabb az életmód 43 százalékkal, ezt követi kis lemaradással a genetikai tényezők (27%) és a környezeti hatások (19%) szerepe, míg az egészségügyi ellátás csupán 11 százalékot képvisel (VARGA-HATOS és KARNER, 2008).

MATARAZZO (1984) az egészségmagatartásnak két jól elkülöníthető megnyilvánulási formáját definiálta. Az első az ún. kockázati vagy egészségrizikó magatartás, amit más néven patogén magatartásnak tekintünk. Ide olyan, az egészségre negatív hatással bíró cselekedetek tartoznak, mint a dohányzás vagy az egészségtelen táplálkozás. Ezt a magatartásformát inkább a tudattalan motivációk, az érzelmek vagy irracionális hiedelmek befolyásolják. A másik az ún. preventív egészségmagatartás, másképpen az immunogén viselkedés. Erre a magatartásformára inkább az aktív és tudatos cselekedetek láncolata jellemző, így ezt, az előzővel ellentétben, inkább tudatos erők határozzák meg.

### 2.2 Az egészséges táplálkozás – *Healthy Nutrition*

A társadalom és az egyén egészségi állapotát az életmód, azon belül pedig a táplálkozás minősége alapvetően meghatározza (SZAKÁLY et al., 2014). Az egészségmegőrzés témakörében a táplálkozási szokásoknak a fogyasztók is kiemelt szerepet tulajdonítanak, az ételek egészségessége az ételmiszerfogyasztás fő trendjei között is lényegessé válik (SZENTE et al., 2006, VOSSEN és REINHORDT, 2002;

KIRIG és RÜTZLER, 2007). Az elmúlt években jellemző tendencia tehát, hogy az élelmiszerek egészségessége iránti fogyasztói igény egyre határozottabban megjelenik, ami főként az adalékanyagok (ízesítő, tartósítószer, mesterséges színezék stb.) elutasításában mutatkozik meg. A fogyasztók szerint az egészséges étel mentes a különböző mesterséges összetevőktől, minden esetben friss, sokféle tápanyagot tartalmaz és emellett könnyen emészthető (KOHLENNÉ PAPP és GYÁNYI, 2017).

Az egészséges étrend részének leginkább a zöldségeket és gyümölcsöket, baromfihúst, halat, teljes kiőrlésű lisztből készült termékeket, a 100%-os rostosleveket és a szénasavmentes ásványvizet tekintik a fogyasztók. A legkevésbé egészségesnek ítélik meg a félkész és készételeket, rágsálnivalókat (pl. chips, ropi, keksz, nápolyi), konzerveket, valamint tömény italokat, a szénasavos üdítőket és az energiatalt. A vélemények megoszlának a gabonapelyhek, a müzlik, a sertésszár, valamint a bor és az alacsonyabb gyümölcstartalmú gyümölcscitalok egészségességének megítélésében (KOHLENNÉ PAPP és GYÁNYI, 2017).

A GfK és a Társi korábbi eredményei alapján a hazai lakosság ötös skálán 3,4-es átlagértéket adott az „Érdeklődöm az egészség, az egészséges élet iránt” állításra, 3,2-es átlaggal értett egyet a „Figyelem az általam vásárolt élelmiszerek összetételét és tápértékét” állítással, és a „Hajlandó vagyok többet fizetni az egészségesnek mondott termékekért” kijelentés 3,0 átlagértéket kapott (BERNÁT, 2012). Ez alapján elmondható, hogy – bár a magyar fogyasztók körében még nem általános, hogy többet áldoznának az egészséges életmód oltárán – az egészséges életmód iránti érdeklődés és információkeresés szintjén átlagosan a közepesnél valamivel pozitívabb képet mutatnak.

A Táplálkozási Ismeretek Kutatás alapján elmondható, hogy a magyarok közel fele (47%) értékeli úgy, hogy inkább egészséges életmódot vagy nagyon egészséges életmódot folytat. Azoknak az aránya, akik egészségtelennek ítélik az életmódjukat, csupán 8%. Az egészséges életmód a legtöbb megkérdezettnek a rendszeres étkezésben, a káros szenvedélyektől való tartózkodásban és a szabad levegőn való könnyű mozgásban nyilvánul meg. Az is kijelenthető, hogy az étkezés szerepét a testmozgásnál

fontosabbnak tekintik (CSERHÁTI, 2017).

Ezzel összhangban SZAKÁLY (2008) szerint az egészségtudatos vásárlók egyre jobban odafigyelnek arra, hogy milyen élelmiszereket fogyasztanak és, hogy milyen funkcionális alkotóelemeket visznek be a szervezetükbe. Olyan termékeket választanak egészségük megőrzése érdekében, amelyek segítségével megelőzhető a különböző civilizációs betegségek kialakulása. SZAKÁLY (2008) egy másik érdekes megállapításaként az mondható el, hogy a hazai fogyasztók (az európaiakhoz hasonlóan) a termék egészségességével szemben inkább az élvezeti értékeket preferálják, és csupán 14 százalékuk vásárolna meg egy egészségesnek mondott élelmiszert, amennyiben annak íze nem felel meg az általuk támasztott elvárásoknak. Megállapítható tehát, hogy a fogyasztók nem hajlandók kompromisszumokat kötni táplálkozás terén, az egészséges ételek és élelmiszerek esetében is elvárják, hogy az egészségükre gyakorolt hatásuk mellett izletesek és finomak legyenek. Emellett sokan nem tudnak és nem is akarnak lemondani a hagyományos ízekről és ételekről, még akkor sem, ha azzal esetleg egészségüket kockáztatják (GfK, 2005-2008).

MALOTA et al. (2019) hazai kutatásában azt vizsgálták, hogy megkérdezettjeik szerint hány százalékát lehet egészségesnek nevezni az általuk elfogyasztott élelmiszereknek. A vásárlók 20 százaléka az általa elfogyasztott élelmiszereknek csupán 0-20 százalékát gondolja egészségesnek, további 26 százalék 21 és 40 százalék közé teszi ezt az arányt. A fogyasztók 29 százaléka szerint 41-60 százalék, 17 százalék szerint 61-80 százalék közé tehető az általuk elfogyasztott egészséges ételek aránya, és mindössze 8 százalék véli úgy, hogy táplálékának 81-100 százaléka egészséges. Ezzel a kérdéssel összefüggésben megvizsgálták a demográfiai különbségeket is, az eredményekből az derült ki, hogy minél nagyobb településen készítenek felmérést, annál inkább jellemző az, hogy nagyobb arányban tartják egészségesnek azokat az élelmiszereket, melyeket elfogyasztanak. Régiók szerint Közép-Magyarországon és Közép-Dunántúlon inkább jellemző, hogy egészségesnek tartják az általuk elfogyasztott ételeket, a Dél-Dunántúlon és a Dél-Alföldön ez már kevésbé jellemző.

A kutatás során rákérdeztek arra is, hogy a fogyasztók számára mit jelent az egészséges étkezés, mi a fontos számukra. Az 1. táblázat foglalja össze a kapott eredményeket, aszerint, hogy melyek azok az ismérvek, melyeket a megkérdezettek legalább egy százaléka említett. A válaszok jelentősebb része főként alapanyagokra, összetevőkre és tápanyagokra vonatkozott. Leginkább a sok zöldséget és gyümölcsöt tartalmazó étrendet tartják egészsé-

gesnek: 14, illetve 9 százalékuk említette ezeket a megkérdezés során. Dietetikai szempontok közül a legfontosabb a zsírszegénység és a cukorszegénység volt. Ezek mellett megjelentek az étrenddel, táplálkozással kapcsolatos általánosabb elképzelések is, amiből leggyakrabban a változatosság, a mértékletesség, valamint a rendszeresség került fel a listára (MALOTA et al., 2019).

## 1. TÁBLÁZAT

TABLE 1

**Az egészséges étkezés ismérvei az említések száma szerint  
(Criteria of Healthy Eating by Number Of Mentions)**

Az egészséges étkezés ismérvei (Criteria of healthy eating)	Az említések száma N=2611 (Number of mentions)	Az említések százaléka N=2611=100% (Percent of mentions)
Tartalmazzon az étrend (sok) zöldséget (Diet including a lot of vegetables)	358	13,7%
Tartalmazzon az étrend (sok) gyümölcsöt (Diet including a lot of fruits)	233	8,9%
Nem túl zsíros/zsírszegény étkezés/zsírmentes (Not too low-fat/fat-free diet)	207	7,9%
Változatos (Varied)	119	4,5%
Cukorszegény (vagy -mentes) étkezés (Low in sugar/sugarfree)	76	2,9%
(Sok) vitamint tartalmaz/vitaminokban gazdag/vitaminsűrű (Contains a lot of vitamins/rich in vitamins)	66	2,5%
Szénhidrátszegény (vagy -mentes) (Low in carbohydrate or carbohydrate free)	63	2,4%
Adalék és tartósítószer kevés (vagy -mentes) (Low level of additives and preservatives/Additive and preservative free)	61	2,4%
Mértékkel eszik mindenből (Eats with moderation)	56	2,1%
Rendszeres (Regular)	45	1,7%
Friss alapanyagok (Fresh ingredients)	37	1,4%
Természetes (Natural)	35	1,3%
Nem hizlal/hizlaló ételek elhagyása (Not fattening/abandoning foods)	35	1,3%
Rostban gazdag étkezés (Meals rich in fibre)	34	1,3%
Vitaminokban gazdag étrend (Meals rich in vitamins)	33	1,3%
Finom/minden, ami finom (Delicious)	30	1,2%
Minőségi és I. osztályú alapanyagok/drága hozzávalók (High quality and 1st class/expensive ingredients)	29	1,1%
Nem túl fűszeres/fűszerszegény ételek fogyasztása (Consumption of low spice meals)	29	1,1%
Egészséges alapanyagok (általában) (Healthy ingredients usually)	26	1,0%

Forrás (Source): Saját szerkesztés MALOTA et al. (2019) alapján (Authors' own compilation based on MALOTA et al., 2019)

KISS et al. (2016a) és KISS et al. (2016b) felméréseiből kiderül, hogy az egészségességet mind a fiatalabb, mind az idősebb korosztály kiemelt fontosságúnak ítéli meg. MALOTA et al. (2019) eredményeihez hasonlóan az egészséges ételmiszer fogalmához a fogyasztók KISS et al. (2016a) kutatása szerint is ugyanazokat a sztereotípiákat (tartósítószer-, adalékanyag-, zsír- és vegyszermentes) kapcsolták, mégpedig korcsoporttól függetlenül, bár a vegyszermentesség megvalósíthatóságával kapcsolatban az idősebbek szkeptikusak. A kor előrehaladtával az élelmiszerek kiválasztásánál megfigyelhető, hogy az ár egyre fontosabb, az érzékszervi tulajdonságok, úgymint íz, frissesség csak ezt követik.

Napjaink fent ismertetett fogyasztói trendjeinek megfelelően a kiskereskedelmi egységekben is egyre több natúr-, bio-, reform- és organikus ételmiszer jelenik meg a polcokon, ami egyrészt a kiskereskedelmi csatornák átalakulásának, másrészt pedig új árucsoportok megjelenésének köszönhető (BRÁVÁ CZ, 2015).

Összefoglalva megállapítható, hogy a hazai lakosság hiedelmei, tudásszintje, valamint attitűdjei az egészséges táplálkozással kapcsolatban rendkívül ellentmondásosak. Az egyik oldalról a passzív hozzáállás jellemző, a másik oldalról viszont már megjelent az igény a változtatásra (SZAKÁLY et al., 2014).

### 3. ANYAG ÉS MÓDSZER – MATERIAL AND METHOD

Jelen kutatás célja volt feltárni a Debrecenben élő fogyasztók attitűdjeit, az azokat befolyásoló tényezőket az egészséges táplálkozás vonatkozásában, valamint az egészséges táplálkozás megvalósíthatóságát. A primer adatgyűjtés során két fókuszcsoportos megkérdezés történt Debrecenben, 2019 decemberében, melyek alapjául a korábbiakban már taglalt egészség-magatartási modell (MATARAZZO, 1984) szolgált. Az egyik csoport az ún. egészségprevenatív (immunogén) magatartásúakból, a másik az egészséggrizikó (patogén) viselkedéssel rendelkező fogyasztókból tevődött össze. A csoportok kialakítása és a szereplők besorolása saját bevallás alapján történt; a minta – a kutatás feltáró jellegéhez igazodva – nem reprezentatív.

Mindkét interjú alkalmával 8-8 fogyasztó került megkérdezésre. Az interjúk során a főbb témakörök az alábbiak voltak: egészséges életmód, azon belül is kiemelten a táplálkozás és a sporttevékenységek; civilizációs betegségek, ételallergiák, -érzékenységek; információszerzés az egészséges táplálkozással kapcsolatban; házon kívüli étkezések; valamint az egészséges(nek vélt) élelmiszerek beszerzése. Az interjúk során elhangzottak vizsgálata kvalitatív tartalomelemzéssel történt.

### 4. EREDMÉNYEK – RESULTS

A fókuszcsoportos interjú két csoportjának álláspontja – nem meglepő módon – sok pontban eltért egymástól. Bevezetesként az interjú egy asszociációs játékkal indult. Mindkét csoportban egy egészséges élelmiszerekből összeállított tányérról kellett nyilatkozniuk a résztvevőknek szabad asszociációval. Az egészséges táplálkozással kapcsolatban az egészségprevenatív magatartásúak egyértelműen arra asszociáltak, hogy ők hogyan táplálkoznak, számukra mi a fontos, és az alábbi fogalmakat, gondolatokat társították a témához: friss, változatos, minőségi, kiemelt figyelem az összetevők tekintetében, teljes értékű, lehetőleg minél kevésbé feldolgozott, naponta többször kevesebbet fogyasztani. Az egészséggrizikó magatartású csoport inkább általánosságban gondolkodott a kérdésről. A csoport tagjai ugyan elismerték, hogy az egészséges táplálkozásnak egyre fontosabb szerepe van, a média hatása is egyre erősödő a témában, de ők azon az állásponton vannak, hogy ezt manapság szinte lehetetlen megvalósítani, ráadásul rendkívül költséges és körülményes.

A következőkben az egészségprevenatív magatartással rendelkező csoport egészséges életmód és táplálkozás melletti elköteleződésének motivációit tártuk fel. A legtöbben saját elhatározásból, önmaguk miatt, testi, lelki jólétük megőrzése miatt döntöttek úgy, hogy életmódot váltanak. Két fő számára egy közeli családtag betegsége jelentette a fordulópontot. Az egészséggrizikó magatartással rendelkező megkérdezettek számára ez a kérdés nem volt releváns, így esetükben a kérdés úgy módosult, hogy a közvetlen környezetükben van-e olyan,



aki egészséges életmódot folytat, és ha igen, tisztában vannak-e azzal, az ő esetükben mi jelentette a motivációt. Hat fő mondta, hogy él a környezetében ilyen személy, és az esetükben a motivációt valamilyen egészségügyi probléma jelentette, vagy a fellendülő egészségipar volt rájuk nagy hatással, és egy vonzóbb, karcsúbb, sportosabb külső az, ami motiválta őket.

A két csoport véleménye megegyezett ab-

ban a tekintetben, hogy mely élelmiszereket/élelmiszercsoportokat vélik egészségesnek: a zöldségeket, a gyümölcsöket, a szárnyas húsokat, a halakat, a tojást, a teljes kiőrlésű gabonából készült termékeket, a rozskenyeret, a zöld teát, a hüvelyeseket, az olívaolajat, illetve a mézet és a zabot (1. ábra).



1. ÁBRA

FIG. 1

**Egészségesnek vélt élelmiszerek (szófelhő)**  
**(Foods Considered Healthy (Word Cloud))**

Forrás (Source): Saját szerkesztés, 2019 (Authors' own compilation)

Megjegyzés (Notes): A szófelhőben szereplő szavak mérete az említés gyakoriságával arányos. (The size of the words in the word cloud is proportional to the number of mentions.)

Az egészségrizikó magatartású fogyasztók esetén nem jellemző, hogy az étkezéseik során bármilyen élelmiszert száműznének az étrendjükből. A másik csoport esetén egész más a helyzet. Többen is kerülnek a cukrot, a búzalisztet, a tejtermékeket, a feldolgozott élelmiszereket (konzerveket, felvágottakat stb.), a cukrozott italokat, illetve a gyorséttermi ételeket. Ez a döntés a legtöbb esetben kizárólag saját preferencia és elképzelés alapján születik meg. A táplálkozási szokások eltérése a két csoportban egészségi problémákkal is összefügg, hiszen az egészségpreventív csoport két tagja szenved laktózintoleranciában, míg a másik csoportban nincsen hasonló, a táplálkozással összefüggő egészségügyi probléma.

A sportolási szokások tekintetében is igen nagy volt a kontraszt a két csoport között. Míg az immunogén csoport minden tagja végez sporttevékenységet, rendszeresen, hetente több alkalommal, addig a patogén csoport tag-

jai vagy egyáltalán nem sportolnak, vagy csak nagyon ritkán, esetenként végeznek valamilyen mozgásformát. A két csoport között hasonlóan éles eltérés van a káros szenvedélyek tekintetében. A rizikó csoport tagjai közül négyen dohányoznak, és esetenként mindenki fogyaszt alkoholt. A másik csoportnál ez a fajta viselkedés nem jellemző.

Abban a tekintetben, hogy honnan jutnak információhoz az egészséges táplálkozással kapcsolatban, mindkét csoport esetén az internet áll az első helyen. Az egészségpreventív magatartású fogyasztók ezen kívül még ismerőseiktől, családtagoktól, valamint szakkikkek-ből és szakkönyvekből is informálódnak. Az egészségrizikó magatartásúak a televíziót és a rádiót jelölték meg másodlagos információforrásként, de többen azt is hozzátették, hogy ha meg is hallgatják a reklámot vagy ajánlást, különös figyelmet nem szentelnek neki.

A következőkben mindkét csoport feladata

az volt, hogy hozzanak fel az egészséges táplálkozással kapcsolatban érveket, legyen az akár pozitív, akár negatív hangvételű. Nem megfelelő módon az egészségprevenatív magatartású megkérdezettek kizárólag olyan pozitív érveket fogalmaztak meg, mint például, hogy fontos az egészségmegőrzésünk szempontjából, vagy biztosítja a testi, lelki jólétet. A másik csoport már nem látja ilyen derűsen a helyzetet, szerintük az egészséges táplálkozás drága és rendkívül körülményes, a beszerzést és az elkészítést is beleértve.

A házon kívüli étkezéseket tekintve elmondható, hogy mindkét csoport tagjai szívesen veszik igénybe különböző vendéglátó egységek szolgáltatásait, legyen az étterem, menza vagy bisztró. Arról is egységes vélemény született, hogy egészséges ételek tekintetében nincs megfelelő kínálat, valamint, hogy a személyzet a legtöbb esetben nem tud kielégítő módon információt szolgáltatni a fogások összetevőiről vagy esetleges allergénanyag-tartalmáról. Az immunogén viselkedésű csoport minden tagja szívesen választja az egészségesebbnek vélt opciót az étlapról, ezzel szemben a patogén fogyasztók ezt a magatartást nem preferálják, a házon kívüli étkezések során kifejezetten a hedonizmusnak hódolnak. Az egészségprevenatív megkérdezettek ismernek olyan vendéglátóhelyet, ahol lehet egészséges fogásokat fogyasztani, és rendszeresen járnak is oda.

A 2. táblázat különböző, az élelmiszervásárlás során megjelenő szempontok fontosságát tartalmazza a két csoport véleménye alapján. Az élelmiszerek beszerzése során az, hogy a termék friss legyen, finom és minőségi, mindkét csoport számára lényeges. A származási hely szintén fontos kritérium mindkét esetben. Az élelmiszerek összetétele az egészségprevenatív fogyasztók számára jelentős kritérium, míg az egészségrizikó magatartású csoport választása során ez egyáltalán nem releváns szempont. Az arra vonatkozóan ez pont fordítva jelenik meg a választás során, tehát a preventív magatartású megkérdezettek hajlandóak magasabb árat is fizetni egy-egy egészséges termékért, a rizikó magatartásúak számára viszont ez a szempont az első helyen áll a vásárlási döntés során, ők kifejezetten árérzékenynek mondhatók. Az adalékanyag-, tartósítószer-, cukormentesség, valamint, hogy az étel zsírszegény legyen, kizárólag az egészségprevenatív magatartást mutató fogyasztók számára releváns szempont. A beszerzési helyek tekintetében mindkét csoport hasonló módon nyilatkozott. Leginkább a piacot, a hiper- és szupermarketeket preferálják élelmiszerek vásárlása esetében. Az egészségprevenatív csoport ezen felül megemlítette a bioboltokat, ahol rendszeresen megfordulnak.

## 2. TÁBLÁZAT

**Az élelmiszer-vásárlás szempontjai  
(Aspects of Food Buying)**

**TABLE 2**

<b>Egészségprevenatív fogyasztók (Health preventive consumers)</b>	<b>Szempont (Aspect)</b>	<b>Egészségrizikó fogyasztók (Health risk consumers)</b>
Fontos (Important)	Frissesség (Freshness)	Fontos (Important)
Fontos (Important)	Minőség (Quality)	Fontos (Important)
Fontos (Important)	Élelmiszerek összetétele (Ingredients of foods)	Nem fontos (Not important)
Nem fontos (Not important)	Ár (Price)	Fontos (Important)
Fontos (Important)	Íz (Taste)	Fontos (Important)
Fontos (Important)	Származási hely (Place of origin)	Fontos (Important)
Fontos (Important)	Adalékanyagmentes (Free from additives)	Nem fontos (Not important)
Fontos (Important)	Tartósítószermentes (Free from preservatives)	Nem fontos (Not important)
Fontos (Important)	Zsírszegény (Low in fat)	Nem fontos (Not important)
Fontos (Important)	Cukormentes/alacsony cukortartalmú (Sugarfree/low in sugar)	Nem fontos (Not important)

Forrás (Source): Saját szerkesztés, 2019 (Authors' own compilation)

A különböző egészségmagatartással rendelkező két csoport fejében ugyanaz a kép él az „egészséges családról”: az átlagostól jobb anyagi körülmények között élnek, magasan iskolázottak, nagyvárosiak, kertés házban laknak,

változatos az étrendjük, rendszeresen végeznek valamilyen sporttevékenységet, akár külön-külön, akár együtt a család is, szűrővizsgálatokra járnak, piacon vásárolnak és tudatosak, motiváltak az élet minden területén (2. ábra).



2. ÁBRA

FIG. 2

### Egy egészséges család (szófelhő) (A Healthy Family (Word Cloud))

Forrás (Source): Saját szerkesztés, 2019 (Authors' own compilation)

Megjegyzés (Notes): A szófelhőben szereplő szavak mérete az említés gyakoriságával arányos. (The size of the words in the word cloud are proportional to the number of mentions.)

## 5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS

### JAVASLATOK – CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

A kutatás eredményei alapján elmondható, hogy az élelmiszerek egészségessége iránti igény napjainkban egyre inkább megjelenik a fogyasztói döntésekben. Ahogy a korábbi kutatásokból kiderül (TÉT PLATFORM EGYESÜLET, 2016, idézi KOHLNÉ PAPP és GYÁNYI, 2017), a fogyasztók elvárják, hogy az egészséges táplálkozás során az étel ne csak a fiziológiai szükségleteket elégítse ki, hanem valamilyen pozitív hatást is gyakoroljon a szervezetre, tartalmazzon sokféle tápanyagot, legyen friss, könnyen emészthető és mentes a mesterséges anyagoktól. Ez a tény jelen primer kutatás során szintén megerősítést nyert, hiszen az egészségpreventív viselkedéssel rendelkező fogyasztók ugyanígy vélekednek. Összességében megállapítható, hogy az egészségtudatos

vásárlók egyre jobban odafigyelnek arra, hogy milyen élelmiszereket fogyasztanak és milyen funkcionális alkotóelemeket visznek be a szervezetükbe. Lehetőség szerint olyan termékeket választanak egészségük megőrzése érdekében, amelyek segítségével megelőzhető a különböző civilizációs betegségek kialakulása.

A fókuszcsoportos interjúk rávilágítottak arra, hogy az eltérő egészségmagatartással rendelkező fogyasztók az egészséges táplálkozással kapcsolatban is lényegesen különböző nézeteket vallanak. Azok a fogyasztók, akik egészségpreventív magatartással rendelkeznek, rendszeresen sportolnak, kerülik az egészségre ártó viselkedésformákat: nem dohányoznak és kerülik az alkoholos italok fogyasztását. Van olyan élelmiszerek/élelmiszer csoportok, melyeket kerülnek az étkezéseik során, illetve szívesen választják az egészségesebb opciót házon kívüli étkezések alkalmával is. Vásárlásaik során kiemelt szempont az élelmiszerek összetétele, az ár azonban kevésbé fontos tényező



számukra, az egészségesebbnek vélt termékért magasabb árat is hajlandók fizetni. Az egészséggrizikó magatartású fogyasztók ezzel szemben nem végeznek rendszeres sporttevékenységet, és jellemző rájuk a káros szenvedélyeknek való hódolás. Házon kívüli étkezéseik során inkább a hedonizmusnak hódolnak, az étel egészségessége elhanyagolható szempont számukra. Az élelmiszerek összetételét vásárlásaikkor nem figyelik, viszont erre a csoportra jellemző az érzékenység.

Jelen kutatás megerősíti a korábbi kutatásokat (például MALOTA et al., 2019) abban a tekintetben, hogy a fogyasztók az egészséges étrendről úgy vélekednek, hogy sok zöldséget és gyümölcsöt tartalmaz, az egészséges élelmiszerek mentesek a tartósítószerektől és különböző adalékanyagoktól, zsírszegények és kevesebb cukrot tartalmaznak, mint hagyományos társaik.

Összhangban BRÁVÁČZ (2015) megállapításával, a fókuszcsoporthoz tartozó interjúkból az is egyértelműen kiderült, hogy a fogyasztói megatrendeknek megfelelően, egyre több natúr-, bio-, reform- és organikus élelmiszer jelenik meg a piacon. A megkérdezettek azonban azt is hozzátették, a számuk nem megfelelő, lenne még igény egészséges élelmiszereket forgalmazó üzletekre.

## ÖSSZEFOGLALÁS – SUMMARY

Jelen kutatás legfőbb célkitűzése az volt, hogy feltárja a debreceni, vagy Debrecenben élő fogyasztók attitűdjeit az egészséges táplálkozással kapcsolatban, illetve az egészséges táplálkozás kivitelezhetőségét mindennapi életükben. A primer adatgyűjtés módszere a fókuszcsoporthoz tartozó interjú volt, két fókuszcsoporthoz tartozó (egészségprevenzív és egészséggrizikó) egészségmagatartással rendelkező, Debrecenben élő fogyasztók vettek részt.

A két csoport eredményei rendkívül jól tükrözik, hogy a különböző egészségmagatartást mutató fogyasztók milyen eltérő véleménnyel rendelkeznek azonos kérdésekben. Az egészségprevenzív csoport tagjai szerint az egészséges táplálkozás nagy szerepet játszik az egészségmegőrzésben és segít fenntartani testi, lelki jólétünket. Ezen csoport tagjairól elmondható,

hogy igen tudatosak, ha az egészségük megőrzéséről van szó. Lehetőség szerint változtatásos étkeznek, különös figyelmet fordítva az élelmiszerek összetételére, minőségére és frissességére, rendszeresen végeznek valamilyen sporttevékenységet és kerülnek az egészségre ártalmas viselkedésformákat. Ezzel szemben az egészséggrizikó magatartású fogyasztók úgy vélik, hogy az egészséges táplálkozás drága és rendkívül körülményes, mind a beszerzést, mind az elkészítést illetően. Emellett – habár elismerik, hogy szerepe egyre inkább felértékelődik és a médiában is egyre nagyobb figyelmet kap – szerintük ezt a fajta táplálkozást manapság szinte lehetetlen kivitelezni.

Jelen kutatás korlátja, hogy feltáró jellegű, ennek megfelelően kismintás fókuszcsoporthoz tartozó vizsgálat történt, amely kvalitatív információkat szolgáltatott. Így az eredmények nem általánosíthatók a teljes sokaságra, viszont jól megalapoznak további jövőbeli kvantitatív vizsgálatokat, melynek során a feltárt összefüggéseket kérdőív segítségével lehet majd számszerűsíteni.

## KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS – ACKNOWLEDGEMENT

A publikáció az Új Nemzeti Kiválóság Program keretében meghirdetett Nemzeti Felsőoktatási Kiválóság Ösztöndíj – Felsőoktatási Doktori Hallgatói, Doktorjelölti Kutatói Ösztöndíj (ÚNKP-19-3) támogatásával valósult meg.

## IRODALOMJEGYZÉK – REFERENCES

- Antal, E.:** Civilizációs betegségek: mit tehetünk ellenük? Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing. 2007. 4 (1) 37–40.
- Bernát, A.:** Hazai egészséggazdaság – avagy jól gazdálkodunk-e az egészségünkkel. 2012. TÁRKI Társadalomkutatási Zrt., Budapest, URL: <http://docplayer.hu/7943151-Hazai-egeszseggazdasag-avagy-jol-gazdalkodunk-e-az-egeszsegunkkel.html> (Letöltés dátuma: 2019.10.13.)

- Brávác, I.:** Az élelmiszerfogyasztói magatartás két dimenziója: az egészség- és a környezettudatosság. PhD-értekezés. Szent István Egyetem, Gödöllő, 2015.
- Cserháti, Z.:** Egészség és életmód. In: A magyar lakosság életmódja: táplálkozás, testmozgás és lélek. Fehér könyv a TÉT Platform Egyesület kutatásainak adatai alapján (Szerk.: Antal, E. – Bánáti, D. – Rurik, I. – Pilling, R. – Novák, K.). TÉT Platform Egyesület, Budapest, 2017. 14–19.
- GfK:** Roper Reports 2005, 2006, 2007, 2008.
- Hídvégi, P. – Kopkáné Plachy, J. – Müller, A.:** Az egészséges életmód. Eszterházy Károly Főiskola Sporttudományi Intézet, Eger, 2015.
- Kirig, A. – Rützler, H.:** Food-styles. Zukunftsinstitute-Studie, Bonn, 2007.
- Kiss, M. – Szakály, Z. – Soós, M. – Kontor, E.:** Az egészségtudatosság megjelenése a magyar lakosság szokásaiban korcsoportonként. A Magyar Táplálkozástudományi Társaság XLI. Vándorgyűlése, Esztergom, 2016a. október 6-8.
- Kiss, V. Á. – Kovács, S. – Szakály, Z.:** A fenntartható fejlődés értékei és az egészségtudatos életstílus elemzése középiskolás diákok körében. Táplálkozásmarketing. 2016b. 3 (2) 41–62. DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/3/2/4>
- Kohlné Papp, I. – Gyányi, D.:** Az egészséges étrend fogyasztói szempontjai. In: A magyar lakosság életmódja: táplálkozás, testmozgás és lélek. Fehér könyv a TÉT Platform Egyesület kutatásainak adatai alapján (Szerk.: Antal, E. – Bánáti, D. – Rurik, I. – Pilling, R. – Novák, K.). TÉT Platform Egyesület, Budapest, 2017. 77–80.
- Malota, E. – Gyulavári, T. – Bogáromi, E.:** „Az vagy, amit megeszel” – A hazai fogyasztók egészséges táplálkozással kapcsolatos percepciói és attitűdjei. Vezetéstudomány. 2019. 1 (1) 80–88. DOI: <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2019.01.08>
- Matarazzo, J. D.:** Behavioural health: A 1990 Challenge for the Health Sciences Professions. In: Behavioral Health: A Handbook of Health Enhancement and Disease Prevention (Szerk.: Matarazzo, J. D. – Weiss, S. M. – Herd, J. A. – Miller, N. E.). John Wiley & Sons Inc., US, 1984. 3–40.
- Szakály, Z.:** Trendek és tendenciák a funkcionális élelmiszerek piacán: Mit vár el a hazai fogyasztó? Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing. 2008. 5 (2-3) 3–11.
- Szakály, Z. – Kiss, M. – Jasák, H.:** Funkcionális élelmiszerek, fogyasztói attitűdök és személyre szabott táplálkozás. Táplálkozásmarketing. 2014. 1 (1-2) 3–17. <https://doi.org/10.20494/TM/1/1-2/1>
- Szente, V. – Széles, Gy. – Szakály, Z.:** Az élelmiszer-fogyasztói magatartástrendek vizsgálata, kiemelt figyelemmel a stratégiai élelmiszerekre. Táplálkozás, Élelmiszer és Marketing. 2006. 3 (2) 3–11.
- Pikó, B.:** Lelki egészség a modern társadalomban. Akadémia Kiadó, Budapest, 2006.
- Tomcsányi, P.:** Az életmód-gazdaságtan alapvonásai. Magyar Tudomány. 2011. 172 (1) 94–103.
- Törőcsik, M.:** Fogyasztói magatartás – Insight, trendek, vásárlók. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2011.
- Varga-Hatos, K. – Karner, C.:** A lakosság egészségi állapotát befolyásoló tényezők. Egészségügyi Gazdasági Szemle. 2008. 46 (2) 25–33.
- Vossen, K. – Reinhardt, A. F.:** Zukunftsmärkte – Was das Marketing über Kunden der Zukunft wissen sollte. Metropolitan Verlag, Berlin, Düsseldorf, 2002.