Egyetemi doktori (PhD) értekezés tézisei

A TUDATOS FOGYASZTÓI MAGATARTÁS VIZSGÁLATA A KÖZÉPISKOLÁSOK KÖRÉBEN

Bakosné Kiss Virág Ágnes

Témavezető:
Prof. Dr. Szakály Zoltán
egyetemi tanár

DEBRECENI EGYETEM
Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

Debrecen, 2019

TARTALOMJEGYZÉK

1. A KUTATÁS ELŐZMÉNYEI, CÉLKITŰZÉSEI ÉS A KUTATÁSI HIPOTÉZISEK BEMUTATÁSA 3

1.1. Témafelvetés és célkitűzések, hipotézisek..... 5

1.1. Célkitűzések és hipotézisek 6

2. ADATBÁZIS ÉS AZ ALKALMAZOTT MÓDSZEREK ISMERTETÉSE..... 9

2.1. A szekunderforrások és kutatás bemutatása 9

2.2. Primer kutatások mintája és módszertana..... 10

3. AZ ÉRTEKEZÉS FŐBB MEGÁLLAPÍTÁSAI..... 14

3.1. Kiemelt szekunder kutatási eredmények 14

3.2. Kiemelt primer kutatási eredmények 15

4. AZ ÉRTEKEZÉS ÚJ, ILLETVE ÚJSZERŰ EREDMÉNYEI..... 19

5. AZ EREDMÉNYEK ELMÉLETI / GYAKORLATI HASZNOSÍTHATÓSÁGA 20

6. AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉBEN KÉSZÜLT PUBLIKÁCIÓK. 24

1. A KUTATÁS ELŐZMÉNYEI, CÉLKITŰZÉSEI ÉS A KUTATÁSI HIPOTÉZISEK BEMUTATÁSA

A doktori értekezésem témaválasztását sok külső és belső tényező befolyásolta. Korábbi tanulmányaim során mindig is komoly érdeklődéssel fordultam – a történelmen, a filozófián, a szociológián és a filmművészeteken keresztül – a generációváltások és az ifjúság társadalomra tett hatása felé. „Ezek a mai fiatalok…" hangzik el sokszor sokféleképpen az idősebb nemzedék hol pozitív, hol negatív töltetű sóhaja, amely mögött a fiatalság alaptermészetéből fakadó, sokszor meg nem értett változást próbálják valahogy érzékeltetni, értelmezni. De kik is ők? Mit szeretnek vagy szeretnének? Ez mindig fontos kérdés volt elsősorban a szociológiai kutatásokban, hiszen az általuk hozott érték- és magatartásváltozások hosszú távon determinálják és átalakítják a társadalom egészét. (Lásd a hippi mozgalom vagy a huszadik század eleji fiatal művészek által generált változások hatása, csak hogy ne aktuális ifjúsági hatásokat emlegessük.) Azonban ma már nem csak a bölcsésztudományokhoz kapcsolódó társadalomtudományok érdeklődnek élénken eziránt a korcsoport iránt, hanem a piaci szereplők is keresik „kegyeiket", illetve az állami és civil szféra képviselői is mint potenciális alanyokként tekintenek rájuk különböző céljaik elérésében. Megannyi impulzus hat rájuk, formálja személyiségüket. Ezek közül talán a családi környezetet lehet az egyik leghangsúlyosabbnak nevezni (SCAGLIONI et al., 2011; JOYCE – ZIMMER-GEMBECK, 2009; BIRCH et al., 2003; RHEE et al., 2009; VIDEON – MANNING, 2003; PEARSON et al., 2009; UTTER et al., 2008), ám az idő előrehaladtával a családon kívüli szociális környezet és manapság a digitális világ is erősen befolyásolja attitűdjeiket (PRENSKY, 2001; SZÉKELY, 2008, 2013; NAGY, 2013; BASSIOUNI – HACKLEY, 2014).

Az egészség és az egészségtudatosság ma már mindenki által elfogadottan az egyik legfontosabb (ha nem a legfontosabb) kérdéskör, amivel számos tudományos vizsgálat és laikus fejtegetés foglalkozik (SLOAN, 2014; TÖRŐCSIK, 2014; BRÁVÁCZ, 2015; SZAKÁLY et al., 2015 a, b; GFK, 2016 a, b). Hogyan tudunk minél tovább és minél egészségesebbek maradni mind testi, mind lelki szinten? Napjaink tendenciáit figyelve a táplálkozás, illetve azon belül is az étkezés egészséges mivolta, ami leginkább érdekli az embereket. A lelki épség fenntartása, a sport vagy az egészségügyi ellátás preventív igénybe vétele már csak egy kisebb társadalmi csoportnál jelenik meg aktív cselekvés szintjén.

Az egészség mellett a másik általam választott témakör a fenntartható fejlődés és ahhoz kapcsolódó társadalmi értékek megjelenése a fogyasztói magatartásban. A fenntartható fejlődés alatt leginkább a környezeti aspektust, azaz a környezet az emberiségnek alárendelt szerepéből való kiemelését érti a szakirodalmak nagy része (VALKÓ, 2003; VETŐNÉ, 2012b). Véleményem szerint a társadalmi elfogadás és együttműködés a környezeti terhelés csökkentésére, a természeti környezet, a társadalom és az őket körülvevő gazdasági környezet kölcsönös tiszteletével lenne elérhető és fenntartható. Így jelen disszertációban is leginkább az ENSZ fenntartható fejlődési koncepcióját és az azokhoz kapcsolódó magyar létjogosultságú értékek vizsgálatát tűztem ki célul (MENSZT, 2015). A fenntartható fejlődéshez kapcsolódó értékeket egyre inkább szem előtt tartjuk fogyasztásunk, vásárlói döntéseink során. Nincs ez másképp a fiatalok esetében sem. Vagy mégis?

Az egészség és a fenntartható fejlődés alapgondolatainak egy kutatásba való beemelését azért tartottam fontosnak, mivel az egészségi állapot erősen befolyásolja az egyén és a társadalom hozzáállását a közvetett és közvetlen környezetének érdekeihez, legyen az természeti vagy gazdasági. Itt említhetnénk a Maslow féle szükségletpiramist is, mely jól demonstrálja, hogy a személyes szükségletek kielégítéséig az egyén nem tud vagy nem akar magasabb rendű szükségletekkel, célokkal foglalkozni. A másik oldalról közelítve azt látjuk, hogy azon térségekben, ahol társadalmi, gazdasági vagy környezeti szinten nincs meg az alapvető biztonság, ott a lakosság lelki és testi egészsége is rosszabb, mint a jobb feltételeket biztosító közösségek esetében.

A harmadik aspektus, hogy a környezeti állapotok erősen kihatnak mind az általános egészségre, mind a gazdasági lehetőségekre, terhekre. Ezt egyre több új egészségmagatartási modellben tetten érhetjük.

A negyedik, már inkább marketing szemléletű megközelítésem, hogy az ember az általa közvetettnek érzett – mind környezeti és gazdasági – környezetének problémáit, kevésbé tekinti sajátjának, nem is ismeri ezek saját életére gyakorolt hatását. Egy olyan direkt hatással, mely az önmagunkhoz közelebb érzett egészség(esség) koncepciójával párosítja a közös értékeket, érdekeket, célra vezetőbb lehet az erősebb emocionális elköteleződésben a természeti, a gazdasági vagy a társadalmi környezet kapcsán. Ilyen lehet az „egészséges, hazai termék” vagy „az egészség- és környezetvédő” pozicionálás lehetősége, melyet már tapasztalhatunk is bizonyos márkák esetében. Ez nem csak a vállalati szférában jelenhet meg mint lehetőség.

A társadalom sokszínűsége kapcsán azt tapasztalhatjuk, hogy nem lehet egy homogén csoportba besorolni az egyes értékekkel azonosuló vagy épp azoknak hátat fordító egyéneket, így mindenképp érdemes az egyes szegmentumokat feltérképezni, jellemzői, értékrendje és magatartása mentén felismerni. Igaz ez a jellemzően csupán egy korcsoportként azonosított 14-19 éves korosztályra. Jelen kutatásban a cél, hogy megfogalmazzam, hogyan lehet vagy érdemes közvetíteni feléjük a tudatosabb életvitel pozitívumait. Ez a szegmentálás segítséget nyújthat a szülők, az oktatási- és az egészségügyi rendszernek, a civil szférának, de még a vállalati szférának is a megfelelő kommunikáció kialakításában az említett korosztály csoportjai számára.
A téma összetettsége és az értekezés terjedelmi korlátai nem tették lehetővé többféle fogyasztási cikk vizsgálatát, így az egyik legfontosabb napi szinten vásárolt termékcsoportot választottam, az élelmiszereket. A táplálkozás és azon belül is az étkezés szintén kiemelt fontosságú témakörök mind tudományos, mind közéleti szempontból. A téma vizsgálata a morális vonatkozásán túl gazdasági érdek is.

1.1. Témafelvetés és célkitűzések, hipotézisek

A kiemelt figyelem a fiatalok (14-18 éves korosztály) attitűdjeivel kapcsolatban egyre több kutatót motivál a korosztály alapos vizsgálatára mind nemzetközi, mind hazai szinten. Míg egyes kutatások csak az egyént önmagában vizsgálják, és viselkedési mintáikat csak korukból fakadó jellemzőként azonosítják, addig számos kutatás komoly hangsúlyt fektet a különböző háttérváltozók meghatározó szerepére. Jelen kutatás célja is ez. A fiatalok gondolkodásának módját alapvetően meghatározzák az iskolai, kortársi közegből jövő impulzusok, ám még ennél is mélyebb nyomot hagy bennük az otthoni minta beépülése magatartásukba, gondolkodásukba szocializációs fejlődésük során. Szüleik és családtagjaik véleménye erősen determinálja a különböző közügyekhez való hozzáállásukat, márpedig a fenntartható fejlődés és a tartós egészséges állapot elérése kétségkívül mindenki ügye.

Az elmúlt években keletkezett tudományos kutatások (BECK, 2006; VETŐNÉ, 2012b; RÁCZ, 2013; BRÁVÁCZ, 2015; SZAKÁLY et al.; 2015a, b) alátámasztják, hogy nemzetközi és hazai szinten is egyre inkább egy komplex tudatosság alakul ki, amely például nemcsak a környezetvédelemre, a hazai termékek támogatására vagy az

egészségtudatosságra koncentrálódik, hanem több terület összekapcsolódásáról vagy párhuzamos jelenlétéről beszélhetünk a fogyasztói attitűdben. Ezt kerestem jómagam is a kutatásom keretében a középiskolás, már majdnem felnőtt, és már fogyasztóként megjelenő célcsoportom esetében.

1.1. Célkitűzések és hipotézisek

A dolgozatom keretében – a szakirodalom és saját tapasztalataim alapján – célkitűzéseket és hipotéziseket fogalmaztam meg. A célkitűzéseket C-vel, a hipotéziseket H-val jelöltem és sorszámoztam azokat. Az egyes célok és hipotézisek mögötti rövidítés azt jelzi, hogy szekunder (SZK), primer (PK) vagy mindkét típusú kutatási módszerrel vizsgáltam-e azokat. Ezek logikai kapcsolatát az 1. ábra mutatja.

C1 A fenntartható fejlődés értékeinek számbavétele – a környezettudatosság és a fenntarthatóság differenciált értelmezése a szakirodalom mentén (SZK)

C2 Az egészség fogalmának helye a fenntartható fejlődésben (SZK)

C3 A fenntartható fejlődés elméletéhez társított tudatos fogyasztói irányzatok megismerése, összehasonlítása. (SZK)

H1 A környezettudatos életvitel nem szinonímája a fenntartható életvitelnek.

C4 Tudatosság szintjén differenciált fogyasztói csoportok feltárása, megismerése különböző értékcsoportok mentén (SZK, PK)

H2 Létezik egy tudatos életvitel felé elkötelezett csoport a fiatalok körében is. (PK)

C5 A hazai élelmiszerfogyasztás és a fiatalok fogyasztói magatartásának feltérképezése (SZK, PK)

C6 Az élelmiszerfogyasztási preferenciák megismerése az értékcsoportok és szegmensek mentén (SZK, PK)

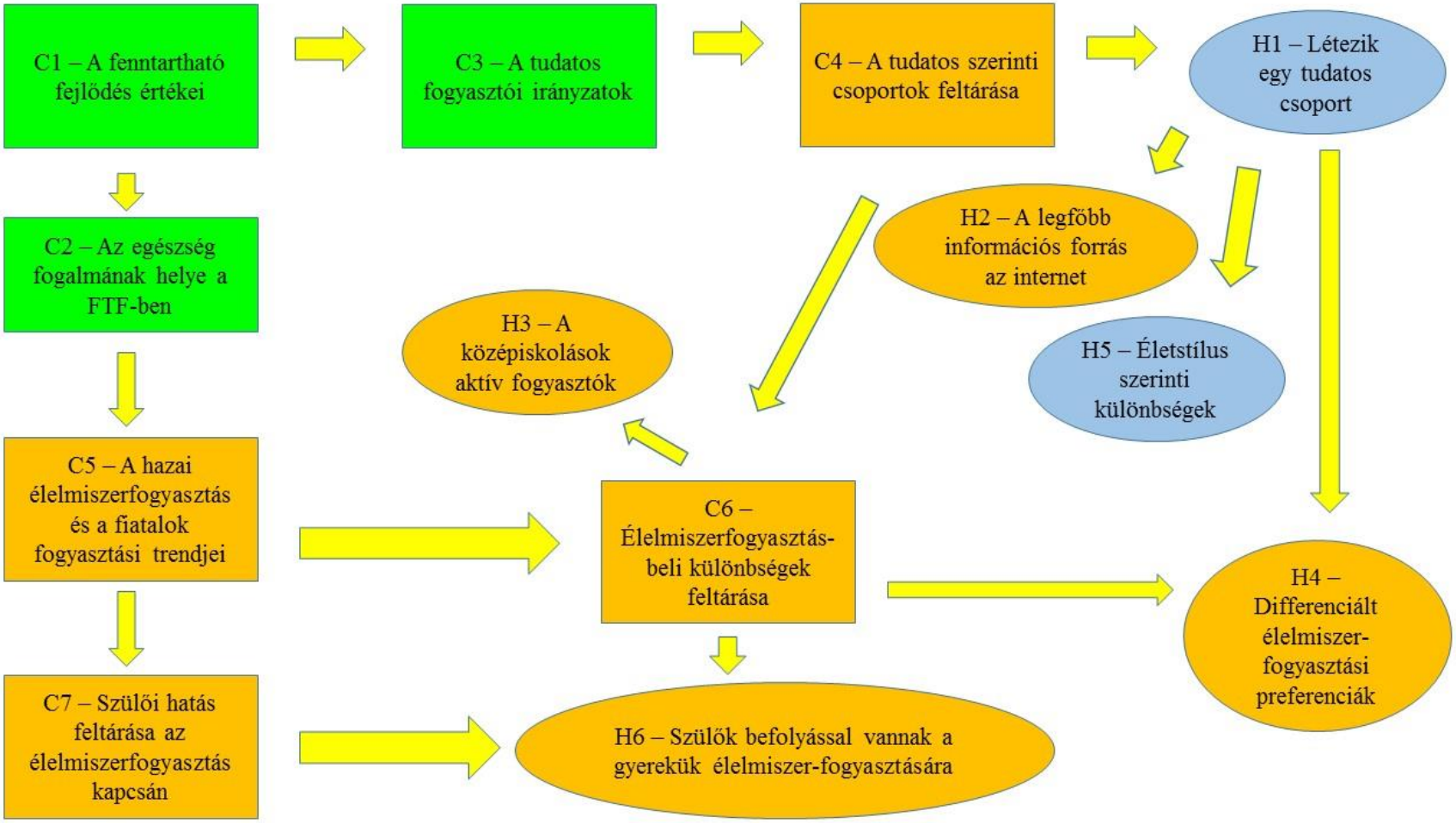
H3 A középiskolások aktív fogyasztók, akik már napi szinten vásárolnak élelmiszert saját maguknak. (SZK, PK)

H4 Az egyes csoportok esetében más-más típusú élelmiszerfogyasztási trendek és magatartási tényezők jellemzőek. (SZK, PK)

H5 A különböző középiskolás csoportok tovább differenciálhatóak életstílusbeli ismérvek mentén. A tudatos csoport is további tájékoztatást igényel életstílusa miatt. (PK)

H6 A szülők direkt és indirekt módon is komoly befolyással vannak a diákok egészség- és környezettudatosságára, illetve élelmiszerfogyasztására. (SZK, PK)

1. ábra: Hipotézisek és célkitűzések kapcsolata az értekezésben



Forrás: Saját szerkesztés, 2017. Megjegyzés: Adatgyűjtés típusai szerinti színkódok: zöld: szekunder kutatás, kék: primer kutatás alapú, narancs: mindkettő

2. ADATBÁZIS ÉS AZ ALKALMAZOTT MÓDSZEREK ISMERTETÉSE

Az értékezés elkészítéséhez a klasszikus értelemben vett kutatásmódszertani lehetőségeket vettem igénybe. Szekunder és primer kutatásokat egyaránt végzetem a téma alapos megismerésének céljából.

A szakirodalmi forrásokat és adatbázisokat tekintettem a szekunder kutatásom bázisaként. A korábbi tudományos művek esetében törekedtem arra, hogy a hazai tendenciák mellett a nemzetköziek is bemutatásra kerüljenek, kiemelten keresve a nyugat-európai – ránk talán leginkább ható – trendeket. A szakirodalmi áttekintés fejezetében továbbá az elérhető, a fiatalokat érintő szekunder statisztikai források beemelését is kiemelten fontosnak tartottam. Ezek feldolgozása, bemutatása a szakirodalmi fejezetben az adott témakör kiegészítéseként szolgálnak.

Az értekezés második részében az általam választott primer kutatás módszertanát, illetve a mintát mutatom be. A kutatási lehetőségek közül egy nagymintás kérdőíves megkérdezést választottam a középiskolás, 14-19 éves korosztály 1002 tagjának bevonásával. Ezt a téma összetettsége és az általam választott célcsoport kevéssé vizsgált mivolta miatt, egy fókuszcsoportos megkérdezés előzte meg, mely a kérdőív elkészítésében volt irányadó és hasznos. Ennek eredményeit – a terjedelmi korlátok okán – nem ismertetem.

2.1. A szekunderforrások és kutatás bemutatása

A szekunderforrásokat elsősorban az online tudományos adatbázisok (ScienceDirect, Google Scholar) segítségével gyűjtöttem össze, majd a rendszereztem azokat. A nemzetközi és hazai trendek megismerése vagy további kiegészítése céljából felkerestem azon adatbázisokat, melyek a legújabb vagy más kutatók által még nem vizsgált kérdések voltak. A magyar vonatkozás miatt az értékezésbe ezek közül elsősorban a hazai adatbázisok eredményei kerültek be. A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) demográfiai, életstílus, illetve fogyasztásról, élelmiszerfogyasztásról szóló statisztikáit dolgoztam fel. A második adatállomány forrásom pedig a Sustainable Society Index (SSI) felméréseire és módszertanára épülő fenntarthatósági indikátor rendszer volt. Ennek segítségével a hazai fenntarthatósági indexeket gyűjtöttem össze és rendszereztem idősoros formában. A harmadik kiemelt adatbázis

az Állami Egészségi Ellátó Központé (AEEK) volt. Ennek segítségével a gyermek és ifjúsági egészségtrendeket sikerült megismernem, elsősorban a táplálkozással összefüggésbe hozható diagnosztizált betegségek kapcsán.

2.2. Primer kutatások mintája és módszertana

A nagymintás megkérdezést 2015-ben és 2016-ban végeztük. A személyes kérdőíves felmérés mellett döntve elsődlegesen a célcsoport kiválasztása volt a feladat. A kutatáshoz kérdőíves megkérdezést alkalmaztunk, mivel kvantitatív mivolta lehetővé teszi, hogy mennyiségileg mérhető, a sokaságra kivetíthető adatokat kapjunk, továbbá ezen módszer használatával lehetőségünk nyílt, részletesebb kérdések feltételére is (MALHOTRA, 2001; KOTLER, 1991; KISS – SZAKÁLY, 2015).

Mivel korábban ebben a témában még ilyen típusú átfogó felmérés nem készült a középiskolás fiatalokról, így őket választottam. Célom volt továbbá, hogy a nagymintás elemzésbe ne csak néhány iskola diákjai kerüljenek be, hanem a gimnáziumok, a szakközépiskolák és a szakiskolák diákjainak véleménye a regionális statisztikáknak megfelelően arányosan jelenjen meg. Ezenkívül fontos volt, hogy minél változatosabb lakóhelyi és társadalmi csoportok kerüljenek bemutatásra a korosztálynak megfelelő nemi arányokkal. A kutatásba végül négy különböző város 13 intézményének 1002 diákja került be az egyes intézmények osztályai közül. A felmérés minden esetben az iskolaigazgató és a szülők beleegyezésével készült anonim módon. A kérdőívben semmilyen személyazonosságra utaló adatot nem kértünk. A kérdőíveket véletlen sorszámmal láttuk el. A kitöltött kérdőíveket kézileg vittük fel az SPSS 23 programba, majd az adattisztítás után a hiányzó értékek figyelmen kívül hagyása történt, azaz nem helyettesítettük a középértékekkel, mivel ezek változtattak az egyes arányokon.

A KSH 2015. évi adatai alapján a minta ebben a korosztályban nemre nézve reprezentatív. A mintában enyhén felülreprezentáltak a gimnazisták (1. táblázat).

1. táblázat: A minta megoszlása a háttérváltozók mentén

Megnevezés		A minta megoszlása	
		N	%
Összesen		1002	100
Neme	Nő	475	47,4
	Férfi	500	49,9
	Nem válaszolt	27	2,7
Iskolatípusa	Gimnázium	554	55,3
	Szakközépiskola	341	34,0
	Szakiskola	102	10,2
	Nem válaszolt	5	0,5
Kora	14-15	209	20,9
	16	203	20,3
	17	273	27,2
	18-19	317	31,6
Anya iskolai végzettsége	Általános iskola	119	11,9
	Szakközép- és szakiskola	208	20,8
	Érettségi	297	29,6
	Felsőfokú	294	29,3
	Nem tudja	37	3,7
	Nem válaszolt	47	4,7
Apa iskolai végzettsége	Általános iskola	94	9,4
	Szakközép- és szakiskola	352	35,2
	Érettségi	205	20,5
	Felsőfokú	237	23,7
	Nem tudja	59	5,9
	Nem válaszolt	55	5,5
Családi szubjektív anyagi helyzete*	Nagyon jól megélünk belőle, és még félre is tudunk tenni.	322	32,1
	Megélünk belőle, de keveset tudunk félretenni.	387	38,7
	Elegendő, de félretenni már nem tudunk.	155	15,5
	Néha arra sem elég, hogy megéljünk belőle./Állandó anyagi problémákkal küzdünk.	41	4,1
	Nem válaszolt	97	9,7
Településtípusa	Megyei jogú város	438	43,7
	2000 főnél nagyobb település	437	43,6
	2000 főnél kisebb település	119	11,9
	Nem válaszolt	8	0,8
	Súlyhiány, kóros soványság	75	7,5

Testtömeg index – BMI** *(Body Mass Index)*	Sovány	64	6,4
	Megfelelő	517	51,6
	Súlyfölösleg, túltápláltság	187	18,7
	Túlsúlyos	64	6,4
	Kóros elhízás	49	4,9
	Nem válaszolt	45	4,5

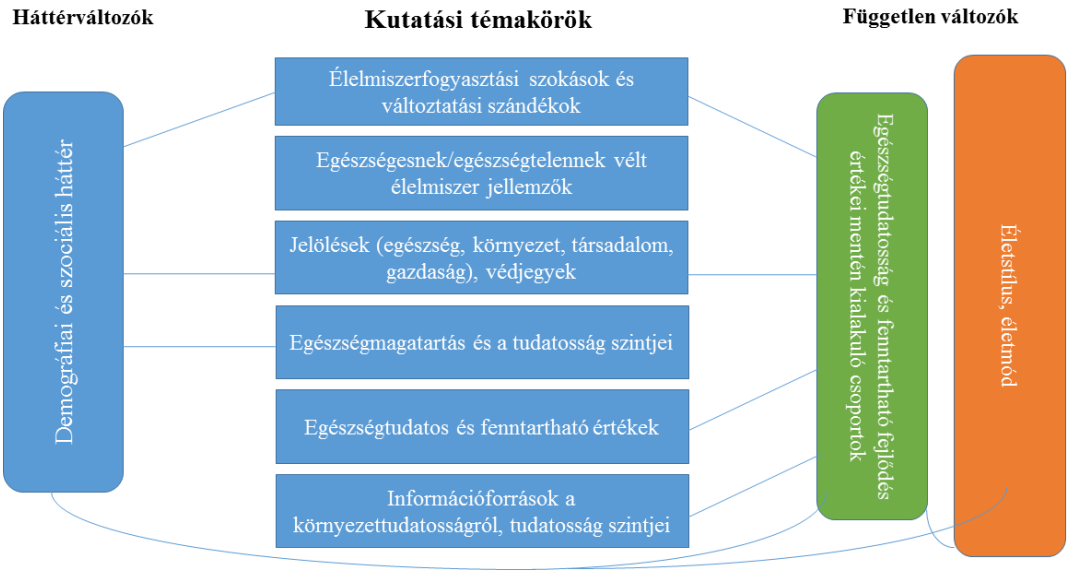
Forrás: KISS et al., 2016b. *A család szubjektív jövedelmének megítélésénél az alacsony arány miatt az alsó két kategória összevonásra került. **A BMI számítás az OGYEI gyermekekre kialakított táblázata alapján készült (PINTÉR, 2004). *(A részletes táblázatot lásd a 6. mellékletben.)*

A témában már korábban alkotott állítássorokat építettük be a kérdőívbe, elsősorban az összehasonlítás és a validálás megkönnyítésének céljából. Ilyen a LOHAS csoportot vizsgáló korábbi kutatásoknál használt RÁCZ (2013), illetve az erre épülő SZAKÁLY és munkatársai (2015) által alkalmazott állítássor módosítás nélkül, míg a BÖRÖNDI-FÜLÖP (2012) kérdőívéből átalakítva az életmódra, a tudatosságra és az információforrásokra vonatkozó kérdések kerültek be a kutatásunkba.

Az eredmények értékelését az IBM SPSS 23.0 verziójával végeztük el, mely segítségével a minta megoszlási mutatóit (átlag, módusz, csoportos medián, ferdeség és interkvartilis terjedelem) elemeztük, továbbá faktoranalízissel és klaszterelemzéssel alakítottunk ki csoportokat, melyeket a demoráfiai háttér- és egyéb változók mentén kereszttáblás elemzésekkel vizsgáltunk tovább. Az eredmények mind az alkalmazott statisztika (SZŰCS, 2002; SAJTOS – MITEV, 2007), mind a marketingkutatás módszertanát (BLASKOVITS, 1975; MALHOTRA, 2002; LEHOTA, 2001; KEHL, 2012) szem előtt tartva kerülnek bemutatásra, illetve elemzésre.

A kérdőíves kutatás fókuszpontjaiban az alábbi modellben látható témakörök jelentek meg (2. ábra).

2. ábra: A kérdőíves felmérés legfontosabb témakörei és a háttérváltozók kapcsolata a kutatásban



Forrás: Saját szerkesztés, 2017

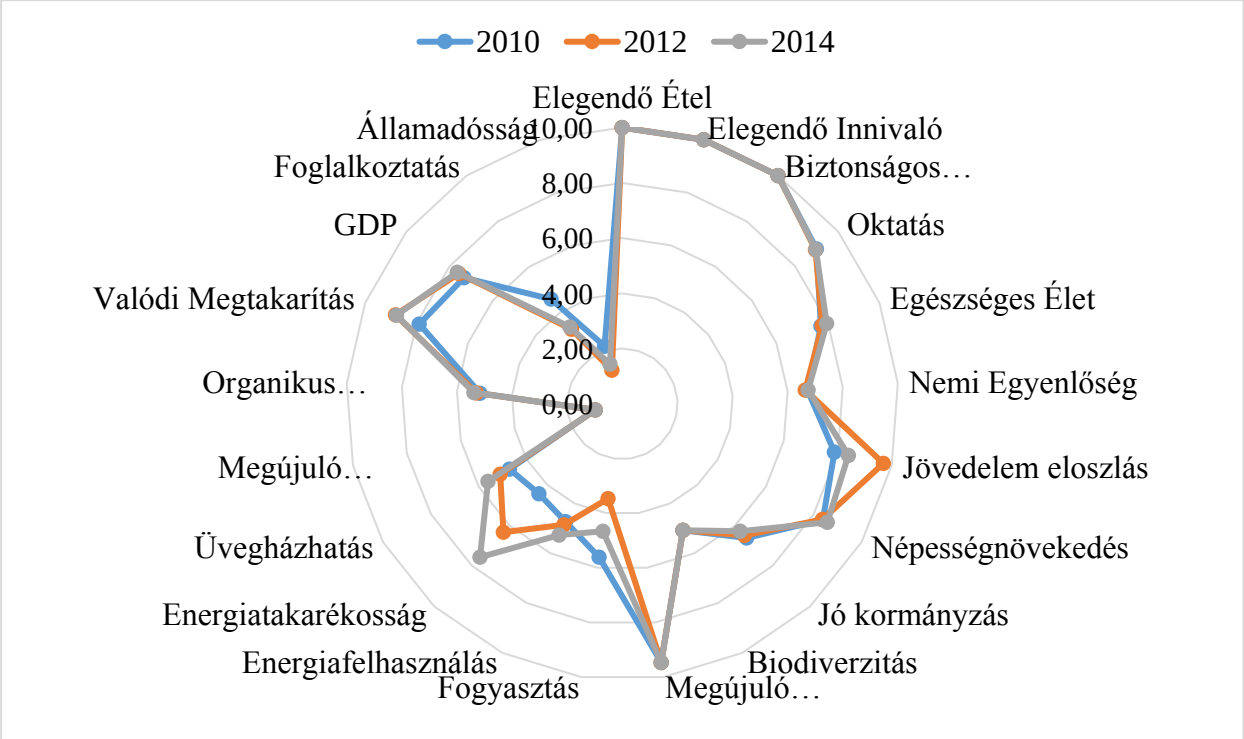
3. AZ ÉRTEKEZÉS FŐBB MEGÁLLAPÍTÁSAI

3.1. Kiemelt szekunder kutatási eredmények

A szekunder adatok alapján megismertük a hazai fenntarthatósági mutatókat. Rendszerbe foglalva a 3. ábrában mutatom be a SSI mutatóinkat, továbbá kiemelésre kerülnek a legfontosabb eredményeink.

A társadalmi jóléti mutatóink alapján szerepltünk a vizsgált években a legjobban, így a 150 vizsgált ország közül a legjobb 10-be mindig bekerültünk a 2012. és 2014 évi eredményeink alapján (2010-ben 12. helyezés) (SSI, 2016). A 3. ábrán jól látható, hogy bár a társadalmi jóléthez tartozó értékeink világviszonylatban kiegyensúlyozottan jók, azonban a környezeti jólét szempontjából a megújuló energiaforrásokat nem használjuk ki eléggé. A fogyasztásunk 2010-hez képest rosszabb képet mutat. Elmondható tehát, hogy a vizsgált országokhoz képest a környezeti tudatosságunk kiemelten fejlesztendő terület.

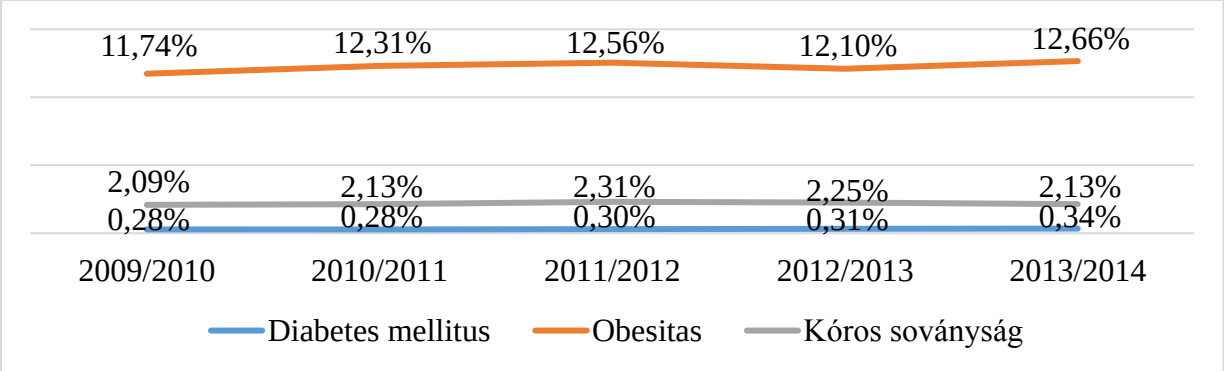
3. ábra: Magyarország Fenntartható Társadalom Index (SSI) eredményei 2010-2014



Forrás: Saját kimunkálás az SSI 2010. 2012. és 2014. évi adatbázisai alapján, 2017

Az ÁEEK adatokat az egyes táplálkozással kapcsolatban álló betegségek kapcsán a 4. ábrán összegzem. Az eredményekből láthatjuk, hogy a táplálkozással és az anyagcsere központi szabályozással összefüggésben lévő betegségek milyen arányban jelennek meg a két vizsgált évfolyam diákjai körében.

4. ábra: A 10. és 12. évfolyamos diákok körében diagnosztizált táplálkozási zavarokhoz köthető betegségek előfordulása 2009-2014 között (%)



Forrás: Állami Egészségügyi Ellátó Központ, 2015 alapján saját kimunkálás, N>160000

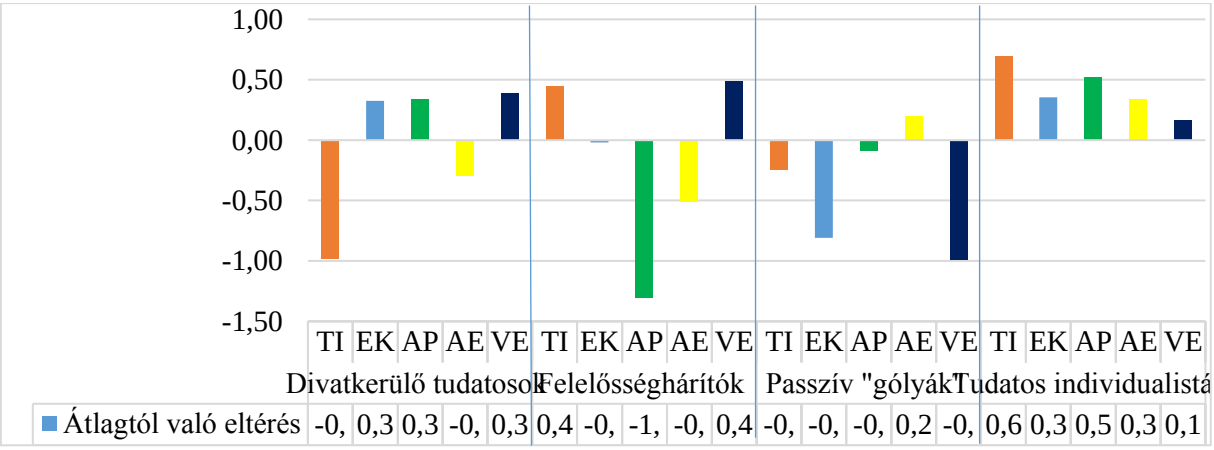
Habár a táplálkozás és anyagcsere folyamatokkal összefüggő betegségek esetszáma csökkent az iskolavédőnők felméréseiben, de a csökkenő populáció miatt, ha arányaiban nézzük, növekedést tapasztalhatunk mind cukorbetegség, mind az obezitás esetében (4. ábra).

3.2. Kiemelt primer kutatási eredmények

Az egyik kiemelt kutatási eredmény a minta alapján kialakult tudatosság szempontjából elkülönülő fogyasztói szegmens feltárása volt. A korában említett LOHAS attitűdskála segítségével faktorokat hoztunk létre, melyek az Individuális, az Egészség- és környezettudatos, az Autentikus patrióta, az Altruista etikus és a Vállalati etikus neveket kapták a domináns értékeik okán. A klaszterek alapját adó faktorok megbízhatóságát megvizsgáltuk (Cronbach Alfa>0,5), és minden faktort alkalmasnak találtunk a klaszterelemzésre (SZÉKELYI – BARNA, 2008). Célunk a diákok körében szegmentumok létrehozása, melyek között feltételeztük, hogy létezik egy fenntarthatóság és tudatos fogyasztás szempontjából pozitív attitűdökkel rendelkező csoport.

A klaszterezési eljárások közül hierarchikus (Ward-féle) módszert és nem hierarchikus elemzést is végeztünk (SZÉKELYI – BARNA, 2008). Végül a K-közép klaszterezés eredményeit választottuk a végleges szegmentumok kialakítására. Megvizsgáltuk a négy klaszter mintán belüli megoszlását és a faktorokkal való viszonyukat ANOVA vizsgálattal. A faktorok átlagértékei különböztek az egyes klaszterekben (5. ábra). Ezek után kereszttábla elemzéssel a háttérváltozók mentén is megvizsgáltuk az egyes klaszterekkel való összefüggésüket, ahol a nemet leszámítva minden jellemzővel szignifikáns összefüggést találtunk. Összességében a négy klaszteres megoldás jól elkülönülő és jellemezhető szegmentumokat adott.

5. ábra: Klaszterek bemutatása a faktorok szerint[1]



Forrás: KISS et al., 2016b

Az első klaszterbe tartoznak a *Divatkerülő tudatosak*, akik a divattal, és az ehhez kapcsolódó individuális értékekkel egyáltalán nem akarnak azonosulni, viszont az egészség- és környezettudatosságot, valamint az autentikus értékeket magukénak érzik. Ők inkább felsőbb éves gimnazisták, akik megfelelő, de nem a legjobb anyagi körülmények között élnek, és jellemző rájuk, hogy szüleik iskolai végzettsége az középiskolai végzettségnél magasabb.

A második klaszter tagjai csak az individuális és a vállalatok etikusságával kapcsolatos értékeket vallják magukénak. Ebből azt a következtetést vonhatjuk le, hogy ők maguk nem érzik felelősnek magukat a környezetük és az egészségük alakításában, vagy ez számukra nem fontos, viszont elvárásként jelentkezik részükről a vállalatok felelősségvállalása, ezért is nevezhetjük őket *Felelősséghárítók*nak. Ők

[1] TI=Tudatos Individuális, EK=Egészség- és Környezettudatos, AP=Autentikus Patrióta, AE=Altruista Etikus, VE=Vállalati Etikus magatartás

azok, akik az autentikus értékekkel – mint hagyományőrzés, hazai termékek preferálása – legkevésbé azonosulnak. Háttérváltozók szerint hasonló arányban vannak köztük alsó- és felsőévesek, illetve a különböző iskolázottságú szülők gyermekei.

A harmadik klaszterbe tartoznak a *Passzív „gólyák”*. Náluk egyik értékcsoport iránti elkötelezettség sem jellemző. Ők alacsonyabban iskolázott szülők gyermekei és inkább kisebb településen rossz anyagi körülmények között élnek.

A negyedik csoport a *Tudatos individualisták* csoportja, akik minden általunk vizsgált értékcsoporttal azonosulnak, azokat magukénak érzik. Náluk a legerősebb az első négy faktor jelenléte, de a vállalati etikusságot is szem előtt tartják. A szocio-demográfiai háttérváltozók alapján jellemző rájuk, hogy felsőbb évesek és gimnáziumba járnak az első klaszter tagjaihoz hasonlóan. Családjuk anyagi helyzetét tekintve ők élnek a legjobb anyagi körülmények között. A szüleik jellemzően felsőfokú végzettséggel rendelkeznek. Ők a *kis LOHAS csoport*. A klasztert tovább bontottuk alklaszterekre, ám ebben az esetben nem találtunk lényeges eltéréseket azok között.

A négy csoport a további vizsgálatok során szignifikánsan eltérő karakterisztikákat mutatott mind az általános élelmiszerfogyasztási kérdések, mind az étkezésen való változtatási irányok vagy az élelmiszercímkék figyelembe vétele kapcsán.

A vizsgálatunk részét képezte még a korábban bemutatott LOHAS állítássorra épülő szegmentumok további elemzése életstílus attitűdjeik alapján. A kérdőívben egy, a mindennapi élettel kapcsolatos életstílus jellemzőkre épülő állítássor is elhelyezésre került, melyben egyaránt szerepeltek a rizikómagatartásra, a szociális impulzusokra, önmaguk megítélésére, a vásárlási szokásokra, illetve a fenntartható gondolkodásmódra vonatkozó állítások. Ezen kérdés alapját BÖRÖNDI-FÜLÖP (2013) életstílus állítássora adta, mely a korábban bemutatott egészségtudatos és fenntartható értékekre vonatkozó kutatás egyfajta kiegészítésének is megfelelhetne az átalakítás után, de nem volt cél a két attitűdskála összevonása, csupán bizonyos tényezők ellenőrzése, összevetése és továbbgondolása.

A korábbi klaszteranalízis menetét követve először a klaszterek alapját adó faktorok megbízhatóságát vizsgáltuk (Cronbach Alfa>0,5), amelyek a *Pozitivitás, a Rizikómagatartás és a Kényelmi fogyasztás* voltak. Itt is minden faktort alkalmasnak találtunk a klaszterelemzésre

(SZÉKELYI – BARNA, 2008). Ebben az esetben kíváncsiak voltunk, hogy az egyes faktorok mennyire vannak jelen egyszerre vagy differenciáltan az egyes ifjúsági szegmentumokban. Összességében a négy klaszteres megoldás jól elkülönülő és jellemezhető szegmentumokat adott. Ebben az esetben is a faktorokkal való viszonyuk alapján lettek elnevezve az egyes csoportok.

Az első klaszter esetében minden faktor az átlaghoz képest negatív lett, azaz náluk nem jelenik meg hangsúlyosan sem a kényelmi vásárlás, sem a rizikómagatartás, viszont ezek csak kismértékben térnek el a csoportos átlagtól. Azonban ebben a csoportban a pozitív gondolkodáshoz kapcsolódó faktor erősen negatív irányba mozdul el a három másik szegmenshez képest, amelyekben ez a faktor minden esetben pozitív. Ezért ezt a csoportot leginkább az *Elégedetlenek*, esetleg depresszívek névvel lehet illetni.

A második klaszter esetében a kényelmi és a rizikó faktorok az átlaghoz képest a legnegatívabbak, viszont a pozitív faktor náluk a legmagasabb, így őket *„Tiszta" pozitívoknak* neveztük.

A harmadik szegmens a *Lázadók* nevet kapta, mivel náluk a rizikómagatartás messze a legerősebb hatású a csoport tagjaira, de a pozitív gondolkodás is jellemzi őket majdnem olyan mértékben, mint a Tiszta pozitívokat. A kényelmi vásárlásra ők nyitottak legkevésbé.

A negyedik csoportnál a gyors étkezés erősen jellemzi a társaságot. Csak náluk jelenik meg ez a faktor pozitívan. Ők a *Kényelmi vásárlók*. Emellett az átlaghoz képest kismértékben ugyan, de pozitív értékű náluk a másik két faktor, a rizikós és a pozitivitás is.

Amennyiben ezen és a LOHAS klaszterelemzés eredményeit összevetjük az eredmények alapján láthatjuk, hogy az egyes egészség és fenntarthatósági értékek mentén kialakított csoportok, milyen megoszlásban vannak jelen az általános életstílus klaszterekben (2. táblázat).

2. táblázat: Az egészségtudatos és fenntartható értékek mentén kialakított klaszterek és az életstílus klaszterek kereszttáblás elemzése (%)

Egészségtudatos és fenntartható fejlődés értékek klaszterei	Életstílus klaszterek				
	Elégedetlen	Tiszta pozitívak	Lázadók	Kényelmi vásárlók	Összesen (fő)

Divatkerülő tudatosak	22,22	**50,67**	16,44	*10,67*	225
Felelősséghárító individualisták	**28,48**	*28,48*	**28,48**	*14,56*	158
Passzív alsóévesek	**27,27**	*24,88*	19,14	**28,71**	209
Tudatos individualisták	*10,10*	**43,55**	17,07	**29,27**	287
Összesen (fő)	181	336	171	191	879
Összesen (%)	20,59	38,23	19,45	21,73	100,00

Saját szerkesztés, 2017, N=879 Megjegyzés: dőlt = reziduum < -2; félkövér = reziduum >+2

A *Divatkerülő tudatosak* esetében azt látjuk, hogy több mint a klaszter fele a *Tiszta pozitívak* közé tartozik, és csupán 10,67%-uk esetében jelenik meg a kényelmi vásárlás, így ez a legkevésbé jellemző rájuk. A *Felelősséghárító individualisták* körülbelül azonos arányban vannak jelen az *Elégedetlenek*, a *Pozitívak* és a *Lázadók* csoportjában, bár a korrigált standardizált reziduum erősen negatív mivolta miatt a *Pozitív* csoport inkább nem jellemző rájuk. A *Passzív alsóévesek* majd egyharmada van az *Elégedetlen*, depresszív első klaszterben, illetve további egyharmada a *Kényelmi vásárlók* csoportjában. A *Tudatos individualistákra* nem jellemző az elégedetlenek csoporttagsága, jellemzően ők is a *Pozitívak* klaszterébe tartoznak, de egyharmaduknál megjelenik a kényelmi fogyasztás preferálása. Ebből is látszik, hogy nem csak színtiszta tudatos, felvilágosult és minden káros dolgoktól mentes tagjai vannak az egészség és fenntarthatóság egyes tényezői felé elkötelezett csoportnak. Ez tovább árnyalja a róluk kialakított képet.

4. AZ ÉRTEKEZÉS ÚJ, ILLETVE ÚJSZERŰ EREDMÉNYEI

Újszerű eredménynek tekintem a továbbfejlesztett egészségmagatartás modellt, melyben már az összetett rendszer részeként kiemelten a környezet és más aspektusok is bekerültek, és későbbi elemzésekhez, továbbgondoláshoz segítségül szolgálhatnak.

További újszerű eredménynek tekintem a szekunder adatokra épülő magyar fenntartható társadalmi index bemutatását.

A kutatásom új eredményének tekintem a négy klaszter feltárását az egészségtudatosság és a fenntartható fejlődés – ENSZ által támogatott – értékei mentén, mely segíthet mind az oktatási döntéshozóknak, mind a vállalati szereplőknek a megfelelő üzenetek megfogalmazásában.

Új eredménynek tekintem az egyes kialakított klaszterek mentén történő élelmiszerfogyasztási magatartás elemzését, melyből kiderült, hogy az egyes csoportok miket ismernek és részesítenek előnyben.

Új eredményként említem a LOHAS állítássor alapján elkülönített csoportok életstílus klaszterek szerinti továbbelemzését, mely bemutatja, hogy a magukat tudatosnak gondoló és sok esetben aszerint is cselekvő diákoknak is vannak magas vagy alacsonyabb rizikójú attitűdjeik, melyek egészségükre negatív irányba hathatnak.

5. AZ EREDMÉNYEK ELMÉLETI / GYAKORLATI HASZNOSÍTHATÓSÁGA

Az értekezéssel a célom az volt, hogy az eddig ilyen komplex szempontból még nem vizsgált középiskolás korosztályt felmérjem elsősorban élelmiszerfogyasztási preferenciáik mentén, melynek segítségével az állami döntéshozóktól kezdve – a pedagógusok, a szülők, a civil szféra és –a vállalati szektorig jobban megismerhessék, megérthessék őket, és jobban tudják segíteni őket tudatos felnőtté válásukban. Ahogy láthattuk a hétköznapokban, egy-egy populárisabb stílusban megírt könyv vagy az átlagember számára is befogadható film nagyobb hatással lehet a közvéleményen keresztül a stakholderekre, döntéshozókra, mint a tudományos viták és kutatások. A tudományos eredmények köznyelvi terjesztése és bemutatása a kutatók egyik feladat kellene, hogy legyen. Fontos lenne ennek keretében is, hogy ne csak arra hívja fel a fenntartható és egészséges életvitelért folytatott propaganda a figyelmet, hogy az emberek mit tehetnek saját lakóhelyükön, hanem arra is, hogy a tényekkel alátámasztott jó-ügyek érdekében kinyilvánítsák véleményüket, vagy próbáljanak fogyasztói döntéseikkel azok melléállni a hétköznapokban. Az aktív bevonódás az eszmecserébe, cselekvésbe egyébként is magasabb fokú elköteleződést vált ki az emberekbe, mint az egyoldalú információ befogadás.

Az állam számára nagy kihívást okoz a folyamatos demográfiai csökkenés a kitolódott átlag élettartammal, hiszen a jelen generáció fiataljai lesznek az a gazdaságilag aktív réteg, akik az elöregedő társadalmat támogatják, kiszolgálják. Ehhez mindenképp szükséges, hogy minél egészségesebb és tudatosabb társadalmi réteg legyen az a felnőtt korosztály majd. Ezenkívül gazdasági terhet ró a nemzetekre a környezetkártalanítás, rehabilitáció, ahogy az emberi egészség rehabilitációja is, mely megfelelő egészségmagatartás mentén arányaiban

csökkenhetne. A vállalatoknak az egyre tudatosabb és információval túlterhelt fogyasztók számára kell a megfelelő alternatívákat biztosítani a hosszú távú fennmaradás érdekében. Tehát ez részükről sem csak morális kérdés, hanem gazdasági érdek. A fiatalok jól informálódó, kritikus tömegét nehezebb lojálissá tenni, érdeklődésüket fenntartani. Azonban aktív fogyasztók, akik bevonhatóak a fejlesztésbe, kommunikációba.

Fenntartható életvitel szempontjából a szakirodalom alapján világosság vált, hogy a fogyasztási minták nagycsoportjaiból a fenntarthatóság felé vezető úton a leghatékonyabb, önkéntes hozzájárulási forma a fogyasztásunk tudatosabbá tétele, illetve a társadalmilag felelős és tudatos fogyasztás lehet, valamint ezek implementálása a fiatalok gondolkodásába. A fenntartható fogyasztás ideája akkor lesz „gyakorlati használatra alkalmas", ha a kiterjesztett értelemben vett társadalom minden tagjára érvényes és a fiatalok számára példaértékűvé válik. Így megfelelő, egészséges magatartást alakít ki és tart fenn önmagával szemben. Továbbá alapos, megfelelő oktatás folyik, tiszta környezet vesz körül, kiegyensúlyozott és biztonságos a társadalom, takarékosan bánunk a nem megújuló energiaforrásokkal, hogy a következő generáció se szűkölködjön, és minél aktívabban hozzájárulunk a fenntartható világ kialakításához. Ezzel kapcsolatban a vizsgált diákság támogatásáról adott tanúbizonyságot, mivel az ehhez kapcsolódó gondolkodásmódjuk pozitív, ám a cselekvési feltételek és az azokhoz tartozó információ hiánya is kiderült visszajelzéseikből.

A tudatos vagy fenntartható fogyasztás nem lehet csupán a szélsőséges csoport különlegessége, divatossá, természetessé, rutinszerűvé kell tenni, (profán példával) ahogy az ápolt külsőt, napi tisztálkodást, a higiénikus életvitelt. Ezt a középiskolások életkori sajátosságának, tájékozottságának, érdeklődésének megfelelő módon kell átadni, elmélyíteni, és a cselekvési feltételeket adekvát, jó példa és jó gyakorlat keretében biztosítani már ebben az élethelyzetükben.

Mivel az árérzékenység még mindig nagyon fontos tényező a fogyasztás szempontjából, érdemes lehet azt hangsúlyozni, hogy a környezetbe történő befektetés az egészség védelmét szolgálja, sok egészségügyi kockázat csökkenhet, mely a későbbi egészségjavító kifizetéseink arányát csökkentheti, és általános közérzetünket javíthatja.

Az általunk vizsgált fiatalok között túlnyomó többségben vannak azok, akik szeretnének tenni, akik érdeklődnek, akiket még a szkepticizmus és az individuális önérdek még nem kebelezett be teljesen. A felnőtteket vizsgáló kutatásokban már jóval kisebb ezeknek a csoportoknak az aránya.

A kérdőíves felmérésből kiderült, hogy a diákság nagy része már középiskolai éveiben aktív fogyasztó, 3-4 alkalommal étkezik egy nap, és tudja, hogy milyen élelmiszerek fogyasztása vagy étkezési változtatás hatására lehetne egészségesebb. Az élelmiszerjelölések, címkék esetében a friss jelzőt ismerik és kedvelik leginkább, de a hazai termékek preferálása is nagyarányú.

A kutatás egyik legfontosabb részeként az egészségükről, testtömegükkel való elégedettségükről kérdezve őket kiderül, hogy több mint felük elégedetlen saját testtömegével, alkatával, és vannak köztük, akik az ezen való változtatással kapcsolatban is már feladták a harcot.

A másik fontos elemzés az egészségtudatosságra, a fenntartható fejlődéshez kapcsolódó értékekre és az individuális, divatkövető attitűdökre épülő klaszterelemzés volt, melyet az előzetesen meghatározott öt faktor mentén végeztünk el. A faktoranalízis segítségével könnyebben tudtuk később beazonosítani az egyes klaszterek főbb jellemzőit. Ezek a klaszterek a divatkerülő tudatosok, a felelősséghárító individualisták, a passzív alsóévesek és a tudatos individualisták voltak. A négy szegmens mentén vizsgálódva már eltéréseket tapasztalhattunk az élelmiszerválasztáshoz, az étrendváltoztatáshoz és az információforrásokhoz való hozzáállásuk kapcsán. A tudatos, divatkedvelő individualisták esetében például jóval népszerűbbek azok az étkezési változtatások, illetve élelmiszerjelölések, amelyek elsősorban a fogyást és a közéleti egészségtrendekben domináló szénhidrát- vagy cukorfogyasztás csökkentését részesítik előnyben. Az is kiderült, hogy további életstílus tényezők bevonásával a kényelmi vásárláshoz, a rizikómagatartási tényezőkhöz és a pozitív életszemlélethez kapcsolódó véleményük is eltér, illetve ezek mentén tovább bonthatóak az egyes csoportok.

Következtetéseim közül kiemelném az embert körülvevő környezeti stimulusok intenzív hatásának bemutatását, az egészségmagatartás komplex elemzését, a szülők erős befolyását ebben a korban is, illetve a szegmensekkel kapcsolatos differenciált kommunikációs stratégiák szorgalmazását.

A kutatás egyik elsődleges feltevése volt, hogy a szülői minta erős hatással van az egyének attitűdjeire, főleg ha a globális kérdésekről vagy rutin teendőkről van szó. Azonban a középiskolásoknál már a kortárscsoportok hatása is erősen érvényesül. Legerősebb hatás az anyáké, az ő mintájuk a legmérvadóbb még a 14-19 éves korosztályban is. Mivel az internethasználat és az abból táplálkozó

információellátottság, mint láthattuk igen erős, így érdemes lehet olyan online felületeken utolérni akár a szülőket, akár a fiatalokat, ahol be lehet mutatni a megbízható szakemberek által hitelesített információkat, az ennek az adott korosztálynak kialakított formában. Sokszor panaszkodnak a diákok ugyanis arra, hogy nem érthető vagy nem érdekes az a tudás, amit átadni igyekeznek nekik a különböző preventív, egészségmegőrző rendezvényeken vagy egyéb közvetítőeszközök segítségével. Az internetes felületeken is számolni kell ezzel a problémával. Továbbá ezeket az információkat a szülők felé is hasonlóan érdekes és érthető formában kellene eljuttatni.

Az állami és a gazdasági szereplők által támogatott megfelelő egészségmagatartást és egészséges táplálkozást megerősítő programok esetében érdemes a szülőknek kulcsszerepet szánni (KISS – SZAKÁLY, 2016).

Kiemelten fontos tehát a szülők felelőssége, példamutatása, mert *a gyerekek abból tanulnak, ahogyan a felnőtt cselekszik, és nem abból, amit mond. (Carl Jung)*

Számomra a legfontosabb megállapítás, hogy a felnőttekről szóló felmérésekkel szemben ezen korosztály vizsgálati eredményeiben még jóval nagyobb arányban jelenik meg az érdeklődés, az információigény, a változtatás és a tenni akarás. Nagy többségükben benne van a tudatos fogyasztói magatartás és életvitel igénye. Az, hogy ebben az életszakaszban mi motiválja őket arra, hogy tudatosak legyenek a divat vagy az idea, véleményem szerint másodlagos. Amennyiben az életükbe rutinszerűen beépülnek az egyes cselekvési mintázatokat, akkor az idea vagy a divat nélkül is többségük eszerint fogja vásárlói döntéseit meghozni. Szerintem ehhez kell minden támogatást megadni ennek a korosztálynak, ami mint már sokszor említettem nem csak morális, de társadalmi és gazdasági érdek is.

6. AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉBEN KÉSZÜLT PUBLIKÁCIÓK

DEBRECENI EGYETEM

DEBRECENI EGYETEM
EGYETEMI ÉS NEMZETI KÖNYVTÁR
H-4002 Debrecen, Egyetem tér 1, Pf.: 400
Tel.: 52/410-443, e-mail: publikaciok@lib.unideb.hu

Nyilvántartási szám: DEENK/257/2019.PL
Tárgy: PhD Publikációs Lista

Jelölt: Kiss Virág Ágnes
Neptun kód: DBY3QA
Doktori Iskola: Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola
MTMT azonosító: 10037332

A PhD értekezés alapjául szolgáló közlemények

Folyóiratcikkek, tanulmányok (6)

1. **Kiss, V. Á.**: A környezetvédelemmel kapcsolatos hozzáállás középiskolás diákok különböző szegmensei mentén.
   Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok 12 (3), 277-283, 2017. ISSN: 1788-7593.
2. **Kiss, V. Á.**: A középiskolások életstílus klaszterei - különös tekintettel a rizikómagatartásra.
   Köztes-Európa 9 (1-2), 97-104, 2017. ISSN: 2064-437X.
3. **Kiss, V. Á.**, Kovács, S., Szakály, Z.: A fenntartható fejlődés értékei és az egészségtudatos életstílus elemzése középiskolás diákok körében.
   Táplálkozásmarketing. 3 (2), 41-62, 2016. EISSN: 2064-8839.
   DOI: http://dx.doi.org/10.20494/TM/3/2/4
4. **Kiss, V. Á.**, Tóth, O.: A környezettudatosság megjelenése a középiskolások körében.
   Journal of Central European Green Innovation. 4 (1), 41-52, 2016. EISSN: 2064-3004.
5. **Kiss, V. Á.**: A fenntarthatóbb fogyasztói magatartás és megnyilvánulási formái.
   Taylor 7 (3-4), 313-324, 2015. ISSN: 2064-4361.
6. **Kiss, V. Á.**: National and international review of the trends related to the sustainable consumption.
   Selye e-studies. 6 (1), 90-100, 2015. EISSN: 1338-1598.

DEBRECENI EGYETEM * Egyetemi és Nemzeti Könyvtár *

DEBRECENI EGYETEM

DEBRECENI EGYETEM
EGYETEMI ÉS NEMZETI KÖNYVTÁR
H-4002 Debrecen, Egyetem tér 1, Pf.: 400
Tel.: 52/410-443, e-mail: publikaciok@lib.unideb.hu

További közlemények

Folyóiratcikkek, tanulmányok (3)

7. Tamás, K., **Kiss, V. Á.**: Vevőtípusok empirikus vizsgálata = the empirical examination of different customer types.
   International Journal of Engineering and Management Sciences = Műszaki és Menedzsment Tudományi Közlemények. 3 (4), 92-100, 2018. EISSN: 2498-700X.
   DOI: https://www.doi.org/10.21791/IJEMS.2018.4.9.

8. **Kiss, V. Á.**, Fehér, A., Soós, M., Szakály, Z.: Az étkezésen való változtatás igénye és az élelmiszerjelölések figyelembe vétele a középiskolás diákok körében.
   In: Tükröződés, társtudományok, trendek, fogyasztás: Egyesület a Marketing Oktatásért és kutatásért (EMOK) XXIII. országos konferencia: Tanulmánykötet. Szerk.: Bányai Edit, Lányi Beatrix, Törőcsik Mária, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs, 189-198, 2017. ISBN: 9789634291466

9. **Kiss, V. Á.**: Hallgatói tevékenység a külügyek terén Debrecenben.
   In: Ifjúságkutatás és tanácsadás : a pszichológiai tanácsadás tudományos alapjai. Szerk.: Puskás-Vajda Zsuzsa, Lisznyai Sándor, Felsőoktatási Tanácsadás Egyesület, Budapest, 143-150, 2011. ISBN: 9789638817037

Időszaki kiadványok (1)

10. Szerk. Szakály, Z., Szente, V., Pető, K., Balogh, P., Csapóné Riskó, T., Fodor, M., Hernádi, L., Huszka, P., Keller, B., Kontor, E., Lugasi, A., Oláh, J., Szabóné Pataky, E., Polereczki, Z., Prokisch, J., Vida, V., Fehér, A., Jasák, H., Kiss, M., **Kiss, V. Á.**, Soós, M., Szabó, S., Szűcs, I.: Táplálkozásmarketing. Debrecen : Tóth Könyvkereskedés és Kiadó Kft., 2014-
   kötetek:

A DEENK a Jelölt által az iDEa Tudóstérbe feltöltött adatok bibliográfiai és tudománymetriai ellenőrzését a tudományos adatbázisok és a Journal Citation Reports Impact Factor lista alapján elvégezte.

DEBRECENI EGYETEM Egyetemi és Nemzeti Könyvtár

Debrecen, 2019.06.11.