

OTDK-dolgozat

2025

**PANNON EGYETEM
GAZDÁLKODÁSI KAR ZALAEGERSZEG**

**GLUTÉNMENTES ÉLETMÓD, AVAGY FOGYASZTÓI
PREFERENCIÁK ÉS PIACI TRENDEK MAGYARORSZÁGON**

**GLUTEN-FREE LIFESTYLE OR CONSUMER PREFERENCES AND
MARKET TRENDS IN HUNGARY**

Németh Klaudia

Konzulens: Dr. Palányi Ildikó PhD

Kézirat lezárásának dátuma: 2024. november 05.

TARTALOMJEGYZÉK

ÁBRAJEGYZÉK	V
1. BEVEZETÉS	1
2. ELMÉLETI MEGALAPOZÁS.....	2
2.1. GLUTÉNÉRZÉKENYSÉG.....	2
2.1.1. <i>Gluténérzékenység elterjedése</i>	2
2.1.2. <i>Gluténérzékenység, nem cöliákiás gluténérzékenység, búza allergia</i>	6
2.1.3. <i>Diagnosztizálása</i>	6
2.1.4. <i>Tünetei</i>	7
2.1.5. <i>Formái</i>	8
2.1.6. <i>Okai</i>	10
2.2. GLUTÉNMENTES ÉTREND	11
2.3. FOGYASZTÓI MAGATARTÁS.....	18
2.3.1. <i>A vásárlói döntés</i>	18
2.3.2. <i>A fogyasztói magatartás modelljei</i>	22
2.3.3. <i>A fogyasztói preferenciák</i>	28
3. HELYZETELEMZÉS.....	35
3.1. A GLUTÉNMENTES TERMÉKEK PIACA: NÖVEKEDÉS ÉS KIHÍVÁSOK	35
3.2. FŐBB SZEREPLŐI ÉS TERMÉKKATEGÓRIÁK	40
3.3. INNOVÁCIÓK ÉS TRENDK A PIACON	45
4. EMPIRIKUS KUTATÁS ÉS EREDMÉNYE	48
4.1. PRIMER KUTATÁSOM CÉLJAI	48
4.2. KVANTITATÍV KUTATÁS – KÉRDŐÍVES MEGKÉRDEZÉS.....	48
5. ÖSSZEGZÉS, KONKLÚZIÓK, JAVASLATOK.....	71
6. IRODALOMJEGYZÉK	74
MELLÉKLETEK.....	LXXIX

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: Gluténmentes diétát követők aránya korcsoportonként, nemek szerint	3
2. ábra: Gluténérzékenység kifejezés iránti érdeklődés	3
3. ábra: Lisztérzékenység kifejezés iránti érdeklődés	5
4. ábra: Cöliákia jéghegy.....	8
5. ábra: Gluténmentes megjelölés	12
6. ábra: Gluténmentes táplálkozási piramis.....	13
7. ábra: A fogyasztói magatartás modellje – „Fekete doboz”	22
8. ábra: A fogyasztó magatartást befolyásoló tényezők	23
9. ábra: A fogyasztói magatartás modellje SOR modell	25
10. ábra: Health Belief Model	26
11. ábra: Közömbösségi görbe	30
12. ábra: A tökéletesen helyettesítő termékek.....	31
13. ábra: A tökéletesen kiegészítő termékek	32
14. ábra: A független (semleges) termékek.....	32
15. ábra: Negatív hasznosságú termékek közömbösségi görbéje.....	33
16. ábra: Gluténmentes termékek piacának éves növekedési üteme 2015-2026.....	35
17. ábra: Gluténmentes termék piac várható növekedése 2022-2023	36
18. ábra: Gluténmentes termékpiac 2022-es helyzete és várható növekedése	38
19. ábra Gluglu' Free From kakaós keksz	41
20. ábra Glulu's Free From Sajtos pogácsa.....	41
21. ábra Schär logó.....	41
22. ábra Schär termékek	42
23. ábra Mester Család Levesbetétpor	42
24. ábra Mester Család logó.....	42
26. ábra Szafi Kenyér és péksütemény keverék	43
25. ábra Szafi logó.....	43
27. ábra: A kitöltők nem szerinti megoszlása.....	49
28. ábra: A kitöltők életkor szerinti megoszlása	50
29. ábra: A kitöltők lakóhely szerinti megoszlása.....	51
30. ábra: A kitöltők iskolai végzettség szerinti megoszlása	51
31. ábra: A kitöltők foglalkozás szerinti megoszlása	52
32. ábra: Gluténmentes diéta követése	53
33. ábra: Gluténmentes diéta követésének oka	54
34. ábra: Glutén mellett fennálló érzékenységek	55
35. ábra: Gluténmentes étrend követésének ideje	55

36. ábra: Gluténmentes diéta nehézségének mértéke	56
37. ábra: Kitöltő háztartásában élő gluténmentes diétát követő személyek	57
38. ábra: Kitöltő háztartásában élő gluténmentes diétát követő személyek száma	57
39. ábra: Kitöltő háztartásában élő gluténmentes diétát követő személyek rokoni kapcsolata	58
40. ábra: Gluténmentes termékek vásárlásának helye	62
41. ábra: Üzletek kínálatának elégedettsége	62
42. ábra: Vásárláskori legfontosabb szempont	63
43. ábra: Nehézségek vásárláskor	64
44. ábra: 1 főre havonta átlagosan elköltött pénzmenyiség gluténmentes termékek esetében	65
45. ábra: Organikus, bio termékek fontossága	66
46. ábra: Új termékek kipróbálása	67
47. ábra: Átlátható és pontos címkézés	68
48. ábra: Kitöltők javaslatai a gluténmentes piac fejlesztésére	69

TÁBLÁZATJEGYZÉK

1. táblázat: A vásárlói döntések típusai	19
2. táblázat: Vásárlói döntési típusok és az érintettség kapcsolata	20
3. táblázat: Életkor és a gluténmentes diéta követésének kapcsolata	53
4. táblázat: Közös vs külön főzés	58
5. táblázat: Lakóhely gluténmentes kínálata	59
6. táblázat: Lakóhely típusa és az elégedettség kapcsolata	60
7. táblázat: Khí-négyzet próba lakóhely típusa és az elégedettség kapcsolata	61
8. táblázat: Directional measures	61
9. táblázat: Symmetric measures	61
10. táblázat: Gluténmentes termékek anyagi megítélése	64
11. táblázat: Diéta többlet költség megítélése	65
12. táblázat: Élelmiszerboltok több gluténmentes lehetőségének nyújtása	67
13. táblázat: Gluténmentes termékek elérhetősége az elmúlt években Magyarországon	68

1. BEVEZETÉS

Az utóbbi években a gluténmentes étrend iránti kereslet gyors növekedésnek indult, nemcsak a gluténérzékenységben szenvedők körében, hanem azok között is, akik a tudatosabb táplálkozási szokások és a trendek nyomán törekednek az egészségesebb életmódra. Személyes érintettségem is megmutatkozik a témában, hiszen 2007 óta, vagyis négyéves korom óta gluténérzékenység vagyok, így nemcsak szakmai, hanem saját tapasztalatból is érzékelem a gluténmentes piac alakulását, kihívásait, illetve lehetőségeit. A gluténmentes termékek piaca folyamatosan bővül Magyarországon, egyre több a hazai vállalkozás, amely a magyar fogyasztók ízlésének próbál megfelelni és kedvezni. Ezzel párhuzamosan megfigyelhető a fogyasztói preferenciák átalakulása, hiszen a vásárlók egyre tudatosabban keresnek olyan termékeket, amelyek megfelelnek a speciális étrendi igényeiknek.

A kutatás relevanciája kiemelkedő a jelenlegi magyarországi gluténmentes termékek piacán, mivel jelentős fejlődés tapasztalható. Az élelmiszeripar folyamatosan bővíti kínálatát, új gluténmentes termékek jelennek meg a szupermarketek polcain és a speciális élelmiszereket kínáló kisboltokban. A termékek fejlődése technológiai innovációkkal is párosul, hogy a gluténmentes élelmiszerek minőségben és ízben is megfeleljenek a hagyományos termékekkel szemben támasztott elvárásoknak. Dolgozatom célja, hogy átfogó képet nyújtson a gluténmentes életmódot választók fogyasztói szokásairól, motivációiról és a kapcsolódó piaci trendekről Magyarországon. Ehhez először áttekintem a gluténmentes étrend elméleti hátterét és a hozzá kapcsolódó egészségügyi szempontokat, különös figyelmet fordítva arra, hogy mennyire fontos a gluténérzékenység megfelelően való kezelése. Ezt követően bemutatom a magyar gluténmentes piac szerkezetét, elemzem a piacon jelen lévő terméktípusokat, valamint a piaci trendeket a termékek minősége, hozzáférhetősége és választéka tekintetében. A dolgozat gyakorlati része kvantitatív módszerre épül, amely segítségével felmérhetem a gluténmentes étrendet követők vásárlási szokásait és azokat a fő motivációkat, amelyek a termékek választásában szerepet játszanak.

A gluténmentes étrenddel kapcsolatos attitűdök, motivációk és vásárlási szokások elemzése lehetővé teszi annak megértését, hogy milyen irányba fejlődik a hazai piac, milyen új igények merülnek fel a fogyasztók részéről, és hogy az élelmiszeripar szereplői hogyan képesek ezekre reagálni. További célom, hogy a kutatási eredmények révén javaslatokat tegyek a vállalkozások számára a fogyasztói igények minél jobb kiszolgálására, ezzel hozzájárulva a gluténmentes termékek piacának sikeres fejlődéséhez Magyarországon.

2. ELMÉLETI MEGALAPOZÁS

2.1. GLUTÉNÉRZÉKENYSÉG

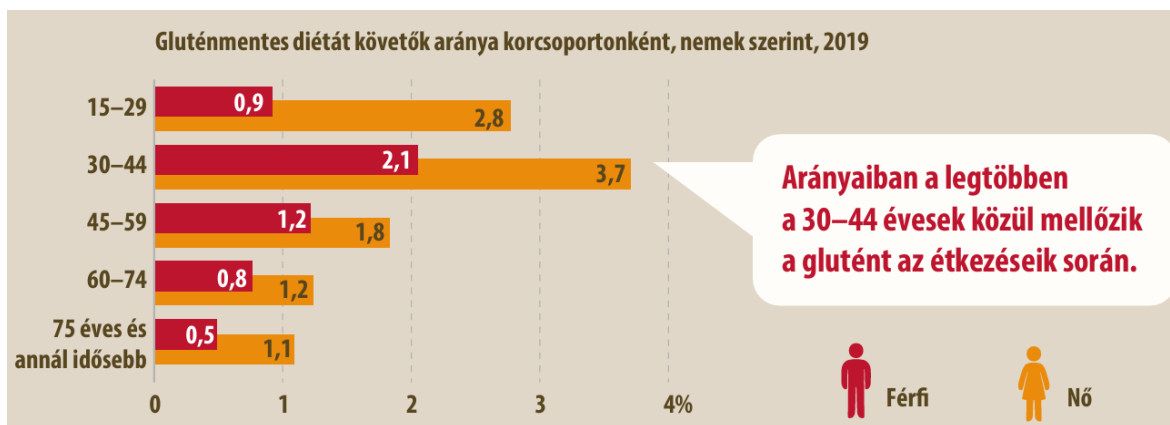
Az elmúlt évtizedekben a gluténérzékenység, mint autoimmun betegség egyre nagyobb figyelmet kapott, és ennek köszönhetően az érintettek száma is látványos növekedést mutat. Egyes kutatások szerint az iparosodott országokban az autoimmun betegségek és az élelmiszer-intoleranciák, mint a gluténérzékenység elterjedésének növekedése összefüggésben állhat a modern étrend és életmód változásaival. Az előre feldolgozott élelmiszerek, valamint a búzatermékek növekvő fogyasztása szintén hozzájárulhatott ahhoz, hogy egyre több ember szembesül gluténintoleranciával vagy glutén okozta autoimmun betegséggel, például cöliákiával. A gluténmentes étrend elterjedése részben az orvosi szükségletnek, részben pedig egy szélesebb körű táplálkozási trendnek köszönhető. Egyre több ember választja a gluténmentes diétát akkor is, ha nincs igazolt gluténérzékenysége, mivel egészségesebbnek véli a glutén nélküli étrendet. Ez a trend elősegítette a gluténmentes termékek piacának növekedését is, így ma már szinte minden élelmiszer-kategóriában elérhetőek gluténmentes alternatívák (Catassi, Gatti, & Fasano, 2014).

2.1.1. Gluténérzékenység elterjedése

A gluténérzékenység (cöliákia) előfordulása az elmúlt 20 évben világszerte növekedett, amit részben a fejlettebb és gyorsabb diagnosztikai módszerek megjelenése, részben pedig a környezeti tényezők változása magyaráz. Előfordulása a világban sokrétű, vannak olyan Afrikai térségek, amelyekben a mai napig ismeretlen a betegség fogalma, azonban Európában jól ismert és egyre gyakoribb. A gluténérzékenység családi halmozódást hordoz, vagyis alapvetően öröklődő betegség, de kialakulásában szerepet játszanak a környezeti tényezők, valamint a modern étrend, amely sok gluténtartalmú ételt tartalmaz (Gluténmentes.info.hu).

Ez az autoimmun betegség különösen gyakori az egyiptéjű ikreknél és a cukorbeteg gyermekeknél. A gluténérzékenység a nők körében a legelterjedtebb, az esetek 70%-a őket érinti. Magyarországon a betegség körülbelül minden századik embert érint (Allergiaközpont.hu.)

Magyarországon a gluténérzékenység (cöliákia) előfordulása körülbelül 1-2%-os, azaz 100 emberből 1-2 érintett lehet. Azonban a diagnosztizált esetek száma ennél lényegesen kevesebb, mivel a betegek csupán mintegy ötöde tud betegségéről. Sokan kezeletlenül élnek, mivel a betegség tünetei gyakran atipikusak, vagyis nem feltétlenül jelentkeznek emésztőrendszerre jellemző panaszok formájában (KSH, 2021).



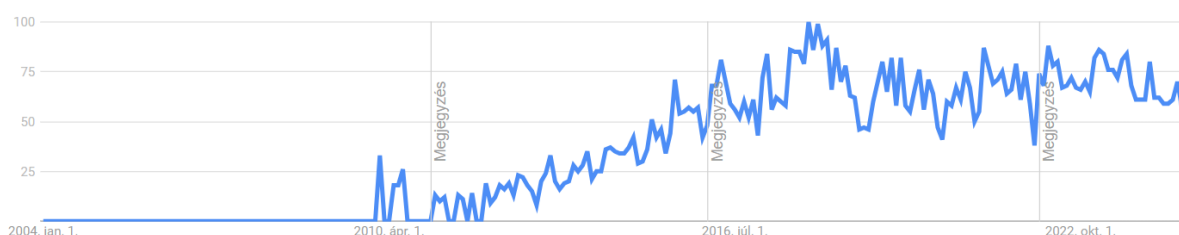
1. ábra: Gluténmentes diétát követők aránya korcsoportonként, nemek szerint

Forrás: KSH (2021)

Az 1. ábra a gluténmentes diétát követők arányát mutatja Magyarországon, a 2019-es KSH adatok alapján, korcsoportonként és nemek szerint. A 30–44 évesek körében a legmagasabb a gluténmentes diétát követők aránya mind a férfiak, mind a nők körében. Ez azt feltételezi, hogy az életkor előrehaladtával, csökken a gluténmentes diétát követők aránya. Összességében tehát elmondható, hogy a gluténmentes diéta leginkább a fiatalabb és középkorú nők körében elterjedt, míg az idősebb korosztályokban kevésbé népszerű, és a férfiak minden korcsoportban alacsonyabb arányban követik ezt az étrendet (KSH, 2021).

Érdeklődés idő szerint ?

↓ <> ↻



2. ábra: Gluténérzékenység kifejezés iránti érdeklődés

Forrás: Google Trends (2022)

)

A Google Trends ábrája a „gluténérzékenység” kifejezés iránti érdeklődést vizsgálta Magyarországon az elmúlt 20 évben, vagyis az érdeklődés változását mutatja időben, 2004-től egészen 2023-ig.

- **2004–2009:** Ebben az időszakban az érdeklődés nagyon alacsony volt, szinte egyáltalán nem is volt jelentős keresési tevékenység a „gluténérzékenység”

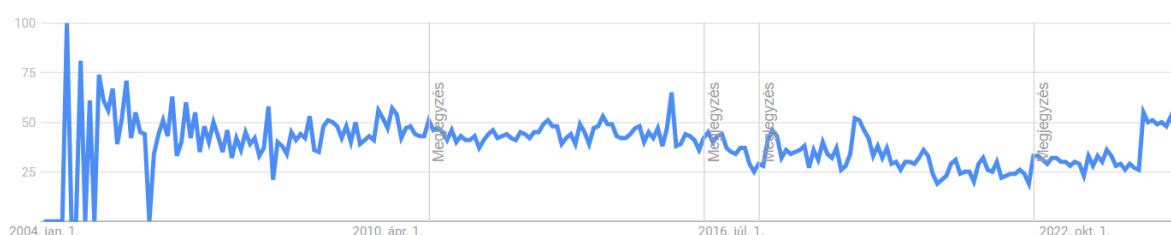
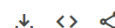
kifejezésre. A gluténérzékenységről való tudás még nem volt széles körben elterjedt Magyarországon. A cöliákiát kevésbé ismerték fel, és az emberek kevésbé voltak tudatosak az ételintoleranciákkal kapcsolatban. A diagnosztikai módszerek sem voltak olyan fejlettek, mint napjainkban, így sok esetben nem diagnosztizálták a betegséget, ami hozzájárult az alacsony érdeklődéshez.

- **2010-2014:** Az érdeklődés fokozatosan növekedni kezdett a keresett szóra, de még mindig viszonylag alacsony maradt. Ekkor kezdhett el jobban terjedni a tudatosság a gluténérzékenységről. Ebben az időszakban egyre több információ vált elérhetővé a gluténérzékenységről. A diagnosztikai technikák fejlődése és a jobb szűrési lehetőségek hozzájárultak ahhoz, hogy több embernél diagnosztizálták a cöliákiát, illetve a nem cöliákiás gluténérzékenység is szélesebb figyelmet kapott. Az internet és a közösségi média elterjedése segítette a betegséggel kapcsolatos információk gyorsabb terjedését. Magyarországon pedig ekkor kezdtek igazán elterjedni az első gluténmentes termékek, ami a közfigyelmet is megnövelte.
- **2015-2017:** Ebben az időszakban már jelentős növekedést figyelhetünk meg. Az érdeklődés 2015 közepétől kezdve látványosan emelkedett, és 2016-ban elérte egyik csúcspontját. A gluténmentes étrend nemcsak az érintett csoportok körében, hanem az egészséges életmódút élők között is népszerűvé vált, akik azt gondolták, hogy a gluténmentes diéta segíthet különféle emésztési problémák kezelésében, vagy csak általában véve egészségesebb választás. A gluténmentes termékek piaca ebben az időszakban kezdett igazán bővülni. Az élelmiszeripar felkapta a trendet, és egyre több gluténmentes terméket kínált a vásárlóknak, ami növelte a keresletet és az érdeklődést.
- **2018-2022:** Itt az érdeklődés már ingadozott, de tartósan magas szinten maradt. Több kiugró csúcst is mutatott, amikor az érdeklődés különösen magas volt, de ezek között voltak visszaesések is. Bár az érdeklődés folyamatos maradt, bizonyos időszakokban, például nagyobb médiakampányok vagy élelmiszeripari innovációk után, megnövekedett az érdeklődés, míg máskor visszaesett.
- **2022 után:** Az érdeklődés továbbra is magas maradt, bár kisebb hullámváz figyelhető meg, de az adatok nem tértek vissza alacsony szintre. Ez azt jelzi, hogy a gluténmentes étrend már egy jól megalapozott életmódbeli választássá vált Magyarországon. Az emberek már nem keresnek annyi új információt a

gluténérzékenységről, mivel a fogalom és az étrend elterjedt a köztudatban (Google Trends 2023).

A gluténérzékenység iránti érdeklődés Magyarországon jelentős növekedést mutatott 2010-től kezdve, a legmagasabb szintet 2016 körül érte el. Azóta az érdeklődés ingadozó, de tartósan magas szinten van, ami valószínűleg a diagnosztikai módszerek fejlődésének, a tudatosság növekedésének, valamint a médiában és az élelmiszerpiacon zajló változásoknak köszönhető (Google Trends 2023).

Érdeklődés idő szerint ⓘ



3. ábra: Lisztérzékenység kifejezés iránti érdeklődés

Forrás: Google Trends (2022)

A 3. ábrán a Google Trends „lisztérzékenység” kifejezés iránti érdeklődést vizsgálta Magyarországon az elmúlt 20 évben. A Google Trends grafikonja az érdeklődés változását mutatja időben, 2004-től egészen 2022-ig.

- **2004-2010:** Az érdeklődés kezdetben nagyon magas, majd néhány éven belül fokozatosan csökkent. A 2004-es év elején jelentős csúcspont figyelhető meg, ami később stabilizálódik. 2004-ben és a korábbi években a lisztérzékenység volt a közismert kifejezés a cöliákiára. Az emberek a lisztet hibáztatták a betegségért, nem pedig a glutént, mivel az orvosi és dietetikai tudás még nem volt annyira fejlett a lakosság körében. Ezért a „lisztérzékenység” volt a használatos szó a betegségre, emiatt kerestek rá ebben az időszakban többen, mint a gluténérzékenység szóra.
- **2010-2016:** Ebben az időszakban viszonylag alacsony és stabil volt az érdeklődés. Néhány kisebb csúcspont látható, de nem éri el az induló szintet. Ahogy az orvosi ismeretek bővültek, világossá vált, hogy a probléma nem a liszt, hanem a glutén nevű fehérje jelenléte. A köztudatban egyre inkább a gluténérzékenység kifejezés vált elfogadottá.

- **2016-2022:** Az érdeklődés viszonylag alacsony, bár itt is vannak apróbb kiugrások. A 2022 utáni időszakban kis mértékű növekedés figyelhető meg. Itt már a gluténérzékenység volt a szélesebb körben ismert kifejezés (Google Trends, 2022).

2.1.2. Gluténérzékenység, nem cöliákiás gluténérzékenység, búza allergia

A gluténhoz kapcsolódó betegségek közé több különböző állapot tartozik, amelyek eltérő mechanizmusok alapján okoznak problémákat a szervezetben. Ezek közé tartozik

- a gluténérzékenység (cöliákia),
- a nem cöliákiás gluténérzékenység (NCGS),
- valamint a búzaallergia.

Mindegyik esetben különböző tünetek és kezelési megközelítések állnak fent (Csík, 2022).

Gluténérzékenység (cöliákia)

A cöliákia egy krónikus autoimmun betegség, amelyet a glutén (búzában, árpában, rozsban és egyéb gabonafélékben található fehérje) fogyasztása vált ki. Ez a betegség, amelyet lisztérzékenységgént is ismerünk, akkor alakul ki, amikor a glutén hatására az immunrendszer megtámadja a vékonybél nyálkahártyáját, károsítva a bélbolyhokat. A sérült bélbolyhok nem képesek megfelelően felszívni a tápanyagokat, ami felszívódási zavarokhoz vezet, és számos más betegség, például vashiány, csontritkulás vagy akár meddőség kialakulásához is hozzájárulhat (Schaer.com)

A gluténtartalmú gabonák közé tartozik a búza, árpa, rozs, emmer búza, tönkölybúza, tritikálé, kamut, einkorn búza, aszalt tönköly, bulgur búza, kuskusz (Schaer.com)

Magyarországon a gluténérzékenység (cöliákia) a súlyos fogyatékoságok közé tartozik, ami adókedvezményre jogosítja az érintetteket. A kedvezmény adóév első napján érvényes havi minimálbér 5 százalékának megfelelő, 2023-ban 11.600 Ft/hó, melyet a munkáltató a havi adóelőleg számítása során figyelembe vesz, de a kedvezmény utólagosan, a személyi jövedelemadó bevalláskor is érvényesíthető (Gasztróklinika.hu).

2.1.3. Diagnosztizálása

Sok beteg öndiagnózisa a gluténérzékenységre (cöliákiára) gyakran különféle ételintolerancia- vagy ételallergia-teszteken alapul. Ezek az ételintolerancia-tesztek már könnyen elérhetőek, akár otthoni használatra is, és ha a gluténre való érzékenységet mutatják ki, a betegek gyakran tévesen állítanak fel saját diagnózist. Az ilyen típusú tesztek azonban általában az IgG típusú ellenanyagok jelenlétét mutatják ki, amelyek nem specifikusak a cöliákiára, és nem a transzglutamináz elleni antitesteket vizsgálják.

Lisztallergia esetén IgE típusú ellenanyagot mutatnak ki, amely allergiás reakcióra utal, de ez sem azonos a cöliákiával. Fontos megkülönböztetni az allergiát és az autoimmun betegséget, mivel a cöliákia egy specifikus immunválasz a glutén fogyasztására (Rutinlab.hu).

A cöliákia diagnosztizálására szolgáló gyors tesztek ezzel szemben a transzglutamináz elleni IgA antitesteket vizsgálják, amelyek kimutatása jelzi a cöliákia jelenlétét. Azonban, ha a beteg IgA-hiányban szenved – ami viszonylag gyakori jelenség a cöliakiás betegek körében – a gyors teszt álnegatív eredményt adhat, mivel az IgA antitestek nem termelődnek megfelelően. Ilyen esetekben a diagnózis megerősítésére laboratóriumi tesztek szükségesek, amelyek az IgA antitestek mellett az IgG típusú transzglutamináz ellenanyagokat is vizsgálják. Ez különösen fontos olyan esetekben, amikor a klinikai tünetek cöliákiára utalnak, de az IgA alapú tesztek nem mutatnak egyértelmű eredményt. Ezért rendkívül fontos, hogy a lisztérzékenység diagnosztizálását ne csupán öndiagnózisra vagy otthoni tesztekre alapozzák a betegek (Rutinlab.hu).

A pontos diagnózishoz szakorvosi vizsgálat, részletes vérteszt és szükség esetén bélbiopszia szükséges, hogy megállapítsák a cöliákia fennállását, és kizárják az egyéb hasonló tünetekkel járó állapotokat, például a nem-cöliakiás gluténérzékenységet vagy a búzaallergiát. Csak egy átfogó, orvosi diagnózis alapján lehet megfelelő diétát és kezelést bevezetni (Rutinlab.hu).

2.1.4. Tünetei

A cöliákia tünetei rendkívül sokfélék, az érintettek tapasztalhatnak hasi fájdalmat, puffadást, hasmenést, fogyást, székrekedést és emésztési zavarokat. Emellett fáradtság, fejfájás, bőrkiütések is gyakoriak, de előfordulhat reflux, hányás, viszkető bőr is. A tünetek sokszínűsége a cöliákia felismerését késleltetheti, azonban a diagnózis vérvizsgálattal és bélbiopsziával egyértelműen megállapítható. A cöliákia egyetlen kezelési módja az élethosszig tartó, szigorú gluténmentes diéta. E nélkül a betegek állapota tovább romlik, és növekszik a szövődmények kialakulásának kockázata, például

- a vékonybél rosszindulatú daganata (adenocarcinoma, vagy lymphoma)
- súlyos ásványi anyag felszívódási zavar (Ca) emiatt korai csontritkulás
- a nemzőképesség zavara (meddőség)
- vashiányos vérszegénység (Coliegyesulet.hu)

A gluténérzékenység következtében fellépő hiánytünetek:

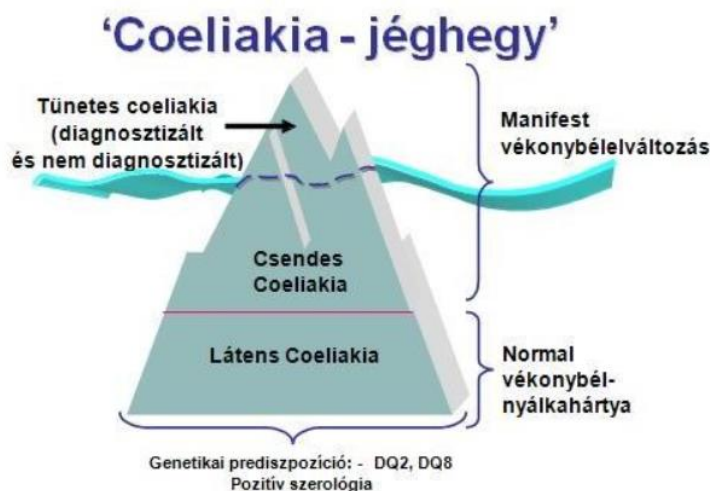
- vitaminok, ásványi anyagok hiánya (kálcium, D, A, K vitamin)

- vashiány
- B12 vitamin és folsav hiány
- szénhidrát és zsírfelszívódás zavarai

Mivel a cöliákia komoly és szisztémás következményekkel járó betegség, elengedhetetlen a diagnózis felállítása és a megfelelő diéta betartása, amely magában foglalja a glutén teljes kerülését az étrendből (Csík, 2022).

2.1.5. Formái

1. Kifejezett klinikai tünetekkel járó betegek (nagyfokú vagy enyhébb mértékű bélbolyhok károsodása)
2. Silent (csendes) cöliákia (bélbolyhok károsodása, klinikai tünetek nélkül)
3. Látens cöliákia (korábban előfordult, diéta hatására regenerálódott bélbolyhok)



4. ábra: Cöliákia jéghegy

Forrás: Coliegyesulet.hu

A 4. ábra a cöliákiát a "jéghegy" metaforájával ábrázolja, amely egy szemléletes módszer a betegség különböző formáinak megértésére. Az ábrázolás bemutatja, hogy a cöliákia diagnosztizálható formája csak a felszín (a jéghegy csúcsa), míg a betegségnek számos rejtett és kevésbé ismert formája létezik, amelyek gyakran nem kerülnek diagnosztizálásra (Coliegyesulet.hu).

1. **Tünetes cöliákia** (diagnosztizált és nem diagnosztizált) – A jéghegy csúcsa

Ez a betegség azon formája, amelynél manifest vékonybélváltozás figyelhető meg, illetve a betegek tüneteket tapasztalnak, mint például hasmenés, puffadás, fogyás stb. Ezek az

emberek általában diagnózisra kerülnek, de a jéghegy csúcsa csak azokat jelzi, akik már diagnosztizáltak vagy diagnózist várnak (Coliegyesulet.hu).

2. **Csendes cöliákia** – A jéghegy középső része

Azok az egyének tartoznak ide, akik pozitív vérvizsgálati eredményekkel rendelkeznek, de nincsenek jelentős klinikai tünetek vagy azok enyhék. A diagnózis itt gyakran nehezebb, mert nincs szembetűnő tünet, de a bélrendszer már érintett lehet, esetleg enyhébb bélkárosodásokkal (Coliegyesulet.hu).

3. **Latens cöliákia** – A jéghegy alsó része:

Ebben az állapotban a vékonybél nyálkahártyája normálisnak tűnik az egyén genetikailag hajlamos a betegség kialakulására (DQ2, DQ8 gének jelenléte). Az ilyen személyeknél még nem fejlődött ki teljesen a cöliákia, de a betegség bármikor aktiválódhat, különösen, ha glutént tartalmazó ételeket fogyasztanak (Coliegyesulet.hu).

A cöliákia kialakulhat felnőtt, illetve gyermekkorban egyaránt, de a felnőttkori kialakulás gyakoribb (9:1 arányban). A gyermekeknél a cöliákia általában 14-18 hónapos korban jelenik meg, de 3-5 éves korig is jellemzően előfordul, különösen a glutént tartalmazó ételek bevezetése után. A betegség legtipikusabb tünetei közé tartozik a hasmenés, nagy mennyiségű, zsíros fényű széklet, jelentős fogyás, gyengeség, pókhas kialakulása, vékony végtagok, vérszegénység, levertség és a növekedés elmaradása. Ezek a tünetek csak részben utalnak a betegségre, ami tovább bonyolítja a diagnózist. A felnőttek esetében a cöliákia általában 20 és 50 éves kor között jelentkezik. A felnőtteknél emésztőrendszeri panaszok, például hasmenés vagy székrekedés csak az esetek felében fordulnak elő (Coliegyesulet.hu).

A felnőttkori cöliákia semmiben sem tér el a gyermekkoritól, csak a felnőttek kezelik másképp. Egy szülő, amikor észrevesz tüneteket, elváltozásokat a gyermekén sokkal előbb utána kezd járni és kezelteti azt, mint saját maga testi problémáját. A felnőttek hajlamosak különféle gyors tünetei kezeléssel gyógyítani magukon pl. hasmenésre hasfogókat szednek, rossz közérzetre egy kis csokit esznek. Akkor mennek el orvoshoz amikor már érzik, hogy „nagy a baj” vagy éppenséggel már semmi sem segít. Felnőttkorban súlyosabb szövődmények, esetleges társbetegségek alakulhatnak ki, attól függően mennyire későn derül fény a cöliákiára. A gyermekeknél a szövődmények kialakulására kevesebb az esély, hiszen aránylag hamar a betegség korai státuszában kiderül a probléma és elkezdődhet a diéta (Glutenerzekeny.hu).

2.1.6. Okai

A gluténérzékenység egy komplex betegség, amelynek több tényező is hozzájárulhat a kialakulásához:

- **Genetikai hajlam:**

A gluténérzékenység egyik legfontosabb tényezője a genetikai háttér. Azok az emberek, akiknek a szervezetük tartalmaz bizonyos HLA-DQ2 vagy HLA-DQ8 géneket, hajlamosabbak a cöliákiára. Azonban nem mindenki, aki ezekkel a génekkel rendelkezik, betegszik meg, ami arra utal, hogy más tényezők is hozzájárulnak a betegség kialakulásához (Glutenerzekeny.hu).

- **Immunrendszeri válasz:**

A cöliákia egy autoimmun betegség, ami azt jelenti, hogy a szervezet immunrendszere a saját szöveteit támadja meg. Glutén fogyasztása esetén az immunrendszer helytelenül reagál, és megtámadja a vékonybél bélbolyhait, ami felszívódási zavarokhoz vezet.

- **Környezeti tényezők:**

Bizonyos vírusok és bakteriális fertőzések (pl. rotavírus) hozzájárulhatnak a betegség kiváltásához azoknál, akiknél megvan a genetikai hajlam. Egyes kutatások még arra utalnak, hogy a glutén korai vagy túl késői bevezetése a gyermek étrendjébe növelheti a cöliákia kialakulásának kockázatát, bár ez még vitatott téma. Továbbá a fizikai vagy érzelmi stressz, például műtétek, terhesség, fertőzések, vírusok vagy traumák is kiválthatják a cöliákiát.

- **Bélflóra egyensúlya:**

Az egészséges bélflóra fontos szerepet játszik az immunrendszer működésében. A bél mikrobiomjának egyensúlytalansága is hozzájárulhat a gluténérzékenység kialakulásához.

- **Más autoimmun betegségek:**

Azoknál, akiknek más autoimmun betegségeik vannak, például 1-es típusú cukorbetegség, pajzsmirigybetegek vagy Addison-kór nagyobb az esélye a cöliákia kialakulásának (Glutenerzekeny.hu).

Nem cöliákiás gluténérzékenység (NCGS)

Ez egy olyan állapot, ahol a glutén fogyasztása hasonló, viszont enyhébb tüneteket okoz, mint a cöliákia, de nincs autoimmun reakció, bélkárosodás vagy tápanyaghiány. Ez a betegség kevésbé ismert, és a diagnózisa sokszor kizárásos alapon történik. Ez azt jelenti, hogy először a cöliákiát és a búzaallergiát zárják ki, majd a gluténmentes diéta kipróbálása után a tünetek javulása megerősítheti az NCGS-t. Kezelésére gluténmentes vagy

gluténszegény diéta javasolt, de a szigorúság nem mindig olyan fontos, mint a cöliákia esetében, hanem csak a tünetek elkerülése miatt ajánlott (Csík, 2022).

Búzaallergia

A búzaallergiában szenvedőknél az immunrendszer többféle búzafehérjére, köztük a gluténre is reakciót vált ki. A cöliákiával ellentétben azonban ebben az esetben az immunválasz átmeneti, és nem okoz maradandó károsodást a vékonybélben. Míg a cöliákia és a gluténérzékenység élethosszig tartó állapotok, a búzaallergia sok esetben kinőhető. A tünetek között szerepelhet a gyomorfájdalom, görcsök, hányinger, hányás, fejfájás, orrdugulás, bőrkiütések és nehézlégzés, amelyek hasonlóak lehetnek a gluténérzékenység tüneteivel. A diagnózist vérvizsgálattal (IgE antitestek) és/vagy bőrpróbával (allergiás reakció vizsgálata) lehet megállapítani. Az allergiát különösen komolyan kell venni az anafilaxiás reakció lehetősége miatt, és az érintetteknek szigorú búzamentes diétát kell követniük. Az orvos gyakran antihisztamint is felír a tünetek kezelésére és a súlyos reakciók megelőzésére (Csík, 2022).

2.2. GLUTÉNMENTES ÉTREND

A gluténérzékenység elterjedésével egyre nagyobb figyelem irányul a gluténmentes étrendre, ami nemcsak a cöliakiás betegek, hanem a gluténnal kapcsolatos problémákat tapasztaló emberek és az egészséges életmód követői számára is fontos lett. Ez a trend tükröződik a piacon is, ahol a gluténmentes termékek kínálata folyamatosan bővül, hogy kielégítse a növekvő keresletet. A gluténmentesség szigorú szabályozása alapvető jelentőségű a cöliakiások, gluténérzékenyek és búzaallergiások számára, mivel még egy kis mennyiségű glutén is komoly egészségügyi problémákat okozhat.

A Codex Alimentarius szabvány, amelyet az Egészségügyi Világszervezet (WHO) és az Élelmiszer- és Mezőgazdasági Szervezet (FAO) hozott létre, meghatározza, hogy egy termék gluténmentesnek tekinthető, ha kevesebb mint 20 mg/kg glutént tartalmaz. Ez azt jelenti, hogy egy millió egység élelmiszerben legfeljebb 20 egység glutén lehet jelen. Az Európai Unióban és Magyarországon is a 20 mg/kg alatti gluténszint a hivatalos határérték. Az uniós rendeletek előírják, hogy csak olyan termékek kaphatják meg a "gluténmentes" jelölést, amelyek gluténtartalma nem haladja meg ezt a szintet (Rendelet, 2009).

Vannak olyan emberek, akik érzékenyek a gluténre, de kis mennyiségben mégis képesek fogyasztani azt. Számukra készülnek azok a nagyon alacsony gluténtartalmú

élelmiszerek, amelyek legfeljebb 100 mg/kg glutént tartalmaznak. Fontos tisztázni azt is, hogy a "gluténmentes" kifejezés nem használható olyan élelmiszereken, amelyek természetüknél fogva gluténmentesek, hiszen az ilyen termékek esetében ez magától értetődő. Az ilyen megjelölés megtévesztő és félrevezető lenne, mivel indokolatlanul különböztetné meg őket a hasonló, szintén gluténmentes termékektől.

A gluténmentes és nagyon alacsony gluténtartalmú termékek szabályozásában 2016. július 20-tól az Európai Parlament és a Tanács 609/2013/EU rendelete alapján változás történt. 2016-ig ezek az élelmiszerek a különleges táplálkozási célú élelmiszerek kategóriájába tartoztak. Azonban 2016 nyarától kezdve ezek már a normál fogyasztásra szánt élelmiszerek csoportjába sorolódnak (Gluténérékeny.hu, 2016).

A rendelet tovább részletezte a következőket:

- Gluténmentes vagy nagyon alacsony gluténtartalmú élelmiszerekhez csak olyan zab használható, amelynek termesztése, tárolása és feldolgozása során teljesen kizárták a gluténnal való szennyeződés lehetőségét, és gluténtartalma legfeljebb 20 mg/kg lehet.
- A fogyasztók pontosabb tájékoztatása érdekében a gluténmentes és nagyon alacsony gluténtartalmú jelölések mellett szerepelhetnek a „gluténérzékenyek is fogyaszthatják” és a „cöliákiában szenvedők is fogyaszthatják” kifejezések.
- Ha egy élelmiszert úgy állítottak elő, hogy a gluténtartalmú összetevőjének gluténtartalmát csökkentették, vagy természetes módon gluténmentes összetevővel helyettesítették, akkor a „kifejezetten gluténérzékenyek számára készült” és a „kifejezetten cöliákiában szenvedők számára készült” kifejezések is használhatók.
- A gluténmentes megjelölés további logókkal és ábrákkal is kiegészíthető.



5. ábra: Gluténmentes megjelölés

Forrás: Emmer (2019)

A "nyomokban glutént tartalmazhat" kifejezés egy figyelmeztetés az élelmiszer címkéjén, amely arra utal, hogy az adott termék előállítása során kis mennyiségű glutén kerülhetett az élelmiszerbe, annak ellenére, hogy a glutén nem tartozik a termék összetevői közé. Ez a jelzés különösen fontos a gluténérzékeny (cöliákiás) számára, mert még minimális mennyiségű glutén is kiválthat autoimmun reakciót a szervezetükben (Emmer, 2019).

A glutén az élelmiszer előállítási folyamata során többféle módon kerülhet az élelmiszerbe:

Keresztszennyeződés által a gyártás során: Ha egy gyártóüzemben gluténtartalmú és gluténmentes termékeket ugyanazokkal a gépekkel vagy eszközökkel dolgoznak fel, akkor keresztaszennyeződés fordulhat elő. Például egy olyan futószalagon, ahol korábban búzaliszttel készült terméket gyártottak, maradhatnak gluténszemcsék, amelyek később a gluténmentes termékekbe kerülhetnek (Emmer, 2019).

Keresztaszennyeződés által a tárolás során: Ha a gluténtartalmú alapanyagokat és a gluténmenteseket ugyanabban a raktárban tárolhatják, az szintén szennyeződéshez vezethet. Ha például liszt közelében tárolják a gluténmentes termékeket, a levegőben szálló lisztpor is okozhat a szennyeződést (Emmer, 2019).

Szállítás és csomagolás: A szállítóeszközök és csomagolóanyagok is lehetnek forrásai a szennyeződésnek, ha azokat korábban gluténtartalmú termékekhez használták (Emmer, 2019).



6. ábra: Gluténmentes táplálkozási piramis

Forrás: Schaer.com

A 6. ábrán látható, gluténmentes táplálkozási piramis segít abban, hogy kiegyensúlyozott, egészséges és gluténmentes étrendet alakítsunk ki. Mindenki saját maga ellenőrizheti, hogy elegendő egészséges élelmiszert fogyaszt-e, és ezáltal fenntartható, gluténmentes étrendet tart. Ez az ábra segít abban, hogy a gluténmentes étrendben is megfelelő mennyiségű tápanyagot vigyünk be, és fenntartsuk az egészséges életmódot (Schaer.com).

A piramis öt szinten mutatja, miből mennyit ajánlott fogyasztani (Schaer.com):

1. szint – Italok

A piramis alapját az italok képezik, ami napi 1,5-2 liter folyadék bevitelét jelenti. A legjobb választás a víz, édesítetlen tea és erősen hígított gyümölcslevek. Koffeintartalmú italokat, például kávé és teákat csak mérsékeltén szabad fogyasztani (Schaer.com).

2. szint – Zöldség, gyümölcs, saláta, egészséges zsírok, gluténmentes gabonafélék

Napi ötszöri fogyasztás ajánlott, amely 2 adag gyümölcsből és 3 adag zöldségből áll. A legjobb friss, szezonális gyümölcsöket és zöldségeket választani. Egy adag körülbelül egy pohár gyümölcslé vagy zöldséglé. A zsírok és olajok esszenciális zsírsavakat és zsírban oldódó vitaminokat tartalmaznak, amelyek fontosak az egészség szempontjából.

A növényi eredetű zsírok, mint a hidegen sajtolt olívaolaj és magolajok a legjobb választás. Naponta háromszor 10-10 gramm javasolt. Gluténmentes gabonaféléket (pl. rizs, gluténmentes kenyér, tészta) minden főétkezéshez ajánlott fogyasztani, napi 3 adagot. Egy adag lehet például 80-100 g gluténmentes kenyér, 200 g burgonya vagy 100 g tészta (Schaer.com).

3. szint – Hús, hal, tojás, hüvelyesek

Naponta ajánlott egy adag húst vagy halat fogyasztani (kb. 100-120 g), valamint heti kétszer hüvelyeseket (pl. lencse, bab). Ezek fehérjét, ásványi anyagokat és B-vitaminokat tartalmaznak. Lehetőleg sovány húsokat és halakat válasszunk, és hetente legfeljebb kétszer fogyasszunk tojást (Schaer.com).

4. szint – Tej és tejtermékek

Napi 2 adag tej vagy tejtermék ajánlott (pl. joghurt, túró, sajt), alkalmanként kb. 120 g. Ha lehetséges, válasszuk a csökkentett zsírtartalmú változatokat, mivel ezek is biztosítják a szükséges kalciumot, fehérjét és vitaminokat (Schaer.com).

5. szint – Állati eredetű zsírok és édességek

Az állati eredetű zsírokat, például a vaját mérsékelt mennyiségben szabad fogyasztani. Ügyeljünk a rejtett zsírokra, amelyek kolbászban, krémekben és édességekben találhatóak.

Az édességeket, sós snackeket, cukrozott italokat ritkán és kis mennyiségben érdemes fogyasztani, lehetőleg alacsony cukortartalmú formában (Schaer.com).

A gluténmentes étkezés szabályai elsőre nehéznek tűnhetnek, de sok gyakorlás és odafigyelés mellett könnyen belerázódik az ember. A konyha különösen nagy odafigyelést igényel, ha gluténérzékeny családtag is van, hiszen még a legapróbb gluténtartalmú morzsa is problémát okozhat. Az elkerülés érdekében két módszer közül választhatnak az érintett családok:

- Az egész család áttér a gluténmentes étkezésre, ezzel eltávolítva minden gluténtartalmú alapanyagot és eszközt a konyhából.
- Vagy a gluténérzékeny családtag számára külön helyet biztosítanak a tárolásra a hűtőben és a kamrában.

Akarmelyik módszert választják a családok, néhány fontos szabályt be kell tartani a keresztszennyeződés és diétahibák elkerülése érdekében (Glutenmentesdieta.hu).:

- **Tárolás és szervezés**

A gluténmentes alapanyagok nem érintkezhetnek gluténtartalmú ételekkel (például búza, zab, rozs). A gluténtartalmú és gluténmentes ételeket érdemes külön tárolni a hűtőben és a kamrában, hogy minimalizálva legyen a keresztszennyezés kockázata. Ha mindkét típusú élelmiszert tárolnak a konyhában, a gluténmentes ételeket mindig felül kell elhelyezni, hogy elkerülhető legyen a morzsák rájuk hullása. (Glutenmentesdieta.hu).

- **Konyhai eszközök**

A gluténmentes ételek elkészítéséhez külön vágódeszkát, tálakat és eszközöket kell használni. A lehető legbiztonságosabb, ha minden gluténmentes konyhai eszközt külön tárolnak a családok. Egy közös kenyérpíró vagy morzsás vágódeszka már elég lehet a gluténszennyezéshez (Glutenmentesdieta.hu).

- **Tisztítás és mosogatás**

Fontos, hogy minden főzés előtt alaposan meg legyen tisztítva a munkafelület és a konyhai eszközök, valamint kezet kell mosni, hogy elkerüljük a glutén átvitelét. A legtöbb edény és evőeszköz megfelelően tisztítható, de például a karcos serpenyőkben és lábasokban nehezebb a tisztaságot megőrizni. Ilyen esetekben érdemes külön edénykészletet fenntartani a gluténmentes főzéshez. Fontos, hogy a gluténmentes ételeket külön mosogatószivaccsal kell elmosni, mivel a glutén nyomai is problémát okozhatnak (Glutenmentesdieta.hu).

- **Étkezés és közös használat**

Közös étkezéseknél nem szabad megosztani egymással a gluténtartalmú és a gluténmentes ételeket. Egy közös vaj, lekvár, vagy más étel esetén egyszerű, de hatásos megoldás, ha a gluténérzékeny családtagnak saját készlete van ezekből, hogy elkerülhető legyen a keresztszennyeződés. Fontos, hogy senki ne nyúljon gluténos ételhez, majd a gluténmenteshez anélkül, hogy kezet mosna (Glutenmentesdieta.hu).

- **Külön jelzések**

A hűtőben lévő gluténmentes ételeket célszerű megjelölni, hogy másoknak az jelző szándékú legyen, hogy azokat külön kell kezelni. Egy áthúzott kalász jel vagy egy egyszerű figyelmeztetés is segíthet, például "Klaudiáé" vagy „gluténmentes” (Glutenmentesdieta.hu).

A gluténérzékenység szabályai azonban nem csupán az otthoni étkezésre korlátozódnak, hanem az otthonon kívüli tevékenységekre is kiterjednek. Ez azt jelenti, hogy éttermekben, vendégségben, utazás során, sőt, akár munkahelyi étkezéskor is nagy körületekintéssel kell eljárni, hogy elkerüljük a glutén fogyasztását. A keresztszennyeződés veszélye minden olyan helyzetben fennáll, ahol nem tudjuk ellenőrizni az ételek elkészítését vagy tárolását. Emiatt mindig fontos, hogy előre tájékozódjon a gluténérzékeny a helyszínen elérhető gluténmentes lehetőségekről, illetve, ha szükséges, saját étellel készüljön (Glutenmentesdieta.hu).

Ilyen helyszín lehet például:

- **Étterem**

Ahhoz, hogy egy étterem gluténmentes étteremnek legyen titulálva 100%-ban gluténmentes alapanyagokat kell használnia. Ez azt jelenti, hogy minden beszerzett hozzávalónak szigorúan ellenőrzöttnek kell lennie, és nem szabad keresztszennyeződésnek kitett anyagokat tárolni. Még a legapróbb gluténmennyiség is kiválthat allergiás reakciót, ezért elengedhetetlen a precíziós kezelés. Elképzelhetetlen például, hogy egy pizzériában mindenütt szálljon a liszt, és párhuzamosan készüljenek gluténos és gluténmentes pizzák. Ebben az esetben nem tudják elkerülni a gluténnal való keresztszennyeződést. Ha szeretnék hangsúlyozni az étlapon, hogy bizonyos ételek gluténmentesen készültek, fontos, hogy ezt világosan kommunikálják a vendégek felé. Jelezni kell, hogy bár az étel bár nem tartalmaz hozzáadott glutént, gluténos konyhában készült, vagyis nyomokban tartalmazhat glutént. Ezután a vendégek maguk dönthetnek arról, hogy az étkezési szokásaikba belefér-e ez a termék, míg a valóban gluténérzékeny vendégeknek nem fogsz megtévesztő információt adni, és így az étterem őszinte marad a kommunikáció során (Etteremnyitas.hu, 2024).

A legbiztonságosabb megoldás azonban, ha az étterem teljes mértékben gluténmentes. Csak így lehet biztosítani, hogy a gluténmentes ételek elkészítése során ne kerülhessen glutén a folyamatba, és a keresztszennyeződés teljesen kizárható legyen. Az étterem munkatársainak jól kell ismerniük a gluténérzékenységet és a keresztszennyeződés elkerülésének módját. Rendszeres képzésekkel kell biztosítani, hogy mindenki tisztában legyen a gyakorlatokkal (Glutenmentesdieta.hu).

- **Iskola, Óvoda**

Az iskolában és az óvodában gluténmentes menüt csak akkor lehet igényelni a gyermek számára, ha orvosi diagnózis alapján cöliákiás. A legtöbb közétkeztető intézmény rendelkezik gluténmentes lehetőséggel, de a szolgáltatás minősége eltérő lehet. Ezért elengedhetetlen, hogy a szülők alaposan átbeszéljék a gyermek diétáját a pedagógusokkal és a többi szülővel. Fontos, hogy az iskolában biztosítsák a gyermek számára a szeparált étkezést, hogy elkerülhetővé váljon a keresztszennyeződés. Érdemes a pedagógusokkal együttműködve szigorúan követni a diétás előírásokat, hogy gyermek biztonságban étkezhessen. Ezenkívül, hasznos lehet, ha a szülő külön tájékoztató anyagot készít, amelyben részletezi gyermeke gluténérzékenységét, és bemutatja a helyes étkezési szokásokat. Ez segíthet abban, hogy mindenki tisztában legyen a helyzettel, és közösen támogathassák a gyermeket a diéta betartásában. (Glutenmentesdieta.hu).

- **Utazás**

A biztonság érdekében a gluténérzékenyek csakis olyan helyen étkezzenek, ahol garantálni tudják a teljes gluténmentességet. Mielőtt bármilyen félpanziós szállást lefoglalnának, mindenképpen egyeztetni szükséges a szállásadóval a diétás igényeikről. Még a legjobb szándék mellett is érdemes felkészülni néhány napra elegendő hideg élelemmel. Fontos figyelemben tartani, hogy a felhasznált fűszerek sem mindig garantáltan gluténmentesek. Alternatív megoldásként érdemes bérelni egy konyhás apartmant. Továbbá, érdemes előre tervezni és utánanézni az elérhető gluténmentes lehetőséget a környéken, hiszen manapság rengeteg oldal, illetve applikáció foglalkozik gluténérzékenyek tapasztalatmegosztásával. Emellett célszerű helyi boltban tájékozódni a gluténmentes termékek választékáról, így biztos lehet a beteg benne, hogy biztonságban étkezik (Glutenmentesdieta.hu).

- **Vendégség**

A vendégségbe való eljárás gluténérzékenység esetén különös figyelmet és alapos előkészítést igényel. Amikor meghívást kap egy beteg, fontos, hogy előre tájékoztassa a házigazdát a gluténérzékenységről, hogy fel tudjanak készülni a megfelelő étkezési

lehetőségekkel. Ha nem biztos abban, hogy a házigazda teljesen gluténmentes ételeket készít, érdemes felajánlani, hogy visz magával a beteg valamilyen gluténmentes finomságot. Ezzel nemcsak a saját biztonságát garantálja, hanem a többiek is rájönnek mennyire finomak is a gluténmentes ételek, illetve, hogy mennyi mindent el lehet már készíteni gluténmentesen. Fontos, hogy nyitott kommunikációt folytassanak a házigazdával, és bátran kérdezzenek egymástól, ha valami nem világos. Ha a házigazda készíti az ételeket, érdeklődjön a beteg a felhasznált összetevőkről. Hasznos lehet továbbá, ha a biztonság kedvéért visz magával egy kis snacket, amely segíthet abban, hogy elkerülhesse a váratlan helyzeteket. Összességében a gluténérzékenység nem kell, hogy megnehezítse a vendégségek élvezetét. A megfelelő előkészületekkel és a nyílt kommunikációval egy gluténérzékeny is élvezheti a társaságot és a közös étkezéseket anélkül, hogy az egészsége kockára lenne téve (Glutenmentesdieta.hu).

2.3. FOGYASZTÓI MAGATARTÁS

A fogyasztói magatartás megértése alapvető szerepet játszik a modern marketing és üzleti stratégiák kialakításában. A fogyasztói magatartás vizsgálata arra összpontosít, hogy az emberek hogyan döntenek a különböző termékek és szolgáltatások megvásárlásáról, milyen tényezők befolyásolják ezt a döntést, és hogyan hat az érzelmi, társadalmi, kulturális és gazdasági környezet ezekre a folyamatokra.

2.3.1. A vásárlói döntés

A vásárlói döntés folyamata magában foglalja a termékek és szolgáltatások értékelését, valamint azt a döntést, hogy melyik lehetőség felel meg legjobban a vásárló szükségleteinek és preferenciáinak. A különböző egyéni döntések és az ezekre ható tényezők számos tudományterület fókuszában állnak. Az egyik ismert modell a mikroökonómia területén azt feltételezi, hogy a szereplők mindig a saját hasznukat próbálják maximalizálni, és racionális döntéseket hoznak. Ez a döntési folyamat figyelembe veszi a termékek funkcionális előnyeit, ár-érték arányát, valamint azt, hogy mennyire képesek kielégíteni a vásárló aktuális igényeit (Hofmeister-Tóth, 2017).

A neoklasszikus közgazdaságtan szerint a döntéshozók biztosan tudják, milyen következményekkel járnak a döntéseik, ezért nem számolnak bizonytalan helyzetekkel (Harsányi, 1995).

Ez a modell a racionális viselkedésre épít, és azt próbálja megmagyarázni, hogyan költi el az egyén optimálisan a jövedelmét. Az egyén a rendelkezésére álló jövedelem alapján azt a jószágkosarat választja, amely számára a legnagyobb hasznot nyújtja. Mint fogyasztó,

minden megszerzett terméket valamilyen hasznossággal ruház fel, és ez jelentős hatással van a döntéseire. Ugyanakkor a valóságban a vásárlási döntések gyakran nem csupán racionális alapon születnek. Sok esetben az emberek érzelmi alapú döntéseket hoznak, például azért választanak egy terméket, mert jól érzik magukat tőle, vagy mert azt a terméket preferálják a barátaik vagy családtagjaik. Az érzelmek, az önkifejezés iránti vágy, a társadalmi nyomás és a pillanatnyi hangulat gyakran felülírhatja a racionális választás elvét. Például egy vásárló dönthet úgy, hogy megvesz egy drágább terméket, mert az jobban tükrözi az önképét vagy státuszát, még akkor is, ha egy olcsóbb termék ugyanazokat a funkciókat biztosítaná. A vásárlás tehát nem mindig a költségek és előnyök hideg, logikus mérlegelésén alapul, hanem olyan tényezők is közrejátszhatnak, mint a termék esztétikai vonzereje, a márka imázsa vagy a társadalmi elismerés iránti vágy (Hofmeister-Tóth, 2017).

1. táblázat: A vásárlói döntések típusai

KOGNITÍV TÍPUSOK	
Gyenge	Erős
Impulzusvásárlás	Igazi vásárlási döntés (extenzív)
Szokásokon alapuló, habituális vásárlási döntés (kvázi márkahű)	Leegyszerűsített vásárlási döntés (limitált)
Szokásokon alapuló, habituális vásárlási döntés (márkahű)	

Forrás: Hofmeister-Tóth (2017)

Az 1. táblázat a vásárlási döntéseket a kognitív hatás (azaz a vásárló döntéshozatali folyamatának tudatossága, megfontoltsága) alapján osztja fel két fő kategóriába:

- **Gyenge kognitív hatás:** A vásárlási döntések kevésbé átgondoltak, az érzelmi és szokásbeli tényezők dominálnak.
- **Erős kognitív hatás:** A vásárlási döntések tudatosak, alapos mérlegelést és információkeresést igényelnek.

2. táblázat: Vásárlói döntési típusok és az érintettség kapcsolata

Érintettség		Döntési típusok
Értelmi	Érzelmi	
erős	erős	igazi vásárlási döntés (extenzív)
erős	nem erős	leegyszerűsített vásárlási döntés (limitált)
nem erős	erős	impulzusvásárlás
nem erős	erős	szokásokon alapuló, habituális vásárlási döntés (márkahű)
nem erős	nem erős	szokásokon alapuló, habituális vásárlási döntés (kvázi márkahű)

Forrás: Rekettye, et al. (2016)

Az érintettség kétféle lehet: érzelmi és értelmi, és ezek alapján különböző döntési típusok alakulnak ki. Az **érzelmi érintettség** azt jelenti, hogy a vásárlás érzelmileg fontos számunkra, mivel valamilyen célunkat érhetjük el vele, vagy érzelmi hatást vált ki belőlünk a döntés. Az **értelmi érintettség** pedig arra utal, hogy felismerjük a döntés jelentőségét, például azért, mert magas a kockázata, nagy összeget kell kifizetnünk, vagy a vásárlás hatással van az egészségünkre (Rekettye, Mária, & Hetesi, 2016).

- Az **igazi vásárlási döntés** az, amikor a vevő végigmegy a vásárlási döntés minden lépésén, és alapos mérlegelés után hozza meg döntését, mert az számára mind érzelmi, mind értelmi szempontból fontos (pl. lakás, autóvásárlás).
- A **leegyszerűsített vásárlási döntés** esetében a vásárló egy véleményformáló ajánlását követi, és ez alapján hozza meg a döntését (új telefon vásárlása egy ismerős ajánlása alapján).
- Az **impulzusvásárlás** elemzésekor fontos hangsúlyozni, hogy az érzelmi érintettség kiemelkedő szerepet játszik, bár ez nem zárja ki a logikus gondolkodást. A vásárlók ritkán vásárolnak teljesen véletlenszerűen, céltalanul, inkább az adott időpont és helyszín magyarázata tűnhet nehéznek (pl. egy divatos ruha megvásárlása a bolt kirakatában látott ajánlat hatására).
- A **rutinszerű vásárlási döntés** általában valamilyen márkahűséget feltételez. Az "igazi" márkahűségnél a vásárló mindig ugyanazt a márkát választja (pl. a vásárló minden alkalommal ugyanazt a kávémarkát veszi, mert már megszokta, és elégedett vele).
- A "**kvázi**" márkahű vásárló ezzel szemben egy több márkából álló készletet tart elfogadhatónak, és nem ragaszkodik kizárólag egyetlen márkához (pl. a vásárló egy adott fogkrém-márkák közül választ, de nem ragaszkodik egyetlen márkához, ha

egyik éppen nincs készleten, szívesen választ egy másikat a megszokott „márka-készletéből”) (Rekettye, Mária, & Hetesi, 2016)

A vásárlási döntés során fontos szempont a **termékek elérhetősége** is, mivel nem minden bolt kínál széles választékot a gluténmentes termékekből. Ezért sokan speciális boltokat, online platformokat választanak, ahol biztosan találhatnak megfelelő élelmiszereket. Az **ár** is jelentőségteljes tényező, mivel a gluténmentes termékek általában drágák a hagyományos termékekhez képest, így a vásárlók gyakran figyelik az akciókat és a kedvezményeket. A gluténérzékeny fogyasztók gyakran alakítanak ki **márkahűséget**, mivel fontos számukra a megbízhatóság. Ha egy márka biztosítja számukra a garantáltan gluténmentes és minőségi termékeket akkor hajlamosak lesznek rendszeresen ugyanazokat a termékeket választani. Ez a bizalom különösen fontos, hiszen az egészségük múlik rajta. Végül, a **társadalmi tényezők** és a **közösségi normák** szintén hatással vannak a vásárlási döntésekre. Mivel a gluténmentes diéta ma már széles körben ismert, a társadalmi elismerés, illetve a közösségi kapcsolatok is motiválhatják vagy éppen korlátozhatják a vásárlókat a termékválasztásban. A vásárlói döntési folyamata több lépésből áll, amelyek segítenek abban, hogy a fogyasztók biztonságosan válasszanak olyan termékeket, amelyek megfelelnek speciális diétás igényeiknek. A következő vásárlói döntési folyamat tükrözi azt a tudatosságot és alaposságot, amelyet a gluténérzékeny fogyasztók alkalmaznak annak érdekében, hogy egészségüket megőrizzék, és megfelelő étrendet kövessenek (Rekettye, Mária, & Hetesi, 2016).

1. **Szükséglet felismerése:** A fogyasztó rájön, hogy gluténmentes termékeket kell keresnie egészségi állapota miatt. A szükséglet egyértelmű, hiszen a glutén fogyasztása negatív hatással van az egészségére, így elengedhetetlen a diétához megfelelő termékek beszerzése (Rekettye, Mária, & Hetesi, 2016).
2. **Információgyűjtés:** A vásárló megkezdí a különböző gluténmentes termékek iránti keresést. Ez magában foglalja a termékcímkék alapos tanulmányozását, illetve megbízható források (például márkák, tanúsítványok, online vélemények) alapján hozott döntéseket. Fontos szempont lehet az összetevők részletezése, a gyártási folyamat, valamint a keresett „gluténmentes” felirat megléte (Rekettye, Mária, & Hetesi, 2016).
3. **Alternatívák értékelése:** Ebben a szakaszban a fogyasztó összehasonlítja a különböző lehetőségeket. Olyan tényezőket vizsgál meg, mint a termék ára, minősége, elérhetősége, íze, valamint a megbízhatósága a gluténmentesség

szempontjából. Emellett fontos az ár-érték arány, hiszen a gluténmentes termékek magasabb árral rendelkeznek (Rekettye, Mária, & Hetesi, 2016).

4. **Döntéshozatal:** A fogyasztó kiválasztja a számára legmegfelelőbb terméket. A választásnál elsődleges szempont a gluténmentesség, de figyelembe veszi a termék márkáját, ízvilágát, csomagolását és árát is. Gyakran olyan termékek mellett döntenek, amelyek korábban már beváltak vagy megbízhatónak tűnnek (Rekettye, Mária, & Hetesi, 2016).
5. **Vásárlás utáni értékelés:** Miután a fogyasztó megvásárolta és kipróbálta a terméket, értékeli annak minőségét és azt, hogy mennyire felelt meg az elvárásainak. Ha a termék gluténmentes, biztonságos és ízletes, akkor azt valószínűleg újra vásárolja majd, és hűséges marad a márkához. Ha viszont nem felelt meg az elvárásoknak, más terméket fog keresni (Rekettye, Mária, & Hetesi, 2016).

2.3.2. A fogyasztói magatartás modelljei

A fogyasztói magatartás a termékek és szolgáltatások megszerzésével és használatával kapcsolatos tevékenységek összessége, amelyek célja a fogyasztói elégedettség elérése. A vásárlási döntések során a fogyasztók különböző külső ingerek, például a piaci kínálat, marketing hatások és egyéni anyagi helyzetek befolyása alatt állnak. A kulturális örökség, valamint a fogyasztói preferenciák szintén jelentős szerepet játszanak (Kovács, 2022).

A marketing szemléletű vállalatok egyik fő célja, hogy megértsék, hogyan viselkednek a vásárlók, milyen tényezők befolyásolják döntéseiket, és hogyan lehet ezeket a döntéseket befolyásolni. A klasszikus mikroökonómiai megközelítés szerint a fogyasztók tökéletes információkkal rendelkeznek, és a világos preferenciák mentén a legnagyobb hasznosságot kínáló termékek mellett döntenek (Kovács, 2022).

A fogyasztói magatartás modellje



7. ábra: A fogyasztói magatartás modellje – „Fekete doboz”

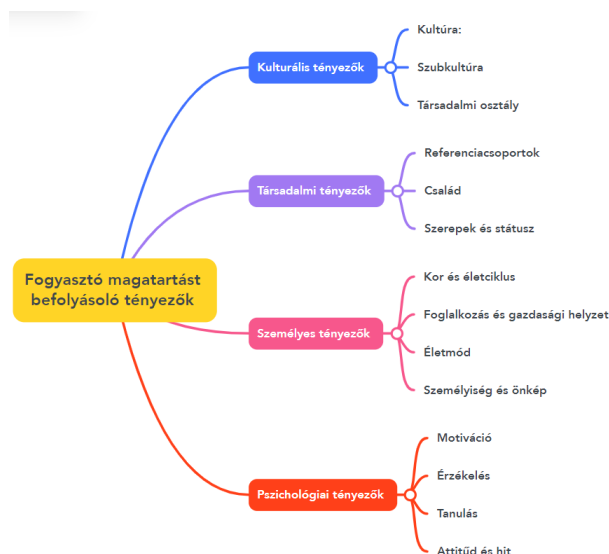
Forrás: Kovács (2022)

A "fekete doboz" elmélet a fogyasztói magatartás megértésére szolgáló modell, amely a vásárlási döntések belső, rejtett folyamatait magyarázza. Az elmélet lényege, hogy a fogyasztók viselkedését és döntéseit különböző külső tényezők befolyásolják (például marketing, reklámok, piaci kínálat, társadalmi és környezeti hatások), de a konkrét döntési folyamat maga a fogyasztó „fekete dobozában” zajlik le, amelyhez a külső szemlélőnek nincs közvetlen hozzáférése (Kovács, 2022).

A modell két fő részből áll (Kovács, 2022):

- **Külső ingerek:** Ezek lehetnek marketingeszközök, mint az árak, promóciók, termékjellemzők, márka kommunikáció, de ide tartozik a társadalmi-kulturális környezet is, mint a társadalmi normák, trendek és a piaci kínálat.
- **A vevő „fekete doboza”:** Ez az a belső mechanizmus, amelyben a fogyasztó feldolgozza a kapott ingereket. Ide tartoznak a vevő egyéni jellemzői (például szükségletek, értékek, attitűdök, múltbéli tapasztalatok), valamint a döntéshozatal folyamata. Mivel ezt a folyamatot közvetlenül nem látjuk, a „fekete doboz” kifejezés azt jelenti, hogy csak a kiindulási ingereket és a végeredményt (a vásárlási döntést) ismerjük, de a döntési folyamat pontos működése rejtett.

Végül, a fogyasztó a „fekete dobozában” kialakított döntési folyamat eredményeképpen meghozza a vásárlási döntését, amely a végső választásban, azaz a termék vagy szolgáltatás megvásárlásában nyilvánul meg. A modell célja, hogy segítsen megérteni, hogyan és miért hoznak meg a fogyasztók bizonyos döntéseket, még akkor is, ha a belső döntési mechanizmusokat nem látjuk pontosan (Kovács, 2022).



8. ábra: A fogyasztó magatartást befolyásoló tényezők

Forrás: Saját szerkesztés MindMeister alkalmazásban a feldolgozott szakirodalmak alapján

Gluténérzékeny fogyasztók esetében a magatartását befolyásoló tényezők a következőképpen alakulnak:

- **Kulturális tényezők:**

A kultúra alapvetően meghatározza az étkezési szokásokat és az egészséghez való viszonyulást. Azokban az országokban, ahol az egészségtudatosság kiemelt jelentőségű, a gluténmentes étrend nagyobb elismertséget élvez. Az olyan országokban, ahol a gluténmentes élelmiszerek könnyen hozzáférhetők, és a táplálkozási trendek részét képezik, a fogyasztók könnyebben találkoznak ezekkel a termékekkel, és nagyobb hajlandóságot mutatnak a gluténmentes életmód felé. Ezzel szemben olyan kultúrákban, ahol a gabona alapú ételek hagyományos részei az étrendnek, nehezebb lehet a gluténmentes alternatívák elfogadtatása (Keller & Kotler, 2016).

- **Társadalmi tényezők**

A társadalmi környezet, például a család, a barátok és a referenciacsoportok nagyban befolyásolják a gluténérzékeny fogyasztók döntéseit. Ha egy családtag vagy közeli barát szintén gluténérzékeny, az meghatározhatja az egész család étkezési szokásait. Ezen kívül a közösségi médián és fórumokon keresztül a gluténmentes termékekkel kapcsolatos tapasztalatok megosztása és a termékajánlások is jelentős szerepet játszanak a döntéshozatalban (Keller & Kotler, 2016).

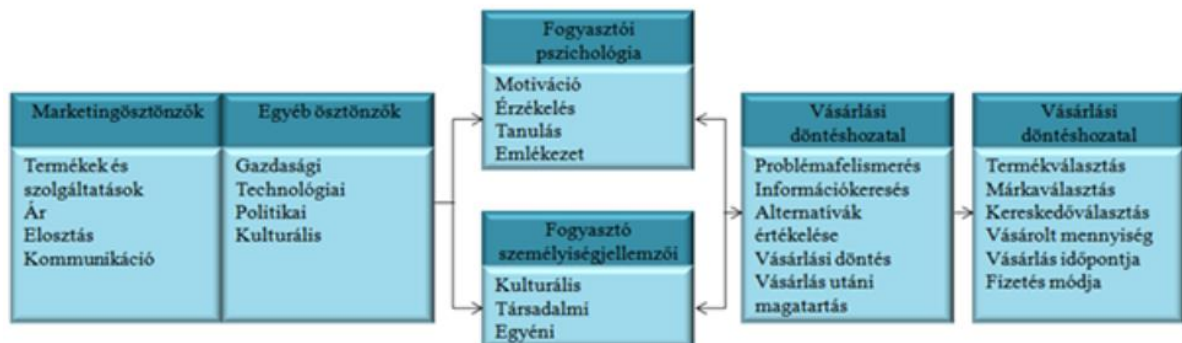
- **Személyes tényezők**

Az egyén életkora, élethelyzete, foglalkozása és jövedelmi helyzete mind befolyásolja a gluténmentes termékek iránti keresletet. Az idősebb korosztály nagyobb figyelmet fordíthat az egészségmegőrzésre és az étrendi korlátozásokra, míg a fiatalabbak számára az önkifejezés és a divatos étkezési trendek követése is szerepet játszhat. A jövedelmi helyzet szintén meghatározó, mivel a gluténmentes élelmiszerek gyakran drágábbak, így a gazdasági tényezők befolyásolják, ki milyen gyakran és milyen minőségű termékeket vásárol (Keller & Kotler, 2016).

- **Pszichológiai tényezők**

A gluténmentes étrendet követők döntéseit nagyban befolyásolja a motivációjuk, amely elsősorban az egészségük megőrzése köré épül. Az egészségügyi kockázatok miatt a fogyasztók erősen motiváltak a megfelelő termékek kiválasztásában. A tanulási folyamat is jelentős, hiszen az új termékek kipróbálása és a tapasztalatok alapján történő

termékválasztás hosszú távon alakítja a fogyasztói preferenciákat. Az attitűdök és hitek, amelyek az egészséges életmóddal és a gluténmentes táplálkozással kapcsolatosak, szintén meghatározóak lehetnek (Keller & Kotler, 2016).



9. ábra: A fogyasztói magatartás modellje SOR modell

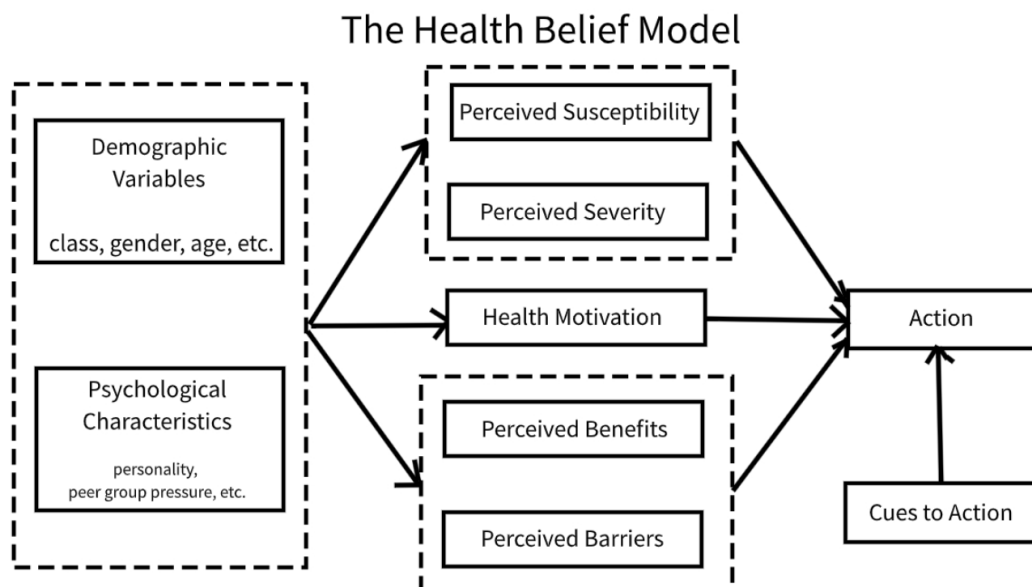
Forrás: Keller & Kotler (2006, p. 258)

A 9. ábrán látható fogyasztói magatartás modellje a vásárlói döntéshozatalt magyarázza, figyelembe véve a külső ingereket és a belső pszichológiai folyamatokat. A modell különböző tényezőkre épít, amelyek meghatározzák, hogyan reagál a fogyasztó az ingerekre, és hogyan születik meg a vásárlási döntés. Az ábrák közötti nyilak az egyes szakaszok közötti logikai és kauzális kapcsolatokat jelölik, és fontosak a fogyasztói magatartás modelljének megértéséhez. A nyilak a különböző tényezők közötti kölcsönhatásokat mutatják, azt, hogy miként hatnak ezek a tényezők egymásra a vásárlási döntéshozatal során. Az ábra a következő elemeket tartalmazza (Kotler & Keller, 2006).

- **Marketingösztönzők:** A vállalatok által kifejtett hatások, például egy jó reklám vagy kedvező árképzés, befolyásolják a fogyasztó motivációit, észlelését és tanulási folyamatát. Például egy akciós ár vagy vonzó reklám növelheti a vásárlási szándékot (Kotler & Keller, 2006).
- **Egyéb ösztönzők:** A kulturális, gazdasági, technológiai és politikai tényezők befolyásolják a fogyasztók általános hozzáállását és gondolkodását, ami formálja, hogyan reagálnak a marketingeszközökre. Például egy gazdasági recesszió arra készítheti a fogyasztókat, hogy jobban odafigyeljenek az árra és kevésbé költsenek luxuscikkekre (Kotler & Keller, 2006).
- **Fogyasztói pszichológia:** A fogyasztói pszichológia (pl. motiváció, érzékelés, tanulás, emlékezet) és a személyiségjellemzők (pl. kulturális, társadalmi és egyéni tényezők) közvetlenül hatnak a vásárlási döntéshozatal folyamatára. Például, ha egy

fogyasztó erősen motivált arra, hogy fenntartható módon éljen, akkor nagyobb eséllyel választ környezetbarát terméket (Kotler & Keller, 2006).

- **Fogyasztói személyiségjellemzők:** Az egyén kulturális háttere vagy társadalmi státusza is meghatározza, hogyan hozza meg döntését. Például egy magasabb társadalmi státuszú fogyasztó más típusú termékeket preferálhat, mint egy alacsonyabb státuszú (Kotler & Keller, 2006).
- **Vásárlási döntéshozatal:** A vásárlási döntéshozatal első fázisában a fogyasztó azonosítja a problémát, információkat gyűjt, és értékeli az alternatívákat. A két táblázat között lévő nyíl azt mutatja, hogy az elsődleges vásárlási döntéshozatalból további, részletező döntések következnek, amelyek a vásárlási folyamat végső szakaszát jelentik. A vásárló itt már konkrét választásokat hoz, amely magában foglalja a konkrét döntéseket (Kotler & Keller, 2006).
 - Termékválasztás: melyik terméket választja
 - Márkaválasztás: melyik márka mellett dönt
 - Kereskedőválasztás: hol vásárolja meg a terméket
 - Vásárlás időpontja és fizetési mód: mikor és hogyan történik meg a vásárlás (Kotler & Keller, 2006).



10. ábra: Health Belief Model

Forrás: Simon (2016)

A 10. ábrán a HBM modell látható, ami egy pszichológiai elmélet, amelyet az egészségügyi viselkedés megértésére fejlesztettek ki az 1950-es években. A modell célja, hogy

megmagyarázza, mi motiválja az embereket az egészségügyi magatartás megváltoztatására, illetve hogyan reagálnak az egészségügyi problémákkal kapcsolatos kockázatokra. A HBM azon az elképzelésen alapul, hogy a fogyasztók egészségügyi viselkedése (pl. gluténmentes termékek vásárlása, diéta követése) attól függ, hogyan érzékelik saját egészségügyi kockázataikat és az adott viselkedés előnyeit vagy akadályait.

A modell több kulcselemre épül (Simon, 2016):

- **Észlelt fogékonyság** (Perceived Susceptibility): Az egyén mennyire érzi magát veszélyeztetettnak egy adott egészségügyi problémával kapcsolatban. A gluténérzékenyek esetében ez azt jelenti, hogy a fogyasztó mennyire érti és érzékeli, hogy a glutén elfogyasztása milyen egészségügyi kockázatokot (pl. bélgyulladás, rosszabbodó tünetek) jelent számára (Simon, 2016).
- **Észlelt súlyosság** (Perceived Severity): Ez a tényező azt jelzi, hogy a gluténérzékeny egyén mennyire tartja súlyosnak az állapotát, vagy milyen következményeket érzékel a gluténfogyasztás kapcsán (pl. hosszú távú egészségkárosodás, csökkent életminőség) (Simon, 2016).
- **Észlelt előnyök** (Perceived Benefits): Milyen előnyöket lát az egyén a gluténmentes diéta követésében. Például a gluténmentes étrend bevezetése az egészség javulásához, tünetek enyhüléséhez vezethet, ami növeli az egyén motivációját a megfelelő termékek vásárlására (Simon, 2016).
- **Észlelt akadályok** (Perceived Barriers): A HBM szerint a fogyasztó mérlegeli az akadályokat is, mint például a gluténmentes termékek magasabb ára, a nehezebb hozzáférés vagy az éttermi választék szűkösége. Ezek gátolhatják a fogyasztót az egészségesebb döntések meghozatalában (Simon, 2016).
- **Önhatékonyság** (Self-Efficacy): Ez az egyén önmagába vetett hite, hogy képes sikeresen végrehajtani a szükséges cselekvéseket, vagyis a gluténmentes életmódot fenntartani. Minél magasabb az önhatékonyság, annál valószínűbb, hogy az egyén hosszú távon is fenntartja ezt a diétát (Simon, 2016).
- **Cselekvésre ösztönző tényezők** (Cues to Action): Ezek lehetnek külső vagy belső tényezők, amelyek cselekvésre készítetik az egyént. Például, ha a gluténérzékeny egyén médiában olvas egy új kutatásról a glutén káros hatásairól, vagy egy új gluténmentes terméket lát, az befolyásolhatja vásárlási döntéseit (Simon, 2016).

- **Egyéb változók:** olyan tényezőkre utalnak, amelyek szintén befolyásolják az egyén egészségügyi magatartását, de nem közvetlenül kapcsolódnak az alapvető hiedelmekhez.

Ezek a változók lehetnek:

- Demográfiai tényezők: életkor, nem, családi állapot
- Pszichoszociális tényezők: személyes tapasztalatok, szociális támogatás, oktatás, kulturális normák
- Pszichológiai tényezők: általános szorongás, érzelmi állapot, személyiségtípus (Simon, 2016).

2.3.3. A fogyasztói preferenciák

Az egészségtudatos életmód elterjedése és a fogyasztói preferenciák változása is hozzájárult ahhoz, hogy a gluténmentes étrend nemcsak a cöliákiások, hanem a nem diagnosztizált gluténérzékenyek és egészséges étrendet követő emberek körében is népszerűvé vált. Ez a tendencia tükröződik a gluténmentes termékek kínálatának bővülésében, melynek célja a cöliákiás betegek életminőségének javítása, valamint a tudatos fogyasztói csoport igényeinek kielégítése (Varian, 2016).

A fogyasztói döntéshozatal vizsgálata során a mikroökonómia arra fókuszál, hogy az egyének hogyan választanak különböző termékek és szolgáltatások közül, figyelembe véve erőforrásaik (jövedelmük) korlátozottságát. A mikroökonómiában a fogyasztói döntések meghozatalának alapját a **hasznosság elmélete** képezi. A hasznosság mérésével kapcsolatos régi megközelítések problémái miatt a közgazdászok elhagyták a régi elavult felfogást. Helyette a fogyasztói magatartás elméletét a fogyasztói preferenciák fogalma alapján teljesen újraértelmezték. A hasznosságot most már nem egy abszolút mérőeszközként kezelik, hanem inkább egy eszközként, amely a fogyasztói preferenciák leírására szolgál. A hasznosság azt méri, hogy egy adott fogyasztó mekkora elégedettséget vagy élvezetet nyer egy termék vagy szolgáltatás fogyasztásából. A preferenciák kifejezik a fogyasztó azon rangsorolását, hogy melyik terméket vagy szolgáltatást részesíti előnyben másokkal szemben. Ezek a preferenciák alapvetően meghatározzák, hogy a fogyasztók hogyan osztják el jövedelmüket a különböző javak között (Varian, 2016).

A hasznosságot függvény segítségével ábrázolják, amely minden egyes fogyasztási kosárhoz egy numerikus értéket rendel, megmutatva, hogy a fogyasztó melyik kosarat preferálja. A **hasznossági függvény** arra szolgál, hogy minden fogyasztási kosárhoz egy számértéket rendeljünk, ami tükrözi a fogyasztó preferenciáit. Ez azt jelenti, hogy a jobban

preferált kosarak magasabb értéket kapnak, míg a kevésbé preferáltak alacsonyabbat (Varian, 2016). Így az (x_1, x_2) (x_1, x_2) (x_1, x_2) kosár akkor és csak akkor előnyösebb a fogyasztó számára az (y_1, y_2) (y_1, y_2) (y_1, y_2) kosárnál, ha a (x_1, x_2) (x_1, x_2) (x_1, x_2) kosár hasznossági értéke nagyobb, mint az (y_1, y_2) (y_1, y_2) (y_1, y_2) -é. A hasznosság mérhető kétféle módon:

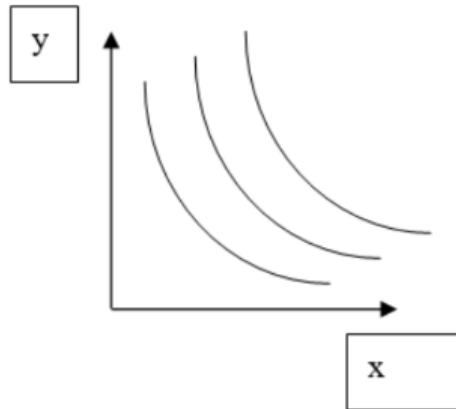
- **Kardinális hasznosság:** Feltételezi, hogy a hasznosság számszerűen mérhető, törtszámokkal kifejezhető és a különböző kosarakhoz rendelt számok különbsége is jelentőséggel bír. Például, ha egy fogyasztó számára egy termék kétszer akkora hasznosságot nyújt, mint egy másik, akkor a hasznossági értéke is kétszer akkora lesz (Varian, 2016).
- **Ordinális hasznosság:** Ebben az esetben a hasznosság nem mérhető számokkal csak a kosarak rangsorolására szolgál. Csak az számít, hogy egy kosár preferáltabb-e a másikonál, de a számok közötti különbség nem ad többletinformációt (Varian, 2016).

A következőkben az ordinális hasznossági elméletet fejteném ki. Az ordinális hasznosság kiindulópontja, hogy a fogyasztó képes rangsorolni a szükségleteit és az azokat kielégítő termékeket. A fogyasztó különböző jószágkosarakat (fogyasztói kosarakat) hasonlít össze, ahol feltételezzük, hogy a kosarakban kétféle termék található (x, y) , hogy ezeket a síkon ábrázolhassuk (Varian, 2016).

A preferencia-rendezés alapelvei (ezekkel kizárjuk a határozatlan, habozó döntéshozatalt):

1. **Teljesség:** A fogyasztó képes minden fogyasztói kosarat sorba rendezni a preferenciái alapján.
2. **Reflexivitás:** Minden fogyasztói kosarat egyenértékűnek tekint önmagával, vagyis felismeri, hogy az ugyanazt tartalmazza.
3. **Tranzitivitás:** Ha „A” kosár preferáltabb „B” -nél, és „B” preferáltabb „C” -nél, akkor „A” is preferáltabb „C” -nél.

Továbbá feltételezzük, hogy teljesül a **dominancia elve**: A fogyasztó mindig többre értékeli a nagyobb mennyiséget a kisebbnél. Például a $3x, 3y$ kosár hasznosabb számára, mint a $2x, 3y$ kosár. Ezek az axiómák biztosítják a modell működőképességét, és azt, hogy a fogyasztóról következetes, logikus döntéshozatalt feltételezhetünk (Varian, 2016).



Az **ordinális hasznosság** egyik kulcseleme a **közömbösségi görbe**, amely olyan jószágkombinációk halmaza, amik egymással közömbös viszonyban állnak, és a fogyasztó számára azonos hasznosságú, különböző jószágkombinációkat ábrázolja. Azaz, minden pontja egy olyan jószágkosarat mutat, amelyeket a fogyasztó egyformán értékesnek tekint, tehát közömbös számára, hogy melyiket választja (Varian, 2016).

Több közömbösségi görbe ábrázolása egy ábrán ugyanazon ábrán, úgynevezett **közömbösségi térképen** történik.

Jellemzői a közömbösségi térképnek:

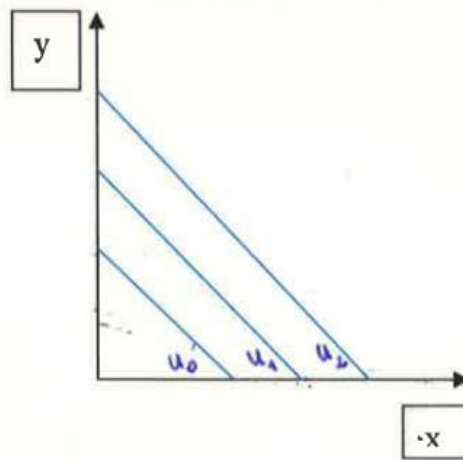
11. ábra: Közömbösségi görbe

Forrás: Varian (2016)

1. **Közömbösségi görbék halmaza:** A térképen több közömbösségi görbe található, amelyek mindegyike egy-egy adott hasznossági szinthez tartozik. Minél távolabb van egy görbe az origótól, annál magasabb hasznossági szintet jelöl.
2. **A görbék nem metszik egymást:** Két közömbösségi görbe nem metszheti egymást, mert ez azt jelentené, hogy egy jószágkosár egyszerre két különböző hasznossági szinten lenne, ami lehetetlen.
3. **Negatív lejtés:** Minden közömbösségi görbe negatív lejtésű, ami azt jelzi, hogy ha a fogyasztó kevesebbet kap az egyik termékből, többet kell kapnia a másiktól, hogy ugyanolyan elégedett maradjon.
4. **Csökkenő helyettesítési határráta (MRS):** Ahogy a fogyasztó egyik termékből egyre többet fogyaszt, hajlandó kevesebbet feladni a másik termékből, hogy ugyanazon hasznossági szinten maradjon. Ez okozza a görbék homorúságát (Varian, 2016).

A közönséges közömbösségi görbék általában lefelé íveltek, mivel a fogyasztók hajlandóak feláldozni valamennyi hasznot a másik termék javára. Azonban léteznek rendhagyó közömbösségi görbék is, amelyek eltérnek a hagyományos formától. Ezek a rendhagyó görbék különleges fogyasztói preferenciákat vagy helyzeteket tükröznek. Az alábbiakban néhány példát mutatok be (Varian, 2016):

1. Tökéletesen helyettesítő termékek:

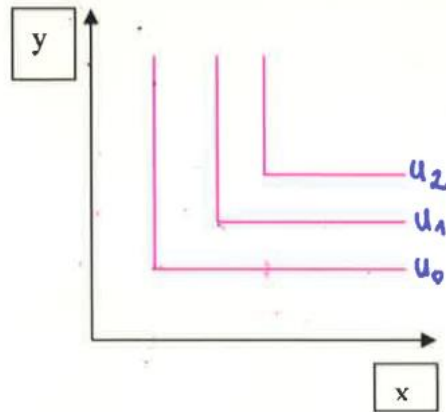


12. ábra: A tökéletesen helyettesítő termékek

Forrás: Varian (2016)

A **tökéletesen helyettesítő termékek** közömbösségi görbéje olyan esetekben használatos, amikor két termék között a fogyasztó teljes mértékben képes választani anélkül, hogy bármilyen preferenciát mutatna bármelyik termék iránt. Az ilyen típusú közömbösségi görbék lineárisak és párhuzamosak az ábrázolás során, mivel a fogyasztó számára az egyik termék adott mennyisége pontosan helyettesíthető a másikkal (Varian, 2016).

2. Tökéletesen kiegészítő termékek:

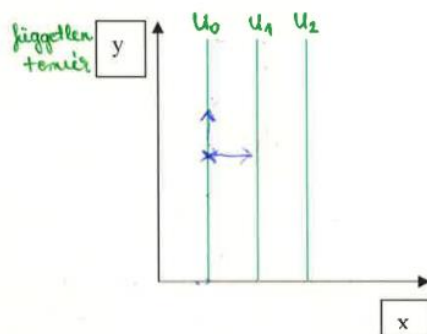


13. ábra: A tökéletesen kiegészítő termékek

Forrás: Varian (2016)

A **tökéletesen kiegészítő termékek** közömbösségi görbéje azokat a fogyasztási helyzeteket ábrázolja, amikor két termék csak együtt fogyasztva biztosít hasznosságot a fogyasztó számára. Ilyen esetben a két termék „kiegészíti” egymást, és a fogyasztó egyiket sem hajlandó fogyasztani a másik nélkül (Varian, 2016).

3. Független (semleges) termék:



14. ábra: A független (semleges) termékek

Forrás: Varian (2016)

A **független (semleges) termékek** közömbösségi görbéje akkor alakul ki, ha egy fogyasztó számára az egyik termék mennyisége nincs hatással a másik termék iránti preferenciájára. Ebben az esetben a két termék között nincs helyettesítési vagy kiegészítő kapcsolat, azaz az

egyik termék mennyisége nem befolyásolja a fogyasztó hasznosságérzetét a másik termék iránt (Varian, 2016).



15. ábra: Negatív hasznosságú termékek közömbösségi görbéje

Forrás: Varian (2016)

A fenti ábra a gluténérzékeny fogyasztó közömbösségi térképét szemlélteti egy olyan esetben, ahol a vízszintes tengelyen gluténmentes termék van, míg a függőleges tengelyen egy glutént tartalmazó termék. ($U_0 < U_1 < U_2$) A gluténérzékeny fogyasztók számára a glutént tartalmazó termék **negatív hasznosságú termék**ként viselkedik, hiszen, ha ebből többet fogyaszt a gluténérzékeny fogyasztó, akkor alacsonyabb hasznosságú közömbösségi görbére lép. Ennek következményeként ezek a termékek elkerülendők, és az ilyen fogyasztók számára a „többet kevesebért” típusú választási logika működik. A gluténérzékeny fogyasztóknál a közömbösségi görbe jellemzői a fenti ábrázolási mód esetén: (Varian, 2016).

- **Pozitív meredekségűek**, ha egy kosárban van gluténos termék.
- **A közömbösségi görbe meredekségét** befolyásolja az, hogy mennyire érzékeny a fogyasztó a gluténra.

A görbe meredeksége mutatja, hogy a fogyasztó milyen gyorsan adja fel az egyik terméket a másikkal szemben. A gluténérzékeny fogyasztók esetében az olyan kosarak, amelyek nagyobb arányban tartalmaznak gluténmentes termékeket, sokkal kedvezőbbek. Minél több glutént tartalmaz egy jószágkosár, annál alacsonyabb hasznosságot nyújt, ezért az ilyen kosarak negatív vagy nulla hasznosságúak lehetnek. Ezek a fogyasztók tehát olyan közömbösségi görbék mentén mozognak, amelyek az egészségüket kockáztató termékeket elkerülendők, és a gluténmentes alternatívákra helyezik a hangsúlyt (Varian, 2016)

Ebben a speciális esetben, az x tengelyen a gluténmentes élelmiszerek, míg az y tengelyen a normál (gluténtartalmú) termékek szerepelnek.

A gluténérzékeny fogyasztó optimális vásárlást a költségvetési egyenes és a legmagasabban fekvő közömbösségi görbe érintési pontjában találjuk.

Az optimális pont sarokmegoldásként (piros pont) képződik:

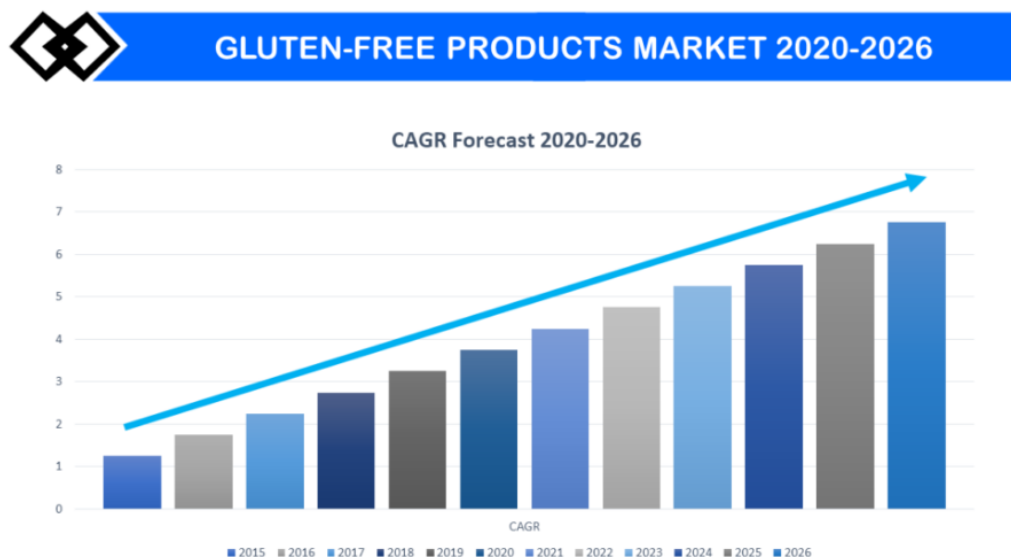
- Az optimális választás ebben az esetben az, hogy a fogyasztó **nem fogyaszt gluténtartalmú termékeket** ($y = 0$), és kizárólag **gluténmentes termékeket** választ ($x > 0$).
- Ez a sarokmegoldás azt jelzi, hogy a fogyasztó teljesen elkerüli a glutént, mert számára a normál (gluténos) termékek fogyasztása egészségügyi problémákat okoz. Tehát a gluténérzékeny fogyasztó a lehető legnagyobb hasznosságot azzal éri el, hogy teljesen gluténmentes étrendre vált, és elkerüli a normál, gluténtartalmú termékeket. A közömbösségi görbékkel így szemléltethetjük azt a negatív hasznosságot, amit a normál termékek fogyasztása okoz a gluténérzékeny fogyasztó számára (Varian, 2016).

3. HELYZETELEMZÉS

A gluténmentes termékek piaca folyamatosan fejlődik, és számos jelentőségteljes trend figyelhető meg. Az egészségtudatos fogyasztók körében egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek a gluténmentes termékek, amelyek széles választékban elérhetők, beleértve a péksüteményeket, snackeket és készételeket. A gyártók innovatív megoldásokat kínálnak, hogy megfeleljenek a változó fogyasztói igényeknek, miközben a közösségi média és az influencerek szerepe is kiemelkedővé vált a gluténmentes termékek népszerűsítésében. Ezen kívül a gluténmentes élelmiszerek piaca a cöliákia és a gluténérzékenység iránti fokozott tudatosság, valamint az egészséges táplálkozás iránti érdeklődés miatt évről évre bővül. A gyártók igyekeznek csökkenteni a gluténmentes termékek árát, hogy azok szélesebb körben elérhetőek legyenek, azonban a magas gyártási költségek továbbra is kihívást jelentenek a piacon.

3.1. A GLUTÉNMENTES TERMÉKEK PIACA: NÖVEKEDÉS ÉS KIHÍVÁSOK

A gluténmentes termékek piaca az utóbbi években gyors növekedésen ment keresztül, amit több tényező együttes hatása magyaráz, például az egészségügyi tudatosság növekedése, az orvosi diagnózisok számának és pontosságának emelkedése, és a speciális étrendek iránti fokozódó érdeklődés.



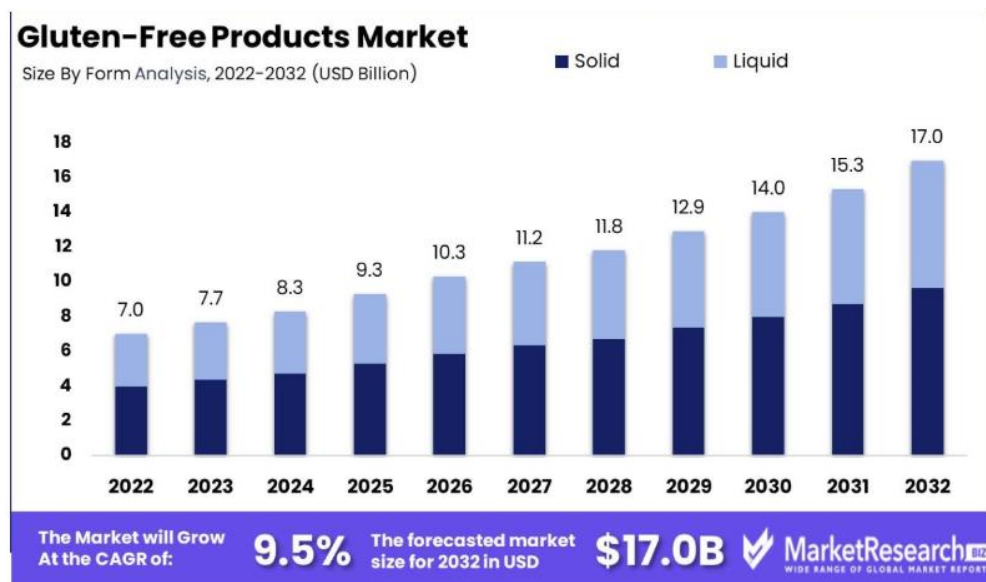
16. ábra: Gluténmentes termékek piacának éves növekedési üteme 2015-2026

Forrás: More, et al. (2019)

Az alábbi 2019-es diagram a gluténmentes termékek piacának éves növekedési ütemét (CAGR – Compound Annual Growth Rate) mutatja a 2015-től 2019-ig és előrejelez a 2026-

ig tartó időszakra. Az adatok alapján a piac folyamatos növekedést mutat, amely 2020 és 2026 között tovább gyorsul. A grafikon szerint a gluténmentes termékek iránti kereslet 2026-ra várhatóan eléri a 7%-os éves növekedési ütemet. A 2015-ben mért közel 1%-os CAGR folyamatosan nőtt az évek során. Ez tükrözi, hogy egyre több fogyasztó keres gluténmentes termékeket, amely részben az egyre nagyobb számú gluténérzékeny vagy cöliákias diagnózis, valamint az egészségtudatos táplálkozás trendjének köszönhető. 2020 és 2026 között a növekedés jelentősen gyorsul. Ez valószínűleg annak a jele, hogy a gluténmentes termékek már nem csak speciális étrendet követő fogyasztók számára készülnek, hanem egyre inkább mainstream választási lehetőséggé válnak, amit a globális élelmiszerpiaci szereplők is kihasználnak (More, Chandola, & Bhat, 2019).

Az élelmiszeripari cégek is reagáltak erre a növekvő igényre, így az üzletek polcain egyre több gluténmentes termék jelenik meg. A nagyobb választék és az élelmiszerláncok elérhetősége is segíti a piaci bővülést. A kereskedelmi láncok, mint az Auchan, Aldi, Lidl és a SPAR, folyamatosan bővítik gluténmentes termékeik választékát, ami jól mutatja a fogyasztói igények növekedését. Például az Auchan kínálatában már több mint 230 gluténmentes termék található, és ez a szám folyamatosan nő, hiszen a cég a 2015-ös évhez képest a duplájára növelte gluténmentes termékeinek számát (Glutenerzekeny.hu).



17. ábra: Gluténmentes termék piac várható növekedése 2022-2032

Forrás: Schneider (2023)

A 17. ábra a gluténmentes termékek piacának várható növekedését mutatja 2022 és 2032 között milliárd dollárban kifejezve, két szegmensre bontva: szilárd és folyékony formájú termékek.

Szilárd termékek lehetnek:

- **Pékárúk:** Gluténmentes kenyér, sütemények, kekszek, muffinok.
- **Tészták:** Rizsből, kukoricából, hajdinából készült tészták.
- **Gabonafélék:** Gluténmentes müzlik, zabpelyhek.
- **Snackek:** Rizsszeletek, gluténmentes chipsek.
- **Egyéb szilárd élelmiszerek:** Gluténmentes pizzák, tortilla lapok, valamint különböző alternatív élelmiszerek, mint a gluténmentes húshelyettesítők (Schneider, 2023).

Folyékony termékek lehetnek:

- **Italok:** Gluténmentes sörök, borok, alkoholmentes italok.
- **Tejhelyettesítők:** Mandulatej, kókusztej, rizstej, zabtej, amelyek gluténmentesek.
- **Levesek, szószok:** Kész levesek vagy szószok, amelyek garantáltan gluténmentesek (Schneider, 2023).

A piac 2022-ben 7 milliárd dollárról indul, és 2032-re várhatóan eléri a 17 milliárd dollárt. Ez azt jelzi, hogy egyre nagyobb igény van a gluténmentes termékek iránt. Az ábrán a növekedés 9,5%-os éves átlagos növekedési ütemét (CAGR) tükrözi. A diagram alapján a szilárd termékek dominálnak a piacon, azonban a folyékony termékek is folyamatos növekedést mutatnak. A növekedés 2025-re 9,3 milliárd dollárra ugrik, majd folyamatosan emelkedik, 2030-ban elérve a 15 milliárd dollárt, és 2032-ben a 17 milliárdot. A piaci előrejelzés szerint a gluténmentes termékek iránti kereslet a következő években tovább fog növekedni, ami ösztönzi a gyártókat arra, hogy több innovatív terméket hozzanak létre, illetve bővítsék a meglévő termékpalettájukat (Schneider, 2023).

A piac növekedésének mozgatórugói:

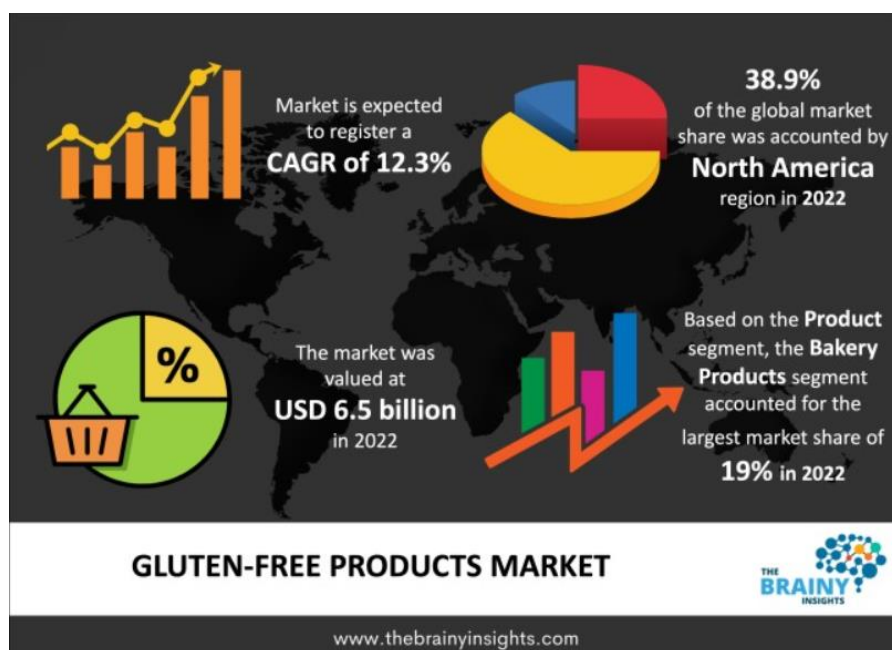
- **Egészségügyi problémák:** A gluténérzékenység és a cöliákia egyre szélesebb körű felismerése miatt nő a kereslet a gluténmentes termékek iránt.
- **Fogyasztói észlelés:** Sok vásárló úgy gondolja, hogy a gluténmentes étrend egészségesebb, még akkor is, ha nincsenek gluténnal kapcsolatos egészségügyi problémáik.
- **Széleskörű elérhetőség:** A szupermarketek, bio boltok és online platformok révén könnyen elérhetők a gluténmentes termékek (Schneider, 2023).

Növekedési lehetőségek

- **Javított íz és textúra:** Az íz- és textúrajavító innovációk tovább növelhetik a piacot.

- **Termékdiverzifikáció:** Az új termékkategóriák, bevezetése új fogyasztókat vonzhat.
- **Tiszta címkézés iránti kereslet:** Az átlátható címkézés és az egészségtudatosság tovább növelheti a keresletet.

A gluténmentes termékek piaca robusztus növekedést mutat az egészséggel kapcsolatos aggodalmak, a növekvő fogyasztói tudatosság és az innovatív termékfejlesztések miatt. Ahogy egyre szélesebb termékskála jelenik meg, és új piacok nyílnak meg, a gluténmentes iparág továbbra is felfelé ível várhatóan a következő években (Schneider, 2023).



18. ábra: Gluténmentes termékpiac 2022-es helyzete és várható növekedése

Forrás: thebrainyinsights.com (2023)

A fenti infografika a globális gluténmentes termékek piacának 2022-es helyzetét és várható növekedését mutatja be. A gluténmentes termékek piaca 12,3%-os összetett éves növekedési ütemet (CAGR) fog elérni a következő években, ami azt jelzi, hogy a kereslet továbbra is erőteljesen nő. A piac értéke 2022-ben elérte a 6,5 milliárd dollárt, amely jelentős piaci bővülést tükröz, különösen az egészségtudatosság és a gluténérzékenységgel kapcsolatos ismeretek terjedésének köszönhetően. Észak-Amerika a globális piac 38,9%-át birtokolta 2022-ben, ami arra utal, hogy ebben a régióban különösen erős a gluténmentes termékek iránti kereslet. A sütőipari termékek a piac legnagyobb részét tették ki 2022-ben, 19%-os részesedéssel. Ez azt jelenti, hogy a gluténmentes pékáruk, mint kenyerek, sütemények és más hasonló termékek a legnépszerűbbek a fogyasztók körében (thebrainyinsights.com, 2023).

A gluténmentes iparág folyamatos bővülése azonban számos kihívással is szembesül. Ezek közé tartoznak a magas előállítási költségek, az íz- és textúrafejlesztési nehézségek, a termékek rövid eltarthatósága, valamint a cöliákiával kapcsolatos alacsony fogyasztói tudatosság. Annak ellenére, hogy a piac növekedése stabil, ezek a kihívások azonban befolyásolják a termékek széleskörű elterjedését és az iparág hosszú távú fenntarthatóságát. A következőkben részletesen bemutatom ezeket a kihívásokat, rávilágítva arra, hogy milyen tényezők akadályozzák a gluténmentes termékek piacának további fejlődését (thebrainyinsights.com, 2023).

- **Magas termelési költségek:** A gluténmentes termékek gyártása jelentős költségekkel jár, mivel a gluténmentes összetevők drágábbak a hagyományos társaiknál. Továbbá a gluténmentes termékek előállításához speciális gyártási folyamatok és berendezések szükségesek, amelyek megakadályozzák a keresztkontaminációt a gluténtartalmú termékekkel. Ezek a költségek a végtermék árának növekedéséhez vezetnek, ami hátrányt jelenthet a piacon. A magasabb árak megnehezítik a gluténmentes termékek szélesebb körű elérhetőségét, különösen az alacsonyabb jövedelmű fogyasztók számára (thebrainyinsights.com, 2023).
- **Rövid eltarthatósági idő:** A gluténmentes termékek gyakran rövidebb eltarthatósági idővel rendelkeznek, mint hagyományos megfelelőik. A gluténmentes összetevők sok esetben kevésbé tartósak, ami gyorsabb romlást eredményez. Ez korlátozhatja a termékek polcon való elérhetőségét, és kihívást jelenthet a logisztikai láncok számára is. Különösen problémás a kiskereskedelemben és az exportpiacokon, ahol hosszabb polcon való elérhetőségi idő szükséges (thebrainyinsights.com, 2023).
- **Íz és textúra kihívások:** A gluténmentes termékek nehezebben érik el a hagyományos termékek ízét és textúráját. A liszt helyettesítése más összetevőkkel (például rizsliszttel, kukoricaliszttel) különösen a pékáruk esetében kihívást jelent, mivel ezek az alternatívák másképp viselkednek sütés közben, ami ronthatja a fogyasztói élményt (thebrainyinsights.com, 2023).
- **Tudatosság hiánya:** Bár egyre többen vannak tudatában a gluténérzékenységgel fogalmával, még mindig sokan nincsenek tisztában e betegségek szabályaival és a diéta fontosságával. Ennek következtében sok potenciális vásárló nem keresi tudatosan a gluténmentes alternatívákat, ami akadályozza a piac növekedését. Ez különösen azokon a piacokon probléma, ahol az egészségtudatosság még

gyerekcipőben jár. A betegségek aluldiagnosztizálása tovább csökkenti a keresletet ezekre a termékekre (thebrainyinsights.com, 2023).

Ezek a kihívások befolyásolhatják a piac növekedését, de a folyamatos technológiai fejlődés és az egyre növekvő fogyasztói tudatosság javíthatja a kilátásokat a következő években.

3.2. FŐBB SZEREPLŐI ÉS TERMÉKKATEGÓRIÁK

Az egyik legfontosabb tényező a piac aktualitása esetében a növekvő kereslet, amelyet elsősorban az egészségtudatos vásárlók, valamint a gluténérzékenyek folyamatosan bővülő tábora hajt. Ez a növekvő igény nem csak az élelmiszerekre korlátozódik, hanem más olyan termékek esetében is jelentős, amelyek közvetlenül kerülnek a szervezetbe, mint például a táplálékkiegészítők, vitaminok és kozmetikumok. Bár a piac nagy növekedési potenciállal rendelkezik, a belépés számos kihívást rejt magában, beleértve a magas fejlesztési és gyártási költségeket, valamint az erős versenyt. Összességében azonban elmondható, hogy a piaci lehetőségek jelentősek. A magyar piacon egyre több szereplő jelenik meg, ami a verseny kiéleződéséhez vezet (Algotrend.hu).

A termékek iránti kereslet főként a tudatos vásárlóknak köszönhető, akik az egészségügyi előnyöket helyezik előtérbe. A gluténmentes termékek között legnépszerűbbek a pékáruk, a tészták és az édességek, amelyek folyamatosan bővülnek új, innovatív termékekkel. A gluténmentes piacra lépéshez jól kidolgozott stratégiára van szükség, amely figyelembe veszi a minőségi alapanyagok beszerzését, a gyártási technológiákat és a megfelelő marketinget is (Algotrend.hu).

Azonban az igények növekedése, különösen a pékáruk, tészták és egyéb készételek iránt, komoly üzleti lehetőségeket kínál azoknak, akik képesek versenyképes, magas minőségű termékeket előállítani. A piac tehát hosszú távon komoly üzleti lehetőségeket kínál azoknak, akik képesek versenyképes termékeket előállítani és folyamatosan fejleszteni és bővíteni termékpalettájukat (Algotrend.hu).

Gluténmentes termékpiac főbb szereplők:

- **Glulu's Free From** - Magyar vállalat, amely gluténmentes élelmiszerek előállításával és forgalmazásával foglalkozik. Termékcsaládjuk gluténérzékenyek számára készült péksüteményeket, kenyereket és egyéb alapvető élelmiszereket (kekszek, fagyasztott termékek stb.), illetve alapanyagokat tartalmaz. A cég kiemelten figyel arra,



19. ábra Glulu's Free From kakaós keksz

hogy a termékeik kiváló minőségű alapanyagokból készüljenek, és megfeleljenek a cöliákiások szigorú étrendi

követelményeinek. A hazai gluténmentes termékpiac egyik meghatározó szereplője, céljuk, hogy a gluténmentes életmódot folytatók számára könnyen elérhető és ízletes alternatívákat kínáljanak, anélkül, hogy kompromisszumokat kellene kötni az íz vagy a minőség terén. A márka gluténmentes termékei elsősorban online vásárolhatók meg különböző e-kereskedelmi

platformokon, mint például a saját webshopjukban és más nagyobb élelmiszer-webáruházakban, amelyek gluténmentes kínálatot is biztosítanak. Emellett kaphatók a termékeik különböző speciális boltokban, ahol dietetikus igényeket kielégítő élelmiszereket árúsítanak. Bizonyos nagyobb áruházláncok polcain is fellelhetők, mint a Lidl, Dm, Tesco, Metro, mivel a vállalat figyelmet fordít arra, hogy termékeik széles körben elérhetőek legyenek a gluténmentes életmódot követők számára (glulusfreefrom.hu)

- **Schär** - A Schär egy 1922-ben Olaszországban alapított gluténmentes élelmiszeripari márka, amely az egyik legnagyobb és legismertebb szereplő a nemzetközi gluténmentes piacon. A vállalat jelentős jelenléttel bír a magyar piacon is, ahol a fogyasztók körében népszerű gluténmentes alternatívákat kínál, ezzel meghatározó szereplővé vált a szegmensben. A cég célja, hogy ízletes és tápláló ételeket kínáljon a gluténérzékeny és cöliákiás emberek számára.



20. ábra Glulu's Free From Sajtos pogácsa



21. ábra Schär logó

Termékkínálatuk széleskörű, magában foglalja a különböző típusú kenyeret, tésztákat, péksüteményeket és snackeket, mindegyik gluténmentes recept alapján készült. A Schär külön figyelmet fordít a minőségellenőrzésre, hogy garantálja a termékek gluténmentességét, és



22. ábra Schär termékek

folyamatosan fejleszti kínálatát az ügyféligényeknek megfelelően. A márka nemcsak Európában, hanem világszerte elérhető, és az egészségtudatos fogyasztók körében népszerűvé vált, akik keresik a biztonságos és ízletes gluténmentes alternatívákat. A márka termékei megtalálhatóak kisebb, illetve nagyobb élelmiszerláncokban is szerte a világon. A márka termékeinek színvonalát az is bizonyítja, hogy a McDonald's 2020 óta bevezetett gluténmentes hamburgerek zsemlijét Schär hamburger zsemlijével árulja. A McDonald's és a Schär közötti együttműködés Magyarországon 2021 júliusában indult el (schaer.com.)

- **Mester Család** – A magyar vállalat 1990-ben alakult, eredetileg Optimum Gmk. néven, majd később Optimum Kkt.-ként folytatta tevékenységét. A vállalat egy családi vállalkozás, amelyet Mesterné Bagó Aranka és Mester Miklós alapítottak, és azóta is ők vezetik. 2005 őszén lányunknál lisztérzékenységet



24. ábra Mester Család logó



23. ábra Mester Család Levesbetétpor

szembesültek a gluténmentes élelmiszerek hiányos választékával, elhatározták, hogy változtatnak ezen. Így 2006 tavaszán úgy döntöttek, hogy saját magunk fejlesztik ki és készítik el a hiányzó gluténmentes termékeket, ezzel segítve más hasonló helyzetben lévő családokat is. Termékkínálatuk széles spektrumot ölel fel, beleértve a különféle pékárukat, tésztákat, süteményeket és snackeket, mindezt gluténmentes összetevőkből készítve. A Mester Család külön figyelmet fordít a minőségellenőrzésre,

hogy biztosítsa, hogy termékei ne tartalmazzanak glutént, és megfeleljenek a szigorú élelmiszer-biztonsági előírásoknak. A cég büszke arra, hogy magyar alapanyagokkal dolgozik, ezzel támogatva a helyi gazdaságot és a fenntartható gyártást. Folyamatosan fejleszti kínálatát, figyelemmel kísérve a piaci igényeket és új ízekkel, variációkkal bővítve a termékpalettát. A Mester Család gluténmentes termékei egyre népszerűbbek a gluténmentes diétát követők körében, mivel nemcsak egészségesek, hanem ízletes alternatívát is kínálnak a hagyományos ételekhez képest (mestercsalad.hu)

- **Szafi** - A Szafi Free&Reform egy magyar márka, amely az egészségtudatos táplálkozásra és a speciális étrendi igények kielégítésére fókuszál. A márkát Szabó Szafi alapította azzal a céllal, hogy természetes, adalékanyag-mentes és allergénmentes termékeket kínáljon azok számára, akik ételintoleranciával élnek vagy egyszerűen tudatosan



26. ábra Szafi logó

szeretnének étkezni. A Szafi Free&Reform termékei széles körben elérhetők, és különösen népszerűek azok körében, akik gluténmentes, cukormentes, tejmentes vagy szénhidrátcsökkentett étrendet követnek. A kínálatban megtalálhatók gluténmentes lisztek és lisztkeverékek, amelyekkel könnyen készíthetők



25. ábra Szafi Kenyér és péksütemény keverék

egészséges kenyerek, sütemények vagy palacsinták. Emellett a márka számos cukormentes édesítőt is kínál, mint például eritrit és stevia, amelyek ideálisak a cukorbeteg és a fogyókúrázók számára. A Szafi Free&Reform termékek megfelelnek a paleo, vegán, és más speciális diétás elvárásoknak, így bárki könnyedén beépítheti őket a napi étrendjébe. A márka célja, hogy tiszta és természetes alapanyagokból készült élelmiszerekkel segítse az embereket egészséges és változatos étrend kialakításában, hozzájárulva az egészséges életmódhoz és a jó közérzethez (szafi-products.com).

Gluténmentes termékpiac főbb termék kategóriái:

A gluténmentes termékpiac kategóriái több fő termékcsoporthot foglalnak magukban, amelyek közül a legjelentősebbek:

- **Pékáruk:** Ide tartoznak a kenyerek, zsemlek és péksütemények, amelyek búzaliszt helyett más alternatív lisztekkel készülnek, mint például rizsliszt, kukoricaliszt vagy mandulaliszt. Ezen a területen nagy innováció figyelhető meg, többek között a szezonális gluténmentes termékek növekedésével, mint a különleges torták és sütemények.

- **Tészták és gabonafélék:** Gluténmentes tészták és alternatív gabonafélék, például rizs, köles, vagy quinoa szintén népszerűek a gluténérzékenyek körében. A termékek egyre nagyobb választékban állnak rendelkezésre a piacon. A gluténmentes zabpehely is egyre népszerűbb, mivel a hagyományos zab gyakran szennyeződhet gluténnal a feldolgozás során.

- **Snackek és édességek:** A snack termékek és édesipari termékek, mint a gluténmentes kekszek és chipsek is egyre nagyobb teret nyernek. Az innováció ezen a területen szintén dinamikusan fejlődik.

- **Tejtermék-helyettesítők:** Bár nem kifejezetten gluténmentes termék kategória, de a tejmentes és vegán diétákkal kombinált termékek gyakran részei a gluténmentes kínálatnak is, mivel egyre több fogyasztó folytat többféle allergéntől mentes étrendet. Ide tartoznak a gluténmentes növényi alapú tejtermékek, például mandulatej, rizstej vagy zabtej (amely garantáltan gluténmentes feldolgozással készült), illetve a növényi alapú joghurtok, sajtok és egyéb tejtermék-helyettesítők.

- **Gluténmentes italok:** Gluténmentes sörök, amelyek főleg cirokból, rizsből vagy kukoricából készülnek. Bizonyos alkoholos italok, például a vodka és a gin is kaphatók gluténmentes változatban.

- **Gluténmentes sütési és főzési alapanyagok:** Gluténmentes lisztek, például mandulaliszt, rizsliszt, kukoricaliszt, kókuszliszt és csicseriborsóliszt, valamint sütőporok, keményítők és sűrítőanyagok, melyek nem tartalmazzak glutént.

- **Készételek és félkész ételek:** Ide tartoznak a gluténmentes fagyasztott pizzák, tésztáételek és egyéb készételek, melyek a gyors és kényelmes étkezést teszik lehetővé a fogyasztók számára. Továbbá egyéb szószok, levesek, fűszerkeverékek, melyek gluténmentes alternatívák, hiszen a hagyományos verziók sokszor tartalmazzak búzát vagy árpát (store.mintel.com).

3.3. INNOVÁCIÓK ÉS TRENDEK A PIACON

A gluténmentes piac gyorsan fejlődik, számos innovációval reagálva a fogyasztói igényekre piaci trendekre és az ipari kihívásokra. Az innovációk elsősorban a termékminőség javítására, a táplálkozási értékek növelésére és a fenntarthatóságra összpontosítanak. Íme néhány legfontosabb irányvonal:

- **Új alapanyagok és alternatív lisztek**

Az egyik legjelentősebb innováció az új alapanyagok bevezetése, amelyek javítják a gluténmentes termékek ízét, állagát és tápértékét. Az alternatív lisztek, például quinoa, hajdina, mandula, kókusz, és csicseriborsó liszt egyre elterjedtebbek. Ezek az összetevők nemcsak gluténmentesek, hanem gazdagok fehérjében, rostokban és egyéb fontos tápanyagokban, így táplálóbbá teszik a termékeket (Eastlake, 2024).

- **Táplálkozási érték növelése funkcionális összetevőkkel**

A gluténmentes termékek gyakran alacsonyabb rost- és fehérjetartalommal rendelkeznek, de új fejlesztések segítségével egyre több funkcionális összetevőt adnak hozzá, hogy javítsák a táplálkozási profilt. Ilyenek például a hüvelyes lisztek (csicseriborsó, lencse), a chia magok, lenmag és más szuperélelmiszerek. Ezek nemcsak javítják a termékek tápértékét, hanem hozzájárulnak az egészséges emésztéshez és a vércukorszint egyensúlyban tartásához is (fortunebusinessinsights.com)

- **Prebiotikumok és probiotikumok**

Egyre több gluténmentes élelmiszer tartalmaz prebiotikumokat és probiotikumokat, hogy támogassák az emésztőrendszer egészségét. Ezek az összetevők nemcsak a bélflóra egyensúlyát segítik fenntartani, hanem ellensúlyozhatják a gluténmentes étrend által okozott potenciális tápanyaghiányokat is (Daniels, 2023).

- **Fenntartható csomagolás és bio alapanyagok**

A fenntarthatóság egyre nagyobb szerepet kap a gluténmentes élelmiszeriparban is. Az innovációk között szerepel a bio alapanyagok használata és a környezetbarát csomagolási megoldások. A fogyasztók egyre inkább keresik az organikus, fenntartható forrásból származó gluténmentes termékeket, és a gyártók igyekeznek csökkenteni a csomagolási hulladékaikat. A "tisztá" alapanyagok egyre inkább a gluténmentes piac részévé válnak, mivel az emberek nagyobb hangsúlyt fektetnek a természetes élelmiszerek fogyasztására. A bio (organikus) alapanyagok általában nem tartalmaznak GMO-kat, szintetikus vegyszereket vagy növényvédő szereket, ami fontos szempont a környezettudatos vásárlók számára. A bio és természetes alapanyagok nemcsak egészségesebbek, hanem gyakran

táplálóbbak is, mivel több vitamin, ásványi anyag és antioxidáns található bennük. Például a gluténmentes termékekben gyakran használt hajdina, köles, quinoa vagy amaránt természetes módon gluténmentesek, és gazdagok fehérjében, rostban, valamint mikrotápanyagokban. (fortunebusinessinsights.com)

- **Fagyasztott és kész ételek piacának bővülése**

A fagyasztott gluténmentes ételek, például pizzák, tészták és kenyerek egyre népszerűbbek, köszönhetően a minőségük javulásának és a kényelem iránti növekvő keresletnek. A technológiai fejlődés lehetővé tette, hogy ezek a termékek jobban megőrizzék frissességüket és ízüket, miközben gyors és egyszerű megoldást kínálnak a gluténmentes diétát követőknek (fortunebusinessinsights.com)

- **Digitális innovációk és online vásárlás**

Az online vásárlási platformok térnyerése jelentősen növelte a gluténmentes termékek elérhetőségét világszerte. A digitális innovációk révén a vásárlók könnyebben hozzáférhetnek az egyedi gluténmentes termékekhez, különösen az olyan niche termékekhez, amelyeket hagyományos boltokban nehezebb megtalálni. Ezenkívül az élelmiszer technológiai startupok is egyre nagyobb szerepet játszanak az új termékek fejlesztésében (Daniels, 2023).

- **Adalékanyagmentesség**

Az adalékanyagmentes termékek kevesebb feldolgozáson mennek keresztül, és mentesek a mesterséges anyagoktól, amelyek allergiás reakciókat vagy emésztési problémákat okozhatnak. Az adalékanyagok, például az emulgeálószer, stabilizátorok és mesterséges édesítők gyakran hozzájárulhatnak az élelmiszerek eltarthatóságához és állagához, de sok fogyasztó ezeket elkerüli az egészségesebb életmód érdekében. Az adalékanyagok nélküli élelmiszerek gyártása bizonyos technológiai és logisztikai kihívásokkal járhat. Az adalékanyagok gyakran segítenek a termékek stabilizálásában, ízének fokozásában vagy eltarthatóságának növelésében. Amikor ezeket kihagyják, a gyártóknak új megoldásokat kell találniuk, például természetes tartósítószer használatával, vagy a termékek gyártási és szállítási folyamatainak optimalizálásával (Daniels, 2023).

- **Tiszta címkézés és átláthatóság**

A "tisztá címkézés" trendje összhangban áll az adalékanyagmentességgel. A vásárlók egyre jobban értékelik, ha egy termék összetevői egyszerűek, könnyen felismerhetők és érthetők. A tiszta címkézés célja, hogy a gyártók átláthatóan kommunikálják a termék összetevőit anélkül, hogy felesleges vagy nem természetes adalékokat használnának. A gluténmentes

termékeknel különösen fontos ez, hiszen a fogyasztók érzékenyek az összetevőkre (Daniels, 2023).

- **Különböző diéták összehangolása**

A gluténmentes piac egyre több diétás irányzathoz alkalmazkodik. Számos termék egyszerre vegán, paleo vagy keto diétának is megfelel, így szélesebb körű fogyasztói igényeket elégít ki. Ez a multifunkcionális termékfejlesztés segít a gyártóknak nagyobb piacot elérni, és vonzóbbá teszi a termékeiket azok számára is, akik nem feltétlenül gluténmentes étrendet követnek, de más speciális diétára is figyelnek. A különböző diéták összehangolása, mint a gluténmentes és laktózmentes étrend, egyre nagyobb figyelmet kap, mivel egyre több embernek van szüksége többszörös táplálkozási korlátozásokra. (Daniels, 2023).

- **Tudatosság növekedése a keresztszennyeződés kapcsán**

A gluténmentes termékek előállításánál kulcsfontosságú a keresztszennyeződés megelőzése, mivel a cöliákiában szenvedők számára már a kis mennyiségű glutén is veszélyes lehet. Az élelmiszeriparban fokozódik az igény a szigorúbb minőségellenőrzési szabályozások iránt, és a fogyasztók egyre inkább keresik az olyan termékeket, amelyek garantáltan biztonságosak. A címkézés, amely felhívja a figyelmet a keresztszennyeződés lehetőségére, növeli a vásárlói bizalmat (Daniels, 2023).

4. EMPIRIKUS KUTATÁS ÉS EREDMÉNYE

4.1. PRIMER KUTATÁSOM CÉLJAI

- A gluténmentes termékek fogyasztási motivációinak feltérképezése
- A gluténmentes termékekkel kapcsolatos fogyasztói preferenciák azonosítása
- A gluténmentes termékek piacának változásainak vizsgálata Magyarországon
- A gluténmentes diéta pénzügyi terheinek feltárása
- A gluténmentes diétát követők motivációinak elemzése

Primer kutatásom során kvalitatív kutatást végeztem. A kutatás keretén belül kérdőíves megkérdezést alkalmaztam, mivel ez a fajta felmérés lehetővé teszi a nagyobb mintavételezést, továbbá alapja a számszerűsítés, ezáltal az adatok alkalmasak statisztikai elemzések végrehajtására is. Ennek a módszernek a segítségével az emberi tulajdonságok egyes megnyilvánulásai pontos és mérhető adatokkal támaszthatók alá. A kérdőíves megkérdezés segített az eredmények általánosításában a csoportra nézve. A statisztikai elemzések segítségével pedig lehetőségem adódott összefüggések, tendenciák és mintázatok azonosítására.

4.2. KVANTITATÍV KUTATÁS – KÉRDŐÍVES MEGKÉRDEZÉS

A kutatás célterülete: Magyarország

A kutatás célcsoportja: gluténmentes termékek fogyasztói és/vagy vásárlói

Mintavétel módja: A kutatás során véletlenszerű mintavételt alkalmaztam, de a gluténérzékeny fogyasztókat és/vagy vásárlókat céloztam meg. A mintavétel során a célcsoportból véletlenszerűen töltötték ki az egyének kérdőívet a vizsgálat céljából. A véletlenszerű mintavétel fontos statisztikai elv, amely biztosítja, hogy a minta reprezentálja a teljes populációt, így a kapott eredmények általánosíthatóak lesznek a teljes csoportra.

A minta nagysága: 200 fő

A mintavétel ideje: A mintavételi eljárás előkészületei 2024. szeptember végén kezdődtek. A kérdőíves megkérdezés 2024. szeptember 30. - 2024. október 14. között, vagyis 2 hetes időintervallumban zajlott a Facebook több különböző kifejezetten a gluténmentes termékek fogyasztói és/vagy vásárlói számára létrehozott csoportjában.

Adatgyűjtés lebonyolítása: A kérdőív kérdéseit a Google Űrlap segítségével készítettem el. A kérdőívben zárt, illetve nyitott kérdésekkel is találkozhattak a kitöltők. Zárt kérdéseket a hipotéziseim alátámasztása érdekében alkalmaztam, a nyitott kérdéseket pedig, hogy feltárjam a válaszadó személyes véleményét, tapasztalatait, gondolatait, érzéseit. Továbbá,

1-6-ig terjedő likert skálákat alkalmaztam, amely lehetővé tette a változatosságot a válaszadók válaszaiban és kiszűrte a semleges nem eldöntendő étkezéseket. A teljes kérdőív adatrögzítéshez használt sablonja az I. számú mellékletben található, illetve az alábbi linken:

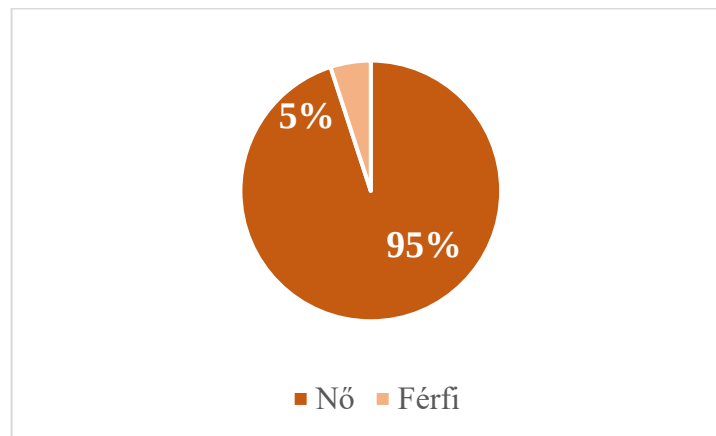
<https://forms.gle/JdUq2pJbJJWPmx9h6>

Elemzési technika:

Az eredmények számszerűsítését statisztikai elemzésekkel hajtottam végre. Az eredmények szemléletes bemutatásához Microsoft Excel program segítségével grafikonokat és diagramokat készítettem, illetve SPSS programot használtam.

Kutatási eredményeim bemutatása

1. A kitöltők nem szerinti megoszlása



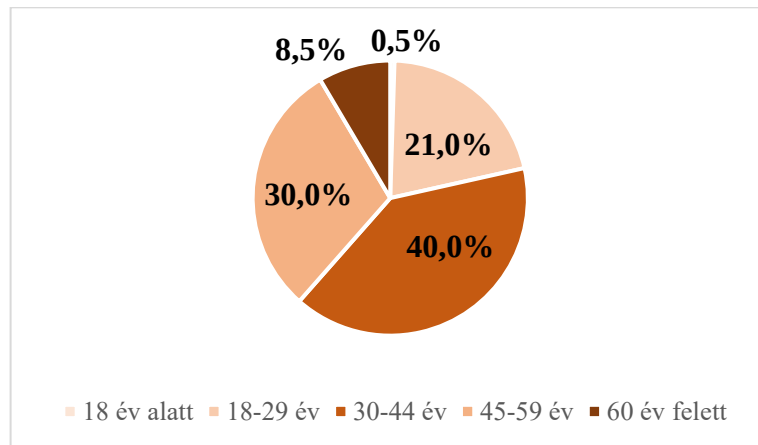
27. ábra: A kitöltők nem szerinti megoszlása

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

A kérdőívet összesen 200 fő töltötte ki, ebből 190 fő nő, 10 fő pedig a férfi. Ezeknek az adatoknak a százalékos arányát tekintve a sokaság 95%-a nő, 5% pedig férfi volt.

Össességében megfigyelhető, hogy kérdőívemben a nők rendkívül felülreprezentáltak a mintában. Ez alátámasztja az elméleti részben részletezett 2019-es KSH adatait, miszerint **a nők körében elterjedtebb a gluténmentes diéta követése.** Az eredmény összefüggésben lehet azzal a ténnyel, hogy a nők gyakran nagyobb szerepet vállalnak az egészséges életmód iránti elköteleződésben vagy a család étkezési szokásainak alakításában. Ezért a kutatás eredményei főként a női fogyasztói szokásokat és preferenciákat tükrözik.

2. Kitöltők életkor szerinti megoszlása

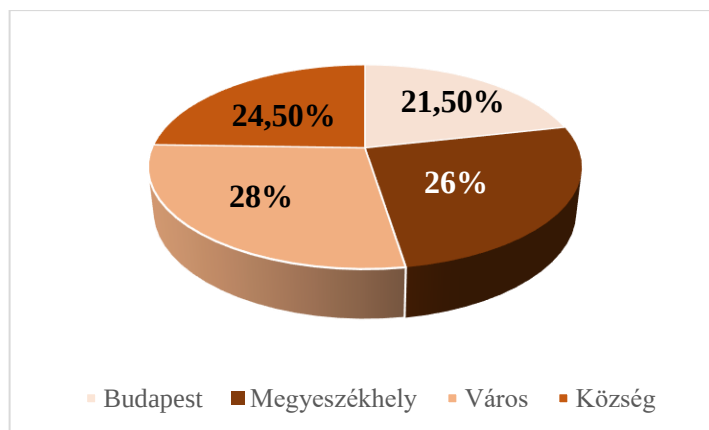


28. ábra: A kitöltők életkor szerinti megoszlása

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

Az ábra alapján szembejövő, hogy a kérdőívet legtöbben a 30-44 éves korosztály tagjai töltötték ki, amely egészen pontosan 80 főt, vagyis 40%-ot jelent számszerűsítve. Tőlük nem maradt le jelentősen a 45-59 éves korcsoport 60 fővel, vagyis 30%-kal, majd őket követték a 18-29 évesek, majd a 60 év feletiek. A 18 év alatti korcsoportból csupán 1 fő töltötte ki kérdőívet, aminek oka valószínűleg az lehet, hogy ezt a fiatal korosztályt még nem foglalkoztatja a kérdőívek kitöltése, illetve nincsenek benne gluténmentes diétát követő Facebook csoportokban. **A ábra szintén alátámasztja azt a 2019-es KSH adatot, miszerint 5 évvel később is a 30-44 éves korcsoportban a leggyakoribb a gluténmentes diéta követésének aránya.** Összességében a **kitöltők többsége a 30-44 éves és a 18-29 éves korosztályból került ki**, ami azt jelzi, hogy a gluténmentes diéta főként a fiatal és középkorú felnőttek körében népszerű vagy releváns. A 45 év feletti korcsoportok kisebb arányban képviseltetik magukat, de az ő jelenlétük is figyelemreméltó, hiszen egyre több idős ember is érdeklődhet az egészségtudatos táplálkozás iránt.

3. A kitöltők jogviszony szerinti megoszlása

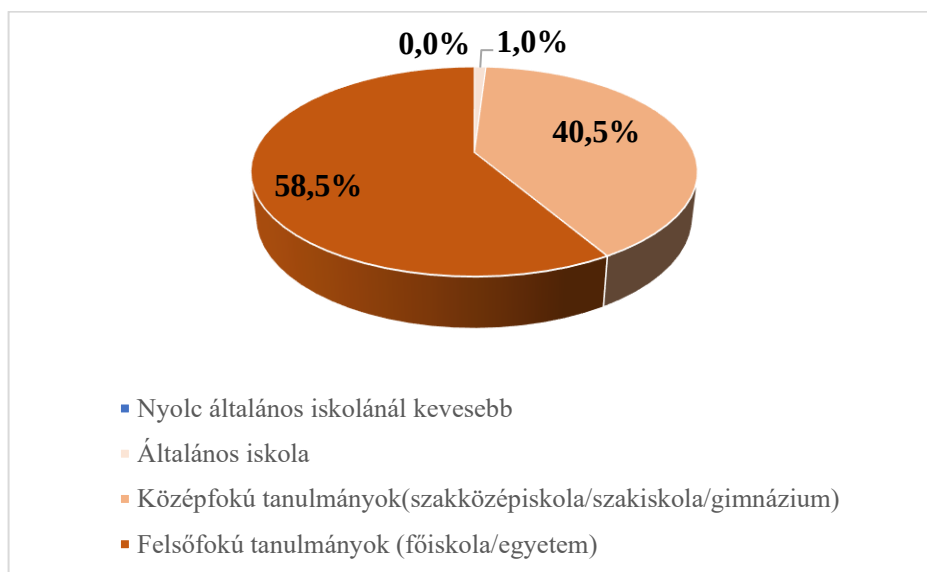


29. ábra: A kitöltők lakóhely szerinti megoszlása

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

Az ábra a válaszadók lakóhely szerinti megoszlását ábrázolja Magyarország különböző típusú települései alapján. A diagramon négy kategóriát különböztetünk meg: Budapest, Megyeszékhely, Város, Község. Az arányok viszonylag egyenletesen oszlanak meg, mindegyik kategória körülbelül a kitöltők negyedét képviseli.

4. A kitöltők iskolai végzettség szerinti megoszlása



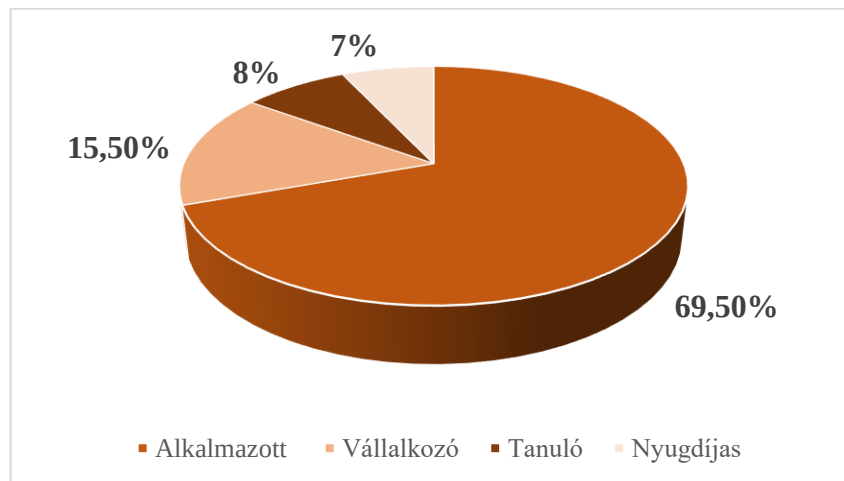
30. ábra: A kitöltők iskolai végzettség szerinti megoszlása

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

Az ábra a kitöltők végzettség szerinti megoszlását mutatja. **A kitöltők 58,5%-a vagyis több, mint a fele felsőfokú végzettséggel rendelkezik**, ez pontosan 117 főt jelent. Jelentős arányban vannak a középfokú tanulmányokkal rendelkezők ők a sokaság 40,5%-át teszik ki, ami 81 főt jelent. Általános iskolázottsággal nagyon kevés arányban vannak jelen, annál

kisebbséggel pedig egyáltalán nem töltötték ki kérdőívemet. Összességében tehát minden válaszadó legalább az általános iskolát elvégezte. A kitöltők többsége felsőfokú végzettségű, ami arra utal, hogy **a kutatás elsősorban az iskolázottabb rétegeket érte el.** A magasabb végzettségű válaszadók felülreprezentáltsága befolyásolhatja az eredményeket, hiszen ők általában nagyobb érdeklődést mutathatnak az egészséges életmód, esetünkben a gluténmentes diéta iránt.

5. A kitöltők foglalkozás szerinti megoszlása

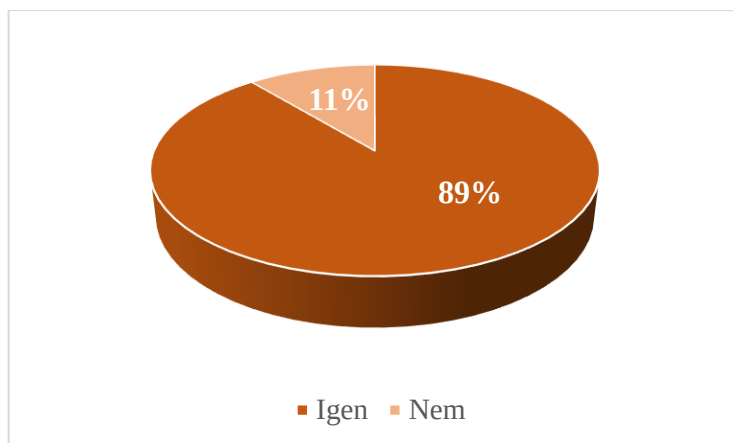


31. ábra: A kitöltők foglalkozás szerinti megoszlása

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

Az ábra a kitöltők foglalkozás szerinti megoszlását mutatja. A diagrammról jól leolvasható, hogy **a kitöltők több mint fele,** vagyis a 200 kitöltőből 139 fő **alkalmazotti jogviszonyban tevékenykedik,** ami arra utalhat, hogy **a kutatásban vizsgált gluténmentes termékek és diétával kapcsolatos kérdések elsősorban az aktív munkaképes korosztályt érdeklik.** Ehhez képest a vállalkozók száma csak 31 fő, ami a sokaság 15,5%-át teszi ki. A tanulók (8%) és nyugdíjasok (7%) pedig csak csekély számban vettek részt a kérdőív kitöltésében. Összességében az alkalmazottak több mint négyszeresét tették ki a vállalkozóknak.

6. Gluténmentes diéta követése



32. ábra: Gluténmentes diéta követése

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

Az ábra a gluténmentes diéta követésének megoszlását mutatja a kitöltők körében. Ebben a kérdésben arra kerestem a választ, hogy a kitöltők közül ki követ gluténmentes diétát. **A válaszadók túlnyomó része gluténmentes diétát követ,** ami erősíti a kutatás relevanciáját a gluténmentes termékekkel kapcsolatos preferenciák és motivációk vizsgálata szempontjából. A diagram alapján **a gluténmentes diétát követők aránya 89%,** míg a **maradék 11%** azokból áll, akik maguk nem követik a diétát, de a **Facebook-csoportban benne vannak, mert valamely rokonuk, ismerősük követi a diétát.** Ezáltal a kérdőív kitöltőinek egy része közvetett módon érintett a gluténmentes étrendben, hiszen rokonuk vagy ismerősük miatt érdeklődnek a téma iránt.

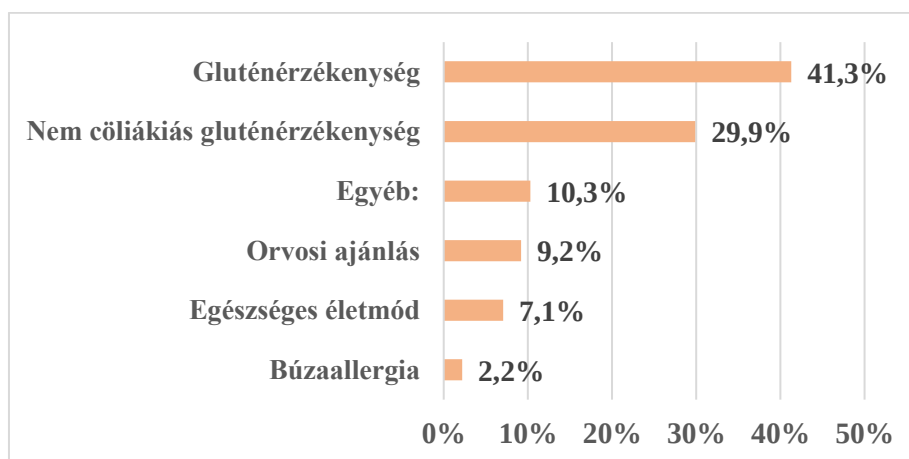
3. táblázat: Életkor és a gluténmentes diéta követésének kapcsolata

		Ön gluténmentes diétát követ?		Total
		Igen	Nem	
Életkora	18 év alatt	1 100,0%	0 0,0%	1 100,0%
	18-29	39 92,9%	3 7,1%	42 100,0%
	30-44	73 91,3%	7 8,8%	80 100,0%
	45-59	52 86,7%	8 13,3%	60 100,0%
	60 év felett	13 76,5%	4 23,5%	17 100,0%
	Total	178 89,0%	22 11,0%	200 100,0%

SPSS programmal való szerkesztés online kutatásom alapján

A 3. táblázatban a válaszadókat életkor szerint csoportosítottam, ahol a kapott eredmények alapján elmondható, hogy a 18 év alattiak 100%-a, a 18-29 év közöttiek 92,9%-a, a 30-34 év közöttiek 91,3%-a, a 45-59 év közöttiek 86,7%-a és a 60 év felettiak 76,5%-a követ gluténmentes diétát. **Összességében a kérdőívet legtöbben a 30-44 éves korosztály tagjai töltötték ki, akik közül a legtöbben, vagyis 91,3%-ban követnek gluténmentes diétát.**

7. Gluténmentes diéta követésének oka

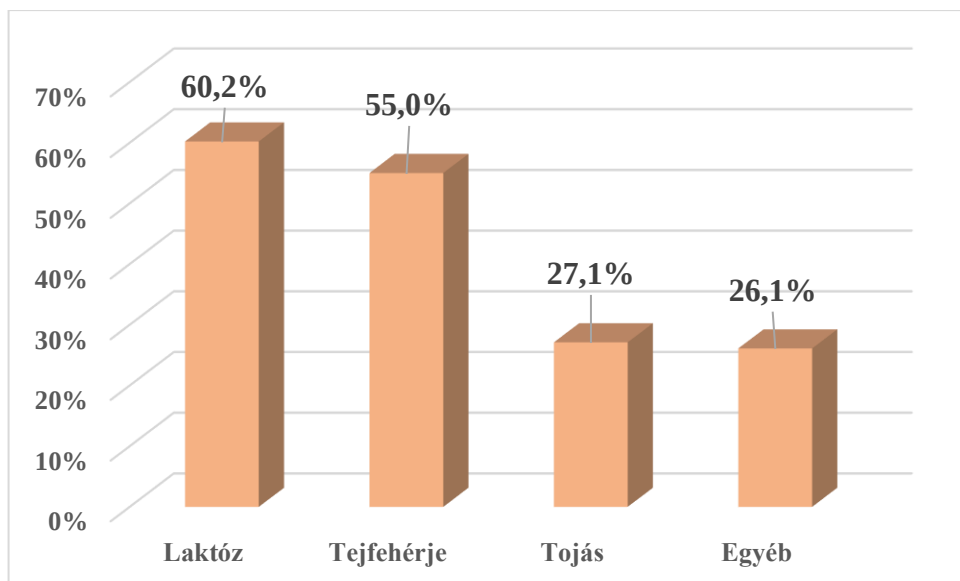


33. ábra: Gluténmentes diéta követésének oka

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

A következő kérdésben megkérdeztem a kitöltőket, hogy ha követik a diétát, akkor milyen okból határozták el magukat. Ez egy nem kötelező kérdés volt, így csak az válaszolt rá, aki az előző kérdésben az igent jelölte meg. A válaszadók közül 184 válaszoltak a kérdésre és **a többség, vagyis 41,3% gluténérzékenység miatt követi a diétát.** Őket, követik a nem cöliákias gluténérzékenyek 29,9 %-kal, majd az egyéb kategória, akik hasimoto betegség vagy a családtagjuk miatt kényszerülnek követni a diétát. Jelentős számban vannak, akik orvosi ajánlás vagy az egészséges életmód miatt kezdték el követni, azonban a búzaallergiások csak csekély számban töltötték ki a kérdőívet.

8. Glutén mellett fennálló érzékenységek

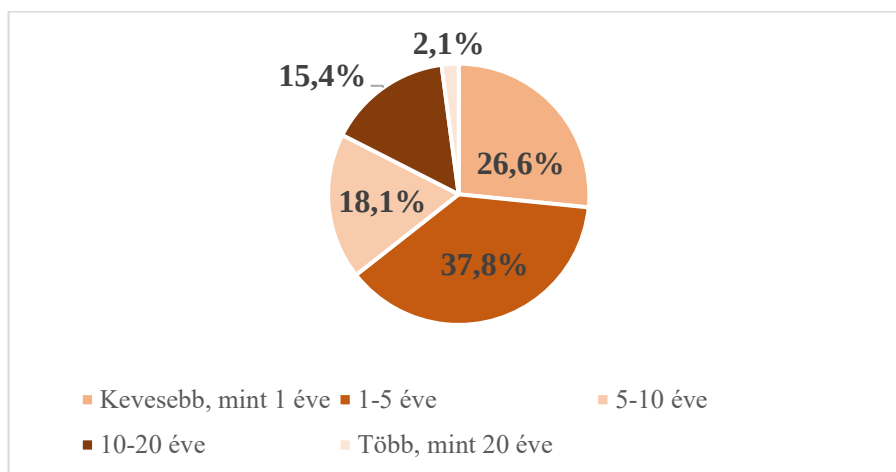


34. ábra: Glutén mellett fennálló érzékenységek

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

Az ábrán jól látható, hogy a glutén mellett számos más érzékenység is ismert, mivel a glutén, mint fehérje keresztallergénként is viselkedhet bizonyos emberek szervezetében. A keresztallergén azt jelenti, bizonyos anyagok képesek más anyagot helyettesíteni, utánozni, ami az allergiás tünetek megjelenését eredményezheti. **A glutén leggyakoribb keresztallergénje a laktóz és/vagy a tejfehérje, amit kutatásom eredménye is igazol, hiszen a legtöbben ezt a kettőt jelölték a glutén mellett is fennálló érzékenységgént.** A tojás allergia is jelentős mértékben (27,1%) áll fenn a kitöltők között. Ezen kívül több egyéb érzékenység is ismert.

9. Gluténmentes étrend követésének ideje

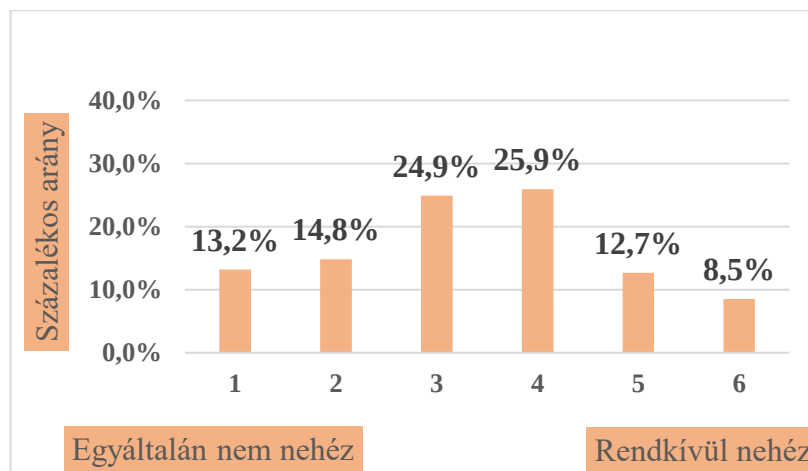


35. ábra: Gluténmentes étrend követésének ideje

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

Az ábrán az látható, hogy a kitöltők mióta követik a gluténmentes étrendet. Ezt nem kötelező kérdésként adtam meg, hiszen pár kérdéssel korábban kiderült a kitöltők 89%-a követ gluténmentes diétát. Ebből a legtöbben százalékosan 37,8%-uk csupán 1-5 éve, 26,6%-uk pedig kevesebb, mint 1 éve követi. Ez alátámasztja azt az elméleti részben állított tényt, hogy **a gluténérzékenység kialakulásához hozzájárulhatnak a vírusok. A 2020-ban kirobbanó koronavírus járvány így időrendben hozzájuthatott több egyén gluténérzékenységének kialakulásához.** Jelentős arányban vannak a 5-10 éve diétát követő egyének 18,1%-kal, illetve megfigyelhető, hogy 10-20 éve is számottevően sokan követték a diétát.

10. Gluténmentes diéta nehézségének mértéke

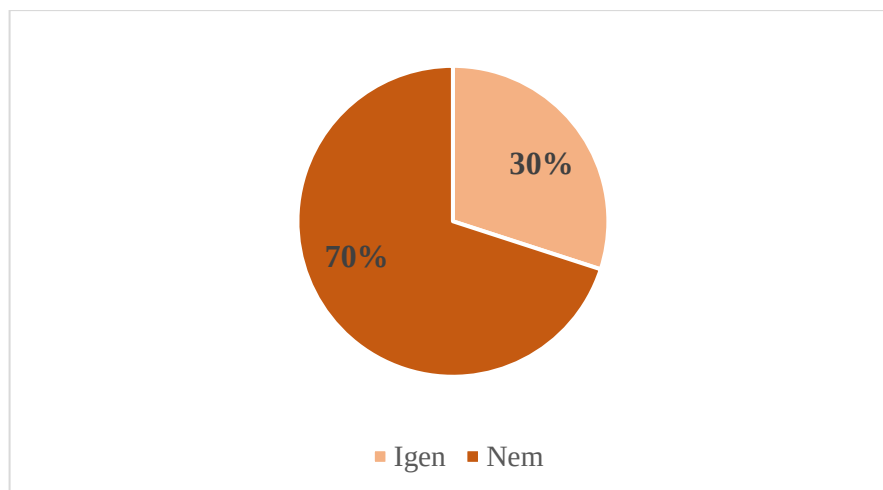


36. ábra: Gluténmentes diéta nehézségének mértéke

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

Az ábrán a gluténmentes diéta nehézségének mértéke látható, ahol a válaszadók egy 1-6-ig terjedő likert skálán jelölték be, mennyire tartják nehéznek a gluténmentes diéta követését. Az alábbi halmozott sáv diagram a gluténmentes diéta nehézségi fokát mutatja a válaszadók értékelése alapján. **A válaszadók többsége közepesen nehéznek (3-as és 4-es szint) érzi a gluténmentes diétát,** míg csak kisebb arányban gondolják nagyon könnyűnek (1-es és 2-es szint) vagy rendkívül nehéznek (6-os szint). **A sorozat módusza, vagyis leggyakoribb értéke a 4-es.**

11. Kitöltő háztartásában élő gluténmentes diétát követő személyek

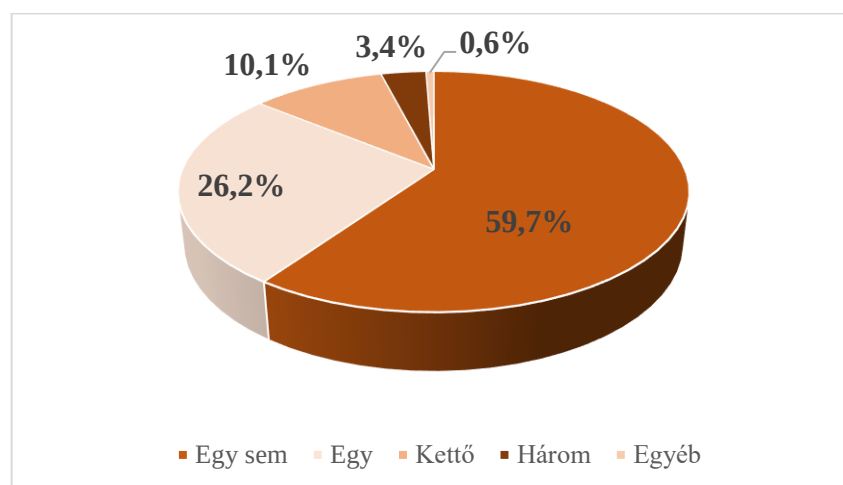


37. ábra: Kitöltő háztartásában élő gluténmentes diétát követő személyek

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

Az ábra arra a kérdésre szemlélteti a lehetséges válaszokat, hogy a kitöltőn kívül a háztartásában él-e gluténmentes diétát követő személy. **A legtöbben nemet válaszoltak, vagyis 200 emberből 140 fő, vagy csak maga vagy ha ő nem az, akkor rajta kívül nem él a háztartásában gluténmentes diétát követő személy.** A válaszadók 30%-a jelezte, hogy rajta kívül van a háztartásában olyan személy, aki gluténmentes diétát követ. **Tehát a válaszadók háztartásának közel egyharmadában van más családtag vagy lakótárs, aki valamilyen okból gluténmentes étrendet folytat.** Ez az arány jelentős, és arra utal, hogy a gluténmentes diéta nemcsak az egyének, hanem a háztartások szintjén is jelen van, ami azt is jelentheti, hogy az egész család alkalmazkodik a gluténmentes diéta szükségleteihez.

12. Kitöltő háztartásában élő gluténmentes diétát követő személyek száma

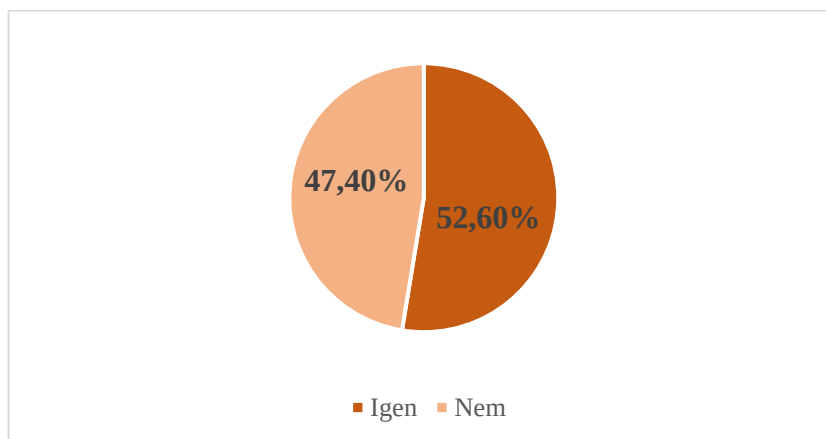


38. ábra: Kitöltő háztartásában élő gluténmentes diétát követő személyek száma

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

A következőkben megkértem mondják el, hogy ha él, akkor hány személy él a háztartásukban, aki követi a diétát. (30. ábra) Ezt nem kötelező kérdésként adtam meg, így összesen 149 válasz érkezett. Ebből jelentőségteljes adat, hogy **sok háztartásban a kitöltőn kívül akár egynél több személy is érintett a témában. A legtöbb embernek azonban egy személy él rajta kívül a háztartásban.**

13. Kitöltő háztartásában élő gluténmentes diétát követő személyek rokoni kapcsolata



39. ábra: Kitöltő háztartásában élő gluténmentes diétát követő személyek rokoni kapcsolata

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

Az elméleti részben említettem a gluténérzékeny diéta rokoni, genetikai kapcsolatát. Így kérdőívemben arra voltam kíváncsi, hogy a kitöltők háztartásában élő diétát követő személyek között áll-e fent rokoni kapcsolat. **A 31. ábra alapján a legtöbben, vagyis 52,6%-ban áll fent rokoni kapcsolat** azok között, akik egy háztartásban élnek és gluténérzékenyen étkeznek. **Összefoglalva, tehát kijelenthető, hogy a gluténérzékenység az öröklődő betegségek csoportjába tartozik.**

14. Közös vs külön főzés

4. táblázat: Közös vs külön főzés

Crosstab				
	Háztartásában mindenki követi a gluténmentes étrendet, vagy külön főznek?			Total
	Nem válaszolt	Külön főzők/főzünk	Mindenki gluténmentesen étkezik	
Életkora 18 év alatt	0 0,0%	1 100,0%	0 0,0%	1 100,0%

18-29	1 2,4%	28 66,7%	13 31,0%	42 100,0%
30-44	3 3,8%	43 53,8%	34 42,5%	80 100,0%
45-59	1 1,7%	33 55,0%	26 43,3%	60 100,0%
60 év felett	1 5,9%	8 47,1%	8 47,1%	17 100,0%
Total	6 3,0%	113 56,5%	81 40,5%	200 100,0%

Forrás: SPSS programban való szerkesztés online kutatásom alapján

A 4. táblázat alapján kijelenthető, hogy egy háztartásban, ha van gluténérzékeny személy, akkor az ott élők külön gluténmentesen, külön pedig gluténosan főznek. A legtöbben **a 30-34 év közöttiek közül válaszoltak a kérdésre**, akik közül 53,8%-ban külön főznek a háztartásban és nem mindenki követi a gluténmentes étrendet. Azonban nincs jelentős eltérés számban azok között, akiknél mindenki gluténmentesen étkezik.

15. Lakóhely gluténmentes kínálata

5. táblázat: Lakóhely gluténmentes kínálata

Count						
		Lakóhelye				Total
		Budapest	Megyeszékhely	város	Község	
Mennyire van egyáltalán megelégedve lakóhelyén nyújtotta gluténmentes kínálatával?	1	2	5	11	19	37
	2	2	8	15	5	30
	3	6	10	13	9	38
	4	13	12	9	8	42
	5	9	9	5	5	28

	6 teljesen elégedett	11	8	3	2	24
Total		43	52	56	48	199

Forrás: SPSS programban való szerkesztés online kutatásom alapján

Az 5. táblázatban megvizsgáltam mennyire elégedettek a kitöltők a lakóhelyük nyújtotta gluténmentes kínálattal. **A legtöbb válaszadó a közepes elégedettségi szinteket választotta (3-as, és 4-es szint), vagyis a lakosok mérsékelten elégedettek a gluténmentes kínálattal.** Ezzel arra feltételezek, hogy elérhető számukra gluténmentes választék, de véleményük szerint fejlesztésre szorul. **Budapesten figyelhető meg a legmagasabb elégedettségi szint,** vagyis valószínűsíthető, hogy a fővárosban nagyobb piaci választéknak és a speciális igények jobb kiszolgálásának köszönhető. A községekben jelölték a legalacsonyabb elégedettségi szintet, vagyis esetükben nem nyújtanak elegendő gluténmentes lehetőséget. Összességében kijelenthető, hogy országos szinten van igény a gluténmentes kínálat fejlesztésére.

6. táblázat: Lakóhely típusa és az elégedettség kapcsolata

			egyáltalán nem elégedett	2	3	4	5	teljesen elégedett	Total
Lakóhely típusa	Budapest	% within Elégedettség	5,4% _a	6,7% _a	15,8% _{a, b}	31,0% _{a, b}	32,1% _{a, b}	45,8% _b	21,6%
		Adjusted Residual	-2,7	-2,2	-1,0	1,7	1,5	3,1	
	Megyeszékhely	% within Elégedettség	13,5% _a	26,7% _a	26,3% _a	28,6% _a	32,1% _a	33,3% _a	26,1%
		Adjusted Residual	-1,9	,1	,0	,4	,8	,9	
	Város	% within Elégedettség	29,7% _a	50,0% _a	34,2% _a	21,4% _a	17,9% _a	12,5% _a	28,1%
		Adjusted Residual	,2	2,9	,9	-1,1	-1,3	-1,8	
	Község	% within Elégedettség	51,4% _a	16,7% _b	23,7% _{a, b}	19,0% _b	17,9% _{a, b}	8,3% _b	24,1%
		Adjusted Residual	4,3	-1,0	-,1	-,9	-,8	-1,9	
Total		% within Elégedettség	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Each subscript letter denotes a subset of Elégedettség categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the .05 level.									

Forrás: SPSS programban való szerkesztés online kutatásom alapján

A lakóhely típusa és a gluténmentes élelemiszorrel való ellátás elégedettségi szintje között valamennyi kapcsolatszorossági mutató szerint **gyenge szignifikáns** kapcsolat van. A gyenge kapcsolatot a két ismerv között a megyeszékhely és a város okozza, mert itt szinte egyenletesen oszlanak meg a vélemények az ellátottsággal való megelégedettség különböző

szintjei között. A budapestiekre általában az elégedettség jellemző, a községekben élőkre pedig az elégedetlenség jellemző.

7. táblázat: Kí-négyzet próba lakóhely típusa és az elégedettség kapcsolata

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	45,949 ^a	15	,000
N of Valid Cases	199		
a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,19.			

Forrás: SPSS programban való szerkesztés online kutatásom alapján

A 7. táblázat tartalma megfelel a követelményeknek, mivel a nullás értékű cellák elvárt száma nem éri el az ötöt.

8. táblázat: Directional measures

			Value	Standard Error ^a	Approximate T ^b	Significance
Nominal by Nominal	Lambda	Elégedettség Dependent	,108	,043	2,415	,016
	Goodman and Kruskal tau	Elégedettség Dependent	,045	,014		,000
	Uncertainty Coefficient	Elégedettség Dependent	,064	,018	3,559	,000
a. Not assuming the null hypothesis.						
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.						

Forrás: SPSS programban való szerkesztés online kutatásom alapján

A lakóhely típusának ismeretében az elégedettség szintjére vonatkozó előrejelzés 10,8%-kal javítható (Lambda), illetve 4,5 és 6,4%-kal csökkenthető az előrejelzés bizonytalansága.

9. táblázat: Symmetric measures

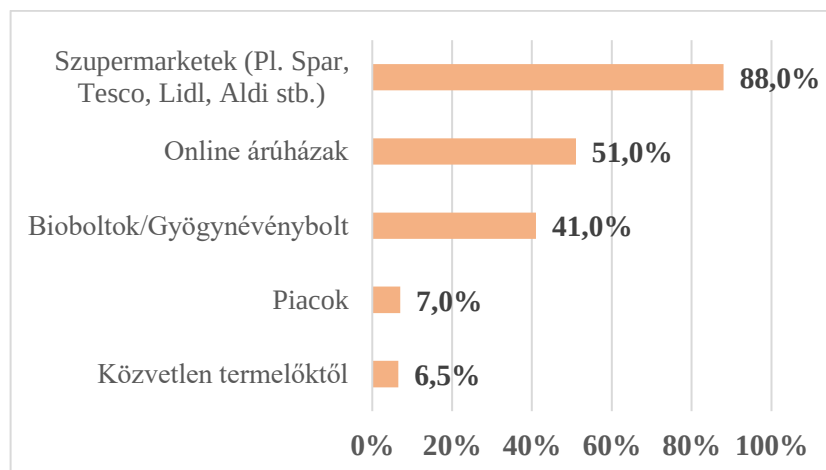
Symmetric Measures			
		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Cramer's V	,277	,000

N of Valid Cases	199	
------------------	-----	--

Forrás: SPSS programban való szerkesztés online kutatásom alapján

Összességében megállapítható, hogy van szignifikáns, de viszonylag gyenge-közepes kapcsolat a lakóhely típusa és az elégedettség között.

16. Gluténmentes termékek vásárlásának helye

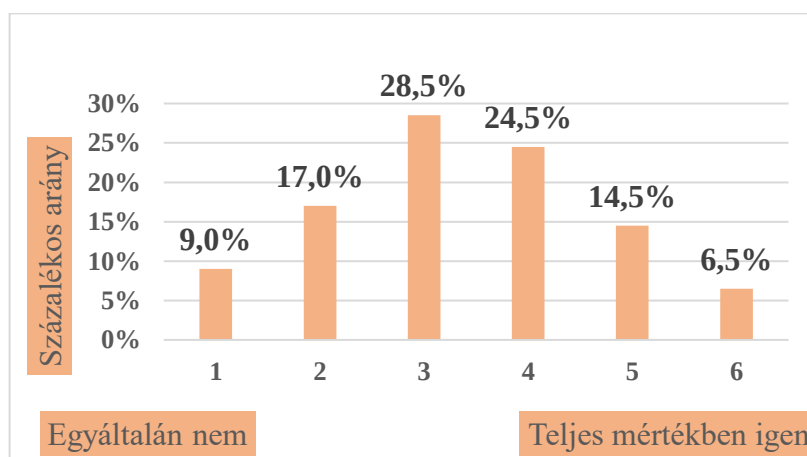


40. ábra: Gluténmentes termékek vásárlásának helye

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

A diagram alapján megfigyelhető, hogy **a kitöltők többsége (88,0%) szupermarketekben vásárolja** meg a gluténmentes diétához szükséges termékeket. Jelentős arányban vannak, akik online, illetve bioboltokban intézik a bevásárlást. Összességében tehát a **szupermarketek kínálatának bővítésére kellene helyezni a legnagyobb hangsúlyt.**

17. Üzletek kínálatának elégedettsége

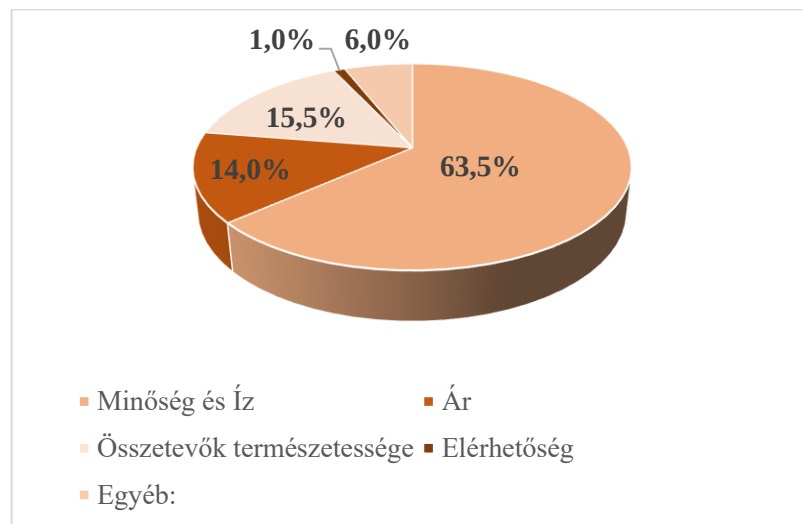


41. ábra: Üzletek kínálatának elégedettsége

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

A legtöbb válaszadó ebben az esetben is a **közepes elégedettségi szinteket választotta (3-as, és 4-es szint)**, a legkevesebben (6,5%) pedig teljes mértékben elégedettek. Érdeemes megfigyelni, hogy jelentős arányban jelölték az 1-es elégedettségi szintet is. Ez szintén azt mutatja, hogy **további fejlesztésre és termékkínálat bővítésre lenne a jövőben szükség** a leírt adatok alapján. A sorozat módusza, vagyis leggyakoribb értéke a 3-as.

18. Vásárláskori legfontosabb szempont

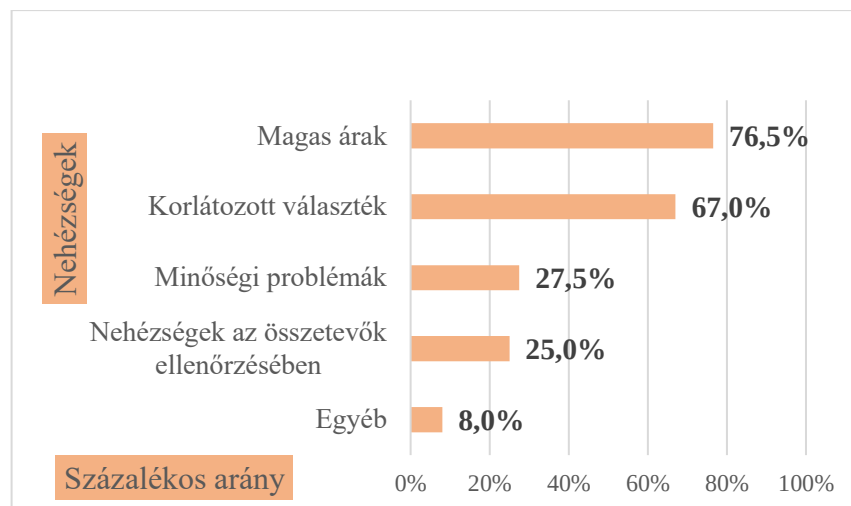


42. ábra: Vásárláskori legfontosabb szempont

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

Az ábra a kitöltők vásárláskori legfontosabb szempontját ábrázolja. **A válaszadók többsége (63,5%) a minőséget és az ízt tartja a legfontosabbnak, ami valószínűsíthető, hogy a gluténos normál termékek ízeinek és állagának helyettesítésére való hajlam miatt lehet.** A második legfontosabb szempont az összetevők természetessége (15,5%), vagyis kijelenthető, **hogy a kitöltők számára rendkívül fontos, hogy minőségi és természetes összetevőkkel előállított termékeket vásároljanak.** Hasonló arányban, de csak a 3. legfontosabb szempont a kitöltők körében a termékek ára.

19. Nehézségek vásárláskor



43. ábra: Nehézségek vásárláskor

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

A gluténmentes diéta követése számos nehézséggel jár az érintettek számára, közülük a **legszenbetűnőbb a magas árak (76,5%), és a korlátozott választék (67,0%).** (35. ábra)

A gluténmentes termékek árai jelentősen magasabbak a normál termékek áraihoz képest, emiatt ez sok embernél problémát okozhat. Ezenkívül jelentős arányban jelölték a minőségi problémákat és az összetevők ellenőrzésében való nehézségeket.

20. Gluténmentes termékek anyagi megítélése

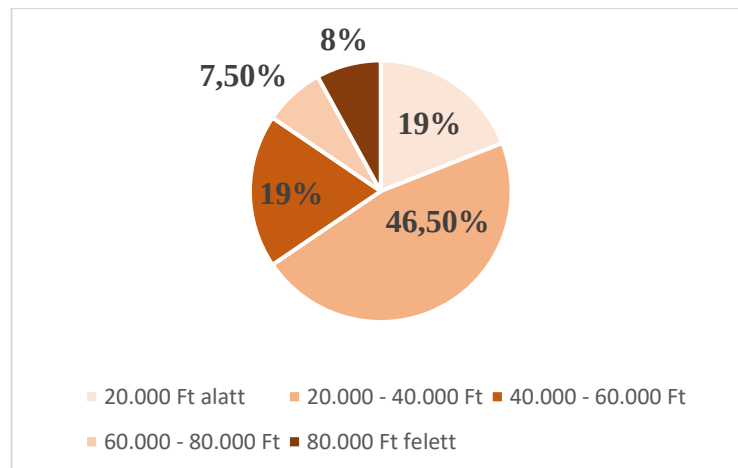
10. táblázat: Gluténmentes termékek árának megítélése

Crosstab					
		A gluténmentes termékek anyagi szempontból...			Total
		Drágák	Megfizethetőek	Olcsók	
Életkora	18 év alatt	1 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%
	18-29	36 85,7%	6 14,3%	0 0,0%	42 100,0%
	30-44	73 91,3%	6 7,5%	1 1,3%	80 100,0%
	45-59	54 90,0%	6 10,0%	0 0,0%	60 100,0%
	60 év felett	11 64,7%	6 35,3%	0 0,0%	17 100,0%
	Total	175 87,5%	24 12,0%	1 0,5%	200 100,0%

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

A válaszadók közül 175-en drágának, 24-en megfizethetőnek és csupán 1 ember értékelte olcsónak a gluténmentes termékeket. **A megkérdezett személyek szerint életkortól függetlenül elmondható, hogy drágának találják a gluténmentes termékeket.**

21. 1 főre havonta átlagosan elköltött pénzmennyiség gluténmentes termékek esetében



44. ábra: 1 főre havonta átlagosan elköltött pénzmennyiség gluténmentes termékek esetében

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

A kitöltők közül legtöbben havonta átlagosan 20.000 - 40.000 Ft között költenek gluténmentes termékekre. 19-19%-ban költenek azonban 20.000 alatt és 40.000 – 60.000 Ft között. Ezáltal kijelenthető, hogy a kitöltők maximum 60.000 Ft-ot költenek gluténmentes termékekre havonta.

22. Diéta többlet költség megítélése

11. táblázat: Diéta többlet költség megítélése

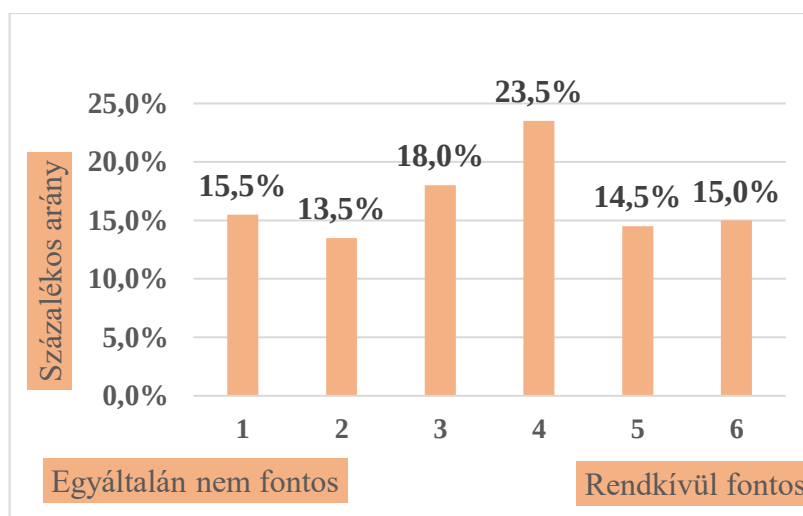
Crosstab				
		Többlet költséget jelent a diéta?		Total
		Igen	Nem	
Életkora	18 év alatt	1	0	1
		100,0%	0,0%	100,0%
	18-29	38	4	42
		90,5%	9,5%	100,0%
	30-44	77	3	80
		96,3%	3,8%	100,0%
	45-59	58	2	60
		96,7%	3,3%	100,0%

60 év felett	13	4	17
	76,5%	23,5%	100,0%
Total	187	13	200
	93,5%	6,5%	100,0%

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

A válaszadók 93,5%-a szerint többletköltséget jelent a gluténmentes diéta követése. Ezáltal kijelenthetjük, hogy **a megkérdezett személyek szerint életkortól függetlenül elmondható, hogy többletköltséget jelent számukra a gluténmentes diéta követése.**

23. Organikus, bio termékek fontossága

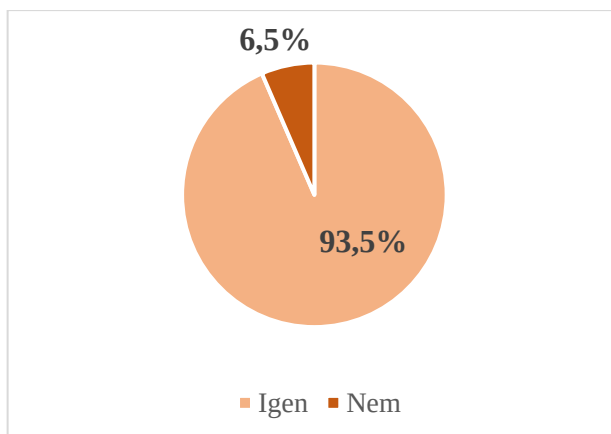


45. ábra: Organikus, bio termékek fontossága

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

A kitöltők igen változatosan jelölték, mennyire fontosak számukra az organikus bio termékek, azonban **a legtöbb válasz a 3-as és a 4-es közepes értékre érkezett.** A sorozat módusza, vagyis a leggyakoribb értéke a 4-es.

24. Új termékek kipróbálása



46. ábra: Új termékek kipróbálása

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

A válaszadók több, mint 90%-a nyitott új termékek kipróbálására, amely arra következtethető, hogy nem találták még meg minden ételkategóriából a számukra tökéleteset, emiatt **nyitottak a kísérletezésre**.

25. Élelmiszerboltok több gluténmentes lehetőségének nyújtása

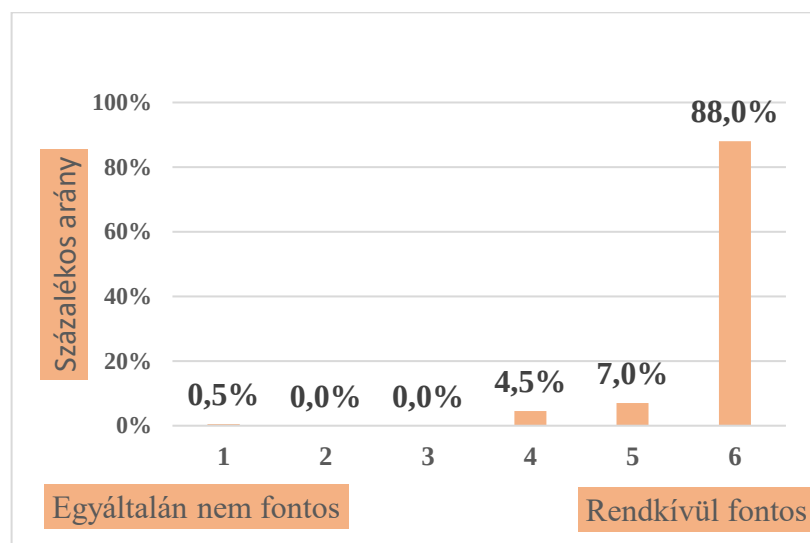
12. táblázat: Élelmiszerboltok több gluténmentes lehetőségének nyújtása

Crosstab				
		Szeretne-e több gluténmentes lehetőséget találni az élelmiszerboltokban?		Total
		Igen	Nem	
Életkora	18 év alatt	1 100,0%	0 0,0%	1 100,0%
	18-29	42 100,0%	0 0,0%	42 100,0%
	30-44	79 98,8%	1 1,3%	80 100,0%
	45-59	59 98,3%	1 1,7%	60 100,0%
	60 év felett	16 94,1%	1 5,9%	17 100,0%
	Total	197 98,5%	3 1,5%	200 100,0%

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

A válaszadók egyöntetű elmondása alapján szeretnének még több gluténmentes lehetőséget találni az élelmiszerboltokban. Ebből arra következtettek, hogy **nem teljesen elégedettek a jelenlegi gluténmentes kínálattal**.

26. Átlátható és pontos címkézés



47. ábra: Átlátható és pontos címkézés

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

Az ábra alapján egyértelműen elmondható, **hogy a kitöltők rendkívül fontosnak tartják az átlátható és pontos címkézést, hiszen 88%-uk 6-os értékelést adott.**

27. Gluténmentes termékek elérhetősége az elmúlt években Magyarországon

13. táblázat: Gluténmentes termékek elérhetősége az elmúlt években Magyarországon

Crosstab					
	Mit gondol, hogyan változott a gluténmentes termékek elérhetősége az elmúlt években Magyarországon?				Total
	Javult	Jelentősen javult	Nem változott	Romlott	
Életkora 18 év alatt	0 0,0%	1 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%
18-29	26 61,9%	10 23,8%	6 14,3%	0 0,0%	42 100,0%
30-44	42 52,5%	34 42,5%	4 5,0%	0 0,0%	80 100,0%
45-59	29 48,3%	27 45,0%	3 5,0%	1 1,7%	60 100,0%
60 év felett	9 52,9%	7 41,2%	1 5,9%	0 0,0%	17 100,0%
Total	106 53,0%	79 39,5%	14 7,0%	1 0,5%	200 100,0%

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

Összességében elmondható, hogy a kitöltők többsége szerint javult a termékek elérhetősége az elmúlt évek alatt. A legtöbb kitöltő a 30-34 év közöttiek köréből került ki, akik 52,5%-a szerint javult, 42,5% szerint pedig jelentősen javult a gluténmentes termékek elérhetősége az elmúlt években Magyarországon.

28. További hasznos fejlesztések a gluténmentes piac terén

„Árban lehetne csökkenés, elég nagy teher a családoknak ez anyagilag. :(
Illetve jó lenne, ha összehangolódna a többi allergénnel pl. sok minden gluténmentes, de nem tejmentes stb.”

„Fontosnak tartanám az élelmiszereknél egyértelmű, egységes allergén jelöléseket.”

„Akik betegség miatt tartják, azoknak olyan kártya kibocsátása, amivel olcsóbban jut hozzá”

„Pékségek frissen sültöt kínálnak.”

„Vendéglátóipar egységeiben dolgozókat megtanítani a különböző érzékenységekre és a veszélyekre, hogy mi történhet, ha egy ételérzékeny nem megfelelő ételt kap vagy nem megfelelő tájékoztatást az étel összetevőiről.”

„Áfamentességet kérnék a termékekre.”

„Egyrészt sokkal több pékséget, éttermet kellene teremteni, ahol a cöliákiások is biztonságosan fogyaszthatnak, hiszen bár vannak lehetőségek, mégis igen nehéz hozzájutni, ha az ember éppen nem azon a környéken lakik. Másrészt saját tapasztalatból tudom, hogy a külföldi (pl. Olaszország, Anglia) választék sokkal szélesebb az üzletekben, így ezek importálása jelentős változást hozna”

„Ne csak gluténmentes legyen, hanem egészséges is (pl. kevesebb cukor). Ne a legolcsóbb helyettesítőkkal készüljenek a termékek, hanem tápanyag szempontjából gazdag legyen. Több nem feldolgozott termék elérhetősége.”

„Több alternatív lisztkeveréket szeretnék látni a piacon. Sajnos legtöbb esetben rizs- és kukoricaliszt az alap összetevő. Valamint szívesen vásárolnék élelmiszerboltban jó minőségű mentes péksüteményt.”

48. ábra: Kitöltők javaslatai a gluténmentes piac fejlesztésére

Forrás: saját szerkesztés online kutatásom alapján

Ennél a kérdésnél is számos kitöltő kiemelte az ár csökkentését, továbbá javaslatot is fogalmazott meg:

- *„Akik betegség miatt tartják, azoknak olyan kártya kibocsátása, amivel olcsóbban jut hozzá.”*
- *„Áfamentességet kérnék a termékekre.”*

Mint ahogyan a kérdőívemben is kiderült szeretnének egyértelmű és egységes allergén jelölést a termékeknek. Továbbá több pékséget frissen sütött kínálattal és éttermet, ahol a dolgozók tisztában vannak a gluténszennyeződés kockázatával. Ezek a termékek legyenek egészségesek is, ne legyenek tele adalékanyagokkal hanem a minőségi összetevőkre helyeződjon a hangsúly.

5. ÖSSZEGZÉS, KONKLÚZIÓK, JAVASLATOK

A dolgozat célja a magyarországi gluténmentes életmód és a hozzá kapcsolódó fogyasztói preferenciák, piaci trendek és kihívások feltárása volt. Az elméleti háttér bemutatása során részletesen áttekintettem a gluténérzékenység formáit, diagnosztizálását és elterjedtségét, valamint a gluténmentes étrend szerepét az érintettek életében. Bemutattam a gluténérzékenység (cöliákia), a nem cöliakiás gluténérzékenység és a búzallergia közti különbségeket, amelyek egyre több embert érintenek világszerte, így Magyarországon is. Áttekintettem, hogy a gluténérzékenység hogyan vált egyre gyakoribbá, és milyen tényezők járulnak hozzá a diagnosztizált esetek számának növekedéséhez. Ismertettem a diagnosztikai módszereket, amelyek lehetővé teszik a gluténérzékenység, illetve a cöliákia felismerését. Bemutattam a gluténérzékenység jellemző tüneteit, amelyek gyakran emésztőrendszeri, de más szervrendszereket érintő panaszokban is megnyilvánulhatnak. Kitértem a gluténérzékenység kialakulásának lehetséges okaira, beleértve a genetikai és környezeti tényezőket.

Ismertettem a gluténmentes étrend alapjait, a gluténérzékeny jelzésről szóló rendeletet, gluténmentes táplálkozási piramis szintjeit továbbá a keresztszennyeződés elkerülése érdekében alkalmazott szabályokat.

Ezt követően megvizsgáltam, hogyan hoznak döntéseket a gluténmentes étrendet követő vásárlók, és milyen tényezők – mint például ár, minőség, elérhetőség – befolyásolják döntéseiket. Ismertettem a fogyasztói magatartásra vonatkozó elméleti modelleket, amelyek segítenek megérteni, hogy a gluténmentes étrendet választó emberek milyen szempontok alapján választanak termékeket.

Az elméleti rész utolsó szakaszában megvizsgáltam a gluténmentes termékek piacának helyzetét, mind a növekedéseket, mind a kihívásokat, hiszen ez egy komplex téma. Ismertettem a magyar piac főbb szereplőit és termékkategóriáit, majd végül felsoroltam a piacra vonatkozó innovációkat és trendeket. Az elméleti szakasz megalapozta az empirikus kutatásom kérdéseit, amelyek a gluténmentes termékek iránti keresletet, a fogyasztói döntéshozatalt és a vásárlói preferenciákat vizsgálták.

Kvantitatív kutatásom főbb eredményei a következők voltak:

- kérdőívemben a nők rendkívül felülreprezentáltak a mintában.
- **a 30-44 éves korcsoportban a leggyakoribb a gluténmentes diéta követésének aránya.**

- **A kitöltők 58,5%-a vagyis több, mint a fele felsőfokú végzettséggel rendelkezik, vagyis a kutatás elsősorban az iskolázottabb rétegeket érte el.**
- **200 kitöltőből 139 fő alkalmazotti jogviszonyban tevékenykedik, ami arra utalhat, hogy a kutatásban vizsgált gluténmentes termékek és diétával kapcsolatos kérdések elsősorban az aktív munkaképes korosztályt érdeklik**
- **a válaszadók közül 184 válaszoltak a kérdésre és a többség, vagyis 41,3% gluténérzékenység miatt követi a diétát**
- **a glutén leggyakoribb keresztallergénje a laktóz és/vagy a tejfehérje, amit kutatásom eredménye is igazol, hiszen a legtöbben ezt a kettőt jelölték a glutén mellett is fennálló érzékenységgént**
- **a kitöltők 26,6%-a 1-5 éve követi a diétát: 2020-ban kirobbanó koronavírus járvány így időrendben hozzájuthatott több egyén gluténérzékenységének kialakulásához, ami alátámasztja, azt a tényt, hogy a betegség kialakulásához hozzájárulhatnak a vírusok**
- **a válaszadók többsége közepesen nehéznek (3-as és 4-es szint) érzi a gluténmentes diétát**
- **a válaszadók háztartásának közel egyharmadában van más családtag vagy lakótárs, aki valamilyen okból gluténmentes étrendet folytat**
- **sok háztartásban a kitöltőn kívül akár egynél több személy is érintett a témában, legtöbb embernek azonban egy személy él rajta kívül a háztartásban.**
- **a kitöltők 52,6%-nál áll fent rokoni kapcsolat azok között, akik egy háztartásban élnek és gluténérzékenyen étkeznek, vagyis kijelenthető, hogy a gluténérzékenység az öröklődő betegségek csoportjába tartozik.**
- **53,8%-ban külön főznek a háztartásban és nem mindenki követi a gluténmentes étrendet**
- **A legtöbb válaszadó a közepes elégedettségi szinteket választotta (3-as, és 4-es szint), vagyis a lakosok mérsékelten elégedettek a gluténmentes kínálattal. Budapesten figyelhető meg a legmagasabb elégedettségi szint, a községekben jelölték pedig a legalacsonyabb elégedettségi szintet**
- **a kitöltők többsége (88,0%) szupermarketekben vásárolja meg a gluténmentes diétához szükséges termékeket**

- a válaszadók többsége (63,5%) **a minőséget és az ízt tartja a legfontosabbnak, ami valószínűsíthető, hogy a gluténos normál termékek ízeinek és állagának helyettesítésére való hajlam miatt lehet**
- a gluténmentes diéta követése számos nehézséggel jár az érintettek számára, közülük a **legszenvedélyesebb a magas árak (76,5%), és a korlátozott választék (67,0%)**
- a megkérdezett személyek szerint **életkortól függetlenül elmondható, hogy drágának találják a gluténmentes termékeket**
- A kitöltők közül legtöbben **havonta átlagosan 20.000 - 40.000 Ft között költenek gluténmentes termékekre, összességében a kitöltők maximum 60.000 Ft-ot költenek gluténmentes termékekre havonta**
- a megkérdezett személyek szerint **életkortól függetlenül elmondható, hogy többletköltséget jelent számukra a gluténmentes diéta követése**
- a válaszadók **több, mint 90%-a nyitott új termékek kipróbálására**
- a kitöltők **rendkívül fontosnak tartják az átlátható és pontos címkézést**
- **összességében elmondható, hogy a kitöltők többsége szerint javult a termékek elérhetősége az elmúlt évek alatt**
- **a legtöbben a kínálat bővítését, termékek árainak csökkentését, éttermek dolgozóinak megfelelő tájékozottságát, illetve minőségi alapanyagokból készülő termékeket szeretnék**

A kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a gluténmentes étrend iránti kereslet Magyarországon is dinamikusan növekszik, nemcsak a gluténérzékenységben szenvedő egyének körében, hanem azon fogyasztók között is, akik egészségesebb életmódra töreksenek. Az empirikus elemzés során kapott eredmények rámutattak, hogy a gluténmentes termékek piacát elsősorban az egészségügyi szükségletek és az egészségtudatos életmód elterjedése alakítja. Az elemzés rámutatott arra is, hogy a vásárlói döntéseket nagymértékben befolyásolja a termékek elérhetősége és a megfelelő választék, így a gyártók és kereskedők számára fontos lesz a kínálat folyamatos bővítése és a termékek könnyű hozzáférhetőségének biztosítása.

6. IRODALOMJEGYZÉK

- Catassi, C., Gatti, S., & Fasano, A. (2014). The New Epidemiology of Celiac Disease. *Journal of Pediatric Gastroenterology and Nutrition* Volume 59, Issue S1 p. S7-S9(<https://doi.org/10.1097/01.mpg.0000450393.23156.59>).
- Csík, O. (2022). Mi a különbség cöliákia, gluténérzékenység és búzaallergia között? . <https://egeszsegesdieta.eu/mi-a-kulonbseg-coliakia-glutenerzekenyseges-es-buzaallergia-kozott/>.
- Daniels, L. (2023). Gluten-free product development: New opportunities for food-producing companies. <https://tastewise.io/blog/gluten-free-innovations>.
- Eastlake, D. (2024). <https://www.foodnavigator.com/Article/2024/07/23/Gluten-free-products-gaining-popularity>.
- Emmer, S. (2019). Mit hozhat a mentes Mikulás? <https://egy.hu/csalad/mit-hozhat-a-mentes-mikulas-106354>.
- Harsányi, J. (1995). *A Racionális viselkedés elmélete* (<https://szociologia.hu/dynamic/9504harsanyi.htm>. kiad.).
- Hofmeister-Tóth, Á. (2017). *A fogyasztói magatartás alapjai* (ISBN: 978 963 059 889 7. kiad.). Akadémiai Kiadó.
- Keller, K., & Kotler, P. (2016). *Marketingmenedzsment* (ISBN: 978 963 059 778 4. kiad.). Akadémiai Kiadó.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Marketing Management*.
- Kovács, I. (2022). Marketing előadás.
- KSH. (2021). Érdekes adatok a gluténérzékenységről – 2021.05 KSH. <https://glutenerzekeny.hu/erdekes-adatok-a-glutenerzekenysegrol-2021-05-ksh/>.
- More, A. B., Chandola, V., & Bhat, S. (2019). Gluten-Free Products Market. <https://dataintelo.com/report/gluten-free-products-market>.
- Rekettye, G., Mária, M. T., & Hetesi, E. (2016). *Bevezetés a marketingbe* (ISBN: 978 963 059 759 3. kiad.). Akadémiai Kiadó.
- Rendelet. (2009). A bizottság 41/2009/EK rendelete a lisztérzékenységben szenvedőknek szánt élelmiszerek összetételéről és címkézéséről. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009R0041&qid=1696288280701>.

- Schneider, M. (2023). Gluten-Free Products Market: A Flourishing Industry.
<https://www.linkedin.com/pulse/gluten-free-products-market-flourishing-industry-mira-schneider/>.
- Simon, J. (2016). *Marketing az egészségügyben* (ISBN: 978 963 059 780 7. kiad.).
Akadémiai Kiadó.
- Varian, H. R. (2016). *Mikroökonómia középfolon* (ISBN: 978 963 059 809 5. kiad.).
Akadémiai Kiadó.

Egyéb dokumentumok

1. <https://glutenmentes.info.hu/>
2. <https://www.allergiakozpont.hu/liszterzekenyseg-coliakia>
3. <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=HU&q=glut%C3%A9n%C3%A9rz%C3%A9kenys%C3%A9g&hl=hu>
4. <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=HU&q=liszt%C3%A9rz%C3%A9kenys%C3%A9g&hl=hu>
5. <https://www.schaer.com/hu-hu/a/glutenmentes-etelek-listaja>
6. <https://gasztroklínika.hu/laktoz-es-liszterzekenyek-adokedvezmenye-vegye-igenybe-az-eves-139-200-ft-tamogatast/>
7. <https://rutinlab.hu/wp-content/uploads/2024/03/Lisztallergia-Gluten-erzekenyseg-RutinLab.pdf>
8. <https://coliegyesulet.hu/glutenerzekenyseg/>
9. https://glutenerzekeny.hu/glutenerzekenyseg-felnottkorban-mas-mint-gyermekkori-coliakia/#google_vignette
10. <https://glutenerzekeny.hu/glutenmentes-termekekre-vonatkozó-jogszabaly-valtozas-2016/>
11. <https://www.schaer.com/hu-hu/a/glutenmentes-elelmiszerpiramis>
12. <https://www.glutenmentesdieta.hu/a-glutenmentes-etkezes-szabalyai/>
13. <https://www.etteremnyitas.hu/2024/01/16/glutenmentes-etterem/>
14. <https://www.thebrainyinsights.com/report/gluten-free-products-market-13892>
15. <https://agrotrend.hu/piac/agrarpenezek/erdemes-meg-belepni-a-glutenmentes-termekek-piacara/>
16. <https://glulusfreefrom.hu/>

17. https://www.schaer.com/hu-hu/lp/with-the-best-of-us?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw99e4BhDiARIsAISE7P9v_mm_E3vrMtHKN4uYCrImteZzBAxfIER6bIFbX9Nl-Ldsze8EYRkaAhUoEALw_wcB
18. <https://mestercsalad.hu/rolunk>
19. <https://szafi-products.com/>
20. <https://store.mintel.com/report/uk-attitudes-towards-gluten-wheat-free-food-market-report>
21. <https://www.fortunebusinessinsights.com/industry-reports/gluten-free-food-market-100188>

MELLÉKLETEK

1. Neme
 - Nő
 - Férfi
2. Életkora
 - 18 év alatt
 - 18-29
 - 30-44
 - 45-59
 - 60 év felett
3. Lakóhelye
 - Budapest
 - Megyeszékhely
 - Város
 - Község
4. Legmagasabb iskolai végzettsége:
 - Nyolc általános iskolánál kevesebb
 - Általános iskola
 - Középfokú tanulmányok (szakközépiskola/szakiskola/gimnázium)
 - Felsőfokú tanulmányok (főiskola/egyetem)
5. Az Ön foglalkozása?
 - Alkalmazott
 - Vállalkozó
 - Tanuló
 - Nyugdíjas
6. Ön gluténmentes diétát követ?
 - Igen
 - Nem
7. Ha igen, milyen okból követ gluténmentes diétát?
 - Cöliákia (gluténérzékenység)
 - Nem cöliakiás gluténérzékenység
 - Búzaallergia
 - Egészséges életmód
 - Orvosi ajánlás
 - Egyéb
8. Ha igen, van e más érzékenysége a glutén mellett?
 - Laktóz
 - Tejfehérje
 - Tojás
 - Egyéb
9. Mióta követi a gluténmentes étrendet?
 - Kevesebb, mint 1 éve
 - 1-5 éve

- 5-10 éve
 - 10-20 éve
 - Több, mint 20 éve
10. Milyen mértékben találja nehéznek a gluténmentes diéta követését? Likert skála
- 1 – egyáltalán nem nehéz, 6 – rendkívül nehéz
11. Háztartásában (ha Ön az akkor Önön kívül) él gluténmentes diétát követő személy?
- Igen
 - Nem
12. Ha igen hány?
- Egy sem
 - Egy
 - Kettő
 - Három
 - Egyéb
13. Rokoni kapcsolatban áll vele?
- Igen
 - Nem
14. Háztartásában mindenki követi a gluténmentes étrendet vagy külön főznek?
- Mindenki gluténmentesen étkezik
 - Külön főzők/főzünk

Fogyasztói preferenciák

15. Mennyire elégedett lakóhelye nyújtotta gluténmentes kínálatával? Likert skála
- 1 – egyáltalán nem, 6 – teljes mértékben igen
16. Hol vásárol leggyakrabban gluténmentes termékeket? (Több válasz is megjelölhető)
- Szupermarketek (pl. Spar, Tesco, Lidl, Aldi)
 - Bioboltok/Gyógynövénybolt
 - Online áruházak
 - Piacok
 - Közvetlen termelőktől
 - Egyéb
17. Mennyire elégedett az üzletek gluténmentes termékeinek kínálatával? Likert skála
- 1-Egyáltalán nem, 6- Teljes mértékben
18. Mi a legfontosabb szempont az Ön számára gluténmentes termékek vásárlásakor?
- Ár
 - Minőség és Íz
 - Elérhetőség
 - Összetevők természetessége
 - Egyéb
19. Milyen nehézségekkel szokott szembesülni gluténmentes termékek vásárlása során? (Több válasz is megjelölhető)

- Magas árak
 - Korlátozott választék
 - Nehézségek az összetevők ellenőrzésében
 - Minőségi problémák
 - Egyéb
20. A gluténmentes termékek anyagi szempontból.
- Olcsók
 - Megfizethetők
 - Drágák
21. Havonta átlagosan hány Ft-ot költ/költenek gluténmentes termékekre?
- 20.000 Ft alatt
 - 20.000 – 40.000 Ft
 - 40.000 – 60.000 Ft
 - 60.000 – 80.000 Ft
 - 80.000 Ft felett
22. Többször költséget jelent a diéta?
- Igen
 - Nem

Piaci trendek

23. Mennyire fontos Önnek, hogy a gluténmentes termékek organikus, bio minősítésűek legyenek? Skála
- 1 Nem érdekel, 5 Rendkívül fontos
24. Szívesen próbál ki új gluténmentes termékeket?
- Igen
 - Nem
25. Szeretne-e több gluténmentes lehetőséget találni az élelmiszerboltokban?
- Igen
 - Nem
26. Mennyire tartja fontosnak, hogy a gluténmentes termékek átlátható és pontos címkézést kapjanak? Likert skála
- 1 Nem fontos, 6 Rendkívül fontos
27. Mit gondol, hogyan változott a gluténmentes termékek elérhetősége az elmúlt években Magyarországon?
- Jelentősen javult
 - Javult
 - Nem változott
 - Romlott

Nyílt kérdés:

28. Milyen további fejlesztéseket, termékeket vagy szolgáltatásokat tartana hasznosnak a gluténmentes piac terén?