

OTDK-DOLGOZAT

Bakos Izabella Mária

BA

2013

**A KÖZÉPISKOLÁS FIATALOK ÉLELMISZERFOGYASZTÓI
PREFERENCIÁI MAGYARORSZÁGON ÉS ERDÉLYBEN**

**THE SECONDARY SCHOOL STUDENTS' FOOD CONSUMPTION
PREFERENCES IN HUNGARY AND IN TRANSYLVANIA**

Bakos Izabella Mária

Kézirat lezárva: 2012. október 31.

TARTALOMJEGYZÉK

1. BEVEZETÉS.....	1
2. A MAGYAR ÉLELMISZER-GAZDASÁG FŐBB JELLEMZŐI.....	3
2.1. A MAGYAR ÉLELMISZER-GAZDASÁG KIHÍVÁSAI.....	4
2.2. A MAGYAR ÉLELMISZERIPAR KIUGRÁSI LEHETŐSÉGEI ÉS FŐBB EXPORTPIACAI	5
3. AZ ÉLELMISZER-GAZDASÁGI MARKETING.....	7
3.1. AZ ÉLELMISZER-GAZDASÁGI MARKETING FOGALOMKÖRE ÉS KIALAKULÁSA.....	7
3.2. A FOGYASZTÓI MAGATARTÁS ELMÉLETI HÁTTERE.....	7
3.2.1. <i>A fogyasztói piac és szegmentációjának magatartási alapjai.....</i>	<i>8</i>
3.2.2. <i>A fogyasztás kategóriái.....</i>	<i>9</i>
3.3. A FOGYASZTÓI- ÉS ÉLELMISZERFOGYASZTÓI MAGATARTÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK	10
3.3.1. <i>Kulturális jellemzők.....</i>	<i>10</i>
3.3.2. <i>Társadalmi jellemzők.....</i>	<i>11</i>
3.3.3. <i>Személyes jellemzők.....</i>	<i>12</i>
3.3.4. <i>Pszichológiai jellemzők</i>	<i>13</i>
3.3.5. <i>Biológiai tényezők</i>	<i>14</i>
3.3.6. <i>Food-trendek</i>	<i>15</i>
3.4. FOGYASZTÓI- ÉS ÉLELMISZERFOGYASZTÓI MAGATARTÁS MODELLEK	16
3.5. SZÜLETETT FOGYASZTÓK, AVAGY A FIATALOK.....	19
4. ANYAG ÉS MÓDSZER.....	22
5. SZEKUNDER KUTATÁS	23
5.1. KUTATÁSI TERV.....	23
5.1.1. <i>Kutatási probléma</i>	<i>23</i>
5.1.2. <i>Kutatási célok.....</i>	<i>23</i>
5.1.3. <i>Kutatási módszerek.....</i>	<i>23</i>
5.2. KUTATÁSI EREDMÉNYEK	24
5.2.1. <i>Demográfiai és gazdasági viszonyok.....</i>	<i>24</i>
5.2.2. <i>Magyar vs. román élelmiszerfogyasztás trendjei.....</i>	<i>24</i>
5.2.3. <i>A magyar és román élelmiszerfogyasztás várható tendenciái, trendszámítások</i>	<i>28</i>
5.2.4. <i>Az életszínvonal, az élelmiszerárak és az élelmiszerfogyasztás összefüggései, korrelációs számítások.....</i>	<i>29</i>
5.2.5. <i>Tápanyagbevitel</i>	<i>30</i>
5.2.6. <i>A magyar élelmiszerek imázsa Romániában</i>	<i>31</i>
6. PRIMER KUTATÁS, FÓKUSZCSOPORTOS INTERJÚ, A KÖZÉPISKOLÁSOK ÉLELMISZERFOGYASZTÓI MAGATARTÁSÁNAK VIZSGÁLATA	32
6.1. KUTATÁSI TERV.....	33
6.2. A FÓKUSZCSOPORTOS INTERJÚK EREDMÉNYEI.....	34
6.2.1. <i>Táplálkozással kapcsolatos asszociációk, vélemények</i>	<i>34</i>
6.2.2. <i>Étkezési szokások a kulturális tényezők vonatkozásában</i>	<i>35</i>
6.2.2.1. <i>Étkezési szabályok, hagyományok.....</i>	<i>35</i>
6.2.2.2. <i>Szimbolikus élelmiszerfogyasztás.....</i>	<i>37</i>
6.2.2.3. <i>A fiatalok élelmiszerfogyasztását befolyásoló tényezők</i>	<i>39</i>
6.2.3. <i>A napi étkezések rendszeressége, minősége.....</i>	<i>40</i>
6.2.4. <i>Élelmiszerfogyasztói preferenciák.....</i>	<i>41</i>
6.2.4.1. <i>Otthon fogyasztott nemzetközi ételek</i>	<i>41</i>
6.2.4.2. <i>Főzés, megszokott vs. új ízek, alapanyagok.....</i>	<i>42</i>
6.2.4.3. <i>Háztáji termékek fogyasztása, új élelmiszerek kipróbálása.....</i>	<i>43</i>
6.2.4.4. <i>Kedvenc élelmiszer márkák</i>	<i>44</i>
6.2.4.5. <i>Az egyes élelmiszerek heti fogyasztási gyakorisága</i>	<i>45</i>
6.2.5. <i>Házon kívüli étkezési szokások</i>	<i>46</i>
6.2.6. <i>Egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdök</i>	<i>47</i>
6.2.7. <i>Élelmiszervásárlási szokások</i>	<i>49</i>

6.2.8.	<i>Az interjúalanyok értékrendszere, életstílus jegyei</i>	50
7.	PRIMER KUTATÁS, KÉRDŐÍVES MEGKÉRDEZÉS, A KÖZÉPISKOLÁSOK ÉLELMISZERFOGYASZTÓI MAGATARTÁSÁNAK VIZSGÁLATA	52
7.1.	KUTATÁSI TERV.....	52
7.1.1.	<i>Kutatási probléma</i>	52
7.1.2.	<i>Kutatási célok</i>	52
7.1.3.	<i>Kutatási hipotézisek</i>	53
7.1.4.	<i>A kutatás módszere, eszköze</i>	53
7.1.5.	<i>A kutatás körülményei, mintavételi terv</i>	54
7.2.	A KÉRDŐÍVES MEGKÉRDEZÉS EREDMÉNYEI	55
7.2.1.	<i>A minta általános demográfiai jellemzői</i>	55
7.2.2.	<i>A középiskolások ételmeiszerfogyasztói magatartása</i>	56
7.2.2.1.	Vélemények a középiskolások táplálkozási szokásairól	56
7.2.2.2.	Étkezési szokások a kulturális tényezők vonatkozásában	57
7.2.2.3.	Táplálkozási szokásokat befolyásoló személyek és tényezők	59
7.2.2.4.	Étkezések rendszeressége és minősége	61
7.2.2.5.	Otthon fogyasztott nemzetközi ételek és íz preferenciák	63
7.2.2.6.	Az egyes ételmeiszerek fogyasztási gyakorisága.....	65
7.2.2.7.	Az egyes italok fogyasztási gyakorisága.....	67
7.2.2.8.	Házon kívüli étkezési szokások	69
7.2.3.	<i>A középiskolások egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdjei, BROCA Indexe</i>	71
7.2.3.1.	Az egészséges táplálkozáshoz való viszonyulás	71
7.2.3.2.	Az egészséges táplálkozást befolyásoló személyek és tényezők	72
8.	ÖSSZEFOGLALÁS, KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK	75
	IRODALOMJEGYZÉK	81
	MELLÉKLETEK	I
1.	MELLÉKLET: AZ EU ÉS MAGYARORSZÁG ÖSSZES TERÜLETÉNEK MEGOSZLÁSA, HASZNÁLATI TÍPUS SZERINT (2008).....	II
2.	MELLÉKLET: MAGYARORSZÁG IMPORTPIACAI (2008).....	II
3.	MELLÉKLET: AZ ÉLELMISZERGAZDASÁG ARÁNYA A NEMZETGAZDASÁGBAN, MAGYARORSZÁG KÜLKERESKEDELMI ÉLELMISZERFORGALMA ÉS CSEREARÁNY MUTATÓI.....	III
4.	MELLÉKLET: A FOGYASZTÓI MAGATARTÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK RÉSZLETES MODELLJE.....	IV
5.	MELLÉKLET: AZ ÉRTÉKVÁLTOZÁS OKAI	IV
6.	MELLÉKLET: A KULTÚRA, KICSIT MÁSKÉPP ☺	V
7.	MELLÉKLET: A MAGYAR ÉS A ROMÁN ÉLELMISZERFOGYASZTÁS TRENDFÜGGVÉNYEI	V
8.	MELLÉKLET: FÓKUSZCSONPORTOS INTERJÚVÁZLAT	XXII
9.	MELLÉKLET: KÉRDŐÍV.....	XXVII
10.	MELLÉKLET: A KUTATÁS FELADAT- ÉS IDŐTERVE	XXXI
11.	MELLÉKLET: A Z EGYES ÉLELMISZEREK ÉS ITALOK FOGYASZTÁSI GYAKORISÁGA, NEMZETISÉGENKÉNT.....	XXXI

TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. TÁBLÁZAT:	MAGYARORSZÁG ÉS ROMÁNIA ÖSSZEHAJONLÍTÁSA NÉHÁNY FONTOSABB MUTATÓ ALAPJÁN	24
2. TÁBLÁZAT:	AZ EGY FÖRE JUTÓ ÉLELMISZER-FOGYASZTÁS ALAKULÁSA MAGYARORSZÁGON ÉS ROMÁNIÁBAN (2004–2009).....	25
3. TÁBLÁZAT:	AZ ÉLELMISZERFOGYASZTÁS SZERKEZETE MAGYARORSZÁGON (2008) ÉS ROMÁNIÁBAN (2009), (1. RÉSZ).....	27
4. TÁBLÁZAT:	AZ ÉLELMISZERFOGYASZTÁS SZERKEZETE MAGYARORSZÁGON (2008) ÉS ROMÁNIÁBAN (2009), (2. RÉSZ).....	28
5. TÁBLÁZAT:	AZ ALAPVETŐ ÉLELMISZEREK FOGYASZTÁSÁNAK VÁRHATÓ TENDENCIÁI MAGYARORSZÁGON ÉS ROMÁNIÁBAN 2011–2012 KÖZÖTT, TREND SZÁMÍTÁS ALAPJÁN	29
6. TÁBLÁZAT:	KORRELÁCIÓS MÁTRIX	30
7. TÁBLÁZAT:	MAGYAR, ROMÁN TÉNYLEGES VS. AJÁNLOTT NAPI TÁPANYAGFOGYASZTÁS.....	31
8. TÁBLÁZAT:	A FÓKUSZC S O P O R T O S I N T E R J Ú K T E R V E Z É S I É S K I V I T E L E Z É S I F O L Y A M A T A	33
9. TÁBLÁZAT:	MI A VÉLEMÉNYETEK A FIATALOK ÉTKEZÉSI SZOKÁS AIRÓL?	35
10. TÁBLÁZAT:	AZ I N T E R J Ú A L A N Y O K É T K E Z É S I S Z A B Á L Y A I	36
11. TÁBLÁZAT:	AZ I N T E R J Ú A L A N Y O K É T K E Z É S S E L K A P C S O L A T O S H A G Y O M Á N Y A I	37
12. TÁBLÁZAT:	AZ I N T E R J Ú A L A N Y O K S Z I M B O L I K U S É T E L E I	38
13. TÁBLÁZAT:	T E R V E Z E T T T Á P L Á L K O Z Á S I S Z O K Á S O K , A S Z Ű L Ő K T Ő L V A L Ó E L K E R Ű L É S T K Ö V E T Ő E N	40
14. TÁBLÁZAT:	AZ I N T E R J Ú A L A N Y O K H E T I É L E L M I S Z E R - É S I T A L F O G Y A S Z T Á S I L I S T Á J A	45
15. TÁBLÁZAT:	É R V E K A K Ű L Ö N F É L E Ü Z L E T T Í P U S O K M E L L E T	49
16. TÁBLÁZAT:	AZ I N T E R J Ú A L A N Y O K L E G F O N T O S A B B É L E L M I S Z E R V Á S Á R L Á S I S Z E M P O N T J A I	50
17. TÁBLÁZAT:	AZ I N T E R J Ú A L A N Y O K É R T É K R E N D S Z E R E / É L E T S T Í L U S A	51
18. TÁBLÁZAT:	A K U T A T Á S I C É L O K , H I P O T É Z I S E K É S A K É R D Ő Í V K É R D É S E I K Ö Z Ö T T I Ö S S Z E F Ű G G É S E K	54
19. TÁBLÁZAT:	A V Á L A S Z A D Ó K D E M O G R Á F I A I J E L L E M Z Ő I	56
20. TÁBLÁZAT:	N E M Z E T I S É G E K S Z E R I N T I É T K E Z É S I S Z O K Á S O K É S T R A D Í C Í O K	58
21. TÁBLÁZAT:	A Z É T K E Z É S I S Z O K Á S O K / T R A D Í C Í O K É S A D E M O G R Á F I A I J E L L E M Z Ő K Ö S S Z E F Ű G G É S E I	59
22. TÁBLÁZAT:	T Á P L Á L K O Z Á S I S Z O K Á S O K A T B E F O L Y Á S O L Ó T É N Y E Z Ő K , N E M Z E T I S É G E K S Z E R I N T	60
23. TÁBLÁZAT:	T Á P L Á L K O Z Á S I S Z O K Á S O K A T B E F O L Y Á S O L Ó T É N Y E Z Ő K É S A D E M O G R Á F I A I J E L L E M Z Ő K Ö S S Z E F Ű G G É S E I	61
24. TÁBLÁZAT:	É T K E Z É S E K R E N D S Z E R E S S É G E (%)	62
25. TÁBLÁZAT:	É T K E Z É S E K R E N D S Z E R E S S É G E É L E T K O R É S N E M E K S Z E R I N T	63
26. TÁBLÁZAT:	M E G S Z O K O T T V S . Ú J Í Z E K K E D V E L T S É G E	64
27. TÁBLÁZAT:	A Z E G Y E S É L E L M I S Z E R E K F O G Y A S Z T Á S I G Y A K O R I S Á G A N E M Z E T I S É G E K S Z E R I N T (%)	65
28. TÁBLÁZAT:	É L E L M I S Z E R F O G Y A S Z T Ó I S T R U K T Ű R A A N E M É S A Z É L E T K O R F Ű G G V É N Y É B E N (%)	66
29. TÁBLÁZAT:	A Z E G Y E S I T A L O K F O G Y A S Z T Á S I G Y A K O R I S Á G A N E M Z E T I S É G E K S Z E R I N T (%)	67
30. TÁBLÁZAT:	I T A L F O G Y A S Z T Á S I S T R U K T Ű R A A D E M O G R Á F I A I J E L L E M Z Ő K F Ű G G V É N Y É B E N (%)	68

31. TÁBLÁZAT:	HÁZON KÍVÜL ÉTKEZÉSEK GYAKORISÁGA NEMZETISÉGENKÉNT (%).....	70
32. TÁBLÁZAT:	A GYORSÉTTERMI ÉTKEZÉSEK GYAKORISÁGA ÉS A ZSEBPÉNZ ÖSSZEFÜGGÉSEI (%).....	71
33. TÁBLÁZAT:	AZ EGÉSZSÉGES TÁPLÁLKOZÁS BEFOLYÁSOLÓ SZEMÉLYEK ÉS TÉNYEZŐK	72
34. TÁBLÁZAT:	AZ EGÉSZSÉGES TÁPLÁLKOZÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK MÉRTÉKE A NEM ÉS NEMZETISÉGEK ÖSSZEFÜGGÉSÉBEN	73
35. TÁBLÁZAT:	KUTATÁSI CÉLOK ÉS A HIPOTÉZISEK TELJESÜLÉSE	74
1. ÁBRA:	MAGYARORSZÁG EXPORTPIACAI (2008)	6
2. ÁBRA:	A FOGYASZTÁS KATEGÓRIÁI	9
3. ÁBRA:	A TELJES ENGEL–BLACKWELL–MODELL BONYOLULT VÁSÁRLÓI MAGATARTÁS ESETÉN.....	16
4. ÁBRA:	PETER–OLSON FÉLE FOGYASZTÓI ELEMZÉS MODELL	17
5. ÁBRA:	A PILGRIM-FÉLE ÉLELMISZER-FOGYASZTÓI MAGATARTÁS MODELL	18
6. ÁBRA:	A GRUNERT FÉLE ÉLELMISZER-ORIENTÁLT ÉLETSTÍLUS-MODELL	19
7. ÁBRA:	A TÖRÖCSIK FÉLE FOOD GONDOLATI KÖR ELEMELI	19
8. ÁBRA:	ALKALMAZOTT KUTATÁSI ÉS STATISZTIKAI FELDOLGOZÁSI MÓDSZEREK	22
9. ÁBRA:	ASSZOCIÁCIÓK A „TÁPLÁLKOZÁS” SZÓRA	34
10. ÁBRA:	AZ ÖRÖMSZERZŐ, JUTALMAZÓ, VÉDELMEZŐ ÉS MEGNYUGTATÓ ÉLELMISZERFOGYASZTÁS ...	39
11. ÁBRA:	KI VAGY MI BEFOLYÁSOLJA TÁPLÁLKOZÁSI SZOKÁSAITOKAT?	39
12. ÁBRA:	OTTHON FOGYASZTOTT NEMZETKÖZI ÉTELEK.....	41
13. ÁBRA:	ÚJ VERSUS HAGYOMÁNYOS ÍZEK.....	42
14. ÁBRA:	AZ INTERJÚALANYOK NÉPSZERŰ ÉLELMISZERMÁRKÁI.....	44
15. ÁBRA:	SZIMULÁLT DEPRIVÁCIÓ; MIT ÉREZNÉTEK, HA SOHA TÖBBÉ NEM EHETNÉTEK GYORSÉTTERMI ÉTELEKET?	46
16. ÁBRA:	AZ EGÉSZSÉGES TÁPLÁLKOZÁS... ..	47
17. ÁBRA:	AZ EGÉSZSÉGES TÁPLÁLKOZÁS MINEK A FÜGGVÉNYE?	48
18. ÁBRA:	INFORMÁCIÓFORRÁSOK AZ EGÉSZSÉGES TÁPLÁLKOZÁST ILLETŐEN	48
19. ÁBRA:	VÉLEMÉNYEK A KÖZÉPISKOLÁSOK TÁPLÁLKOZÁSI SZOKÁSAIRÓL (%)	56
20. ÁBRA:	OTTHON FOGYASZTOTT NEMZETKÖZI ÉTELEK.....	64
21. ÁBRA:	A TÁPLÁLKOZÁSHOZ VALÓ VISZONYULÁS	71
22. ÁBRA:	A VÁLASZADÓK BROCA INDEXE (TESTMAGASSÁG ÉS TESTSÚLY ALAPJÁN KISZÁMÍTVÁ).....	73

1. BEVEZETÉS

Kutatásom aktualitását az adja, hogy az utóbbi évtizedekben jelentősen megváltoztak a táplálkozási szokások, ma már nem csupán egy fiziológiai szükséglet kielégítésére koncentráló ételmszerfogyasztásról beszélünk, ez ennél sokkal komplexebb és bonyolultabb folyamat, melyet számos makro és mikro tényező befolyásol. Az aktuális gazdasági helyzet, a háztartások reáljövedelme, az ételmszerárak, az egyén értékrendszere, életstílusa, étkezési kultúrája, a különféle trendek, mind befolyásoló tényező. Tudatos és eltérő elvárásokkal, igényekkel rendelkező fogyasztókkal kell szembenéznie az ételmszeriparnak.

Megítélésem szerint az iparág sikere jelentős mértékben függ a gazdasági-társadalmi események, illetve a fogyasztói szokások „ismeretétől”, hiszem ezen információk hiányában képtelenség az egyre telítettebb ételmszerpiacon és a globalizációnak köszönhetően az éles versenyben helytállni. Ugyanakkor a versenyképesség kulcsa lehet a teljesen új vagy még részben kiaknázatlan piaci rések felkutatása.

Kutatásom célja – a fenti felismerésből indítatva – hogy tanulmányomban a magyar, az erdélyi magyar és román ételmszerfogyasztói szokások összehasonlító vizsgálatát végezzem el. Szeretnék egy általános képet nyerni a három nemzetiség ételmszerfogyasztói szokásairól és nem utolsó sorban megvizsgálni, hogy érdemes-e intenzívebben nyitni magyar ételmszerekkel az erdélyi piac felé.

Az általam alkalmazott kutatási módszerek – a kutatási témámmal kapcsolatos szakirodalom feldolgozása mellett – szekunder és primer jellegű, kvalitatív, valamint kvantitatív eljárásokat foglal magában.

Szekunder kutatásomban trendszámítással elemzem a magyar és román ételmszerfogyasztói trendeket, hasonlóságokat és különbségeket, a várható tendenciákat. Összefüggés-vizsgálatok segítségével megállapítom a reáljövedelmek, az ételmszerárak és az ételmszerfogyasztás közötti korreláció erősségét.

Primer kutatásom középpontjába a középiskolás fiatalok fogyasztási szokásainak és preferenciáinak a megismerését helyezem. Azért tartom fontosnak, ennek a fiatal fogyasztói szegmensnek a vizsgálatát, mert kétségkívül egyre nagyobb vásárlóerővel bírnak és hosszabb távon az ő elvárásaik, szokásaik fogják meghatározni, többek között az ételmszerek piaci keresletét is.

A fókuszcsoporthoz interjúk és a kérdőíves megkérdezések keretében arra keresem a választ, hogy a magyar, az erdélyi magyar és román fiatalok étkezési kultúrája, milyen azonosságokat illetve lényegesebb eltéréseket mutat, továbbá hogy az erdélyi, ezen belül a

partiumi gasztronómia mennyire őrizte meg magyaros jellegét és milyen mértékben épültek be abba a román étkezési hagyományok. Felmérésem egyik lényeges kérdésfelvetése, hogy lehet-e külön fogyasztói szegmensként kezelni az erdélyi magyarokat, vagy elegendő, ha „egy kalap alá vesszük” őket a román fogyasztókkal. Ezen céljaim érdekében górcső alá veszem a fiatalok otthoni és házon kívüli étkezési szokásait, az élelmiszerfogyasztásukat befolyásoló tényezőket, az egyes élelmiszerek és italok fogyasztásának gyakoriságát, kedvenc élelmiszer márkáikat, az egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdjeiket, érintőlegesen élelmiszervásárlási szokásaikat. Az eredmények alapján összefüggéseket vizsgálok a fiatalok demográfiai jellemzői, értékrendszer/életstílus jegyei és élelmiszerfogyasztói magatartása között.

2. A MAGYAR ÉLELMISZER-GAZDASÁG FŐBB JELLEMZŐI

A fogyasztói- és élelmiszerfogyasztói magatartás elméleti háttérének részletes bemutatását megelőzően, fontosnak tartom az élelmiszer-gazdaság fogalomkörének tisztázását, illetve a magyar élelmiszeripar jelenlegi helyzetének, kihívásainak és kiugrási lehetőségeinek rövid bemutatását.

Az *élelmiszer-gazdaság* fogalma szűkebb értelemben az élelmiszeripart és a mezőgazdaságot foglalja magában. Tágabb értelemben viszont az élelmiszerkereskedelmet is ide sorolják. A magyar nemzetgazdaság egyik fontos területe az élelmiszeripar, mely:

- „[...] a belföldi élelmiszer-fogyasztás (élelmiszer-szükséglet) kielégítésének alapvető forrása,
- a nemzetgazdaság külpiaci kapcsolatainak szereplője, hazánkban a pozitív külkereskedelmi egyenleg biztosításának fontos eszköze, valamint
- a mezőgazdasági termékek legjelentősebb piaca.” (Hajdu–Lakner, 1999, p. 17.)

Dolgozatomban a fent említettek közül két területtel is foglalkozom. Egyrészt elemzem a magyar élelmiszerfogyasztás szerkezetét, másrészt piaci lehetőségeket keresve megvizsgálom Románia élelmiszerfogyasztói struktúráját is.

Magyarország egykor virágzó, magas hozzáadott értékű élelmiszer-termelése mára döntően *alapanyag-termeléssé* alakult át. Az élelmiszergyártók és termelők száma jelentősen csökkent az utóbbi években, mely számos negatívumot vont maga után. Ezek közül néhány:

- „Az élelmiszer-ipari belföldi forgalmazás 10 év alatt 25%-kal esett vissza!
- A belföldi kiskereskedelmi forgalom viszont 37%-kal nőtt, „hála” az importnak?
- Ez idő alatt az élelmiszer-ipari export alig 10%-kal nőtt.
- Az élelmiszer-gazdaság külkereskedelmi szerepvállalása az ország teljesítményében az 1995-ös 20%-hoz képest 2008-ra 7% lett!
- Az élelmiszer-gazdasági foglalkoztatottak száma 130 ezerrel, kb. 25%-kal csökkent ugyancsak 10 év alatt.” (Gaál, 2010, p. 606.)

Ezekhez a problémákhoz véleményem szerint a rendszerváltást követő ugrásszerűen megnövekvő fogyasztói igények is hozzájárultak. Ugyanakkor a „bóvli” importélelmiszerek a szerényebb jövedelemmel rendelkező szegmens szükségleteit is ki tudta(ja) szolgálni. Természetesen az utóbbi megállapítással nem a multik térhódítását helyeslem.

2.1. A MAGYAR ÉLELMISZER-GAZDASÁG KIHÍVÁSAI

A magyar élelmiszer-gazdaságnak számos kihívással kell szembenéznie. Ezek közül a legfontosabbak:

- *integrálódás és globalizáció* (multinacionális cégek elterjedése; importkorlátozás mellett, nagyobb hozzáadott értékű, versenyképes élelmiszerek előállítása; hosszú távú egységes agrárpolitika; regionalizáció; szükségletorientált termelés; technikai innováció; standardizálódó és specializálódó fogyasztói szokások; oktatás; WTO intézkedések: kereskedelem további liberalizálása, importvámok leépítése),
- mezőgazdaság fellendítése (folyamatos modernizáció és a gazdasági méret növelése; diverzifikáció) (Popp et al., 2008),
- *2008-ban begyűrözött gazdasági világválság (az élelmiszerár-robbanások következtében visszaeső kereslet és a fogyasztói szokások átalakulása),*
- *élelmezésbiztonság.*

A gazdasági világválság és az élelmezésbiztonság világ- és magyar viszonylatban is nagy kihívások elé állítja a nemzetgazdaságokat és ezen belül az élelmiszeripart. A FAO 2010-es adatai szerint napjainkban a világ népességének közel egy hatoda, tehát több mint 1 milliárd ember éhezik, vagy krónikus alultápláltságban szenved. Az éhínség a fejlődő országokra a legjellemzőbb (Ázsia: 642 millió, szubszaharai Afrika: 265 millió, Latin Amerika: 53 millió, Közel-Kelet és Észak Afrika: 42 millió), legkevésbé pedig a fejlett országokra (15 millió). A FAO előrejelzései szerint 2050-re a Föld népessége eléri a 9,2 milliárdot, mely iszonyú nehéz kihívások elé fogja állítani az élelmezésbiztonságot, tekintve a jelenlegi helyzetet (FAO, 2010, idézi Kálmán, 2010). Az ENSZ szintén 2010-es felmérése szerint ma Magyarországon hozzávetőleg kétszázezer ember éhezik, akik közül körülbelül tizenötezer gyermek. Magyarországon a minőségi éhezés a jellemzőbb, ami alultápláltsághoz és elhízáshoz egyaránt vezethet. A cikk írója kissé ironikusan fogalmaz – mellyel teljes mértékben egyetértek – amikor a következő konklúziót írja az ENSZ adataira reagálva: „A szegénység újratermelődésének ördögi körébe az éhezés is beleilleszkedik, és a jelenleginél nagyobb társadalmi összefogásra van szükség ahhoz, hogy Európa egyik legkövérebb államában megszűnjön ez a jelenség.” (Gyenge, 2010, p. 1.) Magyarországhoz hasonlóan a lakosok anyagi nehézségei miatt, az Európa Bank 2011-es jelentése szerint Romániában a legnagyobb az éhínség kialakulásának a veszélye. A lakosságot nem az alapélelmiszerek hiánya, hanem a magas élelmiszerárak veszélyeztetik. A statisztikák tükrében a román lakosság jövedelmének közel egyharmadát már most is élelmiszerekre költi (Ko-

lozsvári, 2011). Megállapítható, hogy mindkét országban kiemelt figyelmet kell szentelni az élelmezésbiztonságra, melynek három alapköve a következő:

- „Az élelem hozzáférhetősége: állandóan elegendő mennyiségű élelem áll rendelkezésre.
- Az élelem megszerezhetősége: a források elegendőek a tápláló étrendhez szükséges megfelelő élelem megszerzéséhez.
- Az élelem használata: megfelelő felhasználás, amely az alapvető táplálkozási ismereteken és gondosságon, valamint kielégítő vízellátáson és higiénés körülményeken nyugszik.” (Bíró, 2010, p. 8.)

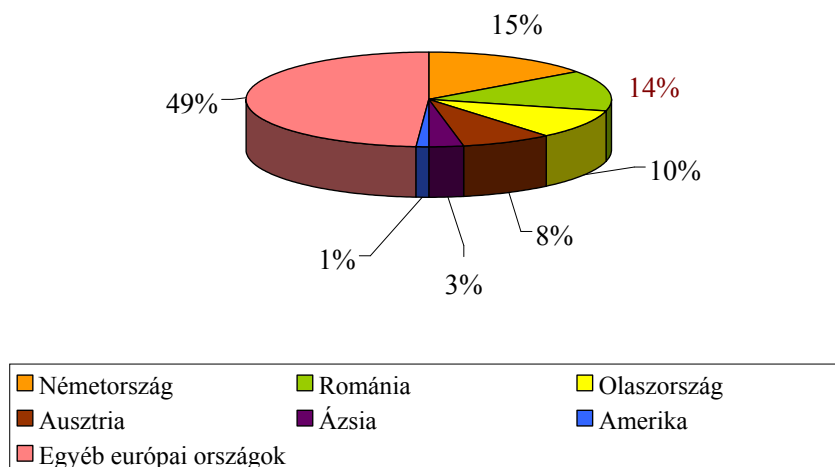
2.2. A MAGYAR ÉLELMISZERIPAR KIUGRÁSI LEHETŐSÉGEI ÉS FŐBB EXPORTPIACAI

*A globalizációval nem könnyű felvenni a versenyt, viszont úgy gondolom, hogy a **hungaricum** élelmiszerek mindenképpen jó kiugrási pontot jelenthetnek a magyar agrárium számára.* Magyarország 300-nál is több hagyományos élelmiszerral rendelkezik. Tradicionális előállításuk, jellegzetes terméktulajdonságaik, kiváló minőségük, egyediséget és a tömegtermékekből való kitűnés lehetőségeit hordozza magában. Ezen termékek piaci helyét és szerepét leginkább az élelmiszerfogyasztói magatartás változása definiálja, a piaci környezet alakulásával párhuzamban. A tradicionális élelmiszerek piaci részaránya a fogyasztói igények növekedésével fokozatosan emelkedik és nem utolsósorban az adott régió turisztikai és munkaerő-piaci bázisát is fellendítheti (Szigeti et al., 2009). *Ahhoz, hogy ez a „lehetőség” profitképes lehessen, hatékony marketingmunkára van szükség, mellyel mind hazai, mind pedig nemzetközi szinten kiaknázzhatóvá válnak a potenciális piacok.*

Egy reprezentatív kutatásból kiderült, hogy a magyar fogyasztók csak a Magyarországon előállított élelmiszertermékeket tekintik hungaricumnak és nem az ár vagy küllem, hanem a sajátos *íz és minőség* alapján döntenek ezen termékek mellett. Ezzel szemben a külföldi válaszadók 75%-ban a *személyes élményt* jelölték meg választásuk alapjaként. *Ami érdekes számomra, hogy a megkérdezettek mindössze 5%-a gondolja úgy, hogy a hungaricum termékcsoportha beletartozna(hatna) a Kárpát-medence szórvány magyarságának különleges ételei/élelmiszerei is* (Nótári et al., 2009). *Ezzel valamelyest egyet is értek, de megítélésem szerint összefogással a nemzetközi piacon nagyobb eredményeket lehetne elérni. Persze csak az autentikus, magyar gyökerekkel rendelkező termékek esetében.*

A lehetőségek sorát bővíti az a tény is, hogy Magyarország Európában egyedülálló, a mezőgazdaságra alkalmas földrajzi és természeti adottságokkal rendelkezik. A KSH (2008) adatai szerint összes területének 62%-a mezőgazdasági terület (*1. melléklet*).

A magyar mezőgazdasági termékek fontos exportpiacának számít Románia, hiszen 2010-ben az exportált magyar élelmiszerek 13,6 %-a (213,9 milliárd Ft értékben) került a román piacra. Elsősorban élő sertés, tojás, napraforgómag olaj, cukor, zöldség- és gyümölcskészítmény, ital, jelentős sertés- és baromfi hús, tej, búza és kukorica került kivitelre (KSH, 2011). *Megítélésem szerint ebben a piacban is számtalan, még felfedezésre váró lehetőség rejlik, melynek elemzésére a szekunder és primer kutatásom során bővebben kitérek.* 2008-ban az export tekintetében a magyar mezőgazdasági termékek és élelmiszerek első számú európai piaca (*1. ábra*) Németország (15%), majd Románia (14%), Olaszország (10%) és Ausztria (8%) volt. Az importot nézve szintén Németország van az első helyen (22%) (*2. melléklet*).



1. ábra: Magyarország exportpiacai (2008)

Forrás: KSH (2009) p. 27. alapján

A magyar élelmiszer-gazdasággal kapcsolatos fontosabb statisztikákat, külkereskedelmi élelmiszerforgalmának adatait és a saját számítású cserearány mutatókat az *3. melléklet* tartalmazza.

3. AZ ÉLELMISZER-GAZDASÁGI MARKETING

3.1. AZ ÉLELMISZER-GAZDASÁGI MARKETING FOGALOMKÖRE ÉS KIALAKULÁSA

Az agrármarketing a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek termelésére és forgalmazására irányuló tevékenységeket foglalja magában. Más szóval az élelmiszergazdasági marketing magában foglal egy sor összefüggő, tervezett és szervezett gyakorlati tevékenységet, mely végigkíséri a mezőgazdasági termékek életútját, a termelés tervezésétől és kivitelezésétől egészen a végső fogyasztóig való eljutásig (Nedita–Stoian, 2011).

Kohls, Uhl (1990, idézi Lehota–Tomcsányi, 1994, p. 14.) megfogalmazásában: „Az agrármarketing mindazon üzleti tevékenységek összessége, amelyek részt vesznek az élelmiszerek és szolgáltatások, az alapanyag termelőtől a végső fogyasztóig történő áramoltatásban.” *A két definíció lényegében ugyan azt ecseteli, azzal a különbséggel, hogy az utóbbi közelebb áll az általános marketing definíciójához.* Az agrármarketing szakirodalomban négyféle szemléletmód terjedt el, melyek a következők: áru/termék (pl. élőállat- és hús-marketing), funkcionális (külső piac felé rugalmatlan), szervezeti (értékesítési csatorna szereplőinek elemzése), magatartási (alkalmazkodik és globálisan figyel az értékesítési csatornára, a piac változásaira, piaci szereplők erőviszonyaira és az információs rendszerre) (Lehota–Tomcsányi, 1994).

Az agrármarketing, mint tudományterület a XIX-ik században alakult ki, méghozzá az Egyesült Államokban végbemenő technológiai fejlődés (vasúthálózat kialakulása, telegráf elterjedése) következtében, mely globális piaccá alakította át az addigi lokális piacokra koncentráló agráriumot. A változás a pozitívumai mellett ismétlődő túltermelési válságokat vont maga után. Magyarországon az agrármarketing, mint önálló marketing szakterület az 1973–1977-es időszakban alakult ki és olyan remek szakemberek nevéhez fűződött, mint: Tomcsányi, Győrvári, Márton–Újhelyi (Lehota, 2001).

3.2. A FOGYASZTÓI MAGATARTÁS ELMÉLETI HÁTTERE

Az egyre növekvő verseny, a globalizáció és a rohamosan változó fogyasztói szokások megkövetelik a vállalatoktól, hogy kiemelt figyelmet szenteljenek célcsoportjuk fogyasztói szokásainak, igényeinek a megismerésére. Csak ezen információk ismeretében lehet eladható termékeket, szolgáltatásokat piacra vinni és nem utolsó sorban elégedett fogyasztói kört kialakítani. A marketingben, a fogyasztói magatartás az a kutatási terület,

amely megpróbál választ adni a fogyasztás mögött meghúzódó miértekre. Cătoiu és Teodorescu (2004) szerint az összes gazdasági tevékenységnek a kulcskérdése a fogyasztói szokások ismerete kell, hogy legyen. A fogyasztó kiváltságos helyzetben van, a cégek pedig arra vannak kényszerülve, hogy olyan termékeket és szolgáltatásokat tervezzenek, amelyekkel képesek kielégíteni, illetve azonosulni a fogyasztók igényeivel.

A *fogyasztói magatartás* egy fiatal, interdiszciplináris kutatási terület, mely az 1970-es évek végére vált a marketing önálló kutatási területévé. Olyan tudományágakat foglal magában, mint a közgazdaság, pszichológia, szociológia és antropológia. 1968-ban íródott az első, ilyen témájú tankönyv, az Engel–Kollat–Blackwell féle, mely szerint „[...] a fogyasztói magatartás az emberek azon viselkedése, amely a javak és szolgáltatások vásárlásában, használatában és a vásárlás tervezésében jut kifejezésre.” (Hofmeister, 2008, p. 13.)

A klasszikus *mikro-ökonómiai* felfogás a fogyasztók általános racionalitását feltételezte, mely szerint: „[...] a fogyasztó tökéletes információk birtokában világosan megfogalmazza preferenciáit, megalkotja hasznossági függvényét, s konzekvensen a nagyobb hasznosságú jószágot vagy jószágekombinációt választja. A jövedelmek és árak hosszú távon mutatott hatása a meghatározó, s a fogyasztói döntésekben – végső soron – mindig kimutatható a racionalitás.” (Bauer–Berács, 1996, p. 52.) *Úgy vélem korunk „fogyasztói társadalmára” nem éppen a racionalitás a legjellemzőbb. A jövedelem és az árak valóban hatással lehetnek a fogyasztásra, főleg most, a gazdasági világválság következtében, azonban hiba lenne figyelmen kívül hagyni azt a számtalan tényezőt, amely befolyásolhatja a fogyasztói döntéshozatalt. A későbbiekben részletesen kitérek ezekre a tényezőkre.*

3.2.1. A fogyasztói piac és szegmentációjának magatartási alapjai

Kiss (2005, p. 37.) megfogalmazásában a fogyasztói piac nem más, mint: „[...] a termékeket és szolgáltatásokat személyes szükségletük kielégítésére vásárló egyének vagy háztartások összessége.” *Ezen a piacon csak akkor lehet sikeres egy cég, ha szegmentumokban, részpiacokban gondolkodik.* Különösen igaz ez a megállapítás az élelmiszergyártókra és forgalmazókra. Az EU-ban bár az agrár-élelmiszeripari rendszerek és az élelmiszerfogyasztói szokások globalizálódása figyelhető meg, nem hagyható figyelmen kívül, hogy Európában, sőt országain belül régióként is fennállnak a regionális és kulturális különbségek az étkezési szokásokat és preferenciákat illetően. Pontosabb információkat nyerhetnek a vállalatok, ha régiókat hasonlítanak össze és azok alapján képeznek piaci szegmentumokat és dolgoznak ki marketingstratégiákat (Gil–Gracia, 2000). „A piac egye-

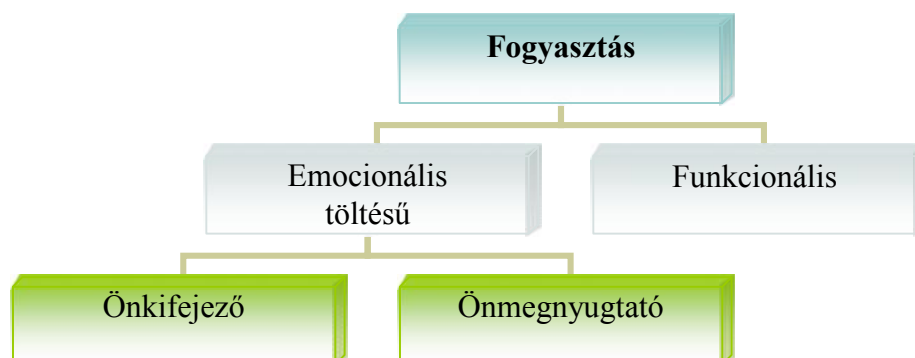
di keresleti sajátosságokat mutató csoportjait szegmentumnak, a piac megismerését célzó és azt homogén – a marketingakciók gazdaságos végrehajtását lehetővé tevő – részekre osztó eljárást szegmentációnak nevezzük.” (Bauer et al., 2009, p. 85.)

A szegmentumok kialakításának fontosságát hangsúlyozza a *marketingkonceptió* is, mely szerint „[...] a szervezeti célok elérésének kulcsa, hogy a vállalat választott célpiacain versenytársaihoz képest hatékonyabban tudjon vonzóbb vásárlói értéket teremteni, teljesíteni és kommunikálni.” (Kotler–Keller, 2006, p. 51.). *Tehát rendkívül fontos a célpiac fogyasztói magatartásának megértése, a fogyasztói csoportok megkülönböztetése és a marketingmix kialakításakor e csoportok igényeinek a figyelembevétele.*

A *fogyasztói magatartás* kutatások eredményei jó alapot adhatnak a piac szegmentáció elvégzéséhez. Középpontjában mindig az egyén szintjén végbemenő viselkedés megismerése és megértése áll. „Ahhoz, hogy megértsük a vásárlók egy csoportjának vagy egy piaci szegmensnek a magatartását, fontos annak a megértése, hogy az egyes vásárló miért viselkedik úgy, ahogy viselkedik, miért vásárolja azt, amit vásárol.” (Hofmeister–Törőcsik, 1996, p. 15.)

3.2.2. A fogyasztás kategóriái

Törőcsik (2007) a fogyasztás két kategóriáját különbözteti meg (2. ábra). A *funkcionális fogyasztás* racionálisan indokolható, célja egy felmerült probléma megoldása. Ezzel szemben az *emocionális fogyasztás* szimbolikus tartalmú, fontossá válnak a termék elfogyasztásával járó érzések is. Az *önmegnyugtató fogyasztás* nem kötődik kiadási összeghez, mivel célja nem a külvilági láttatás, hanem annak az érzelmi többletnek a biztosítása, melyre az adott személynek szüksége van. A fogyasztás indítéka lehet: jutalmazás, örömszerzés, kényeztetés, védelem, megnyugtató, személyes érintettség stb. Az *önkifejező fogyasztás* célja az adott egyén stílusának, életszemléletének, társadalmi státuszának láttatása a szűkebb vagy tágabb környezete felé.



2. ábra: A fogyasztás kategóriái

Forrás: Törőcsik (2007) p. 18. alapján

3.3. A FOGYASZTÓI- ÉS ÉLELMISZERFOGYASZTÓI MAGATARTÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

Mint már utaltam rá korábban, a fogyasztói magatartást számos külső és belső tényező befolyásolhatja. Az áttanulmányozott szakirodalmak a Kotler féle befolyásoló tényezőket (4. melléklet) említik a leggyakrabban, melyek a következők:

- „[...] kulturális jellemzők: kultúra, szubkultúra, társadalmi osztály;
- társadalmi jellemzők: referenciacsoportok, család, szerepek és státuszok;
- személyes jellemzők: kor és családiélet-ciklus, foglalkozás, gazdasági körülmények, életmód, személyiség és énkép;
- pszichológiai jellemzők: motiváció, észlelés, érzékelés, tanulás, gondolkodás és attitűdök.” (Kotler, 1991, p. 160.)

A felsoroltak mellett az élelmiszerfogyasztói magatartást a *biológiai tényezők* is befolyásolják (Lehota, 2001).

3.3.1. Kulturális jellemzők

Az egyén viselkedését nagymértékben befolyásolják a kulturális tényezők. A család, az oktatás és az egyéb intézmények által közvetített értékek, célok, hiedelmek és magatartásformák sokaságát szívjuk magunkba életünk során (5. melléklet). A kultúra, mint olyan determinálja az egyén *fogyasztói szükségleteit* (pl. mohamedánok nem esznek sertéshúst) és *vásárlói magatartását* (pl. keleti vs. nyugati vásárlási szokások) (Kiss, 2003). A fogyasztók kulturális környezetének megismerését hangsúlyozza Hofmeister-Tóth (2008), mivel szerinte az egyén kulturális közegében születnek meg a fogyasztói döntések, így nem hagyhatjuk figyelmen kívül. *Primer kutatásomban én is nagy hangsúlyt fektetek ezen tényező vizsgálatára, ezért fontosnak tartom a kultúra fogalmának definiálását. A kultúrának számos meghatározásával találkoztam a marketing és egyéb irodalmakban egyaránt.* Valamennyi meghatározás szerint a kultúra azon értékek, normák és szokások összessége, melyek meghatározzák az egyén viselkedését egy adott társadalomban a szocializációja során (Kotler, 1991; Hofmeister-Tóth, 1996). *Számomra a kultúra fogalmát, lényegét kedvenc Exupéry idézetem ragadja meg a legjobban (6. melléklet). Valamennyien a kis herceghez hasonlóan szerzünk ismereteket, tapasztalatokat a világról, melyek segítik eligazodásunkat és beilleszkedésünket a környezetünkbe.*

A kultúrán belül beszélhetünk *makro- és mikro kultúráról* (szubkultúra). A makrokultúra az egész társadalomra vonatkozó érték- és normarendszert foglalja magában, míg a

szubkultúra földrajzi, faji, vallási, nemzeti és generációs csoportokra osztja a társadalmat (Vágási, 2007).

A kultúra részét képezi az *élelmiszer-kultúra* is: „[...] amely a konyhai és étkezési rend azon jellemvonásait tartalmazza, amelyek bizonyos embercsoportok között általánosak. Az élelmiszerkultúra szintjei: mikro szint (a család), makroszint (az osztály, a csoport, a régió, az ország). A világ közösségi és individualista szempontból vagy vallások szerint osztható fel élelmiszer-kultúrára.” (Lehota, 2001 p. 50.) Traill (1997) szerint nyilvánvaló, hogy a kultúra fontos meghatározója az élelmiszerfogyasztásnak és a fogyasztási különbségek ezért a jövőben is jelen lesznek.

Az élelmiszereket számos kultúrában használják *szimbólumként*, melyek közül néhány:

- csoporthoz való tartozás kifejezése (pl.: nemzet, család);
- rituális jelleg (pl.: születési torta);
- vallási szimbólum (pl.: románoknál a húsvéti bárány);
- más kultúráktól való elhatárolódás jelképei (Lehota, 2008).

3.3.2. Társadalmi jellemzők

Az egyén fogyasztói magatartását nagyban befolyásolják azok a *csoportok*, amelyekbe beletartozik, valamint amelyeknek része kíván lenni. A személyes kapcsolat jellegétől függően a szakirodalom háromféle csoportot különböztet meg, melyek a következők: *formális* (pl.: iskola, munka), *informális* (pl.: család, baráti kör) és *referencia*. A *formális csoportokat* hivatalos szabályok, a csoporttagok közötti laza kapcsolat jellemzi, sőt az is előfordulhat, hogy nem is ismerik egymást. A fogyasztói magatartásra gyakorolt hatása nem számottevő. Ezzel szemben az *informális csoportokat* az együvé tartozás érzése jellemzi, ily módon a közösség jelentős hatást gyakorol az egyéni termékpreferenciákra. A *referenciacsoportok* alatt olyan formális vagy informális közösségeket, társadalmi csoportosulásokat értünk, amelyek szokásaival, érték- és normarendszerével az egyén azonosulni szeretne, sőt mi több gyakorta át is veszi ezeket és fogyasztói döntéseinél, érvényesül a csoporthatás (Kárpáti–Lehota, 2010).

Az *aspirációs csoportok* azok a csoportok, amelyeknek az egyén nem része, viszont azzá szeretne válni.

A vállalatoknak kiemelt figyelmet kell szentelni és saját céljaiknak megfelelően befolyásolni az úgynevezett *véleményvezetőket*, akik magasabb státuszukból és tágabb ismereteikből adódóan határozott véleménnyel vannak termékekről/szolgáltatásokról és

gyakorta tanácsal látják el az egyént, a termékek/márkák megítélésével, kiválasztásával kapcsolatban. Ha a vállalatok „okosan” bánnak a véleményvezetőkkel, széles vásárlói kört elérhetnek általuk. *Napjaink talán legfontosabb véleményvezetői a médiaszereplők és a különféle „mondvacsinált” sztárok, akiknek véleményére tömegek kíváncsiak. A vállalatok határozottan építenek erre és marketingkommunikációjukban sok esetben élnek a véleményformálókban rejlő „lehetőségekkel”.*

A család az egyén legfontosabb referenciacsoportja, melyet a tagok közötti szoros interakció és bizonyos szintig közös jövedelem jellemez. A családon belül beszélhetünk női és férfi szerepekről, illetve az utóbbi időben egyre inkább felértékelődött a fiatalok szerepe, családi döntésekben való befolyása (Domán et al., 2009).

A státusz (megszerezhető és örökölhető), mely az egyén csoportban elfoglalt hierarchikus helyét jelenti, fontos szerepet játszik a fogyasztói- és élelmiszerfogyasztói magatartásban. Az emberek olyan termékeket és márkákat vásárolnak/fogyasztanak, amelyek tükrözik a társadalomban elfoglalt helyüket, a külvilág felé láttatni kívánt imázsukat. Amikor a státusztermék tömegtermékké válik, vagyis elveszíti presztízsvértékét, az egyén új státuszszimbólummal igyekszik kiválni a tömegből (Hofmeister-Tóth, 2008).

3.3.3. Személyes jellemzők

A fogyasztói magatartást nagymértékben meghatározzák a különféle személyes jellemzők, mint a demográfiai ismérvek, vagyoni- és jövedelmi helyzet, foglalkozás, családi életciklus és az életstílus. A jövedelem meghatározza, hogy az egyén mit és milyen áron engedhet meg magának (Vágási, 2007). Ez kiemelten igaz az élelmiszerfogyasztás tekintetében, mivel a háztartások pénztárcájának függvénye a megvásárolt élelmiszerek mennyisége és minőségi összetétele. Tehát az élelmiszer-keresletet befolyásoló legfontosabb személyes tényezők a jövedelem és az élelmiszerárak (Lehota, 2001). *Dolgozatom későbbi, szekunder részében elemzem a magyar és román háztartások jövedelme, az élelmiszerárak és az élelmiszerfogyasztásuk mennyiségi/minőségi összetétele közötti összefüggéseket.*

Ebben a témakörben (ár–jövedelem–fogyasztás kapcsolatrendszer) számos kutatást végeztek, melyek közül a legismertebb az Ernst Engel féle. Az Engel törvény szerint, minél szegényebb egy család, annál nagyobb az összkiadásának az a hányada, amit élelmiszer beszerzésre költ. Közgazdaságilag igazolt az Engel féle törvény, viszont hiányossága, hogy figyelmen kívül hagyja az olyan, élelmiszerfogyasztásban meghatározó tényezőket, mint a fogyasztási szokások, ízlés és egyéb preferenciák (Kárpáti–Lehota, 2010).

Lehota J. (2001, p. 38.) megállapításai szerint a jövedelem, az élelmiszerárak és a kereslet interakciójának lényegesebb összefüggései a következők:

- „az ár-, illetve a jövedelemrugalmasság időbeni csökkenése termékenként eltérő;
- A jövedelem-, az ár- és keresztrugalmasság (a helyettesítő és kiegészítő termékek hatása) szoros kapcsolatot mutat;
- Az ún. homogenitási feltétel szerint adott termék ár-, keresztrugalmassági és jövedelemrugalmassági mutatóinak összege 0-val egyenlő;
- Az ár-, a keresz- és a jövedelemrugalmasság mutatója a feldolgozottság szintjének megfelelően eltérő jelleget mutat. Legalacsonyabb a mutatók értéke a mezőgazdasági alapanyag-termelésben, közepes az élelmiszer feldolgozásban, viszonylag magas az élelmiszer-kiskereskedelem és a vendéglátóipar szintjén.”

A *demográfiai jellemzők* és a *családi életciklus* kihat az egyén fogyasztói igényeire és szokásaira, melyek életkortól, nemtől, valamint a családi életciklustól függően eltérőek lehetnek (Vágási, 2007). *Tréfásan fogalmazva egy idős pár valószínűleg nem egy kalandtúrára fog befizetni. Az életstílus az emberek valahová való tartozás és egyediség iránti egyidejű igényét testesíti meg. Az egyén életstílusa a számára fontos értékeket, tevékenységeket, dolgokhoz való viszonyulását és a környezettel való kapcsolatát foglalja magában. Az életstílus elemei: „[...] mindennapi rutin biztosítása a magatartásszabályok követésével, az életvezetés stratégiája, a személyes identitás elősegítése, szimbolikus szociális azonosulás másokkal, szimbolikus lehatárolódás, a különbség megmutatása másokhoz képest.”* (Törőcsik, 2007, p. 109)

3.3.4. Pszichológiai jellemzők

A pszichológiai tényezők közül fontos megemlíteni a *motivációkat*, az *attitűdöket* és az *előítéleteket*. A *motiváció* a fogyasztói magatartást tekintve szerepet játszik a vásárlási/fogyasztási folyamat első szakaszában, vagyis a probléma-felismerésben és jelentős befolyással bír a tanulási és észlelési folyamatban is. „A motiváció olyan belső állapot, amely meghatározott célok teljesítése irányába mozgatja az emberek cselekedeteit.” (Bauer et al., 2009, p. 59.) A belső állapot jellemzését szolgáló *motívumok* szükségleteinkkel kapcsolatosak, melyek a Maslow féle hierarchikus rendszerbe sorolhatóak. *A piramis alján helyezkedik el a táplálkozás, mint az emberi lét legalapvetőbb fiziológiai szükséglete.* Magasabb rendű igények csak az alacsonyabb szinten lévők teljesülése után jelentkezhetnek. Ha adott szükséglet kielégítődik, megszűnik motiváló tényező lenni és átveszi helyét egy újabb, fontosabb (Domán et al., 2009).

Westenhöfer (2003, idézi Kárpáti–Lehota, 2010, p. 38.) táplálkozásszociológiai tanulmánya alapján korunk emberének *táplálkozási motivációi* a következők: „[...] éhségérzet – létfenntartás; ökonómiai megfontolások a kínálat függvényében – az árak és a jövedelem viszonya; betegségek, allergiák miatt adódó speciális igények (diéták); biztonságkeresés, a káros tényezők elhárítása (BSE-krízis); emocionális feltöltődés ([...] örömet okoz vagy jutalmaz); íz-élmény – szubjektív élvezet; szokások – az étkezés ritmusa, illetve a gyakran fogyasztott ételek elfogyasztásának rutinja; szociális igények – közös étkezés (közös sütés-főzés építi a közösséget); Kulturális elvárások, tradíciók (ünnepi étkezések, nemzeti ételek); az új felfedezésének vágya (más kultúrák étkezési szokásainak, ételeinek megismerése, egzotikus ízek kipróbálása); fitness vagy wellness megfontolások; szociális megkülönböztetés[...] etikai szempontok érvényre juttatása (a vegetáriánus táplálkozás[...]), kvázi mágikus erők[...].”

Az *attitűd* az a készenléti állapot, ahogyan viszonyulunk a különféle személyekhez, tárgyakhoz és jelenségekhez. Ez lehet pozitív vagy negatív (Bauer–Berács, 1996). Az *attitűdök közvetlenül hatnak a fogyasztói/vásárlói döntésekre, ezért megismerésük a vállalati marketingmunka kulcsfontja kell, hogy legyen*. Míg az attitűdök „értéksemlegesek” és maximum a szeretem-nemszeretem értékpár szerint hatnak, addig az *előítéletekre* az irracionalitás jellemző, melynek lényege az elutasítás (Olach, 1997).

3.3.5. Biológiai tényezők

Az általános fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők mellett, az élelmiszermarketingben a *biológiai tényezőkkel* is foglalkozni kell. Biológiai tényezők alatt az érzékszervi érzékelés és észlelés illetve a betegségek értendők. Az élelmiszerek tulajdonságait érzékszervünk segítségével vagyunk képesek érzékelni, melyek közül az *ízlelés* a legfontosabb. Négy alap íz létezik: édes, savanyú, sós és keserű. Az emberek kortól, külső és belső körülményektől, egészségi állapottól és pszichológiai folyamatoktól függően eltérő ízpreferenciákkal rendelkeznek. Gyermekkorban döntően az édes íz dominál, majd a szocializáció során és a csoporthatások következtében idővel elfogadja a többi ízt is. A szaglás az ételek illatának észlelésében, a látás az ételek forma és színvilágának értékelésében, az izmok, bőr és fül pedig az élelmiszerek textúrájának/szerkezetének észlelésében töltenek be meghatározó szerepet. Az élelmiszer-választásra a betegségek is hatással vannak. Ezek a betegségek lehetnek élelmiszerrel okozhatóak (pl. ételmérgezések) és az egyén nem élelmiszer okozta betegségei (pl. érrendszeri betegségek) (Lehota, 2001).

3.3.6. Food-trendek

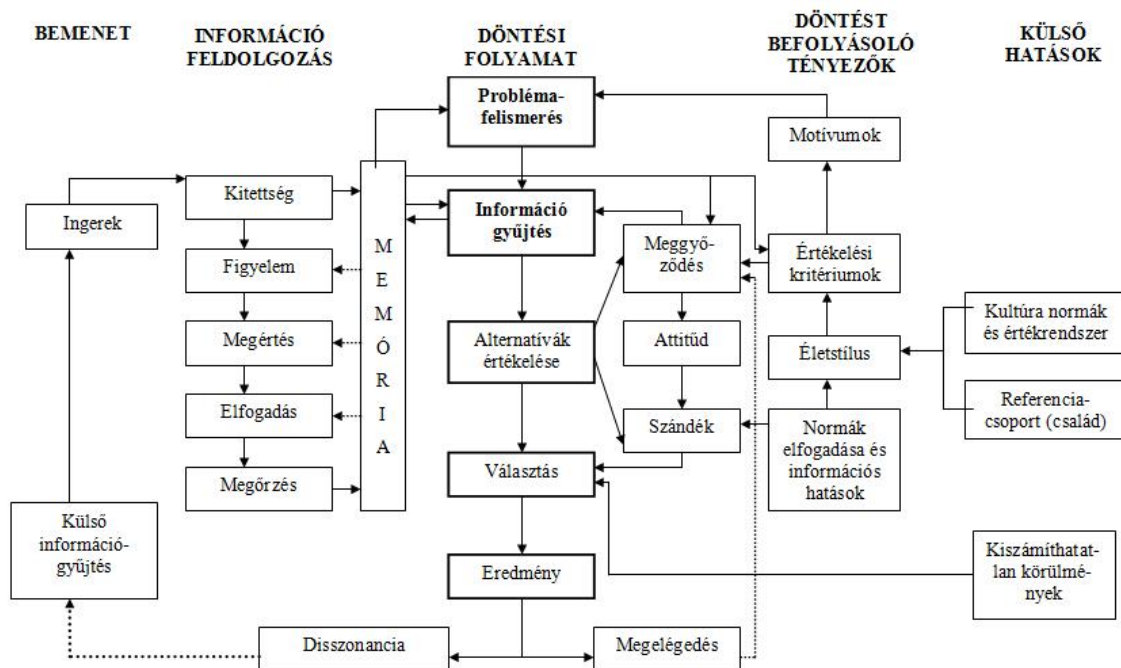
Trendeknek nevezzük azokat a piaci jelenségeket és a társadalomban felerősödő és elterjedő folyamatokat, amelyek belátható ideig hatást gyakorolnak a fogyasztói magatartásra. Az élelmiszerfogyasztói szokások átalakulásának kiváltó okai lehetnek többek között a változó jövedelmek, a demográfiai tényezők, az életmódbeli változások által előidézett városiasodás, a távmunka elterjedése, a nők intenzív jelenléte a munkaerőpiacon és a felgyorsult információáramlás. (Regmi, 2011). A fejlett országokban trendi élelmiszerkategóriának számítanak a félkész és kész ételek/élelmiszerek, főként a felgyorsult életvitel miatt. Egészségvédő szerepük következtében egyre népszerűbbek a funkcionális (pl. probiotikus tejtermékek, sütőipari termékek, illetve vitaminokban és ásványi anyagokban gazdag italok) és a bio élelmiszerek is ezekben az országokban.¹ A *funkcionális élelmiszerek* olyan ételek és élelmiszer-összetevők, melyek az alapvető tápláláson túl egészségügyi hasznot is nyújtanak, illetve lehetnek étrend kiegészítőket tartalmazó hagyományos ételek is (Clydesdale, 2004). Chen (2009) megfogalmazásában a *biotermékek* olyan termékek, amelyek tiszteletben tartják a környezetet és előállításuk során nem használnak fel szintetikus növényvédő szereket, gyomirtót, műtrágyát, növekedési hormonokat, antibiotikumokat vagy génmódosítókat. Ezen termékek esetében a fogyasztóknak fontos a fair-trade, vagyis a tisztességes kereskedelem. További trendek a fejlett országokban a lokális termékek előnyben részesítése, az alternatív étrend (főleg a vallási-etikai vagy egészségügyi megfontolásból történő vegetarianizmus), a gyakori házon kívüli étkezések. Utóbbi a kényelem és a szociális kapcsolatok ápolása iránti igénnyel köthető össze.¹ A „fast-food” tendencia ellentrendje a Slow-Food, amely egy nemzetközi civil mozgalom és az egyes országok és régiók étkezési hagyományainak megőrzése és védelme érdekében jött létre. Elnevezésével a gyorséttermi étkezési stílus ellentettjére, a „lassú”, odafigyelő, a hagyományos és nemes táplálkozásra irányítja a figyelmet (www.slowfood.com). Globális élelmiszerfogyasztói trend még: az egészség-wellness (a fogyasztók olyan élelmiszereket keresnek, amelyekkel ellensúlyozni tudják a gyorsételek és a mozgásszegény életmód okozta, rossz egészségi állapotukat), kényeztetés (luxus élelmiszerek), egészségesebb nassolás, étkezés útközben (www.fonterra.com). Eltűnni látszik az Atkins hóbort (protein tartalmú és szénhidrátokban szegény diéta), mivel a tudomány illetve a fogyasztók kezdik felismerni, hogy a szénhidrátok fontos részét képezik a táplálkozásnak. 2011-ben ismét népszerűek

¹ Trends in consumer preferences and food safety
<http://pdf.finder.net/Trends-in-consumer-preferences-and-food-safety.html>

lettek a különféle magvak, teljes kiőrlésű kenyerek és a jó minőségű olasz tészták. Az internet és a telekommunikációs eszközök elterjedésének köszönhetően megjelent az úgynevezett „virtuális-élelmiszer” trend, mint például az élelmiszer blogok, az élelmiszerfotózás, recept cserék és vélemények megosztása éttermekről/vendéglátóhelyekről az interneten (www.europeanfoods.com).

3.4. FOGYASZTÓI- ÉS ÉLELMISZERFOGYASZTÓI MAGATARTÁS MODELLEK

A fogyasztói magatartás modellek a *vásárlási döntési folyamat* vizsgálatára fókuszálnak. A közgazdasági modellekkel ellentétben a hangsúlyt, a fogyasztói magatartás alakulását a vásárlás előtt, alatt és után meghatározó *kognitív (mentális) folyamatokra* helyezik. Talán az egyik legismertebb fogyasztói magatartás modell az ENGEL – BLACKWELL-féle (3. ábra). A modell öt elemből épül fel, melyek a következők: 1. inputingerek (bemenet), 2. információ feldolgozás, 3. döntési folyamat, 4. döntést befolyásoló tényezők, és 5. a külső hatások.



3. ábra: A teljes ENGEL–BLACKWELL–modell bonyolult vásárlói magatartás esetén

Forrás: Engel–Blackwell (1982), idézi Lehota–Tomcsányi (1994) p. 51. alapján

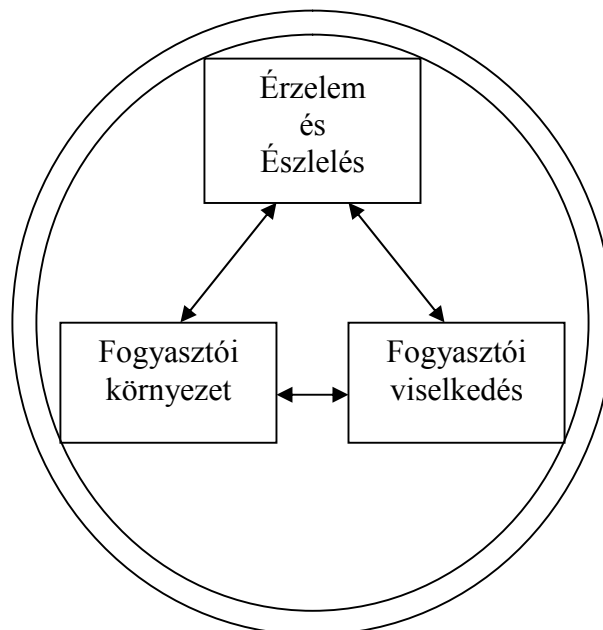
Ez a sokváltozós modell a *döntési folyamat* köré rendezi azt a négy elemet, amelyek összetevői meghatározzák a döntési folyamatot (Lehota–Tomcsányi, 1994). A modell tehát a vásárlói döntési folyamatra épül, melynek öt szakasza:

- probléma-felismerés: szükségletek felismerése, pl. éhség és a szomjúság,

- információgyűjtés: pl. személyi-, kereskedelmi-, közszolgálati-, tapasztalati források,
- alternatívák értékelése: összegyűjtött információk rendszerezése, összevetése, értékelése → attitűd kialakulása,
- vásárlási döntés (vagy elutasítás): vásárlás ideje, termék/szolgáltatás kiválasztása, márkaválasztás, vásárlás helye,
- vásárlás utáni magatartás: elégedett vevő → újvásárlás, ugyanazon cég termékeinek kipróbálása, pozitív szájreklám (új vevők nyerhetők általa); elégedetlen vevő → vevő és esetleges szűkebb környezetének elvesztése, negatív hírverés (Domán et al., 2009).

Mivel az élelmiszervásárlások döntő része rutinvásárlás és többnyire változatosságot kereső kategória, az ENGEL–BLACKWELL féle modell megállapításai nem mindig érvényesülnek (Lehota, 2001).

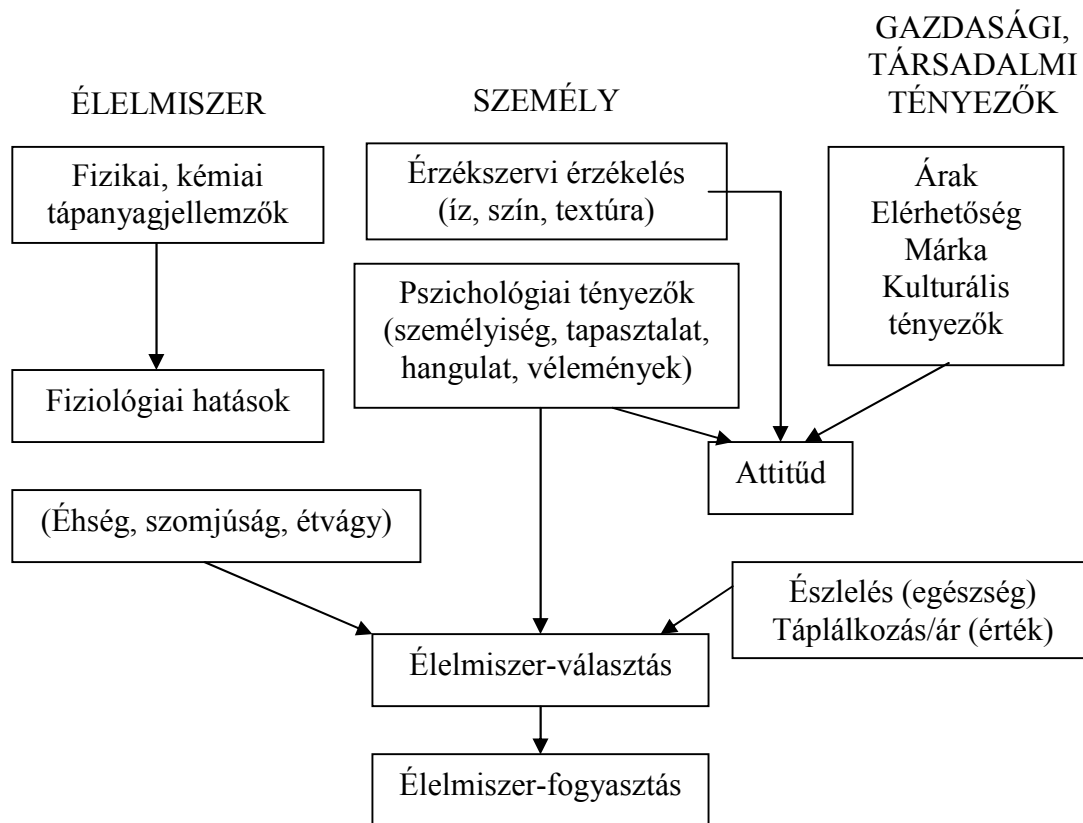
Peter-Olson (2005) kidolgozott egy általános modellt, amely segítségével bármilyen fogyasztói magatartás elemezhető. A modell a fogyasztói elemzés három lényeges elemére (érzelem és észlelés, fogyasztói környezet, fogyasztói viselkedés) és az ezek közötti kapcsolatra világít rá (4. ábra). Az érzelem és az észlelés a külvilág jelenségeihez, eseményeihez, személyeihez való viszonyulás kifejeződése. A viselkedés az érzelem/észlelés és a környezet következménye a modell szerint. A környezet a klasszikus fogyasztói magatartást befolyásoló makro- és mikrokörnyezetet foglalja magában.



4. ábra: Peter–Olson féle fogyasztói elemzés modell

Forrás: Peter–Olson (2005), idézi Kang (2007) p. 20 alapján

A továbbiakban bemutatok három, kifejezetten élelmiszerfogyasztással kapcsolatos modellt. Elsőként lássuk az ún. Pilgrim-féle modellt (1957) (5. ábra).



5. ábra: A Pilgrim-féle élelmiszer-fogyasztói magatartás modell

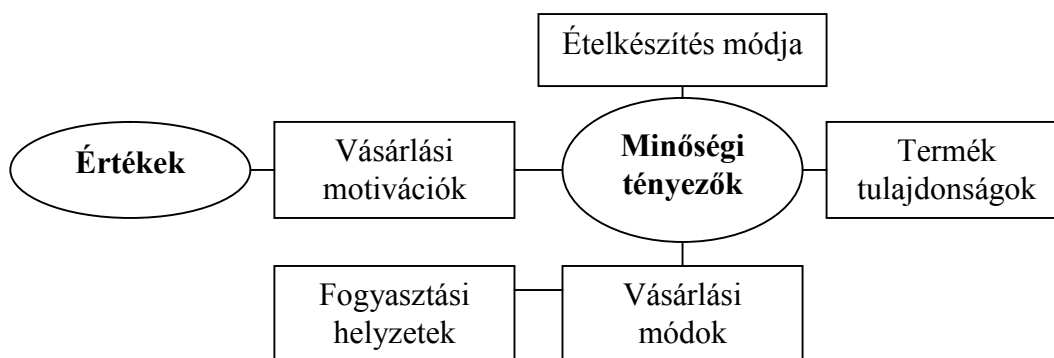
Forrás: Pilgrim (1957), idézi Lehota (2001) p. 58. alapján

A modellben az *észlelés* az élelmiszer-elfogadás, -választás meghatározója, amely:

- „[...] az élelmiszer tulajdonságok és arra épülő fiziológiai hatások,
- az érzékszervi tulajdonságok, illetve az érzékszervi észlelés,
- a környezeti tényezők hatása.” (Lehota, 2001, p. 58.)

A modell gyengesége, hogy az *időtényező*t csak közvetett módon tartalmazza, a szükségletek rövid távú és a környezeti összetevők hosszú távú hatása révén.

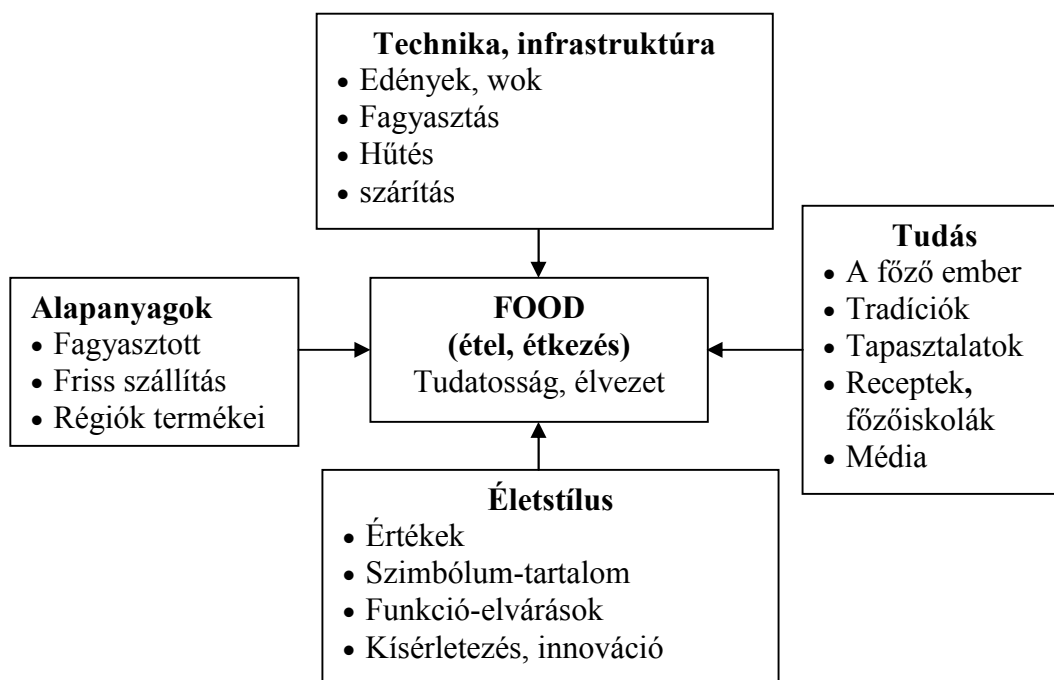
A GRUNERT (1996) féle *élelmiszer-orientált életstílus modell* (6. ábra) már figyelembe veszi a *minőségi tényezőket* is, amely a modell kulcspontja. ABELLA és HESLIN (1994) továbbfejlesztette ezt a modellt, amely már a fogyasztók egészségmagatartását is figyelembe veszi az élelmiszerfogyasztást tekintve (Huszka, 2005).



6. ábra: A Grunert féle élelmiszer-orientált életstílus-modell

Forrás: Grunert (1996), idézi Huszka (2005) p. 14. alapján

Az utolsó modell, amit be szeretnék még mutatni az a Törőcsik (2007) féle, mely a 6. ábrán látható. Az általános fogyasztói magatartás modellektől elrugaskodva vizsgálja az élelmiszerfogyasztói magatartást. Kutatásai alapján az étkezés- és ételválasztás két végelete a tisztán *tudatosság* és a tisztán *élvezet által motivált döntés* (Szakály et al., 2010).



7. ábra: A Törőcsik féle food gondolati kör elemei

Forrás: Törőcsik (2007), idézi Szakály et al. (2010) p. 83. alapján

3.5. SZÜLETETT FOGYASZTÓK, AVAGY A FIATALOK

A *fiatal szegmens* fogyasztói magatartásának vizsgálata számos marketingkutatás alapját képezi napjainkban. Tagadhatatlanul ők képezik azt a csoportot, akik a mai értelemben vett fogyasztói társadalomba beleszülettek, vagyis mondhatni *született fogyasztók*.

Nem hagyható figyelmen kívül az a tény sem, hogy egyre nagyobb vásárlóerővel bírnak és jelentős a befolyásuk a családi vásárlási/fogyasztási döntéseket illetően is. Mivel primer kutatásom célcsoportját képezik, szakirodalmi áttekintésem lezárásaként fontosnak tartom egy rövid, pillanatkép készítését erről a fiatal szegmensről.

A marketing szakma egyet ért abban, hogy a „fiatalok” fogalmának definiálása nem egyszerű feladat, mivel igen nehezen határolható el az „Y-generáció”, a „tizenévesek” és a „fiatal felnőttek” ugyancsak kevésbé tisztázott fogalmaitól (Prónay, 2011).

A klasszikus, kor alapján történő meghatározás mellett a fiatalok fogalmát biológiai, pszichológiai, szociológiai és jogi perspektívából is definiálhatjuk (Töröcsik, 2003). Az ausztrál kutatók szerint a fiatalokat *online magatartásuk* alapján is érdemes megvizsgálni. Az általuk lehatárolt C generáció (tizenévesek és 20 év közöttiek) főbb jellemzői a következők:

- csoportidentitás,
- fontos számukra, hogy egy vagy több virtuális törzs tagjai lehessenek (pl. utóbbi időben a facebook),
- hitelességük és befolyásuk attól függ mit és milyen gyakran osztanak meg közösségi portálokon,
- napi több mint 10 órát interneteznek (hírfolyamok befogadói és termelői),
- csak azt veszik meg, amit csoportjuk ajánl/elfogad,
- kreatívak.

A kutató csapat arra is rámutat, hogy: „A C Generáció tagjaihoz a *részvétel* a kulcs. Érdeklődésük felkeltéséhez az újszerű, de releváns és hasznos tartalom szolgáltatása szükséges, amely reagálási és részvételi lehetőséget biztosít, és amely a generáció más tagjaival is összeköti őket.” (<http://www.marketinginfo.hu/hirek/article.php?id=18367>)

A fiatalok értékrendszere és stílusjegyei (Prónay, 2011):

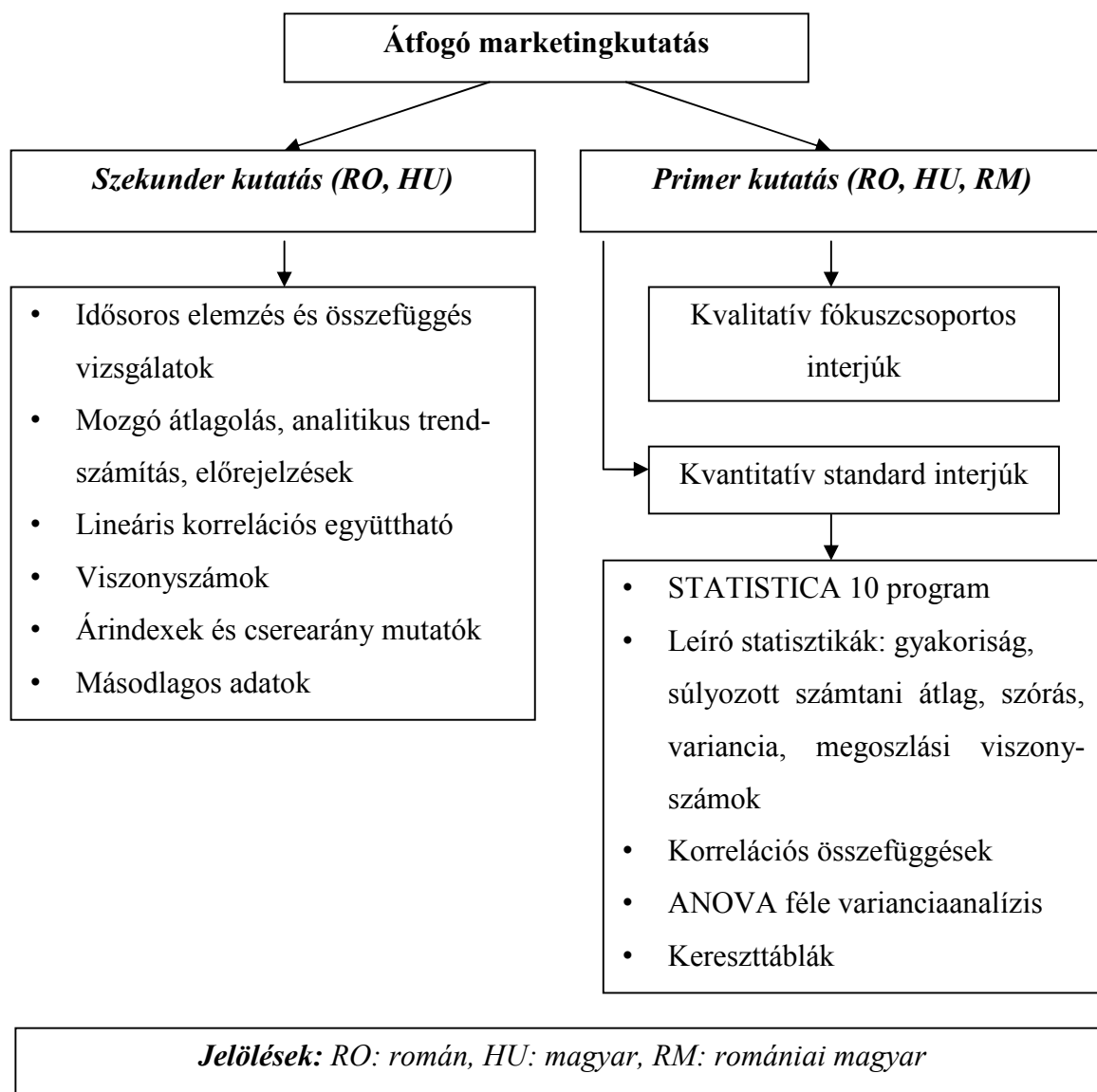
- gyorsaság (digitális világban élnek),
- szabadság,
- önmegismerés, önmeghatározás,
- egyediség, individualizmus,
- valahova tartozás érzése,
- divat,
- biztonság.

„A negyedik *Fanta TrendRiport* kutatás szerint a mai fiatalok csaknem fele már szelektíven gyűjti a hulladékot, törekszik az energiatakarékosságra és belátja, hogy a Föld

erőforrásai végesek. A természetesség a megjelenés és testkultúra szempontjából is fontos számukra, aminek azonban ellentmond, hogy a tetoválások, testékszerek és plasztikai műtétek egyre elfogadottabbá válnak körükben. A magyar tinik negyede soha nem sportol, egy komoly csoport azonban éppen a versenysportban kíván bizonyítani. A fiatalok szerint az a természetes, aki harmóniában van önmagával. A tinik harmada iszik és/vagy dohányzik, imádja a csokoládét, ugyanakkor többségük rendszeresen fogyaszt zöldséget és főleg gyümölcsöt - legtöbben azért, mert édesanyjuk főztjét fogyasztják.” (<http://www.marketinginfo.hu/tanulmanyok/essay.php?id=2261#contentscontents>).

4. ANYAG ÉS MÓDSZER

A dolgozat keretében egy átfogó marketingkutatót végeztem, *szekunder* és *primer* módszereket alkalmazva. A másodlagos és elsődleges adatokat statisztikai feldolgozási módszerekkel elemeztem (8. ábra).



8. ábra: Alkalmazott kutatási és statisztikai feldolgozási módszerek

Forrás: Saját kutatás (2011)

A kutatás során több vizsgálatra is sor került, de a dolgozatban csak az érdekesebb és a hipotéziseim igazolására/cáfolatára kiterjedő eredményeket mutatom be.

Kutatásom feladat- és időtervét, valamint a költségtervét a 10. melléklet tartalmazza.

5. SZEKUNDER KUTATÁS

5.1. KUTATÁSI TERV

5.1.1. Kutatási probléma

Szekunder kutatásom keretében a magyar és román élelmiszerfogyasztói trendek, az esetleges hasonlóságok és különbségek, várható tendenciák feltárására törekszem. Ennek érdekében megvizsgálom *a két ország élelmiszerfogyasztásának mennyiségi alakulását és minőségi összetételét* az utóbbi évtizedek statisztikáit felhasználva. Továbbá másodlagos adatok, kutatási eredmények gyűjtésével, feldolgozásával és elemzésével is foglalkozom, melyeket felhasználva tartalmasan bemutathatom a magyar és román élelmiszerfogyasztói szokásokat.

5.1.2. Kutatási célok

A kutatás elején az alábbi részcélokat tűzöm ki:

- **Cél 1:** A magyar és román lakosság élelmiszerfogyasztásának idősoros elemzése, trendek feltárása, prognózisok készítése.
- **Cél 2:** Az életszínvonal, az élelmiszerárak és az élelmiszerfogyasztás összefüggéseinek vizsgálata.
- **Cél:** A magyar élelmiszerek piaci lehetőségeinek feltérképezése Romániában.

5.1.3. Kutatási módszerek

A magyar és román élelmiszerfogyasztással kapcsolatos statisztikai idősorokat felhasználva *trendanalízist* és *összefüggés-vizsgálatokat* végzek. A magyar idősorok az 1960-as évektől 2008-ig, a román statisztikák pedig az 1990-es évektől 2009-ig szolgálnak adatokkal. Mivel hosszabb statisztikai sorokat vizsgálva, jobban kirajzolódik az idősorban tartósan érvényesülő alapirányzat, ezért a trendszámítás során Magyarországnál az 1960–2008-as, Romániánál pedig az 1990–2009-es időszakot elemezem. A trendszámítási módszerek közül alkalmazom a *mozgó átlagolást* és az *analitikus trendszámítást*. A mozgó átlagolás segít mérsékelni az idősor hullámzását, így pontosabb előrejelzéseket tudok készíteni. A *lineáris korrelációs együttható* segítségével megállapítom az élelmiszerárak, a reáljövedelmek és az élelmiszerfogyasztás közötti összefüggéseket. A korrelációs együttható megmutatja a két változó közötti kapcsolat szorosságát (0,25–0,50: kapcsolat gyenge; 0,50–0,75: kapcsolat közepes erősségű; 0,75–1: kapcsolat erős). A *viszonyszámok* alkal-

mazásával elemezem, hogy milyen százalékos változások figyelhetők meg az egy főre jutó évi élelmiszerfogyasztás alakulásában egyik évről a másikra. (Kovács, 2008).

Az összehasonlító vizsgálatot nehezítette a román és magyar statisztikák gyakran eltérő módszertana és tartalmi felépítése. Például a román statisztika külön a magyar pedig 2002-ig egy kategóriába sorolta a zöldséget és gyümölcsöt.

5.2. KUTATÁSI EREDMÉNYEK

5.2.1. Demográfiai és gazdasági viszonyok

Az 1. táblázatban a két ország összehasonlítása látható néhány fontosabb mutató alapján. Magyarország az alacsonyabb népességszám és a magasabb munkanélküliségi ráta ellenére gazdaságilag fejlettebbnek mondható, mint Románia. 2010-ben a magyar egy főre jutó GDP (vásárlóerő paritás alapján) 77%-kal, a minimálbér pedig 2011-ben 123,43 euróval haladta meg a román adatokat.

1. táblázat: Magyarország és Románia összehasonlítása néhány fontosabb mutató alapján

	Mutatók	Románia	Magyarország	EU-27
2009	Népesség (millió fő)	21,48	10,02	
2009	Halálozások aránya (ezer lakosra)	12,00	13,00	9,70
2008	Nők születéskor várható átlagos élettartama (év)	77,20	78,30	82,20 (2007)
	Férfiak születéskor várható átlagos élettartama (év)	69,70	70,00	76,1 (2007)
2010	Egy főre jutó GDP, vásárlóerő-paritás alapján (USD millió)	11860	21036	31254 (2009)
2009	Munkanélküliségi ráta (%)	7,20	10,10	9,00
2011	Minimálbér (euró)	157,20	280,63	

Forrás: KSH (2011); INSSE (2011) alapján

A lakosság egészségi állapotát tükröző születéskor várható átlagos élettartam és a halálozások aránya megközelítőleg megegyezik a két országban, viszont jóval elmaradnak az EU-s átlagtól. A Világbank besorolása alapján Románia és Magyarország az alacsony/közepes jövedelemkategóriájú országok közé tartozik (Lehota, 2001). Érdekes adat továbbá, hogy az Eurofand élet- és munkakörülmények javítását vizsgáló alapítvány 2010-ben végzett felmérése szerint, az európai térségben a románok az elsők, a magyarok pedig a harmadikok a munkával töltött órák számát tekintve (MTI, 2011).

5.2.2. Magyar vs. román élelmiszerfogyasztás trendjei

Trendvizsgálatom az alapvető élelmiszerek (hús, tej, tojás, zsiradékok, liszt és rizs, cukor, burgonya, zöldség, gyümölcs) egy főre jutó évi fogyasztásában bekövetkezett vál-

tozások elemzésére terjedt ki. Az 2. táblázatban a fentebb említett alapvető élelmiszerek fogyasztásában bekövetkező mennyiségi változásokat szemléltetem.

2. táblázat: Az egy főre jutó élelmiszer-fogyasztás alakulása Magyarországon és Romániában (2004–2009)

Megnevezés		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2004– 2008 átlaga
		Előző év=100 %						
Hústermékek (kg)	RO	65,50	68,30	69,90	66,00	65,80	67,00	67,10
	HU	60,90	63,50	65,90	63,20	61,50		63,00
Index (%)	RO	108,62	104,27	102,34	94,42	99,70	101,82	
	HU	88,78	104,27	103,78	95,90	97,31		
Tej és tejtermékek (kg)	RO	246,07	246,38	254,00	260,38	262,34	240,20	253,83
	HU	155,20	166,80	163,10	163,50	158,20		161,36
Index (%)	RO	106,18	100,13	103,09	102,51	100,75	91,56	
	HU	112,22	107,47	97,78	100,25	96,76		
Tojás (kg)	RO	16,06	15,78	15,39	14,89	14,83	13,50	15,39
	HU	16,70	16,00	15,60	15,40	14,90		15,72
Index (%)	RO	120,93	98,26	97,53	96,75	99,60	91,03	
	HU	101,21	95,81	97,50	98,72	96,75		
Zsiradékok (kg)	RO	14,50	16,30	17,40	15,40	16,10	18,40	15,94
	HU	36,00	36,50	37,70	37,40	36,80		36,88
Index (%)	RO	93,55	112,41	106,75	88,51	104,55	114,29	
	HU	91,84	101,39	103,29	99,20	98,40		
Liszt és rizs, *kukoricaliszt (kg)	RO*	166,20	162,60	157,30	156,00	154,10	151,70	159,24
	HU	89,40	97,30	92,00	88,30	88,90		91,18
Index (%)	RO	102,47	97,83	96,74	99,17	98,78	98,44	
	HU	101,25	108,84	94,55	95,98	100,68		
Burgonya (kg)	RO	97,90	98,00	97,40	96,10	99,50	93,10	97,78
	HU	68,00	66,80	61,80	59,70	65,50		64,36
Index (%)	RO	102,62	100,10	99,39	98,67	103,54	93,57	
	HU	105,43	98,24	92,51	96,60	109,72		
Cukor és méz (kg)	RO	25,60	27,40	29,00	24,90	23,20	25,80	26,02
	HU	33,20	31,60	32,50	31,40	32,10		32,16
Index (%)	RO	105,35	107,03	105,84	85,86	93,17	111,21	
	HU	100,00	95,18	102,85	96,62	102,23		
Zöldség, gyümölcs (kg)	RO	260,70	238,50	264,9	231,90	242,70	230,50	247,74
	HU	211,40	194,80	210,6	194,10	208,90		203,96
Index (%)	RO	109,86	91,48	111,07	87,54	104,66	94,97	
	HU	105,44	92,15	108,11	92,17	107,62		

Forrás: KSH (2008), INSSE (2009) alapján, saját számítás

Az egy főre jutó román *húsfogyasztás* 2004–2008 között átlagosan 4,1 kg-mal volt több a magyarnál. 2008-ban Magyarországon a húsfogyasztás legnagyobb hányadát (46%)

a baromfihús tette ki, megelőzve a sertéshúsfogyasztást 4%-kal. Az alacsony reálárak ellenére a sertéshúsfogyasztás csökkenésének okai közül „[...] kiemelendő a fogyasztói ízlés változása, eltolódása más termékek irányába, illetve a baromfihúsféleségek előtérbe kerülése, a piacvezető pozíció megszerzése az egészségesség propagálásával. A fogyasztás csökkenésének másik oka az a tény, hogy a sertéshús a fogyasztók szemszögéből egy egészségtelenebb, zsírosabb, nehezebben elkészíthető húsféleség, mint a baromfihús” (Balogh, 2010). A statisztikák alapján 2009-ben a legkedveltebb húsfajta Romániában a sertéshús (48%) volt. A második helyen a baromfiús (32%) fogyasztás állt. Magyarországgal ellentétben népszerű még a marha- és borjúhús (10%) valamint a juh- és kecskehús (4%). 2010 februárjában a Synovate Romania piackutató cég reprezentatív mintán végzett felmérése szerint 2009-ben a megkérdezettek 63%-a baromfihúst és halat, 12%-a vörös húst (sertés, juh, vad), 24%-a ugyan annyi fehér, mint vörös húst fogyasztott (Ion, 2010).

A *tej- és tejtermékek* fogyasztási szintje rendkívül magas Romániában. Ez alapvetően a tradicionális román étkezési szokásnak tudható be. Igen népszerűek mind a román, mind pedig a romániai magyarok körében a natúr aludttejek, kefirek, joghurtok, túrók. A friss tej mindennapos italnak számít a legtöbb családban. Magyarországon a tejtermékfogyasztás 2004–2008-ban átlagosan 92,5 kg/fő/év-el volt kevesebb, mint Romániában. Az utóbbi években a magyar tej- és tejtermékfogyasztás nagyon hullámzóan alakult. A KSH szerint a háztartások tejfogyasztásának visszaesést elsősorban a fogyasztói szokások megváltozása eredményezte, főként az ásványvíz, valamint az üdítőitalok elterjedése, melyek helyettesítő termékként szolgálnak (KSH, 2010).

A magyar és román *tojásfogyasztás* 2004-től kis mennyiségben ugyan, de csökkenő tendenciát mutatott. A vizsgált időszakban az egy főre jutó átlagos fogyasztás megközelítőleg 15 kg/év (270 db) volt mindkét országban.

A *cereália* fogyasztás aggasztóan magas Romániában. Egy megállapítás szerint az alacsony életszínvonal miatt a húst a kenyérfogyasztással kompenzálják Romániában (Antena 3, 2010). Ugyanakkor fontos megemlíteni, hogy a román gabonafogyasztás jelentős hányadát a kukoricaliszt teszi ki. A 2004–2009-es egy főre jutó évi átlagfogyasztás (158 kg) 17%-át (27 kg) ennek a gabonaféleségnek a fogyasztása jelentette. A románok egyik közkedvelt nemzeti étele a kukoricalisztból készült „puliszka” étel, melyet tejjel és túróval illetve külön köretként is gyakran készítenek. Magyarországon a cereália fogyasztás 2004–2008-ban átlagosan évi 68 kg/fő-l volt kevesebb, mint a szomszédos országban.

Az egy főre jutó magyar *zsiradékfogyasztás* a vizsgált időszakban átlagosan 21 kg-mal, a *cukor- és mézfogyasztás* pedig 6 kg-mal volt több, mint Romániában.

A *zöldség- és gyümölcs fogyasztás* tekintetében nagy az eltérés a két ország között. A vizsgált öt évben évente átlagosan 43,78 kg/fővel több zöldség és gyümölcs került a románok asztalára. Ezt a nagy mennyiségi különbséget egyrészt a vallási hagyományokkal lehetne indokolni. A románok 86,7%-a ortodox vallású és évente kétszer karácsony és húsvét előtt 40–40 napos böjtöt tartanak (Wikipedia, 2010). A böjt ideje alatt nem fogyaszthatnak húst és állati eredetű termékeket, melyet a zöldségfogyasztással pótolnak. Státuszától függetlenül nagyon sokan komolyan veszik a böjtöt és betartják az étkezésre vonatkozó tiltásokat. Másrészt a román gasztronómia alapja a sokféle zöldségből készülő főzelékek és „csorba” levesek.

A *gyümölcsfogyasztás* esetében mindkét országban a három legnagyobb mennyiségben fogyasztott gyümölcs az alma, a dinnye és a citrusfélék. A statisztikák alapján a magyaroknál az alma (24%), a románoknál a dinnye (28%) áll a fogyasztási lista élén. A *zöldségfogyasztás* szerkezeti összetétele jól tükrözi az eltérő gasztronómiai hagyományokat. Romániában a zöldségfogyasztás felét a káposztafélék (28%) és a paradicsom teszik (25%) ki. A káposztát általában házilag savanyítják és a korábban említett levesek nélkülözhetetlen összetevője, akárcsak a paradicsom. A magyarok zöldségfogyasztása egyenletesebb megoszlást mutat és kedveltek a tartósított zöldségfélék is (13%).

A 3-4. táblázat a magyar és román élelmiszerfogyasztás szerkezeti összetételét, az egyes élelmiszertípusok részarányát mutatja adott élelmiszerkategórián belül.

3. táblázat: Az élelmiszerfogyasztás szerkezete Magyarországon (2008) és Romániában (2009), (1. rész)

Magyarország (2008)		Románia (2009)	
Hús	Arány (%)	Hús	Arány (%)
<i>Baromfihús</i>	46	<i>Sertéshús</i>	48
<i>Sertéshús</i>	42	<i>Baromfihús</i>	32
<i>Marha- és borjúhús</i>	5	<i>Marhahús</i>	10
<i>Belsőség</i>	5	<i>Juh és kecske hús</i>	4
<i>Egyéb húsféle</i>	2	<i>Egyéb húsfajta</i>	6

Forrás: KSH (2008), INSSE (2009) alapján, saját számítás

**4. táblázat: Az élelmiszerfogyasztás szerkezete
Magyarországon (2008) és Romániában (2009), (2. rész)**

Magyarország (2008)		Románia (2009)	
Gyümölcs*	Arány %	Gyümölcs	Arány %
<i>Alma</i>	24	<i>Dinnyék</i>	28
<i>Dinnyék</i>	17	<i>Alma</i>	22
<i>Citrusfélék</i>	14	<i>Citrusfélék</i>	21
<i>Banán</i>	12	<i>Szőlő</i>	8
<i>Őszibarack</i>	7	<i>Szilva</i>	5
<i>Egyéb gyümölcsök</i>	26	<i>Egyéb gyümölcsök</i>	16
Zöldség*	Arány %	Zöldség	Arány %
<i>Vöröshagyma</i>	14	<i>Káposzta</i>	28
<i>Sárgarépa, fehérrépa</i>	13	<i>Paradicsom</i>	25
<i>Tartósított zöldségek</i>	13	<i>Hagyma</i>	13
<i>Káposzta</i>	12	<i>Paprika</i>	8
<i>Paradicsom</i>	11	<i>Ehető gyökerek</i>	7
<i>Egyéb zöldségek</i>	37	<i>Egyéb zöldségek</i>	19
*háztartásstatistikai adatok alapján			

Forrás: KSH (2008), INSSE (2009) alapján, saját számítás

5.2.3. A magyar és román élelmiszerfogyasztás várható tendenciái, trendszámítások

Trendvizsgálatom eredményeit az 5-ös táblázatban foglaltam össze. A trendfüggvényeket (a magyar trendfüggvényeknél mellékszámítások és szöveges elemzés is) a 7. melléklet tartalmazza. Magyarországon 2011–2012 között a gyümölcs- és burgonyafogyasztás növekedése várható, a többi élelmiszer kategóriánál viszont csökkenés. A liszt és rizsfogyasztás várható éves csökkenése (lineáris trendfüggvény alapján) 1,18 kg/fő, a zöldségfogyasztásé pedig 1,6 kg/fő. Ugyanebben az időszakban, Romániában a hús- és tejtermékfogyasztás mennyiségi növekedésére lehet számítani. A tejfogyasztás éves növekedési üteme lineáris trend alapján 3,87 l/fő.

Pozitív tendencia továbbá, hogy mind a két országban csökkenés várható a cukor, zsiradék és cereália fogyasztást tekintve.

5. táblázat: Az alapvető élelmiszerek fogyasztásának várható tendenciái Magyarországon és Romániában 2011–2012 között, trendszámítás alapján

Megnevezés	Hús	Tej	Tojás	Gyümölcs	
<i>HU</i>	↓	↓	↓	↑	
<i>Előrejelzés megbízhatósága</i>	78%	64%	87%	86%	
<i>RO</i>	↑	↑	↓	↓	
<i>Előrejelzés megbízhatósága</i>	85%	83%	90%	57%	
Megnevezés	Zöldség	Burgonya	Liszt és rizs	Cukor	Zsiradékok
<i>HU</i>	↓	↑	↓	↓	↓
<i>Előrejelzés megbízhatósága</i>	77%	93%	93%	67%	95%
<i>RO</i>	↓	↓	↓	↓	↓
<i>Előrejelzés megbízhatósága</i>	80%	93%	81%	54%	82%

Forrás: KSH (2008), INSSE (2009) alapján, saját számítás

5.2.4. Az életszínvonal, az élelmiszerárak és az élelmiszerfogyasztás összefüggései, korrelációs számítások

Az egy főre jutó kiadások szerkezetét vizsgálva, rendkívül nagy különbség figyelhető meg a két ország között. 2008-ban Romániában az összes kiadások 44,3%-át élelmiszerekre költötték (INSSE, 2009), míg Magyarországon ez az arány csak 24% volt (KSH, 2008). Az Engel törvényből kiindulva, mely szerint „[...] minél szegényebb egy család, annál nagyobb az összkiadásának az a hányada, amit élelmiszer-beszerzésre költ” (Lehota, 2001), aggasztónak tűnnek a román adatok.

Magyarországon a kiadások összetételét tekintve egy „minőségi javulás”, arányeltolódás figyelhető meg. Többet költenek tartós fogyasztási cikkekre és szolgáltatásra a magyar háztartások, melynek egyik oka a termékcsoportok árainak eltérő emelkedése. Az

1990-es években, az ezredfordulón és 2005-ben a szolgáltatások és tartós fogyasztási cikkek árai gyorsabban növekedtek, mint az élelmiszereké (Huszka et al., 2009).

Korrelációs vizsgálatom eredményeit az 6. táblázatban foglaltam össze. Megállapítható, hogy az élelmiszerárak alig befolyásolják az alapvető élelmiszerek keresletét. A vizsgált időszakban egyedül Magyarországon volt kimutatható *erős negatív* korrelációs kapcsolat az élelmiszerárak alakulása és a cereália-fogyasztás között. Azaz, amennyiben az élelmiszerárak csökkennek, akkor a liszt és rizsfogyasztás visszaesik. Ez az eredmény egyrészt az élelmiszerek helyettesíthetőségnek tulajdonítható. „[...] az egyik termék árvaltozása (pl. sertéshús áremelkedése) egy másik termék (pl. baromfihús) iránti kereslet növekedéséhez vezethet”(Lehota, 2001). Másrészt bizonyos alapélelmiszerek éppen a nehéz helyettesíthetőségük vagy a gasztronómiai hagyományok miatt ár-rugalmatlanok. Ilyen termék például a tojás, mivel Húsvétkor a magas árak ellenére is megvesszük a szükséges mennyiséget. Romániában a tojás, zöldség és gyümölcsfogyasztás kevésbé, a hús és tej viszont nagymértékben függ a reáljövedelmek alakulásától. Magyarországgal ellentétben a jövedelmi viszonyok javulása nem eredményezi a cereália-fogyasztás csökkenését.

6. táblázat: Korrelációs mátrix

Megnevezés	Magyarország (fogyasztás/fő/év)								
	Hús	Tej	Tojás	Zsira-dék	Liszt és rizs	Cukor	Burgonya	Zöldség, gyümölcs	Tápanyag
<i>Egy főre jutó reáljövedelem</i>	0,81	0,83	0,81	0,91	-0,82	0,48	-0,87	0,69	0,67
<i>Élelmiszerár</i>	0,07	0,24	0,08	0,63	-0,79	-0,07	-0,19	-0,23	0,01
Megnevezés	Románia (fogyasztás/fő/év)								
	Hús	Tej	Tojás	Zsira-dék	Cereáliák	Cukor	Burgonya	Zöldség	Gyümölcs
<i>Egy főre jutó reáljövedelem</i>	0,89	0,80	0,68	0,74	-0,55	0,49	0,42	0,58	0,61
<i>Élelmiszerár</i>	0,47	0,36	0,49	-0,03	0,44	0,15	0,38	0,27	0,22
0,25–0,50-kapcsolat gyenge; 0,50–0,75-kapcsolat közepes erősségű; 0,75– 1-kapcsolat erős									

Forrás: KSH (2008), INSSE (2009) alapján, saját számítás

5.2.5. Tápanyagbevitel

A WHO szerint Magyarország, Románia és Bulgária a világ legegészségtelenebb országai közé tartozik (Szakonyi, 2010). Magyarországon a lakosság több mint fele túlsú-

lyos, 20%-a pedig elhízott (Szabó et al., 2009). A 7. táblázatban összehasonlítottam a magyar, a román és az ajánlott tápanyagbevitelt. Jól látható, hogy mindkét országban az ajánlathoz képest magasabb a tápanyagfogyasztás. Egyedül a magyar férfiak átlagos zsírbevitelének marad el az ajánlott napi mennyiségtől 9 g-mal. A románok több energiát (+98g), fehérjét (+11g) és szénhidrátot (+76g) fogyasztanak, mint a magyarok, ugyanakkor kevesebb zsíradékot (-42g).

7. táblázat: Magyar, román tényleges vs. ajánlott napi tápanyagfogyasztás

Megnevezés	HU 2008	RO 2008	NŐK (15–18 év)			FÉRFIAK (15–18 év)		
			Aján- lott	Eltérés (HU)	Eltérés (RO)	Aján- lott	Eltérés (HU)	Eltérés (RO)
<i>Energia (kcal)</i>	3194	3292	2300	+894	+992	2800	+394	+492
<i>Fehérje (g)</i>	101	112	73	+28	+39	89	+12	+23
<i>Zsír (g)</i>	143	101	74	+69	+27	90	+53	+11
<i>Szénhidrát (g)</i>	380	456	320	+60	+136	389	-9	+67

Forrás: KSH (2008), INSSE (2008), <http://adatbazis.transindex.ro/?adat=etartalom> alapján, saját számítás

5.2.6. A magyar élelmiszerek imázsa Romániában

Az Agrármarketing Centrum által, 2008-ban megrendelt reprezentatív, primer jellegű kutatásból kiderül, hogy minden harmadik román háztartás asztalára került már magyar élelmiszer. A fiatalok fogyasztanak leginkább külföldi élelmiszereket, a 30–50 évesek körében pedig kifejezetten kedveltek a magyar termékek. A legismertebb magyar élelmiszerek a szárnyasok, édességek, hús, liszt, kávé, szalámi és fűszerek. A kutatásból az is kiderül, hogy a román háztartások fele nem figyeli a termék származási helyét vásárláskor (GfK, 2008).

6. PRIMER KUTATÁS, FÓKUSZCSOPORTOS INTERJÚ, A KÖZÉPISKOLÁSOK ÉLELMISZERFOGYASZTÓI MAGATARTÁSÁNAK VIZSGÁLATA

Szekunder kutatásom során nem találtam kellő mélységű információt a középiskolás fiatalok élelmiszerfogyasztói magatartásáról, ezért fontosnak tartom a kvalitatív, fókuszcsoporthozos interjúk lebonyolítását. „A fókuszcsoporthozos interjú, strukturálatlan és közvetlen kutatási módszer, amelyben egy moderátor beszélget a válaszadók kis csoportjával. Célja, hogy a kutató a megfelelő célpiac tagjaival való beszélgetés során betekintést nyerjen a számára érdekes kérdéskörbe.” (Malhotra, 2001, p. 181.)

Az utóbbi években a még nem felnőtt, de már nem is gyermek fiatalok számos marketingkutatás alapját képezik. Bár még függnek szüleiktől, mégis számos önálló és sokszínű fogyasztói igényekkel és döntésekkel rendelkező korosztályról beszélünk, akik egyre nagyobb vásárlóerővel bírnak és hosszabb távon az ő elvárásai, szokásai fogják meghatározni, többek között az élelmiszerek piaci keresletét is.

Fókuszcsoporthozos kutatásom során ennek a mondhatni speciális szegmensnek a *táplálkozási szokásait* szeretném alaposabban megvizsgálni. Erdélyi fiatalként és eddigi kutatási eredményeim alapján, úgy gondolom, hogy Erdély potenciális piaca lehet a magyar élelmiszereknek, ezért a kutatásomba bevonom a román és romániai magyar fiatalokat is. Persze vannak jelen magyar élelmiszerek a román kiskereskedelemben, de megítélésem szerintem *nincsenek maximálisan kihasználva az ebben a piacban rejlő lehetőségek*. Például a magyar Túró Rudi nagy sikert futott be Romániában Dots néven, a megfelelő pozicionálásnak és adaptálásnak köszönhetően. Feltevődik bennem a kérdés, hogy miért ne járhatná be egyéb hungaricum is ezt az utat. Engem személy szerint mindig jó érzéssel tölt el, ha magyar élelmiszert vásárolhatok kint és szerintem ezzel nem csak én vagyok így. Másrészt a határon túli magyarok sokkal több magyar, televíziós élelmiszer reklámmal találkoznak, mint románokkal, mivel a többség a magyar televíziós csatornákat nézi. Kiaknázatlan lehetőségek vannak, azonban ahhoz, hogy ezeknek az elképzeléseknek valóságlapja lehessen, *meg kell ismerni a „jövő élelmiszerfogyasztóinak”, vagyis a fiataloknak a preferenciáit*.

Kutatásomban kíváncsi vagyok arra is, hogy ezeknek a *fiataloknak az étkezési kultúrája, milyen hasonlóságokat illetve különbségeket mutat*, továbbá rendkívül foglalkoztat, hogy az erdélyi gasztronómia mennyire őrizte meg magyaros jellegét és mennyire épültek be a román étkezési hagyományok. *Lehet-e külön fogyasztói szegmensként kezelni*

az erdélyi magyarokat, vagy elegendő, ha „egy kalap alá vesszük” őket a román fogyasztókkal.

6.1. KUTATÁSI TERV

A fókuszcsoporthoz tartozó interjú általános célkitűzése a kérdőíves felmérés előkészítéséhez szükséges információk megszerzése, az eredmények alapján hipotézisek generálása. A kutatás konkrét céljait és az interjú fontosabb paramétereit az 8. táblázat tartalmazza.

8. táblázat: A fókuszcsoporthoz tartozó interjú tervezési és kivitelezési folyamata

ELŐKÉSZÍTÉS	FÓKUSZCSOPORTHOS INTERJÚ
1. Kutatási probléma	- A középiskolás fiatalok táplálkozási szokásai, ételmiszerfogyasztói preferenciái. - Konceptualizáció: fókuszcsoporthoz tartozó interjú, fogyasztói magatartás, piac szegmentáció.
2. Kutatási célok	C1: A középiskolások ételmiszerfogyasztói magatartásának vizsgálata.
	C2: A középiskolások egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdjének feltárása.
	C3: A középiskolások ételmiszervásárlási szokásainak és a családi vásárlási döntésekben való szerepének feltérképezése.
	C4: A középiskolások értékrendszerének, életstílusának megismerése.
3. Célcsoport, mintavétel	- A résztvevők kiválasztása személyes beszélgetés útján történik. - A résztvevők: 14-18 éves középiskolások (román, magyar, romániai magyar), - városiak, - lányok és fiúk, - teljesen vagy részben szüleikkel élnek.
4. Interjúk száma és időtartama	3x6 fős csoportok, 90-120 perc/csoport.
5. Moderátor	Bakos Izabella Mária
6. Hely és időpont	- Egy magyar város; 2011. június 20. 14:00-16:00. - Szatmárnémeti; 2011. június 25. 10:00-12:00, 13:00-15:00.
7. Interjúk nyelve	Magyar, román.
8. Szükséges eszközök	- Toll és kártyák a résztvevők számára, - hangrögzítő eszköz: notebook, - fényképezőgép, - poharak, üdítő, ásványvíz, - ajándék: fagyalt.
9. Interjúvázlat (8. melléklet)	- Félig strukturált kérdőív, - megbeszélendő témák felsorolása, sorrendje.
LEBONYOLÍTÁS	Interjúk lebonyolítása, eredmények szó szerinti rögzítése.
ÉRTÉKELES	Eredmények elemzése, összegzése, következtetések levonása.

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoporthoz tartozó interjú

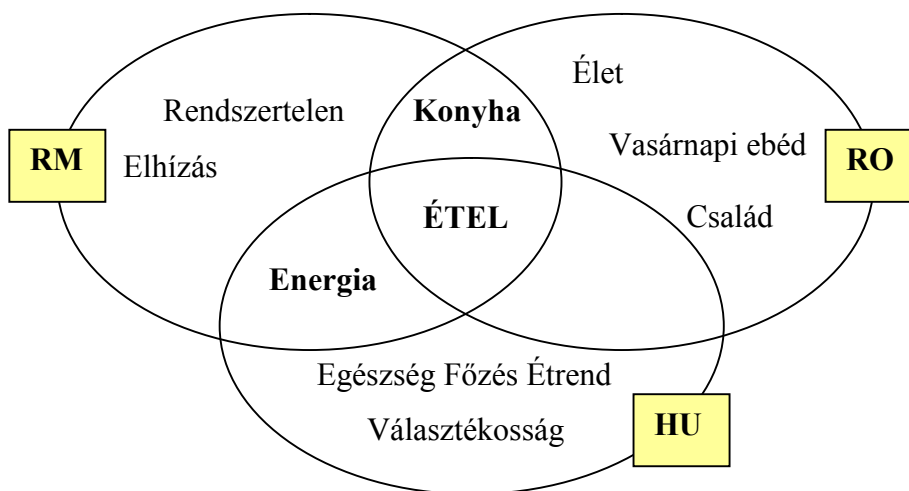
6.2. A FÓKUSZCSOPORTOS INTERJÚK EREDMÉNYEI

A tartalomelemzésénél tömör megfogalmazásokra, érdekesebb eredmények kiemelésére és esetenként a mondanivaló alátámasztása érdekében az interjúalanyok gondolatainak szó szerinti idézésre törekedtem. Összehasonlításra kerültek továbbá a csoporttagok és a különböző csoportok közötti megegyező és eltérő vélemények is. Az eredmények a kutatási céloknak megfelelően, a kérdéskörök mentén kerülnek bemutatásra. Az egyszerűség kedvéért, az ábrákban, táblázatokban a következő jelöléseket vezetem be: *HU: magyar, RO: román, RM: romániai magyar*.

C1: A középiskolások élelmiszerfogyasztói magatartásának vizsgálata.

6.2.1. Táplálkozással kapcsolatos asszociációk, vélemények

Az interjúk első bemelegítő játéka a szó asszociáció volt. A játék eredményeit összefoglalva (9. ábra) elmondható, hogy a *táplálkozás* szó hallatán elsősorban *ételekre asszociáltak a fiatalok*. A képzettársítások kapcsán kirajzolódtak a csoportok közötti különbségek is. A magyar interjúalanyok a táplálkozás pozitív, a romániai magyarok viszont a negatív aspektusaira is asszociáltak. A román fiatalok válaszai pedig a családi miliő köré épültek.



9. ábra: Asszociációk a „táplálkozás” szóra

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoporthoz tartozó interjú

A fiatalok táplálkozási szokásairól a csoportok egyöntetűen negatívan vélekedtek (9. táblázat), egy pozitív jelző sem hangzott el. Szerintük a mai fiatalok rendszertelenül és egészségtelenül étkeznek és túl sok gyors ételt fogyasztanak. Úgy gondolom, hogy reálisan vélekedtek erről a kérdésről az interjúalanyaim, mivel (sajnos) a szekunder információk és a statisztikák is ezt a tényt támasztják alá.

9. táblázat: Mi a véleményetek a fiatalok étkezési szokásairól?

Vélemények	Magyar	Román	Romániai magyar
Gyorséttermi tendencia	• Sokan étkeznek gyorsétteremben • A mai rohanó világban gyorskaján élünk • A kolisok, albérletesek gyorskaján élnek • Inkább kész ételt vásárolnak	• Nem említették	• Sok gyorsételt fogyasztanak • Imádják az egészségtelen, gyors ételeket
Egészségtelen	• Kevesen figyelnek oda arra, hogy mit esznek • Sok sós ételt esznek • Kevés zöldséget és gyümölcsöt esznek	• Egészségtelen • Elhanyagolják a főétkezéseket • Sok zsíros és mű ételt esznek • Sokat esznek	• Egészségtelen • Helytelenül táplálkoznak • Inkább mennyiség, mint minőség • Kevés salátát és gyümölcsöt esznek
Rendszertelen	• Össze-vissza esznek	• Futtában esznek • Nincs idejük enni • Rendszertelenül étkeznek	• Nem említették
Egyéb	• Nem említették	• Nem élvezik az étel ízét	• Saját íz világ kialakításáig a szülők diktálnak • Fura az ízlésük

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoportos interjú

6.2.2. Étkezési szokások a kulturális tényezők vonatkozásában

6.2.2.1. Étkezési szabályok, hagyományok

Az étkezési szabályok a román interjúalanyokra a legjellemzőbbek. Több személyes, családi és vallási szabályt is említettek (10. táblázat). Fontos számukra, hogy vasárnap, ünnepnapokon és amilyen gyakran csak lehet, együtt étkezzen a család. Hárman megemlítették, hogy étkezés előtt és után imádkoznak, ketten pedig, hogy a nagyböjtök alkalmával böjtölnek, mivel a szülők, vagy éppen a nagyszülők nagyon vallásosak és komolyan veszik ezeket a dolgokat. A romániai magyar fiatalok többsége, úgy vélekedet,

hogy náluk nincsenek szabályok. A magyar csoporttagok között két érdekes szabály is felmerült. Egy hölgy azt mondta, hogy ők otthon csak indiai és kínai ételeket esznek, tehát semmilyen magyaros ételt nem fogyasztanak. Egy srác pedig elmondta, hogy körülbelül egy éve egyrészt egészségügyi, másrészt állatbaráti megfontolásból áttért a vegetáriánus étrendre. Ez egy kis vitát generált a csoportban, mivel páran meglepődtek ezen, és volt, aki egészségtelennek találta a vegetarianizmust.

10. táblázat: Az interjúalanyok étkezési szabályai

Csoport	Étkezési szabályok
RO	• Ritkán eszek állati eredetű zsiradékot, napi háromszor étkezem, kétszer gyümölcsöt is • Vasárnap és ünnepekkor együtt étkezik a család, evés előtt és után imádkozok, nagyobb ünnepek előtt böjtölünk • Nem eszek zsíros, mű kaját, este hét után nem eszek • Hétvégén együtt eszik a család, minden évben más családtagnál ünneplünk • Ha van köret, nem eszem kenyeret és közvetlen lefekvés előtt nem eszem • Nem szeretek rohanva enni
RM	• Főétkezések ugyanabban az időpontban vannak • Annyiszor és annyit eszem amennyit megkívánok • Együtt eszik a család • Ami vega azt nem eszem meg, csak húst
HU	• Csak indiai és kínai étel van otthon • Magyaros ételeket csinálunk • Egy éve vegetáriánus vagyok • Akkor eszek, amikor éhes vagyok

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoportos interjú

Számomra az interjúk legérdekesebb része az volt, amikor az *étkezéssel kapcsolatos hagyományaikról* beszéltek a jelenlévők (11. táblázat). A legtöbb tradícióról a román fiatalok számoltak be, melyek a különféle ünnepekhez, baráti összejövetelekhez kapcsolódtak. Hagyományként meg lett említve a húsvéti étel- és borszentelés, disznóvágás, locsolódás és a karácsonyi kántálás. Úgynevezett *babonákat* is említettek, például, hogy szilveszterkor a vacsora után nem szedik le az asztalt, csak másnap, hogy bőséges éve legyen a családnak és szilveszterkor halat esznek, hogy könnyű és eredményes legyen az újév. A romániai magyar fókuszcsoport tagjai az ünnepi menüt hozták fel példának, valamint ketten kihangsúlyozták, hogy a nagyszülőktől tanult hagyományos ételeket készítik a családban. A magyar interjúalanyok tudtak beszámolni a legkevesebb hagyományról. Ünnepek és vasárnap alkalmával elmondásuk szerint éppen ugyan azt eszik, mint egy átlagos

hétköznapon. Azért említettek, néhány hagyományos ételt és egy fiatalember családjában még szokás a disznóvágás.

11. táblázat: Az interjúalanyok étkezéssel kapcsolatos hagyományai

	Román	Magyar	Romániai magyar
HAGYOMÁNYOK	- Hagyományos ünnepi ételek - Hétvégi vendégeskedések - Húsvéti étel- és borszenteles, locsolódás Disznóvágás - Karácsonyi kántálás - Nyáron bográcsolás, grillezés - Nagyobb ünnepek előtt böjtölés <i>(általában az ortodox, vallási előírásoknak megfelelően)</i>	- Nincsenek vallási és ünnepi hagyományaik - Nem tesznek különbséget a vasárnapi/ünnepi és hétköznapi étkezés között - Nincsenek nagyszülőtől örökölt étkezési hagyományaik - Egy interjúalanyánál még szokás a disznóvágás	- Ismétlődő vasárnapi menü Ünnepi ételek a nagyszülők hagyományainak megfelelően. - Karácsonyi vacsora a nagyszülőknél.
BABONÁK	- Szilveszterkor nem szedik le az asztalt, hogy bőséges éve legyen a családnak - Újévkor halat esznek, mert eredményes évet hoz	Nem mondtak	Nem mondtak
ÜNNEPI ÉTELEK	Karácsony: sertéshúsból készült ételek (házi kolbász, hurka, disznósajt, kocsonya, töltött káposzta, rántott hús), sütemények, bukta Húsvét: bárány húsból és belsőségből készült ételek, piros tojás, kalács Szilveszter: hal, beouf saláta, diplomata torta	Karácsony: sült pulyka, halászlé, hortobágyi húsos palacsinta, fahéjas hús.	Vasárnapi menü: sertés, marha vagy szárnyas húsból készült ételek (húsleves, főtt és sült hús, rántott hús) befőttel, köret: krumplipüré, rizs Húsvét: sonkafélék, töltött húsok, piros tojás, torma, kalács Szilveszter: kocsonya

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoporthoz interjú

6.2.2.2. Szimbolikus élelmiszerfogyasztás

Az áttanulmányozott szakirodalom szerint, vannak ételek, amelyek szimbolikus tartalommal bírnak az ember életében. Ezek jelképezhetik fogyasztója státuszát, életstílusát, anyagi helyzetét, egy bizonyos csoporthoz való tartozását.

Kíváncsi voltam, hogy tudnak-e mondani ilyen ételeket a fiatalok, ezért erre is rákérdeztem az interjúkon. A 12. táblázatban összefoglaltam, hogy mely, számukra jelképpel bíró ételeket említettek.

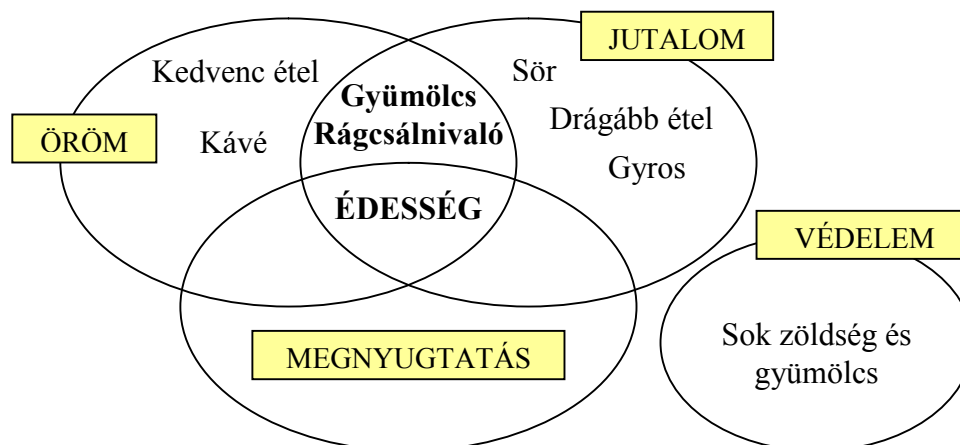
12. táblázat: Az interjúalanyok szimbolikus ételei

Csoport	Étel	Jelkép
RO	Húsvéti bárány	Jézus keresztáldozata
	Puliszka	Nagyszülőknél töltött nyarak
	Főtt kukorica	Iskolakezdés
	Mézeskalács	Kirbály
	Gretár, miccs, sör	Strand
	Sült krumpli	Gyerekkor
	Saláta	Jó idő kezdete, tavasz
	Szalonnasütés	Család
RM	Étel	Csak táplálék
	Málékásás töltött káposzta	Nagymama
	Bogrács	Hétvégi program
	Otthon készített miccs	Családi kirándulások
	Vadas	Nagyszülők
HU	Fagyi	Nyár
	Répa	Tavasz
	Pizza, chips	Buli
	Cola, sör	Társaság
	Torta	Szülinap
	Ropi	Barátok
	Húsleves	Vasárnap

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoportos interjú

A magyar csoport kivételével a középiskolások olyan nemzeti ételeket is mondtak, amelyek a gyermekkorukra és nagyszüleikre emlékeztetik őket. A román csoportban pedig elhangzott egy vallási szimbólum is. A miccs (sertés-, marha- és birkahúsból készült fűszeres, grill kolbászkák), az erdélyi fiataloknak a strandot és a családi kirándulásokat szimbolizálja, tudniillik ez nélkülözhetetlen finomság, bármilyen szabadtéri eseményről is legyen szó. A magyar és román csoporttagok között voltak olyanok, akik bizonyos ételeket különféle évszakokhoz kapcsolnak.

Rákérdeztem arra is, hogy tudnának-e mondani olyan ételeket/élelmiszereket, melyeket *jutalmazás, örömszerzés, védelem, megnyugtató, esetleg önkifejezés* céljából fogyasztanak (10. ábra). A beszélgetések résztvevői közül csak ketten válaszolták azt, hogy nincs ilyen étel számukra és egy magyar hölgy megjegyezte, hogy ő nem szereti ezt a fajta „jutalomrendszert”.



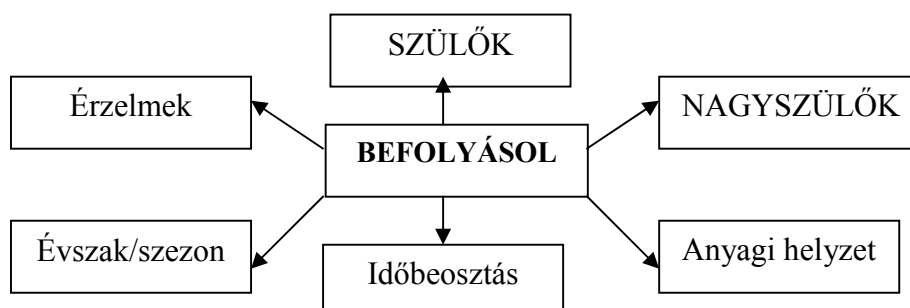
10. ábra: Az örömszerző, jutalmazó, védelmező és megnyugtató ételmiszerfogyasztás

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoporthozos interjú

A legtöbb ételmiszert az örömszerző és jutalmazó kategóriában említették a fiatalok. Az édesség mindhárom csoportban az öröm, jutalom és megnyugtató funkcióit tölti be. Az édesség nem hiányozhat, legyen szó a dolgozat előtti stresszről, jól megírt dolgozatról, házimunkáért kapott jutalomról, szülői kedveskedésről, filmnézésről vagy akár a teljesség érzéséről. Csak egy román csoporttag mondta azt, hogy ő az egészsége védelméért sok zöldséget és gyümölcsöt fogyaszt. Ami meglepő volt számomra, hogy az interjúalanyok egy olyan ételmiszert sem tudtak mondani, melyet önkifejezés céljából fogyasztanának.

6.2.2.3. A fiatalok ételmiszerfogyasztását befolyásoló tényezők

Azzal kapcsolatban, hogy befolyásolja-e valaki vagy valami táplálkozási szokásait, megoszlottak a vélemények (11. ábra). A román és magyar csoporttagok fele szerint a szülők és nagyszülők igenis befolyásolják őket, mivel ők főznek. A romániai magyarok viszont több befolyásoló tényezőt is említtek, mint például: anyagi helyzet, időbeosztás, az évszakok és a szezon, valamint az érzelmek.



11. ábra: Ki vagy mi befolyásolja táplálkozási szokásaitokat?

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoporthozos interjú

Egy román fiatal kivételével, a beszélgetések résztvevői úgy gondolták, hogy a *gyermekkorban kialakult ízlésvilág, táplálkozási szokás változhat felnőtt korban*. Voltak, akik szerint már most sokat változott és példát is hoztak fel erre. Több olyan ételt említettek, amit gyerekkorukban nem szerettek, de most már vagy azért, mert tudják róla, hogy egészséges, vagy, mert megváltozott az ízlésük, megeszik. Volt, aki úgy vélte, hogy ez attól is függ, hogy milyen környezetbe kerül az ember és milyen hatások érik. Ahogyan a 13. táblázatban is látható a fókuszcsoportok résztvevőinek többsége változtatni szeretne étkezési szokásain, miután elkerül a szülői házból. Hárman mondták mindössze, hogy nem szeretnék változtatni semmiben, mivel meg vannak elégedve jelenlegi étrendjükkel. A csoporttagok többsége a függetlenséget követően *egészségesebben és változatosabban szeretne étkezni*. Ez nem feltétlen jelenti a tradicionális ételektől való megválást, mivel a beszélgetések során kiderült, hogy az erdélyi fiatalok ragaszkodnak hagyományos ételeikhez, viszont a magyar fiatalok többször is utaltak rá, hogy mellőzni szeretnék a magyar ételleket, mivel túl zsírosnak találják.

13. táblázat: Tervezett táplálkozási szokások, a szülőtől való elkerülést követően

	Román	Romániai magyar	Magyar
<i>Egészségesebb</i>	• Kevesebb kalóriatartalom • Kevésbé zsíros • Minden nap friss étel • Vegetáriánus étrend	• Egészségesebb	• Kevésbé zsíros
<i>Változatosabb</i>	• Több külföldi étel	• Kötelező ételek mellőzése • Több külföldi recept • Változatosabb • Új ételek/ízek kipróbálása • Jobb ízű ételek	• Kevesebb magyaros étel • Választékosabb, új ételek
<i>Kényelem</i>	• Gyorsan elkészíthető ételek • Bejárónő	• Nem említették	• Nem említették

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoportos interjú

6.2.3. A napi étkezések rendszeressége, minősége

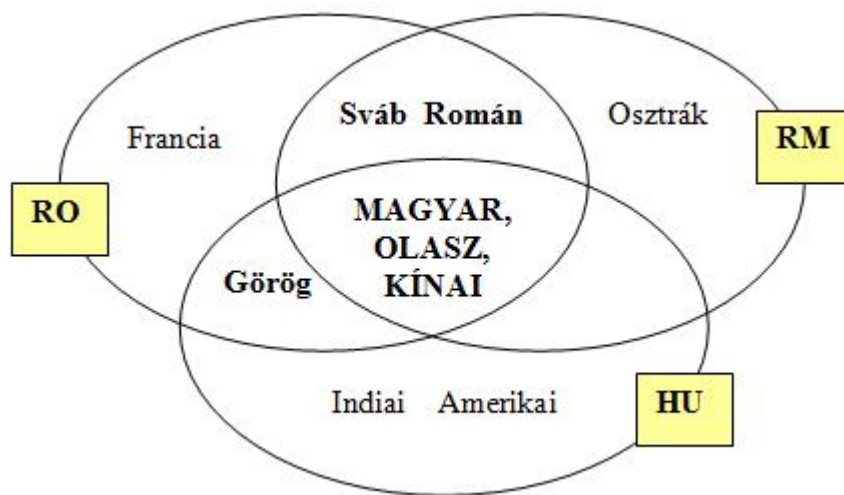
A csoporttagok közül csak az erdélyi fiatalok közül néhányan vélték *rendszeresnek* táplálkozásukat. Ez véleményem szerintem összefüggésbe hozható azzal, hogy náluk még erősebbek a hagyományok és az étkezéssel kapcsolatos konvenciók. Azok, akik rendszer-

telennek ítélik meg étkezésüket, leginkább a *zsúfolt időbeosztást* és a *külső körülményeket* hozták fel indokként. Úgy tűnik a rendszeresség relatív fogalom, mivel volt, aki bár ragaszkodott hozzá, hogy egészségesen étkezik, a szavaiból az ellenkezőjére kellett következtetnem. Abban, hogy melyik étkezést tartják a *főétkezésnek*, nem tudok pontos eredményt hirdetni, mivel igen csak megoszlottak a válaszok. A román fiatalok fontosnak tartják a reggelit, mivel „*üres gyomorral nem lehet tanulni, dolgozni*”, mások a vacsorára és a hétvégi ebédre voksoltak, mivel ilyenkor együtt étkezik a család. A romániai magyaroknak és a magyar interjúalanyoknak inkább az ebéd a főétkezés. Az elmondottak alapján a fiatalok átlagosan naponta 3-4 szer étkeznek, ebből legalább egy meleg étel. Leginkább a családdal és barátokkal szeretnek enni, de volt, aki inkább egyedül, mert gyakran az étel mellett a család nagy dolgai is „terítékre” kerülnek, és ehhez nem mindig van kedve.

6.2.4. Élelmiszerfogyasztói preferenciák

6.2.4.1. Otthon fogyasztott nemzetközi ételek

Az interjúk második érdekes pontja volt számomra, amikor arról kérdeztem a résztvevőket, hogy mely *nemzeti ételeket fogyasztják otthon* a leggyakrabban (12. ábra).



12. ábra: Otthon fogyasztott nemzetközi ételek

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoporthoz interjú

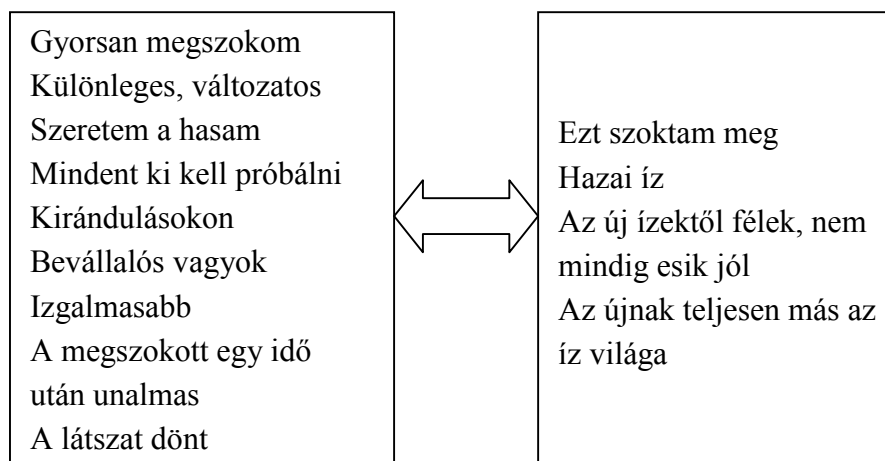
A román fiatalok egybehangzóan azt mondták, hogy a *romános, hagyományos* ételek dominálnak otthon, de azért gyakoriak az egyéb nemzetközi ételek is, mint például: *magyar, olasz, francia, görög, kínai és sváb*. A *magyar ételek* közül a gulyásleves, halászlé, paprikás krumplit említették. Sőt amikor az interjúk elején a kedvenc ételeikről kérdeztem őket, akkor is említettek magyaros ételeket: töltött káposzta, pörkölt, csirkepaprikás. A töltött káposzta („sarmale”) Romániában is nemzeti ételnek számít, csak ők máshogy készítik el.

Bőjti időszakban például a húst különféle zöldségekkel, a rizst pedig gyakran kukoricadarával helyettesítik. Gyakori még, hogy szőlőlevélbe tekerik a tölteléket és paradicsomosan készítik el. A *romániai magyar fiatalok* a magyaros mellett, leginkább a *romános ételeket* (miccs, csorbák, puliszka, zakuska) fogyasztják otthon, de náluk is jellemző az olasz, francia, osztrák, sváb (strudli, krumplis nudli) konyha is. Következtetés képen megállapítható, hogy az Erdélyben élők az együttélésnek valamint a vegyes házasságoknak (a román interjúalanyok között is volt egy fiú, akinek az édesapja magyar sváb) köszönhetően *átvették egymás gasztronómiai hagyományait*. Mi több vannak olyan ételek, amelyeket már szinte a sajátjuknak érznek. ☺ Ez a megállapítás is a szakirodalmat igazolja, mely szerint az *együtt élő nemzetek a szocializáció során*, ha nem is teljes mértékben, de *átveszik egymás tradícióit*. A magyar interjúalanyok közül ketten jelentették ki határozottan, hogy náluk csak a magyaros konyha van jelen. A vegetáriánus fiatalember pedig apróbb trükkökkel újítja meg a magyar recepteket, igényeinek megfelelően: „*például a gulyáslevest nem hússal, hanem szójával készítem*” (Ádám 18). A nemzetközi konyhák közül a következőket említették meg: indiai, kínai, olasz, görög, amerikai.

6.2.4.2. Főzés, megszokott vs. új ízek, alapanyagok

Az interjúalanyok *főzéssel* kapcsolatos tudása, tapasztalata eléggé biztató. Csupán néhányan nyilatkoztak úgy, hogy nem érdekli őket, nem tudnak és nem is szeretnek főzni. A többség viszont, ha nem is gyakran (a szülők főznek, elfoglaltság miatt), de azért szokott főzni és a kedvenc, vagy egyszerűbb ételeket el tudják készíteni.

Az 13. ábrán összefoglaltam, az elhangzott érveket az új valamint megszokott ízek mellett.



13. ábra: Új versus hagyományos ízek

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoporthoz interjú

Az új ízek kipróbálására a csoportok közül a magyar fiatalok a legnyitottabbak. A másik két csoport a megszokott ízeket preferálja inkább, de azért nem zárkóznak el az új ízeiktől sem. Ezt megint csak az erősebb erdélyi tradíciókkal tudnám indokolni.

A beszélgetések résztvevői elsősorban a *friss alapanyagokból* készült ételeket kedvelik, mivel egészségesebbnek és táplálóbbnak tartják, mint a mirelit és gyors ételeket. Volt, aki szerint a gyorsfagyasztott ételeknek, nincs olyan íze, mint az otthoni, friss ételnek és olyan is, akinek lelkiismeret furdalást okoz ezen ételek fogyasztása. Azért minden csoportban volt olyan fiatal, aki bevallotta, hogy a gyors elkészíthetőség miatt, vagy azért mert nagyon szeretik, esetleg az olcsósága miatt néha fogyasztanak mirelit, instant és gyors ételeket. Ezek közül szóba hozták: miccs paszta, gyorséttermi ételek, pulykamelles és sajtos tallérok, spagetti szószok, leves porok és ételalapok (Maggi, Knorr), zöldség. Konkrét márkát csak páran tudtak mondani, egyrészt mert ritkán fogyasztanak ilyen élelmiszereket, másrészt valószínűleg a szülők döntenek a megvásárolandó mirelit/félkész élelmiszerekről. Ugyanakkor az erdélyi csoporttagok három *kedvenc gyorséttermet* (Borsalino, Al Capone, Barbarosa) is megneveztek. A favorit az mindenkinek a Borsalino nevű gyorsétterem, mely nagy népszerűségnek örvend a szatmári fialok körében. Zárójelben megjegyzem, hogy a 111872 lélekszámú Szatmárnémetiben nincs például McDonald's, Burger King stb., viszont az utóbbi 5 évben gomba módra elszaporodtak a különféle pizzázók, gyros bárók.

6.2.4.3. Háztáji termékek fogyasztása, új élelmiszerek kipróbálása

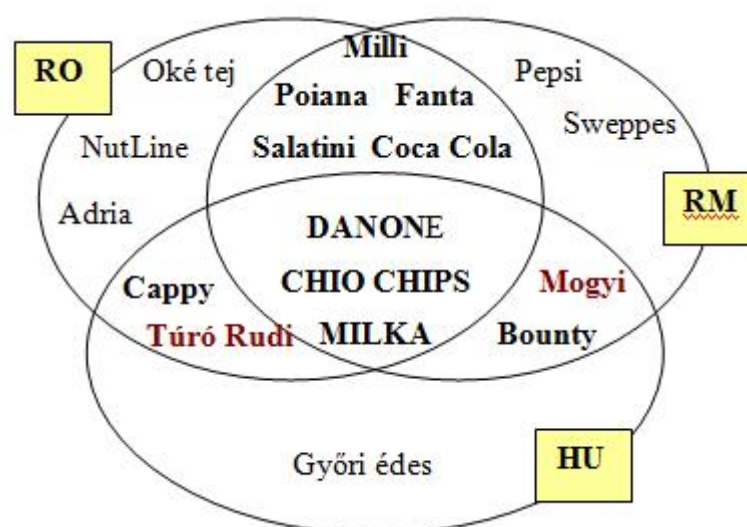
Saját termelésű és nem bolti élelmiszereket (például piacról) csak az erdélyi interjú alanyok fogyasztanak, mivel a többség tart majorságot, gyümölcs és zöldségkertet vagy éppen a nagyszülőktől hozzák ezeket. Náluk még népszerű a piac és a befőttek, lekvárok, savanyúságok elrakása. *Velük ellentétben a magyar csoport* minden élelmiszert a boltból szerez be, szerintük pénz és időpazarlás a téli „bespájzolás”. Szekunder kutatásom során találtam egy cikket, mely szerint 2010-ben a Romániában fogyasztott élelmiszerek és alkoholok egyharmada, saját termelésű. A leggyakrabban fogyasztott háztáji élelmiszer a tojás. Az egy főre jutó havi 13,13 db tojásból 7,5 db, a 9,31 kg gyümölcsből 3,3 kg, a 6,13 liter tejből 2,06 liter saját termelésű volt. Az összes alkoholfogyasztás 33,3 százaléka szintén saját termelésből származott. Ezzel szemben az elfogyasztott hús háromnegyedét és a kenyér 90%-át a boltból szerzik be (<http://www.ziare.com/preturi/stiri-preturi/o-treime-din-alimente-le-si-alcoolul-consumat-de-romani-sunt-produse-proprie-1064065>). Természetesen ezek a statisztikák az országos fogyasztásra vonatkoznak. Saját termelésű élelmiszereket leginkább az elmaradottabb régiókban, például Havasalföldön és Moldovában fo-

gyasztanak, ahol még a paraszti élet a jellemző. Erdélyben viszont az utóbbi években igen elterjedtek a bevásárlóközpontok, élelmiszerdiszkontok.

Új élelmiszereket az interjúalanyok többsége ki szokott próbálni (édességek, joghurtok, gabonapehely, rágsálnivalók), de azok, akik többnyire a megszokott ízekeket kedvelik, tartózkodóbbak. A romániai magyar és magyar csoportban kialakult egy kisebb vita az élelmiszerreklámokat illetően, melyhez sokan negatívan viszonyultak. Ők úgy vélték, hogy „humbug” az egész, és amit annyira reklámoznak az biztosan nem jó. A másik fél, ha nem is hisz el mindent a reklámokból, úgy van vele, hogy legalább tudja, hogy megjelent valami új. Adnak egy esélyt a reklámoknak, egyszer kipróbálják, és ha nem válik be, akkor nem vesznek belőle többet. Szerintem ez a „reklám ellenesség” annak is köszönhető, hogy a mai, média világában felnövekvő fiatal generáció könnyen átlátja a reklám trükköket és emiatt nehéz elnyerni a figyelmüket, kiérdemelni a bizalmukat. Mindig az egyedire és különlegesre vágnak, olyan dolgokra, amelyekkel kitűnhetnek, vagy éppen beilleszkedhetnek egy adott csoportba. Felmerült a *referencia személyek véleménye*, befolyása is: „[...] ha egy ismerősöm véleménye szerint ízletes az a termék, akkor is ki szoktam próbálni.” (Enikő 18).

6.2.4.4. Kedvenc élelmiszer márkák

A különféle élelmiszerkategóriákon belül (gyümölcs, zöldség, tejtermék, húsféle, alkoholmentes ital, édesség, rágsálnivaló) a fókuszcsoporthoz *hazai és nemzetközi élelmiszer márkákat* egyaránt említettek. A 14. ábrán látható, hogy mely közös márkákat említették a csoportok.



14. ábra: Az interjúalanyok népszerű élelmiszer márkái

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoporthoz interjú

A legtöbb márkanevet az édesség, rágsálnivaló és alkoholmentes ital kategóriában mondtak, valószínűleg azért, mert ezeket az élelmiszereket vásárolják maguknak a leggyakrabban. Az erdélyi interjúalanyok alig említettek magyar hungaricumokat és/vagy termékeket. A román fókuszcsoporthoz tagjainak egyik kedvence a Túró Rudi, melyet Dots néven gyárt és forgalmaz a holland Friesland romániai leányvállalata, a Royal FrieslandCampina. Az erdélyi magyar fókuszcsoporthoz pedig, Mogyi rágsálnivalók népszerűek.

6.2.4.5. Az egyes élelmiszerek heti fogyasztási gyakorisága

A kártyaválogatások összesített eredményei alapján a fókuszcsoporthoz egy adott héten a 14. táblázatban látható ételeket és italokat fogyasztják a leggyakrabban.

14. táblázat: Az interjúalanyok heti élelmiszer- és italfogyasztási listája

Rangsor	ÉLELMISZEREK		
	Román	Romániai magyar	Magyar
1	Hagyományos levesek Gyümölcs	Kenyérfélék	Zöldség
2	Zöldség	Burgonya Sertéshús	Gyümölcs
3	Kenyérfélék	Sajt	Sajt Kenyérfélék Felvágottak Tésztafélék
4	Felvágottak	Tésztafélék Rágsálnivaló Tojás	Rizs
5	Sajt	Hagyományos levesek Felvágottak Vaj/margarin Rizs	Hagyományos levesek Burgonya
6	Vaj/margarin	Csirkehús	Vaj/margarin
7	Csirkehús Burgonya Rizs Ízesített joghurt	Zöldség	Csirkehús
Rangsor	ALKOHOLMENTES ITALOK		
	Román	Romániai magyar	Magyar
1	Csapvíz	Csapvíz	Rostos üdítők
2	Rostos üdítők	Tej	Tea
3	Tej	Rostos üdítők Szénsavas üdítők	Tej Mentes ásványvíz
4	Cola félék Szénsavas üdítők	Cola félék Instant italok	Csapvíz
5	Tea	Tea Szénsavas ásványvíz	Instant italok
6	Szénsavas ásványvíz	Főzött kávé Joghurtos italok	Szénsavas ásványvíz
7	Instant italok	Mentes ásványvíz Energiaital	Főzött kávé Joghurtos italok

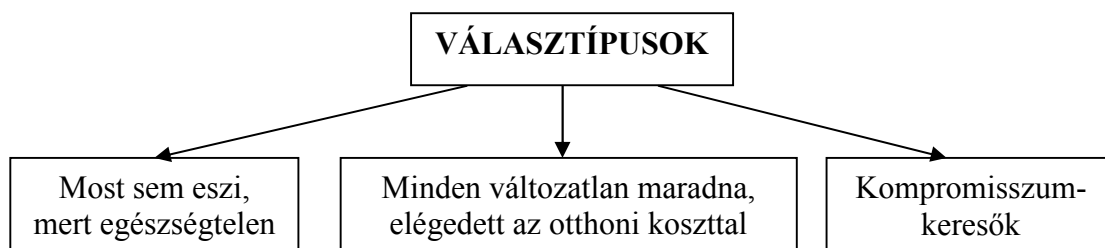
Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoporthoz interjú

Következtetés képen megállapítható, hogy a román és magyar fiatalok étkeznek a leg-egészségesebben, mivel ők a zöldséget és gyümölcsöt az első két helyre rakták. *Az italforgasztásukat tekintve*, több hasonlóság is mutatkozott a fókuszcsoporthoz. Az erdélyi fiatalok a csapvizet preferálják leginkább. Ez érthető is mivel a szatmári ivóvíz köztudottan minőségi. A top háromban szerepel mindhárom csoportban a rostos üdítő és a tej is. A magyar csoporttagok kivételével pedig népszerűek a Cola félék és a szénsavas üdítők is az interjúalanyok körében.

6.2.5. Házon kívüli étkezési szokások

Azzal kapcsolatosan, hogy befolyásolják-e őket a barátok/kortársak, hogy mit esznek házon kívül, egyedül a magyar csoport jelentette ki egybehangzóan, hogy nem. A román fiú csoporttagok és a romániai magyar csoportból ketten adnak a *barátok, testvér véleményére*. Az utóbbi csoportban felmerült a „ciki uzsonna” kérdése. Egy 16 éves fiú bevallotta, hogy ő bizony nem eszi meg az uzsonnáját, ha az nem ugorja meg az osztályszintet. A többi résztvevő ezt butaságnak találta. Ők már idősebbek voltak és bizonyára már nem a befolyásolható, hanem a befolyásoló szerepet töltik be a sulijukban.

A beszélgetések résztvevőinek többsége *nem étkezik menzán és büfében* is csak akkor, ha nem visznek magukkal uzsonnát. A magyar interjúalanyok drágának találják a menzát és nem szeretik a hangulatát. *Hagyományos étterembe* egyáltalán nem vagy csak nagyobb családi események alkalmából járnak. *Gyorsétteremben* a többség ritkán étkezik, általában barátokkal havi és páran heti rendszerességgel. A *szimulált depriváció játékan* rákérdeztem, hogy mit éreznének, ha eltűnnének a gyorséttermek és soha többé nem ehetnének gyorsételeket (15. ábra).



**15. ábra: Szimulált depriváció;
Mit éreznének, ha soha többé nem ehetnétek gyorséttermi ételeket?**

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoporthoz interjú

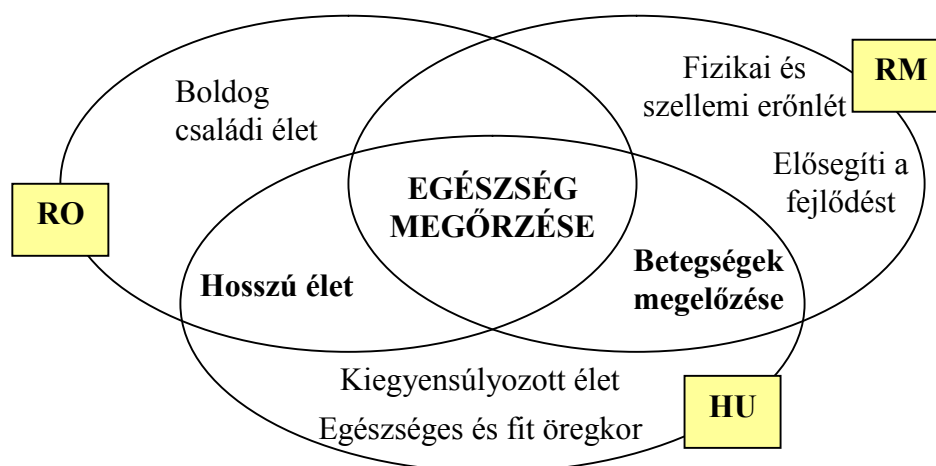
Az elhangzott válaszok alapján mindhárom csoportban volt, aki nem érezne semmit, mivel egészségtelennek találja a gyorsételeket, másoknak minden változatlan maradna, mert meg

vannak elégedve az otthoni kosztal és persze voltak a kompromisszumkeresők, akik szerint otthon is ellehet készíteni ezeket az ételeket. Az utóbbiak azok voltak, akik gyakrabban étkeznek gyorsétteremben.

C2: A középiskolások egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdjének feltárása.

6.2.6. Egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdök

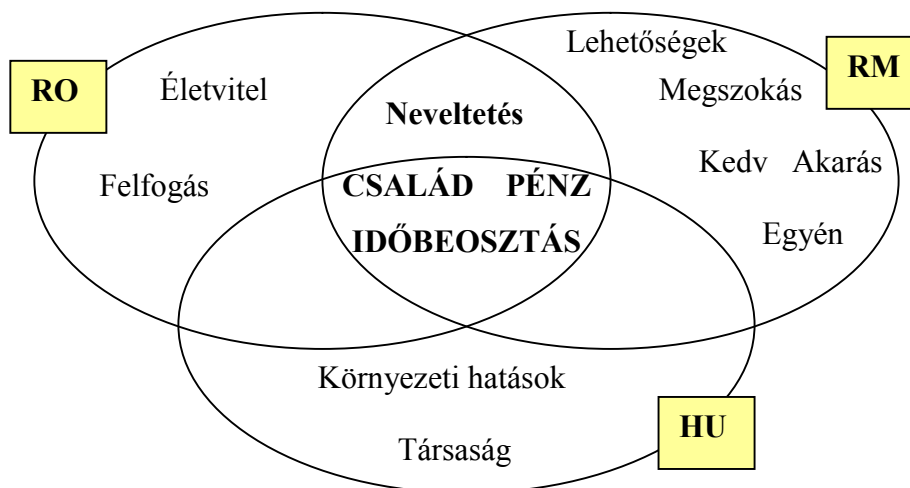
Az utóbbi években a civilizációs betegségek rohamos elterjedése figyelhető meg Közép Európában. A gyermekkori elhízás idült problémává vált, annak ellenére, hogy egyre többet tudunk az egészséges táplálkozásról. Az *interjúalanyok tisztában vannak az egészséges táplálkozás fontosságával*, egy román fiú és egy magyar csoporttag azt is megjegyezte, hogy ez önmagában nem elég, sportolni is kell az egészség megőrzése érdekében. A magyar csoportban egy kis vita támadt ezzel kapcsolatban. A többség szerint, ha például zsírosan étkezik valaki, a sport nem megoldás, mivel lerakódik az érfalakon. A fókuszcsoportok szerint a 16. ábrán látható dolgok miatt fontos az egészséges étkezés. A romániai magyar és magyar csoport az *általános igazságokon* kívül olyan *betegségeket* (szív- és érrendszeri megbetegedések, magas vérnyomás, elzsírosodási gondok) is említett, amelyek megelőzhetőek lehetnének a helyes táplálkozással.



16. ábra: Az egészséges táplálkozás...

Forrás: Saját katatás (2011), fókuszcsoportos interjú

A fókuszcsoportok véleménye megegyezett abban, hogy az egészséges táplálkozás sokban függ a családtól, a pénztől és az időbeosztástól (17. ábra).

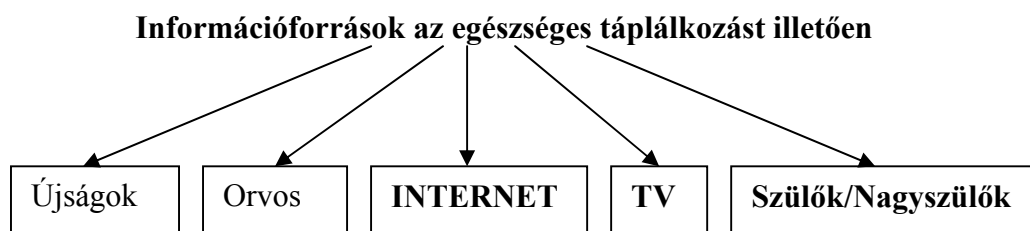


17. ábra: Az egészséges táplálkozás minek a függvénye?

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoporthoz tartozó interjú

Kíváncsi voltam, tudják-e a fiatalok, hogy körülbelül mennyi a napi kalória és folyadékszükségletük, ezért erre is rákérdeztem az interjúkon. A román csoport közelítette meg legjobban az ajánlott napi kalória bevitelt (lányok 2300, fiúk 2800 kcal/nap), 2500 és 3000 közötti értékeket mondtak. A romániai magyar interjúalanyok túl sokat, 2500–5000, a magyar fiatalok pedig túl keveset, 1500–2000 közötti értéket tippeltek. Mindhárom csoportban volt olyan, aki nem tudott értéket mondani, mivel nem foglalkoztatja. A napi folyadékszükséglettel a beszélgetések résztvevői hozzávetőleg tisztában voltak. Talán azért, mert ezt gyakrabban hallani, a különféle médiákban.

A beszélgetések résztvevőinek többsége nem szokott informálódni, az egészséges táplálkozással kapcsolatban. Szerintük józan paraszti ésszel lehet tudni, hogy mi számít egészségesnek. Páran azért utánanéznek ezeknek a dolgoknak (18. ábra) és olykor akarva akaratlan hallanak ezt-azt a témában.



18. ábra: Információforrások az egészséges táplálkozást illetően

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoporthoz tartozó interjú

C3: A középiskolások élelmiszervásárlási szokásainak és a családi vásárlási döntésekben való szerepének feltérképezése.

6.2.7. Élelmiszervásárlási szokások

Az interjúalanyok elmondása alapján a *szülők kikérik véleményüket* abban, hogy mit fözzenek, esetleg milyen élelmiszer márkát vásároljanak. A bevásárlásokat leginkább a szülők intézik, de az erdélyi fiatalokat gyakran bevonják a kisebb bevásárlásokba. Szerintem ez igen hasznos, mivel sok fiatal az egyetemi/főiskolai éve alatt szembesül először ezzel. Az *élelmiszervásárlás helyét* tekintve vegyes vélemények születtek mindhárom fókuszcsoportban. Az erdélyi fiatalok a zöldséget és gyümölcsöt leginkább a piacról szerezik be, helyi termelőktől és igen kedveltek a kis üzletek is. Sok élelmiszert pedig otthon állítanak elő. A magyar csoport inkább a nagyboltokat preferálja, de kis üzletekben is szoktak vásárolni, ha sürgősen szükség van valamire. A különféle üzlettípusok mellett a 15. táblázatban lévő érvek hangzottak el.

15. táblázat: Érvek a különféle üzlettípusok mellett

	KISÜZLET	SZUPER/HIPERMARKET	HENTES/ZÖLDSÉGES
ÉRVEK	Közel van	Minden egy helyen	Friss az áru
	Időtakarékos	Széles áruválaszték	Helyi termelők
	Jó, ha valami sürgősen kell	Lehet nézelődni/válogatni	

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoportos interjú

A *zsebpénz* kisebb nagyobb hányadát attól függően, hogy mennyit kapnak, ételekre költik. Legyen az uzsonna, édesség, rágsálnivaló vagy gyorsétel a barátokkal. Amikor ételt/élelmiszert vásárolnak a 16. táblázatban lévő szempontokat veszik leginkább figyelembe a fókuszcsoportok. Mindhárom csoportban az *elsődleges szempont az íz*. A legérzékenyebbek a romániai magyar és a magyar csoporttagok, mivel az összesített eredmények alapján nekik a leglényegesebb szempontok között szerepel, a megfelelő ár/érték arány. A romániai magyar interjúalanyoknak lényeges a család vásárlási szokásainak követése és hogy hagyományos legyen a megvásárolandó élelmiszer. Velük ellentétben a román fiatalok az újdonságtartalomra fektetik a nagyobb hangsúlyt és számít az adott márka ismertsége is. A *top három vásárlási szempont* között szerepel mindegyik fókuszcsoportban: *frissesség, egészség, vitamintartalom, szavatossági idő*.

16. táblázat: Az interjúalanyok legfontosabb élelmiszervásárlási szempontjai

Rangsor	SZEMPONTOK		
	Román	Romániai magyar	Magyar
1	Íz Újdonságtartalom Kiszerelés Frissesség	Íz Egészséges Megéri az árát Akciós	Íz Egészséges Megéri az árát Kiszerelés Frissesség
2	Illat Egészséges Csomagolás/látvány Megéri az árát Ismert márka	Frissesség Szavatossági idő Családi szokások	Illat Szavatossági idő Vitamintartalom
3	Környezetbarát csomagolás Vitamintartalom Kiváló minőség Értékesítési hely kinézete Életérzést képvisel Szavatossági idő	Csomagolás/látvány Vitamintartalom Kiváló minőség Hagyományos	Gyártói márka Kalóriatartalom Családi szokások Értékesítési hely kinézete Akciós Nyerni lehet vele Származási hely

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoportos interjú

C4: A középiskolások értékrendszerének, életstílusának megismerése.

6.2.8. Az interjúalanyok értékrendszere, életstílus jegyei

A fókuszcsoportos interjúk utolsó szakaszában a csoportok értékrendszerét és életstílus jegyeit vizsgáltam meg. Erre azért volt szükség, mert szerintem az egyén fogyasztói szokásait nagymértékben definiálja az, hogy mit tart fontosnak az életben, mi képvisel értéket számára. A 17. táblázat tartalmazza az általam megadott értékek összesített fontossági sorrendjét a fókuszcsoportok körében. A csoportok legfontosabb értékei között szerepel a *család, barátok és az egészség*. A *tradíciók tisztelete* az erdélyi fiataloknak fontosabb, mint a magyar csoportnak, akárcsak a *vallásos hit*. Úgy tűnik, nem adnak mások véleményére és a divat követése sem elsődleges szempont az életükben. A román és magyar fiataloknak egyaránt lényeges az önállóság és a nyugodt élet. A romániai magyaroknál ez nem annyira esszenciális. A magyar fiatalok modernebb gondolkodását tükrözi, hogy náluk került a legelőkelőbb helyre a környezetvédelem. Viszont ami az új dolgok kipróbálását illeti, nyitottabbak az erdélyi csoporttagok.

17. táblázat: Az interjúalanyok értékrendszere/életstílusa

Rangsor	ÉRTÉKEK/ÉLETSTÍLUS JEGYEK		
	Román	Romániai magyar	Magyar
1	Család Egészség Biztonság Élmény teli élet	Család	Egészség
2	Önállóság Nyugodt élet	Élmény teli élet Barátok Siker/karrier	Önállóság Nyugodt élet Család Szabadidő
3	Barátok Közösségbe tartozás Tanulás/tudás Szabadidő Siker/karrier	Egészség Biztonság Új dolgok kipróbálása Bulizás	Barátok
4	Új dolgok kipróbálása	Önállóság Utazás/nyaralás	Élmény teli élet Tanulás/tudás Környezetvédelem Takarékosság
5	Bulizás Utazás/nyaralás Vallásos hit	Közösségbe tartozás Tanulás/tudás Szabadidő Pörgő életvitel Nyugodt élet	Közösségbe tartozás Utazás/nyaralás Siker/karrier Biztonság Új dolgok kipróbálása
6	Gazdagság Tradíciók tisztelete Pörgő életvitel	Gazdagság Tradíciók tisztelete Takarékosság Vallásos hit	Gazdagság Pörgő életvitel Bulizás
7	Divat követése Környezetvédelem Takarékosság	Divat követése	Divat követése
8	Mások véleménye	Környezetvédelem Hatalom	Mások véleménye Hatalom Tradíciók tisztelete
9	Hatalom	Mások véleménye	Vallásos hit

Forrás: Saját kutatás (2011), fókuszcsoporthozos interjú

A fókuszcsoporthozos interjúk során választ kaptam a kutatási céljaimra, de hiba lenne az eredmények alapján mélyreható következtetéseket levonni, mivel a beszélgetések kis mintán (3x6 fő) kerültek lebonyolításra, bár a kapott eredmények jelzésértékűek. A kutatásom további részeként a fókuszcsoporthozos interjúk eredményeinek igazolása/cáfolata valamint újabb információk nyerése érdekében *kérdőíves felmérést* végzek.

7. PRIMER KUTATÁS, KÉRDŐÍVES MEGKÉRDEZÉS, A KÖZÉPISKOLÁSOK ÉLELMISZERFOGYASZTÓI MAGATARTÁSÁNAK VIZSGÁLATA

Ebben a fejezetben a *kérdőíves megkérdezésem kutatási tervét és eredményeit* mutatom be, a korábban lebonyolított fókuszcsoporthoz interjúk megállapításaiból kiindulva.

7.1. KUTATÁSI TERV

7.1.1. Kutatási probléma

Standard interjúm során továbbra is a *magyar és erdélyi középiskolás fiatalok táplálkozási szokásait, ételmiszerfogyasztói prezenciáit* vizsgálom. Arra vagyok leginkább kíváncsi, hogy a fókuszcsoporthoz interjúk eredményei, a csoportok jellegzetes étkezési szokásai, a hasonlóságok és különbségek mennyire jellemzik majd a nagyobb számú mintát. A feladattervben meghatározásra kerülnek a kutatási célok, hipotéziseim és a kutatás körülményei.

7.1.2. Kutatási célok

- **Cél 1: A középiskolások ételmiszerfogyasztói magatartásának vizsgálata.**

Kérdőíves felmérésem első és egyben legkomplexebb célja a középiskolások ételmiszerfogyasztói magatartásának vizsgálata. Céлом feltárni a magyar és erdélyi fiatalok étkezési szokásait a kulturális tényezők vonatkozásában. Kitérek a táplálkozásukat befolyásoló tényezőkre, étkezéseik rendszerességére és minőségére, az egyes élelmiszerek és italok fogyasztási gyakoriságára, valamint a házon kívüli étkezési szokásaikra.

- **Cél 2: A középiskolások egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdjei, BROCA Indexe.**

Második célom megismerni a középiskolások egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdjeit. A BROCA Index (ideális testtömeg meghatározásának egyik módszere) segítségével megvizsgálom, hogy mennyire jellemző a túlsúly a magyar és erdélyi fiatal megkérdezettekre. A gyermekkori elhízás egyik kiváltó oka a helytelen táplálkozás, ezért fontosnak tartom e tényező vizsgálatát is.

- **Cél 3: Összefüggések elemzése a középiskolások demográfiai jellemzői és étkezési szokásai között.**

Harmadik célkitűzésem feltárni, hogy az egyes demográfiai jellemzők milyen mértékben determinálják a fiatalok étkezési szokásait. Kíváncsi vagyok arra is, hogy kimutat-

ható-e valamilyen összefüggés a BROCA indexek negatív/pozitív eredményei és az egészséges táplálkozáshoz való viszonyulás között.

7.1.3. Kutatási hipotézisek

Kutatási céljaimmal összhangban és a mélyinterjúk eredményeire támaszkodva a hipotézisem a következők:

- **Hipotézis 1: A válaszadók közül az erdélyi fiatalokra a legjellemzőbbek az étkezés-sel kapcsolatos vallási tradíciók.**

A fókuszcsoporthoz tartozó interjúk eredményei és személyes tapasztalataim alapján azt feltételezem, hogy a magyar fiatalok étkezési szokásaira kevésbé jellemzőek a különféle vallási hagyományok, mint az erdélyi fiatalokra, akiknél még élnek ezek a konvenciók, tradíciók.

- **Hipotézis 2: A minta többségének táplálkozási szokásait a család befolyásolja a leginkább.**

Megítélésem szerint a középiskolások táplálkozási szokásaira a család gyakorolja a legnagyobb befolyásoló hatást, mivel még a szüleiktől függenek és a zsebpénzen kívül nem nagyon rendelkeznek önálló jövedelemmel.

- **Hipotézis 3: A válaszadók gyorsétteremben étkeznek a leggyakrabban házon kívül.**
Napjainkban a gyorséttermek virágkorukat élik és igen csak kedveltek a fiatalok körében. Bár a kvalitatív kutatásom alanyai ritkán étkeznek gyorsétteremben, mégis a házon kívüli étkezési lehetőségek közül ezt preferálják a leginkább.

- **Hipotézis 4: A megkérdezettek közül kevesen figyelnek nagyon az egészséges táplálkozásra.**

A zsúfolt időbeosztás és a rohanó életvitel miatt véleményem szerint – melyet a mélyinterjúk is alátámasztanak – a középiskolások annak ellenére, hogy tisztában vannak a helyes táplálkozás irányelveivel, nem fordítanak kellő figyelmet a kiegyensúlyozott és rendszeres táplálkozásra.

- **Hipotézis 5: Összefüggés mutatható ki a minta BROCA indexe és az egészséges táplálkozáshoz való viszonyulása között.**

Véleményem szerint összefüggés mutatható ki a minta egészséges táplálkozáshoz való viszonyulása és a BROCA indexének pozitív vagy negatív eredményei között.

7.1.4. A kutatás módszere, eszköze

- **A kutatás módszere:** primer jellegű, standard interjú, személyes megkérdezés.

- **A kutatás eszköze:** standardizált kérdőív, mely többnyire zárt kérdéseket tartalmaz (9. melléklet).

A kérdőív pontosítása érdekében próbakérdezést hajtottam végre, összesen 20 középiskolán teszteltem le az összeállított kérdőívet.

A kérdőív kérdéseinek kialakításakor szem előtt tartottam a kutatási tervben meghatározott célokat és hipotéziseket (18. táblázat).

18. táblázat: A kutatási célok, hipotézisek és a kérdőív kérdései közötti összefüggések

Célok	Hipotézisek	Kérdőív kérdései
1. A középiskolások ételmi-szerfogyasztói magatartásának vizsgálata	1. A válaszadók közül az erdélyi fiatalokra a legjellemzőbbek az étkezéssel kapcsolatos vallási tradíciók	2., 5., 6., 7., 8.
	2. A minta többségének táplálkozási szokásait a család befolyásolja a leginkább	3., 11.
	3. A válaszadók gyorsétteremben étkeznek a leggyakrabban házon kívül	9.
2. A középiskolások egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdjei	4. A megkérdezettek közül kevesen figyelnek nagyon az egészséges táplálkozásra	1., 4., 10.
3. Összefüggések elemzése a középiskolások demográfiai jellemzői és étkezési szokásai között	5. Összefüggés mutatható ki a minta BROCA Indexe és az egészséges táplálkozáshoz való viszonyulása között	2-17.

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés

7.1.5. A kutatás körülményei, mintavételi terv

- **A kutatás ideje:** 2011. október 4-10.
- **A kutatás helye:** Szatmárnémeti (Románia) és egy magyar város (az OTDK szabályzata miatt nem kerül megnevezésre).
- **Mintavételi terv:**
 - *Alapsokaság:* a kiválasztott két város középiskolás tanulói.
 - *Mintavétel módja:* nem reprezentatív, önkényes mintavétel.
 - *Minta nagysága:* 300 fő, nemzetiségenként 100-100 fős mintával számolva.

7.2. A KÉRDŐÍVES MEGKÉRDEZÉS EREDMÉNYEI

Ebben a fejezetben a *kérdőíves felmérésem* eredményeit mutatom be. A standard kérdőívek statisztikai feldolgozására a STATISTICA 10 programot használtam. Az elemzés során összehasonlítottam a magyar és erdélyi középiskolások válaszait, mivel elsődleges célom az étkezési szokásaik közötti hasonlóságok és különbségek feltárása volt. Ebben az elemzési egységben többnyire leíró statisztikákat (*gyakoriság, súlyozott számtani átlag, szórás, variancia, megoszlási index*) alkalmaztam. Az elemzés második felében korrelációs összefüggés vizsgálatokat készítettem illetve megvizsgáltam a tárgyköri kérdések és a minta demográfiai jellemzői közötti összefüggéseket, az ANOVA féle *variancia-analízis* segítségével. A módszer abból a nullhipotézisből indul ki, hogy a válaszok átlagai minden mintában azonosak. Ha a vizsgálat során a magyarázó változók (pl. kor, nem) és a magyarázandó változók (pl. étkezési szokások) közötti szignifikanciaszint $< 0,05$ akkor elvetjük a nullhipotézist, mivel statisztikailag alátámasztható, hogy pl. a demográfiai jellemzők szerinti csoportok étkezési szokásai között különbségek vannak (Székelyi-Barna, 2004). A kapott eredményeket *keresztáblákban* és *magyarázó modellekben* szemléltettem (minta a 12. mellékletben).

A kutatás során több vizsgálatra is sor került, de a dolgozatban csak az érdekesebb és a hipotéziseim igazolására/cáfolatára kiterjedő eredményeket mutatom be.

7.2.1. A minta általános demográfiai jellemzői

A 19. táblázatban foglaltam össze a minta demográfiai jellemzőit. A megkérdezettek száma eredetileg 300 középiskolás fő volt, melyből az értékelhető kérdőívek száma 280 lett. Azonban azért, hogy megmaradjon a nemzetiségek hasonló aránya, 250 kérdőív került feldolgozásra. A minta megoszlása nemzetiségek szerint: román fiatalok 32%, magyar és romániai magyar fiatalok 34-34%. A nemek tekintetében a román és magyar mintába a lányok nagyobb számmal kerültek be, mely annak köszönhető, hogy a kutatásba bevont középiskolákban magasabb volt a lányok aránya és persze az érvénytelen kérdőívek is rontották ezt az arányt. A megkérdezettek közül a román és magyar mintába a 14–16 éves korosztály volt többségben (75%-58%), míg a romániai magyarban a 17–18 évesek (49%). A román és romániai magyar mintában majdnem fele-fele arányban voltak a városi és falusi válaszadók, míg a magyar mintában a falusi megkérdezettek voltak többségben (65%). A megkérdezettek többsége 5000 Ft feletti zsebpénzzel rendelkezik havonta (RO: 65%, HU: 56%, RM: 71%) és ebből élelmiszerre/ételre átlagosan a magyar fiatalok költenek a legkevesebbet havonta (2458 Ft).

19. táblázat: A válaszadók demográfiai jellemzői

Megnevezés		Megoszlás (%)			
		RO	HU	RM	Teljes minta
Nemzetiség		32,00	34,40	33,60	100,00
Nem	Lány	68,75	72,09	51,19	64,00
	Fiú	31,25	27,91	48,81	36,00
Kor	14–16	75,00	58,14	21,43	51,20
	17–18	17,50	13,95	48,81	26,80
	18 felett	7,50	27,91	29,76	22,00
Lakhely	Város	46,25	34,88	50,00	43,60
	Falu	53,75	65,12	50,00	56,40
Havi zsebpénz	5000 Ft alatt	35,00	43,02	29,76	36,00
	5001–10000 Ft	18,75	37,21	41,67	32,80
	10001–15000 Ft	16,25	16,28	17,86	16,80
	15001–30000 Ft	20,00	2,33	9,52	10,40
	30000 Ft felett	10,00	1,16	1,19	4,00
Élelmiszerre/ételre költött átlagos pénzösszeg (Ft)		6171,88	2458,14	5395,24	4633,40
N=250					

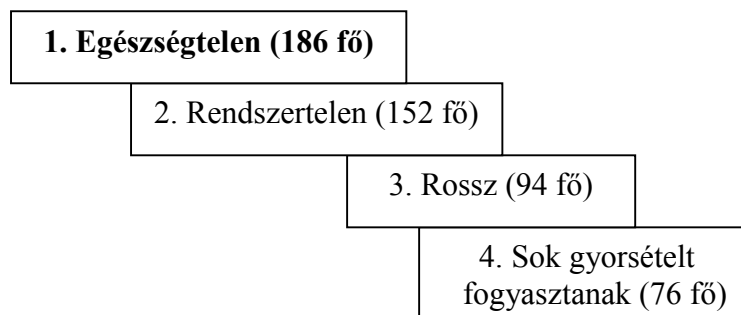
Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés

7.2.2. A középiskolások ételmisszerfogyasztói magatartása

A kérdőív első logikai egységében a válaszadók étkezési hagyományait és szokásait vizsgáltam, kitérve a táplálkozásukat befolyásoló tényezőkre, étkezéseik rendszerességére és minőségére, az egyes élelmiszerek és italok fogyasztási gyakoriságára, valamint a házon kívüli étkezési szokásaikra.

7.2.2.1. Vélemények a középiskolások táplálkozási szokásairól

A kérdőívet egy a témára hangoló, nyitott kérdéssel indítottam, melyben arra kérdeztem rá, hogy mi a véleménye a válaszadóknak általában véve a középiskolások táplálkozási szokásairól (19. ábra).



19. ábra: Vélemények a középiskolások táplálkozási szokásairól (%)

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

A válaszadók közel 90%-a negatív töltetű válaszokat adott. A leggyakrabban elhangzott jelzők a következők voltak: *egészségtelen (186 fő), rendszertelen (152 fő), rossz (94 fő), sok gyorsételt fogyasztanak (76 fő)*. Többen megjegyezték, hogy az iskola miatt étkeznek rendszertelenül, mivel rövidek a szünetek és főleg az erdélyi válaszadók sulijában nincs menza így nem tudnak meleg ételt fogyasztani. A minta csupán 10%-a találta kielégítőnek vagy éppen jónak a középiskolások táplálkozási szokásait.

7.2.2.2. *Étkezési szokások a kulturális tényezők vonatkozásában*

Az összesített eredmények alapján több hasonlóság is mutatkozik a nemzetiségek étkezési hagyományai és szokásai között (20. táblázat). Minden ünnepnek meg vannak a *jellegzetes ételei* a családjukban illetve különbséget tesznek a *hétköznapi és ünnepi étkezéseik* között, viszont szülőktől/nagyszülőktől tanult és vallási étkezési hagyományaik nincsenek. Ez az eredmény **megcáfolja** első hipotézisemet (**C1-H1**), mely szerint **a válaszadók közül az erdélyi fiatalokra a legjellemzőbbek az étkezéssel kapcsolatos vallási tradíciók**. A válaszadók szerint a gyermekkorban kialakult ízlésvilág idővel változik (RO: 3,29, HU:3,80, RM: 3,92) viszont a szülőktől való elkerülést követően nem szeretnének változtatni táplálkozási szokásaikon. A standard eredmények szerint ennek valószínűleg az oka, hogy már *most is maguk döntenek arról, hogy mit esznek* (RO: 3,96, HU: 4,10, RM: 4,11) és a válaszok átlagai alapján nem nagyon vannak *étkezési szabályaik* sem. Marketing szempontból ez igen kedvező, mivel étkezési döntéseikben szüleiktől „független” vagy éppen szüleiket befolyásoló potenciális szegmensként tekinthetjük őket, viszont a szülői kontroll hiánya gyakran az egészségtelen táplálkozási szokások kialakulásához vezethet.

20. táblázat: Nemzetiségek szerinti étkezési szokások és tradíciók

Étkezési szokások és tradíciók	TELJES MINTA (N=250)				HU (N=86)				RO (N=80)				RM (N=84)			
	Sorrend	Átlag	Szórás	Relatív szórás (%)	Sorrend	Átlag	Szórás	Relatív szórás (%)	Sorrend	Átlag	Szórás	Relatív szórás (%)	Sorrend	Átlag	Szórás	Relatív szórás (%)
<i>Minden ünnepnek megvannak a jellegzetes ételei a családban</i>	1	4,15	1,21	29,21	1	4,30	0,99	23,13	2	3,85	1,40	36,29	1	4,29	1,19	27,72
<i>Én döntöttem el, hogy mit eszem</i>	2	4,06	1,11	27,22	2	4,10	0,85	20,82	1	3,96	1,31	32,98	2	4,11	1,13	27,52
<i>A gyermekkorban kialakult ízlésvilág idővel változhat</i>	3	3,68	1,28	34,77	4	3,80	1,05	27,60	6	3,29	1,48	44,93	3	3,92	1,21	31,01
<i>Különbséget teszek az ünnepi és hétköznapi étkezés között</i>	4	3,67	1,33	36,22	3	3,81	1,21	31,80	3	3,46	1,37	39,52	4	3,71	1,39	37,51
<i>Mindig együtt étkezik a család</i>	5	3,18	1,11	35,03	5	3,20	0,87	27,06	4	3,41	1,12	32,87	6	2,93	1,28	43,64
<i>Az élelmiszerek többségét magunk termeljük meg otthon</i>	6	2,88	1,38	48,03	9	2,28	1,05	45,97	5	3,35	1,28	38,32	5	3,05	1,56	51,16
<i>Szülőktől/Nagyszülőktől tanult hagyományoknak megfelelően étkezem</i>	7	2,55	1,37	53,69	7	2,81	1,18	42,05	7	2,60	1,43	54,94	10	2,23	1,43	64,42
<i>Vannak étkezési szabályaim</i>	8	2,51	1,32	52,55	6	2,91	1,16	40,06	10	2,21	1,23	55,56	8	2,38	1,46	61,13
<i>Ha független leszek szüleimtől, változtatok étkezési szokásaimon</i>	9	2,47	1,34	54,12	8	2,49	1,22	49,22	8	2,48	1,36	54,92	7	2,44	1,43	58,76
<i>Vannak ételek/élelmiszerek, amelyek szimbolikus tartalommal bírnak számomra</i>	10	2,10	1,31	62,47	10	1,83	1,05	57,72	11	2,20	1,32	59,81	9	2,29	1,50	65,69
<i>Vannak étkezéssel kapcsolatos vallási hagyományaim</i>	11	2,00	1,34	66,92	11	1,66	1,04	62,30	9	2,21	1,46	66,18	11	2,14	1,43	66,84

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés

A szórások 1 feletti értéke miatt nem tekinthetők homogén csoportnak a nemzetiségek az étkezési szokásaik/tradícióik alapján, ezért azt is megvizsgáltam, hogy a különféle étkezési tradíciók, szabályok függenek-e a válaszadók demográfiai jellemzőitől. Az *ANOVA* *féle varianciaanalízisem* alapján a 21. táblázatban lévő ismérvek függenek a válaszadók nemétől, korától és lakhelyétől. A modellből az is leolvasható, hogy a 18 év feletti korosztály gondolja úgy leginkább, hogy a gyermekkorban kialakult ízlésvilág idővel változhat és maguk döntenek arról, hogy mit esznek. Étkezési szabályaik inkább a lányoknak vannak.

21. táblázat: Az étkezési szokások/tradíciók és a demográfiai jellemzők összefüggései

Megnevezés	Modell magyarázó ereje (%)	Nem		Lakhely		Életkor		
		Lány	Fiú	Város	Falu	14–16	17–18	18 felett
		Átlag						
Vannak étkezési szabályaim	82,31	2,65	2,26	2,46	2,55	2,47	2,42	2,71
Minden ünnepnek megvannak a jellegzetes ételei a családomban	85,45					4,02	4,00	4,64
A gyermekkorban kialakult ízlésvilág idővel változhat	84,28					3,48	3,79	3,98
Én döntöm el, hogy mit eszem	84,99					3,89	4,22	4,25
ANOVA féle varianciaanalízis modell, sig<0,05								

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

7.2.2.3. Táplálkozási szokásokat befolyásoló személyek és tényezők

A kutatás eredményei alapján látható, hogy az romániai magyar fiatalok táplálkozási szokásait befolyásolják a legkevésbé a különféle tényezők és személyek (22. táblázat). A magyar és román válaszadókra a *szülők*, majd az *időbeosztás* gyakorolja a legnagyobb hatást az étkezési szokásaikat illetően. Viszont a romániai magyarokat inkább az *időbeosztás*, majd az *érzelmek* és a *szülők*. Második hipotézisem (C1-H2) szerint a minta többségének táplálkozási szokásait a család befolyásolja a leginkább, mely a standard interjú eredményei alapján **beigazolódott**.

A reklámok abszolút nem befolyásolják a válaszadókat, viszont a magyar középiskolásoknak számítanak a *korábbi tapasztalatok* is.

22. táblázat: Táplálkozási szokásokat befolyásoló tényezők, nemzetiségek szerint

Befolyásoló személyek és tényezők	TELJES MINTA (N=250)				HU (N=86)				RO (N=80)				RM (N=84)			
	Sorrend	Átlag	Szórás	Relatív szórás (%)	Sorrend	Átlag	Szórás	Relatív szórás (%)	Sorrend	Átlag	Szórás	Relatív szórás (%)	Sorrend	Átlag	Szórás	Relatív szórás (%)
<i>Szülők</i>	1	3,30	1,23	37,29	1	3,65	0,81	22,14	1	3,40	1,38	40,69	3	2,83	1,30	45,78
<i>Nagyszülők</i>	2	3,27	1,39	42,50	7	2,42	1,26	52,09	5	2,44	1,40	57,59	9	1,77	1,00	56,27
<i>Egyéb családtag</i>	3	2,85	1,56	54,59	11	1,78	0,93	52,02	8	2,25	1,31	58,10	11	1,49	0,94	63,02
<i>Barátok</i>	4	2,77	1,52	54,87	9	1,95	1,08	55,47	11	1,99	1,13	56,89	10	1,71	1,10	64,39
<i>Anyagi helyzet</i>	5	2,60	1,38	53,27	6	2,70	1,23	45,51	4	2,47	1,56	62,98	7	2,38	1,41	59,36
<i>Időbeosztás</i>	6	2,52	1,40	55,69	2	3,51	1,31	37,26	2	3,00	1,44	48,03	1	3,29	1,39	42,41
<i>Évszakok</i>	7	2,34	1,32	56,48	4	2,88	1,34	46,50	7	2,36	1,39	58,81	5	2,52	1,38	54,83
<i>Érzelmek</i>	8	2,21	1,26	57,20	5	2,73	1,47	53,67	3	2,84	1,55	54,49	2	2,99	1,66	55,59
<i>Környezeti hatások</i>	9	2,11	1,57	74,22	8	2,34	1,30	55,54	9	2,19	1,23	56,39	6	2,50	1,43	57,08
<i>Korábbi tapasztalatok</i>	10	2,00	1,22	61,32	3	3,17	1,32	41,62	6	2,38	1,32	55,40	4	2,74	1,78	65,16
<i>Reklámok</i>	11	1,88	1,11	58,81	10	1,87	1,04	55,45	10	2,06	1,28	61,88	8	2,06	1,35	65,43

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés

Kíváncsi voltam, hogy kimutatható-e valamilyen összefüggés a válaszadók nem/kora/lakhelye és a különböző ismérvek táplálkozási szokásaikra gyakorolt hatása között. A *varianciaanalízis alapján szignifikáns a kapcsolat a 23. táblázatban* lévő változók tekintetében. Az átlagok jól szemléltetik, hogy *a kor előrehaladtával egyre kevésbé befolyásolják a szülők a fiatalok étkezési szokásokat*. Ez reális összefüggés, mivel a fiatalok előbb vagy utóbb leválnak szüleikről és önálló fogyasztókká válnak. A középiskolás korszak pedig pont ennek a folyamatnak a kezdete. A modell egy másik megállapítása, hogy *a lányok táplálkozása jobban függ az érzelmektől és a környezeti hatásoktól, mint a fiúké*.

23. táblázat: Táplálkozási szokásokat befolyásoló tényezők és a demográfiai jellemzők összefüggései

Megnevezés	Modell magyarázó ereje (%)	Nem		Lakhely		Életkor		
		Lány	Fiú	Város	Falu	14–16	17–18	18 felett
		Átlag						
<i>Szülők</i>	89,15					3,55	3,12	2,93
<i>Érzelem</i>	86,11	3,24	2,16					
<i>Környezeti hatások</i>	94,15	2,53	2,01					
ANOVA féle varianciaanalízis modell, sig<0,05								

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

7.2.2.4. *Étkezések rendszeressége és minősége*

A megkérdezettek nemzetiségek szerint a 24. táblázatban látható gyakorisággal étkeznek az ajánlott napi táplálkozási időközökben. Egy átlagos hétköznapon a román válaszadók 55%-a gyakran reggelizik, akár csak a magyar fiatalok 66%-a. A romániai magyaroknak viszont csak a 39,29%-a. Tízóraizni a romániai magyarok (41,67%) és a magyar (56,98%) válaszadók szoktak a leggyakrabban. Pozitív eredmény továbbá, hogy *a fiatalok zömében meleg ételt ebédelnek, főleg a magyar válaszadók* (RO: 56,25%-a, RM: 53,57%-a, HU: 91, 86%-a). Uzsonnázni a román (50,00%) és magyar (38,37%) középiskolások javarészt néha, a romániai magyarok (57,14%) pedig gyakran szoktak. Az erdélyi fiatalok nagyobb arányban fogyasztanak meleg vacsorát, mint hideget (RO: 67,50%, RM: 73,81%), ezzel szemben a magyar fiatalok meleg vacsorát csak néha (46,51%), hideget pedig gyakrabban (46,51%). A megkérdezettek túlnyomó része (RO:51,25%, RM: 66,67%, HU: 47,67%) gyakran nassol hétköznaponként. *A hétköznapi és hétvégi étkezési szokások között eltérések* mutatkoznak. Hétvégén nagyobb arányban reggeliznek a fiatalok (RO: 66%, RM: 55,95, HU: 83,72), talán mert nem kell suliba menni és van idejük nyu-

godtan enni otthon. A romániai magyar és magyar válaszadók a hétköznapi gyakori tízórazással szemben hétvégén csak néha tízórazik. Hétvégén a megkérdezettek nagyobb arányban fogyasztanak meleg ebédet, a legtöbben pedig a magyar válaszadók (RO: 63,75%, RM: 89,29%, HU: 96,51%). A magyar és román fiatalok uzsonnázási szokásai nem változnak számottevően hétvégenként, viszont a román megkérdezettek gyakrabban uzsonnáznak hétvégenként, mint hétköznap. *Meglepő eredmény, hogy a magyar válaszadók többségére hétvégén sem jellemző a meleg vacsora fogyasztása.*

Összegezve: az erdélyi fiatalok a meleg vacsorát, a magyar válaszadók pedig a meleg ebédet preferálják inkább. Ennek az lehet az oka, hogy az erdélyi minta sulijában nincs menza, csak büfé így a meleg étel fogyasztása a vacsoraidőre tolódik ki.

24. táblázat: Étkezések rendszeressége (%)

Hétköznapiakon									
	Fogyasztás gyakorisága	Reggeli	Tízórai	Meleg ebéd	Hideg ebéd	Uzsonna	Meleg vacsora	Hideg vacsora	Nasi
RO	<i>Gyakran</i>	55,00	23,75	56,25	12,50	38,75	67,50	10,00	51,25
	<i>Néha</i>	41,25	55,00	33,75	53,75	50,00	28,75	56,25	40,00
	<i>Szinte soha</i>	3,75	21,25	10,00	33,75	11,25	3,75	33,75	8,75
RM	<i>Gyakran</i>	39,29	41,67	53,57	21,43	57,14	73,81	21,43	66,67
	<i>Néha</i>	39,29	30,95	32,14	47,62	27,38	20,24	38,10	23,81
	<i>Szinte soha</i>	21,43	27,38	14,29	30,95	15,48	5,95	40,48	9,52
HU	<i>Gyakran</i>	59,30	56,98	91,86	4,65	25,58	31,40	46,51	47,67
	<i>Néha</i>	20,93	27,91	4,65	47,67	38,37	46,51	43,02	43,02
	<i>Szinte soha</i>	19,77	15,12	3,49	47,67	36,05	22,09	10,47	9,30
Hétvégén/Ünnepnap									
RO	<i>Gyakran</i>	66,00	22,50	63,75	11,25	51,25	71,25	8,75	55,00
	<i>Néha</i>	27,50	57,50	31,25	53,75	37,50	22,50	57,50	36,25
	<i>Szinte soha</i>	6,25	20,00	5,00	35,00	11,25	6,25	33,75	8,75
RM	<i>Gyakran</i>	55,95	28,57	89,29	16,67	29,76	83,33	23,81	76,19
	<i>Néha</i>	32,14	36,90	9,52	38,10	23,81	11,90	34,52	16,67
	<i>Szinte soha</i>	11,90	34,52	0,00	45,24	46,43	4,76	41,67	7,14
HU	<i>Gyakran</i>	83,72	20,93	96,51	2,33	24,42	47,67	39,53	54,65
	<i>Néha</i>	12,79	32,56	2,33	22,09	41,86	40,70	41,86	39,53
	<i>Szinte soha</i>	3,49	46,51	1,16	75,58	33,72	11,63	18,60	5,81

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

A 25. táblázat a főétkezések gyakoriságát mutatja be életkor és nem szerinti megoszlásban. Látható, hogy rendszerességét és minőségét tekintve a lány válaszadók és a 14–16 éves korosztály táplálkozik a legmegfelelőbbben.

25. táblázat: Étkezések rendszeressége életkor és nemek szerint

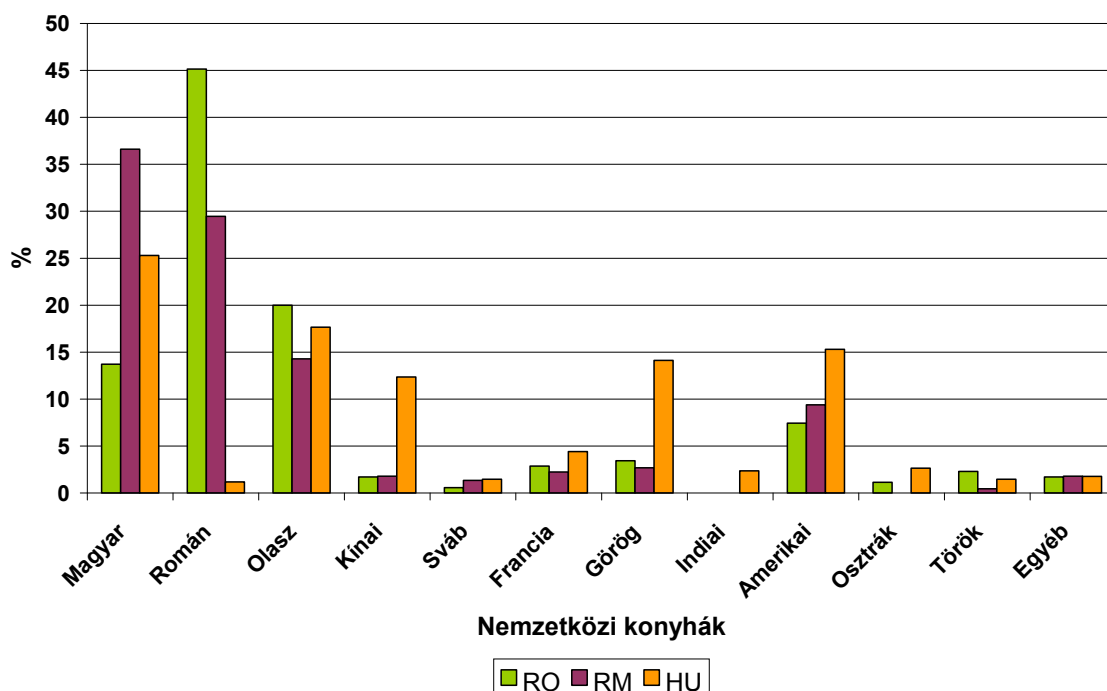
Megnevezés			ÉLETKOR			NEM	
			14–16	17–18	18 felett	Lány	Fiú
			%				
HÉTKÖZNAP	Reggeli	Gyakran	26,80	11,60	12,80	32,80	18,40
		Néha	17,20	9,20	7,20	22,00	11,60
		Szinte soha	7,20	6,00	2,00	9,20	6,00
	Meleg ebéd	Gyakran	36,40	14,00	17,20	44,00	23,60
		Néha	11,20	8,80	3,20	15,20	8,00
		Szinte soha	3,60	4,00	1,60	4,80	4,40
	Meleg vacsora	Gyakran	28,40	15,60	13,20	31,60	25,60
		Néha	17,60	8,00	6,40	23,60	8,40
		Szinte soha	5,20	3,20	2,40	8,80	2,00
HÉTVÉGÉN/ÜNNEPNAP	Reggeli	Gyakran	37,20	15,20	16,40	44,40	24,40
		Néha	11,20	8,80	4,00	16,00	8,00
		Szinte soha	2,80	2,80	1,60	3,60	3,60
	Meleg ebéd	Gyakran	40,96	22,89	20,08	51,81	32,13
		Néha	8,84	3,21	2,01	10,84	3,21
		Szinte soha	1,61	0,40	0,00	1,20	0,80
	Meleg vacsora	Gyakran	33,20	19,60	14,40	39,20	28,00
		Néha	15,20	5,60	4,40	18,40	6,80
		Szinte soha	2,80	1,60	3,20	6,40	1,20

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

7.2.2.5. Otthon fogyasztott nemzetközi ételek és íz preferenciák

Az otthon fogyasztott nemzetközi ételek tekintetében a standard interjú igazolja a kvalitatív kutatásom eredményeit (20. ábra). A romániai magyar válaszadók szinte fele-fele arányban fogyasztanak otthon magyar (36,61%) és román ételeket (29, 46%). Az egyéb nemzetközi konyhák ételei közül a legkedveltebb az olasz (14,29%) és az amerikai (9,38%). A román megkérdezettek 45,14%-a román ételeket eszik otthon, viszont magyar ételeket is jelentős arányban fogyasztanak (13,71%). A nemzetközi ételek közül a romániai magyar válaszadókhoz hasonlóan az olasz (20%) és amerikai (7,43%) ételeket részesítik előnyben. Érdekes eredmény, hogy a magyar válaszadóknak csak a 25%-a fogyaszt otthon magyaros ételeket. A nemzetközi ételek közül a magyar fiatalok olasz (17,65%), amerikai (15, 29%), görög (14,12%) és kínai (12,35%) ételeket is magas arányban fogyasztanak otthon.

Összegezve: a standard interjú eredményei is azt támasztják alá, hogy az erdélyi fiatalok étrendjében fontos szerepet töltenek be a magyar ételek, tehát reális javaslatnak tűnik a magyar élelmiszerek intenzívebb bevezetése az erdélyi piacra.



20. ábra: Otthon fogyasztott nemzetközi ételek

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

A 26. táblázatban a megkérdezett fiatalok íz preferenciái láthatóak a demográfiai jellemzők függvényében.

26. táblázat: Megszokott vs. új ízek kedveltsége

Megnevezés	Megszokott	Új	Mindkettő
	%		
RO	13,75	17,50	68,75
HU	19,77	3,49	76,74
RM	16,67	13,10	70,24
Lány	16,88	7,50	75,63
Fiú	16,67	17,78	65,56
14–16	16,41	11,72	71,88
17–18	11,94	10,45	77,61
18 felett	23,64	10,91	65,45
Falu	17,43	14,68	67,89
Város	16,31	8,51	75,18

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

A válaszadó középiskolások legnagyobb hányada az új és megszokott ízeket egyaránt kedveli (RO: 68,75%, HU: 76,74%, RM: 70,24%). Meglepő eredmény, hogy kifejezet-

ten új ízekeket a román válaszadók (17,50%) kedvelnek a legjobban és legkevésbé a magyar fiatalok (3,49%), akik étrendje az otthon fogyasztott nemzetközi ételek szerint a legváltozatosabb. *A fiú válaszadók jobban kedvelik az új ízekeket, mint a lányok és életkortól, lakhelytől függetlenül nagyobb arányban kedveltek a megszokott ízek.* Az ANOVA féle varianciaanalízis alapján nincs statisztikailag igazolható összefüggés a válaszadók demográfiai jellemzői és íz preferenciái között.

7.2.2.6. Az egyes élelmiszerek fogyasztási gyakorisága

A különféle élelmiszerek nemzetiségek szerinti fogyasztási gyakoriságának részletes táblázatait terjedelmi okok miatt az 11. mellékletben helyeztem el. Itt csak egy összesített táblázatban szemléltetem a kapott eredményeket (27. táblázat).

27. táblázat: Az egyes élelmiszerek fogyasztási gyakorisága nemzetiségek szerint (%)

Megnevezés	RO		HU		RM	
	Naponta	Hetente	Naponta	Hetente	Naponta	Hetente
Gyümölcs	51,25	43,75	51,16	41,19	54,76	38,09
Zöldség	52,50	42,50	54,65	23,26	39,95	60,72
Tejtermék	35,00	55,00	75,59	23,26	42,86	50,00
Húsféle	37,50	53,75	72,09	26,75	46,43	50,00
Felvágott	41,25	50,00	61,63	32,56	42,86	45,24
Pékáru	70,00	21,25	63,96	32,56	83,34	14,28
Édesség	53,75	38,75	46,51	48,84	60,72	35,71
Rágcsálnivaló	23,75	56,25	33,72	59,31	57,14	32,14
Konzerv	6,25	47,50	0,00	23,25	7,14	42,86
Készétel	30,00	45,00	0,00	0,00	19,04	35,72
Mirelit termékek	3,75	61,25	1,16	27,91	7,14	28,58
Tojás	16,25	62,50	3,49	83,72	20,24	66,67
„Zacsós”étel	13,75	60,00	2,33	89,53	20,24	67,86
N=250						

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés

A válaszadók fele napi rendszerességgel fogyaszt gyümölcsöt, viszont zöldséget csak a magyar és román fiatalok. A tejtermékfogyasztás tekintetében a szekunder statisztikáknak ellentmondva a magyar középiskolások fogyasztják a legtöbb tejterméket napi rendszerességgel (RO: 35,00%, HU: 75,59%, RM: 42,86%). Jelentős különbség mutatkozik a magyar és erdélyi válaszadók húsfogyasztása között is, mivel az erdélyi minta a magyarral szemben nagyobb arányban csak heti rendszerességgel fogyaszt húskészítményeket, felvágottakat (RO: 53,75%, RM: 50,00%→hetente, HU: 72,09%→naponta). A szekunder adatokat igazolja az erdélyi fiatalok magas napi pékáru fogyasztása. Míg a magyar minta 63,96%-a, addig a román 70,00%-a és a romániai magyar 83,34%-a fogyaszt naponta illetve naponta többször kenyérféléket. A legnagyobb arányban a romániai magyar minta

eszik *édességet* (RO: 53,75%, HU: 46,51%, RM: 60,72%) és *rágcsálnivalót* naponta (RO: 23,75%, HU: 33,72%, RM: 57,14%). A *konzervfogyasztás* az erdélyi mintára a legjellemzőbb (RO: 47,50%, RM: 42,86%, HU: 23,25% → hetente). Gyorsfagyasztott ételeket a román válaszadók 61, 25%-a, a magyar csupán 27,91%-a és a romániai magyar 28,58%-a fogyaszt heti rendszerességgel. *Tojást* a magyar válaszadók (83,72%) fogyasztanak a leggyakrabban heti rendszerességgel a román (62,50%) és a romániai magyar (66,67) mintával szemben. A „*zacskós*” *ételek* szintén a magyar válaszadók (HU: 89,53%, RO: 60,00%, RM: 67,86%) asztalára kerülnek a leggyakrabban heti rendszerességgel. Érdekes eredmény továbbá, hogy *vásárolt készételt* a magyar válaszadók egyáltalán nem fogyasztanak otthon napi és heti rendszerességgel.

A válaszadók ételmezőfogyasztói struktúráját a fontosabb ételmezők tekintetében megvizsgáltam az életkor és nemek függvényében is (28. táblázat). A vizsgált ételmezőket (zöldség, gyümölcs, édesség, rágcsálnivaló) nagyobb arányban fogyasztják a lányok, mint a fiúk napi rendszerességgel. Gyümölcsöt legnagyobb arányban a 14–16 éves korosztály, a többi ételmezőt pedig a 18 év felettiek.

Az ANOVA féle varianciaanalízis alapján szignifikánsan ($\text{sig} < 0,05$) függ a nemtől a gyümölcs, tojás és mirelit termékek fogyasztásának gyakorisága, az életkortól pedig a felvágottaké. A többi ételmezőkategóriánál nem mutatható ki statisztikailag igazolható összefüggés.

28. táblázat: Ételmezőfogyasztói struktúra a nem és az életkor függvényében (%)

Megnevezés		Lány	Fiú	14–16	17–18	18 felett
Gyümölcs	Naponta	42,50	24,44	39,84	26,87	38,18
	Hetente 2-3-szor	26,88	43,33	28,13	38,81	36,36
	Hetente egyszer	6,88	13,33	9,38	5,97	12,73
Zöldség	Naponta	37,50	32,22	33,59	28,36	49,09
	Hetente 2-3-szor	28,75	47,78	38,28	32,84	32,73
	Hetente egyszer	12,50	10,00	10,16	19,40	5,45
Édesség	Naponta	44,38	30,00	39,84	37,31	40,00
	Hetente 2-3-szor	29,38	38,89	33,59	28,36	36,36
	Hetente egyszer	6,88	11,11	7,81	5,97	12,73
Rágcsálnivaló	Naponta	29,38	23,33	23,44	29,85	32,73
	Hetente 2-3-szor	33,75	44,44	44,53	26,87	34,55
	Hetente egyszer	10,63	13,33	10,16	11,94	14,55
N=250						

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés

7.2.2.7. Az egyes italok fogyasztási gyakorisága

A megkérdezettek italfogyasztási szokásainak részletes táblázatait szintén az 11. mellékletben helyeztem el, az összesített eredményeket a 29. táblázat tartalmazza.

29. táblázat: Az egyes italok fogyasztási gyakorisága nemzetiségek szerint (%)

	Fogyasztás gyakorisága	Csapvíz	Szénsavas ásványvíz	Szénsavmentes ásványvíz	Tej	Szénsavas üdítő
HU	<i>Naponta</i>	0,00	66,28	43,02	43,02	52,32
	<i>Hetente 2-3-szor</i>	3,49	13,95	13,95	11,63	25,58
	<i>Hetente egyszer</i>	10,47	3,49	6,98	10,47	9,30
RO	<i>Naponta</i>	35,00	66,25	38,75	31,25	33,75
	<i>Hetente 2-3-szor</i>	25,00	10,00	23,75	20,00	36,25
	<i>Hetente egyszer</i>	15,00	2,50	2,50	11,25	7,50
RM	<i>Naponta</i>	3,57	64,29	55,96	20,24	30,95
	<i>Hetente 2-3-szor</i>	9,52	10,71	20,24	15,48	30,95
	<i>Hetente egyszer</i>	10,71	3,57	10,71	7,14	17,86
	Fogyasztás Gyakorisága	Rostos üdítő	Tea	Energiaital	Alkohol	Kávé
HU	<i>Naponta</i>	15,11	16,28	52,33	2,32	2,33
	<i>Hetente 2-3-szor</i>	25,58	37,21	19,77	6,98	4,65
	<i>Hetente egyszer</i>	24,42	20,93	6,98	6,98	11,63
RO	<i>Naponta</i>	36,25	27,50	40,00	11,25	1,25
	<i>Hetente 2-3-szor</i>	23,75	33,75	20,00	21,25	6,25
	<i>Hetente egyszer</i>	13,75	13,75	15,00	8,75	8,75
RM	<i>Naponta</i>	51,19	25,00	40,47	14,28	5,95
	<i>Hetente 2-3-szor</i>	26,19	22,62	32,14	23,81	13,10
	<i>Hetente egyszer</i>	15,48	20,24	11,90	16,67	19,05

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

A válaszadók a vizek közül a *szénsavas ásványvizet* fogyasztják a legnagyobb arányban napi rendszerességgel (64,29%–66,28%). A *szénsavmentes ásványvizet* a magyar és romániai magyar minta preferálja a legnagyobb arányban naponta. Érdekes továbbá, hogy a román válaszadók 35,00% naponta iszik *csapvizet* is, miközben a magyar minta egyáltalán nem és a romániai magyaroknak is csak a 3,57%-a. Ismét a szekunder statisztikát cáfolja az a tény, hogy a magyar válaszadók (43,02%) fogyasztanak a legnagyobb arányban *tejet* naponta. Természetesen ez az eredmény nem feltétlenül tükrözi a valóságot, a kis elemszámú és nem reprezentatív minta miatt. Az üdítők közül a magyar megkérdezettek 52,32%-a *szénsavas üdítőket* részesesíti előnyben és csak 15,11%-uk iszik *rostos üdítőket* naponta. Ezzel szemben a romániai magyar minta (51,19%) inkább *rostos üdítőt* iszik többségében naponta, *szénsavas üdítőt* pedig csak 30,95%-uk. A román válaszadók körülből azonos arányban kedvelik a *rostos* és *szénsavas üdítőket*. Úgy tűnik az *energiaital* nagy népszerűségnek örvend a válaszadók körében, mivel mindhárom nemzetiség többsé-

ge (HU: 52,33%, RO: 40,00%, RM: 40,47%) naponta fogyasztja. Meglepő és egyben elszomorító eredménye a kutatásomnak, hogy az erdélyi fiatalok: románok 21,25%-a; romániai magyarok 23,81%-a hetente 2-3 alkalommal és a magyar minta 11,63%-a hetente egyszer fogyaszt *alkoholt*. Ez azért nem túl jó ómen, mert Magyarországon és Romániában igen magas az alkoholisták aránya. A WHO (2011) felmérése szerint, míg nyugaton az elmúlt 15 évben folyamatosan csökkent az elfogyasztott alkohol mennyisége, addig keleten, az elmúlt másfél évtizedben ugrásszerűen megnőtt az alkoholt rendszeresen fogyasztók száma, akik közül egyre több a fiatal (MTI, 2011). A *kávéfogyasztás* annyira nem jellemzi a válaszadókat, viszont a romániai magyar minta 13,10%-a hetente 2-3-szor kávézik. Az italfogyasztási szokások esetében is kerestem az összefüggéseket a demográfiai jellemzőkkel (30. táblázat).

30. táblázat: Italfogyasztási struktúra a demográfiai jellemzők függvényében (%)

Italok	Fogyasztás gyakorisága	Lány	Fiú	14–16	17–18	18 felett
Rostos	<i>Naponta</i>	17,50	14,44	14,84	16,42	20,00
	<i>Hetente 2-3-szor</i>	28,75	35,56	32,81	25,37	34,55
	<i>Hetente egyszer</i>	18,13	18,89	14,84	25,37	18,18
Szénsavas üdítő	<i>Naponta</i>	23,75	28,89	21,09	26,87	34,55
	<i>Hetente 2-3-szor</i>	23,75	27,78	28,13	23,88	20,00
	<i>Hetente egyszer</i>	18,13	17,78	18,75	16,42	18,18
Energiaital	<i>Naponta</i>	6,25	2,22	3,13	4,48	9,09
	<i>Hetente 2-3-szor</i>	14,38	22,22	10,16	25,37	23,64
	<i>Hetente egyszer</i>	10,63	11,11	9,38	11,94	12,73
Alkohol	<i>Naponta</i>	1,88	3,33	0,78	2,99	5,45
	<i>Hetente 2-3-szor</i>	3,13	16,67	7,81	5,97	10,91
	<i>Hetente egyszer</i>	8,13	22,22	9,38	22,39	10,91
Kávé	<i>Naponta</i>	19,38	12,22	10,16	16,42	32,73
	<i>Hetente 2-3-szor</i>	15,63	12,22	13,28	10,45	21,82
	<i>Hetente egyszer</i>	3,75	8,89	5,47	7,46	3,64
Zsebpénz (Ft)						
Ital	Fogyasztás gyakorisága	5000 alatt	5001–10000	10001–15000	15001–30000	30000 felett
Szénsavas üdítő	<i>Naponta</i>	10,00	18,75	32,93	14,29	50,00
	<i>Hetente 2-3-szor</i>	40,00	20,00	23,17	42,86	19,23
	<i>Hetente egyszer</i>	0,00	26,25	12,20	23,81	11,54
Ital	Fogyasztás gyakorisága	Város	Falu			
Alkohol	<i>Naponta</i>	5,50	0,00			
	<i>Hetente 2-3-szor</i>	9,17	7,09			
	<i>Hetente egyszer</i>	17,43	9,93			

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

A varianciaanalízisem alapján szignifikánsan függ a zsebpénz mértékétől a szénsavas üdítők fogyasztása, tehát azon válaszadók, akiknek kevesebb a zsebpénze, ritkábban fogyasztja. Az energiaital fogyasztás a nem és kor függvényében értelmezhető, akárcsak az alkoholfogyasztás, amely a lakhely típusától is jelentős mértékben függ. A kávéfogyasztási szokásokat pedig a kor determinálja a leginkább. A 31. keresztátlából is leolvashatóak az ANOVA modell megállapításai. Jól körvonalazódik a százalékok tükrében is, hogy a fiúk rendszeresebb energiaital- és alkoholfogyasztók, mint a lányok, akik viszont gyakrabban hódolnak a kávénak. Valamint a városi fiatalokra jellemzőbb az alkoholfogyasztás. Talán mert több lehetőségük van „szórakozni” járni.

7.2.2.8. Házon kívüli étkezési szokások

A nemzetiségek házon kívüli étkezési szokásait és gyakoriságát a 31. táblázat szemlélteti. Az **összesített eredmények** alapján (a gyakoriságokat súlyokként használva) a román válaszadók elsősorban gyorsétteremben étkeznek a legszívesebben. Második helyre a vendégség, harmadikra a hagyományos étterem, negyedike a büfé és az utolsó helyre pedig a menza került a házon kívüli étkezések gyakoriságokat tekintve. A romániai magyar minta összesített rangsora is hasonló képen alakult. Első két hely ugyan az, viszont a harmadik a büfé, melyet a hagyományos étterem, majd a menza követ. A magyar minta házon kívüli étkezési szokásai az erdélyi válaszadókéval homlokegyenest ellentétes, mivel ők első helyen a büfét, másodikon a menzát, harmadikon a gyorséttermeket, negyediken a vendégséget és utolsó helyen a hagyományos éttermi étkezéseket preferálják. Az eredmények fényében harmadik hipotézisem (C1-H3), melyben azt feltételeztem, hogy a **válaszadók gyorsétteremben étkeznek a leggyakrabban házon kívül, csak az erdélyi válaszadók esetében nyert igazolást.**

Hagyományos étteremben a megkérdezettek többsége havonta 2-3-szor illetve ennél ritkábban étkezik (RO:85% HU: 96,5% RM: 83,34%). *A gyorséttermi tendencia jellemzőbb az erdélyi fiatalokra, mivel 34,32%-uk a magyar minta 12,79%-kal szemben heti rendszerességgel jár gyorsétterembe. Menzán a magyar válaszadók 31,40%-a naponta étkezik, míg az erdélyi válaszadóknak csak a 2,50%-a.* Ez szerintem azzal magyarázható, – amit már korábban is említettem – hogy az erdélyi minta középiskolájában nincs lehetőség menzás étkezésre, viszont a kvalitatív interjú erdélyi alanyai azt is mondták, hogy túl drága és azért nem étkeznek menzán. Vendégségben az erdélyi válaszadók étkeznek a leggyakrabban, mely igazolja a kvalitatív kutatásom eredményeit is.

31. táblázat: Házon kívül étkezések gyakorisága nemzetiségenként (%)

Gyakoriság	Hagyományos étterem			Gyorsétterem			
	RO	RM	HU	RO	RM	HU	
Naponta	2,50	3,57	0,00	5,00	4,76	0,00	
Hetente 2-3-szor	3,75	4,76	0,00	16,25	10,71	4,65	
Hetente egyszer	8,75	8,33	3,49	18,75	15,48	8,14	
Havonta 2-3-szor	23,75	10,71	13,95	7,50	15,48	18,60	
Havonta egyszer	15,00	19,05	26,74	10,00	10,71	29,07	
Ennél ritkábban	18,75	15,48	39,53	22,50	17,86	26,74	
Soha	27,50	38,10	16,28	20,00	25,00	12,79	
Gyakoriság	Büfé			Menza			
	RO	RM	HU	RO	RM	HU	
Naponta	0,00	3,57	10,47	2,50	0,00	31,40	
Hetente 2-3-szor	3,75	8,33	18,60	3,75	2,38	2,33	
Hetente egyszer	6,25	13,10	19,77	2,50	3,57	1,16	
Havonta 2-3-szor	8,75	11,90	17,44	6,25	5,95	1,16	
Havonta egyszer	8,75	9,52	9,30	3,75	3,57	1,16	
Ennél ritkábban	13,75	20,24	12,79	20,00	16,67	4,65	
Soha	58,75	33,33	11,63	61,25	67,86	58,14	
Vendégség							
Gyakoriság	RO	RM	HU	Gyakoriság	RO	RM	HU
Naponta	8,75	1,19	0,00	Havonta 2-3-szor	20,00	29,76	19,77
Hetente 2-3-szor	17,50	14,29	3,49	Havonta egyszer	16,25	13,10	26,74
Hetente egyszer	17,50	15,48	13,95	Ennél ritkábban	17,50	11,90	30,23
				Soha	2,50	14,29	5,81
N=250							

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés

Varianciaanalízisem alapján a *gyorséttermi étkezések gyakorisága* a demográfiai jellemzők közül a *zsebpénztől* (modell magyarázó ereje: 87,59%), a *büfés étkezéseké* (modell magyarázó ereje: 76,47%) pedig a *nemzetiségektől statisztikailag igazolhatóan függ*. A 32. keresztábra is igazolja az ANOVA modell megállapításait. Tehát a több zsebpénzzel rendelkező válaszadók gyakrabban járnak gyorsétterembe.

32. táblázat: A gyorséttermi étkezések gyakorisága és a zsebpénz összefüggései (%)

Megnevezés	Nincs zsebpénze	5000 alatt	5001–10000	10001–15000	15001–30000	30000 felett
<i>Naponta</i>	0,00	2,50	3,66	2,38	3,85	10,00
<i>Hetente 2-3-szor</i>	0,00	7,50	9,76	7,14	23,08	30,00
<i>Hetente egyszer</i>	0,00	11,25	9,76	16,67	26,92	40,00
<i>Havonta 2-3-szor</i>	0,00	7,50	23,17	19,05	3,85	10,00
<i>Havonta egyszer</i>	10,00	18,75	13,41	19,05	26,92	0,00

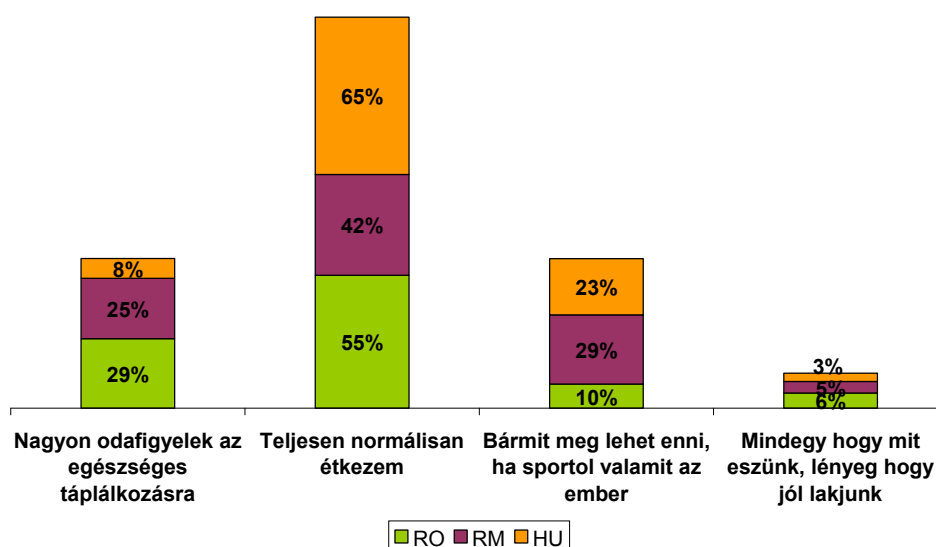
Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

7.2.3. A középiskolások egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdjei, BROCA Indexe

A kérdőív második logikai egységében a válaszadók egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdjeit vizsgáltam és a BROCA Index segítségével megvizsgálom, hogy mennyire jellemző a túlsúly a magyar és erdélyi fiatal megkérdezettekre.

7.2.3.1. Az egészséges táplálkozáshoz való viszonyulás

Kutatásom egyik fontos pontjának tartottam a megkérdezettek egészséges táplálkozáshoz való viszonyulásának vizsgálatát, mivel úgy gondolom, ez valamelyest magyarázatot adhat az étkezési szokásaik mögött meghúzódó miértekre. Az eredmények a 21. ábrán láthatóak.



21. ábra: A táplálkozáshoz való viszonyulás

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

A megkérdezettek többsége (RO: 65%, RM: 42%, HU: 55%) *teljesen normálisan* étkezik, tehát nem szentel kiemelt fontosságot az egészséges táplálkozásnak. A válaszadók közül a román minta 29%-a, a romániai magyar 25%-a és a magyar mindössze 8%-a *figyel oda nagyon az egészséges étkezésre*. A megkérdezettek közül míg a román fiatalok csupán 10%-a addig a romániai magyar 29%-a és a magyar fiatalok 23%-a gondolja úgy, hogy *ha sportol valamit, akkor bármit meglehet enni*. Ez maximum annyiban pozitív eredmény, hogy valószínűleg ezek a fiatalok rendszeresen sportolnak valamit, viszont nincsenek tisztában azzal, hogy a sport nem védheti meg őket teljes mértékben az egészségtelen táplálkozás kiváltotta betegségektől. Ugyanakkor bizakodó eredmény, hogy nagyon kicsi azon válaszadók aránya, akik szerint *nem az számít, hogy mit esznek, hanem hogy jóllakjanak*. Az eredmények alapján negyedik hipotézisem **(C2-H4)**, mely szerint a **megkérdezettek közül kevesen figyelnek nagyon az egészséges táplálkozásra, beigazolódott**.

A varianciaanalízisem alapján nincs összefüggés a válaszok és a minta demográfiai jellemzői között, mivel a szignifikanciaszintek kisebbek, mint 0,05.

7.2.3.2. Az egészséges táplálkozást befolyásoló személyek és tényezők

Arra is rákérdeztem, hogy a kvalitatív interjúkon felmerülő tényezőktől, a megkérdezettek szerint is függ-e az egészséges étkezés. Az eredményeket a 33. táblázatban foglaltam össze.

33. táblázat: Az egészséges táplálkozás befolyásoló személyek és tényezők

Befolyásoló személyek és tényezők	RO			RM			HU		
	Sorrend	Átlag	Szórás	Sorrend	Átlag	Szórás	Sorrend	Átlag	Szórás
<i>Saját magunk</i>	1	3,78	1,42	1	3,93	1,38	1	4,55	1,06
<i>Család</i>	2	3,51	1,42	4	3,00	1,45	2	4,06	0,93
<i>Időbeosztás</i>	3	3,49	1,21	3	3,13	1,45	4	3,42	1,26
<i>Pénz</i>	4	3,41	1,40	2	3,19	1,56	3	3,45	1,29
<i>Környezet</i>	5	3,29	1,45	5	2,90	1,38	5	2,61	1,23
<i>Egyéb</i>	6	2,98	1,58	6	2,29	1,78	6	2,03	1,20
N=250; 1–5-ig terjedő skála: 1-egyáltalán nem függ... 5-teljes mértékben függ									

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés

A válaszadók szerint leginkább *egyén függő* az egészséges táplálkozás kérdése (RO: 3,78, RM: 3,93, **HU: 4,55**). A magyar válaszadók úgy gondolják, hogy sokban függ a *családtól* is (4,06). Időbeosztástól a román (3,49), pénztől a magyar (3,45), környezettől pedig a román válaszadók (3,29) szerint függ az egészséges étkezés nagyobb mértékben.

A válaszok átlagtól való eltérésének nagy mértéke miatt, ennél a kérdésnél is varianciaanalízist készítettem (34. táblázat). A kapott modell szerint a lány válaszadók vélik azt a legnagyobb mértékben, hogy az egészséges táplálkozás az egyén valamint a pénz és az időbeosztás függvénye.

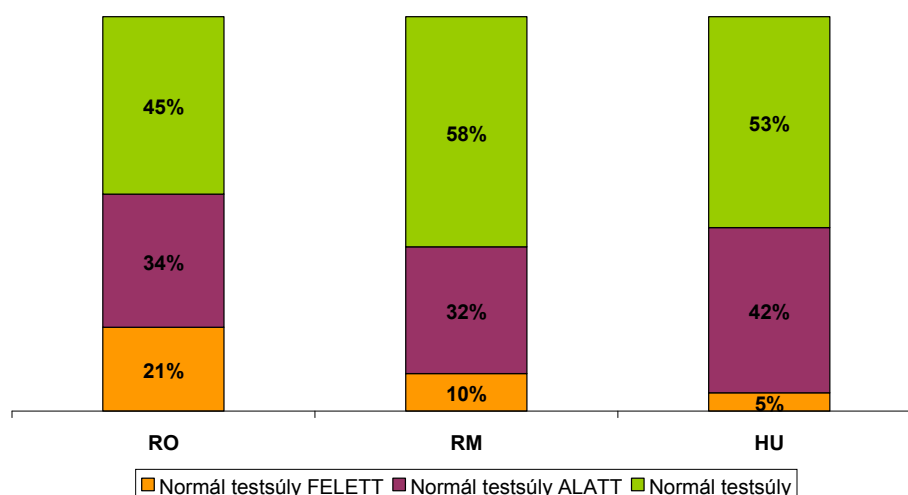
34. táblázat: Az egészséges táplálkozást befolyásoló tényezők mértéke a nem és nemzetiségek összefüggésében

Megnevezés	Lány	Fiú	Modell magyarázó ereje %
Pénz	3,52	2,92	95,14
Időbeosztás	3,58	3,10	96,63
Saját magunk	4,31	3,63	94,59
ANOVA féle varianciaanalízis modell, sig<0,05			

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

A BROCA Indexek alapján (22. ábra) a román válaszadók 21%-a, a romániai magyar 10%-a és a magyar válaszadók 5%-a túlsúlyos és igen magas a normál testsúly alattiak száma is mindhárom mintánál (RO: 34%, RM: 32%, HU: 42%).

Korrelációs összefüggés vizsgálat segítségével elemeztem, hogy kimutatható-e valamilyen kapcsolat a válaszadók BROCA Indexe és az egészséges táplálkozáshoz való viszonyulása között. **Statisztikailag nem mutatható ki összefüggés, mely eredmény megcáfolta az utolsó hipotézisemet (C3-H5).**



22. ábra: A válaszadók BROCA Indexe (testmagasság és testsúly alapján kiszámítva)

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

A standard interjúk eredményeit összefoglalva, a 35. táblázatban láthatóak a kutatási céljaim és hogy a hozzájuk tartozó hipotéziseim helytállóak voltak vagy sem a kutatás eredményeinek tükrében.

35. táblázat: Kutatási célok és a hipotézisek teljesülése

Célok	Hipotézisek	Kérdőív kérdései	Hipotézis
1. A középiskolások étel-miszerfogyasztói magatartásának vizsgálata	1. A válaszadók közül az erdélyi fiatalokra a legjellemzőbbek az étkezéssel kapcsolatos vallási tradíciók	2., 5., 6., 7., 8.	
	2. A minta többségének táplálkozási szokásait a család befolyásolja a leginkább	3., 11.	
	3. A válaszadók gyorsétteremben étkeznek a leggyakrabban házon kívül	9.	
2. A középiskolások egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdjei	4. A megkérdezettek közül kevesen figyelnek nagyon az egészséges táplálkozásra	1., 4., 10.	
3. Összefüggések elemzése a középiskolások demográfiai jellemzői és étkezési szokásai között	5. Összefüggés mutatható ki a minta BROCA Indexe és az egészséges táplálkozáshoz való viszonyulása között	2–17.	

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

8. ÖSSZEFOGLALÁS, KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Dolgozatom témája a magyar, az erdélyi magyar és román élelmiszerfogyasztói szokások összehasonlító vizsgálata, az esetleges piaci lehetőségek feltérképezése. Tanulmányom három nagy logikai egységre bontható, melyek közül az első a kutatási témám elméleti háttérének megalapozását szolgáló *szakirodalmi áttekintés*. Ezen belül tisztázásra került az élelmiszer-gazdaság fogalomköre, röviden bemutattam a magyar élelmiszer-gazdaság sajátosságait, lényegesebb kihívásait, kiugrási lehetőségeit és fontosabb export-piacait. Utóbbit tekintve 2010-ben a magyar mezőgazdasági termékek második legfontosabb exportpiacának számított Románia. Az exportált magyar élelmiszerek 13,6%-a (213,9 milliárd Ft értékben) került a román piacra. Megállapítható, hogy a magyar élelmiszer-gazdaságnak számos gazdasági és társadalmi kihívással kell megbirkóznia (globalizáció, gazdasági világválság, élelmezésbiztonság), viszont lehetőségek és kitörési pontok is akadnak (hungaricum termékek, román piac), melyek nemzeti összefogással és piacszemléletű gondolkodásmóddal megvalósíthatóak. Röviden vázoltam az agrármarketing fogalmát, kialakulását, piaci orientációját. Bemutattam a fogyasztói piac szegmentálásának fontosságát, a fogyasztás kategóriáit, a fogyasztói- és élelmiszerfogyasztói magatartást befolyásoló főbb tényezőket és modelleket (teljes Engel-Blackwell-modell bonyolult vásárlói magatartás esetén, Pilgrim-féle modell, Grunert féle élelmiszer-orientált életstílus modell, Törőcsik féle food gondolati kör elemei, Peter–Olson féle modell). Végül kitértem a fiatalok új, C generációjának (digitális világban élő, mindig online tízen és húsz év közöttiek) főbb jellemzőire.

A dolgozat második logikai egysége a *szekunder kutatásom*, melynek eredményeiről rávilágítottak arra, hogy mely szektorokban lenne érdemes intenzívebben megjelenni feldolgozott magyar élelmiszerekkel a román piacon.

- Jó befektetésnek tűnik a *román tejszektor*, tekintettel arra, hogy az évi tejfogyasztás növekedési üteme igen magas, 3,87 l/fő. A *hússzektor* is jó kilátásokkal kecsegtet, hiszen e termékkategóriában is keresletnövekedés várható, valamint a magyar élelmiszerek közül a húsfélék igen ismertek és kedveltek. A hússzektoron belül sertés, baromfi- és marhahús élelmiszertermékekben érdemes gondolkodni, mivel a statisztikák tükrében ez a három leggyakrabban fogyasztott húsféle Romániában.
- Korrelációs vizsgálatom eredményei szerint az élelmiszerárak alig, a *reáljövedelmek* viszont nagymértékben meghatározzák az alapvető élelmiszerek keresletét mind a magyar, mind pedig a román fogyasztók körében. A román élelmiszerfogyasztást a tradi-

cionális vallási és gasztronómiai hagyományok is jelentősen befolyásolják, ezért a román piacra szánt élelmiszerek marketingmixének kialakításakor erre érdemes odafigyelni.

- A statisztikák tükrében a magyar és román fogyasztók egészségtelenül táplálkoznak, mivel a tápanyagbevitel jóval az ajánlott szint felett van mindkét országban. Ugyanakkor pozitív tendencia, hogy trendszámításom eredményei alapján csökkenés várható a cukor, zsiradék és cereália fogyasztásukat illetően.

Tanulmányom harmadik és legkomplexebb logikai egysége a **primer kutatásom**, melynek középpontjába a magyar és erdélyi fiatalok étkezési szokásainak és preferenciáinak a megismerését helyeztem.

A *fókuszcsoporthos interjúk* alapján az alábbi fontosabb megállapításokra jutottam:

- Az interjúalanyok többsége tisztában van az egészséges táplálkozás fontosságával, főbb irányelveivel, mégis a zsúfolt időbeosztásra és az anyagi helyzetre hivatkozva rendszertelenül étkeznek.
- A magyar csoport modernül, az erdélyi viszont inkább hagyományosan étkezik, mivel náluk még jelen vannak az étkezéssel kapcsolatos konvenciók, családi és vallási tradíciók.
- Táplálkozási szokásaikat illetően több hasonlóság és különbség is mutatkozott. Az erdélyi interjúalanyok étkezési szokása alapvetően magyarosnak mondható ugyanakkor az ételek tekintetében sok hasonlóságot mutat a román csoporttal.
- A család mindhárom csoportban meghatározó befolyással bír az élelmiszerfogyasztásukat illetően.
- Egészségesebben és változatosabban szeretnék étkezni a szülőktől való elkerülést követően. De az alapvető családi étkezési szokásaiktól nem szeretnék megválni.
- Étterembe csak nagyobb családi események alkalmával, gyorsétterembe ritkán barátokkal, menzába pedig egyáltalán nem járnak.
- Legfontosabb vásárlási szempontjaik az íz, frissesség, egészség, vitamintartalom és a szavatossági idő. A legráérzékenyebb a magyar és romániai magyar csoport.
- Az erdélyi fiatalok sok otthon termelt élelmiszert fogyasztanak és kedveltek a kis üzletek, piacok is a magyar fiatalokkal ellentétben.
- Új ízek kipróbálására a magyar interjúalanyok a legnyitottabbak, az erdélyi fiatalok a megszokott ízeket preferálják inkább, de nem zárkoznak el az új élelmiszertermékek kipróbálásától.
- Nemzeti és nemzetközi élelmiszertermékeket egyaránt fogyasztanak.

- Jellemző a fiatalokra a szimbolikus ételmisszerfogyasztás, az édesség pedig mindhárom csoportban az öröm, jutalom és a megnyugtató funkcióit tölti be.
- A fókuszcsoporthoz legfontosabb értékei a család, barátok és az egészség.

A fókuszcsoporthoz interjúk eredményeiből kiindulva a kutatási céljaim pontosításra kerültek és előzetes hipotéziseket fogalmaztam meg, melyek a *standard interjú* alkalmazásával igazolást vagy éppen cáfolatot nyertek. A kérdőíves megkérdezésem kutatási céljai mentén az alábbi főbb konklúziókra jutottam:

- Több hasonlóság is mutatkozik a nemzetiségek étkezési szokásai és hagyományai között. Minden ünnepnek meg vannak a jellegzetes ételei a családjukban illetve különbséget tesznek a hétköznapi és ünnepi étkezéseik között, viszont szülőtől/nagyszülőtől tanult és vallási étkezési hagyományaik nincsenek. Ez az eredmény a kvalitatív interjúm eredményeinek is ellentmondva, megcáfolja első hipotézisemet, mely szerint a válaszadók közül az erdélyi fiatalokra a legjellemzőbbek az étkezéssel kapcsolatos vallási tradíciók. A 18 év felettiek gondolják úgy leginkább, hogy a gyermekkorban kialakult ízlésvilág idővel változhat, valószínűleg azért, mert a kutatás alapján a 16 év feletti korosztály maga dönt arról, hogy mit eszik, és alig vannak étkezési szabályaik.
- A romániai magyar fiatalok táplálkozási szokásait befolyásolják a legkevésbé a különféle tényezők és személyek. Második hipotézisem szerint a minta többségének táplálkozási szokásait a család befolyásolja a leginkább, mely a standard interjú összesített eredményei alapján beigazolódott. Viszont az ANOVA féle varianciaanalízisem alapján szignifikánsan kimutatható, hogy a kor előrehaladtával egyre kevésbé befolyásolják a szülők a fiatalok étkezési szokásait és a lányok táplálkozása jobban függ az érzelmektől és a környezeti hatásoktól, mint a fiúk.
- Az erdélyi fiatalok a meleg vacsorát, a magyar válaszadók pedig a meleg ebédet preferálják inkább. Ennek az lehet az oka, hogy az erdélyi minta sulijában nincs menza, csak büfé, így a meleg étel fogyasztása a vacsoraidőre tolódik ki. Hétvégén rendszeresebben étkeznek, mint hétköznap, viszont meglepő eredmény, hogy a magyar válaszadók hétvégén is magas arányban vacsoráznak hideg ételt. Továbbá rendszerességét és minőségét tekintve a lány válaszadók és a 14-16 éves korosztály táplálkozik a legmegfelelőbben.
- Kvalitatív kutatási eredményeimet is igazolva a romániai magyar és román fiatalok étrendjében fontos szerepet töltenek be a magyar ételek.

- Új ízek kipróbálására a román válaszadók a legnyitottabbak, a legkevésbé pedig a magyar fiatalok, annak ellenére, hogy az otthon fogyasztott nemzetközi ételek tekintetében az ő étrendjük a legmodernebb. A lányok inkább a megszokott, a fiúk pedig az új ízeket kedvelik jobban.
- A válaszadók fele napi rendszerességgel fogyaszt gyümölcsöt, viszont zöldséget csak a magyar és román fiatalok. Jelentős különbség mutatkozik a magyar és erdélyi válaszadók húsfogyasztása között is, mivel az erdélyi minta a magyar, napi rendszerességgel szemben nagyobb arányban csak heti rendszerességgel fogyaszt húsfélét, felvágottakat. Az erdélyi fiatalok fogyasztanak a legmagasabb arányban kenyérféléket naponta, mely a makro statisztikákat igazolja. A napi édesség és rágsálnivaló fogyasztás a romániai magyar mintára a legjellemzőbb. A konzervfogyasztás az erdélyi fiatalokra, a mirelit termékeké a román, a tojás és zacskós ételeké pedig a magyar válaszadókra jellemzőbb. Az ANOVA féle varianciaanalízisem alapján szignifikánsan függ a nemtől a gyümölcs, tojás és mirelit termékek fogyasztásának gyakorisága, a kortól pedig a felvágottaké. Némi anomáliát vélek felfedezni a között, hogy a lányok nagyobb arányban fogyasztanak gyümölcsöt és zöldséget, ugyanakkor édességet és rágsálnivalót is, mint a fiúk.
- Statisztikailag igazolható összefüggés mutatható ki a válaszadók demográfiai jellemzői és italfogyasztási szokásai között. A zsebpénz mértékétől függ a szénsavas üdítők fogyasztása, tehát a kevesebb zsebpénzzel rendelkezők ritkábban fogyasztják. A fiúk rendszeresebb energiatital- és alkoholfogyasztók, mint a lányok, akik viszont gyakrabban hódolnak a kávénak.
- A kutatási eredmények fényében harmadik hipotézisem, melyben azt feltételeztem, hogy a válaszadók gyorsétteremben étkeznek a leggyakrabban házon kívül csak az erdélyi válaszadók esetében nyert igazolást. Míg az erdélyi fiatalok gyorsétteremben, addig a magyar válaszadók menzán és büfében étkeznek a leggyakrabban házon kívül. A gyorséttermi étkezések gyakorisága a demográfiai jellemzők közül a zsebpénztől (a több zsebpénzzel rendelkező válaszadók gyakrabban járnak gyorsétterembe), a büfés étkezéseké pedig a nemzetiségektől statisztikailag igazolhatóan függ.
- A megkérdezett fiatalok többsége teljesen normálisan étkezik, tehát nem szentel kiemelt fontosságot az egészséges táplálkozásnak. Ez az eredmény igazolta negyedik hipotézisemet, melyben azt feltételeztem, hogy a megkérdezettek közül kevesen figyelnek nagyon az egészséges táplálkozásra.

- Pozitív eredmény, hogy a válaszadók szerint az egészséges étkezés leginkább egyén függő. Az ANOVA modell alapján főként a lányok gondolják ezt így és azt is, hogy a pénz és az időbeosztás is lényeges befolyásoló tényező.
- Korrelációs összefüggés vizsgálat segítségével elemeztem, hogy kimutatható-e valamilyen kapcsolat a válaszadók BROCA Indexe és az egészséges táplálkozáshoz való viszonyulása között. Statisztikailag nem mutatható ki összefüggés, mely eredmény megcáfolta az utolsó hipotézisemet.
- A tárgyköri kérdések között nem találtam szignifikáns összefüggéseket.

Szekunder és primer kutatási eredményeim sok esetben igazolták a szakirodalom ide vonatkozó megállapításait:

- Engel törvényt: Magyarországon magasabb az életszínvonal → háztartások összkiadásaik kevesebb hányadát költik élelmiszerekre (23%); Romániában alacsonyabb az életszínvonal → összkiadásaik nagy hányadát költik élelmiszerekre (44,3%).
- Az együtt élő nemzetek a szocializáció során átvesznek egymás hagyományaiból: a magyar és román fiatalok gyakran fogyasztják egymás nemzeti ételeit.
- A család az egyén legfontosabb referenciacsoportja: ez az állítás az erdélyi magyarok kivételével beigazolódott.
- Nem szabad egy ismérv mentén szegmentálni a fogyasztókat: a primer eredmények alapján a fiatalok rendkívül heterogén szegmens és fontos több ismérv mentén vizsgálni táplálkozási szokásaikat, pl.: életkor, nem, lakóhely, nemzetiség.

Kutatásom legfőbb következtetése, hogy *a magyar feldolgozott élelmiszereknek helye van az erdélyi piacon*. Egyrészt, mert több ponton is hasonlóságot mutat az erdélyi fiatalok étkezési szokása a magyarral, másrészt mert marketingkutatásom során egyértelműen kiderült, hogy táplálkozási kultúrájukban fontos szerepet tölt be a magyar gasztronómia. Véleményem szerint megfelelő marketingstratégiával, ezen belül célzottan az erdélyi piacra szánt élelmiszerekkel és jól irányzott marketingkommunikációval egy eddig még eléggé kiaknázatlan piaci szegmens kiszolgálására lehetne lehetősége a magyar élelmiszergyártóknak és kereskedőknek. Természetesen vannak jelen magyar élelmiszerek a román kiskereskedelembe, de megítélésem szerint nincsenek kellő képen kihasználva az ebben a piacon rejlő lehetőségek. Kifejezetten nem csak élelmiszertermékek bevezetésére gondolok, hanem például egy-egy menza, étterem nyitására a Partiumban, hiszen mintegy piaci részként tekinthető az a tény, hogy a Szatmári középiskolák többségében nincs menza.

Kutatási eredményeim bár nem reprezentatívak, de jelzésértékűek és hasznos információkkal szolgálnak a magyar és az erdélyi fiatalok étkezési szokásairól, illetve, hogy

mely élelmiszerkategóriákban érdemes nyitni ezen fiatal szegmens felé. A statisztikailag is alátámasztható összefüggés vizsgálataim eredményei pedig kiindulási pontot jelenthetnek egy további reprezentatív, nagy mintán történő kutatás lebonyolításához.

IRODALOMJEGYZÉK

Szakirodalom

- Antena 3 (2010): *Românii consumă alimente de proastă calitate din cauza lipsurilor financiare*. <http://www.antena3.ro/romania/romanii-consuma-alimente-de-proasta-calitate-din-cauza-lipsurilor-financiare-108600.html>. (letöltve: 2010.10.18.)
- Balogh V. (2010): *Sertéshús fogyasztással kapcsolatos fogyasztói preferenciák, attitűdök elemzése az észak-alföldi régióban I. Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing VII. ÉVF. 1/2010, 29 p.*
- Bauer A.–Berács J.–Kenesei Zs. (2009): *Marketing alapismeretek*. Aula Kiadó, Budapest, 414 p.
- Bauer A.–Berács J. (1996): *Marketing*. Aula Kiadó, Budapest, 412 p.
- Bíró Gy. (2010): *Élelmiszerbiztonság, élelmézbiztonság, táplálkozásbiztonság*. Élelmiszer – Biztonság VIII. évf., 2-3 szám, 8-9 pp.
- Cătoiu I.–Teodorescu N. (2003): *Comportamentul consumatorului*. Editura Uranus, București, 272 p.
- Chen M.F. (2009): *Attitude toward organic foods among Taiwanese as related to health consciousness, environmental attitudes, and the mediating effects of a healthy lifestyle*. British Food Journal, Vol. 111, No. 2, 165–178 pp.
- Clydesdale F. (2004): *Functional foods: opportunities and challenges*. Expert report, Institute of Food Technologists, Chicago, 66 p.
- Domán Sz. –Tamus A. –Toth G. (2009): *Marketing alapok*. Soldo Kiadó, Budapest, 406 p.
- Exupéry A. S.: *A kis herceg*. <http://mek.oszk.hu/00300/00384/00384.pdf> (letöltve: 2011.07. 23.)
- Gaál B. (2010): *Az élelmiszer-gazdasági marketing helyzete és lehetőségei Magyarországon*. Gazdálkodás 54. évf., 6 szám, 604–608 pp.
- GfK Hungária (2008) *Magyar agrártermékek piaci lehetőségei Romániában*. 16-20 pp.
- Gil J.M.–Gracia A. (2000): *Regional food consumption patterns in the EU*. <http://upcommons.upc.edu/e-prints/bitstream/2117/2407/1/6-2-44.pdf> (letöltve: 2011.08.13.)
- Gyenge Zs. (2010): *Kétszáz ezer magyar éhezik Európa egyik legkövérebb országában*. <http://www.origo.hu/tudomany/20101013-ehezes-gyerekek-magyarorszag-elelmezési-vilagnap-2010.html> (letöltve: 2011.10.15.)
- Hajdu I.–Lakner Z. (1999): *Az élelmiszeripar gazdaságtana*. Mezőgazdasági Szaktudás Kiadó, Budapest, 569 p.
- Hofmeister–Tóth Á. (2008): *A fogyasztói magatartás alapjai*. Aula Kiadó, Budapest, 243 pp.
- Hofmeister–Tóth Á.–Töröcsik M. (1996): *Fogyasztói magatartás*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 232 p.
- Huszka P. (2005): *A tejtermékfogyasztás szerkezetének változása a vásárlói magatartás függvényében*. PhD., 176 p.
- Huszka P.–Polarecky Zs. (2009): *A fizetőképes kereslet és az árak hatása a magyar lakosság élelmiszerfogyasztására*. Élelmészeti ipar. LXIII. Évf. (2009) 08. szám, 243 p.
- INSSE (2009): *Veniturile, cheltuielile și consumul populației*. http://www.insse.ro/cms/files/Anuar%20statistic/04/04%20Veniturile%20cheltuielile%20si%20consumul%20populatiei_ro.pdf (letöltve: 2011.01.07.)
- Ion A. (2010): *Carnea proaspătă înregistrează un declin al frecvenței de consum*. http://www.magazinulprogresiv.ro/articol/1274/Carnea_proaspata_inregistreaza_un_declin_al_frecventei_de_consum.html. (letöltve: 2010.10.11.)

- Kálmán Z. (2010): *Megteremthető-e a globális élelmiszerbiztonság?* Gazdálkodás 54. évf., 4 szám, 359–368 pp.
- Kang L. (2007): *Food consumption behaviour patterns of Chinese students registered at the Cape Peninsula University of Technology and the University of the Western Cape*, Bellville, 119 p.
- Kárpáti L.–Lehota J. (2010): *Agrármarketing*. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 132 p.
- Kiss M. (2003): *Marketing*. Független Pedagógiai Intézet Kiadó, Budapest, 579 p.
- Kiss M. (2005): *Marketing*. Független Pedagógiai Intézet Kiadó, 206 p.
- Kolozsvári R. (2011): *Romániában a legnagyobb az éhínség kialakulásának veszélye*. http://erdely.ma/kozeletunk.php?id=84066&cim=romaniaban_a_legnagyobb_az_ehinség_kialakulasanak_veszelye (letöltve: 2011. 01.27.)
- Kotler P. (1991): *Marketing management*, Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 625 p.
- Kotler P.–Keller K. L. (2006): *Marketing menedzsment*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 988 p.
- Kovács I. (2008): *Statisztika*. 306 p.
- KSH (2009): *A magyar mezőgazdaság és élelmiszeripar számokban*. 30 p.
- KSH (2010): *Statisztikai tükör*. <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/stattukor/haztfogy/haztfogy09.pdf> (letöltve: 2010.12.20.)
- KSH (2011): *Mezőgazdaság*. <http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xftp/idoszaki/mezo/mezo10.pdf> (letöltve: 2011.05.02.)
- Lehota J. (2008): *Élelmiszer-gazdasági marketing*. Jegyzet, SZIE Egyetemi Kiadó, Gödöllő 191 p.
- Lehota J. (szerk.) (2001): *Élelmiszer-gazdasági marketing*. Műszaki Kiadó, Budapest. 327 p.
- Lehota J.–Tomcsányi P. (szerk.) (1994): *Agrármarketing*. Mezőgazda Kiadó, Budapest, 249 p.
- MTI (2011): *Európában fogy a legtöbb alkohol*. <http://www.hir24.hu/elet-stilus/2011/09/14/europaban-fogy-a-legtobb-alkohol/> (letöltve: 2011.10.22.)
- Nedita G.–Stoian M. (2011): *Studierea consumului alimentar*. <http://www.fermierul.ro/modules.php?name=News&file=article&sid=21> (letöltve: 2011. 09.02.)
- Nótári M.–Ferencz Á.–Berde Cs. (2009): *Hungarikumok fogyasztói elemzése*. Gazdálkodás 53. évf., 5 szám, 433–439 pp.
- Olach Z. (1997): *A marketing szemlélete és gyakorlata*. Kiadó: LSI Oktatóközpont 432 p.
- Popp J.–Potori N.–Udovet G.–Csikai M. (szerk.) (2008): *A versenyhelyek javításának lehetőségei a magyar élelmiszer-gazdaságban*. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 164 p.
- Prónay Sz. (2011): *Fiatalok fogyasztásának vizsgálata: szegmentáció*. Marketing&Menedzsment 1-2 szám. 26–36 pp.
- Regmi A. (2011): *Global Food Markets: International Consumer and Retail Trends* <http://www.ers.usda.gov/briefing/globalfoodmarkets/consumer.htm> (letöltve: 2011.05.08.)
- Szabó S. A.–Tolnay p. (2009) *Zsírbevétel és chipsfogyasztás*. Élelmészeti Ipar. LXIII. évf. (2009) 06. szám. 177 p.
- Szakály Z.–Kisérdi P.–Nábrádi A. (szerk.) (2010): *Marketing a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek piacán*. Kiadó: Kaposvári Egyetem GTK, 265 p.

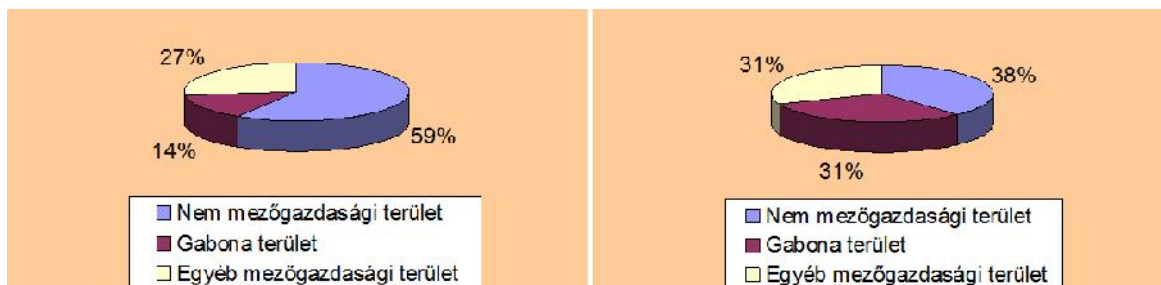
- Szakonyi B. (2010) *Mitől vagyunk egészségtelenek?*
<http://www.marketinginfo.hu/tanulmanyok/essay.php?id=2764>
 (letöltve: 2011.02.04)
- Székelyi M.–Barna I. (2004): *Túlélőkészlet az SPSS-hez*. Typotex Kiadó, Budapest, 453 p.
- Szigeti O. –Szente V.–Polerczki Zs.–Szakály Z. (2009): *A hagyományos magyar termékek piaci lehetőségei*. Marketing&Menedzsment XLIII. évf., 2009/3, 4–11 pp.
- Törőcsik (2003): *Fogyasztói magatartás trendek*. KJK Kiadó, Budapest, 349 p.
- Törőcsik M. (2007): *Vásárlói magatartás*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 320 p.
- Traill B. (1997): *Globalization in the Food Industries?*, European Review of Agricultural Economics, Vol. 24, No. 3/4, 390-410 pp.
- Transindex (2011) *Napi energiaszükséglet*. <http://adatbazis.transindex.ro/?adat=etartalom>
 (letöltve: 2011.01.12)
- Vágási M. (2007): *Marketing-stratégia és menedzsment*. Alinea Kiadó, Budapest, 440 p.
- Wikipedia (2011) *Románia*. <http://ro.wikipedia.org/wiki/Romania> (letöltve: 2011.05.07)

Internetes források

- A magyarok a legtöbbet dolgozók között vannak az EU-ban*
http://www.marketinginfo.hu/hirek/article.php?id=21287&referer_id=newsletter
 (letöltve: 2011-08-31.)
- Food Trends for 2011: The Forecast*
<http://www.europeanfoods.com.au/articles/news/food-trends-for-2011-the-forecast/>
 (letöltve 2011.10.08.)
- Generáció C: A digitális kor véleményvezérei*
<http://www.marketinginfo.hu/hirek/article.php?id=18367> (letöltve: 2011.11.15.)
- Global Food Trends: www.fonterra.com*
- KSH: *Az egy főre jutó kiadások részletezése COICOP-csoportosítás szerint 2000*.
http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_zhc004.html
 (letöltve: 2011.04.21.)
- KSH: *Egy főre jutó évi élelmiszerfogyasztás (2002-)*
http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_zhc005.html (letöltve: 2010.08.18.)
- KSH: *Élelmiszerek egy főre jutó hazai fogyasztása*
<http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xtabla/elelmfogy/elm15.html> (letöltve: 2010.08.23.)
- KSH: *Nemzetközi összehasonlítás*
http://portal.ksh.hu/portal/page?_pageid=37,599237&_dad=portal&_schema=PORTAL, (letöltve: 2011.05.02.)
- KSH: *Reáljövedelem–Reálbérindex (1991-)*
http://portal.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_qpt007.html (letöltve: 2011.01.12.)
- Mit látnak természetesnek a magyar fiatalok?*
<http://www.marketinginfo.hu/tanulmanyok/essay.php?id=2261#contentscontents>
 (letöltve: 2011.11.15.)
- O treime din alimentele si alcoolul consumat de români sunt produse proprii*
<http://www.ziare.com/preturi/stiri-preturi/o-treime-din-alimentele-si-alcoolul-consumat-de-romani-sunt-produse-propriei-1064065> (letöltve: 2011.09.17.)
- Romániai Nemzeti Statisztikai Hivatal Weboldala: www.insse.ro*
- Slow Food Weboldala: http://www.slowfood.com/*
- Trends in consumer preferences and food safety* <http://pdffinder.net/Trends-in-consumer-preferences-and-food-safety.html> (letöltés: 2011.10.03.)

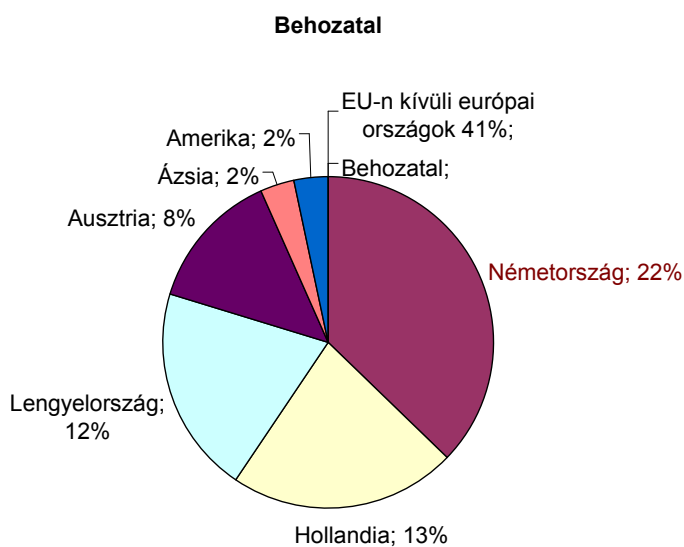
MELLÉKLETEK

1. MELLÉKLET: AZ EU ÉS MAGYARORSZÁG ÖSSZES TERÜLETÉNEK MEGOSZTLÁSA, HASZNÁLATI TÍPUS SZERINT (2008)



Forrás: KSH (2009) p. 4. alapján

2. MELLÉKLET: MAGYARORSZÁG IMPORTPIACAI (2008)



Forrás: KSH (2009) p. 27. alapján

**3. MELLÉKLET: AZ ÉLELMISZERGAZDASÁG ARÁNYA A NEMZETGAZDASÁGBAN,
MAGYARORSZÁG KÜLKERESKEDELMI ÉLELMISZERFORGALMA ÉS CSEREARÁNY
MUTATÓI**

Az élelmiszergazdaság aránya a nemzetgazdaságban (1995–2009)

Év	A mezőgazdaság részaránya				Élelmiszer, ital, dohányáru			Fogyasztóiár-index, előző év = 100,0	
	a foglalkoztatásban %	GDP	a bruttó hozzáadott érték	a beruházásban (folyó ár, %)	külkereskedelmi forgalmának egyenlege, milliárd Ft	részaránya		élelmiszer	összesen
			termelésben (folyó áron, %)			az exportban (folyó ár, %)	a fogyasztásban (folyó ár, %)		
1995	8,0	6,8	8,1	2,9	227,6	20,3	31,8	131,1	128,2
2000	6,6	4,6	5,4	4,7	302,2	6,9	27,3	109,2	109,8
2001	6,3	4,5	5,2	5,5	374,8	7,5	27,4	113,8	109,2
2002	6,2	4,0	4,6	5,5	308,9	6,8	27,0	105,4	105,3
2003	5,5	3,7	4,3	6,1	303,2	6,5	26,6	102,7	104,7
2004	5,3	4,1	4,8	4,3	223,2	6,0	26,1	106,5	106,8
2005	5,0	3,6	4,2	4,5	181,1	5,8	25,1	102,5	103,6
2006	4,9	3,5	4,0	4,2	214,8	5,5	25,6	107,7	103,9
2007	4,7	3,4	4,0	3,7	360,5	6,3	26,7	111,5	108,0
2008	4,5	3,7	4,3	4,7	373,4	6,7	27,4	110,2	106,1
2009	4,6	2,5	3,0	5,6	348,4	7,3	-	104,4	104,2

Forrás: KSH (2009) alapján

A külkereskedelmi élelmiszerforgalom 2001–2010 (folyó áron milliárd Ft)

Élelmiszerek, italok, dohány						
Év	Behozatal	Kivitel	Egyenleg	Változás 2001-hez képest (%)		
				Behozatal	Kivitel	Egyenleg
2001	281,4	656,2	374,8	-	-	-
2002	292,4	601,3	308,9	103,9	91,63	82,42
2003	327,1	630,3	303,1	116,2	96,05	98,12
2004	448,7	671,8	223,1	159,5	102,38	73,61
2005	536,9	718,0	181,1	190,8	109,42	81,17
2006	643,0	857,8	214,8	228,5	130,72	118,61
2007	725,4	1085,8	360,5	257,8	165,47	167,83
2008	861,2	1234,6	373,4	306,0	188,14	103,58
2009	853,5	1201,1	347,6	303,3	183,04	93,09
2010	898,1	1357,0	458,9	319,2	206,80	132,02

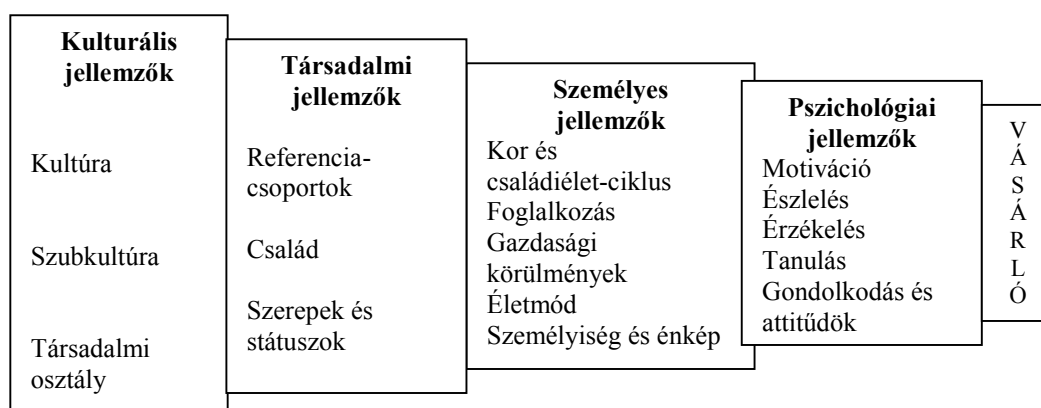
Forrás: KSH (2010) alapján, saját számítás

A külkereskedelmi élelmiszerforgalom árindexei és cserearány mutatói (2001-)

Év	Kivitel	Behozatal	Cserearány-mutató, $C=P_x/P_m$	Q_x	Cserearány-mutató, $I=C*Q_x$
2001	108,0	104,1	103,7	-	-
2002	95,3	97,7	97,5	91,63	89,38
2003	104,3	102,0	102,3	96,05	98,22
2004	101,9	103,4	98,5	102,38	100,89
2005	99,8	102,8	97,1	109,42	106,23
2006	109,4	105,7	103,5	130,72	135,30
2007	108,1	101,7	106,3	165,47	175,88
2008	110,7	109,4	101,2	188,14	190,38
2009	98,3	107,0	91,9	183,04	168,16
2010	100,2	100,2	100,0	206,89	206,89

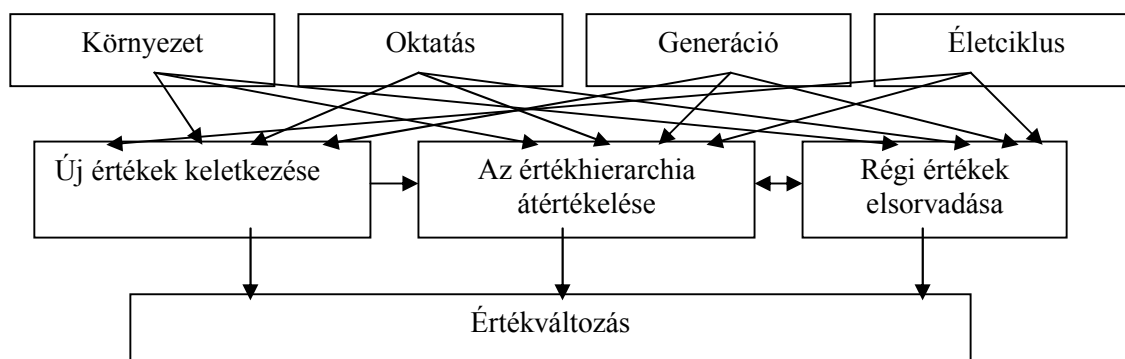
Forrás: KSH (2010) alapján, saját számítás

4. MELLÉKLET: A FOGYASZTÓI MAGATARTÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK RÉSZLETES MODELLJE



Forrás: Kotler (1991) p. 160. alapján

5. MELLÉKLET: AZ ÉRTÉKVÁLTOZÁS OKAI



Forrás: Hofmeister (2008) p. 32. alapján

6. MELLÉKLET: A KULTÚRA, KICSIT MÁSKÉPP ☺

- *Ki vagy? - kérdezte a kis herceg. - Csinosnak csinos vagy...*
- *Én vagyok a róka - mondta a róka.*
- *Gyere, játszál velem - javasolta a kis herceg. - Olyan szomorú vagyok...*
- *Nem játszhatom veled - mondta a róka. - Nem vagyok megszelídítve.*
- *Ó, bocsánat! - mondta a kis herceg. Némi tűnődés után azonban hozzátette: - Mit jelent az, hogy „megszelídíteni”?*
- *Te nem vagy idevalósi - mondta a róka. - Mit keresel?*
- *Az embereket keresem - mondta a kis herceg. - Mit jelent az, hogy „megszelídíteni”?*
- *Az embereknek - mondta a róka - puskájuk van, és vadásznak. Mondhatom, nagyon kellemetlen! Azon fölül tyúkot is tenyésztenek. Ez minden érdekességük. Tyúkokat keresel?*
- *Nem - mondta a kis herceg. - Barátokat keresek. Mit jelent az, hogy „megszelídíteni”?*
- *Olyasmi, amit nagyon is elfelejtettek - mondta a róka. - Azt jelenti: kapcsolatokat teremteni.*
- *Kapcsolatokat teremteni?*
- *Úgy bizony - mondta a róka. - Te pillanatnyilag nem vagy számomra más, mint egy ugyanolyan kisfiú, mint a többi száz- meg százezer. És szükségem sincs rád. Ahogyan neked sincs énrám. Számodra én is csak ugyanolyan róka vagyok, mint a többi száz- meg százezer. De ha megszelídítesz, szükségünk lesz egymásra. Egyetlen leszel számomra a világon. És én is egyetlen leszek a te számodra...*
- *Kezdem érteni - mondta a kis herceg. - Van egy virág... az, azt hiszem, megszelídített engem...*
- *Lehet - mondta a róka. - Annyi minden megesik a Földön...*
- *Ó, ez nem a Földön volt - mondta a kis herceg. A róka egyszeriben csupa kíváncsiság lett.*
- *Egy másik bolygón?*
- *Igen.*
- *Vannak azon a bolygón vadászok?*
- *Nincsenek.*
- *Lám, ez érdekes. Hát tyúkok?*
- *Nincsenek.*
- *Semmi sem tökéletes - sóhajtott a róka.”*

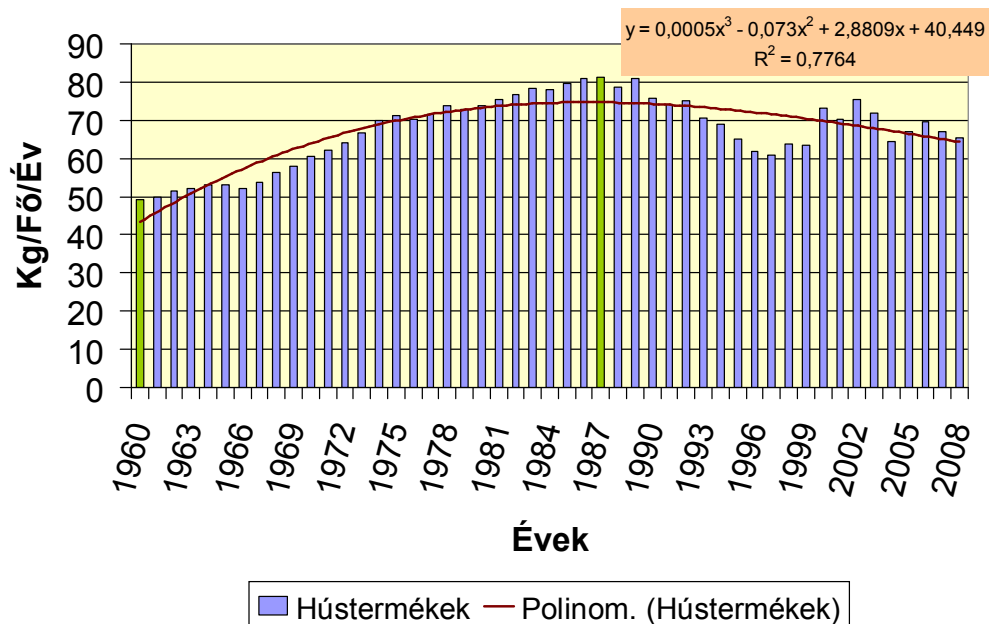
Forrás: <http://mek.oszk.hu/00300/00384/00384.pdf>

7. MELLÉKLET: A MAGYAR ÉS A ROMÁN ÉLELMISZERFOGYASZTÁS TRENDFÜGGVÉNYEI

Az első vizsgált élelmiszerkategória a *hústermékek*. 1960 és 2008 között az összes húsfogyasztás 3299,4 kg/fő volt. 2008-ban az 1960-as bázisévhez képest 33%-kal növekedett az egy főre jutó évi húsfogyasztás. A legtöbb húst 1987-ben (81,3 kg/fő/év), a legkevesebbet 1960-ban (49,1 kg/fő/év) fogyasztotta a magyar lakosság. Az átlag húsfogyasztás a vizsgált időszakban 67,3 kg/fő/év. A szórás (az átlagfogyasztástól való eltérések négyzetes átlaga) 9,1 kg/fő/év. A legna-

gyobb fogyasztásnövekedés egyik évről a másikra 1999-ről 2000-re (9,9 kg/fő/év), a legnagyobb csökkenés 2003-ról 2004-re (7,6 kg/fő/év) volt tapasztalható.

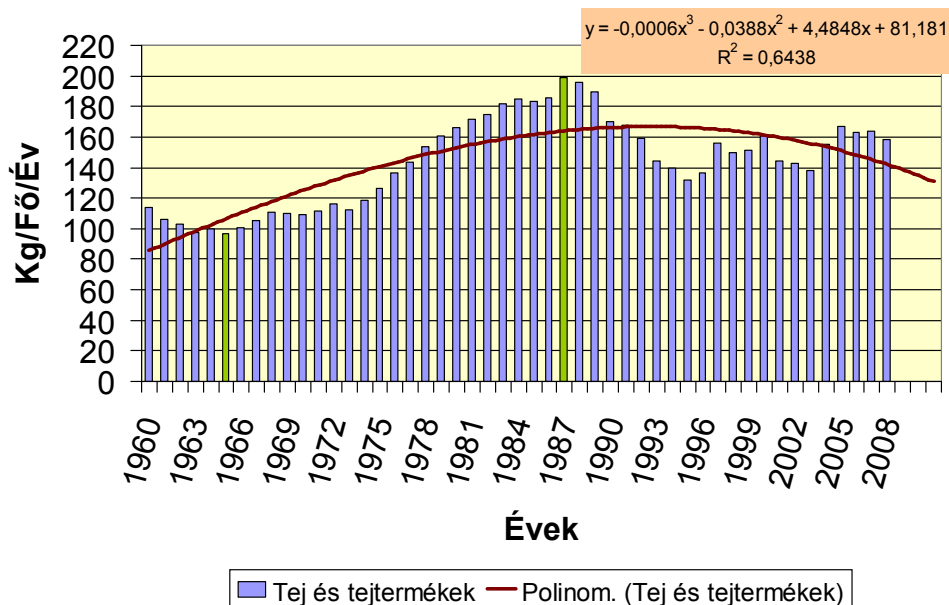
Egy főre jutó évi hústermék fogyasztás Magyarországon (1960-2008)



Forrás: KSH (2008) alapján, saját számítás

Az idősorra harmadfokú polinom trendfüggvényt illesztettem. A trendvonal illeszkedésének jósága erős, majdnem 78%. Az 1960-as évektől 1987-ig egy növekvő tendencia figyelhető meg, majd ezt követően egy csökkenési szakasz, mely az előrejelzéseim szerint folytatódik az elkövetkezendő években is.

Egy főre jutó évi tejtermékfogyasztás Magyarországon (1960-2008)

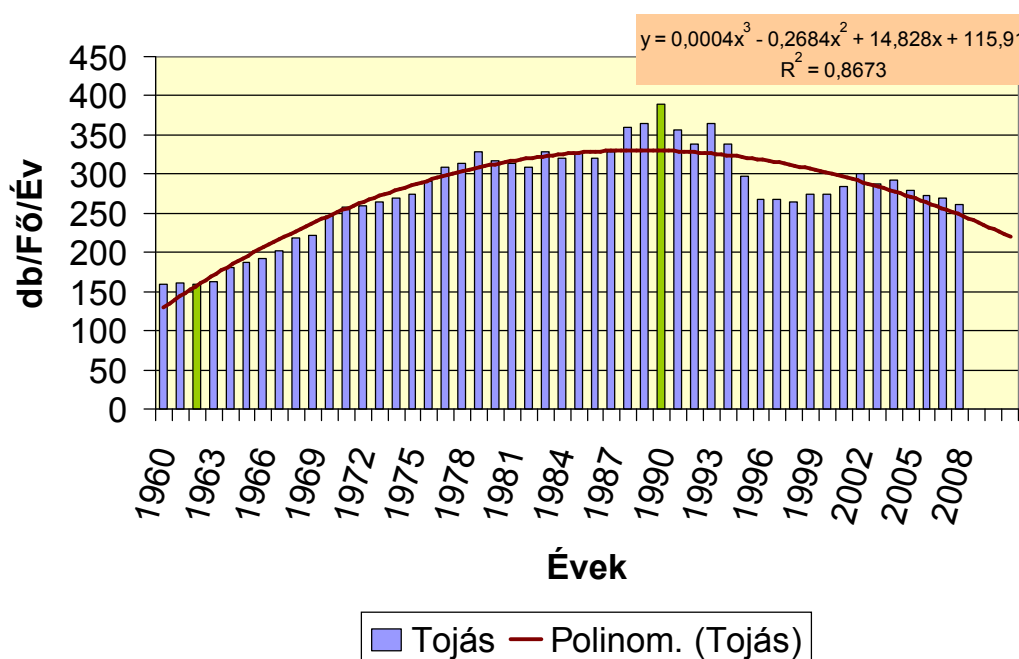


Forrás: KSH (2008) alapján, saját számítás

A vizsgált időszakban a tejtermékfogyasztás összesen 7064,1 kg/fő volt. Az átlagfogyasztás 144,2 kg/fő/év, a szórás 29,1 kg/fő/év. A tejtermékfogyasztás csúcspontja a hústermékekhez hasonlóan 1987-ben volt (199,1 kg/fő/év), a mélypont pedig 1965-ben (97,1 kg/fő/év). 1960-hoz képest 2008-ban a tejtermékfogyasztás 39%-os növekedést mutatott. A legnagyobb növekedés 1996-ról 1997-re 20 kg/fő/év, a legnagyobb csökkenés 1989-ről 1990-re 19,7 kg/fő/év volt. A trendfüggvény 64%-os pontossággal írja le az idő-sorban jelenlévő alapirányzatot. A trendfüggvény illeszkedése nem túl erős ezért az előrejelzés nem megbízható.

A tojásfogyasztás trendfüggvényének magyarázó ereje erős, majdnem 87%. Összesen 13624 db/fő tojás fogyott a vizsgált időszakban. 2008-ban 68%-kal nőtt a tojásfogyasztás az 1960-as évekhez képest. A maximum értéket 1990-ben érte el a fogyasztás (389 db/fő/év), a minimumot pedig 1962-ben (159 db/fő/év). Az átlag tojásfogyasztás 278 db/fő/év, a szórás igen nagy, 57,8 db/fő/év. A legnagyobb növekedés 1987-ről 1988-ra 32 db/fő/év, a legnagyobb csökkenés pedig 1994-ről 1995-re 41 db/fő/év. Az előrejelzés szerint az elkövetkezendő években nem várható növekedés a tojásfogyasztásban.

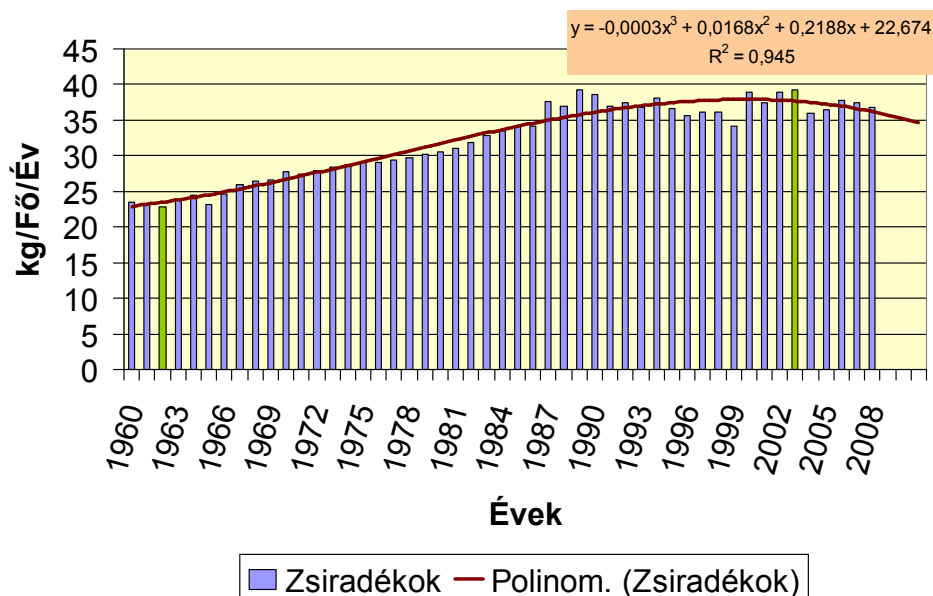
Egy főre jutó évi tojásfogyasztás Magyarországon (1960-2008)



Forrás: KSH (2008) alapján, saját számítás

Az egy főre jutó évi zsiradékfogyasztásnál a legmegbízhatóbb a trendszámításom, a trendvonal illeszkedése majdnem 95%. Összesen 1579,9 kg/fő zsiradékot fogyasztott a magyar lakosság a vizsgált időszakban. Az átlagfogyasztás 32,2 kg/fő/év, a szórás pedig 5,3 kg/fő/év. A bázisévhez (1960) képest 57%-kal nőtt a zsiradékfogyasztás 2008-ban. A legnagyobb értéket (39,2 kg/fő/év) 2003-ban, a legkisebbet (22,8 kg/fő/év) 1962-ben érte el a zsiradékfogyasztás. A legnagyobb növekedés 1999-ről 2000-re (4,8 kg/fő/év), a legnagyobb csökkenés pedig 2003-ról 2004-re (3,2 kg/fő/év volt) volt tapasztalható. A 1960-as évektől egy viszonylag lineárisan növekvő trend figyelhető meg 1994-ig. A prognózis alapján a zsiradékfogyasztás csökkenése várható, amely az egészségesebb táplálkozás felé való elmozdulás reményeit sejteti.

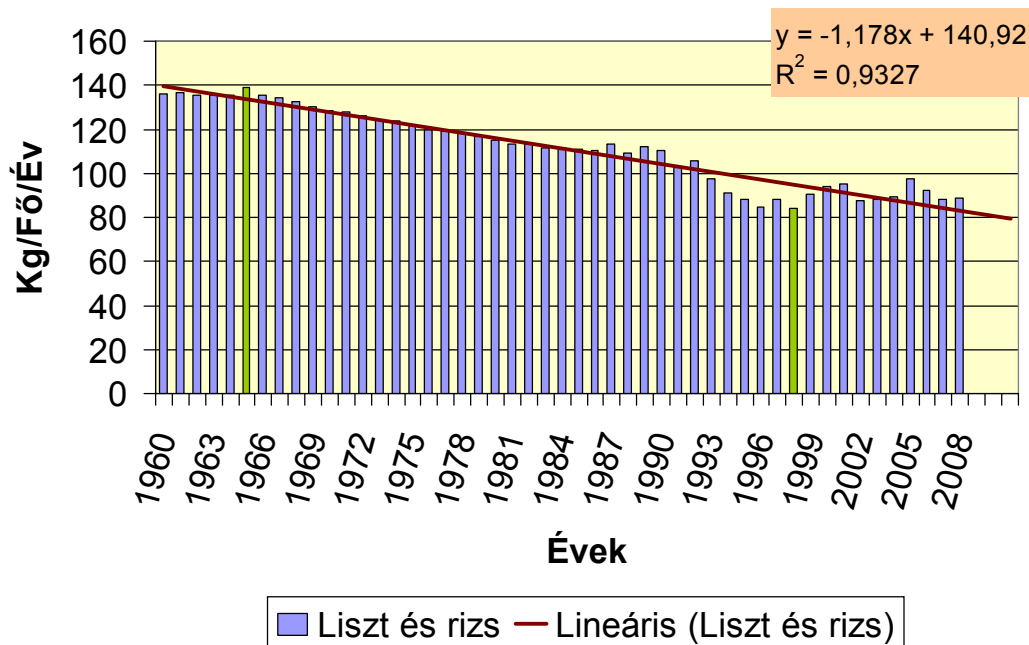
Egy főre jutó évi zsiradékfogyasztás Magyarországon (1960-2008)



Forrás: KSH (2008) alapján, saját számítás

A liszt és rizsfogyasztást vizsgálva megállapítható, hogy 1960 óta folyamatos, függvény-szerű csökkenés következett be. 2008-ban a bázisévhez (1960) képest 35%-kal csökkent az egy fő-re jutó évi fogyasztás.

Egy főre jutó évi liszt és rizsfogyasztás Magyarországon (1960-2008)

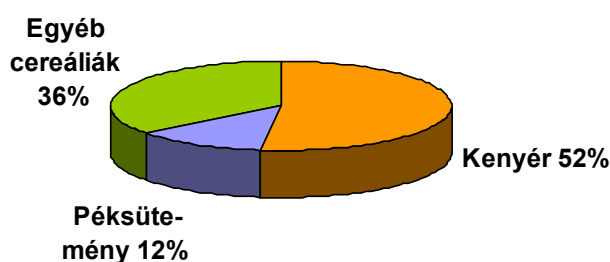


Forrás: KSH (2008) alapján, saját számítás

Ez a pozitív tendencia véleményem szerint annak tudható be, hogy az 1960-as évektől a magyar élelmiszeripar (európai átlagot is meghaladó) gyors fejlődése olyan változatos élelmiszerkínálatot

biztosított, amelynek következtében az addig tradicionális liszt és rizsfogyasztás visszaesett. Összesen 5462,1 kg/fő volt a fogyasztás a vizsgált időszakban. A fogyasztási maximumot a tejtermékekhez hasonlóan 1965-ben (139,2 kg/fő/év) a minimumot 1998-ban regisztrálták (84,1 kg/fő/év). Az átlagfogyasztás 111,5 kg/fő/év, a szórás 17,3 kg/fő/év. A legnagyobb növekedés 2004-ről 2005-re (7,9 kg/fő/év), a legnagyobb csökkenés pedig 1992-ről 1993-ra volt tapasztalható. Az idősorra lineáris trendet sikerül illesztenem, mely 93%-os pontossággal írja le az idősorban jelenlévő alapirányzatot. A trendfüggvény egyenlete alapján elmondható, hogy a liszt és rizs fogyasztás várható éves csökkenése 1,178 kg/fő/év. Ez a mennyiség nem túl nagy, de mindenképpen pozitív jelenség, tekintettel arra, hogy a magyarok a sereghajtók közé tartoznak a szénhidrát fogyasztást tekintve. Megvizsgáltam továbbá a cereáliák fogyasztási szerkezetét is, mely alapján 2008-ban a kenyérfogyasztás tette ki az összes cereália fogyasztás 52%-át. Ez az arány még mindig nagyon magas, ami feltehetőleg az alacsony jövedelmi helyzetnek és a magas élelmiszeráraknak tulajdonítható.

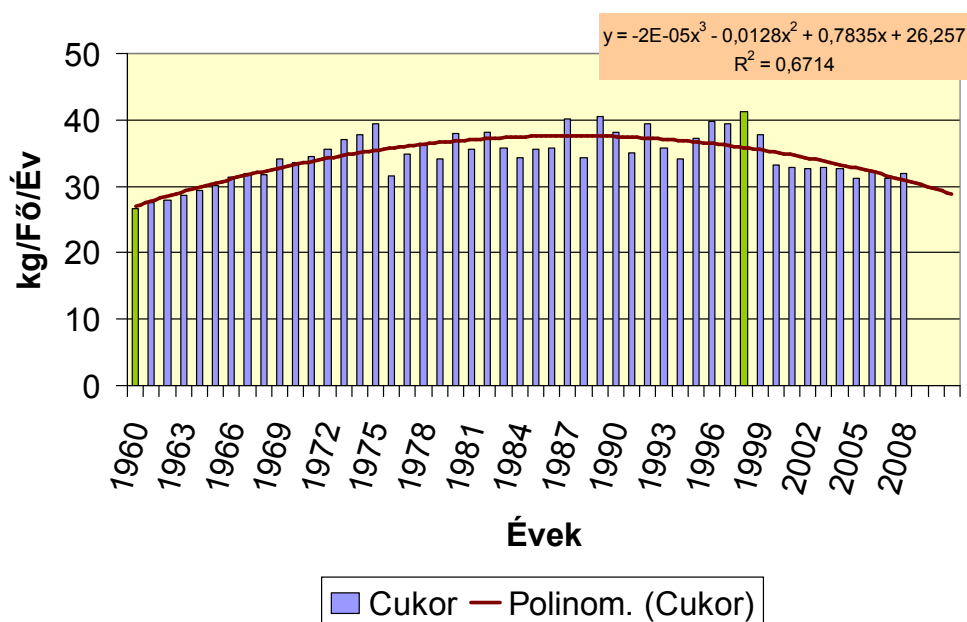
**Az egyes cereáliák részaránya az egy főre jutó évi cereália fogyasztásból Magyarországon
2008-ban**



Forrás: KSH (2008) alapján, saját számítás

A vizsgát 49 év alatt összesen 1690,8 kg/fő cukrot fogyasztottak a magyarok. A bázisévhez (1960) képest 2008-ra 20%-kal nőtt a fogyasztás. A mélypont 1960-ban (26,6 kg/Ft/év), a csúcspontot 1998-ban (41,3 kg/fő/év) volt tapasztalható. Az átlagos cukorfogyasztási mennyiség 34,5 kg/fő/év, a szórás 3,5 kg/fő/év volt. A legnagyobb növekedés 1988-ról 1989-re (6,2 kg/fő/év) a legnagyobb csökkenés 1975-ről 1976-ra (7,8 kg/fő/év) volt megfigyelhető. Az idősorra harmadfokú polinomot illesztettem, mely csupán 67%-os pontossággal írja le az alaptendenciát. Látható, hogy az 1960-as évektől 1975-ig növekedett az egy főre eső évi cukorfogyasztás, majd ezt egy enyhén hullámzó szakasz követte, végül az 1990-es évektől egy stabilizációs folyamat áll be. A trendvonal alapján az elkövetkezendő években csökkenni fog a cukorfogyasztás, ami szerintem reális előrejelzés mivel idén a cukorárak ugrásszerű növekedése valószínűleg ezt vonja maga után.

Egy főre jutó évi cukorfogyasztás Magyarországon (1960-2008)

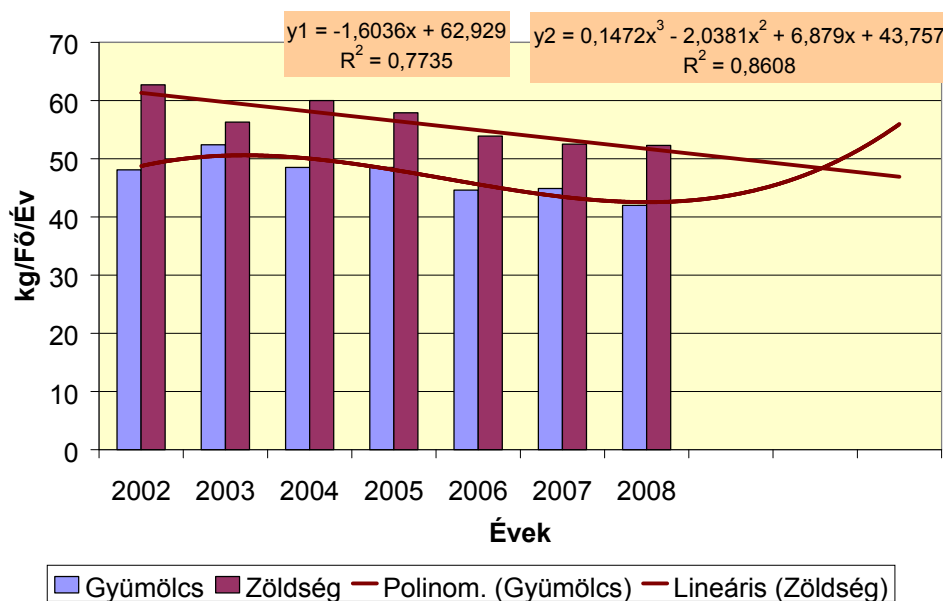


Forrás: KSH (2008) alapján, saját számítás

A vizsgált 49 év alatt összesen 3300,4 kg/fő burgonya került a magyar lakosok asztalára. A legkisebb fogyasztási értéket 1986-ban (50,4 kg/fő/év), a maximumot 1960-ban (97,6 kg/fő/év) regisztrálták. Az átlag burgonyafogyasztás 67,4 kg/fő/év volt, 11,8 kg/fő/év szórás mellett. 2008-ban a bázisévhez (1960) viszonyítva 33%-os csökkenés figyelhető meg. A legnagyobb fogyasztási csökkenés 1990-ről 1991-re (5,7 kg/fő/év), a legnagyobb növekedés pedig 1995-ről 1996-ra (5,9 kg/fő/év) következett be. Az idősorra illesztett harmadfokú polinom majdnem 93%-os pontossággal írja le az idősorra jellemző alaptendenciát. Az 1960-as évektől 1977-ig egy gyors ütemű csökkenő tendencia volt jelen, majd az 1987-es évektől egy enyhén növekvő szakasz következett. Előrejelzésem szerint az enyhe ütemű növekedés tovább folytatódik.

Az utolsó vizsgált élelmiszerkategóriák a zöldségek és gyümölcsök. A korábban említett okok miatt itt rövidebb idősor állt rendelkezésemre. 2002 és 2008 között összesen 329 kg/fő gyümölcsöt és 395,6 kg/fő zöldséget fogyasztottak a magyarok. Az átlagos fogyasztás 47 kg/fő/év gyümölcs (szórás 3,2) és 56,5 kg/fő/év zöldség (szórás 3,6) volt. A gyümölcsfogyasztás a maximum értéket 2003-ban (52,4 kg/fő/év), a minimumot 2008-ban (42 kg/fő/év) érte el. A legtöbb zöldség 2002-ben (62,7 kg/fő/év), a legkevesebb a gyümölcsökhöz hasonlóan 2008-ban fogyott. A statisztikák alapján úgy tűnik, hogy Magyarországon kedveltebbek a zöldségfélék, mivel átlagosan 9,5 kg-l több zöldség fogyott, mint gyümölcs a vizsgált időszakban. A lineáris trendfüggvény egyenlete alapján (86%-os pontossággal) elmondható, hogy a zöldségfogyasztás várható éves csökkenése ~1,6 kg/fő/év. Ezzel szemben a gyümölcsfogyasztás növekedése várható.

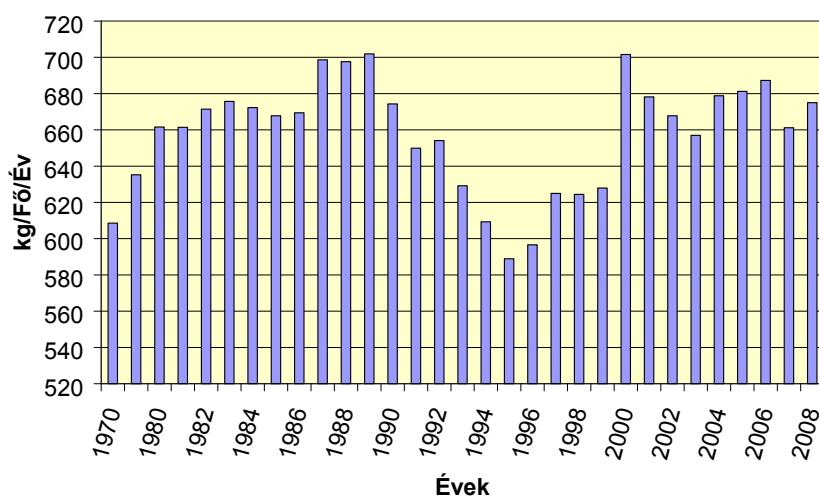
Egy főre jutó évi gyümölcs és zöldségfogyasztás Magyarországon (1970-2008)



Forrás: KSH (2008) alapján, saját számítás

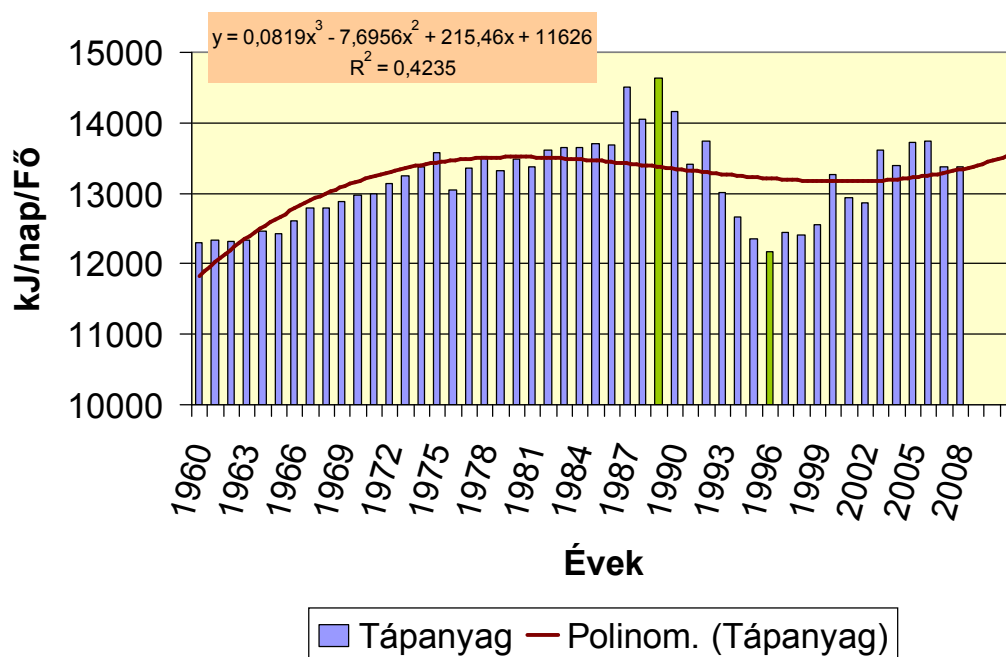
Végezetül elemzem az egy főre jutó élelmiszerfogyasztás mennyiségi alakulását. Az időszor erőteljes ingadozása nem tette lehetővé az előrejelzés készítését. Az ábra viszont így is beszédes. Az 1970-es évektől 1989-ig növekedett az élelmiszerfogyasztás, majd a rendszerváltást követően egy erőteljes csökkenés következett be, a mélypont az 1995-os év. A csökkenés véleményem szerint annak volt köszönhető, hogy az 1990-es évektől jelentősen visszaeső magyar mezőgazdasági termelés következtében szűkült a kínálat, ami pedig az élelmiszerárak drágulásához vezetett, melynek eredménye a fogyasztás csökkenés volt. Az élelmiszerfogyasztás 1989-ben érte el a maximumot (701,9 kg/fő/év), a minimumot pedig 1995-ben (588,9 kg/fő/év), az átlagfogyasztás 657,7 kg/fő/év, a szórás pedig kg/fő/év.

Egy főre jutó évi élelmiszerfogyasztás alakulása Magyarországon (1970-2008)



Forrás: KSH (2008) alapján, saját számítás

Egy főre jutó napi tápanyagfogyasztás Magyarországon (1960-2008)



Forrás: KSH (2008) alapján, saját számítás

Magyar trendfüggvények mellékszámításai

Év	Hús, húské- szítmény, hal	Tej és tejtermékek	Tojás	Zsiradékok	Liszt és rizs	Cukor	Burgonya	Tápanyag
	kg/fő/év		db/fő/év	kg/fő/év				kJ/fő/nap
1960	49,1	114,0	160,0	23,5	136,2	26,6	97,6	12301,0
1961	49,9	106,4	161,0	23,4	136,9	27,6	95,0	12330,0
1962	51,5	103,2	159,0	22,8	135,2	28,0	94,1	12326,0
1963	52,1	97,4	163,0	23,8	135,3	28,7	91,7	12343,0
1964	53,1	99,5	180,0	24,4	135,6	29,3	87,8	12456,0
1965	53,2	97,1	188,0	23,1	139,2	30,1	84,3	12435,0
1966	52,0	100,6	192,0	24,6	135,3	31,3	85,2	12611,0
1967	53,9	105,1	202,0	25,9	134,5	32,0	84,6	12795,0
1968	56,3	110,6	218,0	26,4	132,5	31,7	80,0	12786,0
1969	57,8	110,2	221,0	26,6	130,5	34,2	75,4	12879,0
1970	60,4	109,6	247,0	27,7	128,2	33,5	75,1	12971,0
1971	62,0	111,2	258,0	27,4	128,1	34,5	72,1	12996,0
1972	64,2	116,3	260,0	28,0	126,4	35,5	69,1	13130,0
1973	66,7	112,4	264,0	28,4	124,3	37,1	66,5	13243,0
1974	69,9	118,6	270,0	28,7	123,8	37,7	66,4	13381,0
1975	71,2	126,6	274,0	29,1	122,2	39,4	66,8	13574,0
1976	70,2	136,2	290,0	29,1	119,7	31,6	64,3	13054,0
1977	71,4	143,6	308,0	29,4	118,9	34,9	60,5	13352,0
1978	73,8	153,3	314,0	29,8	118,5	36,4	60,5	13528,0
1979	72,9	160,4	328,0	30,2	116,9	34,1	61,3	13330,0
1980	73,9	166,2	317,0	30,5	115,2	37,9	61,2	13486,0
1981	75,4	171,5	314,0	31,0	113,4	35,5	59,1	13385,0
1982	76,8	174,8	308,0	31,8	113,1	38,1	57,0	13620,0
1983	78,4	181,4	328,0	32,9	111,4	35,7	57,9	13649,0
1984	78,0	185,0	321,0	33,5	111,3	34,3	59,3	13645,0
1985	79,6	183,2	327,0	34,1	110,8	35,5	54,5	13703,0
1986	81,0	185,6	320,0	34,1	110,1	35,7	50,4	13691,0
1987	81,3	199,1	328,0	37,6	113,0	40,1	50,5	14499,0
1988	78,7	195,6	360,0	37,0	109,3	34,3	56,2	14047,0
1989	81,0	189,6	364,0	39,2	112,2	40,5	55,2	14637,0
1990	75,8	169,9	389,0	38,6	110,4	38,2	61,0	14164,0
1991	74,1	167,4	356,0	37,0	102,6	35,0	55,3	13420,0
1992	75,2	159,1	338,0	37,5	105,6	39,5	56,0	13741,0
1993	70,5	144,2	365,0	36,8	97,4	35,8	59,3	13002,0
1994	69,0	140,0	338,0	38,1	91,3	34,2	58,2	12669,0
1995	65,2	132,1	297,0	36,7	88,2	37,3	60,3	12350,0
1996	61,9	136,4	267,0	35,7	84,6	39,8	66,2	12164,0
1997	60,8	156,4	267,0	36,1	88,1	39,4	65,3	12438,0
1998	63,7	149,6	265,0	36,2	84,1	41,3	67,4	12410,0

1999	63,3	151,7	274,0	34,2	90,4	37,7	68,0	12553,0
2000	73,2	160,6	275,0	39,0	94,1	33,2	64,0	13270,0
2001	70,4	144,2	284,0	37,4	95,3	32,9	68,2	12943,0
2002	75,4	143,1	301,0	39,0	87,8	32,6	65,3	12859,0
2003	71,9	138,3	288,0	39,2	88,3	32,8	64,5	13620,0
2004	64,3	155,2	292,0	36,0	89,4	32,7	68,0	13387,0
2005	67,1	166,8	280,0	36,5	97,3	31,2	66,8	13719,0
2006	69,6	163,1	273,0	37,7	92,0	32,3	61,8	13740,0
2007	67,0	163,5	270,0	37,4	88,3	31,2	59,7	13375,0
2008	65,3	158,2	261,0	36,8	88,9	31,9	65,5	13372,0
Összesen	3299,4	7064,1	13624,0	1579,9	5462,1	1690,8	3300,4	645379,0
Max	81,3	199,1	389,0	39,2	139,2	41,3	97,6	14637,0
Min	49,1	97,1	159,0	22,8	84,1	26,6	50,4	12164,0
Átlag	67,3	144,2	278,0	32,2	111,5	34,5	67,4	13171,0
Szórás	9,1	29,1	57,8	5,3	17,3	3,5	11,8	590,3
2008/1960	133%	139%	163%	157%	65%	120%	67%	109%

Forrás: KSH (2008) alapján, saját számítás

Év	Hús, húské-szítmány, hal	Fogy. különbség egyik évről a másikra	Tej és tejtermékek	Fogy. különbség egyik évről a másikra	Tojás	Fogy. különbség egyik évről a másikra	Zsiradékok	Fogy. különbség egyik évről a másikra
	kg/fő/év				db/fő/év		kg/fő/év	
1960	49,1		114,0		160,0		23,5	
1961	49,9	0,8	106,4	-7,6	161,0	1,0	23,4	-0,1
1962	51,5	1,6	103,2	-3,2	159,0	-2,0	22,8	-0,6
1963	52,1	0,6	97,4	-5,8	163,0	4,0	23,8	1,0
1964	53,1	1,0	99,5	2,1	180,0	17,0	24,4	0,6
1965	53,2	0,1	97,1	-2,4	188,0	8,0	23,1	-1,3
1966	52,0	-1,2	100,6	3,5	192,0	4,0	24,6	1,5
1967	53,9	1,9	105,1	4,5	202,0	10,0	25,9	1,3
1968	56,3	2,4	110,6	5,5	218,0	16,0	26,4	0,5
1969	57,8	1,5	110,2	-0,4	221,0	3,0	26,6	0,2
1970	60,4	2,6	109,6	-0,6	247,0	26,0	27,7	1,1
1971	62,0	1,6	111,2	1,6	258,0	11,0	27,4	-0,3
1972	64,2	2,2	116,3	5,1	260,0	2,0	28,0	0,6
1973	66,7	2,5	112,4	-3,9	264,0	4,0	28,4	0,4
1974	69,9	3,2	118,6	6,2	270,0	6,0	28,7	0,3
1975	71,2	1,3	126,6	8,0	274,0	4,0	29,1	0,4
1976	70,2	-1,0	136,2	9,6	290,0	16,0	29,1	0,0
1977	71,4	1,2	143,6	7,4	308,0	18,0	29,4	0,3
1978	73,8	2,4	153,3	9,7	314,0	6,0	29,8	0,4
1979	72,9	-0,9	160,4	7,1	328,0	14,0	30,2	0,4

1980	73,9	1,0	166,2	5,8	317,0	-11,0	30,5	0,3
1981	75,4	1,5	171,5	5,3	314,0	-3,0	31,0	0,5
1982	76,8	1,4	174,8	3,3	308,0	-6,0	31,8	0,8
1983	78,4	1,6	181,4	6,6	328,0	20,0	32,9	1,1
1984	78,0	-0,4	185,0	3,6	321,0	-7,0	33,5	0,6
1985	79,6	1,6	183,2	-1,8	327,0	6,0	34,1	0,6
1986	81,0	1,4	185,6	2,4	320,0	-7,0	34,1	0,0
1987	81,3	0,3	199,1	13,5	328,0	8,0	37,6	3,5
1988	78,7	-2,6	195,6	-3,5	360,0	32,0	37,0	-0,6
1989	81,0	2,3	189,6	-6,0	364,0	4,0	39,2	2,2
1990	75,8	-5,2	169,9	-19,7	389,0	25,0	38,6	-0,6
1991	74,1	-1,7	167,4	-2,5	356,0	-33,0	37,0	-1,6
1992	75,2	1,1	159,1	-8,3	338,0	-18,0	37,5	0,5
1993	70,5	-4,7	144,2	-14,9	365,0	27,0	36,8	-0,7
1994	69,0	-1,5	140,0	-4,2	338,0	-27,0	38,1	1,3
1995	65,2	-3,8	132,1	-7,9	297,0	-41,0	36,7	-1,4
1996	61,9	-3,3	136,4	4,3	267,0	-30,0	35,7	-1,0
1997	60,8	-1,1	156,4	20,0	267,0	0,0	36,1	0,4
1998	63,7	2,9	149,6	-6,8	265,0	-2,0	36,2	0,1
1999	63,3	-0,4	151,7	2,1	274,0	9,0	34,2	-2,0
2000	73,2	9,9	160,6	8,9	275,0	1,0	39,0	4,8
2001	70,4	-2,8	144,2	-16,4	284,0	9,0	37,4	-1,6
2002	75,4	5,0	143,1	-1,1	301,0	17,0	39,0	1,6
2003	71,9	-3,5	138,3	-4,8	288,0	-13,0	39,2	0,2
2004	64,3	-7,6	155,2	16,9	292,0	4,0	36,0	-3,2
2005	67,1	2,8	166,8	11,6	280,0	-12,0	36,5	0,5
2006	69,6	2,5	163,1	-3,7	273,0	-7,0	37,7	1,2
2007	67,0	-2,6	163,5	0,4	270,0	-3,0	37,4	-0,3
2008	65,3	-1,7	158,2	-5,3	261,0	-9,0	36,8	-0,6
Max csökkenés		-7,6		-19,7		-41,0		-3,2
Max növekedés		9,9		20,0		32,0		4,8

Forrás: KSH (2008) alapján, saját számítás

Év	Liszt és rizs	Fogy. különbség egyik évről a má- sikra	Cukor	Fogy. különbség egyik évről a má- sikra	Burgonya	Fogy. különbség egyik évről a má- sikra	Tápanyag, kJ/nap	Fogy. különbség egyik évről a másakra
	kg/fő/év							
1960	136,2		26,6		97,6		12301,0	
1961	136,9	0,7	27,6	1,0	95,0	-2,6	12330,0	29,0
1962	135,2	-1,7	28,0	0,4	94,1	-0,9	12326,0	-4,0
1963	135,3	0,1	28,7	0,7	91,7	-2,4	12343,0	17,0
1964	135,6	0,3	29,3	0,6	87,8	-3,9	12456,0	113,0
1965	139,2	3,6	30,1	0,8	84,3	-3,5	12435,0	-21,0
1966	135,3	-3,9	31,3	1,2	85,2	0,9	12611,0	176,0
1967	134,5	-0,8	32,0	0,7	84,6	-0,6	12795,0	184,0
1968	132,5	-2,0	31,7	-0,3	80,0	-4,6	12786,0	-9,0

1969	130,5	-2,0	34,2	2,5	75,4	-4,6	12879,0	93,0
1970	128,2	-2,3	33,5	-0,7	75,1	-0,3	12971,0	92,0
1971	128,1	-0,1	34,5	1,0	72,1	-3,0	12996,0	25,0
1972	126,4	-1,7	35,5	1,0	69,1	-3,0	13130,0	134,0
1973	124,3	-2,1	37,1	1,6	66,5	-2,6	13243,0	113,0
1974	123,8	-0,5	37,7	0,6	66,4	-0,1	13381,0	138,0
1975	122,2	-1,6	39,4	1,7	66,8	0,4	13574,0	193,0
1976	119,7	-2,5	31,6	-7,8	64,3	-2,5	13054,0	-520,0
1977	118,9	-0,8	34,9	3,3	60,5	-3,8	13352,0	298,0
1978	118,5	-0,4	36,4	1,5	60,5	0,0	13528,0	176,0
1979	116,9	-1,6	34,1	-2,3	61,3	0,8	13330,0	-198,0
1980	115,2	-1,7	37,9	3,8	61,2	-0,1	13486,0	156,0
1981	113,4	-1,8	35,5	-2,4	59,1	-2,1	13385,0	-101,0
1982	113,1	-0,3	38,1	2,6	57,0	-2,1	13620,0	235,0
1983	111,4	-1,7	35,7	-2,4	57,9	0,9	13649,0	29,0
1984	111,3	-0,1	34,3	-1,4	59,3	1,4	13645,0	-4,0
1985	110,8	-0,5	35,5	1,2	54,5	-4,8	13703,0	58,0
1986	110,1	-0,7	35,7	0,2	50,4	-4,1	13691,0	-12,0
1987	113,0	2,9	40,1	4,4	50,5	0,1	14499,0	808,0
1988	109,3	-3,7	34,3	-5,8	56,2	5,7	14047,0	-452,0
1989	112,2	2,9	40,5	6,2	55,2	-1,0	14637,0	590,0
1990	110,4	-1,8	38,2	-2,3	61,0	5,8	14164,0	-473,0
1991	102,6	-7,8	35,0	-3,2	55,3	-5,7	13420,0	-744,0
1992	105,6	3,0	39,5	4,5	56,0	0,7	13741,0	321,0
1993	97,4	-8,2	35,8	-3,7	59,3	3,3	13002,0	-739,0
1994	91,3	-6,1	34,2	-1,6	58,2	-1,1	12669,0	-333,0
1995	88,2	-3,1	37,3	3,1	60,3	2,1	12350,0	-319,0
1996	84,6	-3,6	39,8	2,5	66,2	5,9	12164,0	-186,0
1997	88,1	3,5	39,4	-0,4	65,3	-0,9	12438,0	274,0
1998	84,1	-4,0	41,3	1,9	67,4	2,1	12410,0	-28,0
1999	90,4	6,3	37,7	-3,6	68,0	0,6	12553,0	143,0
2000	94,1	3,7	33,2	-4,5	64,0	-4,0	13270,0	717,0
2001	95,3	1,2	32,9	-0,3	68,2	4,2	12943,0	-327,0
2002	87,8	-7,5	32,6	-0,3	65,3	-2,9	12859,0	-84,0
2003	88,3	0,5	32,8	0,2	64,5	-0,8	13620,0	761,0
2004	89,4	1,1	32,7	-0,1	68,0	3,5	13387,0	-233,0
2005	97,3	7,9	31,2	-1,5	66,8	-1,2	13719,0	332,0
2006	92,0	-5,3	32,3	1,1	61,8	-5,0	13740,0	21,0
2007	88,3	-3,7	31,2	-1,1	59,7	-2,1	13375,0	-365,0
2008	88,9	0,6	31,9	0,7	65,5	5,8	13372,0	-3,0
Max csökkenés		-8,2		-7,8		-5,7		-744,0
Max növekedés		7,9		6,2		5,9		808,0

Forrás: KSH (2008) alapján, saját számítás

Év	Gyümölcs	Zöldség
	kg/fő/év	
2002	48,1	62,7
2003	52,4	56,3
2004	48,5	60,0
2005	48,5	57,9
2006	44,6	53,9
2007	44,9	52,5
2008	42,0	52,3
Összesen	329,0	395,6
Max	52,4	62,7
Min	42,0	52,3
Átlag	47,0	56,5
Szórás	3,2	3,6
2008/2002	87%	83%

Év	Gyümölcs	Fogyasztás különbség egyik évről a másikra	Zöldség	Fogyasztás különbség egyik évről a másikra
2002	48,1		62,7	
2003	52,4	4,3	56,3	-6,4
2004	48,5	-3,9	60,0	3,7
2005	48,5	0,0	57,9	-2,1
2006	44,6	-3,9	53,9	-4,0
2007	44,9	0,3	52,5	-1,4
2008	42,0	-2,9	52,3	-0,2
Max növekedés		4,3		3,7
Max csökkenés		-3,9		-6,4

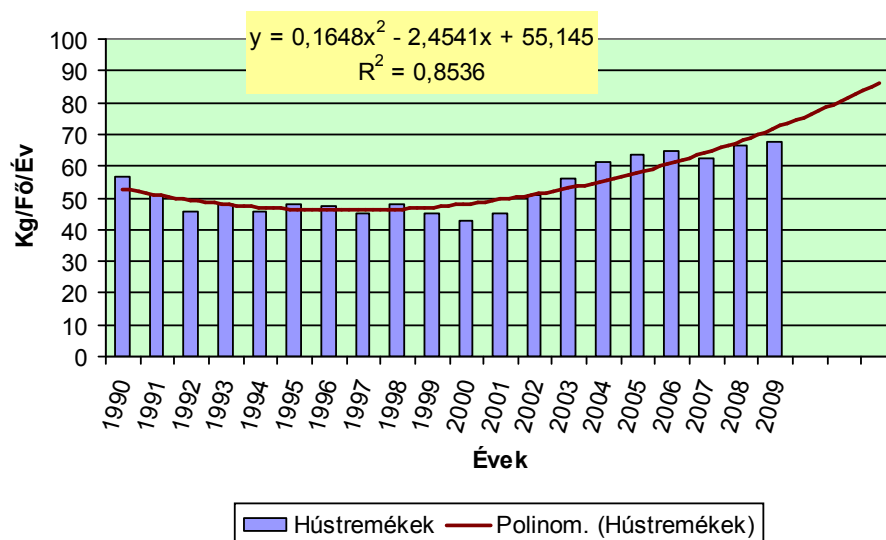
Forrás: KSH (2008) alapján, saját számítás

Év	Élelmiszerfogyasztás Magyarországon (kg/fő/év)	
	Összesen	
1970	608,6	
1975	635,2	26,6
1980	661,6	26,4
1981	661,4	-0,2
1982	671,4	10,0
1983	675,7	4,3
1984	672,3	-3,4
1985	667,8	-4,5
1986	669,4	1,6
1987	698,6	29,2
1988	697,6	-1,0
1989	701,9	4,3
1990	674,3	-27,6
1991	649,9	-24,4
1992	654,1	4,2
1993	629,2	-24,9
1994	609,3	-19,9
1995	588,9	-20,4
1996	596,6	7,7
1997	625,0	28,4
1998	624,4	-0,6
1999	627,9	3,5
2000	701,6	73,7
2001	678,2	-23,4
2002	667,8	-10,4
2003	657,0	-10,8
2004	678,8	21,8
2005	681,2	2,4

2006	687,3	6,1
2007	661,2	-26,1
2008	675,0	13,8
Max	701,9	
Min	588,9	
Átlag	657,7	
Szórás	30,5	
Max növekedés		73,7
Max csökkenés		-27,6

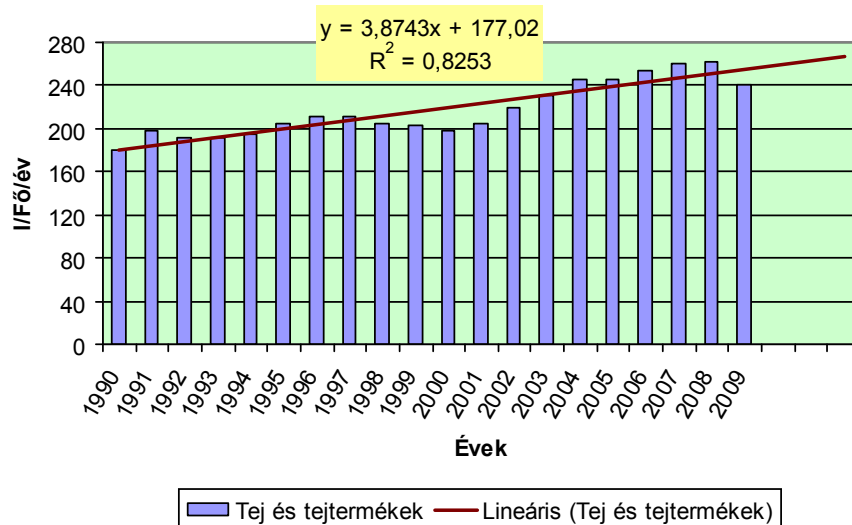
Forrás: KSH (2008) alapján, saját számítás

Egy főre jutó évi hústermék fogyasztás Romániában (1990-2009)



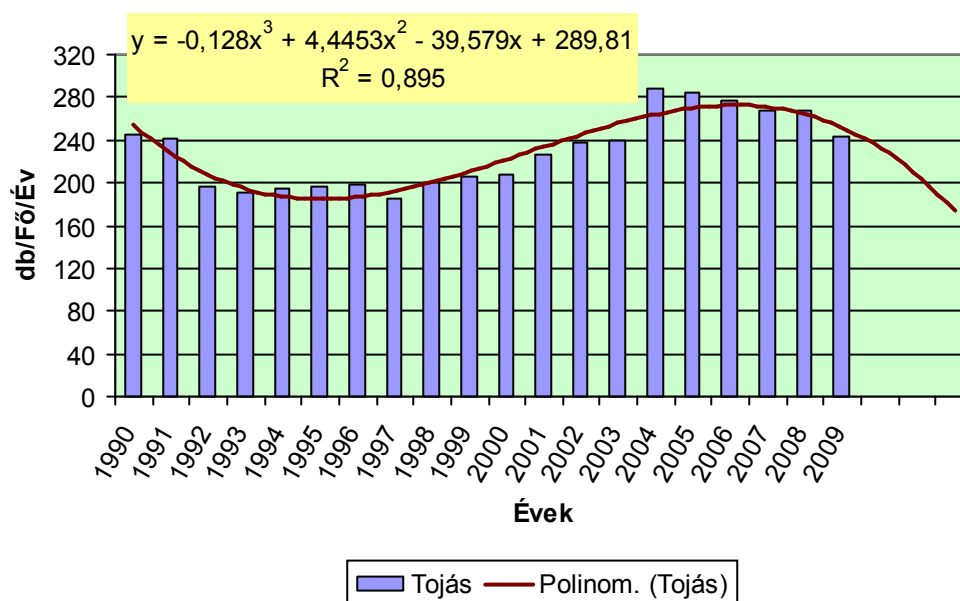
Forrás: INSSE (2009) alapján, saját számítás

Egy főre jutó évi tejtermékfogyasztás Romániában (1990-2009)



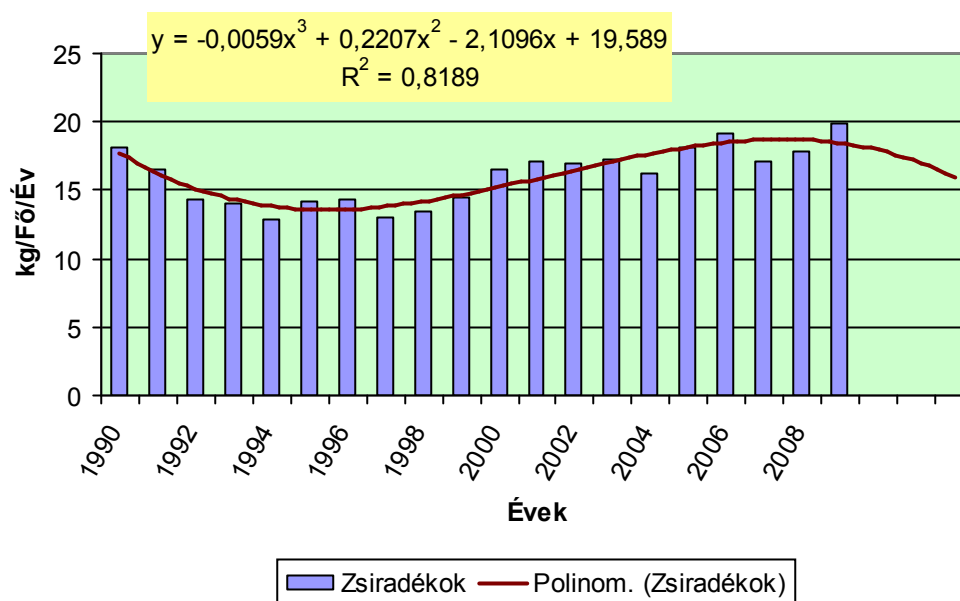
Forrás: INSSE (2009) alapján, saját számítás

Egy főre jutó évi tojásfogyasztás Romániában (1990-2008)



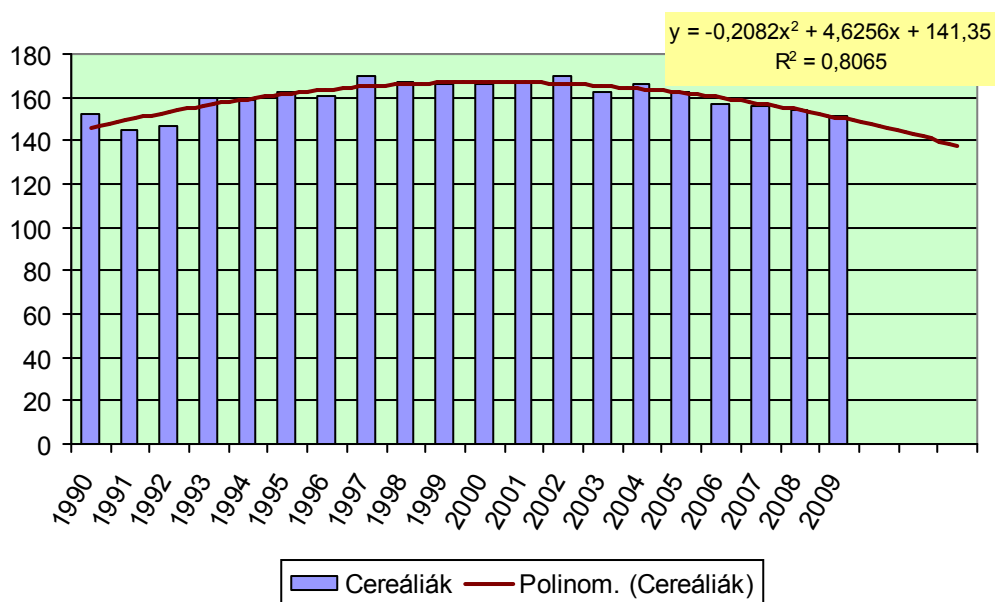
Forrás: INSSE (2009) alapján, saját számítás

Egy főre jutó évi zsiradékfogyasztás Romániában (1990-2008)



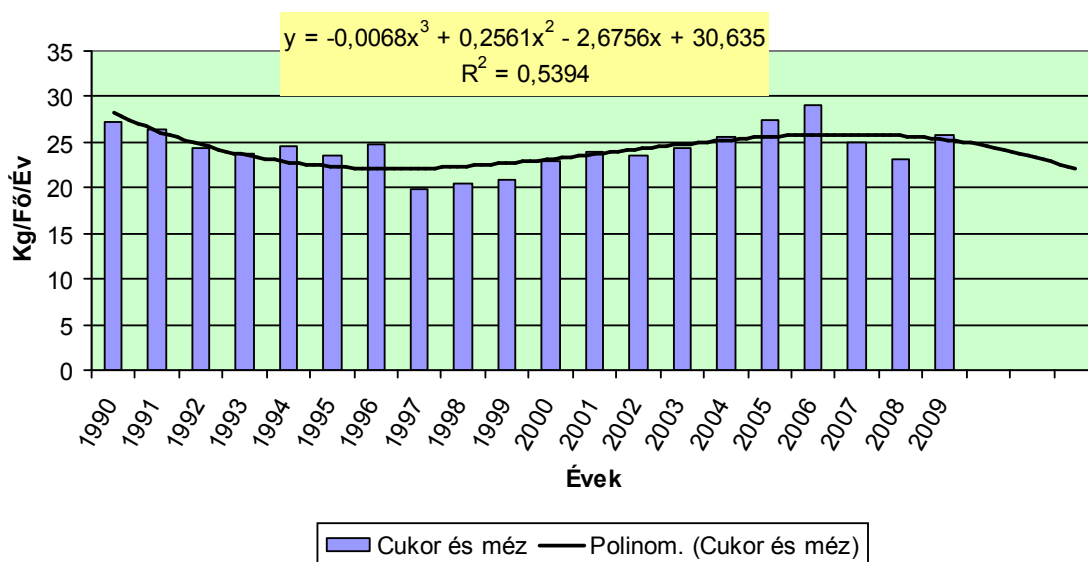
Forrás: INSSE (2009) alapján, saját számítás

Egy főre jutó évi cereália fogyasztás Romániában (1990-2009)



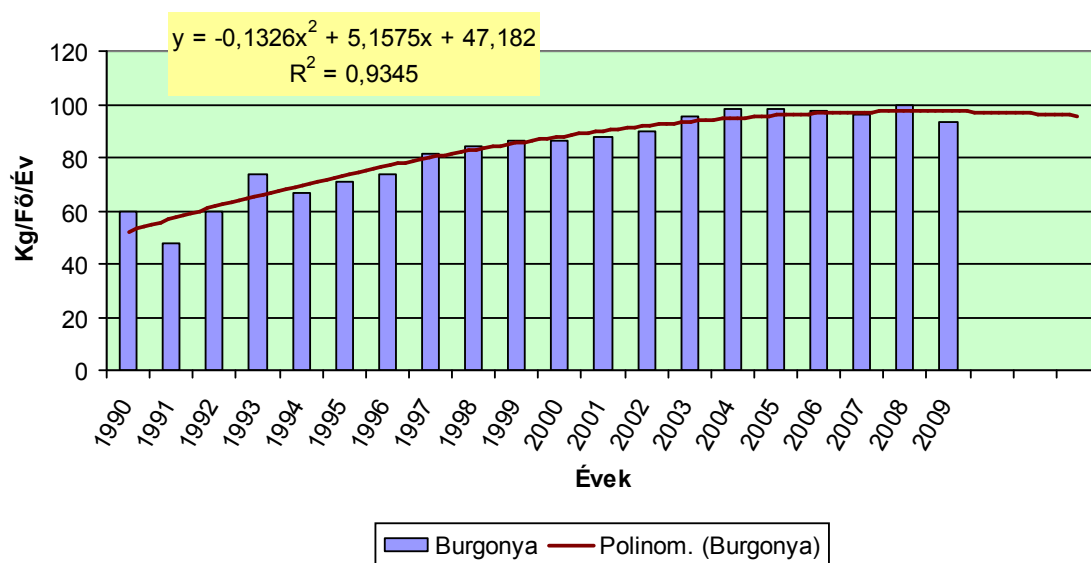
Forrás: INSSE (2009) alapján, saját számítás

Egy főre jutó évi cukor és mézfogyasztás Romániában (1990-2009)



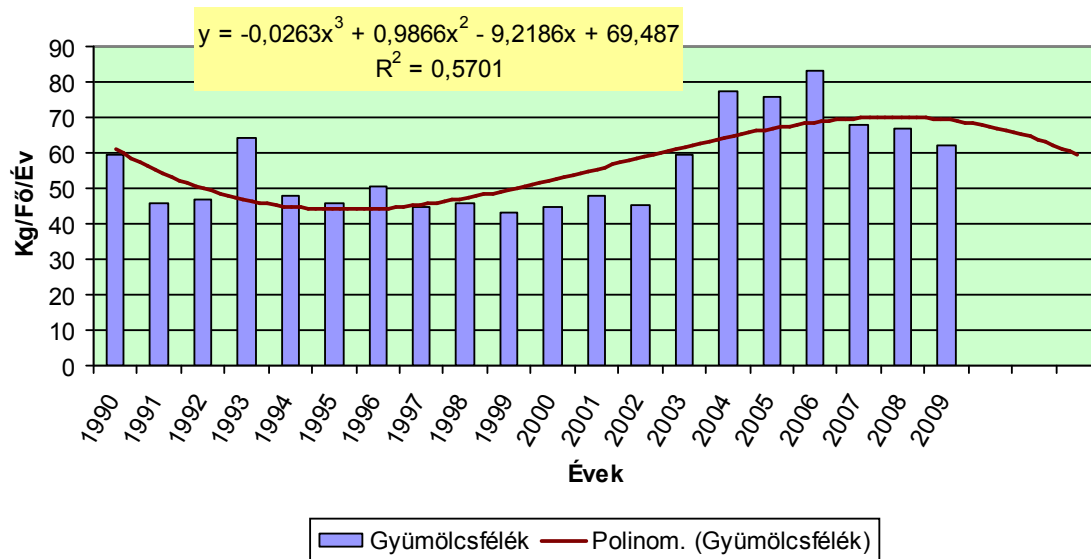
Forrás: INSSE (2009) alapján, saját számítás

Egy főre jutó évi burgonyafogyasztás Romániában (1990-2009)



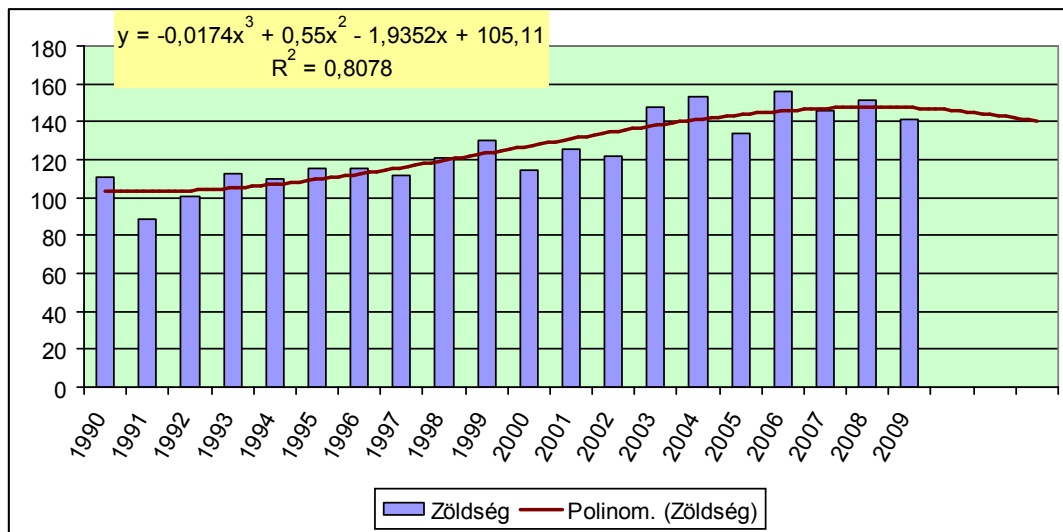
Forrás: INSSE (2009) alapján, saját számítás

Egy főre jutó évi gyümölcsfogyasztás Romániában (1990-2008)



Forrás: INSSE (2009) alapján, saját számítás

Egy főre jutó évi zöldségfogyasztás Romániában (1990-2009)



Forrás: INSSE (2009) alapján, saját számítás

8. MELLÉKLET: FÓKUSZCSOPORTOS INTERJÚVÁZLAT

• Interjúvázlat

A fókuszcsoporthoz tartozó interjúk forgatókönyvét az interjúvázlatban rögzítettem. Kilenc kérdéskört alakítottam ki, a kutatási céljaimnak megfelelően.

• Bevezetés

Üdvözlöm a résztvevőket, bemutatkozom és megköszönöm, hogy részt vesznek az interjúban. Beleegyezésüket kérem hangfelvétel és kép készítéséhez, majd ismertetem a beszélgetés témáját: *A középiskolás fiatalok táplálkozási szokásai, élelmiszerfogyasztói preferenciái*. Felhívom a résztvevők figyelmét, hogy a felmerülő kérdésekre nincs rossz válasz, lehetőségük nyílik viták indítására, egymás meggyőzésére, bármi, ami a témával kapcsolatban eszükbe jut, fontos lehet, így osszák meg a csoport tagjaival is.

• Résztvevők bemutatkozása

Az oldottabb hangulat érdekében, megkérem, hogy mutatkozzanak be egymásnak és rákérdezek a kutatás szempontjából fontos személyes információkra is (keresztnev, életkor, lakóhely, melyik iskolában és mit tanulnak, hányan vannak a családban, szülők foglalkozása).

• Beszélgetés lebonyolítása, kérdéskörök

A felvázolt téma a kérdéskörök alapján kerül megvitatásra. Az első kérdéskörrel próbálom ráhangolni az interjúalanyokat a beszélgetés témájára és igyekszem végig fenntartani az érdeklődést. Most pedig lássuk a kutatási célokat és a hozzájuk tartozó kérdésköröket, kérdéseket.

C1: A középiskolások ételmisszerfogyasztói magatartásának vizsgálata.

1. Táplálkozással kapcsolatos asszociációk, vélemények

- a). Mi jut eszetekbe először a *táplálkozásról*?
- b). Mi a véleményetek a fiatalok étkezési szokásairól?
- c). Mondjatok három kedvenc ételt!

2. Étkezési szokások a kulturális tényezők vonatkozásában

- a). Családodon belül vannak étkezési szabályok? Esetleg saját szabályok? Ha igen, mondjatok rá példát!
- b). Étkezési szokásaitokban mennyire vannak jelen a hagyományok (vallási, nemzeti, családi)? Tudnátok példát mondani?
- c). Vannak olyan ételek/élelmiszerek, amelyek szimbolikus tartalommal bírnak számotokra? Például?
- d). Ki vagy mi befolyásolja leginkább táplálkozási szokásaitokat?
- e). Véleményetek szerint a gyermekkorban kialakult ízlésvilág, étkezési szokások változhatnak felnőtt korban?
- f). Ha teljesen függetlenek lesztek születeiktől, változtattok majd táplálkozási szokásaitokon? Miben?

3. A napi étkezések rendszeressége, minősége

- a). Megítélésetek szerint rendszeresen vagy inkább rendszertelenül étkeztek? Mi ennek az oka?
- b). Melyik étkezést tekintitek főétkezéseeteknek?
- c). Hány alkalommal esztek hétköznaponként? Hétvégén?
- d). Többnyire a családdal/barátokkal vagy egyedül étkeztek?
- e). Milyen gyakran esztek meleg ételt?

4. Élelmiszerfogyasztói preferenciák

- a). Otthon többnyire magyaros ételeket fogyasztotok? Étkezési kultúrátokba beépültek egyéb nemzetközi konyha ételei? Például?
- b). Tudtok főzni? Ha igen mit és milyen gyakran?
- c). A megszokott vagy az új ízeket kedvelitek jobban?
- d). Általában olyan élelmiszereket fogyasztotok, amelyeket szerettek? Ha nem, miért?

- e). A friss alapanyagokból készült ételeket vagy a félkész, gyors ételeket kedvelitek jobban? Miért? Nevezzétek meg kedvelt félkész és gyors ételeiteket, ha tudtok, mondjatok márkaneveket is.
- f). Szoktatok fogyasztani saját termelésű és/vagy háztáji (nem bolti) élelmiszereket?
- g). Alapvetően szívesen próbáltok ki új élelmiszertermékeket? Miket?
- h). Van olyan étel/élelmiszer, melyet: jutalmazás, örömszerzés, kényeztetés, védelem, megnyugtató, személyes érintettség, önkifejezés céljából fogyasztotok. Például?
- i). **Kedvenc élelmiszerek:** most mindenki kap egy ábrát, melyen különféle élelmiszerkategóriák szerepelnek. Kérlek, mindegyik kategóriához írtatok be három kedvenc élelmiszerfélést és ahol lehet, nevezzétek meg legkedveltebb márkákat is. Az ábrán szereplő kategóriák: *gyümölcs, zöldség, tejtermék, húsféle, alkoholmentes ital, édesség, rágcsálnivaló*.
- j). **Kártyaválogatás:** az egyes élelmiszerek fogyasztási gyakorisága/hét: most ismét kártyákat kaptok, melyeken különféle élelmiszerek/italok szerepelnek. Kérlek, rakjátok sorba külön az élelmiszereket és italokat, aszerint, hogy milyen gyakran fogyasztjátok őket hetente. Fontos, hogy a sor elején a fogyasztásokra leginkább jellemző élelmiszer/ital szerepeljen, a sor végén pedig, amelyet a legritkábban fogyasztotok. Egytől-hétig rangsoroljátok, egy helyen egyszerre több kártya is szerepelhet.

— Kártyákon szereplő élelmiszerek:

Felvágottak	Tésztafélék	Mirelit termékek
Sajt	Rizs	Marhahús
Burgonya	Péksütemény	Konzervek
Kenyérfélék	Müzli/gabona szeletek	Natúrjoghurt/kefir
Zöldség	Sertéshús	Bio élelmiszerek
Hagyományos levesek	Rágcsálnivaló	Ízesített joghurt
Baromfihús	Zacskós levesek	Tojás
Vaj/margarin	Édességek	Gyümölcs
Kész ételek (vásárolt)		

— Kártyákon szereplő italok:

Tej	Alkohol
Rostos üdítők	Szénsavas ásványvíz
Cola félék	Főzött kávé
Szénsavmentes ásványvíz	Szénsavas üdítők
Csapvíz	Joghurtos italok
Tea	Cappuccino, 3in1
Energiaital	Instant italok (pl. Kakaó, tea, üdítő)

5. Házon kívüli étkezések

- a). A kortársak, barátok hatással vannak arra, hogy mit esztek nyilvános helyen? Pl. suliban? Miért?
- b). Milyen gyakran étkeztek suliban/büfében/menzán? Ha ritkán miért?
- c). Milyen gyakran, kikkel és milyen alkalomból étkeztek gyorsétteremben? (Milyen típusú gyorsétterem?) Hagyományos étteremben?
- d). Mely nemzetközi konyha ételeit fogyasztjátok a leggyakrabban étteremben/gyorsétteremben?
- e). **Szimulált depriváció:** Mit éreznének, ha mostantól soha többé nem ehetnétek gyorséttermi ételeket?

C2: A középiskolások egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdjeinek feltárása.

6. Egészséges táplálkozás

Kérlek, fejezzétek be a következő mondatokat:

- a). Az egészséges táplálkozás azért fontos, mert...
- b). Szerintem az, hogy valaki egészségesen étkezik vagy sem, függ...

7. Információk az egészséges táplálkozásról

- a). Tudjátok-e, hogy a korotokbeli fiataloknak mennyi a napi kalóriaszükséglete? (lányok 2300, fiúk 2800 kalória/nap)
- b). Tudjátok, hogy mennyi az ajánlott napi folyadékbevitel? (2-3l/nap) Naponta mennyi folyadékot isztok, beleértve a leveseket is?
- c). Szoktatok informálódni az egészséges táplálkozással kapcsolatban? Honnan, kiktől?

C3: A középiskolások élelmiszervásárlási szokásainak és a családi vásárlási döntésekben való szerepének feltérképezése.

8. Élelmiszervásárlás jellemzői

- a). Az étkezéssel, élelmiszervásárlással kapcsolatos döntéseket ki hozza meg a családotokban? Kikérik a ti véleményetek is? Például?
- b). Milyen típusú üzletben vásároltok szívesen élelmiszert? Miért?
- c). Milyen gyakran és milyen élelmiszereket/ételeket vásároltok magatoknak?
- d). Zsebpénzetek/saját keresetetek mekkora hányadát költitek ételre?
- e). Kártyaválogatás: az élelmiszervásárlás szempontjai: kérlek, válogassátok szét két csoportba a következő kártyákat, aszerint, hogy a rajtuk szereplő szempontot figyelembe veszitek-e vagy sem élelmiszer/étel vásárláskor.

— Kártyákon szereplő szempontok:

Újdonságtartalom	Csomagolás/látvány
Trendi	Megéri az árát
Környezetbarát előállítás/csomagolás	Bio
Vitamintartalom	Értékesítési hely kinézete
Reklám	Gyártói márka
Olcsó	Életérzést képvisel
Illat	Családi szokások
Akciós	Kiszerezés
Nyerni lehet vele	Kalóriatartalom
Kereskedői márka	Kiváló minőség
Íz	Ismert márka
Egészséges	Frissesség
Hagyományos	Szavatossági idő
E-számok	Barátok is ezt veszik
Származási hely	

C4: A középiskolások értékrendszerének, életstílusának megismerése.

9. **Kártyaválogatás:** értékrendszer/életstílus: Most ismét kártyákat kaptok, melyeken az emberi életvitelhez kapcsolódó értékek szerepelnek. Kérlek, válogassátok szét három csoportba a kártyákat aszerint, hogy a rajta szereplő értékek mennyire fontosak számotokra. Az első csoportba a *nagyon fontos*, a másodikba a *közepesen fontos*, a harmadikba pedig a számotokra *egyáltalán nem fontos* értékek kerüljenek.

— Kártyákon szereplő értékek

Élvezetes/élmény teli élet	Siker/karrier
Bulizás	Biztonság
Barátok	Változatosság (új dolgok kipróbálása)
Család	Pörgő életvitel
Közösségbe tartozás	Tradíciók tisztelete
Utazás, nyaralás	Divat/trend követése
Gazdagság	Nyugodt, kiegyensúlyozott élet
Hatalom	Környezetvédelem
Tanulás/tudás	Takarékosság
Önállóság	Mások véleménye
Szabadidő	Vallásos hit
Egészség	

9. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV

BAKOS IZABELLA

E-mail: bakosizabella@citromail.hu

KÍSÉRŐLEVÉL

Kedves Válaszadó!

Kutatást végzek a *középiskolás fiatalok étkezési szokásairól*, melyhez a segítségedet kérem az alábbi kérdőív kitöltésével. A kérdésekre a válaszadás *önkéntes* és *név nélküli*. Alulírott, *kötelességet vállalok* arra, hogy válaszaidat összesítve és kizárólag jelen kutatásom céljaira használok fel.

Köszönöm, hogy a kérdőív kitöltésével segíted munkámat!

XXX, 2011. október 3.

Üdvözlettel:

Bakos Izabella
főiskolai hallgató

KÉRDŐÍV

1. Mi a véleményed általánosságban a középiskolás fiatalok táplálkozási szokásairól?

.....

2. Mennyire jellemzőek Rád az alábbi állítások? (1=egyáltalán nem jellemző... 5=teljes mértékben jellemző. Karikázd be a válaszdoknak megfelelő értéket!)

Vannak étkezési szabályaim	1	2	3	4	5
Szülőktől/Nagyszülőktől tanult hagyományoknak megfelelően étkezem	1	2	3	4	5
Mindig együtt étkezik a család	1	2	3	4	5
Minden ünnepnek megvannak a jellegzetes ételei a családomban	1	2	3	4	5
Az élelmiszerek többségét magunk termeljük meg otthon	1	2	3	4	5
Különbséget teszek az ünnepi és hétköznapi étkezés között	1	2	3	4	5
Vannak étkezéssel kapcsolatos vallási hagyományaim	1	2	3	4	5
Vannak ételek/élelmiszerek, amelyek szimbolikus tartalommal bírnak számomra	1	2	3	4	5
A gyermekkorban kialakult ízlésvilág idővel változhat	1	2	3	4	5
Ha független leszek szüleimtől, változtatok étkezési szokásaimon	1	2	3	4	5
Én döntöm el, hogy mit eszem	1	2	3	4	5

3. Milyen mértékben befolyásolják táplálkozási szokásaidat az alábbiakban felsorolt személyek és tényezők? (1=egyáltalán nem befolyásol... 5=teljes mértékben befolyásol. Karikázd be a válasznak megfelelő értéket!)

Szülők	1	2	3	4	5
Nagyszülők	1	2	3	4	5
Egyéb családtag	1	2	3	4	5
Barátok	1	2	3	4	5
Anyagi helyzet	1	2	3	4	5
Időbeosztás	1	2	3	4	5
Évszakok	1	2	3	4	5
Érzelmek	1	2	3	4	5
Környezeti hatások	1	2	3	4	5
Korábbi tapasztalatok	1	2	3	4	5
Reklámok	1	2	3	4	5
Egyéb:.....	1	2	3	4	5

4. Általában milyen rendszerességgel étkezel hétköznaponként illetve hétvégén/ünnepeken, és melyik főétkezésnél fogyasztasz meleg ételt? (Jelöld X-el a választ! Mindig csak egy válasz adható!)

	HÉTKÖZNAPOKON			HÉTVEGÉN/ÜNNEPNAP		
	Gyakran	Néha	Szinte soha	Gyakran	Néha	Szinte soha
Reggeli						
Tízórai						
Meleg ebéd						
Hideg ebéd						
Uzsonna						
Meleg vacsora						
Hideg vacsora						
Nassolás						

5. Mely nemzetközi konyha ételeit fogyasztod otthon? (Több válasz is adható!) Ezek közül húzd alá azt az egyet, amelyiket a leggyakrabban!

- | | | |
|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|
| ☐ Magyar | ☐ Sváb | ☐ Amerikai |
| ☐ Román | ☐ Francia | ☐ Osztrák |
| ☐ Olasz | ☐ Görög | ☐ Török |
| ☐ Kínai | ☐ Indiai | ☐ Egyéb:..... |

6. Általánosságban a megszokott vagy az új ízeletet kedveled jobban? (Csak egy válasz adható!)

- | | | |
|---------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ Megszokottat | ☐ Újat | ☐ Mindkettőt |
|---------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|

7. Milyen gyakorisággal fogyasztod az alábbi élelmiszereket? *(Jelöld X-el a választodat!)*

	Naponta	Naponta többször	Hetente 2-3-szor	Hetente egyszer	Havonta 2-3-szor	Havonta egyszer	Ennél ritkábban	Soha
Gyümölcs								
Zöldség								
Tejtermék								
Húsféle								
Felvágott								
Pékáru								
Édesség								
Rágcsálnivaló								
Konzerv								
Készétel (vásárolt)								
Tojás								
Mirelit termék								
Tésztaféle								
„Zacskós étel”								

8. Milyen gyakorisággal fogyasztod az alábbi italokat? *(Jelöld X-el a választodat!)*

	Naponta	Naponta többször	Hetente 2-3-szor	Hetente egyszer	Havonta 2-3-szor	Havonta egyszer	Ennél ritkábban	Soha
Csapvíz								
Szénsavas ásványvíz								
Szénsavmentes ásványvíz								
Tej								
Szénsavas üdítők								
Rostos üdítők								
Tea								
Energiaital								
Alkohol								
Kávé								

9. Milyen gyakran étkezel házon kívül az alábbi helyeken? *(Jelöld X-el a választodat!)*

	Naponta	Hetente 2-3-szor	Hetente egyszer	Havonta 2-3-szor	Havonta egyszer	Ennél ritkábban	Soha
Hagyományos étterem							
Gyorsétterem							
Büfé							
Menza							
Vendégség							

10. Hogyan viszonyulsz az egészséges táplálkozáshoz? *(Csak egy válasz adható!)*

- ☐ Nagyon odafigyelek az egészséges táplálkozásra
- ☐ Teljesen normálisan étkezem
- ☐ Bármit meg lehet enni, ha sportol mellette valamit az ember
- ☐ Mindegy hogy mit eszünk, lényeg hogy jól lakjunk

11. Véleményed szerint az egészséges táplálkozás, mennyire függ az alábbiaktól? *(1=egyáltalán nem függ... 5=teljes mértékben függ. Karikázd be a válaszodnak megfelelő értéket!)*

Pénz	1	2	3	4	5
Időbeosztás	1	2	3	4	5
Család	1	2	3	4	5
Saját magunk	1	2	3	4	5
Környezet	1	2	3	4	5
Egyéb:.....	1	2	3	4	5

12. Milyen magas és hány kg vagy?

- ☐ Magasság... cm
- ☐ Testsúly... kg

13. Nemed?

- ☐ Lány
- ☐ Fiú

14. Korod?

- ☐ 14-16
- ☐ 17-18
- ☐ 18 felett

15. Nemzetiséged?

- ☐ Román
- ☐ Magyar
- ☐ Romániai magyar

16. Lakóhelyed típusa?

- ☐ Város
- ☐ Falu

17. Havonta körülbelül mekkora pénzüsszeggel rendelkezel?

- ☐ 5000 Ft alatt
- ☐ 5001-10000 Ft
- ☐ 10001-15000 Ft
- ☐ 15001-30000 Ft
- ☐ 30000 Ft felett

➤ Ebből élelmiszerre/ételre költött pénz:.....Ft

10. MELLÉKLET: A KUTATÁS FELADAT- ÉS IDŐTERVE

• A kutatás feladat- és időterve

Időterv	Feladatterv
2011. június	- A témával kapcsolatos magyar és román szakirodalom feldolgozása - Szekunder adatok gyűjtése
2011. július-augusztus	- A szekunder adatok feldolgozása, statisztikai számítások elvégzése és kiértékelése - A fókuszcsoporthoz és mélyinterjú megtervezése, lebonyolítása és értékelése
2011. szeptember	- A szekunder és primer kvalitatív kutatások eredményei alapján következtetések megfogalmazása - A standard interjú kutatási tervének, kérdőívének elkészítése
2011. október	- A standard interjú lebonyolítása - Az eredmények elemzése, kutatási jelentés és prezentáció elkészítése

Forrás: Saját kutatás (2011)

• A kutatás költségterve

Megnevezés	Költség (Ft)
Szakirodalmi kutatómunka	3000 Ft
Szekunder adatgyűjtés	5000 Ft
Nyomtatás	6000 Ft
Ajándék	3000 Ft
Utazás	15000 Ft
Egyéb költségek	10000 Ft
Összesen	42 000 Ft

Forrás: Saját kutatás (2011)

11. MELLÉKLET: A Z EGYES ÉLELMISZEREK ÉS ITALOK FOGYASZTÁSI GYAKORISÁGA, NEMZETISÉGENKÉNT

Az egyes élelmiszerek fogyasztási gyakorisága a román válaszadók körében (%)

Fogyasztás gyakorisága	Gyümölcs	Zöldség	Tejtermék	Húsféle	Felvágott	Pékáru
<i>Naponta</i>	35,00	37,50	26,25	27,50	37,50	61,25
<i>Naponta többször</i>	16,25	15,00	8,75	10,00	3,75	8,75
<i>Hetente 2-3-szor</i>	38,75	32,50	35,00	42,50	40,00	10,00
<i>Hetente egyszer</i>	5,00	10,00	20,00	11,25	10,00	11,25
<i>Havonta</i>	0,00	1,25	6,25	3,75	3,75	1,25

2-3-szor							
Havonta egyszer	0,00	1,25	1,25	2,50	1,25	2,50	
Ennél ritkábban	5,00	2,50	2,50	0,00	1,25	2,50	
Soha	0,00	0,00	0,00	2,50	2,50	2,50	
Fogyasztás gyakorisága	Édesség	Rágcsa	Konzerv	Készétel	Tojás	Mirelit termék	"Zacskós étel"
Naponta	40,00	15,00	2,50	22,50	10,00	3,75	11,25
Naponta többször	13,75	8,75	3,75	7,50	6,25	0,00	2,50
Hetente 2-3-szor	33,75	43,75	21,25	28,75	46,25	36,25	38,75
Hetente egyszer	5,00	12,50	26,25	16,25	16,25	25,00	21,25
Havonta 2-3-szor	5,00	5,00	16,25	6,25	11,25	11,25	8,75
Havonta egyszer	0,00	1,25	8,75	5,00	1,25	11,25	7,50
Ennél ritkábban	2,50	7,50	11,25	10,00	5,00	5,00	5,00
Soha	0,00	6,25	10,00	3,75	3,75	7,50	5,00
N=80							

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés

Az egyes élelmiszerek fogyasztási gyakorisága a romániai magyar válaszadók körében(%)

Fogyasztás gyakorisága	Gyümölcs	Zöldség	Tejtermék	Húsféle	Felvágott	Pékáru	
Naponta	34,52	27,38	39,29	41,67	39,29	69,05	
Naponta többször	20,24	3,57	3,57	4,76	3,57	14,29	
Hetente 2-3-szor	32,14	44,05	32,14	45,24	27,38	8,33	
Hetente egyszer	5,95	16,67	17,86	4,76	17,86	5,95	
Havonta 2-3-szor	5,95	3,57	2,38	1,19	9,52	0,00	
Havonta egyszer	0,00	1,19	1,19	1,19	0,00	1,19	
Ennél ritkábban	0,00	2,38	2,38	0,00	0,00	1,19	
Soha	1,19	1,19	1,19	1,19	2,38	0,00	
Fogyasztás gyakorisága	Édesség	Rágcsa	Konzerv	Készétel	Tojás	Mirelit termék	"Zacskós étel"
Naponta	47,62	46,43	3,57	10,71	14,29	5,95	14,29
Naponta többször	13,10	10,71	3,57	8,33	5,95	1,19	5,95
Hetente 2-3-szor	27,38	25,00	19,05	21,43	45,24	13,10	46,43
Hetente egyszer	8,33	7,14	23,81	14,29	21,43	15,48	21,43
Havonta 2-3-szor	1,19	7,14	23,81	14,29	4,76	19,05	9,52

<i>Havonta egyszer</i>	0,00	2,38	10,71	9,52	3,57	5,95	0,00
<i>Ennél ritkábban</i>	2,38	1,19	4,76	14,29	2,38	16,67	1,19
<i>Soha</i>	0,00	0,00	10,71	7,14	2,38	22,62	1,19
<i>N=84</i>							

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés

Az egyes élelmiszerek fogyasztási gyakorisága a magyar válaszadók körében (%)

Fogyasztás gyakorisága	Gyümölcs	Zöldség	Tejtermék	Húsféle	Felvágott	Pékáru	
<i>Naponta</i>	38,37	41,86	52,33	54,65	54,65	48,84	
<i>Naponta többször</i>	12,79	12,79	23,26	17,44	6,98	15,12	
<i>Hetente 2-3-szor</i>	27,91	30,23	19,77	23,26	27,91	22,09	
<i>Hetente egyszer</i>	16,28	8,14	3,49	3,49	4,65	10,47	
<i>Havonta 2-3-szor</i>	3,49	4,65	1,16	0,00	2,33	2,33	
<i>Havonta egyszer</i>	1,16	0,00	0,00	0,00	1,16	0,00	
<i>Ennél ritkábban</i>	0,00	2,33	0,00	0,00	1,16	1,16	
<i>Soha</i>	0,00	0,00	0,00	1,16	1,16	0,00	
Fogyasztás gyakorisága	Édesség	Rágcsa	Konzerv	Készétel	Tojás	Mirelit termék	"Zacskós étel"
<i>Naponta</i>	30,23	19,77	0,00	0,00	3,49	1,16	2,33
<i>Naponta többször</i>	16,28	13,95	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Hetente 2-3-szor</i>	37,21	44,19	4,65	8,14	51,16	12,79	59,30
<i>Hetente egyszer</i>	11,63	15,12	18,60	22,09	32,56	15,12	30,23
<i>Havonta 2-3-szor</i>	3,49	4,65	27,91	16,28	9,30	30,23	6,98
<i>Havonta egyszer</i>	0,00	0,00	12,79	25,58	0,00	16,28	0,00
<i>Ennél ritkábban</i>	0,00	2,33	20,93	13,95	3,49	17,44	1,16
<i>Soha</i>	1,16	0,00	15,12	13,95	0,00	6,98	0,00
<i>N=86</i>							

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés

Az egyes italok fogyasztási gyakorisága a román válaszadók körében (%)

Fogyasztás gyakorisága	Csapvíz	Szénsavas ásványvíz	Szénsavmentes ásványvíz	Tej	Szénsavas üdítő
<i>Naponta</i>	25,00	57,50	31,25	25,00	30,00
<i>Naponta többször</i>	10,00	8,75	7,50	6,25	3,75
<i>Hetente 2-3-szor</i>	25,00	10,00	23,75	20,00	36,25

<i>Hetente egyszer</i>	15,00	2,50	2,50	11,25	7,50
<i>Havonta 2-3-szor</i>	12,50	1,25	12,50	5,00	6,25
<i>Havonta egyszer</i>	3,75	5,00	3,75	1,25	2,50
<i>Ennél ritkábban</i>	7,50	5,00	12,50	10,00	11,25
<i>Soha</i>	1,25	10,00	6,25	21,25	2,50
Fogyasztás gyakorisága	Rostos üdítő	Tea	Energiaital	Alkohol	Kávé
<i>Naponta</i>	28,75	22,50	31,25	6,25	1,25
<i>Naponta többször</i>	7,50	5,00	8,75	5,00	0,00
<i>Hetente 2-3-szor</i>	23,75	33,75	20,00	21,25	6,25
<i>Hetente egyszer</i>	13,75	13,75	15,00	8,75	8,75
<i>Havonta 2-3-szor</i>	7,50	11,25	10,00	6,25	3,75
<i>Havonta egyszer</i>	6,25	2,50	3,75	12,50	7,50
<i>Ennél ritkábban</i>	8,75	6,25	10,00	13,75	18,75
<i>Soha</i>	3,75	5,00	1,25	26,25	53,75
<i>N=80</i>					

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés

Az egyes italok fogyasztási gyakorisága a romániai magyar válaszadók körében (%)

Fogyasztás gyakorisága	Csapvíz	Szénsavas ásványvíz	Szénsavmentes ásványvíz	Tej	Szénsavas üdítő
<i>Naponta</i>	2,38	50,00	39,29	14,29	28,57
<i>Naponta többször</i>	1,19	14,29	16,67	5,95	2,38
<i>Hetente 2-3-szor</i>	9,52	10,71	20,24	15,48	30,95
<i>Hetente egyszer</i>	10,71	3,57	10,71	7,14	17,86
<i>Havonta 2-3-szor</i>	10,71	0,00	4,76	8,33	3,57
<i>Havonta egyszer</i>	13,10	0,00	0,00	5,95	4,76
<i>Ennél ritkábban</i>	10,71	4,76	2,38	11,90	2,38
<i>Soha</i>	41,67	16,67	5,95	30,95	9,52
Fogyasztás gyakorisága	Rostos üdítő	Tea	Energiaital	Alkohol	Kávé
<i>Naponta</i>	39,29	17,86	29,76	7,14	5,95
<i>Naponta többször</i>	11,90	7,14	10,71	7,14	0,00
<i>Hetente 2-3-szor</i>	26,19	22,62	32,14	23,81	13,10
<i>Hetente egyszer</i>	15,48	20,24	11,90	16,67	19,05
<i>Havonta 2-3-szor</i>	2,38	4,76	8,33	14,29	9,52
<i>Havonta egyszer</i>	1,19	4,76	1,19	5,95	11,90
<i>Ennél ritkábban</i>	1,19	7,14	3,57	11,90	14,29
<i>Soha</i>	2,38	15,48	2,38	13,10	26,19
<i>N=84</i>					

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés

Az egyes italok fogyasztási gyakorisága a magyar válaszadók körében (%)

Fogyasztás gyakorisága	Csapvíz	Szénsavas ásványvíz	Szénsavmentes ásványvíz	Tej	Szénsavas üdítő
<i>Naponta</i>	0,00	38,37	26,74	30,23	39,53
<i>Naponta többször</i>	0,00	27,91	16,28	12,79	12,79
<i>Hetente 2-3-szor</i>	3,49	13,95	13,95	11,63	25,58
<i>Hetente egyszer</i>	10,47	3,49	6,98	10,47	9,30

Havonta 2-3-szor	16,28	2,33	8,14	5,81	3,49
Havonta egyszer	22,09	1,16	3,49	9,30	2,33
Ennél ritkábban	23,26	8,14	8,14	9,30	4,65
Soha	24,42	4,65	16,28	10,47	2,33
Fogyasztás gyakorisága	Rostos üdítő	Tea	Energiaital	Alkohol	Kávé
Naponta	9,30	9,30	29,07	1,16	0,00
Naponta többször	5,81	6,98	23,26	1,16	2,33
Hetente 2-3-szor	25,58	37,21	19,77	6,98	4,65
Hetente egyszer	24,42	20,93	6,98	6,98	11,63
Havonta 2-3-szor	12,79	11,63	6,98	12,79	22,09
Havonta egyszer	5,81	3,49	2,33	15,12	4,65
Ennél ritkábban	10,47	8,14	6,98	16,28	17,44
Soha	5,81	2,33	4,65	39,53	37,21
N=86					

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés

ANOVA féle varianciaanalízis minta

Effect	Univariate Results for Each DV Sigma-restricted parameterization Effective hypothesis decomposition											
	engiaital SS	engiaital MS	engiaital F	engiaital p	alkohol SS	alkohol MS	alkohol F	alkohol p	kávé SS	kávé MS	kávé F	kávé p
Intercept	2705,170	2705,170	593,4683	0,000000	3644,932	3644,932	1221,120	0,000000	2804,589	2804,589	416,8589	0,000000
kor	50,053	25,026	5,4904	0,004661	39,017	19,509	6,536	0,001723	135,778	67,889	10,0907	0,000062
nem	17,784	17,784	3,9015	0,049390	83,774	83,774	28,066	0,000000	17,273	17,273	2,5674	0,110400
lakhely	2,928	2,928	0,6423	0,423677	49,720	49,720	16,657	0,000061	3,969	3,969	0,5900	0,443176
jövedelem	41,879	8,376	1,8375	0,106219	13,503	2,701	0,905	0,478627	14,525	2,905	0,4318	0,826204
Error	1093,977	4,558			716,378	2,985			1614,698	6,728		
Total	1210,384				946,944				1778,916			

Forrás: Saját számítás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

Kérdőív feldolgozásnál alkalmazott keresztábra minta

	Summary Frequency Table Marked cells have counts > 10 (Marginal summaries are not marked)							
	szénüdcsi	jövedelem 0	jövedelem 1	jövedelem 2	jövedelem 3	jövedelem 4	jövedelem 5	Row Totals
Count	1	1	15	27	6	13	2	64
Column Percent		10,00%	18,75%	32,93%	14,29%	50,00%	20,00%	
Count	2	1	6	6	2	3	3	21
Column Percent		10,00%	7,50%	7,32%	4,76%	11,54%	30,00%	
Count	3	4	16	19	18	5	1	63
Column Percent		40,00%	20,00%	23,17%	42,86%	19,23%	10,00%	
Count	4	0	21	10	10	3	1	45
Column Percent		0,00%	26,25%	12,20%	23,81%	11,54%	10,00%	
Count	5	1	7	4	4	1	2	19
Column Percent		10,00%	8,75%	4,88%	9,52%	3,85%	20,00%	
Count	6	3	2	5	1	0	0	11
Column Percent		30,00%	2,50%	6,10%	2,38%	0,00%	0,00%	
Count	7	0	6	9	1	1	0	17
Column Percent		0,00%	7,50%	10,98%	2,38%	3,85%	0,00%	
Count	8	0	7	2	0	0	1	10
Column Percent		0,00%	8,75%	2,44%	0,00%	0,00%	10,00%	
Count	All Grps	10	80	82	42	26	10	250

Forrás: Saját számítás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)