

# **OTDK-DOLGOZAT**

**Pavelka Vivien**

**2013**

**KAPOSVÁRI EGYETEM  
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR  
VÁLLALATGAZDASÁGTAN TANSZÉK  
ÉS  
KERESKEDELEM ÉS MARKETING TANSZÉK**

**Helyettesítő termékek a tej esetében**

**Készítette:**

**PAVELKA VIVIEN**

**III.évfolyam**

**Pénzügy-számvitel szak**

**Konzulensek:**

**DR. BORBÉLY CSABA**

**egyetemi docens**

**BÖRÖNDI-FÜLÖP NIKOLETTA**

**egyetemi tanársegéd**

## TARTALOMJEGYZÉK

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Bevezetés .....                                                  | 1  |
| 2. Szakirodalmi áttekintés .....                                    | 2  |
| 2.1. A helyettesítő termék fogalmi rendszere .....                  | 2  |
| 2.1.1. Helyettesítő v. kiegészítő termékek .....                    | 3  |
| 2.1.2. Árrugalmasság .....                                          | 3  |
| 2.1.3. A helyettesítő termékek kialakulásának okai és hatásuk ..... | 4  |
| 2.2. A tej funkciói .....                                           | 4  |
| 2.2.1. A tej egészségre gyakorolt pozitív hatásai .....             | 5  |
| 2.3. Tejfogyasztás Magyarországon .....                             | 6  |
| 2.3.1. Kampány a tej mellett és ellen .....                         | 7  |
| 2.3.2. Laktóz intolerancia és tejfehérje-allergia .....             | 8  |
| 2.4. Az alkoholmentes italok fogyasztása .....                      | 9  |
| 2.6 A helyettesítők előnyei és hátrányai a tejjel szemben .....     | 11 |
| 3. Anyag és módszer .....                                           | 14 |
| 3.1. Primer kutatás .....                                           | 14 |
| 3.2. Szekunder kutatás .....                                        | 14 |
| 4. Eredmények és értékelésük .....                                  | 15 |
| 4.1. A kérdőíves megkérdezés eredményei .....                       | 15 |
| 5. Következtetések és javaslatok .....                              | 23 |
| 6. Összefoglalás .....                                              | 25 |
| 7. Irodalomjegyzék .....                                            | 27 |
| 8. Mellékletek .....                                                | II |
| 8.1. A primer kutatásban felhasznált kérdőív .....                  | II |

## TÁBLÁZATOK ÉS ÁBRÁK JEGYZÉKE

|                                                                                                         |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. táblázat Az alkoholmentes italok egy főre jutó fogyasztása (liter/fő/év) .....                       | 10 |
| 2. táblázat Az ESL technológia ismerete különböző csoportokban.....                                     | 17 |
| 3. táblázat Kedveltség és egészségesség megítélése a tejet ritkábban ivó csoportnál .....               | 19 |
| 4. táblázat Kedveltség és egészségesség megítélése a tejet gyakrabban ivó csoportnál.....               | 19 |
|                                                                                                         |    |
| 1. ábra Tejfogyasztási gyakoriság .....                                                                 | 15 |
| 2. ábra A lehetségesnél kevesebb tej fogyasztásának okai.....                                           | 16 |
| 3. ábra Egyes alkoholmentes italok fogyasztói megítélése az egészségesség és a kedveltség alapján ..... | 20 |
| 4. ábra Mi alapján választ alkoholmentes italt a fogyasztó? .....                                       | 21 |

## 1. BEVEZETÉS

A tej élet, erő. egészség. Ezt a mondást szinte mindenki halotta már és – leszámítva egy szűk szkeptikus réteget – elvben azonosulni is tudnak vele. Ennek ellenére a tejfogyasztás Magyarországon évek óta csökken, jó esetben stagnál. A világ azon részein, ahol az egészséges életmód, és annak megőrzése fejlettebb kultúrával rendelkezik a tej-, és tejtermékek fogyasztása alapvető eleme ennek az életformának.

Megvizsgálva a tej és a tejtermékek hazai fogyasztási adatait azt láthatjuk, hogy ebben – uniós összehasonlításban – bizony a képzeletbeli sor végén helyezkedünk el. Kevés olyan ország van, ahol minden tejterméket nagy mennyiségben fogyasztanak, de egy-egy termék esetében (folyadék tej, sajt, vaj) az átlag feletti fogyasztást produkálják.

Miért fogyasztunk mi magyarok kevesebb tejet? Vajon csak a „szokásos” érzékenységről van szó, vagy valami más is szerepet játszik? Miért fordulnak el a fogyasztók a tejtől, és választanak kevésbé egészséges italokat? Dolgozatom alapproblémája ezen az anomálián nyugszik, kiegészítve a helyettesítő termékek fogalomkörének elméleti áttekintésével.

A téma feldolgozását a szakirodalmi rész áttekintése után egy – nem reprezentatív – kérdőíves felméréssel is alátámasztottam, ahol Kaposvár és környékén élő embereket kérdeztem meg az alkoholmentes italokkal kapcsolatos fogyasztási szokásaikról.

## 2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

### 2.1. A helyettesítő termék fogalmi rendszere

Amikor helyettesítésről beszélünk, akkor általában arra gondolunk, hogy valaki, vagy valami szerepét más valakivel, vagy valamivel kívánjuk pótolni. Az is érezhető, hogy ezt nem tudjuk minden esetben megtenni, tehát joggal merül fel a kérdés: mikor nevezhetjük egy terméket a másik helyettesítőjének? A válasz viszonylag egyszerű: ha a két jószág egymást funkcionálisan ki tudja váltani, akkor egymás helyettesítő termékének nevezhetjük őket.

Ha a reggeli pirítósunkat ízletesebbé szeretnénk tenni, akkor megkenhetjük vajjal, de akár margarinnal is. A vaj a legismertebb állati zsiradék, míg a margarin hasonló „feladatokat” ellátni képes, de növényi zsírból készül. A választás sok esetben nem csak ízlés kérdése, hanem gyakran gazdasági megfontolások is közrejátszanak. Ha egy termék kínálatában hiány lép fel, esetleg az ára kritikus mértékben megemelkedik akkor a fogyasztók érdeklődése a helyettesítő termékek felé fordul.

A helyettesítő termékek fogalmkörével a mikroökonómia is foglalkozik. Ilyen megközelítésből két jószágot akkor tekintünk egymás helyettesítőjének, ha az egyik árának csökkenésekor, a másik keresett mennyisége csökken. Emellett meghatározhatjuk azt is, hogy hogyan befolyásolja egy termék iránti kereslet alakulását a helyettesítőinek a száma. „Egy termék iránti kereslet annál rugalmasabb, minél több helyettesítője van, tehát minél több termék elégíti ki ugyanazt a keresletet.” (*Mediapedia.hu*). Klasszikus példaként a kevés számú helyettesítővel kapcsolatban a benzint szokták említeni. Egy benzinüzemű autó esetében kénytelen a fogyasztó elviselni az áremelést, mert rövid távon ezen nem tud változtatni. Alkalmazkodási lehetőségként adódik, hogy a drága autóhasználat helyett a tömegközlekedés különböző változatait veszi igénybe. Sokkal egyszerűbb a helyzet a dolgozatomban is érintett üdítőitalok piacán: ma már széles választékban és különböző árfekvésű italok közül választhat a szomját oltani akaró fogyasztó.

A mikroökonómia említést tesz a helyettesítő határrátáról is. Ebben az esetben egy termék egy másik termékkel való helyettesítésének határrátája megmutatja, hogy a fogyasztó az adott termék egységét minimálisan hány egységnyi másik termékkel hajlandó helyettesíteni. Tehát ha a hamburger helyettesítője a melegszendvics, akkor a helyettesítés határrátája megmutatja, hogy például 1 darab hamburgerről mégis hány darab melegszendvics fejében hajlandó lemondani a fogyasztó.

A helyettesítés határrátájának fogalmi tisztázása mellett fontos megemlíteni a helyettesítő és a kiegészítő termékek közti kapcsolatot, valamint az árrugalmasság fogalmát is.

### *2.1.1. Helyettesítő v. kiegészítő termékek*

A köznyelv gyakran egymás szinonimájaként használja a *helyettesítő és a kiegészítő termék* kifejezéseket, de ez közgazdasági értelemben helytelen. A különbség alapvetően abban rejlik, hogy a kiegészítő terméket az adott termékkel együtt vásárolja meg a fogyasztó, a helyettesítő terméket pedig az adott termék helyett. Ha a vaj ára nő, akkor margarint vásárolunk helyette, tehát ezek egymás helyettesítőinek nevezhetők, de ha az autók ára emelkedik, akkor a gumiabroncs ára is nőni fog, hiszen az autóval együtt vásárolja meg a fogyasztó, így ezek egymás kiegészítői.

P. A Samuelson és W. D Nordhaus(2005) a következő példában vezetik le a helyettesítő és a kiegészítő termékek közötti különbséget: „A marhahús árának növekedésével csökken a belőle vásárolt mennyiség. Ez hat más termékek keresletére is. A marhahús árának emelkedése miatt emelkedik a helyettesítő termékek, például a csirkehús iránti kereslet. A magasabb marhahúsár miatt csökkenhet a kereslet a hamburgerzsemle és a ketchup iránt, mert ezek a marhahús kiegészítő termékei.”

### *2.1.2. Árrugalmasság*

„A kereslet árrugalmassága azt mutatja, hogy (egyéb tényezők változatlansága mellett) egyszázalékos árváltozás hatására hány százalékkal változik egy áru keresett mennyisége.” (Misz, 2007) A kereslet árrugalmasságát sok tényező befolyásolja. Minél több helyettesítője van egy adott terméknek, annál nagyobb az árrugalmassága, hiszen ha nő egy termék ára, akkor a fogyasztók visszafogják a megdrágult termék vásárlását és inkább a hasonló funkciót betöltő helyettesítőit fogják megvenni. De a helyettesítők kifejlesztéséhez és a fogyasztókkal való megismertetéséhez időre van szükség, így elmondhatjuk, hogy minél több idő telik el, annál nagyobb a kereslet árrugalmassága.

Az árrugalmasság egyik válfaja a *kereszt-árrugalmasság*, amely segít rávilágítani a helyettesítő és a kiegészítő termékek közötti lényeges különbségre. „A kereszt-árrugalmasság megmutatja, hogy egy jószág árának egyszázalékos emelkedése ceteris paribus hány százalékkal változtatja meg egy másik jószág keresletét. Helyettesítő javak kereszt-árrugalmassága pozitív szám, míg kiegészítő javak kereszt-árrugalmassága negatív.” (Misz, 2007)

### 2.1.3. A helyettesítő termékek kialakulásának okai és hatásuk

Magának a helyzetnek – mely szerint egy termék a másikat helyettesíti – a kialakulásához számos tényező vezethet. Előállhat a helyettesítés, ha egy termékből hiány van a piacon, esetleg az árban történik jelentős emelkedés. Az áremelkedés azért vonta magával a helyettesítők szerepének felértékelődését, mivel „a helyettesítési hatás értelmében kifizetődő más javakkal helyettesíteni olyan javakat, amelyek ára emelkedett, hogy az életszínvonalunkat a lehető legolcsóbb módon tarthassuk fenn.” (Samuelson, 2005.) Ha körülnézünk a piacon, találunk szép számmal olyan terméket, amelynek sok helyettesítője van, viszont akad olyan is, amelyet nem, vagy csak kevés termékkel lehet helyettesíteni. Sok helyettesítője van például a különböző édességeknek, viszont kevés helyettesítőt találunk a cigaretta, a só, a liszt esetében.

A helyettesítő termékek kérdéskörét eddig röviden a keresleti oldalról, egészen pontosan a fogyasztók szemszögéből tekintettem át, de legalább ennyire érdekes a kérdést megvizsgálni a kínálati oldalról is. A kínálati oldal szereplőinek az esetek nagy részében inkább káros jelenség a helyettesítők megjelenése, hiszen ezek a termékek, szolgáltatások potenciális versenytársakat jelentenek számukra. A helyzet odáig fokozódhat, hogy bizonyos feltételek teljesülése esetén – pl. lényeges árkülönbség – a helyettesítő termék akár ki szoríthatja az adott piacról az „eredeti” terméket. Ilyen helyzeteket is vizsgál *Michael E. Porter* foglalkozik *Versenysstratégia* (2006) című könyvében. *Porter* szerint úgy lehet javítani egy iparág helyzetén a helyettesítővel szemben, ha az iparág összes szereplője erélyes és kitartó reklámtevékenységet folytat a helyettesítővel szemben, hiszen egy vállalat ellenreakciója ehhez általában kevés. A porteri feltevés is igazolja a helyettesítő termékek gazdasági jelentőségét, hiszen látható módon egy-egy iparág szereplőinek egységes összefogására van szükség a piacuk megvédésére.

### 2.2. A tej funkciói

A fogalmi meghatározás során tisztázásra került, hogy a helyettesítő termékek egymást funkcionálisan képesek pótolni. Amennyiben ezt elfogadjuk és a tej helyettesítő termékei körében kívánunk vizsgálni, úgy első lépésként célszerű tisztázni, hogy a tejnek milyen – általánosságban – pozitívnak ítélt tulajdonságai vannak és ezek az emberi táplálkozásban, az egészség megőrzésében milyen funkciót tölthetnek be. Szeretném leszögezni, hogy abból az alapvető feltevésből indultam ki, hogy a tehéntej az emberi szervezet egészségére jótékony hatású, és ennek megfelelően nem vizsgáltam semmilyen ezzel ellentétes állítás hatását.

### *2.2.1. A tej egészségre gyakorolt pozitív hatásai*

A tejtermékek fogyasztását vizsgálva – uniós szinten – Magyarország nem áll túl jól, amely összességében jól tükrözi a hazai tejfogyasztási szokásokat és piacot. A folyadék tej fogyasztás tekintetében még a középmezőny alján foglalunk helyet (75 kg/fő/év), de talán annak is csak az alsó harmadában. A lista élén Finnország áll, a maga 165 kilogrammos értékével, de az írek (148 kg) és a svédek (131 kg) tejfogyasztása is messze meghaladja a magyart. A fogyasztási szokások sokszínűsége miatt lenne mód és lehetőség javítani a helyzetünkön, de sem a vaj, sem a sajt fogyasztásban nem tudunk érdemben javítani az európai helyezésünkön, sőt e két utóbbi termék hazai fogyasztása csak ront a helyzeten. A görögök, akik tej (65kg/fő) és vajfogyasztásukkal (1kg/fő) szintén az uniós rangsor végén helyezkednek el, a kiemelkedően magas sajt fogyasztásukkal ezt kompenzálni tudják (27,1 kg/fő). Ha azt az általánosan vett arányt vesszük, hogy 1 kg sajt gyártásához 10 liter tej szükséges, akkor egy ilyen komoly fogyasztás meghatározó húzóerőt jelenthet az adott ország tejtermelésének. Sajnos a magyar piacra ez nem jellemző, mert mind a sajt (7,9 kg/fő), mind a vajfogyasztásban az uniós összevetés végén helyezkedünk el, amely így nem jelent perspektivikus piacot a magyar tejtermelő gazdáknak.

A tejtermékek visszafogott hazai fogyasztásának több oka lehet. A folyadék tej közepes fogyasztási értéke mögött az is megbújhat, hogy egy alacsony feldolgozottságú termékről van szó és ez még a megfizethető kategóriába tartozik, sok a tejterméket preferáló fogyasztó számára.

A tejtermékek fogyasztására kedvezőtlenül hatott az állati zsírok fogyasztásának mérséklésre irányuló propaganda, amelynek hatására a vaj iránti kereslet csökkent. Ezt a propagandát anno a tejfeldolgozók kevésbé vették komolyan, ezzel szemben a margarinyártók zászlójukra tűzték ezeket a gondolatokat. Az ő erőteljes propagandájuknak is köszönhető, hogy a tej- és tejtermékek iránti kereslet visszaesett.

A tej legalapvetőbb funkciója, hogy az emlősök újszülöttjeinek rövidebb-hosszabb ideig fedezi a teljes táplálóanyag-szükségletét. Rövid átgondolás után is belátható, hogy az ember az egyetlen emlős, amely felnőttkorában is rendszeresen fogyaszt tejet. Ez ma már csak kis részben tudható be a tápanyag-utánpótlásnak, sokkal jelentősebbek azok az „egyéb” funkciók, amely miatt a köznyelv a tejet egészséges élelmiszernek nevezi.

A tehéntej talán legismertebb pozitív hatása, hogy fogyasztása lassítja a csonttritkulás kialakulását, elsősorban a benne lévő kalciumnak köszönhetően, de ebben jelentős szerepet játszik a D-vitamin tartalma is. A tej D-vitamintartalma elősegíti a kalcium felszívódását és a csontokba való beépülését.

Mindezek mellett a tejben laktózt, magnéziumot, foszfort, A-vitamint és struktúrfehérjéket találunk. Ez utóbbiak egyrészt elősegítik a növekedést, másrészt szükség esetén még energiát is szolgáltatnak.

Kevésbé ismert funkciója a tejnek, hogy rendszeres fogyasztása a fogszuvasodás kialakulást lassíthatja. Szintén kevesen tudják, hogy a tejnek van vérnyomáscsökkentő hatása is, de tudományosan bizonyítottan antikarcinogén jellege is van. Ezt a *Medipress* oldalán olvasható cikk is bizonyítja, amely egy Új-zélandi szakértők által végzett kutatásról szól.

„Egy új tanulmány arra az eredményre jutott, hogy a rendszeresen tejet ivó gyerekek 40%-kal kisebb eséllyel lesznek felnőttkorukban bélrákosak. Új-zélandi kutatók arra a megállapításra jutottak, hogy napi egy pohár tej elfogyasztása hatékony védelmet nyújt a rák kialakulása ellen. A rákmegelőző hatás kulcsa a hosszú időn át tartó napi rendszerességben rejlik.” „A kutatások azt igazolják, hogy a gyermekkorban napi rendszerességgel elfogyasztott tej nagymértékben csökkenti a bélrák kialakulásának kockázatát, valószínűleg a tejben található kalciumnak köszönhetően” - idézi *Professzor Brian Cox*, a tanulmány vezetőjének szavait a *Daily Express*.

A tejnek fontos szerepe van abban is, hogy kisebb valószínűséggel alakuljanak ki nálunk szív- és érrendszeri betegségek, ugyanis ezek kockázatát is csökkenteni képes. Ezenfelül jótékony hatással van az idegrendszer fejlődésére és az immunfunkciókat is erősíti.

Összességében elmondhatjuk, hogy a tejet olyan elemek alkotják, amelyek az ember fejlődésének minden életszakaszában fontos élettani funkciókat segítenek vagy éppenséggel akadályoznak meg, amelyek az egészséges testi és szellemi fejlődést meghatározzák.

### **2.3. Tejfogyasztás Magyarországon**

Hiába rendelkezik a tej rengeteg pozitív tulajdonsággal, hiába csökkenti sok betegség kialakulását, hiába ajánlott minden felnőtt és gyermek számára egyaránt a rendszeres tejfogyasztás, valami oknál fogva Magyarországon nem élnek a tej nyújtotta lehetőségekkel. Ezt a 2001-ben megjelent *Tejgazdaságtan* című könyv eredményei is alátámasztják:

„Magyarország a friss tejtermékek és sajtok fogyasztásának világranglistáján egyaránt a nem túlzottan előkelő 27., míg vajfogyasztásban a 26. helyet foglalja el. Tejtermékfogyasztásunk nem elegendő az egészséget fenntartó táplálóanyag-egyensúly biztosításához és a bioaktív tejalkotók megfelelő mennyiségű felvételéhez.” - olvashatjuk ezeket a nem éppen biztató sorokat. A szerzők mélyebb összefüggéseket is feltárnak. „Magyarországon az általános iskolások csaknem fele egyáltalán nem iszik tejet, közel kétharmaduk pedig semmilyen tejterméket nem fogyaszt. Nagyrészt ennek tudható be, hogy a gyerekek kétharmadának elégtelen a napi kalciumbevitel és hogy egyes vitaminokból nem jutnak elegendő mennyiséghez. Miközben évek óta rohamosan nő a szénsavas üdítőitalok fogyasztása a tizennégy év alatti korosztályban, addig a tej- és tejtermék-

fogyasztás messze elmarad a táplálkozás-biológiailag megkívánt minimumtól. Az 1990-es években bekövetkezett drasztikus fogyasztás-visszaesés tudományosan kimutathatóan negatív következményekkel járt az egész népesség, de különösen a fiatalok egészségi állapotára.”

### 2.3.1. *Kampány a tej mellett és ellen*

A tejfogyasztás növelése érdekében a világ szinte minden pontján, így Magyarországon is kampányolnak. Az egyik legismertebb ilyen kampány az *Európai iskolatej program*, amely keretein belül a diákokat tej-és tejtermékek fogyasztására, valamint a helyes táplálkozási szokások kialakítására ösztönzik. Az iskolatej program során tejet adományoznak az iskoláknak, így azok a gyerekek is hozzájuthatnak ehhez a fontos táplálékhoz, akiknek esetleg más úton erre nincsen módjuk (például a szerény anyagi körülményeik miatt). Ez a kezdeményezés nagyon fontos, hiszen így minden gyereknek meg van a lehetősége arra, hogy tejet igyon. (Ugyanakkor nekem az a személyes tapasztalatom, hogy hiába küldenek tejet az iskolába, a nap végére szinte ugyanannyi tejes doboz áll az asztalon, mint reggel, amikor megérkeztek. A diákság jobban preferálja az iskolai büfékben megvásárolható, sokkal egészségtelenebb szénsavas üdítőitalokat. )

Emellett a másik legismertebb és legsikeresebb program a GotMilk kampány, amely során hírességekkel népszerűsítik a tejet. Biztosan mindenki látott már GotMilk plakátot, amelyen az adott sztár tejbajuszt visel. A kampány sikeressége éppen a promócióra felkért hírességek meggyőzőerejében rejlik. Mivel az emberek, főleg a fiatalabb korosztály, nagy része befolyásolható, s hajlik arra, hogy olyan szokásokat vegyen fel, olyan dolgokat szeressen, amelyeket a kedvenc sztárja, így előfordulhat, hogy ha azt látja, hogy a kedvence a tejfogyasztás mellett áll, ő is ezt fogja tenni.

A kampányok mellett június elsejét a tej világnapjának kiáltották ki, ezzel is a figyelmet a tejfogyasztásra irányítva. A tej világnapjának ötlete a Nemzetközi Tejszövetség és az ENSZ kezdeményezésére valósult meg. „Annak érdekében, hogy táplálkozástan és egészségügyi hatásai minél több fórumon eljussanak a lakossághoz, előbb a Nemzetközi Tejszövetség jelölt ki világnapot atejünneplésére 1957-ben, majd a kezdetben május utolsó keddjére tett dátumot 2001-ben módosította az ENSZ Mezőgazdasági és Élelmezési Világszervezete (FAO) június 1-jére. 2010-ben összesen 160 országban ünnepelték a világnapot, több országban eltérő dátummal, de mi, magyarok 2011-ben követjük az ENSZ által kijelölt időpontot, s június 1-jén hívjuk fel a figyelmet a tejfogyasztás fontosságára.” –olvasható a *Napidoktor.hu* oldalán.

A pozitív híreknél mindig is gyorsabban terjedtek a negatív hírek és ez a tej esetében sincs ez másképp. A GotMilk mintájára létrehoztak egy NotMilk nevű programot is, amely a tejfogyasztás veszélyeire igyekszik ráirányítani a figyelmet. A NotMilk oldalán rengeteg olyan cikk olvasható, amely a tejet és a tejtermékeket a szervezet ellenségének állítja be. Többek között a tejet

teszik felelőssé az ételallergiák kialakulásában és számának növekedésében. Emellett több olyan híresztelés is olvasható, miszerint a tej nem segít megelőzni a daganatos betegségek kialakulását, hanem az ital rendelkezik olyan hatással, amely segíti a daganatképződést a szervezetben.

Dolgozatomnak nem célja eldönteni, hogy mi az igazság, de az biztos, hogy ezek a negatív híresztelések nem hivatalos, orvosok által megerősített forrásból valók, míg a tej pozitív hatásaira már általános iskolában is felhívják a figyelmet. A teljes igazsághoz az is hozzátartozik, hogy a tej egyes alkotóelemei az arra érzékenyek szervezetében negatív hatásokat válthatnak ki.

### *2.3.2. Laktóz intolerancia és tejfehérje-allergia*

Egyik legismertebb és egyben leggyakoribb negatív hatása a tejnek a laktózintolerancia, vagy köznapin nevéen a tejcukorérzékenység. A laktóz a tejben megtalálható cukorfajta, melynek lebontására és felszívódására a vékonybélben kerül sor. A laktóz bontása az ún. laktáz enzim segítségével történik, a vékonybél nyálkahártyájában. Ha ez az enzim nincs meg, vagy nem működik megfelelően, akkor a bontatlan tejcukor nem szívódik fel, és a vastagbélben az ott található baktériumok bontják és használják fel. Ez erjedést eredményez, ami bontás gázképződéshez vezet, amely haspuffadást, hasmenést, és hasi görcsöket okoz. Ez a betegség részben örökletes.

A laktóz intoleranciában szenvedőknek jó hír, hogy nem minden tejtermék okoz gondot a fogyasztónak. Például a joghurtfélék fogyasztása esetén nem jelentkeznek a tünetek. Illetve különböző kezelésekkel akár azt is el lehet érni, hogy a szervezet képes legyen a laktózt egyszerű cukrokra bontani.

A laktóz intoleranciától fontos megkülönböztetni a tejfehérje-allergiát, amely már csecsemőkorban jelentkezhet. Ez egy veleszületett anyagcserebetegség, amely jellemzője, hogy a tejfehérje a szervezetet védekezésre kényszeríti, s ezáltal egy allergiás válaszreakció indul meg a szervezetben. A tejfehérje-allergiának sokféle tünete lehet, ezek közül a leggyakrabban előforduló a hasmenés, amely megfigyelhető a laktóz intoleranciánál is. A tejfehérje-allergia azok közé a betegségek közé tartozik, amelyek tejfehérjementes étrenddel kinőhetők. Ez azt jelenti, hogy minden tej és tej felhasználásával készült ételt és italt mellőzni kell az étrendből. Érdekes tanulmány olvasható az *Egeszseg.origo.hu* oldalán. E tanulmány szerint a tejallergiára nem más a gyógymód, mint a tejivás. A cikk bevezetőjében a következő olvasható: „A Johns Hopkins Egyetem gyermekközpontjának kutatói szerint a súlyos tejallergiában szenvedő gyermekeknél hatékony kezelési módszer lehetne, ha naponta innának tejet és fogyasztanának különféle tejtermékeket. Az elsőre igen meglepőnek tűnő eredményről a *Journal of Allergy and Clinical Immunology* című folyóirat szeptemberi számában számolt be a kutatócsoport.” A vizsgálat során arra a következtetésre jutottak, hogy a tejtermékek egyre nagyobb dózisban történő

adagolásával a tejre allergiás betegek szervezete szépen lassan hozzászokik azokhoz az anyagokhoz, amelyek a tejben találhatóak, s amelyek eddig allergiás válaszreakciót váltottak ki belőlük, s egy idő után az immunrendszer már nem fog védekezni a tejben található anyagok ellen. A tünetmentesség fenntartásához pedig egyenesen elengedhetetlen a rendszeres tejfogyasztás. Ha sikerül forradalmasítani ezt az ötletet, akkor akár ez a tejfogyasztás növekedéséhez és a tejallergiákban szenvedők számának csökkenéséhez vezethet.

## **2.4. Az alkoholmentes italok fogyasztása**

Egy terméket akkor nevezhetjük egy másik termék helyettesítőjének, ha az olyan funkciókkal rendelkezik, amelyek lehetővé teszik egyik termék a másikkal való helyettesítését. Emellett azt is fontos figyelembe venni, hogy az egyik termék árának növelésekor a helyettesítőjének keresett mennyisége megnő, hiszen a fogyasztó, hogy fenntarthassa azt az életszínvonalat, amelyen él a megdrágult jószág helyett az olcsóbb, azonos tulajdonságokkal és funkciókkal rendelkező jószágot lesz kénytelen megvenni.

Így aztán a tej lehetséges helyettesítői nem mások, mint az alkoholmentes italok, így a szénsavas üdítőitalok, a juiceok, az ásványvíz, a kávé, az energiatál, a tea és a szörpből készült italok. Az előbb felsorolt italok egytől egyig a tejet a szomjoltó funkcióban képesek helyettesíteni. A kávé és a tea főleg a reggeli italfogyasztásnál veszik át a tej helyét, míg az energiatál, a szörpből készült italok és az energiatál a szomjoltó funkcióban helyettesítők, hiszen köztudottan nem egészségesek. Figyelembe véve azt, hogy melyik az az ital, amely a lehető legtöbb funkcióban képes helyettesíteni a tejet, arra a következtetésre kell jutnunk, hogy a juice és az ásványvíz jelent veszélyt a tej fogyasztására. Ezek azok az italok, amelyek nemcsak szomjoltásban, vagy a reggeli italfogyasztásban tudják háttérbe szorítani a tejet, hanem az egészség szempontjából is. Ráadásul napjainkban egyre nagyobb teret kap az egészséges életmód, egyre gyakrabban hallani az egészséges ételek, italok fogyasztására és a sportra ösztönző szlogenek. Így nem csoda, hogy az ásványvíz fogyasztás nőtt az elmúlt években. Ezt a kijelentést a Magyarországi Üdítőital-, Gyümölcsle- és Ásványvízgyártók Szövetségének (MÜGYÁSZ) felmérése is alátámasztja. A megkeresésükre eljuttatták hozzám legutóbbi felmérésük eredményeit. Az alkoholmentes italok egy főre eső fogyasztását összefoglaló táblázat mellett még egy összefoglalót is rendelkezésemre bocsátottak, amelyben az alkoholmentes italok fogyasztásának visszaesését elemzik és magyarázzák meg. A következőkben igyekszem bemutatni és összefoglalni az eredményeiket.

**1. táblázat Az alkoholmentes italok egy főre jutó fogyasztása (liter/fő/év)**

| <b>Termék<br/>megnevezése</b> | <b>2000</b> | <b>2001</b> | <b>2002</b> | <b>2003</b> | <b>2004</b> | <b>2005</b> | <b>2006</b> | <b>2007</b> | <b>2008</b> | <b>2009</b> | <b>2010</b>  |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| ásványvíz                     | 39,2        | 42,4        | 50,0        | 60,0        | 60,0        | 70,0        | 85,0        | 104,5       | 105,5       | 112,0       | <b>109,8</b> |
| üdítőital                     | 68,6        | 67,6        | 68,5        | 70,0        | 65,2        | 62,1        | 67,0        | 65,9        | 63,6        | 56,3        | <b>58,3</b>  |
| gyümölcslé                    | <b>31,8</b> | <b>30,5</b> | <b>35,0</b> | <b>40,0</b> | <b>40,5</b> | <b>40,8</b> | <b>43,4</b> | <b>43,6</b> | <b>42,7</b> | <b>37,7</b> | <b>32,7</b>  |

Forrás:Magyarországi Üdítőital-,Gyümölcsle-és Ásványvíz Szövetség

Az 1. táblázat adatai jól szemléltetik, hogy az egy főre jutó ásványvízfogyasztás az ezredfordulótól kezdve folyamatosan nő, amelynek háttérében az egészséges életmód térnyerése, illetve a vezetékes víz számos településen tapasztalható rossz minősége áll.

Érdekes eredmény, hogy a szintén egészségre jótékony hatásúnak tartott gyümölcslevek fogyasztása 2007-től kezdve csökken. Okaként ezen üdítőitalok árszínvonalának emelkedése állhat, amelyet egy-egy év időjárási viszonyai is befolyásolnak (bőséges termés v. szűkös gyümölcskínálat).

A régen népszerűségnek örvendő üdítőitalok fogyasztása folyamatosan visszaesik, igaz ez a csökkenés nem tekinthető számottevőnek. Az üdítőitalok hanyatlásának háttérében biztosan szerepet kapnak az üdítőkről terjedő negatív hírek. Ezek körében tartoznak azok a kutatások, amelyek rávilágítanak a szénsavas üdítőitalok szervezetre gyakorolt negatív hatásaira. Ezek közül kiemelném azt, hogy a szénsavas üdítőkben található foszforsavak csonttrituráláshoz vezethetnek, a legtöbb üdítőitalban megtalálható aszpartám pedig erősen rákkeltő hatású. Emellett pedig az sem elhanyagolható tény, hogy ezek az italok rengeteg cukrot tartalmaznak, amely a cukorbetegség kialakulásához vezethet, illetve garantáltan túlsúlyt eredményez, a túlsúly pedig növeli a vérnyomást, s szív-és érrendszeri megbetegedéseket okoz. Ha ez mind nem lenne elég ok a szénsavas üdítőital fogyasztásunk visszafogására, még allergiás tüneteket, fogszuvasodást és vesekövet is okozhat. E tények tudatában még elkésőbb az a hír, hogy a fiatalok gyakran ezeket a káros hatású italokat választják a tej helyett, amely bizonyítottan olyan tulajdonságokkal rendelkezik, amelyek pont azt segítik megakadályozni, amit a szénsavas üdítőitalok előidéznak.

A MÜGYÁSZ felmérése arra mutat rá, hogy az alkoholmentes italok piacán tapasztalható mennyiségi visszaesés a válság hatására következett be. 2008-ban még csak minimális volt az alkoholmentes ital fogyasztásának visszaesése, míg 2009-től kezdve drasztikusan visszaesett a fogyasztás. Az alkoholmentes italok nem alapvető élelmiszerek, (ez alól csak a víz kivétel.) így, ha azok ára megnő, a fogyasztók könnyen le tudnak mondani róluk, s egyszerűen helyettesítik egy olcsóbb alternatívával. Az emberek ilyen módon kénytelenek takarékoskodni, s itt megint

előjön a közgazdaságtanban megfogalmazott tétel: „kifizetődő más javakkal helyettesíteni olyan javakat, amelyek ára emelkedett, hogy az életszínvonalunkat a lehető legolcsóbb módon tarthassuk fenn.”

A MŰGYÁSZ felmérései szerint egy új tendencia jelent meg az alkoholmentes italok piacán: az eddig a piacból legnagyobb részzel rendelkező szénsavas üdítőitalok helyét az ásványvíz vette át 2005-ben. Ekkor ez még csak körülbelül 50% volt, de 2010. évre ez már öt százalékkal nőtt. A primer kutatásomban végzett felmérés eredményei is az ásványvíz növekvő népszerűségét támasztják alá. Erről a következő fejezetben lesz szó.

## **2.6 A helyettesítők előnyei és hátrányai a tejjel szemben**

A szakirodalmi áttekintésből már kiderült, hogy helyettesítőnek azokat a termékeket nevezzük, amelyek funkcióiban képesek helyettesíteni az eredeti terméket. Így aztán a tej lehetséges helyettesítői nem mások, mint az alkoholmentes italok, így a szénsavas üdítőitalok, a juiceok, az ásványvíz, a kávé, az energiatital, a tea és a szörpökből készült italok.

Ebben az alfejezetben szeretném tisztázni az imént felsorolt italok előnyeit és hátrányait a tejjel szemben.

A juice köztudottan fontos vitaminokat, ásványanyagokat és rostokat tartalmaz, egészségre jótékony hatású csak úgy, mint a tej, viszont ennek az italnak nagy előnye még az, hogy biztosítja a szükséges gyümölcsbevitelt a szervezetbe, ami a tejről nem mondható el. Emellett a juiceban található tápanyagok hamar felszívódnak a szervezetben. Mégis úgy vélem, hogy a juice egyik legnagyobb előnye a tejjel szemben az, hogy ízletes, a tej természetes ízét pedig nem igazán kedvelik a fogyasztók, ez a saját kutatásomból is kiderült.

A juice természetesen hátrányokkal is rendelkezik, itt azonban fontos különválasztani a dobozos juice-t és a frissen facsart gyümölcsleveket, ugyanis a dobozos juice-ban cukor és édesítőszerek is találhatóak, amelyek nincsenek jó hatással a szervezetre. A juice-facsarás pedig speciális felszerelést igényel, s ha ez a gép nincsen precízen megtisztítva, akkor akár ételmérgezést is okozhat. Efféle hátránnyal a tejnél nem találkozunk.

A szervezetünknek szüksége van elegendő folyadékbevitelre, amelyet mi más segíthetne elő, mint az ásványvíz? Az ásványvíz nagy előnye a tejjel szemben, hogy bárhová magunkkal vihetjük és nem romlandó termék. A szomjoltó funkció mellett egészséges is, és viszonylag kedvező áron kapható. Az ásványvíznek is vannak hátrányai, de korántsem annyi, mint a juice-nak. A Magyarországon megvásárolható legtöbb ásványvízben sok az oldott anyag, ez számos betegség kialakulásában szerepet játszhat, pl. vesekő, magas vérnyomás. A tej nem okoz ilyen problémákat. Ha megnézzük az ásványvíz ízességét a tejhez képest, akkor azt jegyezhetjük meg, hogy igazából az ásványvíznek nincs is íze. Felmerül a kérdés, hogy akkor miért nő az ásvány-

vízfogyasztás és miért preferálják jobban a tejnél? Erre a válasz – úgy vélem – abban keresendő, hogy a szervezetnek szüksége van folyadékbevitelre, s emellett az ásványvizet bárhová magával viheti a fogyasztó.

A reggeli italválasztásaink során gyakran nyúlunk teához és/ vagy kávéhoz, így ezek előnyeit és hátrányait is tisztázni szeretném. A kávé a központi idegrendszerre fejti ki a hatását, rendkívüli módon élénkíti az agyat, serkenti a szívműködést, ami a tejről nem mondható el. Ha álmosak vagyunk hiába iszunk tejet, nem fogunk felébredni tőle, ugyanis nincs élénkítő hatása szemben a kávéval, vagy a teával. A tea nem tartalmaz annyi koffeint, mint a kávé, de ugyanúgy élénkítő hatása van, s emellett nyugtatóan is hat a szervezetre, s bizonyos kísérletek szerint még daganatmegelőző hatása is van. A tejben is találhatóak olyan összetevők, amelyek gátolják a rákos sejtek kialakulását, de a tej nem rendelkezik élénkítő hatással. A kávénak és a teának is vannak hátrányaik, nevezetesen a kávé hirtelen megvonása a rendszeres fogyasztóknál gyengeséget, fáradtságot, álmoságot válthat ki, a tea fluoridtartalma pedig az arra érzékenyeknél alvászavart okozhat, egy erősebb tea pedig akár gyomorégést is okozhat.

Az előbb összefoglalt alkoholmentes italok még rendelkeztek előnyökkel a tejjel szemben, de a következő három italnak szinte csak hátrányai vannak.

Itt vannak a Magyarországon is nagy népszerűségnek örvendő szénsavas üdítőitalok. Íz világukban sokkal változatosabbak, mint a tej, s a kólafélék esetén a koffeintartalom miatt még élénkítő hatásuk is van, de mi a helyzet a szénsavas üdítők káros hatásaival? Ezek az italok nagy mennyiségű cukrot tartalmaznak, ami az elhízást segíti elő és akár még májkárosodáshoz vezethet, a koffein pedig vizelethajtó, ami kiszáradást is okozhat. „A szénsavas üdítők savanyúságát foszforsavval szabályozzák, ami a szervezetben megköti a kalciumot, így az nem tud felszívódni. (A kólát gyakran fogyasztó amerikai tizenéves lányok között kimutatták, hogy ötször gyakoribb körükben a csonttörés, mint a kólát nem fogyasztók között. Ez a jelenség összefüggésben áll azzal, hogy a kólafogyasztás a tejfogyasztás rovására történik, így a gyermekek szervezetébe nem kerül elegendő mennyiségű kalcium, ami a csontok szilárdságáért felelős.)” (*Gourmandnet.hu*) A szénsavas üdítőitalok rendszeres fogyasztása a fogakat is károsítja.

Napjainkban egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek az energiaiitalok, főleg a fiatalok körében. Jellegzetes ízük, de főleg élénkítő hatásuk miatt váltak a fogyasztók kedvelt italává. A kérdés csak az, hogy milyen hatással bír az emberi szervezetre. Az energiaiitalok és a szénsavas üdítőitalok között sok hasonlóság van, például az energiaiitalok is nagy mennyiségű cukrot tartalmaznak, ami az elhízás esélyeit növeli, károsítja a fogakat, de ami még ennél is kiábrándítóbb hír az az, hogy rendszeres fogyasztása károsítja a szívet és a májat is. Emellett akár álmatlanságot, orrvérzést, fejfájást, idegességet, hasmenést, bőrkiütéseket és hányingert okozhat is előidéz-

het a rendszeres fogyasztás. Az energiaitalok hátránya még az is, hogy függőséghez vezethetnek.

Az utolsó ital, amellyel foglalkozni szeretnék, az a szörpből készült ital. Igazából ezek a termékek is csak az íz szempontjából rendelkeznek előnnyel a tejjel szemben, a hátrányaik pedig gyakorlatilag hasonlóak a szénsavas üdítőitaloknál felsoroltakkal.

Összefoglalva a helyettesítő termékek előnyeit és hátrányait a tejjel szemben, megállapítható, hogy íz szempontjából az ásványvízen kívül mindegyik ital előnyben van a tejjel szemben, viszont ha a tej egészségre gyakorolt hatását nézzük, akkor elmondhatjuk, hogy csak az ásványvíz és a juice tudja helyettesíteni a tejet.

### **3. ANYAG ÉS MÓDSZER**

#### **3.1. Primer kutatás**

A rendelkezésemre álló erőforrások nem tették lehetővé, hogy reprezentatív felmérést végezzek, így a kapott eredményeim sem tekinthetők annak. Ugyanakkor úgy ítélem meg, hogy eredményeim tájékoztató jellegük ellenére is hasznos, megfontolandó összefüggéseket mutatnak.

A primer kutatásom során egy kérdőíves felmérést végeztem a kaposvári, 18 és 35 év közötti lakosság körében. (A kérdőív megtalálható az 1. számú mellékletben.) 18 éves korra már nagyjából kialakulnak az emberek fogyasztási szokásai, ezért volt lényeges itt meghúzni az „alsó” határt. A vizsgált korosztály „felső” határát 35 évben határoztam meg, mert ez a csoport még jelentős ráhatással bírhat a következő generációk italfogyasztási szokásaira.

A megkérdezetteknel fontos volt tudni az olyan háttérváltozókat, mint a nem, a kor és az iskolai végzettség. Így ezekre lebontva is meg lehetett vizsgálni a kapott eredményeket.

A kérdőívezést személyesen végeztem el.

Az adatok feldolgozását Microsoft Excel-lel és SPSS 13.0 programmal történt.

#### **3.2. Szekunder kutatás**

Szekunder kutatás során áttekintettem a témához tartozó legfontosabb

- a témához kapcsolódó könyveket, publikációkat;
- internetes portálokat

A kutatás során az alábbi – interneten elérhető – forrásokat használtam fel:

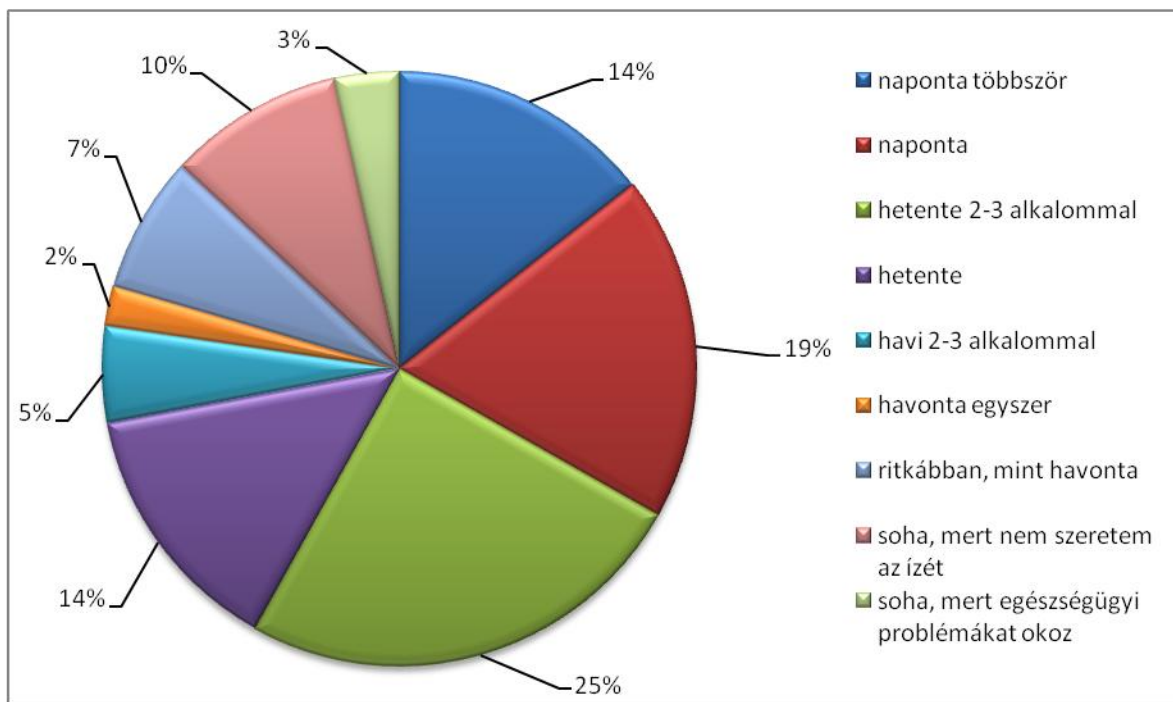
- Eurostat,
- Központi Statisztikai Hivatal,
- Agrárgazdasági Kutatóintézet.

## 4. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

Ebben a fejezetben kerülnek bemutatásra a primer kutatás során kapott eredmények.

### 4.1. A kérdőíves megkérdezés eredményei

Az első kérdés a tejfogyasztás gyakoriságára kérdezett rá (1. ábra).



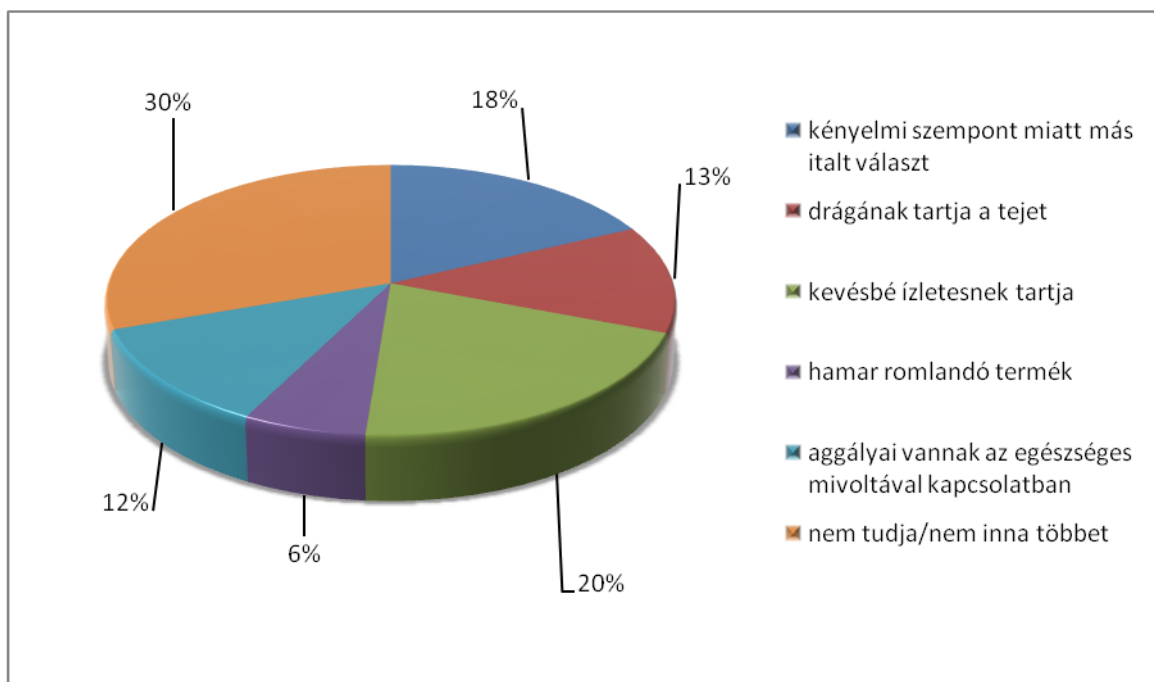
1. ábra Tejfogyasztási gyakoriság

Forrás: Saját adatgyűjtés

Abból az alapelvből kiindulva, hogy a tej egy egészséges élelmiszer és – leszámítva azokat, akik egészségügyi okok miatt nem tehetik meg, fogyasztása kedvező hatással van a szervezetünkre, a többszöri (legalább heti 2-3 alkalommal) tejjvást tekintettem kívánatosnak. (A mennyiségre nem kérdeztem rá, mivel ennek megítélése az esetek többségében erősen szubjektív lett volna és nem biztos, hogy tükrözte volna a valós értéket). Az 1. ábrát elemezve megállapíthatjuk, hogy a megkérdezettek 44%-a naponta, vagy akár naponta többször is fogyaszt tejet. A vizsgálat szempontjából talán érdekesebbek azon csoportok, akik ritkán, vagy valamilyen ok miatt egyáltalán nem isznak tejet. A megkérdezettek 13% egyáltalán nem fogyaszt tejet, mert nem kedveli az ízét, vagy egészségügyi problémát okoz nála. Egy külön kérdésben lehetőség nyílt arra, hogy ez utóbbi csoportba tartozók megjelöljék, mire is érzékeny a szervezetük: 6% laktózintoleráns, 4% pedig tejfehérje érzékenységet szenved.

A háttérváltozók (nem, kor, iskolai végzettség) és tejfogyasztási szokások (ez jelen esetben a tejfogyasztási gyakoriságot jelenti) elemzése során a nullhipotézis az volt, hogy fogunk találni szignifikáns különbséget a különböző csoportok között. A statisztikai elemzés során Pearson-féle Khi-négyzet próbát alkalmazva megállapítható, hogy a vizsgált sokaságban a nem, a kor és az iskolai végzettség sem befolyásolja a tejfogyasztási szokásokat, így ez a feltételezése nem állta meg a helyét.

A vizsgált nem reprezentatív sokaságot – némileg szubjektívan megközelítve a kérdést – két csoportba osztottam. Az egyikbe soroltam azokat a fogyasztókat (n=133), akik megítélésem szerint gyakran, tehát naponta többször, naponta, vagy hetente legalább 2-3 alkalommal isznak tejet. A vizsgálat szempontjából izgalmasabbnak tűnt a másik csoport (n=96), hiszen ebben a tejet ritkábban, vagy egyáltalán nem fogyasztók kerültek bele. Úgy ítélt meg, hogy ezen csoport tagjainak tejjívási szokásainak elemzése adhat választ azon felvetésemre, hogy miért isznak kevesebb tejet Magyarországon az emberek, annak ellenére, hogy tisztában vannak az egészségre jótékony hatású tulajdonságaival és azt el is ismerik. Ez utóbbi csoport vizsgálata során számos, statisztikailag igazolható összefüggés volt tapasztalható, ugyanakkor azt is meg kell említeni, hogy a kapcsolat döntően gyenge, közepes erősségű volt.



**2. ábra A lehetségesnél kevesebb tej fogyasztásának okai**

Forrás: saját adatgyűjtés

A legtöbb (20%) azért fogyasztanak kevesebb tejet, mert annak természetes ízét nem tartják elég finomnak, így valószínűleg az íz világukban sokkal nagyobb változatosságot mutató helyettesítő termékek felé fordulnak (pl. szénsavas üdítőitalok, teák). A kényelmi szempontokkal kapcsolatban konkrét kérdésként merült fel, hogy a tej hamar romlandó termék, ezt a kifogást a válaszadók 6%-a jelölte meg. A kérdőívben ezt szándékosan nem részleteztem, mert egy későbbi kérdésben visszatér, hogy a megkérdezettek közül kinek van valamilyen ismerete az ESL tejről. (Az eljárás lényege, hogy 100° a tejet legfeljebb 134°C-on, legalább 0,1 másodpercig hőkezelik. Az eljárás során a tej megőrzi a benne lévő értékes vitaminokat és tápanyagokat, miközben az eltarthatósága jelentősen meghosszabbodik. A szakma ma nemzetközileg egységesen ezt a tejet "kiterjedt eltarthatósági idejű" (angol nevén "Extended Shelf Life"), röviden ESL-tejnek nevezi. Az ESL-tej a mikroszűrés és a pasztörözés kombinációjával készül, s hűtötten jellemzően harminc napig fogyasztható. (Szakály S.2007). A tej romlandó jellege miatti elutasítás és az ESL technológia ismerete közötti kapcsolat még elfogadhatónak is nevezhető, hiszen a megkérdezettek jelentős részének, 61%-ának semmilyen, 26%-ának csak felületes ismeretei vannak az ESL technológiával kezelt tejről és csak 13%-uk van tisztában teljesen az eljárás lényegével. Éltem két hipotézissel, mely szerint a napi bevásárlást általában lebonyolító hölgy válaszadók körében, valamint a magasabb iskolai végzettségűeknél az ESL kifejezés nagyobb ismertséggel bír. Az első feltevés – ha kis mértékben is – de beigazolódni látszik, hiszen a nők 46%-a, míg a férfiak csak 33%-a rendelkezik valamilyen ismerettel az ESL tejről. A második hipotézisem markánsabb különbséget mutat, mert az iskolázottság mértékének növekedésével összességében a fogyasztók nagyobb tájékozottságot mutatnak a vizsgált kérdéskörben (a szakmunkás végzettségűek némileg rosszabb képet mutatnak ugyan a 8 általánossal rendelkezőknél, de ezt leszámítva a kijelentés megállja a helyét) (2. táblázat).

**2. táblázat Az ESL technológia ismerete különböző csoportokban**

|                                | nem ismeri | nagyjából ismeri | teljesen tisztában a jelentésével |
|--------------------------------|------------|------------------|-----------------------------------|
| az összes megkérdezett körében | 61%        | 26%              | 13%                               |
| nők                            | 54%        | 32%              | 14%                               |
| férfiak                        | 69%        | 21%              | 12%                               |
| 8 általános                    | 60%        | 20%              | 20%                               |
| szakmunkás                     | 74%        | 26%              | 7%                                |
| érettségi                      | 67%        | 21%              | 11%                               |
| főiskola/egyetem               | 37%        | 45%              | 20%                               |

Forrás: saját adatgyűjtés

A megkérdezettek 14%-a azért fogyaszt kevesebb tejet, mert annak árát túlságosan magasnak tartja. Érdekes megvizsgálni ennek a csoportnak milyen ismeretei vannak a tej árával kapcsolatban. Ez a 10.kérdésben meg is történt. Az Agrárgazdasági Kutató Intézet adatait felhasználva (pair.aki.gov.hu) megállapítható, hogy egy liter 2,8%-os dobozos tej átlagára az adatfelvételezés időpontjában 250 Ft/liter körül mozgott. Így az a 27 megkérdezett, aki 201-250 (n=16), illetve 251-300 (n=11) közötti értéket tartotta magasnak, az valójában reálisan tisztában volt a tej fogyasztói árával és ez alapján döntöttek.

A 3. kérdésben arra szerettem volna fényt deríteni, hogy a tejről keringő negatív pletykák (rákkeltő hatás, stb.) befolyásolják-e a fogyasztókat.

A válaszadók 82%-át nem befolyásolják ezek a hírek, míg 18%-at igen. A 4. kérdés már a fentebb boncolgatott laktóz intoleranciás, tejfehérje-allergiás kérdés volt, amelyben azt szerettem volna megtudni, hogy a megkérdezettek hány százaléka szenved valamilyen tej okozta betegségben.

A következő kérdésben felsoroltam a tej bizonyított pozitív hatásait és arra kértem a kitöltőket, hogy jelöljék be azokat a tulajdonságokat, amelyekkel a tej rendelkezik. A kérdőív kitöltése előtt az volt a feltevésem, hogy a legtöbben a csontritkulás megelőző hatásáról hallottak már a tejnek, és ez a feltevésem be is igazolódott. A válaszadók közül 80%-a ismerte a tej csontritkulás megelőző, egészséges csontfejlődés elősegítő funkcióját. A második legismertebb tulajdonságnak a tej aminosav és fehérje forrásként való funkciójával a válaszadók 44%-a volt tisztában. A sorban harmadik leggyakoribb tulajdonság a frissítő, szomjoltó élelmiszer némi evidenciaként értékelhető, ehhez képest nem jelölték be nagy arányban (40%). Némi átgondolva a helyzetet ennek magyarázata lehet, hogy a fogyasztók nem elsősorban így tekintenek a tejre, tehát ha szomjasak nem elsősorban ehhez az italhoz nyúlnak, jobban preferálják pl. az ásványvizet vagy a szénsavas üdítőitalokat. Viszonylag kevesen ismerik a tej egyes rákféleségekkel szembeni preventív hatását, az idegrendszer fejlődésére gyakorolt pozitív hatását, vagy a vérnyomáscsökkentő tulajdonságát. Az adott kérdés átfogó értelmezése némi magyarázatot az alapkérdésre (Miért fogyasztunk mi magyarok kevesebb tejet?) hiszen a megkérdezettek jelentős részének csak általános ismeretei vannak a tej pozitív hatásáról, mélyebb tudás nem alapoza meg a magasabb fogyasztást.

A 6. kérdésben arra kértem a válaszadókat, hogy osztályozzák az alkoholmentes italokat (szénsavas üdítőital, ásványvíz, szörpből készült ital, tea, kávé, energiaital, tej, juice) az alapján, hogy mennyire tartja egészségesnek őket (1-es a leegészségtelenebb, 5-ös pedig a leegészségesebb). A kérdőívben egy-egy alkoholmentes ital kedveltségét és egészséges voltát kellett 1-től 5-ig ter-

jedő skálán értékelni (1-es egészségtelen, 5-ös pedig a legegészségesebb. illetve 1- egyáltalán nem kedveli, 5- kifejezetten kedveli).

### 3. táblázat Kedveltség és egészségesség megítélése a tejet ritkábban ivó csoportnál

| Ital                  | Korreláció | Szignifikancia szint |
|-----------------------|------------|----------------------|
| Szénsavas üdítőital   | 0,590      | 0,000                |
| Ásványvíz             | 0,274      | 0,000                |
| Tea                   | 0,379      | 0,000                |
| Szörpből készült ital | 0,444      | 0,000                |
| Energia ital          | 0,490      | 0,000                |
| Kávé                  | 0,619      | 0,000                |
| Friss tej             | 0,347      | 0,001                |
| Juice                 | 0,403      | 0,000                |

Forrás: saját adatgyűjtés

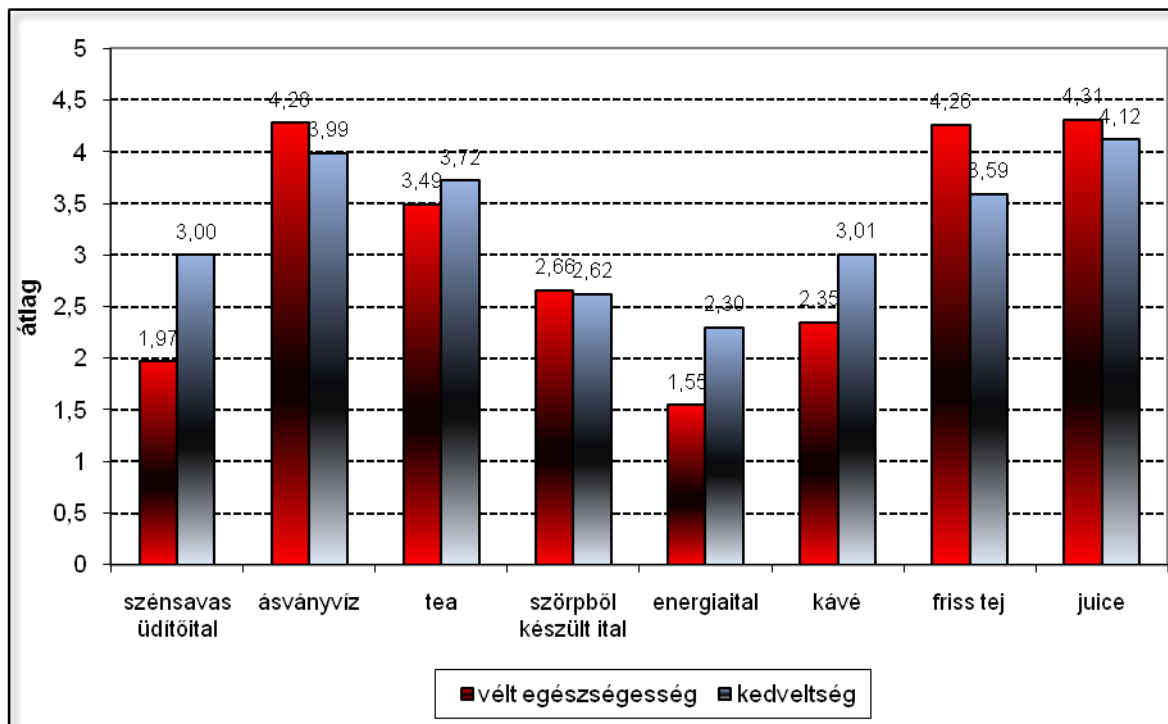
A 3. táblázatból kiemelhető a négy ital, amelyek egészséges jellegének megítélése a legrosszabb átlagos osztályzatot kapta: az energiasital (1,55), a szénsavas üdítőitalok (1,96) a kávé (2,35), és a szörpből készült italok, (2,65). Mind a négy csoportnál gyenge, közepes kapcsolatot látunk a kedveltség és az egészségre gyakorolt hatás megítélése alapján, amelyből az a konklúzió fogalmazható meg, hogy az ebbe a csoportba tartozó fogyasztók közül, akik nem tartják egészségesnek az adott italokat, azok nem is kedvelik. Az ásványvizet (4,28), a juicet (4,31) és a friss tejet (4,25) a megkérdezettek lényegesen egészségesebb élelmiszernek tartják, így ennél a csoportnál a gyenge-közepes kapcsolat úgy fogalmazható meg, hogy aki egészségesebbnek tartja ezeket az italokat az jobban is kedveli őket ebből a csoportból.

### 4. táblázat Kedveltség és egészségesség megítélése a tejet gyakrabban ivó csoportnál

| Ital                  | Korreláció | Szignifikancia szint |
|-----------------------|------------|----------------------|
| Szénsavas üdítőital   | 0,493      | 0,000                |
| Ásványvíz             | 0,030      | 0,000                |
| Tea                   | 0,269      | 0,002                |
| Szörpből készült ital | 0,441      | 0,000                |
| Energia ital          | 0,313      | 0,000                |
| Kávé                  | 0,337      | 0,000                |
| Juice                 | 0,403      | 0,000                |

Forrás: saját adatgyűjtés

A 4. táblázat adatait elemezve megállapítható, hogy a tejet gyakrabban ivó csoportnál is gyenge-közepes kapcsolatokat láthatunk, ugyanakkor némileg meglepő módon épp a tej esetében a kedveltség és az egészségség megítélésben nem lehetett szignifikáns kapcsolatot kimutatni.



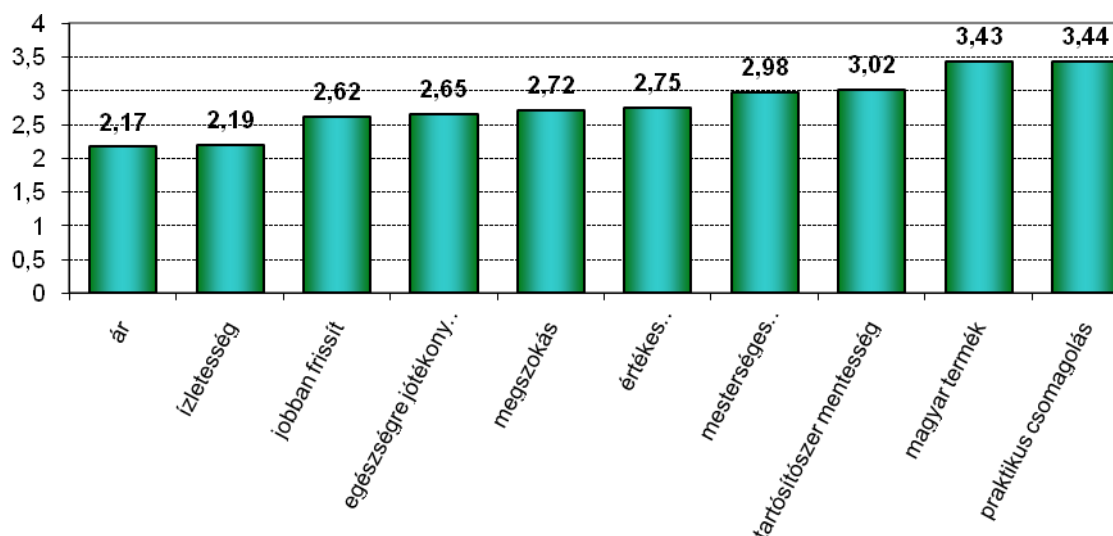
### 3. ábra Egyes alkoholmentes italok fogyasztói megítélése az egészségség és a kedveltség alapján

Forrás: Saját adatgyűjtés

A 3. ábrán elsősorban azt vizsgáltam, hogy a vélt egészségség, illetve a kedveltség milyen kapcsolatban állnak egymással. A fogyasztók 1-től 5-ig terjedő osztályzatokkal minősítették a megadott alkoholmentes italokat az említett két tulajdonság megítélése alapján, amelyből két csoportot alakítottam ki: az elsőben a kedveltség átlagos osztályzata meghaladja az egészségségre adott osztályzatot, míg a másik csoportban ez az arány fordítva jelentkezik. Az első csoportba tartoznak a szénsavas üdítőitalok, a teák, a kávék, és az energiaitalok. Az egészségség szempontjából leglesújtóbb véleménnyel a megkérdezett fogyasztók az energiaitalokkal kapcsolatban vannak, de nem sokkal marad el tőle a szénsavas üdítőitalok megítélése sem. Ehhez képest a kedveltségi fokuk már jobbnak mondható, és összességében ez mondható el a kávéról is. Általános véleményként megfogalmazhatjuk, hogy ebbe a csoportba azok az italok tartoznak, amelyek magas élvezeti értékűek, ugyanakkor a táplálkozás-élettani megítélésük általában kedvezőtlen. A fogyasztók kifejezetten egészségesnek tartják az ásványvizet, a juicet, és a friss tejet, kedveltségi mutatójuk lényegesen magasabb, mint a kevésbé egészségesnek tartott előző csoport tagjai.

Felmerülhet a kérdés: ha egy italt – mint pl. a friss tejet – egészségesebbnek tartanak és jobban is kedvelik, mint egy szénsavas üdítőitalt, akkor miért fogyasztanak belőle csak ennyit?

Milyen érvek fogyasztói attitűdök mentén hozza meg a döntését? Erre a kérdésre is próbáltam választ kapni és megkérdeztük, hogy mi alapján választ alkoholmentes italt vásárlásai során. Az eredményeket a 4. ábra mutatja be.



#### 4. ábra Mi alapján választ alkoholmentes italt a fogyasztó?

Forrás: Saját adatgyűjtés

A 4. ábrán látható eredmények nem jelentenek túl nagy meglepetést. Az előző kérdésekhez hasonlóan itt is 1-től 5-ig terjedően osztályozhattak a megkérdezettek, jelen esetben arra vonatkozóan, hogy mely érvek fontosak számára, amikor alkoholmentes italt választ (Szeretném felhívni a figyelmet, hogy itt az 1-es jelenti a legfontosabb érvet, az utolsó pedig a legkevésbé meghatározót). Így elmondhatjuk, hogy a fogyasztók az alkoholmentes italvásárlásai során elsődlegesen a termék árát nézik meg. Ez azért sem meglepő, mivel a magyar fogyasztók köztudottan árérzékenyek, ráadásul a válság hatására még jobban megnézik egy adott termék árát. A második szempontjuk vásárlásaik során az, hogy az adott italt mennyire tartja ízletesnek, mennyire szereti azt. Ez megint csak várható eredmény volt, hiszen a második kérdésnél (tehát, hogy ha úgy ítéli meg, hogy ihatna több tejet is, akkor milyen okok miatt nem teszi) a második legnagyobb kategória az volt, hogy azért nem fogyaszt több tejet, mert kevésbé tartja ízletesnek.

A harmadik érv az volt, hogy az adott ital mennyire frissíti a fogyasztóját. Mivel napjainkban kezd divatba jönni hazánkban is az egészségtudatos életmód negyedik legfontosabb tényezőként az egészségre való jótékony hatást jelölték meg a válaszadók. Érdekes, hogy figyelembe veszik az egészségre való jótékony hatást, a tartósítószer- és a mesterséges színező anyag mentesség mégis csak a megszokás és az értékes táplálóanyag tartalom után következik a sorban, holott az egészségre ezek káros hatással vannak. Nem jó hír a magyar gyártóknak, hogy a megkérdezettek szerint az, hogy az adott termék magyar termék-e az utolsó előtti a fontossági rangsor-

ban. Ennek a szempontnak csak a praktikus csomagolás érvet sikerült maga alá gyűrníe, de amint az az ábrán is látszik, nem sokkal.

## 5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A primer és a szekunder kutatásokat figyelembe véve az alábbi következtetésekre jutottam a tej és potenciális helyettesítőit illetően.

Helyettesítő terméknek nevezzük azt a terméket, amely azonos funkciókkal rendelkezik, mint az a termék, amit helyettesít, így annak hiánya vagy árának emelkedése esetén a fogyasztó a helyettesítő terméket fogja megvenni az adott termék helyett.

A tej esetében a helyettesítő termékek körét a különböző alkoholmentes italok alkotják, hiszen a frissítő, szomjoltó funkcióban még az egészségre káros hatású szénsavas üdítőital és az energiatital is képes átvenni a tej helyét. A kérdőíves felmérés eredményeit figyelembe véve kijelenthető, hogy egészségesség szempontjából a tej fő versenytársai az ásványvíz és a juice. Ha megnézzük a MÜGYÁSZ statisztikáját, akkor elmondhatjuk, hogy mivel a juiceok fogyasztása az elmúlt években csökkent és az ásványvíz fogyasztás folyamatosan, a válság ellenére is nő, a tej fogyasztásra legnagyobb veszélyt az ásványvíz jelenti. Habár kedveltség szempontjából a juice megelőzte az ásványvizet és a tejet is, mégis az olcsóbb ásványvizet választják a fogyasztók. Tehát az ár sokban befolyásolja a döntésüket. Ezt az eredmény is alátámasztja, hogy a legfontosabb szempont az alkoholmentes italvásárlás során az ár volt. Ez is bizonyítja azt az elterjedt nézetet, miszerint a magyar fogyasztók árérzékenyek.

A tej összetevői bizonyítottan jótékony hatással vannak a szervezet számára. A válaszadók körében valami oknál fogva mégis csak kevés funkció ismert. Ez valószínűleg abból fakad, hogy a tej nem rendelkezik megfelelő marketinggel, szemben a többi alkoholmentes itallal. A tejet csak mostanában kezdték el intenzíven reklámozni, ami talán annak köszönhető, hogy hazánkban is és világ szinten is visszaesett a tejfogyasztás, így gazdasági és egészségügyi okokból is fel kell hívni a figyelmet a rendszeres tejfogyasztásra. A megoldás tényleg csakis az intenzív reklámtevékenység lenne. A tej jótékony funkcióinak hirdetésén kívül jó lenne az ESL kifejezés jelentését is megismertetni a fogyasztókkal, hiszen így azok a fogyasztók, akik a hamar romlandó mivolta miatt fogyasztanak kevesebb tejet, talán több tejet innának, ha tisztában lennének az ESL jelentésével.

Sok negatív hír kering napjainkban a tejről. Sokan gondolják azt, hogy ez az ősidők óta ismert és fogyasztott élelmiszer negatív hatással van a szervezetünkre. A kutatás során bebizonyosodott, hogy ezek a hírek lényegében nem befolyásolják a megkérdezettek tej fogyasztásának gyakoriságát. Emellett arra is fény derült, hogy attól, hogy a fogyasztónál negatív reakciót vált ki a tej fogyasztása (mint például tejfehérje-allergia), még iszik tejet. A tej fogyasztási gyakoriságok tekintetében elmondható, hogy nincs lényegi különbség a férfiak és a nők fogyasztási

gyakoriságai között. A felmérésből az is kiderült, hogy sem az iskolázottság, sem a kor, de még a nem sem befolyásolja jelentősen a tejfogyasztást.

Mindent egybevetve elmondható, hogy a helyettesítő termékek körét a tej esetében leszkíthetjük a juiceokra és az ásványvízre, hiszen ezek azok, amelyeket egyrésztől egészségesnek tartanak a fogyasztók, így képesek az egészségre való jótékony hatás tekintetében helyettesíteni a tejet, másrésztől ezeket kedvelik a fogyasztók a legjobban, harmadrésztől pedig az ásványvíz fogyasztás folyamatosan nő. Így tehát, ha szeretnénk tejfogyasztásra ösztönözni a fogyasztókat, akkor legfőképpen ezzel a két itallal kell felvennünk a versenyt. S ahogyan azt Michael E. Porter is írta Versenysztratégia című könyvében: csak akkor vehetjük fel a versenyt a helyettesítő termékekkel szemben, ha minden tejtermelő együttesen lép fel a helyettesítőkkal szemben, erélyes reklámtevékenységet alkalmazva. Többek között a tej fogyasztás növelésének és a magyar tejágazat társadalmi megítélésének javítása céljából alakult meg a Tej Terméktanács nevű szervezet, amely első lépés a tej fogyasztására ösztönzés céljából. A Tej Terméktanács viszonylag régen, 1992-ben alapult, s jelenleg 4300 tejtermelő, 60 tejfeldolgozó, s 5 kereskedő tagja van.

## 6. ÖSSZEFOGLALÁS

Dolgozatom célja az volt, hogy bemutassam a helyettesítő termékek hátterét egy konkrét esettanulmány segítségével. Ez az esettanulmány a tej potenciális helyettesítőivel foglalkozik. Először a téma szakirodalmának áttekintésével kezdtem, ami igazából a szekunder források összegyűjtését és rendszerezését jelentette, majd rátértem a primer kutatásomban használt kérdőíves megkérdezés ismertetésére, eredményeinek elemzésére. Végző soron pedig levontam a következtetéseket és megpróbáltam javaslatot tenni.

Helyettesítő terméknek nevezzük azt a terméket, amely azonos funkciókkal rendelkezik, mint az a termék, amit helyettesít, így annak hiánya vagy árának emelkedése esetén a fogyasztó a helyettesítő terméket fogja megvenni az adott termék helyett. A helyettesítő termékeknel elengedhetetlen, hogy képes legyen funkcióiban helyettesíteni az adott terméket. A fogyasztók azért válasszák a helyettesítő termékeket, hogy életszínvonalukat a lehető legolcsóbb módon tarthassák fent. Az is elképzelhető, hogy nem emelkedik az adott termék ára, csupán hiány keletkezik belőle a piacon. Nos, ilyen esetekben is kénytelen a fogyasztó más javakat keresni az adott termék helyett.

Fontos megkülönböztetni a helyettesítő terméket a kiegészítő terméktől, hiszen míg az előbbit az adott termék helyett, az utóbbit az adott termékkel együtt vásárolja meg a fogyasztó. A helyettesítő és a kiegészítő termék közötti különbséget a kereszt-árrugalmasság szemlélteti. A kereszt-árrugalmasság megmutatja, hogy az adott termék árának egy százalékos emelkedése egyéb tényezők változatlansága mellett hány százalékkal változtatja meg a másik termék keresletét. Ha az adott termék áremelkedése pozitívan befolyásolja a másik termék keresletét, akkor helyettesítő termékről, ha negatívan befolyásolja, akkor kiegészítő termékről van szó.

A helyettesítők létezése kedvező a fogyasztók számára, hiszen így több termék közül válogathatnak, de ez nem mondható el a vállalatok szemszögéből. A vállalatok számára potenciális versenytársat jelentenek a helyettesítő termékek, s még az is elképzelhető, hogy a helyettesítő termék kiszorítja azt a terméket, amit helyettesít a piacról.

A tej hiába rendelkezik számos bizonyított pozitív tulajdonságokkal, a fogyasztók mégis más italokat vásárolnak helyette. A tejet funkcióiban a legjobban a juice és az ásványvíz tudja helyettesíteni, így ezek tekinthetők a tej elsődleges helyettesítőinek. (Emellett a szomjoltó funkciót tekintve a többi alkoholmentes ital is helyettesítője a tejnek.) A primer kutatás során kiderült, hogy a válaszadók többsége hetente 2-3 alkalommal fogyaszt tejet, s úgy gondolja, hogy ez a mennyiség megfelelő a számára. A megkérdezettek többsége az árat tekinti elsődleges döntési szempontnak italvásárlásai során, ezután veszi csak figyelembe az adott ital ízletességét. Emellett a fogyasztók egész nagy része válaszolta azt, hogy azért nem iszik több tejet, mert árát drá-

gának tartja. Az egyik kérdésben arra kérdeztem rá, hogy körülbelül mennyibe kerül egy átlagos magyar boltban egy liter 2,8%-os tej, amire a többség jól válaszolt. Így nem mondhatjuk azt, hogy a fogyasztók úgy ítélik drágának a tejet, hogy ne lennének tisztában annak valódi árával. Nem ilyen biztató a helyzet a tej pozitív hatásainak és az ESL jelentésének a terén. A válaszadók többségének csak felületes vagy pedig semmilyen információja sem volt az ESL tejről, mint ahogyan a tej pozitív tulajdonságairól sem tudtak túl sokat. Ezek a hiányosságok a tej nem elég erőteljes marketingjével magyarázhatóak. Ahhoz, hogy javítani lehessen a tej társadalmi megítélésén és fogyasztásán a termelőknek össze kell fogniuk és együttesen kell fellépniük a helyettesítőkkal szemben, valamint elengedhetetlen az is, hogy a tej erőszakosabb marketinggel rendelkezzen. El kell juttatni a fogyasztókhoz azokat az információkat, amelyekkel (mint ahogyan a primer kutatásból is kiderült) nem rendelkeznek, s ezek növelhetik a tejfogyasztást. Mindazonáltal meggyőződésem, hogy a tej pozitív funkcióira, fontosságára való felhívást már az óvodákban el kellene kezdeni erőteljesebb módon, mint az Iskolatej program, hiszen ez a fiatal korosztály még befolyásolható a fogyasztási szokásait illetően.

## 7. IRODALOMJEGYZÉK

1. Kukovics S. (szerk.) (2009): *A tej szerepe a humán táplálkozásban*. Melánia Kiadó Kft. Csapó János-Csapóné Kiss Zsuzsanna
2. Kukovics S. (szerk.) (2009): *A tej szerepe a humán táplálkozásban*. Melánia Kiadó Kft. Gundel János pp. 273
3. Kukovics S. (szerk.) (2009): *A tej szerepe a humán táplálkozásban*. Melánia Kiadó Kft. Bíró Lajos – Antal Magda pp. 28
4. Szakály S. (szerk.)(2001): *Tejgazdaságtan*, Dinasztia Kiadó, Dr. Varga László - Dénes Vanda
5. Porter M. E. (szerk.) (2006): *Versenystartégia*, Akadémiai Kiadó Zrt. Budapest, pp 46
6. Misz J. (szerk) (2007): *A mikroökonómia alapjai*, L'Harmattan Kiadó és Zsigmond Király Főiskola, Budapest, pp 27 és 41
7. P.A.Samuelsón és W. D. Nordhaus (szerk) (2005): *Közgazdaságtan*, Akadémiai Kiadó, Budapest, pp 84

### Internetes források

Napidoktor

[http://napidoktor.hu/tart-farticle-86-13209/Ma\\_van\\_a\\_Tej\\_Vilagnapja](http://napidoktor.hu/tart-farticle-86-13209/Ma_van_a_Tej_Vilagnapja)  
( letöltve: 2011.10.11)

Pointernet, Dr. Bíró Lajos és Dr. Antal Magda: A tejfogyasztás élettani hatásai

<http://www.pointernet.pds.hu/tini/diet/taplalkozas/20070103141430105000000373.html>  
(letöltve: 2011.09.10)

Notmilk

<http://www.notmilk.com>  
(letöltve: 2012.01.15)

Egészség.origo

[http://egeszseg.origo.hu/cikk/0535/985841/laktozerzekenyseg\\_1.htm](http://egeszseg.origo.hu/cikk/0535/985841/laktozerzekenyseg_1.htm)  
( letöltve: 2012.04.04)  
[http://egeszseg.origo.hu/cikk/0938/205161/20090914\\_tejfeherje\\_allergia\\_tejallergia\\_laktozerzekenyseg\\_etelallergia\\_1.htm](http://egeszseg.origo.hu/cikk/0938/205161/20090914_tejfeherje_allergia_tejallergia_laktozerzekenyseg_etelallergia_1.htm)  
(letöltve: 2012.04.03)

Házipatika.com

[http://www.hazipatika.com/betegsegek\\_a\\_z/laktoz-intolerancia/321](http://www.hazipatika.com/betegsegek_a_z/laktoz-intolerancia/321)  
( letöltve: 2012.04.03)

Dietetika

<http://www.dietetika.hu/tejallergia.html>  
( letöltve: 2012.04.03)

Szakály Sándor (2007): Hosszan friss! (Tej),

<http://www.pointernet.pds.hu/tini/diet/taplalkozas/20070103142918912000000131.html>  
(letöltve: 2012.03.29)

Mediapeda.hu

<http://mediapeda.hu/helyettesito-termek>

(letöltve: 2011.08.11)

Medipress: Tej nélkül jöhet a bélrák?

[http://www.tejtermek.hu/up/doc.../Tej%20belrak%20cikk\\_9aba3e84.doc](http://www.tejtermek.hu/up/doc.../Tej%20belrak%20cikk_9aba3e84.doc)

(letöltve: 2011.07.03)

Agrárgazdasági Kutatóintézet

<https://www.aki.gov.hu/>

(letöltve: 2012.05.01)

Borsa.hu : A csapvíz és a palackozott ásványvíz fogyasztásának előnyei és hátrányai

[http://borsa.hu/20090925/a\\_nagy\\_ivovizdilemma\\_csapviz\\_vagy\\_asvanyviz/a\\_csapviz\\_es\\_a\\_palackozott\\_asvanyviz\\_fogyasztasanak\\_elonyei\\_es\\_hatranyai/](http://borsa.hu/20090925/a_nagy_ivovizdilemma_csapviz_vagy_asvanyviz/a_csapviz_es_a_palackozott_asvanyviz_fogyasztasanak_elonyei_es_hatranyai/)

(letöltve: 2012.05.03)

Gourmandnet.hu: Szénsavas üdítők pro és kontra

<http://www.gourmandnet.hu/barpult/site.php?tpl=theme&id=134>

(letöltve: 2012.05.03)

## 8. MELLÉKLETEK

### 8.1. A primer kutatásban felhasznált kérdőív

*Pavelka Vivien vagyok, egyetemi hallgató. Ebben a kutatásban a tejjel kapcsolatos fogyasztási szokásokat vizsgálom. Szeretném megkérni Önt, hogy segítse munkámat azzal, hogy válaszol ezekre a kérdésekre. A kérdőív kitöltése nem igényel több időt öt percnél és teljesen anonim.*

*Kérem a következő kérdéseknél x-szel jelölje a választát.*

1. Milyen gyakran fogyaszt tejet?

☐ naponta többször;

☐ naponta,

☐ hetente 2-3 alkalommal,

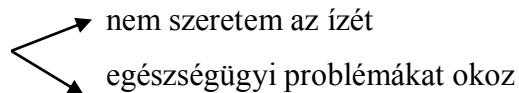
☐ hetente,

☐ havi 2-3 alkalommal,

☐ havonta egyszer,

☐ ritkábban, mint havonta

☐ soha, mert



☐ Nem tudja/ Nem válaszol

2. Amennyiben Ön úgy ítéli meg, hogy ihatna több tejet is (még sem teszi) az milyen okokra vezethető vissza?

☐ kényelmi szempont miatt más italt választ;

☐ drágának tartja a tejet;

- ☐ kevésbé ízletesnek tartja;
  - ☐ hamar romlandó termék;
  - ☐ aggályai vannak az egészséges mivoltával kapcsolatban.
  - ☐ Nem tudja/Nem inna többet
3. Manapság gyakran hallani a tej egészségre káros hatásairól. Befolyásolják-e ezek a hírek a tejfogyasztásban?
- ☐ igen
- ☐ nem
4. A tej néhány alkotóelemen negatív reakciót válthat ki a fogyasztójában. Az alább felsorolt betegségek közül jelentkezik-e valamelyik Önnél tej, vagy tejtermék fogyasztása után?
- ☐ laktózintolerancia;
  - ☐ tejfehérje allergia;
  - ☐ Nem tudja/Nem válaszol
5. Kérem jelölje be azokat a tulajdonságokat, amelyek Önt szerint jellemzőek a tejre.
- ☐ fogszuvasodás elleni védőhatás;
  - ☐ elősegíti a szervezet regenerálódását;
  - ☐ gyomorban és a bélrendszerben kifejtett antimikrobiális hatás;
  - ☐ lassítja az öregedési folyamatokat;
  - ☐ bizonyos rákfélésekkel szembeni védőhatás;
  - ☐ egészséges csontfejlődés elősegítése, csonttritkulás megelőzése;
  - ☐ vérnyomás csökkentő hatás;
  - ☐ immunrendszerre gyakorolt pozitív hatás;
  - ☐ nyugtató hatással rendelkezik;
  - ☐ energiaszolgáltatás;
  - ☐ idegrendszer fejlődésének segítése;
  - ☐ a szervezet számára fontos fehérjéket, aminosavakat és zsírsavakat tartalmaz;
  - ☐ frissítő, szomjoltó étel

*A következő kérdéseknél kérem, karikázással jelölje a választ.*

6. Kérem, értékelje a felsorolt alkoholmentes italokat aszerint, hogy mennyire tartja egészségesnek őket. (1-es egészségtelen, 5-ös pedig a legegészségesebb).

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| szénsavas üdítőital   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ásványvíz             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| tea                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| szörpből készült ital | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| energia ital          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| kávé                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| friss tej             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| juice                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

7. Kérem, értékelje az alábbi italokat aszerint, hogy mennyire kedveli (1- egyáltalán nem kedveli, 5- kifejezetten kedveli)

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| szénsavas üdítőital   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ásványvíz             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| tea                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| szörpből készült ital | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| energia ital          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| kávé                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| friss tej             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| juice*                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

legalább 25%-os gyümölcstartalommal

8. Kérem, adja meg, mi alapján választ alkoholmentes italt vásárlásai során. (1-es a legfontosabb érve, az utolsó pedig a legkevésbé meghatározó).

|                                     |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------|---|---|---|---|---|
| ízletesség                          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| jobban frissít                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ár                                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| egészségre jótékony hatású          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| praktikus csomagolás                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| magyar termék                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| tartósítószer mentesség             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| mesterséges színező anyag mentesség | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| megszokás                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| értékes táplálóanyag tartalom       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Kérem, válaszait x-szel jelölje.

9. Ön tudja mit jelent az ESL felirat a tej kiszerelésének oldalán?

☐nem

☐igen  nagyjából tudom mit jelent.

☐igen  teljesen tisztában vagyok a fogalom jelentésével.

10. Ön szerint egy átlagos magyar hipermarketben (pl. Tesco, Spar) mennyiért lehet kapni egy liter 2,8%-os zsírtartalmú, friss tejet? (Több tartomány is bejelölhető.)

☐100-150 Ft;

☐ 151-200 Ft;

☐ 201-250 Ft;

☐ 251-300 Ft.

☐ Nem tudja/ Nem válaszol

11. Kérem, adja meg a nemét!

Férfi/Nő

12. Kérem, aláhúzással jelölje, hogy melyik korcsoportoz tartozik!

18-22 év

23-26 év

27-30 év

31-35 év

13. Legmagasabb iskolai végzettség:

8 általános szakmunkás érettségi főiskola/egyetem