

OTDK-dolgozat

Pál Eszter
MSc

2013.

Fiatalok funkcionális ital-fogyasztása
The youth's functional drink consumption habits

Kézirat lezárása: 2012.11.27.

TARTALOMJEGYZÉK

TÁBLÁZATJEGYZÉK	8
ÁBRAJEGYZÉK	9
1. BEVEZETÉS	1
2. TRENDEK	2
2.1. Új jelenségek hatása az étkezésre, ételekre	2
2.2. Food-trendek rendszere	5
3. ÉTELFOGYASZTÓI TÍPUSOK	10
3.1. A különböző társadalmi rétegek ételmiszerfogyasztása	10
3.2. Food-trendekre reagáló csoportok	12
3.2.1. LOHAS	12
3.2.2. Orthorexia, étkezési zavarok.....	13
4. FUNKCIONÁLIS ÉLELMISZEREK FOGALMA ÉS JELENTŐSÉGE	16
4.1. Egészségtudatos táplálkozás - ismeretek és tévhitek.....	16
4.2. Funkcionális élelmiszerek fogalomkörének tisztázása, általános bemutatása.....	18
4.3. Funkcionális ételmiszerfogyasztók magatartása és motivációik	21
5. FUNKCIONÁLIS ITALOK	23
5.1. Funkcionális italok fogalma, és az egészség kérdésköre.....	23
5.2. Az egyes piacok jellemzése	26
5.2.1. A legfontosabb hazai piacok.....	26
5.2.1.1. Funkcionális tejes italok.....	26
5.2.1.2. Antistressz-italok.....	28
5.2.1.3. Gyümölcs-és zöldséglevek.....	29
5.2.2. Természetes funkcionális italok.....	29
5.2.2.1. A tea, mint funkcionális ital	29
5.2.2.2. A vörösbor kitüntetett szerepe (az alkohol egészségvédő hatásai)	31
5.2.2.3. Ásványvizek és gyógyvizek	32
5.2.3. A véleményeket megosztó termékcsoporthoz	33
5.2.3.1. A kávé, mint egészségvédő ital	33
5.2.3.2. Energiaitalok-sportitalok.....	34
5.3. Minden lehet relatív egészséges?!	36

6. PRIMER KUTATÁS	38
6.1. Kutatási célok és hipotézisek.....	38
6.2. Kutatásmódszertan.....	39
6.3. Kutatási eredmények	41
6.3.1. Fiatalok és az egészségtudatosság	42
6.3.2. Élelmiszerfogyasztói magatartás	43
6.3.3. Funkcionális italok fogyasztásának jellemzői a 15-25 évesek körében.....	48
6.4. Hipotézisek ellenőrzése	51
7. ÖSSZEGZÉS.....	52
Irodalomjegyzék.....	54
MELLÉKLETEK	58
1. melléklet: Táplálkozástörténeti áttekintés és táplálkozásra ható tényezők	58
1.1. Táplálkozás, kultúra.....	58
1.2. Megváltozott táplálkozási szokások Magyarországon.....	62
2. melléklet: A health food fogalomkörének ismertetése	66
3. melléklet: Társadalmi rétegek szerinti élelmiszerfogyasztás	67
4. melléklet: Élelmiszer-összetevők és a hozzájuk kötődő kockázatok ismerete a fogyasztók körében	68
5. melléklet: Táplálkozási előnyök fogyasztók szerinti értelmezése.....	70
6. melléklet: Mélyinterjú jegyzőkönyve	71
7. melléklet: Funkcionális élelmiszeralkotók csoportosítása és a nekik tulajdonított egészségügyi hasznosság.....	82
8. melléklet: Trendek és előrejelzések a (funkcionális) élelmiszerek piacán.....	83
9. melléklet: Kismintás kérdőív kérdéssora, és legfontosabb eredményei	85
10. melléklet: Lehetséges gyümölcsle alkotóknak tulajdonított egészségügyi hasznosság .	87
11. melléklet: Fiatalok fogyasztására vonatkozó legfontosabb szekunder adatok	88
11.1. A fiatalok fogyasztói magatartása.....	88
11.2. Egészségtudatos fiatalok-avagy a Z generáció egészségmagatartása	95
11.3. Fiatalok és az élelmiszerfogyasztás	98
12. melléklet: Online kérdőíves megkérdezés - minta válaszív	102
13. melléklet: Kutatási kivonatok (SPSS 20.)	110
13.1. melléklet: A kitöltők demográfiai jellemzői – kutatási kivonat.....	110
13.2. melléklet: Saját egészségügyi állapot megítélése a válaszadók különböző demográfiai mutatóinak tekintetében – kutatási kivonat	110

13.3. melléklet: A fiatalok egészségmegőrzésre irányuló tevékenységei – kutatási kivonat	112
13.4. melléklet: Fiatalok attitűdjei és preferenciáit az étkezéssel, ételekkel kapcsolatban (5 fokú skálán mérve, 1: egyáltalán nem ért egyet, 5: teljes mértékben egyetért, illetve 1: egyáltalán nem fontos, 5: nagyon fontos) – kutatási kivonat.....	114
13.5. melléklet: Az egészségmegőrzés érdekében végzett tevékenység szerinti és az étkezéssel kapcsolatos beállítódás szerint képzett klaszterek korrespondencia táblája – kutatási kivonat	115
13.6. melléklet: Az attitűdök alapján képzett klaszterek demográfiai összetétele – kutatási kivonat.....	116
13.7. melléklet: Italfogyasztási statisztikák – kutatási kivonat.....	117
13.8. melléklet: Italfogyasztási célok, motivációk – kutatási kivonat	119
13.9. melléklet: Funkcionális italok fogyasztása – kutatási kivonat.....	122
13.10. melléklet: Dúsított italok fogyasztása és megítélése – kutatási kivonat	122
13.11. melléklet: Zöldtea-, vörösbor-, energiatál-, kávé- és tejfogyasztás	126
13.12. melléklet: Egyes funkcionális italok ismertsége és fogyasztása – kutatási kivonat	128
13.13. melléklet: Az egyes (funkcionális) ital márkák ismertsége és kedveltsége a fogyasztók körében	131
14. melléklet: A klaszterek kialakításához szolgáló attitűdállítások a táplálkozással és az étkezéssel kapcsolatban	136
15. melléklet: Az attitűdállítások alapján képzett klaszterek funkcionális ital-fogyasztása	137

TÁBLÁZATJEGYZÉK

1. táblázat: Az élelmiszer fogyasztói magatartás fő trendjei és ellentrendjei	3
2. táblázat: GfK–TÁRKI fogyasztási szokások szerinti szegmentáció.....	10
3. táblázat: A funkcionális élelmiszerekkel szemben támasztott általános követelmények	20
4. táblázat: Funkcionális italok csoportosítása	25
5. táblázat: Lehetséges antistressz-italt alkotó ásványi anyagok és vitaminok	28
6. táblázat: Az energiaiitalok pozitív és negatív hatásai	35
7. táblázat: Az egészségügyi állapot érzékelése a 15-25 évesek körében, n=100.....	42
8. táblázat: Az étkezések tervezettsége, az elfogyasztott ételek kiválasztási szempontja n=100	44
9. táblázat: Mit tesznek a fiatalok, táplálkozásukat tekintve az egészségükért.....	45
10. táblázat: Klaszterek és klaszterközéppontok a táplálkozással kapcsolatos attitűdök alapján	46
11. táblázat: Egyes italok fogyasztási gyakorisága, n=100	49
12. táblázat: Az egy főre jutó élelmiszer-fogyasztás alakulása.....	63
13. táblázat: Élelmiszerek és élelmiszer-összetevők észlelt veszélyessége a fogyasztók szerint	68
14. táblázat: Különböző funkcionális élelmiszer-összetevők ismerete a fogyasztók körében.	69
15. táblázat: Fogyasztói üzenetek hierarchiája a táplálkozási előnyök alapján	70
16. táblázat: A funkcionális élelmiszer-alkotórészek csoportosítása	82
17. táblázat: Gyümölcsök és zöldségek egészségügyi hasznossága	87
18. táblázat: A fiatalok és a 10-84 éves népesség átlagának napi átlagos időráfordítása 2009/2010.....	91
19. táblázat: Az egyes tevékenységeket végző fiatalok és a 15-74 éves népesség átlagának napi átlagos időráfordítása 2009/2010	93
20. táblázat: A fiatalokat leginkább érdeklő fogyasztási termékkörök	94
21. táblázat: A fiatalok és a 10-84 éves népesség átlagának napi átlagos táplálkozással kapcsolatos tevékenységeinek időráfordítása, valamint a tevékenységet végzők aránya és időráfordítása 2009/2010.....	100
22. táblázat: Az újgenerációs funkcionális italok fogyasztása és ismertsége	137

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: A globalizáció dialektikája.....	5
2. ábra: Az élelmiszergazdaságban megjelenő trendek értékalapú csoportosítása	9
3. ábra: Az egészségfogyasztás megoszlása.....	11
4. ábra: Új fejezet a marketingben	13
5. ábra: Az evészavarokkal társuló leggyakoribb pszichiátriai zavarok	14
6. ábra: A tudatos táplálkozás hatáshierarchia modellje	21
7. ábra: A táplálkozásmarketing alapmodellje az étrendi kalcium esetében.....	27
8. ábra: A kutatás folyamata és elemei.....	41
9. ábra: Egy főre jutó zsiradékfogyasztás alakulása.....	64
10. ábra: Keveredő hatások a mindennapi étkezésben	65
11. ábra: A fiatalok családösszetétel szerinti megoszlása („Ön kivel él együtt?”), 2004-2008 (százalékos megoszlás)	89
12. ábra: Sportolás a 14-19, illetve a 20-29 éves fiatalok körében, az egyes válaszok arányainak százalékában	97
13. ábra: A tudatos étkezés jellemzői lányok és fiúk körében, a kiltőlők %-ában.....	99

1. BEVEZETÉS

A táplálkozás az emberiség fejlődésével párhuzamosan folyamatos átalakuláson ment keresztül. Korábban az életben maradás volt a legfőbb funkciója, de ma már egy sokkal összetettebb, és lényegében más jelenséget takar a fogalom. Napjainkra az egészségtudatosság, mint trend előtérbe kerülése magával hozta a fogyasztók – az eddigieknél sokkal magasabb – egészséges táplálkozás iránti vágyát. Dolgozatom a táplálkozás megváltozott jelentéstartalmának, és elméleti alapjainak elemzéséből kiindulva vizsgálja a funkcionális élelmiszerek táplálkozásban elfoglalt helyét, valamint a fiatal generáció funkcionális ital-fogyasztását.

A téma vizsgálatának problémáját adja, hogy a funkcionális élelmiszer, mint jogi kategória nem létezik, ezért a tényleges kutatásokhoz egy fogalomi keretrendszer meghatározása szükséges. Az italok tekintetében a szakirodalom jóval kevesebb forrást ad, így dolgozatom lényeges részét képezi a funkcionális italok fogalmi értelmezése, és csoportosítása is. További problémát jelent, hogy a funkcionális élelmiszerek kategóriájának elterjedése mögött bonyolult tényező-rendszer húzódik meg, mely a fiatalok egyébként is kiismerhetetlen fogyasztói magatartásában érdekes módon ölt testet. Dolgozatom célja, hogy átfogó képet nyújtson az élelmiszerfogyasztás és a funkcionális élelmiszerek elméleti háttéréről, és a fogyasztókra ható tényezőkön keresztül mutassa be a fiatalokra jellemző funkcionális ital-fogyasztást.

A táplálkozás, mint fogyasztói magatartás összetettségének köszönhetően elengedhetetlen a téma vizsgálatához az élelmiszerek mindenkori jelentőségével, és alapvető funkciójukkal foglalkozni, mely szerint a létfenntartáshoz elegendő energiát biztosítják az emberi szervezet számára. A maximális terjedelemből való kivétel miatt ennek tárgyalása az *1. mellékletben* található, de mindenképpen fontos ahhoz, hogy teljes képet kapjunk a táplálkozás mai szerepéről. Kutatásom a táplálkozás mindenkori jelentőségéből kiindulva, napjaink trendjeinek, és legfőképp a food-trendek vizsgálatának szakirodalmi áttekintésével kezdődik, majd egy többlépcsős primer kutatással folytatódik.

Primer kutatásom első lépéseként, és egyben a további kutatásokat megalapozva, egy előzetes felmérést végeztem a fogalom ismertségét illetően, majd egy szakértői mélyinterjún keresztül közelítettem a témakör vizsgálatát. Utolsó lépésként egy fogyasztói megkérdezést hajtottam végre, mely online kérdőív formájában valósult meg. A kérdésekhez igazodva egy négytagú hipotézisrendszert állítottam fel, melyben feltételeztem a fogalom alacsony ismertségét, a fiatal generáció egészségfogyasztással kapcsolatos tudatosságának hiányát, és megosztottságát, valamint a természetes funkcionális italok – tervezettekkel szembeni – preferálását.

2. TRENDEK

„A fogyasztói magatartáson belül az élelmiszerfogyasztói magatartás több szempont szerint is speciális helyet foglal el, egyrészt az ember létfenntartásához kapcsolódik közvetlenül vagy közvetve, másrészt hosszú biológiai, társadalmi, kulturális folyamatok eredménye, harmadrészt a legkomplexebb emberi magatartásforma.”

(Lehota, 2004, p. 2.)

Élelmiszerfogyasztásunkat, ahogy már az előzőekben is utaltam rá, rengeteg minden befolyásolja, ezért nem véletlen, hogy az idézett szerző a legkomplexebb emberi magatartásként tartja számon. Ezek a befolyásoló tényezők lehetnek az egyéntől függő, de tőle függetlenek is, melyekre nincsen közvetlen ráhatása. Ebben a fejezetben az élelmiszerfogyasztásra ható trendeket, majd az ezekre reflektáló fogyasztói magatartásformákat mutatom be, mivel úgy gondolom, hogy az előző fejezetben tárgyalt hatásokon kívül, illetve részben azok következményeként a trendek szintén nagy befolyással vannak az emberi, fogyasztói viselkedésre.

2.1. Új jelenségek hatása az étkezésre, ételekre

Az alapvető, mindenkori hatásokon kívül megfigyelhetünk bizonyos olyan új eseményeket, tartós, akár több évtizedig érvényes tendenciákat, melyek szintén befolyásolják a fogyasztói magatartást. Az olyan átfogó hatású folyamatokat, amelyek tartósan befolyásolják a gazdasági és a társadalmi élet színtereit, megatrendeknek nevezzük (Törőcsik, 2011, p. 37.). Ezek az úgynevezett megatrendek nem csak a fogyasztásra vannak hatással, de nem túlzás állítani, hogy teljes mértékben meghatározzák mindennapjainkat.

„Az elmúlt időszakban a makro-környezeti változások, trendek felértékelődtek és hatásuk erőteljesebbé vált, mivel azokat a piaci szereplők módosítani nem tudják.” (Lehota, 2004, p. 2.)

A Zukunftsinstitut 2010-es közleményében 10 megatrendet nevezett meg, melyek a következők voltak (Törőcsik 2011):

- | | |
|--------------------|------------------|
| • individualizáció | • új ökológia |
| • female shift | • connectivity |
| • képzés | • globalizálódás |
| • new work | • urbanizáció |
| • egészség | • mobilitás |

A napjainkban megfigyelhető tartós tendenciák között találunk olyanokat is, melyek konkrétabbak a megatrendeknél. A szakirodalom ezekre használja a „trend” kifejezést, és legtöbbször egy trend-ellentrend rendszerben elemzi őket (Törőcsik, 2011).

Úgy gondolom, hogy az előző értelemben vett trendeket jól adaptálni lehet az egyes termékekre/szolgáltatásokra vonatkozóan, s mindegyiknek attól függ a fogyasztásban megjelenő hatása, hogy éppen milyen fogyasztási javakat helyezünk a vizsgálat központjába. Az 1. táblázat az élelmiszerekre vonatkozóan mutatja be a fogyasztói magatartás jelenlegi trendjeit és ellentrendjeit.

1. táblázat: Az élelmiszer fogyasztói magatartás fő trendjei és ellentrendjei

TRENDEK/TRENDS	ELLENTRENDEK/COUNTER-TRENDS
<i>Idő és tempó</i>	
Az idő nyomása, a gyorsulás/gyorsítás, pl. az időmegtakarító élelmiszerek, gyorséttermek	„Kiszállás” időlegesen vagy véglegesen; lassúság, lassítás, pl. slowfood termékek
<i>Testmozgás</i>	
Wellness, pl.: müzli, ásványvíz	Null-ness: kalóriadús ételek
<i>A fogyasztás</i>	
Hedonizmus, pl.: édességek és luxus élelmiszerek	Új askétizmus, pl.: megbízható, megszokott termékek
<i>Alapérték a termékválasztásnál</i>	
High-tech, virtualitás, pl.: funkcionális élelmiszerek mikrohullámú sütőben elkészíthető termékek	Természetes, természetesség, pl.: öko-élelmiszerek
<i>Távol és közel/ az ismeretlen keresése</i>	
Egzotikumok, keleti kultúrák, pl: különlegességek	A gyökerek keresése, pl.: hagyományos élelmiszerek, hungarikumok
<i>Egészség</i>	
Az egészség megőrzése a modern technológiák igénybevételével	Gyengéd orvoslás, pl.: természetgyógyászat

Forrás: Szenté et. al (2006), Törőcsik Mária (2003) alapján

A makrokörnyezet változásai mellett a mikrokörnyezet is átalakulóban van. A legfontosabb *élelmiszeripari trendek* a következők (Lehota, 2004, p. 4.):

- Az élelmiszergazdaságon belül a biológiai tényezők fejlesztésével és elosztásával foglalkozó vállalatok, valamint a kiskereskedelmi vállalatok erősödő piaci ereje és alkuereje.

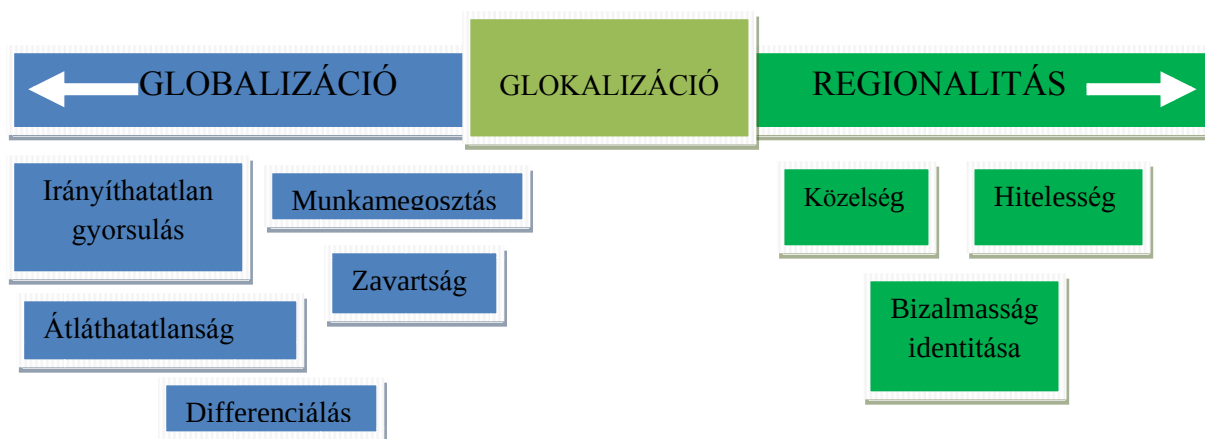
- Az élelmiszer-előállítás és elosztás rendszere egyre koordináltabbá válik, a kapcsolati marketing váltja fel az eseti tranzakciókat.
- Jellemző az eltérő fogyasztói szegmensek kiszolgálását megcélzó ellátási láncok, érték-láncok kialakulása. Ezek egyre inkább folyamatorientáltak és fogyasztóvezéreltek.
- Erősödik a horizontális, azonos szinten működő vállalatok közti koordinációs formák (lokális és regionális klaszterek) szerepe.
- A fogyasztói magatartásról egyre nagyobb mennyiségű információ kerül a kiskereskedelembe (értékesítési adatok, CRM adatbázisok), amelyek a fogyasztói igényekhez gyorsan alkalmazkodó, rugalmas rendszerek kifejlődése irányába hatnak. Az egyre növekvő mennyiségű fogyasztói információ, valamint a vállalati reagálás gyorsulása (információs technológia) a fogyasztói magatartás új dimenzióit jeleníthetik meg.

Mielőtt belevágnék a food-trendek rendszerének tárgyalásába, a fő témámhoz kapcsolódóan szeretnék bemutatni néhány trendet, melyek alapvetően meghatározzák napjaink fogyasztóinak italfogyasztási szokásait.

A német *Zukunftsinstitut* trendkutató intézet 2009-es kiadványában három nagyobb trendet nevezett meg, melyek a jövőben – és ez már érvényes napjainkra – meghatározóak lesznek az italok piacán. Az első trendnek az „*Ethical Business*” hívó-szót adták. Ennek oka, hogy a gazdasági válság bebizonyította, többé nem lehet csak a profit a vállalatok célja, a siker és a fejlődés nem érhető el úgy, hogy ha a nagy cégek egyszerűen a nyereségmaximalizálásra törekednek. A vállalatok egyre inkább egyfajta egyensúlyt igyekeznek elérni az emberek, a megszerezhető profit és a környezet között. A profitnak összeegyeztethetőnek kell lennie az emberiség és az egész élőhelyünk jólétével.

Az elmúlt években a törvények és a fogyasztói preferenciák folyamatosan változtak. A fogyasztó egyre inkább az „itt és most” fogyasztásának kellemes élménye, valamint ennek az élménynek a jövőre való kellemetlen (éghajlati) következményei között örlődik, a piac pedig egyre inkább afelé fejlődik, ami értelmes, etikus és felelősségteljes. Ennek következtében kialakult egy csoport, melyet *LoHaS* névvel illetnek. A rövidítés az egészséges életmód (*Lifestyle of Health*) és fenntarthatóság (*and Sustainability*) szavak angol megfelelőinek kezdőbetűiből ered. Az Intézet a csoport megjelenését nagyon fontosnak tartja, és emiatt a második legfőbb italfogyasztási szokásokat meghatározó trendként nevezte meg (Horx M. et al., 2009). A LOHAS-okról még lesz szó dolgozatom során, hiszen a csoport igen fontos szegmensét alkot kutatásom szempontjából is.

A harmadik tényező, mely meghatározza az italok piacát a *Glokalizáció*. A trend magával hozza egyrészt a regionális, másrészt az autentikus és a hazai termékek iránti keresletet is. A bizalom meglepő, ismeretlen és izgalmas dolgokkal kombinálva egy olyan kulturális mixet hozott létre, mely a globális inspirációkat gazdagítja. A globális és a lokális dolgokat össze kell mosni, egyfajta glokális látásmódra van szükség. A 1. ábra a glokalizáció dialektikáját hivatott bemutatni.



1. ábra: A glokalizáció dialektikája

Forrás: Horx M., Jeanette H., Reglin B. – Zukunftsinstitut (2009) alapján

Úgy vélem, hogy az előbbieken felsorolt trendek és változások közül nem csak az utolsó három, de az összes többi is jelen van az élet minden területén, így az étkezésben is jelentkeznek, tehát az ételmisszerfogyasztói- és vásárlói magatartásra is komoly hatással vannak. Akármit vásárolunk vagy fogyasztunk, magatartásunkra mindig több trend gyakorol hatást.

2.2. Food-trendek rendszere

A táplálkozást, mely mindennapi életünk szerves és elengedhetetlen része, oly mértékben meghatározzák az egyes trendek, hogy egy egészen sok elemből álló trend-rendszert lehet felállítani a hozzá kapcsolódó trendek köréből. Én elsősorban Törőcsik Mária (2010), valamint Horváth és társai (2005) által idézett trendeket emelném ki.

Törőcsik Mária (2010) a gyorsaság, a kényelem, a környezet, a felelősség, az egészség, a tudomány és az élmény hívószavakat használta napjaink étkezési trendjeivel kapcsolatban, és ezeknek megfelelően kategorizálta az egyes food-trendeket. Rendszerét alapul véve elemzem az egyes irányzatok motivációit.

Gyorsaság, kényelem

A gyorsaság a 21. század emberének felgyorsult élettempójából következik. Nem mindig tehetjük meg, hogy asztalnál ülve, kényelmesen étkezzünk, így rákényszerülünk arra, hogy munka, iskola közben „kapjunk be valamit”. Vannak olyanok, akik a napi egyszeri meleg ételt sem engedheti meg maguknak, vagy csak este, munkaidő után. Ez a jelenség egy újabb élelmiszerkategória megjelenését hozta magával. „*A finger food az a típusú étel, amit gyorsan, útközben, kézzel is fogyaszthatunk, mert kisebb, „félkész” darabokban kínálják számunkra*” (Törőcsik, 2010, p. 5.). Ha otthon vagyunk, de mégsem jut időnk főzésre, kiváló megoldást jelenthet a házhoz szállított étel, a *call food*.

A gyorsétkeztetésen belül a „*fast food*” „f” betűjét egy „g” betű cserélte fel, és az így létrejött úgynevezett „*fast good*” kategória olyan élelmiszereket foglal magában, melyek gyorsan elfogyaszthatóak mégis egészségesek, szemben a gyorsétterem-hálózatok kínálatával. Egy köztes változat a „*fast casual*”, amely gyors, nem kifejezetten minőségi, de az átlagosnál jobb alapanyagokból készülő ételeket foglalja magába.

A gyorsaság és kényelem köré épült a „*convenience food*”, vagyis a kényelmi ételek kategóriája is, mely az otthon elkészíthető, fagyasztott, félkész, készételek körét jelenti. Ez nem egy új keletű dolog, de mégis meg kell említeni, hiszen továbbra is nagy a kereslet az ilyen jellegű ételek iránt, valamint a gyártók újabbnál-újabb változatokkal rukkolnak elő. Ide kell még sorolnunk az úgynevezett *cheap basics*, avagy magyarosan az olcsó termékek kategóriáját is. Ezek olyan élelmiszer-alapanyagokat jelentenek, melyek mérsékelt árral rendelkeznek, hogy azon vásárlók igényeit is kielégítsék, akik csak a napi alapszükséglet kielégítéseként gondolnak az étkezésre, nyűgként kezelik, és figyelmen kívül hagyják az azzal járó élvezetet.

Az előző kategóriákon kívül Horváth és szerzőtársai (2005), külföldi szerzők (Lutzenberger-Gottwald, Vossen és Reinhordt, Rützler) munkáira hivatkozva még egyéb kategóriákat is megemlítenek, mint az *anti-fat-food*, a *whole food* és a *hand held food*.

Az *anti-fat-food* a fogyni vágyó embereket célozza meg. Ezek alacsony szénhidrát-tartalmú, rostokban gazdag ételek. (A kategóriát nem szabad összekeverni a fogyasztószerekkel, melyek már az étrend kiegészítők kategóriájába tartoznak.) Meggyorsítják a fogyást és sokkal kényelmesebb megoldást nyújtanak, mint a sport, ezért úgy gondolom, hogy a kényelem kategóriájába tartoznak. A *whole food* az időhiányban szenvedő, de egészségesen táplálkozni akaró embereket célozza meg. Az USA-ból induló trend középpontjában azok a friss termékek állnak, amelyek gyorsan elérhetőek, elkészíthetőek és fogyaszthatóak. A trend jegyében a hipermarketek egy része előre elkészített zöldség- és gyümölcsételeket (pl.: salátákat) kínál.

Az eddig említett kategóriák közül a *fast good*-hoz hasonlítanám. A *hand held food*-nak elnevezett kategória gyakorlatilag egybeesik az előzőekben már szintén említett *call food*-dal, és az e-mail-en, sms-ben, telefonon, interneten megrendelhető ételekre utal.

Környezet, felelősség

Napjainkban már egyre több ember figyel oda arra, hogy nem csak számára egészséges, de a környezetre sem ártalmas élelmiszereket fogyasszon, így nem csoda, hogy a következő trendeket Törőcsik Mária (2010) a környezet és a felelősség hívószavakkal illette. Egyre nagyobb azon fogyasztók tábora, akik vegyszermentes, organikus élelmiszereket fogyasztanak. Az úgynevezett *bio-food* kategória iránti kereslet tehát napról-napra növekszik. Horváth és szerzőtársai (2005) *natur-food*-nak nevezik azokat a bio-élelmiszereket, melyek egyszerre megfelelnek a természetesség és egészségesség követelményeinek is.

„Az *authentic food* elterjedése azt a hozzáértést, hitelességet, felelős termelést jelzi, amit ma egyre inkább megfizet a piac, értékelve azt, hogy aki kínálja a terméket, az tudja, hogy mi történik a létrehozás folyamatában, gyakran maga a termelő az eladó is egy személyben” (Törőcsik, 2010, p. 62.). A *trusted food* azzal kecsegteti a vásárlókat, hogy egészséges ételeket fogyaszthatnak, megismerhetik az összetevőket és ez élelmiszer létrehozásának körülményeivel is tisztában lehetnek.

„Az *SOS food* (*Save Your Society*), illetve a *harmony food* lényege is az, hogy a fenntartható fejlődés, az ember és környezete közötti harmónia biztonságát emelje ki erős környezettudatos döntési szempontok érvényesítésével” (Törőcsik, 2010, p. 62.). A *local food* kategória egyre népszerűbb volta a szerző szerint azzal magyarázható, hogy egyre inkább felértékelődik a szűken értelmezett lakókörnyezet, és az ott termelhető élelmiszerek. Ennek abban rejlik a lényege, hogy mindig az „idényételek”, az adott helyen és időben éppen releváns ételek kerülnek az asztalra.

A Horváth féle cikkben *D.O.C. Food* rövidítéssel illetik azt a trendet, melynek következtében nő az igény az ellenőrzött származású élelmiszerek iránt. Ez magába foglalja az autentikus és a regionális (*local food*) kategóriák iránti növekvő igényt is.

Élmény, szakértelem

Az élményfogyasztás már évek óta nagy tömegeket érint. Élményfürdőbe, élményparkba járunk, élményajándékokat veszünk egymásnak stb.. Nem véletlen tehát, ha egyesek az étkezések alkalmával is élményt keresnek. A *mood food* ételek olyan típusú ételeket jelentenek, amelyek kielégítik a fogyasztók erre vonatkozó igényeit, ugyanis céljuk, a boldog étkezés

megteremtése, az étel elfogyasztásával járó boldogságérzet, jó élmény kialakulása. „Az evés terápiás funkcióját használja ki ez a trend, amely az élelmiszerek kedélyjavító, frissítő és az étkezés feszültségoldó sajátosságain alapszik” (Horváth és társai, 2005, p. 73.). Nem kell nagy és különleges dolgokra gondolnunk, a csokoládé is ilyen ételnek felelhet meg.

Azonban, hogy ne csak egyszerűen élmény legyen az étkezés, de minden érzékszervünkkel átéljük az élményt, a *sensual food* kategória kínál számunkra segítséget. Ezek az ételek egyszerre ízletesek, látványosak, illatosak, de még a fülön és a tapintáson keresztül is ingereket közvetítenek a fogyasztó felé.

A wellness egy egész életérzést jelent, melyhez éppúgy hozzátartozik a testi, mint a lelki egészség és a szellemi jóllét. Ennek megfelelően a *wellness food* is ezeket hivatott szolgálni, és ennek megfelelően, egészséges alapanyagokból van elkészítve.

Egyre jobban terjed hazánkban is az étkezés, mint show-elemekkel gazdagított esemény. A *show food*-ra jó példa az otthonra meghívott mesterszakács, aki nagyfokú hozzáértéssel és persze lenyűgöző látvánnyal készíti el az ételt, de ugyanakkor az is külön élményt jelenthet, hogy a megszokotthoz képest más, különleges, például ázsiai étel kerül az asztalra.

Az *ethnic food*nak nevezett ételek már szinte teljesen beépültek mindennapjainkba. A *retro* a táplálkozásban is hódít, így egyre-másra bukkannak fel már majdnem elfeledett nosztalgiaételek és italok.

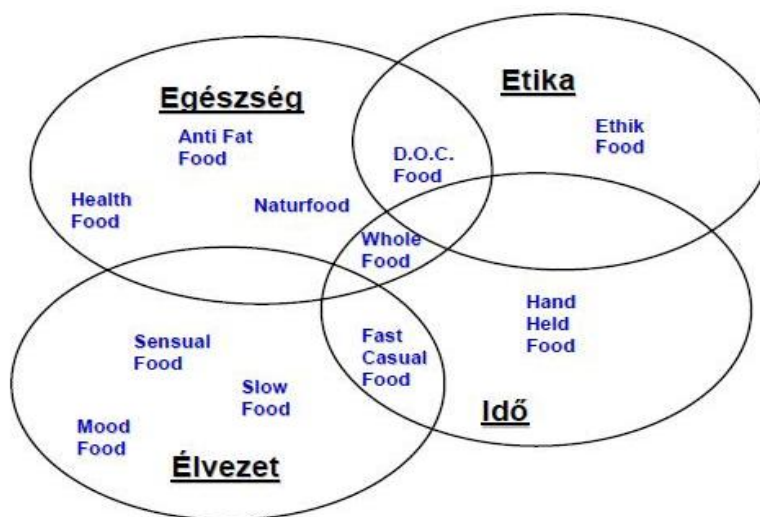
Vannak olyanok, aki furcsa módon él ki étkezéssel kapcsolatos vágyaikat, s az oly sokak számára gusztustalan ételeket élvezik, vagy nem élvezik, de mindenesetre fogyasztják. A *strange food* olyan, más kultúrákban elfogadott ételeket foglal magában, melyektől az adott kultúrában egyenesen iszonyúnak tartanak, és nem elfogadott a fogyasztásuk. Aki mégis ilyeneket – például Magyarországon bogarakat – eszik, az kalandvágyból, önmaga mutogatásáért vagy „már csak azért is” elven teszi ezt.

Egészség, tudomány

"Az vagy, amit megeszel!" A sokak számára ismert görög mondás, már nagyon régi múltra tekint vissza, de az egészséges táplálkozás ennek ellenére csak mostanában vált meghatározó trenddé. A tudatos fogyasztás, és azon belül a tudatos étkezés egyre több emberre jellemző. Bár a fogyasztói társadalom folyton azt tukmálja belénk, hogy fogyasszunk, vásároljunk, sokan mégis megválogatják, hogy mennyit, de legfőképp, hogy mit esznek.

A *health food* kategóriája igen tág, és sokféle alkategóriára bontható. A fogalmak között (2. melléklet) néha átfedés figyelhető meg és nem minden étel esetén egyértelmű, hogy az melyik kategóriába tartozik, illetve egyszerre tartozhat több helyre.

Az, hogy ki mit tart fontosabbnak, melyik trendet követi, alapvetően 4 érték, az *egészség*, az *etika*, az *élvezet* és az *idő* köré szerveződik (2. ábra). Látható, hogy ezek magukba foglalják az előzőleg tárgyalt kategóriákat mindegyikét. Egy vizsgálat szerint a magyarok táplálkozási kultúrájában az egészség, a biztonság, a jó emberi kapcsolatok és a kiegyensúlyozott élet bizonyulnak a legfontosabb értékeknek (Horváth et. al., 2005).



2. ábra: Az élelmiszergazdaságban megjelenő trendek értékalapú csoportosítása

Forrás: Horváth és társai (2005), Rützler (2005) alapján

A food-trendek rendszerének sokaságából kiemelkedik, és a fejlesztések középpontjába került néhány élelmiszercsoport. Szenté Viktóriára és szerzőtársai szerint (2006) az organikus (bio-) élelmiszerek, a tájjellegű, vagy hagyományos élelmiszerek (a korábban említett *local food*), illetve a funkcionális élelmiszerek azok, melyek napjaink fő élelmiszercategóriáinak tekinthetők. Úgy gondolom, hogy a jövőben ezek az élelmiszerek egyre nagyobb keresletet vonnak majd maguk után, és kiemelten fontos jelentőségűvé fognak válni.

3. ÉTELFOGYASZTÓI TÍPUSOK

Az előző részekben igyekeztem rámutatni arra, hogy mennyi minden befolyásolja úgy általában étkezésünket, és mennyi mögöttes tartalom, szimbolikus jelentés meghúzódhat mögötte, hogy éppen mit és hogyan fogyasztunk. Ebben a fejezetben az egyes társadalmi rétegekre jellemző ételmeiszerfogyasztási jellemzőket, valamint néhány kivételes ételfogyasztói magatartást és csoportot mutatok be.

3.1. A különböző társadalmi rétegek ételmeiszerfogyasztása

Ahogy arról már az előző fejezetekben is szó esett, azt, hogy ki milyen ételmeiszereket fogyaszt, sok minden befolyásolja. Ilyen lehet a kultúra, a különböző demográfiai jellemzők és az egyéni attitűdök rendszere is.

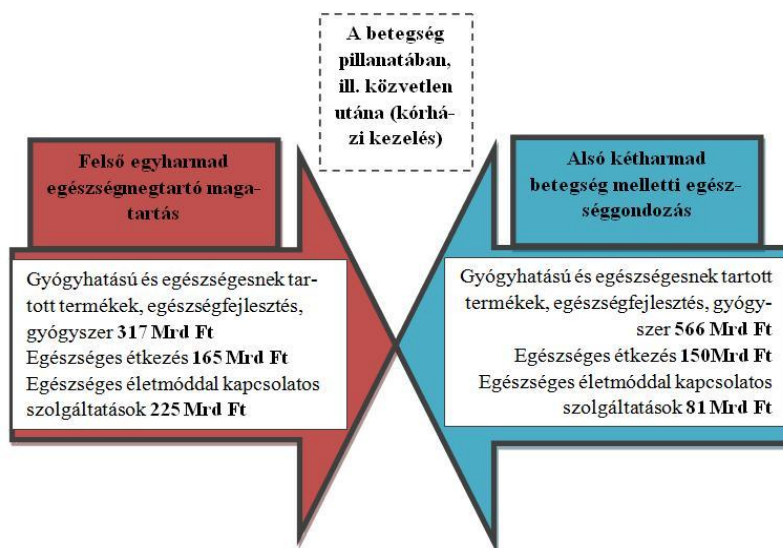
A TÁRKI és a GfK közös, 2012-es kutatása viszont egyértelműen rávilágított arra, hogy még ma is a jövedelem határozza meg elsősorban az *egészségfogyasztással* kapcsolatos viselkedést. Mivel a táplálkozás igen fontos eleme az egészségnek, ezért úgy gondolom, hogy a következő csoportosítás az étkezés tekintetében is megállja a helyét. A fogyasztási szokások alapján a 2. táblázatnak megfelelően szegmentálták a lakosságot.

2. táblázat: GfK–TÁRKI fogyasztási szokások szerinti szegmentáció

A csoport neve	Karakter jegy: a legjellemzőbb fogyasztási szokás
<i>Felső plusz</i>	Általános átlag feletti fogyasztás
<i>Felső klasszik</i>	Kiemelkedő műgyűjtés
<i>Befutott értelmiségi</i>	Magas kultúrafogyasztás elsősorban színház és múzeum/kiállítás látogatás
<i>Hedonista fiatal</i>	Pénzhasználati hedonizmus, egyszerű kultúrafogyasztás (elsősorban sörözés és táncolás)
<i>Városi alsó-közép</i>	Szolgáltatásközpontú étkezés rendszeres tízórai és ételmeiszerfogyasztás
<i>Szegény nyugdíjas</i>	Otthonközpontú étkezés
<i>Szegény munkás</i>	Szolgáltatásközpontú étkezés - hideg ebéd és meleg vacsora
<i>Underclass</i>	Általános depriváltság

Forrás: Bernát Anikó (2012) p. 4.

A 2. táblázat alapján nem csak a 8 típus, hanem a rájuk leginkább jellemző fogyasztási szokások is láthatóak, és szembetűnő, hogy míg a felső 4 csoport esetében a kultúrafogyasztás, a társadalom alsóbb rétegei esetén már az élelmiszerfogyasztás differenciál. A szegmensek különböző viselkedést tanúsítanak az egészségfogyasztás tekintetében. A felső egyharmad alapvetően inkább egészségmegtartó magatartást mutat, míg az alsó egyharmadra a betegség melletti egészséggondozás jellemző (3. ábra).



3. ábra: Az egészségfogyasztás megoszlása

Forrás: Bernát Anikó (2012) p. 5.

A magasabb társadalmi rétegbe tartozók sokkal többet költenek egészséges életmóddal kapcsolatos szolgáltatásokra, ami valószínűleg azzal áll szoros kapcsolatban, hogy – ahogy az a kutatásból szintén kiderül – többségük, magát az egészséget a testi-lelki-szellemi harmóniával azonosítja, míg az *underclass*-nak mindössze 20%-a gondolja úgy, hogy az egészség meg egyezik az előbb említett hármas meglévő összhangjával (Bernát Anikó, 2012).

Ha csak az élelmiszerfogyasztási szokásokat vesszük alapul, akkor is eltérések mutatkoznak meg a csoportok között. A GfK 2009-es, „*Étkezési szokások - te hol helyezkedsz el a "felső plusz" és az "underclass" között?*” címmel megjelent kutatási eredményei között szerepeltek a következő, az egyes szegmensekre, társadalmi rétegekre vonatkozó megállapítások. A kutatást (Úr Gézáné Koncz Kornélia, 2009) alapul véve a 3. mellékletben mutatom be az egyes társadalmi rétegekre jellemző élelmiszerfogyasztást.

Összességében megállapítható, hogy hatalmas eltérések mutatkoznak meg az egyes társadalmi rétegek élelmiszerfogyasztói magatartásában. Az egészségtudatosság szempontjából jelenleg a „*felső klasszik*” a legaktívabb csoport, viszont a többi szegmens tagjainak fogyaszt-

tásában is megjelennek valamilyen szinten az „egészséges” élelmiszerek, leginkább a zöldségfélék és a tej.

3.2. Food-trendekre reagáló csoportok

A food-trendekre tapasztalatok szerint minden egyes fogyasztó reagál körülményeihez és saját személyes adottságaihoz, jellemzőihez képest valamilyen szinten. A food-trendekre reflektáló fogyasztói magatartás vizsgálatokor azonban nem szabad elfelejteni, hogy léteznek olyan fogyasztók is, akik szélsőséges magatartásformákat tanúsítanak, s így külön csoportot alkotnak az élelmiszerfogyasztáson belül. A következőknek az étkezési magatartással kapcsolatban két olyan csoportot mutatok be, melyet kifejezetten fontosnak tartok az egészséges táplálkozás szempontjából.

3.2.1. LOHAS

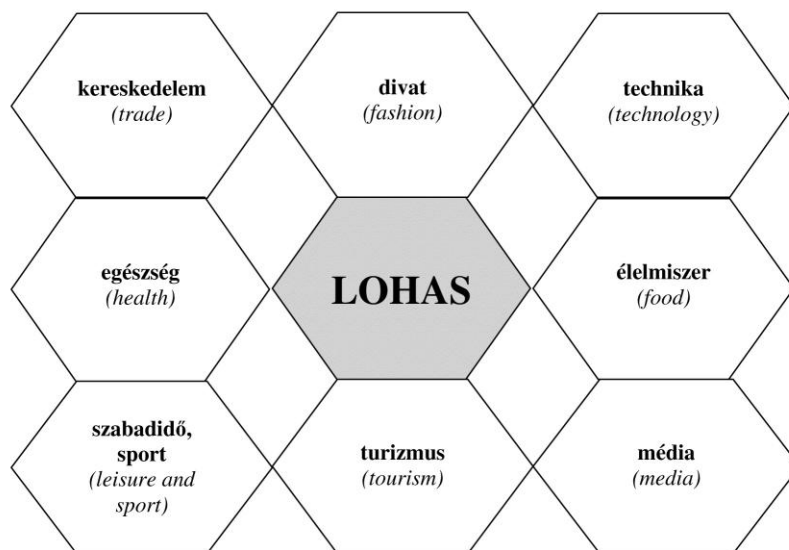
„A holnap fogyasztója már nem csak azt kérdezi meg, hogy mit engedhet meg magának, hanem azt is, hogy milyen jó dolgot tehet önmagáért és a világért.”

(Mathias Horx, Zukunftsinstitut, 2009)

Ezzel az idézettel kezdi a német Zukunftsinstitut a 2009-ben megjelent, italokhoz kapcsolódó trendekről szóló kiadványában a LoHaS csoportról szóló fejezetet. A csoport tagjainak viselkedéséről már volt szó. Ez erősen kapcsolódik a korábban felvázolt food-trend rendszer *egészség-tudomány* valamint a *környezet-felelősség* dimenziójához, és élelmiszerfogyasztásuk gyakorlatilag megfelel az ott leírt trendeknek. A szegmensbe tartozó emberek ugyanis, ahogyan a rövidítés (Lifestyle of Health and Sustainability) is takarja, kifejezetten odafigyelnek arra, hogy csak olyan termékeket, így tehát olyan élelmiszereket fogyasszanak, melyek egészségesek és a fenntartható fejlődés elveinek megfelelnek. Az intézet szerint a csoport viselkedésének nem csak személyes, de etikai indítékai is vannak, mely véleményem szerint még inkább erősíti befolyását, és elkötelezettségét a környezet-és egészségbarát termékek vásárlása iránt.

A LOHAS csoport tagjai, mint egy újfajta fogyasztói csoport kifejezetten véleményvezér pozícióban vannak, a többiek hallgatnak rájuk. Ők legtöbbször másoktól függetlenül hoznak döntéseket, mindig jól informáltak és igen aktív, öntudatos személyiségek. Jövedelmi helyzetük meglehetősen jónak tekinthető, ami csak erősíti ezt a független gondolkodást és tudatos fogyasztói magatartást. Az innováció elfogadásában innovátorok, ezért megismerésük fontos lehet a vállalatok számára (Szakály, 2008).

A LoHaS-ok megjelenése Törőcsik Mária (2007) szerint több megatrend egymásra hatásának köszönhető, melyek közül az individualizáció – mely véleményem szerint Magyarországon a rendszerváltás utáni időben bontakozhatott ki igazán – kitüntetett helyen szerepel. A szerző szerint a csoport magatartása semmiképpen sem tekinthető periférikusnak, s nagyon sok piacot érint. A 4. ábra azokat a területeket foglalja össze, melyeken az egészség- és környezettudatos vásárlói magatartás fogyasztói trendje fokozottan érvényesül.



4. ábra: Új fejezet a marketingben

Forrás: Törőcsik Mária (2007) p. 44.

Törőcsik Mária (2007) szerint ez az újnak tekinthető döntési szempont, miszerint azt a terméket „kell” vásárolni, ami környezet-és egészségtudatos, elsősorban az élelmiszerek termékkörénél jelentkezik. Ennek okai között a szerző az elmúlt évek élelmiszerekhez kapcsolódó botrányait, valamint a tájjellegű szezonnak megfelelő ételek felértékelődését is megemlíti. Úgy gondolom, hogy a LOHAS-okat a funkcionális élelmiszerek egyik, ha nem a legfontosabb célcsoportjának kell tekinteni, akik képesek másokat is befolyásolni, és az általuk környezet-, és egészségtudatosnak vélt termékek vásárlására ösztönözni.

3.2.2. Orthorexia, étkezési zavarok

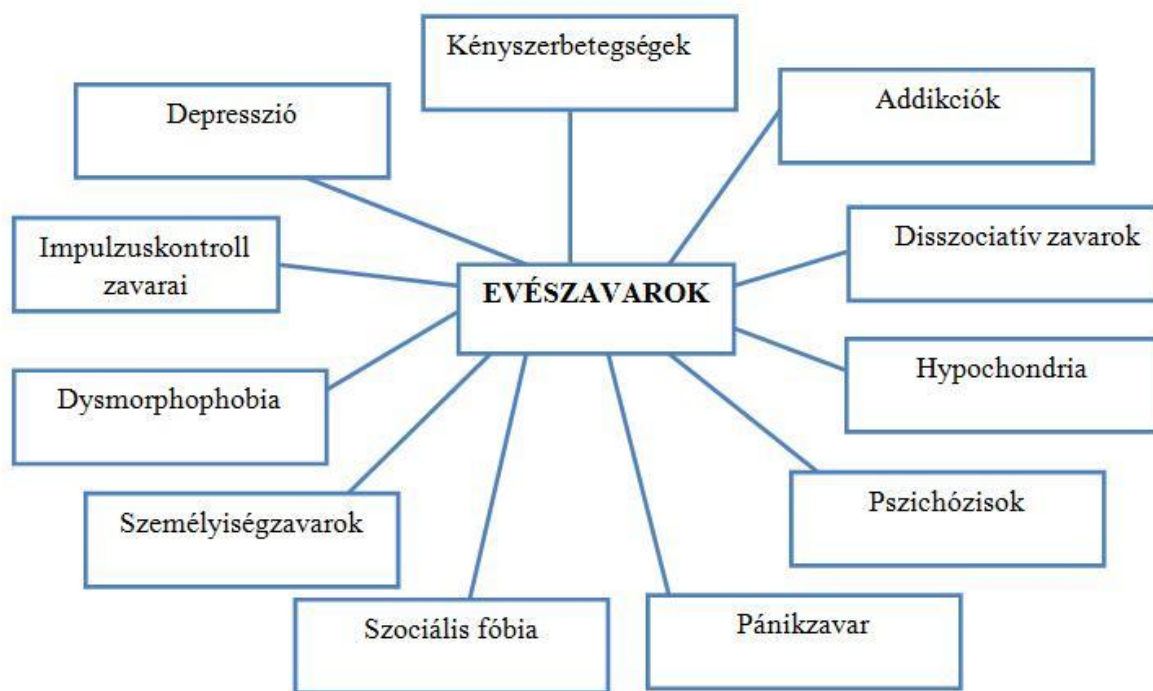
Arra, hogy az étkezés mekkora erővel bír a fogyasztói társadalmakban, talán az étkezési zavarok fogalomköre mutat rá a legjobban. A trendekre pozitívan reagáló csoportok mellett olyanokat is találunk, melyeknek tagja egészségüket is kockára teszi annak érdekében, hogy egy adott trendnek megfeleljenek. Sajnos sok olyan ember van, aki túlságosan a hatása alá kerül például az egészséges étkezés vagy a hedonista fogyasztás trendjének, s ennek köszönhetően

olyan betegségek áldozatává válik, mint az anorexia, vagy a kóros elhízás. A téma viszonylag későn került az orvostudomány figyelmébe, de annál nagyobb jelentőséget tulajdonítanak neki napjainkban, és a táplálékfelvétel zavarait ma az elfogadott betegségek közé sorolják.

A teljesség igénye nélkül a táplálkozásvizetők mögött a következő tényezők állhatnak (Túry-Szabó, 2000):

- testképzavar
- genetikai tényezők
- pszichológiai tényezők
- család és szociokulturális tényezők
- tömegkommunikációs hatások, ideálok

Az evészavarok legtöbbször nem önmagukban, hanem egy komplex „betegségrendszer” egyik elemeként jelentkeznek. Az 5. ábra ezt kívánja szemléltetni.



5. ábra: Az evészavarokkal társuló leggyakoribb pszichiátriai zavarok

Forrás: Túry-Szabó (2000), p. 57.

A legismertebb étkezési zavarok alaptípusának az *anorexia nervosa* (AN) és a *bulimia nervosa* (BN) tekinthető (Túry-Szabó, 2000), azonban ezek mellett számos egyéb táplálkozással kapcsolatos zavarról írnak a kutatók. Az egészségtudatos étkezés kapcsán az *orthorexia nervosa* betegségét kívánom bemutatni.

A trendekre reagáló fogyasztói csoportok között találunk olyat, melynek tagjai már túlságosan odafigyelnek „egészségükre”. Az egészségesétel-függőség, vagy más néven *orthorexia nervosa* az egészség, mint trend megjelenésével párhuzamosan, véleményem szerint részben annak köszönhetően alakulhatott ki.

A betegség kialakulása mögött ebben az esetben is több tényező állhat. Varga Márta és Babusa Bernadett (2012) szerint a „*az ON-ben szenvedőknél súlyos önértékelési problémákról, a világban való bizonytalanságról beszélhetünk, gyakran jelenik meg az öngyűlölet, a szenvedés, amelynek elviselésében a szigorú szabályok betartása segíthet... sokszor egy korábbi betegségtől való félelem áttételéről beszélhetünk, amit családi minta, vagy a halálfélelem családi tudattalanban kódolt változata is közvetíthet*” (Varga-Babusa, 2012, p. 442.).

Nőknél a zavar hátterében szexuális problémák, valamint a nőiesség és a női identitás zavarai is megbújhatnak. A zavart a szerzők egyfajta ösztönpótléknak is tekintik. Ezt azzal magyarázzák, hogy az ON-ben szenvedőkre általában jellemző a szociális kapcsolatok, a párkapcsolat hiánya. A kényszeres étkezési rituálék uralják az életüket, így ellensúlyozzák a kapcsolatok területén jelentkező hiányosságokat. Az orthorexiás emberek ételmisszerfogyasztására jellemző, hogy az szigorúan meghatározott időpontban, előre eltervezetten történik, az étel minősége, milyensége pedig kényszeres középpontba kerül. Mindezek a hiányzó érzelmeket és a párkapcsolattal való strukturáltságot pótolhatják.

Minden étkezési zavar mögött több tényező húzódik, és a deviáns magatartás során az étkezés a fogyasztók lelkiállapotának és környezethez való viszonyulásának megnyilvánulásaként jelenik meg. Úgy gondolom, hogy mindenképpen oda kell figyelni ezekre a csoportokra. Még ha nem is képezik kifejezetten a funkcionális ételmisszerek fogyasztói szegmensét, viselkedésükből számos következtetést vonhatunk az általános emberi motivációkra és értékekre, a különböző hiányosságokból fakadó reakciókra vonatkozóan.

Összességében megállapítható, hogy mindenki máshogyan étkezik az őt ért hatások és körülvevő társadalmi-szociális-, és kulturális környezet hatására, de leginkább az határozza meg ételmisszerfogyasztási magatartásunkat, hogy melyik társadalmi csoportba tartozunk. Ezen felül számos olyan magánéleti probléma, társadalmi hatás van, mely szélsőséges magatartásformákat válthat ki a fogyasztókból. Ezeket sem szabad elfelejtenünk, és mindig annak figyelembevételével kell a fogyasztókat vizsgálnunk, hogy nem tudhatjuk, hogy éppen min mennek keresztül.

4. FUNKCIONÁLIS ÉLELMISZEREK FOGALMA ÉS JELENTŐSÉGE

Az előző részekben próbáltam rávilágítani arra, hogy az étkezés sokkal több annál, mint egy alapvető létszükséglet kielégítése. A továbbiakban mégis azzal az esettel kívánok foglalkozni, amikor az élelmiszerek alapvető funkciójára, a táplálékbevitelre helyeződik a súly. Ebben a fejezetben az előzőekben tárgyalt trendek és fogyasztói magatartásminták közül az egészséges táplálkozáshoz kötődőeket emelem ki, s egy megnevezésében új, de tartalmát tekintve csak részben új fogalommal, a *funkcionális élelmiszerek* fogalmával foglalkozom.

4.1. Egészségtudatos táplálkozás - ismeretek és tévhitek

Az egészség megőrzése, az egészségtudatosság, mint trend alapjául szolgált a funkcionális élelmiszerek kategóriájának megjelenéséhez, és önmagában sok kérdést felvet, ezért külön fejezetet szenteltem neki.

Hogy mi az egészségtudatos, arról mindenki máshogyan vélekedik. Ennek kapcsán szeretnék kitérni az egészség fogalmának definiálására, mely egyben módszertani keretet is ad további kutatásaimhoz. Az egészség többféleképpen értelmezhető, de nem egyértelmű, hogy ki mire gondol, ha egészségről beszél, annak pedig még nehezebb a megállapítása, hogy mit tekintünk egészségesnek vagy egészségtelennek. Az sem biztos, hogy egyáltalán beszélhetünk egészséges vagy egészségtelen élelmiszerekről.

Az egészség fogalmának értelmezését az is nehezíti, hogy az arról alkotott nézetek, a történelem során folyamatosan változtak. Az orvosok minden korban előszeretettel vélik úgy, hogy az egészség a betegségek hiányával egyenlő. Emellett vannak olyan modellek is, melyek úgy tartják, hogy mindenki olyan egészséges, amilyennek véli magát (Szántó, 2008).

A legelfogadottabb fogalmak ma talán azok, melyek a testi-, lelki és szociális jólét szempontjából közelítik az egészséget. Az Egészségügyi Világszervezet (továbbiakban WHO) megfogalmazása szerint „*az egészség a teljes fizikai, mentális és szociális jólét állapota, és nem csupán a betegségek vagy fogyatékoságok hiánya... fizikai, mentális és szociális jóléti állapotok összessége, amelyek lehetővé teszik, hogy mindenki produktívan éljen, akár szociális akár gazdasági kontextusban értelmezve*” (WHO, 2001, p. 15. hivatkozott WHO, 1946). A WHO (2001) alapján az egészségnek öt dimenziója különíthető el.

Ezek a következők:

- biológiai egészség: a szervezetünk megfelelő működése
- lelki egészség: személyes világnézetünk, magatartásbeli alapelveink, illetve a tudat nyugalmanak és az önmagunkkal szembeni békének a jele
- mentális egészség: a tiszta és következetes gondolkodásra való képesség
- emocionális egészség: az érzések felismerésének, illetve azok megfelelő kifejezésének a képessége
- szociális egészség: másokkal való kapcsolatok kialakításának egészsége

Az egészséges táplálkozással kapcsolatosan általában a biológiai egészségre gondolunk, azonban az egészség számos másik dimenziójára is hathat az, hogy mit, hogyan, kivel vagy hol eszünk. A továbbiakban, amikor az egészségről írok, a fizikai-biológiai egészség mellett az összes többi dimenziót figyelembe veszem.

A magyarok egészségére vonatkozóan a GfK piackutató intézet már évtizedek óta végez kutatásokat. Az intézet szerint *„Sokkal inkább tisztában vagyunk azzal, miket kell tennünk az egészségünkért, mint amennyit meg is valósítunk... nagyon kevesen tesznek megfelelő módon az egészségükért”* (Lantos Zoltán, GfK).

Úgy gondolom, hogy akár egyénenként változó lehet, hogy ki mit tart egészségesnek, ezt azonban számos forrásból történő informálódás előzi meg. Az élelmiszerekkel kapcsolatban sok kockázat merülhet el, melyeket a fogyasztóknak mérlegelnie kell(ene) a vásárlás, illetve az élelmiszerek elfogyasztása előtt. A fogyasztói kockázatok többféle csoportja ismert. Létezik fizikai kockázat, funkcionális, teljesítménykockázat, pénzügyi kockázat, társadalmi kockázat, pszichológiai kockázat, valamint az idő kockázat (Lehota, 2006).

Fizikai kockázat, hogy a vásárolt élelmiszer romlott, vagy mérgező lehet, illetve allergén reakciókat vált ki. A funkcionális kockázat abból ered, hogy a termék esetlegesen nem tudja teljesíteni a tőle várt funkciót, nem lehet úgy felhasználni, ahogyan azt a vásárló elképzelte. A termék megfelelő ár-érték arányával áll szoros kapcsolatban a pénzügyi kockázat. Ebben az esetben a vásárló attól tart, hogy drágábban jut a termékhez, vagy ugyanolyan árért rosszabb minőségű árut vásárol. Mint minden terméknek, úgy az élelmiszereknek is van társadalmi kockázata, amit a szubkultúrákhoz való tartozni akarás, és az önkifejező fogyasztás, a „mit szólnak hozzá mások” váltott ki. A vásárlással töltött idő, valamint az információgyűjtésre szánt idő alkotják az *idő kockázat*ot. *„A pszichológiai kockázat döntően a saját követelményeinknek való meg nem felelést takarja”* (Lehota, 2006.).

A felsorolt kockázatokon kívül napjainkban egyre fontosabb az, hogy az élelmiszer, amit elfogyasztunk, „egészséges” legyen. Az egyes élelmiszerek-összetevőket és a nekik tulajdonított kockázatokat azonban nem mindenki ismeri. Erre vonatkozólag ismertet adatokat a 4. melléklet.

Szakály és szerzőtársai 2008-ban kísérletet tettek arra, hogy a fogyasztók által vélt táplálkozási előnyöket egy hierarchikus rendszerbe foglalják, és az egyes előnycsoportok esetén megfogalmazzák a vevők gondolatait. Ezt a rendszert mutatja be a 15. táblázat, mely terjedelme miatt az 5. mellékletben kapott helyet.

A 15. táblázatból látható, hogy sok esetben a fogyasztók nincsenek teljes mértékig tisztában a gyártók által sulykolt táplálkozási előnyökkel, vagy éppen a ténylegestől eltérően ítélik meg jelentőségüket.

Az egyes élelmiszer-összetevők, valamint a hozzájuk kötődő táplálkozási előnyök és kockázatok fogyasztók általi leképeződését sok minden befolyásolhatja. Ilyen tényező lehet a személyes tapasztalatokon kívül a média, a különböző marketingaktivitások, továbbá az ismerősök véleménye is. A gazdag információhalmazból azonban sok esetben nem csak hitek, de tévhitek is kialakulhatnak, melyek elég erőteljesen meghatározhatják a fogyasztók táplálkozását és ennek következtében egészségtudatos magatartását is.

4.2. Funkcionális élelmiszerek fogalomkörének tisztázása, általános bemutatása

Az úgynevezett funkcionális élelmiszerek kategóriának számos definíciója létezik. „*A japán definíció szerint olyan élelmiszerekről van szó, amelyek speciális hatást fejtenek ki az egészségre fontos bioaktív összetevőiknek köszönhetően*” (Szakály, 2011, p. 57.).

Az európai definíció szerint egy élelmiszer akkor sorolható a funkcionális élelmiszerek kategóriájába, ha a szokásos táplálkozásbiológiai előnyökön túl fejt ki jótékony hatást a szervezet legalább egy funkciójára, melynek eredményeképp jobb egészségügyi állapot és kedvezőbb közérzet figyelhető meg vagy csökken a betegségek kialakulásának kockázata (Szakály, 2011). Piskóti István szerint minden olyan élelmiszer funkcionális élelmiszer: „*amely valamilyen egészségre jótékony hatással bíró természetes hatóanyaggal bővített, vagy amiből valamilyen káros anyagot kivontak*” (Piskóti, 2007). Ez a definíció további kérdéseket vet fel, melyekre egy szakmai mélyinterjú során kerestem a választ.

Az energiában, hozzáadott cukorban és/vagy zsírtartalomban csökkentett termékeket Szakály Zoltán (6. melléklet) mindenképpen a funkcionális élelmiszerek kategóriájába sorolja,

mivel azok egyértelműen egészségvédő hatást szolgálnak, viszont megemlíti, hogy nincsen egészségtelen és egészséges termék, mindig az egész étrendet kell néznünk. Ha túl sok zsírt tartalmaz az étrend, akkor nyilvánvaló, hogy annak mennyiségét csökkenteni kell. A hozzáadott cukor aszpartammal – egy köztudottan mesterséges, rossz véleményekkel illetett édesítőszerrel – való helyettesítése pedig nem felel meg a kategóriába való kerülés követelményeinek, ilyen formában a light Cola nem tekinthető funkcionális italnak, annak ellenére, hogy kifejezetten egészségvédő céllal vontak ki belőle valamilyen káros anyagot.

Visszatérve a funkcionális élelmiszerek fogalomköréhez, a *nutrimarketing* osztályozása szerint 2 féle csoportját különíthetjük el az élelmiszereknek (Berács et al., 2004 hivatkozott Szakály-Berke):

- *A hagyományos stratégiai élelmiszerek* biztosítják a lakosság alapellátását.
- *Az új generációs stratégiai élelmiszerek* magasabb szintű igényeket elégítenek ki.

Az új generációs élelmiszerek közé soroljuk az *organikus (bio) élelmiszereket* és a *funkcionális élelmiszereket*. Ezek a termékek niche-kategóriákat jelentenek, vagyis nem feltétlenül tömegfogyasztásra szánták őket, hanem kisebb speciális piacok igényeinek kielégítésére. Jellemzi őket, hogy fontos táplálkozási előnyt hordoznak, jól megkülönböztethető marketingjellemzőkkel vannak ellátva, valamint fogyasztásuk növekedési üteme jelentősen meghaladja a hagyományos élelmiszerekét (Berács et. al., 2004 hivatkozott Szakály-Berke).

Az American Dietetic Association szerint minden élelmiszer funkcionális valamilyen értelemben, tehát semmilyen élelmiszert sem zárhatunk ki az életünkől, azok egytől egyig beilleszthetők az egészséges táplálkozásba. A lényeg, hogy bizonyos élelmiszerekből kevesebbet, másokból többet fogyassunk, s mindennél fontosabb a változatos étkezés (Szakály Z., 2011).

A funkcionális élelmiszereket csoportosíthatjuk aszerint, hogy azok eredendően gazdagok-e egészségvédő anyagokban, avagy mesterségesen, kitartó kutatási és fejlesztési munkával hozzák-e létre őket. Az első csoportot *természetes funkcionális élelmiszereknek*, míg utóbbit *tervezett, illetve fejlesztett funkcionális élelmiszereknek* nevezi a szakirodalom (Szakály Z., 2011). A továbbiakban én is ezt a csoportosítást használom.

Az előző kategorizálás alapján nem egyértelmű, hogy fejlesztett funkcionális élelmiszerek tekinthetők-e azok a táplálékok, melyek a köztudat szerint alapvetően nem „egészségesek”, de mesterségesen bioaktív tápanyagokkal dúsítják őket, így a hagyományos élelmiszerekhez képest egészségesebbnek tűnnek. Szakály Zoltán (6. melléklet) személyesen el-

mondta, hogy alapvetően azt tartja funkcionális élelmiszernek, ami az egészségre kifejezetten kedvező hatással bír.

A számos definíció ellenére léteznek viszonylag egységesen elfogadott és általános követelmények a *funkcionális élelmiszerekkel* szemben, melyeknek meg kell felelniük, hogy a tárgyalt kategóriába sorolhassuk őket. Ezeket Szakály Zoltán Táplálkozásmarketing (2011) című könyve alapján a 3. táblázatban foglaltam össze.

3. táblázat: A funkcionális élelmiszerekkel szemben támasztott általános követelmények

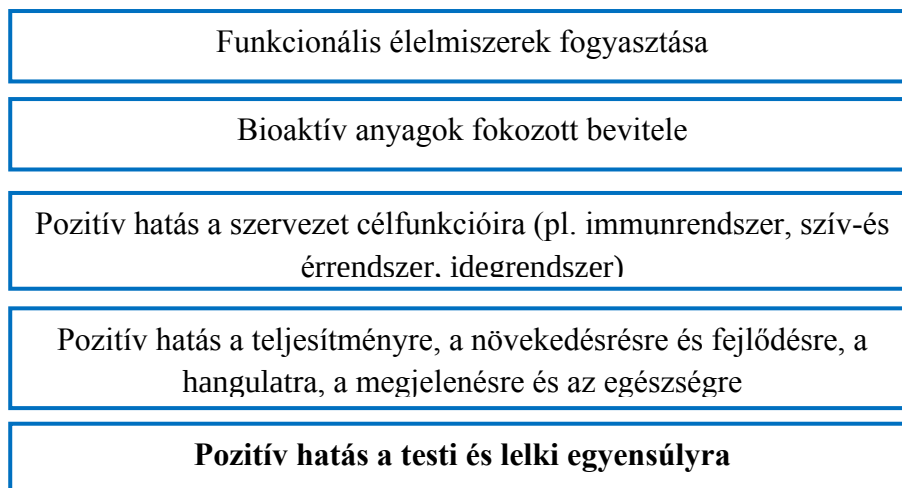
Élelmiszerre vonatkozó követelmények	Összetevőre vonatkozó követelmények
Javítsa az étrendet és az egészséget, legyen beépíthető a mindennapi táplálkozásba.	Jellemezhető legyen fizikai és/vagy kémiai tulajdonságokkal, illetve analitikai mérési módszerekkel.
Egészségügyi, táplálkozási hasznossága, illetve a napi ajánlott fogyasztási mennyiség megalapozott tudományos tényeken alapuljon.	Egészségügyi, táplálkozási hasznossága, illetve a napi ajánlott fogyasztási mennyiség megalapozott tudományos tényeken alapuljon.
Legyen biztonságos a kiegyensúlyozott étrend és élelmiszerbiztonság szempontjából.	Természetes eredetű és az emberi szervezet számára hasznosítható formában legyen jelen az élelmiszerben.
Szokásos módon lehessen fogyasztani.	Ne csökkentse az élelmiszer tápértékét.

Forrás: Saját szerkesztés, Szakály (2011) p. 59. hivatkozott Wildman (2001), Lugasi (2007) alapján

Azokat a tápanyagokat, melyek fokozottan védik az egészséget, s ebből adódóan a legfőbb funkcionális élelmiszeralkotóknak tekinthetjük őket, *biológiailag aktív* vagy *bioaktív* tápanyagoknak nevezi a szakirodalom (Szakály, 2011). Ezeket egységesen 8 fő kategóriába sorolják. Mindegyiknek jól meghatározható az egészségre gyakorolt hatása, és olyan közismert vitaminokat, ásványi anyagokat sorolhatunk közéjük, mint például a C-vitamin vagy a kalcium. Az 16. táblázat (7. mellékletben) példákkal, és a hozzájuk kötődő egészségügyi hasznossággal együtt tartalmazza az egyes bioaktív tápanyag-kategóriákat.

A fogalom jelentéséről alkotott nézetek, és a funkcionális élelmiszerek legfőbb összetevőinek vizsgálata bizonyítja a vizsgált termékkör előnyeit. Fontos tudni azonban, hogy a funkcionális élelmiszereket általában felárral értékesítik. Felmerül tehát a kérdés, hogy a fogyasztónak miért éri meg, ha ilyen élelmiszereket fogyaszt. Már Karinty Frigyes is megállapította: *“Az emberek nem egészségesek, hanem boldogok akarnak lenni.”* Úgy gondolom, hogy ez egy nagy hátrány a funkcionális élelmiszereknél, hogy bár vannak bizonyított egészség-

ségügyi hatások (mint például, hogy az antioxidánsok csökkentik az érlemeszesedés problémáját), de ezek nehezen mérhető eredmények, és a fogyasztók kézzelfogható hatásra vágnak. A funkcionális élelmiszerek egészségvédő hatásait a tudatos táplálkozás hatáshierarchia modellje (6. ábra), kézzelfogható eredmények tekintetében is jól szemlélteti.



6. ábra: A tudatos táplálkozás hatáshierarchia modellje

Forrás: Szakály (2008), Verschuren (2001) alapján

A funkcionális élelmiszereket különbözőféleképpen csoportosíthatjuk. Bern Eberle 2004-es könyvében még a következő kategóriákat szerepeltette:

- Vaj/margarin
- Sportitalok
- Gyümölcslevek
- Krémsajtok
- Malomipari termékek
- Gyümölcsös italok
- Joghurt
- Egyéb

Én úgy vélem, hogy előbbieken kívül napjainkban még számos „egyéb” kategória is létezik, melyeket a funkcionális italokhoz kapcsolódó részben fejtek ki.

4.3. Funkcionális élelmiszerfogyasztók magatartása és motivációik

A fejezet tartalmilag az egyes élelmiszerfogyasztói csoportokról szóló részhez köthető, azonban a funkcionális élelmiszerek fogalomkörének ismertetése előtt értelmetlen lett volna a fogyasztókkal foglalkozni. A funkcionális élelmiszerfogyasztók, mint fogyasztói csoport jellemzőinek legalább nagyvonalú bemutatása azonban elengedhetetlen dolgozatom témája szempontjából.

A csoport esetén mindenképpen megfogalmazhatunk egyfajta tudatosságot és fokozott, egészségre történő odafigyelést. Az egészség megőrzésének vágyát sok minden motiválhatja,

mint például a betegségektől, haláltól való félelem, vagy a szépség, fiatalság megtartása iránti vágyódás. Úgy gondolom, hogy nem kell különösen bonyolult dolgokra gondolnunk azzal kapcsolatban, hogy mi áll az egészségmegőrzés céljából végzett cselekedetek mögött, inkább az az érdekes, hogy ki, mit tesz egészsége érdekében.

Az egészséggel kapcsolatban négyféle életstílust fogalmaztak meg (Szántó, 2005):

- Szabályozó életstílus: Rutinszerű egészségfenntartó tevékenységeket végez (pl. táplálkozás, alvás)
- Preventív életstílus: Jellemző rá a testedzés, ésszerű táplálkozási szokások betartása, testi változások figyelése
- Reaktív életstílus: Orvos által nem diagnosztizált tünetek, panaszok kezelése
- Helyreállító életstílus: Orvos által előírt gyógymódok betartása, a felírt gyógyszerek beszedése

A fentiek alapján úgy gondolom, hogy azok, akik funkcionális élelmiszereket fogyasztanak leginkább a preventív és a reaktív életstílus csoportokba sorolhatóak, mivel táplálkozásuk által is tudatosan igyekeznek egészségükhöz hozzájárulni.

Szakály Zoltán (6. *melléklet*) úgy véli, hogy a funkcionális élelmiszerfogyasztók leginkább a 40 év alatti, nagyvárosi nők, főbb motivációikat pedig 3 csoportba sorolja. Szerinte az első irányként azokat a fogyasztókat nevezhetjük meg, akik a külső hatások miatt fogyasztanak efféle termékeket. Elmondása szerint ez a csoport leginkább az energiaszegény, illetve a cukorban/zsírban csökkentett funkcionális élelmiszereket fogyasztja. Ebből a fogyasztóból alakulhat ki a belülről irányított személyiség, aki már a kiegyensúlyozott étrendre helyezi a hangsúlyt. A harmadik csoportját a funkcionális élelmiszerfogyasztóknak, Szakály a szociális normák által átítatott személyiségekkel azonosítja, akik már nem csak saját magukért érznek felelősséget, hanem környezetükért, a társadalom többi tagjáért is. Ezt a felosztást az előzőekben már tárgyalt LOHAS csoport, különböző szintű megnyilvánulásainak tartja.

Úgy vélem, hogy a legtöbb egészségtudatos fogyasztó ma még az első kategóriába tartozik, és a funkcionális élelmiszerek iránt hazánkban még nem nagy a kereslet, viszont a jövőben ez változhat. A funkcionális élelmiszerekre vonatkozó legfontosabb trendeket a 8. *melléklet* tartalmazza.

5. FUNKCIONÁLIS ITALOK

Bár vörösbort már az ókorban is fogyasztottak, alapvetően a víz volt a mindenkori szomjúság enyhítésének eszköze. Magyarországon 100 éve még a Duna vize is iható volt, azonban az, az iparosodás következtében olyan mértékben szennyeződött, hogy már nem alkalmas fogyasztásra. Hazánkban a különböző dobozos üdítőitalok és palackozott ásványvizek elterjedése viszonylag új keletű dolognak számít, nem beszélve a funkcionális italokról. A kategória mára egyre nagyobb teret hódít a piacon, és jelentősen megnövekedett az – alapvető fogyasztói bázisát jelentő – egészségtudatos vásárlók száma is. Ebben a részben a funkcionális italok fogalmáról és az egyes termékcsoportokról lesz szó.

5.1. Funkcionális italok fogalma, és az egészség kérdésköre

Az élelmiszerek többféleképpen csoportosíthatóak. Elsősorban az alapján szokták megkülönböztetni őket egymástól, hogy állati vagy növényi eredetűek-e, de csoportosíthatunk olyan szempont alapján is, hogy az adott élelmiszer az ételek vagy italok közé tartozik-e. Ez alapvetően attól függ, hogy mekkora mértékben találhatóak meg az adott táplálékban folyékony, illetve szilárd halmazállapotú összetevők.

Ez az elkülönítés nem szigorú határok mentén történik, sok esetben igaz a mondás, és valóban nehéz eldönteni, hogy „*eszik-e vagy isszák*” az adott élelmiszert. Ilyen például a kefir, amit sokan pohárból isznak, mások kikanalazzák vagy kenyeret mártogatnak bele, és ilyen értelemben már inkább azt mondhatjuk, hogy esznek. Dolgozatom során igyekszem az előbb megfogalmazott fogalomértelmezéssel kapcsolatos bizonytalanságokat figyelmen kívül hagyni, és minden olyan élelmiszert itálnak tekintek, amit a köztudat itálnak elfogad.

Bár nem találtam erre vonatkozó releváns szakirodalmat, az italokon belül is különböző csoportok különíthetők el egymástól. Megkülönböztethetünk alkoholos italokat az alkoholmentesektől, szénsavasokat a szénsavmentesektől, de alapanyaguk szerint is csoportosíthatjuk a folyékony frissítőket például aszerint, hogy legnagyobb arányban gyümölcsből, tejből vagy egyéb összetevőkből állnak-e.

A legtöbb funkcionális élelmiszerekkel kapcsolatos kutatás-, vagy általánosságban vizsgálja a termékkört, vagy a funkcionális ételeket állítja középpontba, az italok vizsgálata valamiért kevésbé kedvelt téma. Ennek talán az lehet az oka, hogy alapvetően az ételeknek tulajdonítunk egészségvédő hatást. A „*minden nap egy alma, az orvost távol tartja*” vagy az „*az vagy, amit megeszel*” közmondások is erről tanúskodnak. A köztudatban az italokkal kapcsos-

latban még ma is a szomjúság érzésének megszüntetése, valamint a dehidratáltság elkerülése a mérvadó asszociáció. Mivel kevés kutatás szól a funkcionális italokról – csak egyes részpiaciról, mint például a zöldteáról vagy a vörösborról –, így szakmailag meghatározott fogalommal sem találkoztam. A funkcionális ételeket és az italokat azonban nem is biztos, hogy szükséges egymástól megkülönböztetni, hiszen a fogyasztók számára mindkét kategória egyaránt élelmiszer.

„Nem mondanám, hogy élelmiszer és ital külön, hanem ennek egyfajta harmóniáját kell megteremteni... Egy normál fogyasztó nem fogja szerintem mérlegelni. Ha az italokba képesek betenni bioaktív módon a különböző hatásokat, tápanyagokat, és a felszívódása is megfelelő, akkor gyakorlatilag ezzel az itallal képes valaki a tápanyagegyensúlyát fenntartani, hogy közben az energiasűrűsége nem túl magas a terméknek.”

(Szakály Zoltán)

Szakály Zoltán (6. melléklet) a funkcionális italok – funkcionális élelmiszerekkel szembeni – legfőbb előnyét abban látja, hogy időkímélő módon juttatják a fogyasztót értékes tápanyagokhoz, miközben kevésbé hizlálnak, így hozzájárulnak az egészséges élet fenntartásához.

Visszatérve a funkcionális italokra, szerintem azokat a legkézenfekvőbb a nekik tulajdonított egészségvédő-betegségmegelőző hatás alapján kategorizálni, mely során a fogalom értelmezése is könnyebbé válik.

Piskóti István (2007) a sikeres funkcionális élelmiszerekkel kapcsolatosan a következő kritériumrendszert állította fel.

A sikeres funkcionális élelmiszer (Piskóti, 2007):

- | | |
|---|-------------------------------------|
| • energiát ad | • szívbarát |
| • vitaminokat tartalmaz | • stresszoldó |
| • természetesen gyógyít | • alvást segítő hatások (relaxáció) |
| • immunrendszert erősít | • csontokat, porcokat erősít |
| • az emésztésre pozitív hatást gyakorol | • késlelteti az öregedést |

Talán ez a kritériumrendszer foglalja legjobban keretbe a funkcionális italok sokaságát, ezért Piskóti alapján megpróbáltam kategóriákat alkotni a tárgyalt termékcsoporthoz belül. A kategóriákat kiegészítettem, és pontosítottam. Az elalvást segítő és a relaxációs italokat külön csoportba soroltam, és utóbbit a stresszoldó italokkal párosítottam. Ha belegondolunk, sok esetben az elhízás is annyira komoly problémákat okoz, hogy egészségvédő hatást érhetünk el a testsúlyvesztéssel, de mivel a fogyasztószereket a szakirodalom inkább a táplálék-

kiegészítők közé sorolja, a fogyasztó hatást én is csak zárójelesen sorolom a funkcionális italok csoportjait alkotó dimenziók közé. Az általam meghatározott funkcionális ital-kategóriákat és alkategóriákat a 4. táblázat tartalmazza. Az FI rövidítést a „funkcionális ital” kifejezésre használom.

4. táblázat: Funkcionális italok csoportosítása

Kategória/követelmény/	Alkategória	Példa (márka vagy terméknevezés)
Energiát adó - memóriajavító FI	Energiaital, Kávé, Energia-víz, (sportitalok)	Redbull, Douwe Egberts, be! FRESH 'N' FUCUSED
Vitaminos FI	Multivitaminos ital	HohesC, Bravo multivitamin
Természetes FI	Tea-gyógytea, Kávé, Gyümölcslé	Zöldtea, Douwe Egberts, Happy Day
Immunerősítő FI	Antioxidáns ital, Aloe verás gél	be! IMMUNE, Forever aloe vera
Emésztést javító FI	Sav-bázis ital, Probiotikus ital	Ph bázis tea, Actimel, Kaukázusi kefir
Szív-és érrendszerbarát FI	Omega3 ital	UniQuelle
Stresszoldó-relaxációs, elalvást segítő FI	Relax ital, Elalvást segítő ital, Elalvást segítő gyógytea	Well, be! RELAXED FitLine Restorate, Mecsek nyugtató teakeverék
Csont-és porcerősítő FI	Tejes italok, Ca-val dúsított italok, Ízületvédő ital	Joint Maintenance Glükózamin
Izomműködést segítő, izomnövelő FI	Izotóniás ital, Protein ital, (egyéb) sportitalok	Powerade
Szépítő-öregedést késleltető FI	Szépségital, Antioxidánssal teli vörös gyümölcs koncentrátum, Algapor alapú italok	be! BEAUTIFUL, Kyäni italok, Spirulina algapor, Karotinkoktél
Fogyasztó hatású FI	Csökkentett cukor és/vagy zsírtartalmú italok	Zsírszegény tej

Forrás: Saját szerkesztés és gyűjtés Piskóti, 2007 alapján

A táblázatból látható, hogy egyes kategóriák között átfedés van, ugyanis például a tea ugyanúgy tartozhat a természetes funkcionális italok közé, mint az elalvást segítő FI-k csoportjába, amennyiben nyugtató, álmosító hatásai vannak (pl.: citromfű tea). Úgy gondolom, hogy az egyes kategóriákkal nem ért mindenki feltétlenül egyet, de a 4. táblázatban szereplő

italok közül a legtöbbet a köztudat is „egészségesnek” fogad el, még ha néhánnyal kapcsolatban meg is oszlanak a vélemények.

Berke Szilárd és szerzőtársa (2009) a probiotikus joghurtitalokat, a rostos üdítőitalokat, az energiatalt, az ásványvizet, az aloe vera gélt, az algapor-ital, valamint a vörös gyümölcsökből készülő koncentrátumokat az úgynevezett „*snack típusú funkcionális élelmiszerek*” közé sorolja. A snack fogalmát én inkább ételekre használom, de elképzelhető, hogy a funkcionális italok a snackek folyékony szegmensét alkotják.

A funkcionális italok fogalmának hiánya és a sokféle eltérő vélemény miatt fő kutatásomat egy kis mintán végzett kérdőívvel alapoztam meg. A kérdőívet 43 közgazdász hallgató töltötte ki, és nem tekinthető reprezentatív mintának, de megfelelő kiindulópontot adott a további kutatásokhoz. A legfontosabb eredményeket a 9. *melléklet* tartalmazza.

5.2. Az egyes piacok jellemzése

Ahogy arról már a funkcionális élelmiszerek általános bemutatásánál is szó volt, itt ugyanúgy leírható, hogy a funkcionális italok között is találunk természetes, saját jellegükből adódóan funkcionális élelmiszereket (bizonyos teák, kakaó), de fejlesztetteket is. Ebben a fejezetben a legfontosabbnak vélt hazai piacok bemutatása után a természetes funkcionális italokat, végül pedig néhány olyan terméket mutatok be, melyek funkcionális italok közé történő bekezelése nem egyértelmű. Az egyes fejezetek során elsősorban az egészségvédő hasznosságok bemutatására koncentrálok.

5.2.1. A legfontosabb hazai piacok

5.2.1.1. Funkcionális tejes italok

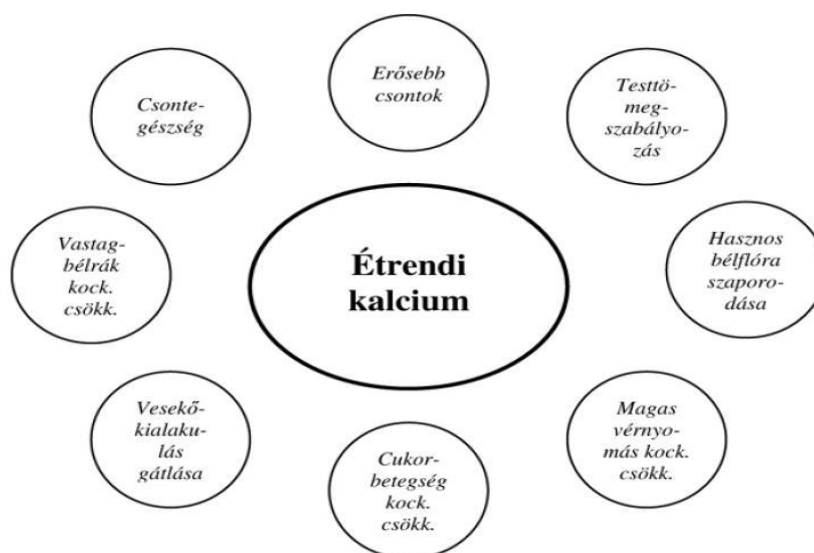
A szakirodalom által igen felkapott témának számít a funkcionális tej alapú élelmiszerek, a tejtermékek vizsgálata. Úgy gondolom, hogy ez annak köszönhető, hogy a tejben található értékes ásványi anyag, az étrendi kalcium már önmagában kedvelt téma a kutatók számára. Szakály Sándor a *funkcionális tejtermékek* legfőbb egészségre gyakorolt hatásait a következőkben állapította meg (Szakály Z., 2011, p. 62.):

- *daganatellenes, illetve daganatmegelőző hatás;*
- *érrendszer karbantartása, az érrelmeszesedés megelőzése;*
- *a csontritkulás megelőzése; az egészséges bélműködés (emésztés) megteremtése,*
- *a bélfertőzések visszaszorítása;*

- *egyéb egészségvédő hatások pl.: a gazdag Ca tartalom csökkenti a vérnyomást, a tej-cukor és származékai elősegítik az étrendi kalcium, magnézium és a foszfor felszívódását.*

2006-ban végeztek egy felmérést, ami a tejtermékekkel kapcsolatos fogyasztói attitűdökről szólt. Kiderült, hogy a megkérdezettek 99%-a a tejtermékeket egészségesnek tartja, többségük szívesen vásárolna több tejterméket, ha olcsóbb lenne, és a minőséget a válaszadók közel háromnegyede meg is fizeti. A hiedelemmel ellentétben, mely szerint a tejtermékek csak gyerekeknek valók, kevesen értettek egyet (Szakály Z., 2006).

A táplálkozási előnyök rendszerét nem csak a termék, tehát a tej, illetve a tej alapú élelmiszerek, hanem a tápanyagok szintjén is lehet értelmezni. A kalciumhoz köthető egészségvédő hatásokat a 7. ábra szemlélteti.



7. ábra: A táplálkozásmarketing alapmodellje az étrendi kalcium esetében

Forrás: Szakály Zoltán (2010) p. 9.

Köztudott, hogy a tejben rengeteg kalcium található, ezáltal minden tejtermék egészségvédő hatással rendelkezik. Úgy gondolom, hogy a funkcionális élelmiszer kategóriájába csak azon tejtermékeket sorolhatjuk be, melyek nagy arányban tartalmazznak tejet – ebből adódóan kalciumot is –, valamint bioaktív tápanyagokat.

„Összefoglalva kijelenthető, hogy a tejtermékek megfelelnek azoknak a fogyasztói trendeknek, amelyek napjaink fogyasztói kultúráját jellemzik. Vitamin- és ásványianyag-sűrűségük kétszer-háromszor nagyobb, mint energiasűrűségük, ami kifejezetten egészséges és modern táplálékokká teszi őket.” (Szakály Z., 2011, p. 63.)

5.2.1.2. Antistressz-italok

„A stressz általánosságban a szervezet fokozott izgalmi állapotát jelenti” (Rodler, 2008, p. 189.). A krónikus stressz ma már a népbetegségek közé tartozik. A stressz és a hozzá kapcsolódó alkalmazkodási reakciók olyan betegségek kialakulásához vezethetnek, mint például a következők (Rodler, 2008):

- magas vérnyomás,
- cukorbetegség,
- elhízás vagy kóros soványság,
- szív-és érrendszeri megbetegedések,
- pajzsmirigy túltengés,
- gyomorfekély,
- neurosis,
- fejfájás,
- különböző daganatok.

Az emberek rohanó életvitele, a munka, az anyagi gondok, és még számos egyéb tényező van, melyek mind-mind stresszt eredményezhet. A 3. fejezetben ismertetett wellness és a kiszállás trendek is magasabb keresletet hozhatnak az antistressz-italoknak.

Magyarországon a kategória ismertebb termékei a Well Relax Drink, illetve a be! RELAXED, mely fontosabb összetevői között a nyugtató hatásáról elismert B6 vitamin, a citromfű, a kalcium, a macskagyökér, a magnézium és a rooibos tea is megtalálható.

Az egyes gyógyteák között is találhatunk antistressz italt nevezhető készítményeket. A citromfűteából, a levendulából és a kakukkfűből készült főzetek mind nyugtató hatással bírnak, és hosszú idők óta bizonyítottan hatásosak idegbetegségek megelőzésében (Szalai Miklós, 1991).

A piacon egyre inkább elterjedtek a különböző dúsított italok is. Én úgy gondolom, hogy lényegében minden magnéziummal, B vitaminnal és kalciummal kellő mértékben dúsított termék antistressz hatású ital, az előbbieket jótékony egészségvédő hatásainak köszönhetően. Az 5. táblázat összefoglalja azokat az ásványi anyagokat, vitaminokat melyek kedvezően hatnak a stresszel szemben védekezés során.

5. táblázat: Lehetséges antistressz-italt alkotó ásványi anyagok és vitaminok

Ásványi anyagok, vitaminok	Egészségre vonatkozó állítás
B6-, B12-, C-vitamin, Biotin, Folát, Magnézium, Niacin, Tiamin	Hozzájárul a pszichológiai funkció fenntartásához
B2-, B6-, B12-, C-vitamin, Biotin, Jód, Kálium, Magnézium, Niacin, Réz, Tiamin	Hozzájárul az idegrendszer normál működéséhez

Forrás: Saját szerkesztés 432/2012/EU RENDELET alapján

5.2.1.3. Gyümölcs-és zöldséglevek

Magyarországon a gyümölcslevek fogyasztása arányaiban sokkal kisebb, mint az ásványvíz-, illetve az üdítőital-fogyasztás, a gyümölcslevek fogyasztásán belül pedig a gyümölcs- és tea-italok kerülnek előtérbe, míg a 100%-os gyümölcslevek fogyasztása minimális (Magyar Ásványvíz Szövetség és Terméktanács hiv. Magyarországi Üdítőital-, Gyümölcslé- és Ásványvízgyártók Szövetsége).

Az angol „juice” szó, magyarul a gyümölcslé fogalmát sokan összekeverik a gyümölcsös üdítőitalokkal és gyümölcsnektárokkal. A gyümölcslé alatt továbbiakban én olyan italt értek, mely 100%-os gyümölcstartalommal rendelkezik. Az ilyen értelemben vett gyümölcslevek már speciálisan hozzáadott anyagok nélkül is egészségesnek bizonyulnak.

Hogy mekkora mennyiségben kell bioaktív anyagokat tartalmazniuk ahhoz, hogy megfeleljenek a funkcionális élelmiszer fogalmához kapcsolt „fokozottan tartalmazza” követelménynek, nincs meghatározva a szakirodalomban. Ezért én azokat a gyümölcs(ös)leveket tekintem funkcionális italnak, melyek vagy 100%-ig gyümölcsökből készülnek, vagy plusz hozzáadott anyagot, vitaminokat, ásványi anyagokat tartalmaznak (fejlesztett FI-k). A fogalom meghatározásánál lényegesnek gondolom azt is, hogy a fogyasztó tisztában legyen azzal, hogy miért iszik, amit iszik. Fontos tehát, hogy tudatosan igya az italt, valamilyen előre ismert hatása miatt, ellenkező esetben nem tartom helyénvalóan a funkcionális ital elnevezést. A 17. táblázat – mely mérete miatt a 10. mellékletben kapott helyet – mutatja be a legismertebb zöldség-és gyümölcsléalkotók kedvező élettani hatásait.

5.2.2. Természetes funkcionális italok

5.2.2.1. A tea, mint funkcionális ital

A zöld tea, de úgy általában a teák sokrétű egészségvédő hatással rendelkeznek. Berkes és Jakusovszki (2005) a következő előnyöket emelik ki a rendszeres, ajánlottan napi 4 csésze tea fogyasztásával kapcsolatban:

- Segít megelőzni a szélütést, a szívinfarktot, és egyes daganatos megbetegedéseket.
- Rengeteg antioxidáns található benne.
- Egy csésze tea feleannyi koffeint sem tartalmaz, mint egy átlagos csésze kávé.
- Kalóriát nem tartalmaz.
- Hozzájárul a vízháztartás egyensúlyának megőrzéséhez, megelőzi a száj kiszáradását.
- Segít megelőzni a fogszuvasodást, ugyanis flourban gazdag.

A teákat a feldolgozás módja, vagy az összetevők alapján is csoportosíthatjuk. A feldolgozás módja szerint beszélhetünk fekete, vagy erjesztett teákról, oolong vagy félig erjesztett teákról, és zöld vagy nem erjesztett teákról (Berkes-Jakusovszki, 2005).

Az összetevők alapján az alábbi típusokról szokás beszélni (Berkes-Jakusovszki, 2005):

- fekete tea (37%),
- gyümölcsízű fekete tea (24%),
- gyógytea (20%),
- valódi gyümölcstea (12%),
- zöld tea (7%).

A zöldtea készítése során az aktív hatóanyagtartalmából nem veszít, így ez a legértékesebb teafajta. A továbbiakban tehát erre gondolok, ha a „tea” megnevezést használom. A zöldtea *egészségre jótékony hatásait* az alábbiakban lehet összefoglalni. A zöldtea képes mérsékelni, illetve megelőzni (Berkes-Jakusovszki, 2005).:

- | | |
|--|---|
| • a daganatok kialakulásának kockázatát, | • az immunrendszer működésének zavarát, |
| • a gyulladással járó szájbetegségeket, | • a fertőzések következményeit, |
| • a magas koleszterinszintet, | • a reumás bántalmak kialakulásának kockázatát. |
| • a magas vérnyomást, | |
| • a magas trigliceridszintet, | |

Ezeket a benne található értékes hatóanyagoknak köszönheti, mint a *polifenolok*, a *koffein*, *ásványi anyagok* (főleg fluor), *vitaminok* és *illóolajok*. A polifenol nagy flavonoid tartalommal rendelkezik, mely csökkenti a fejfájást, mérsékli az emésztési zavarokat, csökkenti a depresszió tüneteit, erősíti az immunrendszert és méregteleníti a szervezetet, mindezzel pedig képes növelni az élettartamot. „*A flavonoidok egyik fontos biológiai hatása gyökfogó képességük. A zöld teában található katechinszármazék, az epigallokatechin különösen hatékony antioxidáns*” (Berkes és Jakusovszki, 2005. p. 47.).

A tea javítja a szervezetünk kálium-nátrium arányát, emellett jelentős mennyiségű magnéziumot és kalciumot tartalmaz, utóbbi pedig erősíti a csontozatot. A nyomelemek közül, melyek a teában találhatóak a mangán (Mn), a nikkel (Ni), a króm (Cr) és a vas (Fe) mennyisége szintén számottevő. Természetes koffeintartalmának köszönhetően élénkítő hatással rendelkezik, javítja a szellemi teljesítőképességet, növeli az izmok munkaképességét és csökkenti

a fáradtság-érzetet. Míg a teában lévő koffein lassan és tartósan, a kávéban található gyorsan fejt ki hatását (Berkes és Jakusovszki, 2005 hivatkozott Draveczky, 1985).

5.2.2.2. *A vörösbor kitüntetett szerepe (az alkohol egészségvédő hatásai)*

A vörösbor már nagyon régóta a magyarok által is fogyasztott italok közé tartozik, Cey-Bert Róbert (2006) szerint maga a bor „*a legrégebben jegyzett hun-magyar szó*”. Egészségvédő hatását már korán felismerték, „*a xx. század elején a tokaji aszút még gyógyszerárakban is forgalmazták*” (Cey-Bert, 2006, p. 136.).

Az alacsony alkoholtartalmú italok már önmagukban kedvező hatásúak. Egy tanulmány bebizonyította, hogy „*akik mérsékelt mennyiségű alkoholt fogyasztanak statikusan jobban az életkilátásaik, mint azoknak, akik sosem isznak szeszes italt*” (Molnár, 2006, p. 20.).

A szőlőszemben, és ebből adódóan a borban is rendkívül sok polifenol van. Ahogyan azt a zöldteánál is leírtam, a polifenolok kiváló antioxidánsok, megvédnek a szabad gyökök káros hatásaitól. A polifenolok további jótékony hatása a gyulladás-gátló és fogszuvasodás ellenes hatások, illetve a C-vitamin hatásának további erősítése (Günther Theis, 2004).

A bornak fertőtlenítő hatást is tulajdonítanak, melyet nagyfokú tannintartalmának köszönhet, emellett segít a szívinfarktus megelőzésében, mivel alkoholtartalmának köszönhetően gátolja a véralvadást. Ugyan utóbbi a többi alkoholos italra is igaz, de kutatások bizonyították be, hogy a bor csökkenti leghatékonyabban a szívbetegségek miatti halálozást. Egy német felmérés, mely a sörrel kívánta összevetni a bort, arra az eredményre vezetett, hogy a sörfogyasztás 20-, míg a mértékletes borfogyasztás 32%-kal csökkenti a szívbetegségekkel kapcsolatos halálozást (Molnár E., 2006, p. 20., hivatkozott RITZ, 2004).

Rendszeres fogyasztása fenntartja a jó koleszterinszintet, ami kedvező hatást gyakorol a szívre. A bor több mint 15 vitamint és provitamint tartalmaz (pl.: A-, B1-, B2-, B6-, B12-, C-, D-, H-, P- vitaminokat).

Az ital nem csak a szívbetegségek megelőzésében játszik jelentős szerepet, de a cukorbetegségek kialakulásának kockázatát is mérsékli. „*Akik napi 0,1-10 gramm alkoholt tartalmazó bort ittak, azoknál 50%-kal kisebb volt a cukorbetegség kialakulásának veszélye*” (Molnár E., 2006, p. 20.). A mérsékletes borfogyasztás a máj működésére is pozitívan hat, mivel elősegíti a zsírok lebontását (Molnár E., 2006, p. 20.).

Felvetődhet a kérdés, hogy miért pont a vörösbor áll a legtöbb kutatás célpontjában és miért nem a fehérbor. Ennek Günther Theis (2004) szerint csupán színszimbolikai és gazdasági okai vannak, egészségügyi szempontból a kutatások eddig nem találtak semmilyen különleges előnyt a vörösbor javára.

A bor – minden kedvező hatása ellenére – azonban káros is lehet. A szervezetbe jutó nagyobb mennyiségű alkohol főleg az idegsejteket károsítja, de a májra és a szívre is károsító hatással van (*Molnár E., 2006, p. 20.*). Összefoglalva tehát minden kedvező hatás, melyet a vörösbornak tulajdonít a szakirodalom, csak akkor érvényes, ha kellő odafigyeléssel választjuk ki a bort, és csak mértékkel fogyasztjuk.

5.2.2.3. Ásványvizek és gyógyvizek

Az ásványvizeknek több fajtája létezik, melyeket már régen rendszerbe foglalt a szakirodalom. Papp Szilárd az ásványvizeket a nekik tulajdonított élettani-hatás, és a legjellegzetesebb alkotórészek alapján csoportosította. Megkülönböztet (Borszéki Béla szerk., 1979):

- egyszerű termális vizeket,
- egyszerű szénsavas (savanyú) vizeket,
- kalcium-magnézium-hidrogén-karbonátos (meszes-földes) vizeket,
- alkáli hidrogén-karbonátos (alkalikus) vizeket,
- szulfátos (glaubersós, keserűsós) vizeket,
- konyhasós vizeket,
- jódos-brómos vizeket,
- vasas vizeket,
- kénes vizeket,
- valamint radioaktív vizeket

A tudatos vásárlók könyve (2008) a palackozott ásványvizek esetében megkülönbözteti a természetes ásványvizeket, gyógyvizeket, forrásvizeket, szikvizet, dúsított, ízesített vagy dúsított-ízesített vizeket.

Az ásványvizekben rengeteg oldott anyag található, melyek egymás felszívódását nagymértékben befolyásolják, így egy konkrét ásványvíz várható és valódi gyógyhatásának meghatározása nagyon összetett és bonyolult feladat. Vannak azonban olyan általános jellemzők, melyeket mindenképpen megállapíthatunk az ásvány-és gyógyvizekkel kapcsolatban. Az ásvány- és gyógyvizek három módon hatnak a szervezetre (Borszéki Béla szerk., 1979):

- lokálisan hatnak az emésztőrendszerre
- általában hatnak a szervezetre
- és általában hatnak a szervezet ásványi só- és ionegyensúlyára.

Az ásványvizeknek detoxikáló, méregkiürítő hatása közismert, de ezek mellett lényegesek magas nyomelem tartalmuk miatt is. Az ásványvizekben található fluor segít megakadályozni a fogszuvasodást, a bróm tartalmú ásványvizek nyugtató hatással vannak a szervezetre, a rézre és a mangánra pedig – többek között – a vérképzésben van szükség. A gyógyvízhatás akár rövid idővel a víz elfogyasztása után is jelentkezhet, de általában csak rendszeres alkalmazás után, hetekkel később várható. Az ivókúrák minimális idejét ezért 3-5 hét között szokták meghatározni. (Borszéki Béla szerk., 1979)

Úgy gondolom, hogy az ásványvizek – sokrétű egészségügyi hatásuk miatt – bizonyos tekintetben funkcionális italoknak tekinthetők, ha fogyasztásuknál kifejezetten ügyelünk arra, hogy olyat igyunk, mely szervezetünknek megfelelő mennyiségben és minőségben tartalmaz ásványi anyagokat, illetve pótolja azokat, melyekre szükségünk van.

5.2.3. A véleményeket megosztó termékcsoporthoz

Mivel a funkcionális italok, mint jogi kategória nem létezik, ebből adódóan, vannak olyan termékek, melyek kategóriába való be kategorizálása megosztja a véleményeket és kérdéseket vet fel. Ebben a részben kerül sor az egyes olyan kategóriák tárgyalására, melyek nem egyértelműen sorolhatóak a funkcionális italokhoz, mégis fontos fogyasztói piacokat jelentenek.

5.2.3.1. A kávé, mint egészségvédő ital

A kávé az elsőszámú olyan véleménymegosztó ital, mellyel foglalkozni kell. Sokan tartják egészségtelennek, ugyanakkor tudományosan bizonyított jótékony hatásait mindenki elismeri. Szakály Sándor funkcionális italokra vonatkozó fogalom-meghatározása szerint a természetes funkcionális italok közé sorolhatjuk (Szakály Z, 2011). A továbbiakban a kávénak tulajdonított pozitív hatásokat mutatom be.

Egyes tudósok bebizonyították, hogy a klorogénsavat tartalmazó kávé fogyasztása akár 67%-kal csökkentheti a cukorbetegség kockázatát. A kutatók szerint napi egy kávé 13%-kal, napi 4 kávé 47%-kal, napi 12 kávé elfogyasztása pedig akár 67%-kal csökkentheti ezt a fajta kockázatot. A kávé számos rákbetegség, többek között a prosztatarák, a tüdőrák, a mellrák, a szájrák és a vastagbélrák kockázatát is csökkenti. Bizonyos vizsgálatok szerint a sokat kávézóknak 30%-kal kisebb a vastagbélrák kialakulásának kockázata, mint azoknál, akik nem kávéznak rendszeresen (Michael Downey, 2012).

A kávéval kapcsolatban igen népszerű egy téves elképzelés, mely szerint vérnyomás-emelő hatása növeli a szív-és érrendszeri megbetegedések kialakulásának esélyét. Számos vizsgálat ezzel ellentétben viszont azt eredményezte, hogy a fekete ital hosszú távon csökkenti

a vérnyomást és így a szívbetegségek kialakulásának kockázatát is. Egy vizsgálat szerint napi 1-3 csésze kávé elfogyasztása 24%-kal lecsökkenti a szíveredetű halálozás esélyét. A kávézás előbbiekén kívül még további jótékony hatásokkal bír, ugyanis kutatások igazolták, hogy megelőzheti a DNS károsodást, a májbetegségek kialakulását, valamint az Alzheimer betegség kialakulásának esélye is kisebb a rendszeres kávéfogyasztóknál (Michael Downey, 2012).

A kávénak még számos egyéb jótékony hatására fény derült (Michael Downey, 2012):

- A kávé csökkenti a vesekő kockázatát
- A koffeines kávé lecsökkenti az epekő, az epehólyag betegségeinek kockázatát
- A kávé serkenti a zsírégetés, így hozzájárul a fogyáshoz
- A sport előtt elfogyasztott kávé megelőzte az erő kifejtés okozta asztmát
- Atlétáknál növeli az erő kifejtést és az izomfájdalmat
- Napi 4 kávé 20%-kal csökkent a depresszió kialakulásának kockázatát
- 40%-kal fokozza a fejfájás-csillapító hatását és serkenti a felszívódását
- Csökkenti a bármilyen okból bekövetkező halál kockázatát

A hazai piacon viszonylag újdonságnak számítanak a ganoderamával, vagy más nevén pecsétviaszgombával dúsított kávéfélések. A termékek legfontosabb egészségvédő hatásai között szerepel, hogy javítja a vérkeringést és a sejtek minőségét, erősíti az immunrendszert, hatékony a rossz vérkeringés és a gyenge fizikai állapot javításában, valamint hozzájárul belső szerveink normális működéséhez. Hatóanyagai között megtalálható a szerves germánium (Ge), mely másfélszeresére képes a vér oxigénfelvevő képességét növelni, emésztésvédő hatása van, valamint megelőzheti a szövetek elhalását, illetve az immunerősítő hatásokról ismert poliszacharidok (www.ganodermakave.hu). Úgy vélem, hogy ez a különleges gomba alapú kávé egyfajta fejlesztett funkcionális italnak tekinthető.

A hagyományos kávé egyértelmű besorolását a funkcionális italok közé, a negatív vélemények miatt nem feltétlenül gondolom jónak, de káros hatásai ellenére egy védhető kategóriának tartom, bizonyított egészségvédő tulajdonságai miatt.

5.2.3.2. Energiaitalok-sportitalok

Az energiaitalok piacon elfoglalt helye sokak szerint nehezen értelmezhető. A Magyar Élelmiszerkönyv sem tartalmaz előírást rájuk vonatkozóan, de azt egyértelműen behatárolja, hogy nem sorolhatóak az üdítők közé, ugyanis koffeintartalmuk meghaladja az üdítőkre vonatkozó

literenkénti, maximális 150 milligrammos értékhatárt (Jasák-Szente 2011, hivatkozott Bákonyi, 2000).

Az energiasital fogalmát leginkább a következőképpen lehetne meghatározni: „Olyan serkentő hatású készítmény, amely a fizikai és a szellemi teljesítőképességünket a nagy mennyiségű koffeinnek és a koffein szervezetben történő felszívódását segítő taurinnak köszönhetően növeli, emellett nagy mennyiségben tartalmaz cukrot, amely köztudottan jelentős energiahordozó”(Jasák-Szente 2011, p. 61.).

Az előzetes kismintás felmérés válaszadói a legtöbben az energiasitalra asszociáltak, amikor a funkcionális italokra kérdeztem rá, a kategória azonban nem egyértelműen sorolható be a funkcionális italok közé. A piacon egészségtelennek tartják túlzott fogyasztását, viszont Szakály Zoltán, a vele készített szakmai mélyinterjú során elmondta, hogy az energiasitalok mértékkel történő fogyasztását nem gondolja kifejezetten károsnak. Mindenképpen javít a termék megítélésén, ha valamilyen szempontból elismert egészségügyi hatással rendelkezik, de csak abban az esetben sorolná a funkcionális italok közé az energiasitalt, ha az természetes állapotban tartalmaz összetevőket, tehát ha bio-energiasital, de így is csak határkategóriáról lehet szó.

Egy Debreceni Egyetemen végzett tanulmány összevetette az energiasitalok kedvező és kedvezőtlen hatásait. Ezt szemlélteti a 6. táblázat.

6. táblázat: Az energiasitalok pozitív és negatív hatásai

Pozitív hatás	Negatív hatás
Jobb kedv	Ingerültség
Teljesítményfokozás	Belső feszültség
Kiegyensúlyozottság	Szédülés
Frissesség, élénkség	Heves szívverés
Elmúlik a fáradtság érzete	Kényszeres mozgás
Jobb koncentráció	Fejfájás
Energikusság	Remegés
Felszabadult, feldobott hangulat	Fokozott izzadás
Összeszedettség	Hőhullámok
Nyugtató hatás	Zsibbadás
Jobb közérzet	Fokozott érzékenység (testi - lelki)
Bátorság	Kapkodás
	Gondolkodási nehézség
	Gyors légzés
	Gyengeség
	Gyomor bántalmak

Forrás: Berényi András et al., Debreceni Egyetem Mentálhigiénés és Esélyegyenlőségi Központ

Az energiaitalra vonatkozóan hiba lenne állítani, hogy egyértelműen a funkcionális italok kategóriájába tartozik és ilyen formában egy napon említhető a probiotikus joghurtokkal. Én úgy gondolom, hogy az energiaital abból a szempontból viszont funkcionális ital, hogy élénkítő hatással rendelkezik, és ilyen módon a mentális egészségre kedvezően hat.

Az előzetes felmérés szerint a sportitalokat szintén sokan kedvelik, ezért fontos legalább említést szintjén foglalkozni velük. A különféle sport-és izotóniás italok mellett, hogy pótolják az intenzív mozgás miatt elvesztett folyadékmennyiséget, növelik a sportteljesítményt is. Úgy vélem, ha ezeket az italokat funkcionális italként fogyasztják, akkor előbbi hatásuk miatt be kell sorolnunk őket a kategóriába, még akkor is, ha sokan negatív véleménnyel vannak a termékcsoportról.

5.3. Minden lehet relatív egészséges?!

Szakály Zoltán (2011) szerint nincsen egészséges és egészségtelen étel, és minden lehet bizonyos szinten funkcionális. Minden esetben az étrendet kell néznünk, és annak megfelelően ítélni arról, hogy mi az időzójelenen „egészséges” vagy „egészségtelen”.

„Ha az étrendünkről tudjuk, hogy kalcium hiányos, akkor logikus, hogy a kalciumot pótolni kell.”
(Szakály Zoltán)

Önmagában semmi sem egészségtelen kis mértékben fogyasztva, hiszen ha az lenne, akkor nem kerülhetne az ételiszerek közé. Véleményem szerint, ha valaki egy régebben gyakran fogyasztott termékről egy „egészségesebbre” tér át (pl.: zsírról margarinra, annak ellenére, hogy a margarin mesterséges ételiszerek), akkor az újabban fogyasztott termék valamilyen szempontból funkcionális ételiszereknek tekinthető. Úgy gondolom, hogy a tudatos fogyasztás, tehát, hogy valaki tudatosan odafigyelve fogyasztja azt, amit fogyaszt és ezt egészségvédő célból teszi, akkor funkcionális ételiszerekfogyasztásról kell beszélni.

Annak ellenére, hogy a funkcionális ételiszerek, mint jogi fogalom nem létezik, nem sorolhatunk be bármit a kategóriába. A bizonyos egészségvédő hatóanyagokkal dúsított olyan ételiszerek, mint például a proteines vodka funkcionális ital volta kétséges, hiszen ha mértékletesen fogyasztjuk a megnevezett alkoholt – melynek során magának az alkoholnak a korábban leírt egészségvédő hatásai is érvényesülnek – akkor proteiből nem juttatunk számottevő mennyiséget a szervezetünkbe, viszont ha többet fogyasztunk belőle, az pedig már káros lehet szervezetünkre nézve. Olyan értelemben viszont, ha valaki „rendszeresen”, havonta 1-2 alkalommal – nem az alkoholizmus jelenségére gondolok – fogyaszt vodkát és utána áttér a

proteines változatra, az már egyfajta tudatosságot jelenthet a táplálkozásában, és funkcionalitást a megválasztott italra nézve. Ilyen értelemben véve számos olyan italról beszélhetünk melyek „relatív funkcionális italoknak” tekinthetők, de a jövőre nézve megállapítható, hogy az lesz elfogadott funkcionális ital, melyre tudományosan elfogadott egészségügyi állításokat mondanak ki.

Összefoglalásul meg kell jegyezni, hogy minden embernek más élelmiszerekre és más mennyiségben lehet szüksége attól függően, hogy éppen milyen genetikai adottságai vannak, illetve milyen tápanyagokban gazdag vagy hiányos az étrendje. Ebben az értelemben a funkcionális élelmiszerek értelmezése és fogalmi kerete is egyénenként változó lehet.

6. PRIMER KUTATÁS

A szakirodalomban számos kutatás foglalkozik a funkcionális élelmiszerekkel, valamint a hozzájuk kötődő fogyasztói magatartás vizsgálatával. A fiatalok, mint fogyasztói csoport kutatása szintén különösen kedvelt téma a szakemberek számára. (A fiatalok generációjára vonatkozó legfontosabb szekunder kutatási eredményeket a maximális terjedelembre vonatkozó követelmények miatt a 11. melléklet tartalmazza.) Olyan kutatásról azonban nincsen tudomásom, mely a két témát együttesen vizsgálja, tehát ami kifejezetten a fiatalok funkcionális élelmiszer, azon belül pedig funkcionális ital-fogyasztásáról szól. Dolgozatommal ezt az űrt kívánom betölteni azáltal, hogy primer kutatásom során a fiatalokra koncentrálok és elsősorban a funkcionális italnak tekinthető egészségvédő termékekkel kapcsolatos fogyasztási magatartásukat vizsgálom.

6.1. Kutatási célok és hipotézisek

Kutatásommal alapvetően arra kerestem a választ, hogy a fiatalok mennyire tartják fontosnak az egészséges táplálkozást, és e tekintetben hogyan viszonyulnak a funkcionális italokhoz, valamint milyen egészségügyi hasznosság elérése céljából fogyasztanak leginkább ilyen termékeket. Azt is célul tűztem ki, hogy a teljesség igénye nélkül megvizsgáljam a hazai piacon elérhető funkcionális italok – beleértve néhány konkrét márkát is – ismertségét, kedveltségét és felmérjem a célcsoport fogyasztói magatartásjellemzőit.

A primer kutatás megkezdése előtt az előzetes megkérdezések és a szekunder kutatási eredmények alapján egy négy hipotézisből álló hipotézisrendszert állítottam fel.

Kutatási hipotéziseim a következők:

H1: A fiatalok minimális ismeretekkel rendelkeznek a funkcionális italokról, mint fogalomról.

H2: A fiatalok egészségmagatartása nem mutat tudatosságot, természetesnek veszik az egészségüket.

H3: Az egészséges táplálkozás erősen megosztja a korcsoportot nemek és életstílus szerint.

H4: A természetes funkcionális italoknak nagyobb a kedveltségük, mint a tervezetteknek.

A kutatás segítségével a kutatási hipotéziseket kívánom bizonyítani, vagy elvetni, ezért kutatásom kérdéssorát – mellyel a következő fejezet foglalkozik részletesen – ennek figyelembevételével állítottam össze.

6.2. Kutatásmódszertan

Kutatásom előkészítése során a primer kutatás módszertanát illetően többféle lehetséges kutatási módszer felmerült. Kvalitatív (minőségi) technika alkalmazása esetén, a válaszadók gondolatait, véleményalkotásának folyamatát és a szociális térben lezajló – sok tényező által befolyásolt – attitűdformálódásukat sokkal könnyebben fel lehet mérni (Veres-Hoffmann-Kozák, 2006). A fogyasztók élelemfogyasztás mögött megbúvó motivációi és az egészségtudatos táplálkozás, mint jelenség összetettsége miatt kezdetben ezért úgy gondoltam, hogy a vizsgálat tárgyát képező témát valamilyen kvalitatív módszertannal célszerű közelíteni. Megfogalmazódott bennem a fogyasztói fókuszcsoporthoz vita és/vagy mélyinterjúk lefolytatásának gondolata, melynek eredményeként mélyreható kutatási következtetéseket lehetett volna levonni a fogyasztók motivációira vonatkozóan, azonban a módszertan a következő akadályozó tényezők miatt elvetésre került.

- A kvalitatív kutatások hátránya, hogy sikeresen képesek ugyan feltárni bizonyos jelenségeket, de csak kvantitatív kutatási módszerek tudják számszerűsíteni azt, hogy a célcsoport reprezentatív mintáján belül hogyan mutatkoznak meg ezeknek az arányai (Veres-Hoffmann-Kozák, 2006). Ebből adódóan egy „mennyiségi” kutatásra mindenképpen szükség volt.

- A kvalitatív kutatások hátránya, hogy sikeresen képesek ugyan feltárni bizonyos jelenségeket, de csak kvantitatív kutatási módszerek tudják számszerűsíteni azt, hogy a célcsoport reprezentatív mintáján belül hogyan mutatkoznak meg ezeknek az arányai (Veres-Hoffmann-Kozák, 2006). Ebből adódóan egy „mennyiségi” kutatásra mindenképpen szükség volt.

- Számos olyan kérdésre szerettem volna emellett választ kapni, melyeket alapvetően kvantitatív megkérdezési módszerekkel érdemes vizsgálni. Ilyenek voltak például a márkaismeretiségre irányuló kérdések.

- A legfontosabb befolyásoló tényező azonban az volt, hogy úgy véltem, a célcsoport nincs tisztában a fogalommal, így már önmagában nehéz lett volna egy kvalitatív megkérdezés egy olyan témáról, amit nem ismernek pontosan a kutatásban résztvevők.

Mindezt összevetve a szekunder kutatási eredményekkel és személyes tapasztalataimmal, arra a következtetésre jutottam, hogy – mielőtt tényleges kutatási módszertant választok – szükséges egy előzetes felmérést végezni a célcsoport fogalommal kapcsolatos ismereteiről. A kismintás kérdőíves kutatás – melynek eredményeit az előző fejezetekbe foglalva fejtettem ki – rávilágított arra, hogy a fiataloknál nem alakult ki egy megfelelő és egységes kép a funkcionális italokról. A legtöbben csak sejtik, hogy milyen jelentést hordoz a fogalom, de már a csupán közel 40 fős mintában is akadtak olyanok, akiknek még elképzelésük sem volt a funkcionális italok jelentéséről, ezért úgy gondolom, hogy egy reprezentatív vizsgálatnál is elég nagy lett volna azon válaszadók száma, akik nincsenek tisztában a fogalommal.

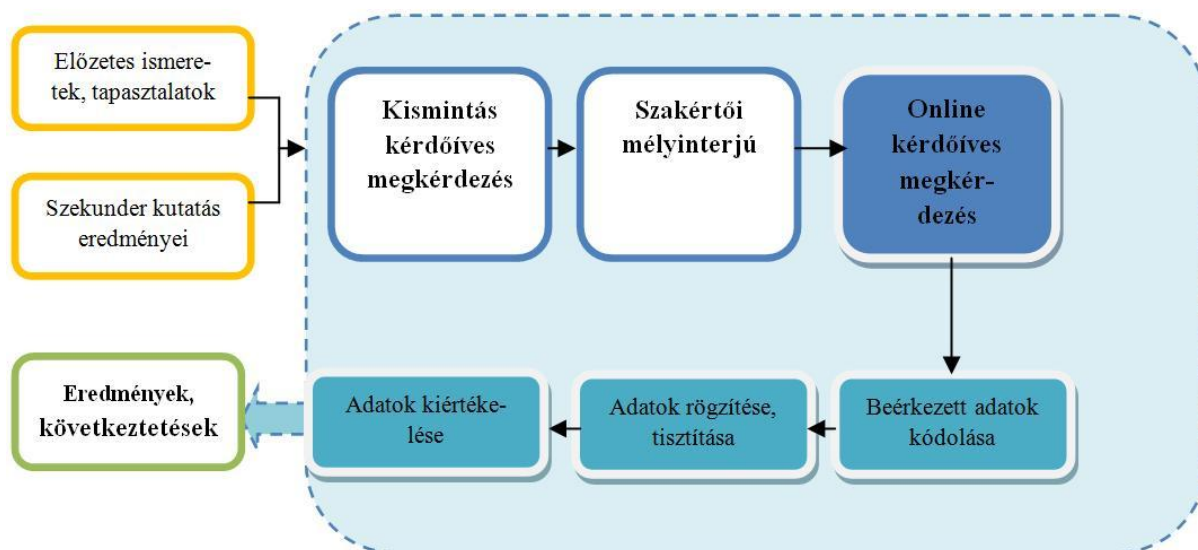
Hogy ne csak a fogyasztók szemszögéből vizsgáljam meg a témát – a fogyasztói megkérdezést megelőzve és mintegy kiegészítve – egy szakértői mélyinterjút is készítettem Szakály Zoltánnal, az élelmiszermarketing kérdéseinek kutatójával és egyben a sokszor hivatkozott Táplálkozásmarketing című könyv szerzőjével. (A jegyzőkönyv az 6. *mellékletben* található.) Amellett, hogy az interjú kiválóan megalapozta a későbbi, alapvetően fogyasztói magatartásra irányuló vizsgálatomat, kvalitatív voltából adódóan mélyebb gondolatok kifejtésére is lehetőséget adott, és nem mellékes, hogy szakmai szempontból közelítette meg a témát.

A fogyasztói megkérdezéshez végül kvantitatív módszertant választottam, és egy 35 kérdésből álló online kérdőíves megkérdezést hajtottam végre egy 100 fős mintán. A kérdőívben szereplő kérdések – az értékelést segítő demográfiai kérdéseken túl – alapvetően négy téma köré csoportosultak, melyek a következők voltak:

1. Egészségtudatosság és egészségtudatos étkezés
2. Étkezési szokások és attitűdök
3. Folyadékfogyasztási szokások
4. Funkcionális italok fogyasztása és ismertsége

A kutatás nem tekinthető reprezentatívnak, ugyanis csak az internetet használók töltötték ki a kérdőívet, mivel az internet-kutatások során – bár a válaszadók köre megsűrűsíthető megadott feltételek alapján – a kvótáknak való megfelelés minden esetben korlátozott (Malhotra, 2005). A minta végzettség, valamint a férfi-nő arány tekintetében sem fedti le a Magyarországon élő 15-25 éves fiatalok csoportját. A kutatásban véletlenszerűen bármely olyan internethasználó részt vehetett, aki hozzáfért a kérdőívhez, de én csak az első 100, 15 és 25 év közötti válaszadótól beérkezett választ vizsgáltam. A mintavétel hólabda-mintavétel (Malhotra, 2005) jelleggel történt, ugyanis leginkább a korosztályba tartozó ismerőseim töl-

tölték ki a kérdőívet, akik további olyan emberek javasoltak, akik a célsokasághoz tartoznak. Kutatásom folyamatát a 8. ábra viszonylag jól szemlélteti.



8. ábra: A kutatás folyamata és elemei

Forrás: Saját szerkesztés

Látható, hogy az egyes vizsgálatok eredményei egymásra épülve juttattak el a kérdőíves megkérdezésig, végül pedig a következtetések és eredmények megfogalmazásáig.

Az online megkérdezésből beérkező adatokat kódoltam, rögzítettem, majd az adattisztítás után az SPSS 20 program segítségével értékeltem ki. Az így kapott eredmények a következő alfejezetben kerülnek kifejtésre.

6.3. Kutatási eredmények

Néhány kérdéscsoport, illetve témakör tekintetében már a kérdőívek kiértékelését megelőzően volt egy előzetes elképzelésem arról, hogy milyen eredmények várhatóak. A kapott értékek között szerepelnek olyanok, melyeket előre lehetett jóslni, azonban néhány nem várt fejlemény is született. Az online kérdőíves megkérdezés olyan eredményeket hozott, melyek hipotéziseim nagy részét alátámasztják.

Az online kérdőíves megkérdezésben 100 fő, 15-25 év közötti fiatal vett részt. A nemek arányát tekintve megállapítható, hogy a kitöltők 80%-a nő, 20 %-uk férfi. A válaszadók iskolai végzettséget figyelembe véve nagyon magas arányt, 76%-ot tesznek ki a főiskolát és/vagy

egyetemet végeztek, ami annak köszönhető, hogy nagyrészt ismeretségi körömbé tartozó fiatalok töltötték ki a kérdőívet. A kitöltők 51%-a nagyvárosi, 26%-uk kisvárosi, míg a budapesti lakosok aránya 13%-ot tesz ki. A legnagyobb arányt a nagyvárosi nők képviselik. A válaszadók demográfiai jellemzőit az *13.1. számú melléklet* részletesen tartalmazza.

Kutatásom eredményeit – a vizsgált témaköröknek megfelelően – külön alfejezetekre bontva mutatom be. Külön szükséges felhívni a figyelmet arra, hogy az eredmények, éppen a minta sajátos összetétele miatt, nem mutatnak reprezentativitást, így pilot-study jellegű a munka.

6.3.1. *Fiatalok és az egészségtudatosság*

A kérdőív első része alapvetően a fiatalok vélt egészségügyi állapotát vizsgálta, valamint azt mérte fel, hogy mit tesznek egészségük megőrzése érdekében. Arra a kérdésre, hogy mennyire érzik magukat egészségesnek környezetükhöz képest, a válaszadók nagy átlagban egy 6-hoz közelítő értéket neveztek meg, de a legtöbb válaszadó a 8-as értékkel jellemezte egészségügyi állapotát. A *7. táblázat* részletesen bemutatja a kapott válaszokra vonatkozó átlagértékeket.

7. táblázat: Az egészségügyi állapot érzékelése a 15-25 évesek körében, n=100

Mennyire érzed magad egészségesnek a környezetedhez képest?		
<i>N</i>	<i>Valid</i>	100
	<i>Missing</i>	0
<i>Átlag</i>		6,34
<i>Medián</i>		7,00
<i>Módusz</i>		8
<i>Összesen</i>		634

Forrás: Saját kutatás

A táblázat alapján a válaszadók átlagosan jónak ítélik meg egészségügyi állapotukat, de a *13.2. számú mellékletből* látszik, hogy ez nem általános, vannak kiugró értékek is. Olyan kitöltő egy sem akadt, aki 10-esre értékelte volna egészségét, ellenben 8-an 1-es értéket jelöltek meg. Az eredmény elgondolkodtató, hiszen más kutatásokból ismerjük, hogy pl. a 40-60 év közötti nők is 6,64 körüli értéket adtak - vagyis magasabbat - erre a kérdésre, pedig esetükben már betegségekkel is kell számolni a statisztikák alapján.

A férfiak jobbnak értékelik saját egészségügyi állapotukat, mint a nők, ugyanis átlagosan a 7-es értéket választották, és arányait tekintve többen voltak azok is, akik a legnagyobb, 9-es értéket jelölték be (13.2. melléklet). Ez az eredmény megfelel a korábbi vizsgálatoknál tapasztaltaknak. Számomra meglepő eredmény hozott a településnagyság és az egészségügyi állapot megítélésének kapcsolata, mely szerint a településnagyság csökkenése összekapcsolható a jobb egészségügyi állapot érzetével, és a faluban élők tartják a legegészségesebbnek magukat (13.2. melléklet). Ezt a gyenge pozitív irányú korrelációt azonban akár a véletlen is eredményezheti, hiszen arányait tekintve nagyon kevés, csupán 10%-ot tesz ki a faluban élő kitöltők száma.

Elégge elkeserítő eredmény, hogy egészsége megőrzése érdekében a válaszadó fiatalok 7%-a saját bevallása szerint nem tesz semmit. A felsorolt válaszlehetőségek (rendszeresen sportolok, sokat tartózkodik friss levegőn, odafigyelek a táplálkozásomra, kerülöm a túlzott stresszt, rendszeresen járok orvosi rutinvizsgálatra) közül a táplálkozásra történő odafigyelés kapta a legtöbb, 56 említést (13.3. melléklet). Ennek ellentmond, hogy azzal az állítással, mely szerint „Kifejezetten egészségesen étkezem” a válaszadók egy ötös skálán átlagban 3-as mértékben értettek egyet (13.4. melléklet). Visszatérve a fiatalok egészségmegőrző céllal végzett tevékenységére, megállapítható, hogy a válaszadók körülbelül fele rendszeresen sportol, és sokat tartózkodik a friss levegőn, viszont csak 24%-uk jár rendszeresen orvosi rutinvizsgálatra. Az egyes tevékenységek egymástól való függését mutatja be a 13.3. mellékletben található korrelációs tábla. Ebből jól látszik, hogy csak gyenge korreláció van az egyes tevékenységek végzése között. Leginkább a táplálkozásra történő odafigyelés és az, hogy valaki semmit sem tesz egészsége fenntartása érdekében korrelál negatív irányban a legerőteljesebben.

Összességében tehát a fiatalok közepesen jónak ítélik meg egészségügyi állapotukat és ennek megőrzése érdekében odafigyelnek a táplálkozására, sportolnak, valamint sokat tartózkodik friss levegőn.

6.3.2. Élelmiszerfogyasztói magatartás

A fiatalok ételviszorgasztói magatartását több kérdéssel közelítettem meg. Egyrészt vizsgáltam az étkezések tervezettségét, az elfogyasztott ételek kiválasztási szempontjait, valamint különböző attitűdállításokat tettem fel az étkezésre vonatkozóan, és arra kértem a válaszadókat, hogy egy ötös skálán ítélik meg, mennyire értenek egyet az adott állítással. Az egészségmegőrzés érdekében végzett tevékenységekre vonatkozó kérdést az étkezésre vonatkoztatva is feltettem.

Azt, hogy a fiatalok mi alapján döntenek az elfogyasztott ételeket illetően, illetve mennyire tervezik meg előre az étkezésüket, jól szemlélteti a 8. táblázat.

8. táblázat: Az étkezések tervezettsége, az elfogyasztott ételek kiválasztási szempontja
n=100

		Válaszd ki a rád leginkább jellemző állítást!			Összesen
		Általában előre megtervezem az étkezésem	Nem tervezem meg előre az étkezéseket, de próbálok rendszeresen étkezni	Ha megéhezem, gyorsan bekapok valamit	
Válaszd ki a rád leginkább jellemző állítást!	<i>Egészségtudatosan választok ételeket</i>	10	16	0	26
	<i>Olyan ételt választok, amit éppen megkívánok</i>	18	30	5	53
	<i>Kedvezmények, akciók pl. napi menü alapján döntöm el, hogy mit eszem</i>	4	17	0	21
Total		32	63	5	100

Forrás: Saját kutatás

A legtöbb fiatal olyan ételt választ, amit éppen megkíván, és nem tervezi meg előre az étkezéseket. Ez látszólag ellentmond annak az előzőekben megállapított eredménynek, mely szerint a többség odafigyel a táplálkozására, viszont csak kevés azon válaszadók aránya, akik rendszeresen étkeznek, vagy – kicsit eltúlozva – az ár alapján döntenek el, hogy milyen ételt fogyasztanak. Ugyan nem ez a legjellemzőbb kategória, mégis pozitív eredménynek gondolom azt, hogy a fiatalok 26%-a egészségtudatosan választ ételeket, mivel – az igen negatív képet festő – szekunder kutatási eredmények alapján kisebb értékre számítottam.

A vizsgálatban arra is irányult kérdés, hogy a fiatalok táplálkozásukat tekintve mit tesznek egészségükért. A 9. táblázatból kiolvasható, hogy a zöldség-és gyümölcsfogyasztás kapta a legtöbb említést. Ezt a válaszlehetőséget a kitöltők 85%-a bejelölte. A második legtöbb vá-

lasz a változatos étkezésre, mint egészségmegőrzést szolgáló étkezési tevékenységre érkezett. A válaszadók 42%-a úgy nyilatkozott, hogy kevés édességet és cukros üdítőt fogyaszt annak érdekében, hogy megőrizze egészségét.

9. táblázat: Mit tesznek a fiatalok, táplálkozásukat tekintve az egészségükért

		Sok zöld- séget és gyümöl- csőt fo- gyasztok	Kevés édességet, cukros üdítőt fogyasz- tok	Vitamino- kat szedek	Csak olyan élelmiszere- ket fogyaszt- tok, amiben keves a kaló- ria	Olyan ételmi- szereket fo- gyasztok, melyekben sok az ásvá- nyi anyag, vitamin stb.	Változato- san étkezem	Sok fo- lyadékos fogyasz- tok
N	Jelöl- ték	85	42	38	8	27	60	76
	Nem jelölték	15	58	62	92	73	40	24
	Átlag	85	42	38	8	27	60	76

Forrás: Saját kutatás

A fiatalok étkezéssel kapcsolatos magatartásának vizsgálata érdekében tizenhárom állítást fogalmaztam meg, majd az ezekre beérkezett válaszok alapján további három klaszterbe soroltam a kitöltőket. Az állításokat a 14. melléklet tartalmazza.

A fiatalok az ötfokú skálán átlagosan 3 körüli értéket jelöltek meg annak kifejezésére, hogy mennyire vannak testsúlyukkal megelégedve. Ennél az állításnál viszonylag nagy volt a szórási, és akadt olyan válaszadó, aki egyáltalán nem értett egyet a kijelentéssel, míg mások teljes mértékben egyet értettek vele.

A 3. állításra érkező válaszok alapján megállapítható, hogy a válaszadók többsége fontosabbnak tartja az ízt annál, mint hogy az adott élelmiszer mennyire egészséges. A fiatal kitöltők többsége tehát alapvetően az élvezeti értéke miatt választ élelmiszert, nem pedig aszerint, hogy milyen egészségügyi hasznossággal jár annak elfogyasztása. Ezt az 5. állításra adott válaszok is alátámasztják, hiszen a kitöltők ebben az esetben is kifejezték, hogy nem tartják olyan fontosnak azt, hogy mi egészséges, azt fogyasztják, ami ízlik nekik.

A 11. állítás a funkcionális italok jövőjéről szóló fejezetben már tárgyalt „személyre szabott étkezés”, mint lehetséges jövőbeli fogyasztói út kapcsán került megfogalmazásra. A kapott válaszok alapján a kitöltők inkább hajlanak afelé, hogy valaki személyre szabottan lás-

sa el őket, étkezéssel kapcsolatos tanácsokkal. A felvázolt jövőkép tehát ezek alapján nem is tűnik olyan hihetetlennek és távolinak. A 13 állításra vonatkozó leíró statisztikákat a 13.4. melléklet tartalmazza.

Az attitűdök alapján képzett klaszterek (10. táblázat) viszonylag jól elkülönülnek, és három, egymástól sok tényező tekintetében különböző fogyasztói csoportot alkotnak. A klasztereket a rájuk jellemző legfőbb ismérvek alapján alábbi nevekkal illettem:

1. Tudatosan étkezők
2. Súlyukkal elégedetlen kalóriaszámolók
3. Magabiztos íz-vadászok

10. táblázat: Klaszterek és klaszterközéppontok a táplálkozással kapcsolatos attitűdök alapján

Klaszter középpontok			
	Klaszter		
	1	2	3
<i>A testsúlyommal elégedett vagyok.</i>	,46027	-,72279	,52072
<i>Nagy befolyással vannak étkezésemre a barátaim.</i>	,06182	,19614	-,22328
<i>Sokkal fontosabbnak tartom egy ételnél azt, hogy ízlik, mint azt, hogy egészséges.</i>	-,54108	-,06933	,30687
<i>Az alapján választok két ételmyszer közül, hogy melyikben van kevesebb kalória.</i>	,47926	,41203	-,62244
<i>Azt eszem, amit éppen megkívánok, nem érdekel, hogy mennyire tartják egészségesnek.</i>	-,95273	-,05682	,47509
<i>Nagy befolyással vannak étkezésemre az aktuális trendek.</i>	,08430	,00617	-,04318
<i>Mindig megnézem az egyes ételek kalóriatartalmát, mielőtt elfogyasztom/megvásárolok őket.</i>	,52817	,55134	-,78322
<i>Kifejezetten egészségesen étkezem.</i>	1,31453	-,35361	-,22351
<i>Próbálok rávenni másokat, hogy egészségesen étkezzenek.</i>	1,19328	,14978	-,67365
<i>Sokszor visszafogom magam az étkezésben, nehogy elhízzak.</i>	,79010	,33396	-,68083
<i>Jó lenne, ha valaki személyre szabottan megmondaná, hogy milyen ételmyszereket kell fogyasztanom ahhoz, hogy egészséges maradjak.</i>	-,34484	,51142	-,36003

<i>Bizonyos dolgokat egészségügyi problémáim miatt nem eszem/iszom. Pl.: magas vérnyomás, magas vércukorszint</i>	-,55791	,67367	-,42874
<i>Azt eszem, amit otthon kapok.</i>	-,53682	,00832	,22735

Forrás: Saját kutatás

Ahogy az elnevezés is sejteti, az 1. klaszterbe tartozó válaszadóknak, a *tudatosan étkezőknek* fontos, hogy, amit elfogyasztanak az ne csak finom, de egészséges is legyen. Többségük, 88%-uk nő, és több mint 50%-uk nagyvárosi. Általában az alapján választanak élelmiszereket, hogy melyikben van kevesebb kalória, és sokszor visszafogják magukat az étkezésben, hogy ne hízzanak el, ugyanakkor ezt nem már meglévő túlsúlyuk miatt teszik, hiszen jól látható, hogy a klaszter tagjai meg vannak elégedve testsúlyukkal. A tudatosan étkezők csoportjába tartozók kifejezetten egészségesen étkeznek és másokat is próbálnak rávenni az egészséges táplálkozásra. A csoport a várt eredményeknek megfelelően nincsen túlsúlyban, a válaszadók 18%-a sorolható be ebbe a klaszterbe. Az iskolai végzettség tekintetében is egy előre várható eredmény jött ki, a csoportba tartozók többsége (55%) ugyanis főiskolát és/vagy egyetemet végzett.

A másik két csoport ugyanolyan arányt képvisel a mintán belül, egyaránt 41%-ot tesznek ki. A *súlyukkal elégedetlen kalóriaszámolók* csoportjába sorolt válaszadók a legkevésbé sincsenek megelégedve testsúlyukkal, figyelik a kalóriákat, és valószínűleg az élelmiszerek összetevőire vonatkozó információkat is, hiszen jellemző a csoportra, hogy bizonyos dolgokat egészségügyi problémái miatt nem fogyaszthat. A második klaszterbe tartozók 82%-a nő, tehát itt is nagy arányban fordulnak elő a gyengébb nem képviselői, de ez minden klaszter esetén várható, hiszen az egész mintán belül magas a nők aránya. Ebben az esetben a tagok 85%-a rendelkezik felsőfokú végzettséggel, tehát itt találjuk a legtöbb magasán képzett válaszadót. A klasztertagok 51%-a nagyvárosi. A teljes mintán belül egyébként szintén ugyanennyit tesz ki a nagyvárosiak aránya. A csoport tagjai szívesen vennék, ha személyre szabottan megmondaná nekik valaki, hogy hogyan kell táplálkozniuk. A tagok fő céljai között szerepel véleményem szerint a súlyvesztés.

Ezzel ellentétben a 3. klaszterbe tartozók, az *íz-vadászok* nem szeretnék fogyni, ők elégedettek a súlyukkal. Azt eszik, amit megkívánnak, nem számolgatják a kalóriákat, nem félnek attól, hogy elhízhatnak. Nem akarnak tanácsokat, de nem akarnak másokat sem rávenni az egészséges táplálkozásra, hiszen ők sem hívei ennek. Fő céljuk, hogy ízletes legyen a táplálék, ami az asztalukra kerül, nem érdekli őket, hogy a köztudatban mennyire tartják azt egészsé-

gesnek, vagy éppen mit mondanak róla a barátok. A magabiztos íz-vadászok között találjuk a legtöbb, mintegy 31%-nyi kisvárosi kitöltőt. A csoport nem tekintetében körülbelül ugyanolyan arányokat mutat, mint a másik két klaszter, az iskolai végzettségeket tekintve pedig a két másik klaszter között helyezkedik el. Az egyes klaszterek részletes demográfiáját a 13.6 melléklet tartalmazza.

Az egyes további kérdésköröket a meghatározott klasztereknek megfelelően vizsgáltam, így a következő fejezetekben is ez a csoportosítás jelenti kutatási eredményeim ismertetésének alapját.

6.3.3. Funkcionális italok fogyasztásának jellemzői a 15-25 évesek körében

A kérdőíves megkérdezés legjelentősebb kérdéscsoportja – kutatásom fő témájához igazodva – a fiatalok italfogyasztási szokásainak vizsgálatára irányult. A beérkezett adatok alapján megállapítható, hogy a kitöltők 44%-a naponta 1-2, 42%-uk pedig 2-3 liter folyadékot fogyaszt. Ez az eredmény megfelel a köztudatban ajánlott napi folyadékbevitelnek, a minta tagjainak nagy aránya tehát odafigyel arra, hogy a megfelelő mennyiségű folyadékot nap, mint nap elfogyassza. A válaszadók 58%-a nem fogyaszt tízórai vagy uzsonna helyett italt, tehát ez a folyadékfogyasztás legnagyobb arányait tekintve a főétkezéseken kívül elfogyasztott folyadékokból – vagy esetleg levesek fogyasztásából – tevődhet össze.

Az italfogyasztás általánosan betöltött szerepéről a fiatalok többsége azonos véleményen van, az italfogyasztás elsősorban folyadékpótlást, szomjoltást jelent számukra (13.7. melléklet). Ennek ellenére a folyadékpótláson kívül még sok egyéb céllal fogyasztanak italt, de leginkább élénkítő hatást várnak tőle. A hangulatjavítás kapta a második legtöbb említést, a válaszadók 37%-a fogyaszt ennek érdekében folyadékot, véleményem szerint leginkább alkoholt. A legkevesebb említést a memórianövelés céljából történő italfogyasztás kapta. A 13.8. melléklet részletesen tartalmazza az egyes klaszterek italfogyasztásra vonatkozó válaszait. Ebből kiderül, hogy a *tudatosan étkezők* között vannak a legkevesebben, akik italt fogyasztanak vitaminpótlás miatt. A csoport elnevezésekor természetesen nem csak az ételek, hanem az italok fogyasztására is értettem a tudatos jelzőt, de feltételezem, hogy ők a mindennapi táplálkozás során már az ételekből a szervezetükbe juttatják a megfelelő vitaminmennyiséget, éppen ezért, folyadékbevitelük esetén nem kifejezetten a vitaminszerzésre koncentrálnak. A betegségekből történő gyógyulást várva a *magabiztos íz-vadászok* fogyasztanak leginkább folyadékot, míg a *súlyukkal elégedetlen kalóriaszámolók* legtöbbje hangulatjavítás és emésztésjavítás céljából fogyaszt italt. Az előbbi eredmény jól szemlélteti a csoport fogyni akarását. Élénkítő hatás céljából közel azonos arányban fogyasztanak a klaszterek tagjai italt.

Ahogy arra az előzetes kismintás felméréséből is következtetni lehetett, a fiatalok nincsenek tisztában a funkcionális italok fogalmával, ezért előfordult, hogy ugyanazon megkérdezett két kérdésre egymásnak ellentmondó válaszokat adott. Csupán 7 válaszadó nyilatkozott úgy, hogy pontosan tisztában van a fogalom jelentésével, és mindössze 15-en jelölték be azt a válaszlehetőséget, hogy fogyasztottak már funkcionális italt (13.9. melléklet).

Az italfogyasztási szokásokkal kapcsolatban egyrészt vizsgáltam a hagyományosnak tekinthető italokat, a természetes funkcionális- és egészségvédő italokat, másrészt a piacon még újdonságnak számító, illetve a fogyasztók által kevésbé ismert italokat is. Az eredményeket összegezve kijött, hogy a válaszadók többsége fogyaszt zöldteát, mint természetes funkcionális italt, és 38%-uk tudatosan azért issza, mert egészséges. A tejet, illetve a tejes italokat – az előzővel ellentétben – leginkább az ízükért isszák, nem pedig közismert egészségvédő hatásuk miatt (13.11. melléklet). Ásványvizet a válaszadók 99%-a fogyaszt valamilyen rendszerességgel. A 11. táblázat mutatja be, hogy az egyes „hétköznapi” italokat milyen gyakorisággal fogyasztják a válaszadók.

11. táblázat: Egyes italok fogyasztási gyakorisága, n=100

<i>Ital megnevezése</i>	Nem fogyasztok	Naponta többször	Naponta 1x	Hetente	Ritkábban
<i>Csapvíz</i>	23	50	13	5	9
<i>Ásványvíz</i>	1	76	3	14	6
<i>Gyógyvíz</i>	66	2	0	5	27
<i>Üdítőital, rostos, szén-savas</i>	5	7	14	46	28
<i>100%-os gyümölcsle</i>	2	1	9	37	51
<i>Energiaital, sportital</i>	36	0	3	12	49
<i>izotóniás ital</i>	75	1	0	2	22
<i>Gyógytea, tea</i>	2	25	23	38	12
<i>Kávé</i>	23	18	26	19	14
<i>Tej, Tejes ital</i>	4	16	37	25	18
<i>Alkohol</i>	10	0	0	44	46

Forrás: Saját kutatás

Több kérdés eredményeit összevetve látszik, hogy a fiatalok ugyan preferálják a természetességet, de sok esetben hajlandóak lemondani róla. Egy ötös skálán átlagosan 3,7-es érté-

ket adtak meg arra vonatkozóan, hogy mennyire tartják fontosnak egy ételkészítés esetén azt a tulajdonságot, hogy természetes összetevőket tartalmaz. Átlagosan ugyanekkora érték jött ki viszont a „*sok vitamint és ásványi anyagot tartalmaz*” kritérium fontosságának megítélésére is, ami magában foglalhatja a vitaminnal dúsított termékek kategóriáját is. Az is ellentmondásos, hogy a válaszadók 15%-át kifejezetten zavarja, ha egy termék plusz adalékanyagot tartalmaz, viszont a dúsított italokkal kapcsolatban 80%-uk beismerte, hogy fogyasztott már ilyet. Vitaminnal dúsított gyümölcslevet a megkérdezettek 72%-a fogyasztott, de a válaszadók 43%-a a vitaminnal dúsított sört, 40%-uk pedig a proteinnel dúsított vodkát is szívesen kipróbálná (13.10. melléklet).

Az eredmények összességében azt mutatják, hogy a fiatalok nyitottak a funkcionális italok irányában, ugyanis annak ellenére, hogy a legtöbb olyan funkcionális italt, mely még újdonságnak számít a piacon (pl.: szépségital, energiavíz) jelenleg nem fogyasztják, a jövőben szívesen kipróbálnák. Az olyan italokat viszont, mint például az aloe-vera gél még csak kipróbálni is kevesen szeretnék. Úgy gondolom, hogy ezek visszataszító érzést keltenek a fogyasztókban, ellentétben az előbb megnevezettekkel, melyek inkább modernséget tükröznek, fogyasztásukat véleményem szerint a fiatalok trendinek tartják. A 22. táblázat – amely mérete miatt a 15 mellékletben található, de a vizsgálat szempontjából ide illik – összesítve és klaszterekre lebontva tartalmazza az egyes újdonságnak számító funkcionális italok ismertségét és fogyasztását.

A 22. táblázatból látható, hogy a *magabiztos íz-vadászok* között vannak a legtöbben, akik még egyáltalán nem hallottak a felsorolt italokról, viszont az ismerem és már próbáltam kategóriában is ők adták a legtöbb választ. Ez a látszólagos ellentmondás lehet, hogy a válaszadók megfelelési kényszerének vagy magabiztosságának a következménye, de az is elképzelhető, hogy a csoport tagjai valóban minden újdonságot szívesen kipróbálnak. Nem meglepő eredmény, hogy a *súlyukkal elégedetlen kalóriaszámolók* között vannak a legtöbben, akik – ugyan még nem hallottak róla, de – szívesen kipróbálnák a szépségitalt. Ők adták a legtöbb választ az ismerem, és szívesen kipróbálnám kategóriában is, ami megerősíti a csoport tagjainak információkereső és tanácselfogadó hajlamát. A *tudatosan étkezők* között találjuk a legtöbb rendszeres funkcionális ital-fogyasztót, igaz, hogy a kis mintának köszönhetően csak nagyon minimális a számszerű eltérés a 3 klaszter között. A felsorolt italok közül egyedül a vörös gyümölcsökből készült italkonzentrátumot, illetve az aloe-vera italt fogyasztotta már a kitöltők releváns százaléka, a többi még csak néhányan próbálták. A rendszeresen ilyen jellegű funkcionális italt fogyasztók száma minimális.

Az egyes márkák vizsgálatánál is kiderült, hogy a kitöltők leginkább azokat a márkákat ismerik, melyek valamilyen már rég óta forgalomban lévő termékcsoporthoz, és inkább a természetes funkcionális italokhoz tartoznak. A magát kifejezetten funkcionális italok márkájaként hirdető *be!* csak a válaszadók nagyon kis százalékának ismerős, és senki sem jelölte be azt a válaszlehetőséget, hogy kedveli a márkát. A válaszadók között a legnagyobb kedveltsége a *HohesC*-nek van, ami szintén megerősíti azt az állítást, hogy a fiatalok előnyben részesítik a természetességet.

6.4. Hipotézisek ellenőrzése

A kapott eredmények alapján az *1. hipotézis*, mely szerint *a fiatalok minimális ismeretekkel rendelkeznek a funkcionális italokról, mint fogalomról* egyértelműen bebizonyosodott, ugyanis a funkcionális italok fogyasztásával kapcsolatos kérdések esetén rendszerint kijött, hogy fogyasztanak ilyen termékeket, mégsem tudnak róla, hogy mi a tudományos megnevezése a kategóriának.

A második hipotézist: *A fiatalok egészségmagatartása nem mutat tudatosságot, természetesnek veszik az egészségüket*. Ennek elvetéséről, illetve elfogadásáról nem tudok egyértelműen döntést hozni a kutatás alapján, mivel a fiatalok átlagosan nem tartják kifejezetten jónak egészségügyi állapotukat, ezért ilyen szempontból biztosan nem veszik természetesnek az egészséget. Ha azonban úgy közelítjük meg a kérdést, hogy mit tesznek annak érdekében, hogy megőrizték egészségüket, az már inkább a hipotézis elfogadását támogatja, mivel sokan vannak azok, akik nem tesznek semmit sem egészségükért. Ilyen értelemben már megállapítható, hogy a fiatalok „természetesnek veszik az egészségüket”, és nem gondolnak a jelenlegi önkárosító magatartásuk jövőbeli következményeire.

A *3. hipotézist* csak részben igazolták az eredmények, ugyanis azt, hogy az egészséges táplálkozás nemek szerint erősen meg van osztva, vagy sem, ilyen kis arányú férfi kitöltő esetén nem lehet érdemben eldönteni. Az azonban biztosnak tekinthető, hogy a fiatalok korcsoportja attitűdök és értékek szerint erősen megosztott az egészséges táplálkozás tekintetében, melyet a három kialakult klaszter szemléltet a legjobban.

Az is bebizonyosodott, hogy a természetes funkcionális italok sokkal nagyobb kedveltséget élveznek, mint a tervezettek, de ennek többek között abban látom okát, hogy előbbieket jelenleg még jobban elterjedtek a magyar piacon. Ettől függetlenül a *4. hipotézis*, mely szerint a természetes funkcionális italoknak nagyobb a kedveltsége, mint a tervezetteknek, bebizonyosodott.

7. ÖSSZEGZÉS

Bár a táplálkozás alapvető funkciója a tápanyagmennyiség biztosítása az emberi szervezet számára, ma már számos egyéb jelentéstartalom is kapcsolódik az étkezéshez, mint egyfajta fogyasztói magatartásformához. Az élelmiszerfogyasztás mögött nagyon összetett fogyasztói motivációrendszer húzódhat meg, és számos tényező hatással van arra, hogy ki milyen élelmiszert fogyaszt. Ilyen lehet a kultúra, a társadalmi-szociális környezet, a fogyasztó anyagi-, társadalmi helyzete, egyéni preferenciái, de a food-trendek rendszere is befolyásolja táplálkozásunkat. Az egyén táplálkozási előnyökkel kapcsolatos ismeretei alapjául szolgálnak személyes étkezési kultúrájának kialakításához, és meghatározzák azt is, hogy mennyire lehet az adott fogyasztó egészségtudatos.

Kutatásom során, az előző témakörökön kívül bemutatásra került a – részben az egészségtudatosság trendjének köszönhetően elterjedt – health-foods, és azon belül is kiemelten a funkcionális élelmiszerek fogalmi rendszere, valamint a funkcionális italokhoz kapcsolódóan mutattam be egy lehetséges csoportosítást. A funkcionális élelmiszerek szakirodalma nem foglalkozik kifejezetten az italokkal, nem jellemző a termékek étel és ital kategóriákra bontása, holott a piacon számos ital formában lévő funkcionális terméket találunk, tehát nem beszélhetünk az ételek egyértelmű fölényéről. Az előbbieket ellenére nincsen egy olyan, funkcionális italokat átfogó kutatás, ami azokat számba véve az egyes egészségvédő hatások figyelembevételével csoportosítaná őket, és egységesen elfogadott fogalommal sem találkozhatunk, így csoportosításom új keletű dolognak számít, még ha szekunder alapokra épül is.

Hogy átfogó képet kapjak a vizsgált generáció funkcionális ital-fogyasztása mögötti motivációikról, jellemzőikről, kutatásom során külön mellékletben foglalkoztam a fiatalok általános fogyasztási szokásaival, valamint bemutatam néhány, az egészségre, mint trendre reagáló fogyasztói csoportot is.

Primer kutatásom során a 15-25 év közötti fiatalok csoportját vizsgáltam. Az egészséges életmódhoz való viszonyulásukon keresztül közelítettem meg a funkcionális italokkal kapcsolatos attitűdjeiket, és vizsgáltam a konkrét termékek fogyasztását. A kapott adatokból nem szabad messzemenő következtetéseket levonni az egész fiatal korosztályra vonatkozóan, hiszen a minta nagyságát és összetételét tekintve sem nevezhető reprezentatívnak, ennek ellenére vannak bizonyos olyan eredmények, melyek úgy gondolom, hogy jól tükrözik a mai fiatalokra jellemző fogyasztói magatartást.

A primer kutatás összefoglalásaként megállapítható, hogy a válaszadó fiatalok nincsenek egészségügyi állapotukkal túlzottan megelégedve, de ennek ellenére viszonylag kevesen –

körülbelül a válaszadók fele – vannak azok, akik érdemben tesznek valamit egészségük megőrzése érdekében. A férfi kitöltők alacsony arányának köszönhetően az egészségmagatartás nemek közötti eltéréseire vonatkozóan nem jutottam releváns következtetésekre, viszont a férfiak, téma iránti csekély érdeklődését is tükrözheti az, hogy ilyen kevesen kerültek be a mintába. A táplálkozással és az élelmiszerekkel kapcsolatos beállítódottság szerint viszont jelentős különbségek mutatkoztak meg a kitöltők funkcionális ital fogyasztási szokásaiban, illetve teljes egészségmagatartásukban.

A különféle attitűdök alapján a 100 elemű mintából 3 klasztert lehetett egymástól megfelelően elkülöníteni. A kutatás során az egyes klaszterek fogyasztói magatartása között számottevő különbségeket tártam fel.

Megállapítható, hogy a fiatal kitöltők összességében nem ismerik a funkcionális italok fogalmát, de számos olyan italkészítményt fogyasztanak, mely a kategóriába sorolható. Leginkább a természetes FI-k közül fogyasztanak, és azok között is a piacon már széles körben elterjedtebbeket részesítik előnyben. A válaszadók kevés, Magyarországon még újdonságnak számító funkcionális italt ismernek, de magas azok aránya, akik szívesen kipróbálnák ezeket a termékeket is. A kipróbálási hajlandóság a klasztereknek megfelelően természetesen eltéréseket mutat, de a tényleges fogyasztás tekintetében egyik csoport esetén sem találhatók számottevő értékek.

Az összes eredményt figyelembe véve megállapítható, hogy a fiatalok csoportja nem mutat egységes képet az egészségmagatartás szempontjából, és az általam vizsgált viszonylag kis minta is három klaszterre bontható a táplálkozási attitűdök alapján. Kutatásom eredményeként megmutatkozott egy viszonylag tudatosan fogyasztó csoport képe, de összességében a fiatalok nem tekinthetők túlzottan egészségtudatosnak. Általános fogyasztási magatartásukra kíváncsiságukból adódóan jellemző, hogy mutatnak hajlandóságot a funkcionális italok fogyasztására, és azok közül a természetes funkcionális italokat fogyasztják is, de mind magáról a fogalomról, mind az egyes újgenerációs termékekről nagyon kevés információval rendelkeznek.

A fiatalok jelenlegi egészségmagatartását azonban nem kell úgy elkönyvelni, mint egy véglegesen kialakult viselkedési formát, hiszen a csoport tagjai még „alakíthatóak”. Úgy gondolom, hogy a fiatalok egészségtudatosságra nevelése az egész társadalom számára fontos lenne, hiszen ők jelképezik a fiatalság-ideál képét, és ha ez az „ideál” jelenleg egészségtelen életmódot mutat, az nem tesz jót a többi, jövőben felnövő generáció számára sem.

Irodalomjegyzék

- 2012. évi 432/2012 EU RENDELET
- Ábrahám Zoltán (1999): Dietetika, Prevento Egészségvédelmi Társaság, Marosvásárhely
- Berács J., Lehota J., Piskóti I., Rekettye G. (szerk. 2004): Marketingelmélet a gyakorlatban, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft Budapest (319.-335. oldal)
- Berényi András, Farkas Éva, Strausz Kinga, Tóth Anikó Panna [é.n.]: A Debreceni Egyetem hallgatóinak energiatartalék fogyasztási szokásai, Debreceni Egyetem
- Berke Sz., Jakusovszki D. (2005): A tea, mint funkcionális élelmiszer, Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing, 2. évf., 1-2. szám, pp. 45-54.
- Berke Szilárd, Laki Lukács Andrea (2009): Fogyasztói magatartás a snack típusú funkcionális élelmiszerek piacán fiatalok körében Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing VI. évf.. 1-2. szám, pp. 39-43
- Bernát Anikó (20012): Hazai egészséggazdaság - avagy jól gazdálkodunk-e az egészségünkkel, TÁRKI Társadalomkutatási Zrt., Budapest,
<http://www.euuzlet.hu/kommunikacio/2012/bernat-aniko.pdf>, letöltés ideje: 2012. 09.15.
- Borszéki Béla (szerk. 1979): Ásványvizek és gyógyvizek – Italként fogyasztott ásványvizek és palackozásuk technológiája, Gógyvizek ivókúra hasznosítása, Ásvány- és gyógyvizes ivókúrák gyógyhatásai, Mezőgazdasági Kiadó, Budapest
- Cey-Bert R. Gy. (2006): A magyar bor szellemisége, Hun-idea, Budapest
- Cey-Bert Róbert Gyula (2004): Hunok és magyarok konyhája, Mezőgazda Kiadó, Budapest
- Coca Cola Company, NRC [é.n.]: IV. Fanta TrendRiport, [s.l.]
- Eberle, Bern (2004): Wellnes und Gesundheit als Marketingimpuls, Redline Wirtschaft, Frankfurt
- Elekes Zsuzsanna (2005): „A drogfogyasztás nemek közötti különbségei és hasonlóságai” in: Szerepváltozások. Jelentés a nők és férfiak helyzetéről, 2005. Nagy Ildikó, Pongrácz Tiborné, Tóth István György, (szerk.). Budapest: TÁRKI, Ifjúsági, Családügyi Szociális és Esélyegyenlőségi Minisztérium, Pp. 177–193.
- Forgács Attila (2004): Az evés lélektana, Akadémiai Kiadó, Budapest

- Fülöp Viktória és Szakály Zoltán (2008): Fiatalok táplálkozási szokásai, egészségmagatartása – szekunder kutatás, Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing V. évf. 1. szám, pp. 81-86.
- GfK (2011): Mennyire egészségtudatosak a magyarok? Trade Magazin, VI. évf. 6. szám
- Gulyás Emese (szerk. 2008): Tudatos vásárlók könyve, URSUS Libris, [s.l.]
- Günther Theis (2004): Borban az egészség, M-érték kiadó
- Horváth Á., Fürediné Kovács A., Fodor M. (2005): Az értékrend hatása a táplálkozásra Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing II. évfolyam 1-2. szám, pp. 69-76.
- Horx M., Jeanette H., Reglin B. (2009): Trends shaping Drinks, Zukunfts Institut GmbH., Kelkheim
- <http://ganodermakave.hu/ganoderma>
- Jasák H., Szenté V. (2011): Mérlegen az energiaital, Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing, 8. évf., 1-2. szám, pp. 61-65.
- Kozák Ákos (2009): Táplálkozás, fogyasztás és életmód a Rendszerváltás utáni Magyarországon, GfK Piackutató Intézet, Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing VI. évf. 1-2, pp.19-23.
- Központi Statisztikai Hivatal (2012a.): Statisztikai Tükör, VI. évf. 42. szám
- Központi Statisztikai Hivatal (2012b.): Időmérleg 2009/2010 Összefoglaló adattár, Központi Statisztikai Hivatal, Budapest
- Lehota József (2004): Az Élelmiszerfogyasztói magatartás hazai és nemzetközi trendjei, Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing I. évf. 1-2. szám
- Lehota József (2006): Az élelmiszerfogyasztással kapcsolatos észlelt kockázatok és kockázatkezelési alternatívák, Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing III. évf. 1. szám, pp. 13-18.
- Lehota József (szerk. 2001): Élelmiszer-gazdasági marketing, Műszaki Könyvkiadó Budapest
- Michael Downey (2012): Discovering coffee's unique health benefits, Life Extension Magazine, 2012 jan, pp. 39-49.,
http://www.lef.org/magazine/mag2012/jan2012_Discovering-Coffees-Unique-Health-Benefits_01.htm, letöltés ideje: 2012.11.10.

- Molnár E. (2006): A bor két arca, Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing, 3. évf., 2. szám, pp. 19-21.
- Piskóti István (2007): Innovációmarketing-marketinginnováció: Összefoglaló tanulmány a kutatás elméleti, módszertani eredményeiből, Miskolci Egyetem
- Pólya Éva, Horváth Ágnes (2011): Családtagok szerepének vizsgálata a családi vásárlási folyamatban néhány élelmiszer esetében, Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing, VIII. ÉVF. 1-2. szám, pp. 19-24.
- Rodler Imre (szerk. 2008): Élelmezés-és táplálkozás-egészségtan, Medicina Könyvkiadó Zrt., Budapest
- Szabó Andrea, Bauer Béla (szerk. 2008): Ifjúság Gyorsjelentés, Szociális és Munkaügyi Minisztérium, Budapest
- Szakály Sándor (2004): Táplálkozási dilemmák és az élelmiszerek fejlesztésének világstratégiai irányai, Élelmiszer, Táplálkozás, és Marketing I. évf. 1-2, pp. 15-24.
- Szakály Z. (2011): Táplálkozásmarketing, Mezőgazda Kiadó, Budapest
- Szakály Z., Szigeti O., Sente V. (2008): Fogasztói attitűdök táplálkozási előnyökkel kapcsolatban, Bulletin, pp. 187-198.
- Szakály Zoltán (2006): A táplálkozásmarketing új irányai, Élelmiszer, táplálkozás és marketing, III. évf. 2. szám, pp. 3-12.
- Szakály Zoltán (2008): Trendek és tendenciák a funkcionális élelmiszerek piacán, Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing V. évf. 2-3. szám, pp. 3-11.
- Szalai Miklós (1991): Halimba füveskönyv: Gyógyteák és természetes gyógymódok, Mezőgazdasági Kiadó
- Szántó Zsuzsanna (2005): Az egészséggel kapcsolatos életstílus: betegviselkedés és egészségviselkedés, PhD. értekezés, Semmelweis Egyetem
- Sente V., Széles Gy., Szakály Z. (2006): Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing III. évf. 2. szám, pp.3-11.
- TÁPLÁLKOZÁSI AKADÉMIA (2011): Hírlevél IV. évfolyam 3. szám, http://www.mdosz.hu/pdf/taplalkozasi_akademia_2011_03_nutrigenomika.pdf
- Tari Annamária (2011): Z generáció, Tercium kiadó, Budapest
- Töröcsik Mária (2003): Fogasztói magatartás trendek: Új fogasztói csoportok, KJK, Budapest

- Törőcsik Mária (2007): A tudatos fogyasztást és az egészséget preferáló új fogyasztói trendcsoport a LoHaS Csoport megjelenése Magyarországon, Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing IV. évf. 1. szám, pp. 41-45.
- Törőcsik Mária (2010): Életstílust kifejező ételfogyasztás, a food-trendek hatása, Korunk, 3. évf., 12. szám, pp. 58-65.
- Törőcsik Mária (2011): Fogyasztói magatartás: Insight, trendek, vásárlók, Akadémiai Kiadó, Budapest
- Túry Ferenc, Szabó Pál (2000): A táplálkozási magatartás zavarai, Medicina Könyvkiadó Rt., Budapest
- Úr Gézané Koncz Kornélia (2009): A táplálkozástudomány, a fogyasztói szokások és az agrártermelés összefüggései, Doktori PhD értekezés, Kaposvár
- Varga Márta, Babusa Bernadett (2012): Az új keletű evészavarok néhány pszichológiai és rendszerszemléleti vonatkozása, Lege Artis Medicinae, 22. szám
- Veres, Hoffmann, Kozák (szerk. 2006): Bevezetés a piackutatásba, Akadémiai Kiadó, Budapest
- WHO (2001): Constitution of the World Health Organization, Geneva, 1946. Accessed Page 20 of "NATIONAL MENTAL HEALTH POLICY 2001-2005"

MELLÉKLETEK

1. melléklet: Táplálkozástörténeti áttekintés és táplálkozásra ható tényezők

1.1. Táplálkozás, kultúra

Az emberiség táplálkozástörténete hosszú időre, egészen az első emberek megjelenéséig nyúlik vissza. A történelem során mindvégig alakították a különböző környezeti hatások, s az emberiség fejlődésével a táplálkozáskultúra is együtt fejlődött. Szakály Sándor (2004) a táplálkozás fejlődését illetően 5 makro-szakaszból beszél, melyek legfőbb jellemzőit a következőkben lehet összefoglalni.

A legelső szakaszban, a szerző szerint elődeink kizárólag természetes, a környezetből szerzett élelmiszerekkel táplálkoztak. Leginkább a növényi élelmiszerek fogyasztása jellemezte étkezésüket, ami abból adódott, hogy állati eredetű élelemhez akkoriban jelentősen nehezebben jutottak hozzá. Étkezési szokásait tekintve a kor embere olykor túlette magát, hogy súlyfelesleget, tartalékot képezzen, s így az ínséges időkben, az ételek tárolhatatlansága ellenére túlélje az éhezést. Nem volt olyan rendszeresség a táplálékbevitelben, mint manapság a napi háromszori/ötszöri étkezés, ennek ellenére véleményem szerint a túlevés miatt egyfajta ösztönös tudatosság már ekkor is jelen volt. Az élelmiszerekkel szemben minőségi elvárás aligha merült fel, s olykor még olyan áron is csillapították étvágyukat állati eledel fogyasztásával, ha az döghús volt. A hivatkozott szerző szerint, ezt a szakaszt a felegyenesedéstől 2,5-3 millió évig, valamint az emberré válástól 150 ezer évig számítjuk.

Az élelmiszerek megszerzésének bizonytalansága, és a tárolhatóság kérdése az önellátást lehetővé tevő termelés irányába mozdította az embereket. A második szakaszra már egy biztonságosabb és kiszámíthatóbb étkezési kultúra volt jellemző. Az időszakot az egyes tápláléknövények termesztésétől (i.e. 10-15 ezer) számítjuk. Ebbe a korszakba sorolandó a háziállatok megjelenése (i.e. 6-1,5 ezer év), majd sokkal később, a 18. században, a mezőgazdasági alapanyagok manufaktúrális feldolgozása, és viszonylag széles körű forgalmazása is. A szakasz utolsó részében már megjelent az élelmiszerek minőségével kapcsolatos számos elvárás, például az ízletesség és a hamisításmentesség, valamint alapkövetelménynek számított az eltarthatóság.

A harmadik szakaszt, az úgynevezett makrobiotikai táplálkozás (Szakály S., 2004) elméletétől kezdve, egészen a 20. század közepéig számítjuk. Ez alatt az idő alatt egyre fejlettebbé vált az élelmiszertermelés, mind technikáját, mind pedig technológiáját tekintve, vala-

mint megjelent az ipari feldolgozás, és egyre magasabb szintre jutott a közellátás. Ekkor foglalmazták meg az első energia- és tápanyagigényre vonatkozó megállapításokat is.

A negyedik szakaszban (20. század második fele) rengeteg táplálkozásbiológiai kutatást végeztek, melyek eredményei gazdasági érdekekkel kerültek összefüggésbe, és sokszor hatalmas vitákat robbantottak ki. Már nagyon fontos volt az élelmiszerbiztonság, a minőség és az egészségügyi veszélyek elkerülése. Egységes szabványszabályozások (ISO 9000 és HACCP) és gyártási-vezetési alapelvek (GMP, TQM) megalkotására került sor, melyeket az egész világon érvényesíteni kívántak.

Az ötödik szakasról az 1990-es évektől egészen napjainkig beszélhetünk. Erre a szakaszra leginkább az jellemző, hogy az előző szakasz táplálkozásbiológiai kutatásai tovább folytatódtak, de eredményeik egyre letisztultabbá váltak. Mára a táplálkozás az életmód egyre fontosabb elemévé vált, s megerősödött az élelmiszerbiztonsággal szembeni nemzetközi elvárás. A témám szempontjából releváns funkcionális élelmiszerek egészségvédő hatásának igazolása is az utóbbi, még jelenleg is tartó korszakra tehető.

A táplálkozástörténet alakulását nem csak a hozzáférhető élelmiszerek és a technológiai újítások, fejlesztések befolyásolták, hanem nagymértékben meghatározta – ahogyan még ma is meghatározza – a kultúra, és az emberek táplálékhoz, élelmiszerekhez való általános viszonyulása. Ennek következtében úgy gondolom, hogy a történeti áttekintés mellett bizonyos mértékben a társadalmi-kulturális elemeket is meg kell vizsgálnunk a téma tárgyalásához.

„Ha ismerjük egy nép ősi vallási, kulturális és történelmi szimbolikai nyelvezetét, földrajzi és természeti adottságait és a megélhetést biztosító fő tevékenységeit, akkor következtethetünk ősi konyhájának és étkezési szokásainak szimbolikai nyelvezetére” (Cey-Bert, 2004, p. 15.).

Az ókorban az étkezési kultúrára az egyes népek vallása gyakorolta talán a legnagyobb hatást. Az étkezésre úgy tekintettek, mint az Istennel és az ősök szellemével való kapcsolatteremtésre. Az étkezés szertartásként zajlott, ahol az áldozati ételek jellegét a vallási értékek határozták meg. Mivel az étkezés mindenkor magát az életet jelentette az ember számára, az Isteneknek és a szellemeknek köszönetet mondtak azért, hogy hozzásegítették őket a mindennapi táplálékhoz. Az ételeket emberfeletti erőknek, szellemek ajándékának tekintették (Cey-Bert, 2004).

A magyarok a bort már ekkor fogyasztották, s a halál utáni újjászületés jelképének tartották. Az ital alkoholtartalmának köszönhetően euforizáló hatással bírt, mely azt sugallta a kor embere számára, hogy általa átléphet egyfajta valóságon kívüli síkra, ahol kapcsolatot teremthet az istenekkel és a szellemvilággal. Emellett azt is észrevették, hogy a bor – már

tudjuk, hogy szintén alkoholtartalma miatt – fogékonyabbá teszi az embereket a kreativitásra, megváltoztatja mind fizikai-, mind szellemi állapotukat, emiatt szintén szívesen fogyasztották (Cey-Bert 2006).

Az emberek életét az afrikai törzseknél még ma is jelentősen meghatározzák a mítoszok, a népszokások és az egyes dolgoknak tulajdonított szimbolikus jelentés, de az európai kultúrkörben is többé-kevésbé élnek a különböző népszokások. A hagyományok tisztelete, és a szimbolika az étkezési szokásokra is nagy hatással van.

A különböző keresztény ünnepekhez kapcsolódó ételeket Magyarországon is sokan ismerik, és néhányan még napjainkban is tartják a szokást, mely szerint újévkor lencsét, húsvétkor sonkát „kell” enni. Ez onnan ered, hogy bizonyos ételeknek különböző jelentést tulajdonítunk, például a lencsét a szerencse és a gazdagság meghozójának tartjuk, tehát ha valaki újévkor lencséből készült ételt fogyaszt, azt a népszokás szerint gazdagság várja az elkövetkező esztendőben. Érdeemes megjegyezni azonban, hogy az egyes élelmiszerek, illetve élelmiszer alapanyagának is tekinthető állatoknak és növényeknek tulajdonított szimbolikus jelentés minden esetben helyzetfüggő. Mást jelképezhet egy szarvas az álmokban megjelenve, és akkor, amikor már az asztalon van, illetve a különböző nemzeteket, vallási közösségeket tekintve is más lehet az egyes „táplálékok” jelentéstartalma.

A társadalmi helyzet, és az ebből adódó pénzügyi korlátok nagymértékben határozzák meg azt, hogy ki mit fogyaszthat. Mindenki attól függően étkezik tehát, hogy mit engedhet meg magának, és nem ragaszkodhat kizárólag a kultúrához vagy a népszokásokhoz. Az antik görögöknél a társadalmi rang alapján meghatározta a táplálkozási szokásokat. Kertész idézve: *„Egy átlagos szabad ember, főként gabonával, babbal, hallal, valamint kecskéktől és juhoktól származó tejtermékekkel táplálkozott. Húst jobbra csak ünnepeken ettek, amikor az áldozatok ezt lehetővé tették. A homéroszi hősök ezzel szemben főleg húst fogyasztottak, gazdagságukat marhában mérték”* (Forgács, 2004, p. 70.).

A társadalmi helyzetnek megfelelő étkezés a római kultúrában is megmutatkozott, de az egyes ételek rangját nem csak az íze, hanem ritkasága vagy magas ára is meghatározta. Jó példa erre a bors, mely megfizethetetlen volt akkoriban, így az előkelőséget jelezte. Innen ered, hogy valaminek „borsos az ára” (Forgács, 2004).

Az előzőekben leírtak szemléltetnek néhány olyan társadalmi és kulturális hatást, melyek az egyes korokban meghatározták az emberek által fogyasztott ételeket. Úgy gondolom, hogy akár az egyes szimbolikus jelentéstartalmakra gondolunk, akár a társadalmi különbségekre, azok a 21. századi modern európai országokban már sokkal kisebb mértékben határozzák meg, hogy hétköznapiokon mi kerül „az asztalra”. A társadalmi helyzet, a fogyasztott éte-

lek ára tekintetében továbbra is kifejti hatását a táplálkozásra, de elméletben bárki fogyaszthat bármilyen élelmiszert, amihez hozzájut és meg is tudja fizetni.

A különböző életkorban lévő emberek ételvisz fogyasztásában – kultúrától és társadalmi helyzettől függetlenül – különbség figyelhető meg, mivel releváns, hogy egy csecsemőnek más jellegű és mennyiségű ételviszre van szüksége, mint egy dolgozó, felnőtt férfinak. Ez a differencia elég nyilvánvaló, s ennél sokkal fontosabb azt megjegyezni, hogy a társadalmi eltérésekből eredő szubkulturális különbségek azt eredményezhetik, hogy az egyes fogyasztói csoportok nem is vágnak ugyanolyan ételek és/vagy italok fogyasztására, mint a többiek. Az egyes nemzetek közötti kulturális különbségekre nem térnek ki részletesen, mivel dolgozatomban témája alapvetően a magyar piacra korlátozódik, de meg kell jegyezni, hogy természetesen nemzetenként is eltérőek lehetnek az étkezési szokások.

„Az, hogy valaki mit eszik, milyen módon van az étel elkészítve, kivel és hol enyhít étvágyán, nem pusztán szokás vagy ízlés dolga, hanem a társadalmi azonosság kifejezője is. Étkezési stílus teszi az embert, meghatározza bizonyos társadalmi csoporthoz való tartozását” (Forgács, 2004, p. 69.).

Visszatérve az előző gondolatmenethez, az utóbbi időben az ételviszerek fogyasztásával kommunikált egyéb jelentéstartalomnak egyre nagyobb hatásuk van a fogyasztói magatartásra. Az étkezés kiváló lehetőség az önmegvalósító fogyasztásra, hiszen általa, onnantól kezdve, hogy rohanó világunkban egyre nyilvánosabbá válik a folyamata, mások számára is kifejezhetjük önmagunkat, vagy akár a valahová tartozást, tartozni akarást.

Ezekon kívül további szimbolikus jelentéstartalommal bír, hogy ki milyen ételviszert fogyaszt. Ilyen szimbolikus jelentés lehet például, ha a táplálkozás úgy jelenik meg, mint a gondoskodás kifejezője, a test teljesítőképességének és megjelenésének szabályozója, a betegségek gyógy módja, az egészséggel való kapcsolat megteremtője, de az étkezés ugyanúgy lehet a kreativitás területe, mint a speciális tudás megmutatásának tere, vagy a kényeztetés és a felfedezés eszköze (Törőcsik, 2010).

Lehota József (2001) a következő befolyásoló tényezőket határozta meg az ételviszervásárlási döntésre nézve:

Biológiai tényezők:

- A betegségek és az ételviszerv fogyasztás kapcsolata: érzékenység, allergia, mérgezés, vagy betegségek gyógyítása érdekében ajánlott vagy tiltott ételviszerek fogyasztása.

- Az élelmiszerek tulajdonságaival kapcsolatos szempontok (szín, méret, alak, íz, illat, formai-, esztétikai- és tartalmi megjelenés).

Közgazdasági és demográfiai tényezők:

- Az Engel törvény (1857) szerint minél szegényebb egy család, annál nagyobb az élelmiszerekre fordított összeg aránya az összes kiadásukból.
- A keresletre negatív ár rugalmasság jellemző általában.
- A demográfiai helyzet, a lakosság növekedése/csökkenése és szerkezetének változása, rétegzettsége befolyásolja az élelmiszerek iránti kereslet alakulását.

Pszichológiai tényezők:

- Emóció – a fogyasztó belső érzelmi állapota, feszültség (pl.: aggodalom az egészség miatt).
- Motiváció – ösztönzés a cselekvésre.
- Attitűdök – a fogyasztó pozitív vagy negatív hajlandósága, hogy reagáljon az ingerre.

Társadalmi, szociológiai jellemzők:

- A társadalmi csoportokhoz, osztályokhoz, rétegekhez tartozás, és a magatartásnormák különböző befolyást gyakorolhatnak a fogyasztásra.

Kulturális, antropológiai tényezők:

- A fogyasztás befolyásoló tényezői között a legösszetettebb és legbonyolultabb kapcsolatrendszer, integrálja az egyéni, a társadalmi és a pszichológiai tényezőket.

Az élelmiszerfogyasztás, mint vizsgált téma elég szerteágazó, jelentősen túlmutat a megélhetéshez szükséges kalória bevitelén, és sok minden – akár az egyéntől független tényező is – befolyásolhatja. A régi hiedelmek, népszokások tisztelete helyett manapság egyre inkább a kommunikációs tartalmak, valamint újabbnál újabb fogyasztói trendek kerülnek előtérbe, s ezek erősen alakítják az étkezési szokásokat.

1.2. Megváltozott táplálkozási szokások Magyarországon

Ahogy az előzőekben is volt róla szó, táplálkozási szokásaink nem csak az egyéni életstílustól függően, de az egyes történelmi koroknak megfelelően is változnak. Ez a változás azonban rövidebb időszak alatt is jelentős méreteket ölthet, és nem szükséges több évszázadnak eltelténie ahhoz, hogy szembeűnő, releváns mennyiségű eltérést tapasztaljunk az étkezési szokásokban. A fejezetben, melynek megírásakor elsősorban a GfK Kutatóintézet eredménye-

ire, és Kozák Ákos (2009) cikkére támaszkodtam, a rendszerváltás utáni táplálkozási és életmódbeli változásokról lesz szó, kiemelt figyelemmel az egészségtudatosságra.

A rendszerváltás azért volt jelentős állomás a fogyasztási szokások megváltozása tekintetében, mert nőtt az általában vett életszínvonal, amely nagyobb vásárlóerőt jelentett az emberek számára, s ebből kifolyólag megerősödtek a táplálkozás létfenntartáson kívüli, egyéb dimenziói, mint amilyen például az egészség megőrzése. Kozák (2009) azt is leírja, hogy – mivel élelmiszerfogyasztásunkat is „*trendek egymásutánisága*” határozza meg – a rendszerváltás utáni nagyfokú idegenforgalmi mobilitás, mely lehetővé tette más népek étkezési szokásainak megismerését, – s a ma *ethnic food*nak nevezett ételek (Töröcsik, 2010) megjelenését – szintén hatással volt a hazai étkezéskultúrára.

A 12. táblázat alapján látszik, hogy a rendszerváltás utáni években jelentősen megnövekedett a zöldség és gyümölcsfélék fogyasztása, ami arra enged következtetni, hogy az emberek étkezési szokásai az egészséges ételek felé kezdtek elmozdulni.

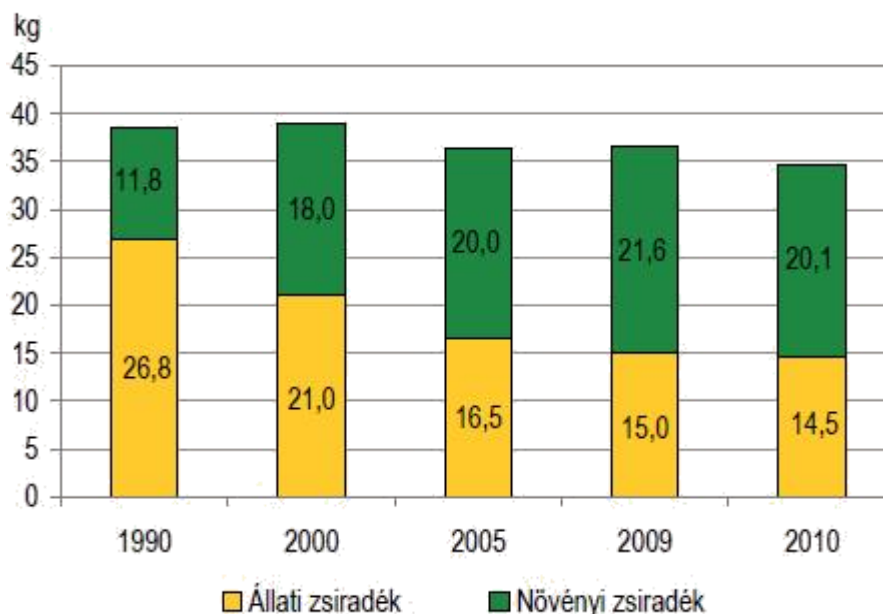
12. táblázat: Az egy főre jutó élelmiszer-fogyasztás alakulása

Élelmiszerek	1990	2000	2005	2009	2010
	kg				
Hús	73,1	70,2	63,5	61,7	56,7
Hal	2,7	3,0	3,6	3,7	3,5
Tej	169,7	160,6	166,8	55,9	156,8
Tojás	21,6	15,3	16,0	14,4	13,7
Zsiradék	38,6	39,0	36,5	36,6	34,6
Liszt és rizs	110,3	94,1	97,3	88,4	88,2
Burgonya	61,0	64,0	66,8	60,8	60,5
Cukor és méz	38,6	33,6	31,6	30,3	29,2
Zöldségfélék és gyümölcsök	155,4	217,7	194,8	209,3	190,0
Egyéb növényi eredetű élelmiszer	3,3	4,1	4,3	4,3	4,4
Összesen	674,3	701,6	681,2	665,4	637,6

Forrás: KSH (2012 a.) p. 1.

Az élelmiszerek említett – zöldségek és gyümölcsök – kategóriájában megnövekedett fogyasztásnak természetesen más okai is lehetnek (pl.: a gyümölcs olcsóbb, mint a hús), azonban a GfK 1989 óta folyó, élelmiszerfogyasztással kapcsolatos kutatásai egyértelműen rávilágítanak arra, hogy az egészséges étkezésnek fokozatosan nagyobb jelentőséget tulajdonítunk. Ahogyan Kozák Ákos (2009) is említi cikkében, a kutatásokba az idők folyamán egyre több, újabbnál újabb kérdéscsoportot kellett beemlíteni, melyek között az egészségtudatosság is helyet kapott.

A Központi Statisztikai Hivatal (2012) eredményei is az előző gondolatot erősítik meg. Az 9. ábra alapján jól látható, hogy megnövekedett a növényi zsiradék fogyasztása, így átvette a vezetést az állati zsiradékok fogyasztásával szemben.

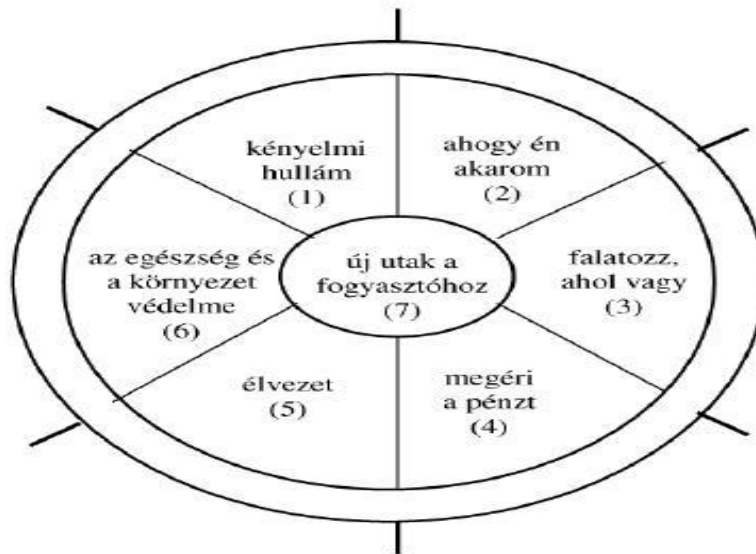


9. ábra: Egy főre jutó zsiradékfogyasztás alakulása

Forrás: KSH (2012 a.) p. 3.

Ha elfogadjuk azt a közvélemény szerinti állítást, hogy a növényi eredetű zsiradékok (pl.: olíva olaj) egészségesebbek, mint az állat eredetűek – az élelmiszerekkel kapcsolatos hitekről és tévhitekről később lesz szó –, akkor megállapítható egyfajta egészségtudatosabb étkezés felé való elmozdulás. A KSH (2012 a.) ezen kívül csökkenő alkohol- és húsfogyasztásról is beszámolt, melyek szintén kedvező hatással vannak a magyar lakosság egészségére.

Amit még fontosnak tartok kiemelni – a fogyasztott élelmiszerek megváltozott mennyiségén kívül –, az az egyre bonyolultabbá és kiismerhetetlenné váló (élelmiszer)fogyasztás jelensége. A mai posztmodern fogyasztóra jellemző, hogy egyszerre sok – életciklustól, de napszaktól is függő – keveredő hatás éri, ebből adódóan egyre nehezebb a fogyasztási mintákat követni (Kozák, 2009). A különböző fogyasztókat ért hatások a 10. ábrán láthatóak.



10. ábra: Keveredő hatások a mindennapi étkezésben

Forrás: Kozák Ákos (2009) p. 20., FOOD FOR LIFE GLOBAL (2009 a.) alapján

Ha a kiismerhetetlenség ellenére mégis szeretnénk bizonyos megállapításokkal jellemezni a rendszerváltás óta megváltozott fogyasztók szokásait, akkor érdemes egy 2004-ben megfogalmazásra került szemléletet figyelembe venni. Bretschneider 2004-es „*A holnap fogyasztója–mai szemmel*” című cikkében meghatározott pár olyan, konkrét termékcikkek és márkák tekintetében értendő változást, melyek napjainkra már – többé-kevésbé – úgy gondolom, hogy valóban érvényes megállapítások. A szerző előrejelzései az alábbiak voltak (Lehota, 2004 hivatkozott Bretschneider, 2004):

- Az ízlésekre és a divatokra épülő termék innovációk párhuzamosan jelennek meg,
- a sokszínűség felerősödik, a piaci rések szerepe nő,
- az ízlések és a divatok öntörvényűvé válnak,
- az anyagi javak és az immateriális javak megszerzésének fő céljává az önkifejezés válik,
- az élelmiszerfogyasztók információszerzési forrásai sokszínűvé és differenciálttá válnak,
- a tömegfogyasztók helyett az individualizált fogyasztók eltérő szükségletei válnak meghatározóvá (személyes fogyasztás, a testreszabott egyéni termék).

A fejezet összefoglalásaként úgy gondolom, hogy az egyes emberek táplálkozási kultúrája, történelme, vagy az őket körülvevő gazdasági-társadalmi-, és szociális környezet nagymértékben meghatározza az étkezéssel kapcsolatos attitűdjeiket, valamint befolyásolja azt, hogy mennyire válnak egészségtudatos élelmiszerfogyasztóvá.

2. melléklet: A health food fogalomkörének ismertetése

A fogalom értelmezését az is nehezíti, hogy az egészséges táplálkozással és az egészséges élelmiszerekkel kapcsolatban rengeteg fogalommal találkozhatunk a szakirodalomban. A tisztánlátás érdekében Töröcsik Mária (2010) valamint Horváth és társai (2005) alapján mutatom be a *health food* és a hozzá kötődő élelmiszerkategóriák – és egyben értékalapú termék-szolgáltatásfejlesztési tendenciák – fogalmát.

A *superfood*-ok természetes egészségvédő élelmiszerek. Az a különlegességük, hogy odafigyelt termeléssel jönnek létre, de semmilyen művi beavatkozáson nem esnek keresztül. Véleményem szerint a természetes funkcionális élelmiszerek kategóriájának felelnek meg.

A *novel food* mesterségesen, laboratóriumban létrehozott étel vagy ételösszetevő, melyet eddig számottevő mennyiségben nem alkalmaztak, de alapvetően előfordul a természetben pl.: gombák, mikroorganizmusok.

A *molekuláris konyha* irányzata is természetes alapanyagokat alkalmaz, de tudományos körülmények között alkotóelemeire bontja az alapanyagokat és így alkot egy új ételt. A *nano-food* olyan élelmiszereket sorolunk ebbe a kategóriába, melyek drasztikus esetben akár teljesen szintetikus elemekből állnak.

A *clean food* segítségével az allergiára hajlamos emberek étkezhetnek megfelelően, ugyanis ennek éppen az a lényege, hogy azokat az elemeket szűrik ki a táplálékokból, melyek az allergiás reakció fellépését okozzák. A *pharma food* gyógyító ételt jelent. Az ételekbe bizonyos betegségek elleni gyógyszerek alapanyagait építik be, így amikor a beteg elfogyasztja azokat, megfelelő kezelést kap.

Egyre több élelmiszer tartozik a GM, vagyis a *génkezelt* kategóriába. Akik támogatják a technológiát, azzal érvelnek, hogy ennek köszönhetően olyan alapanyagok jönnek létre, melyek állandó minőségben elégíthetik ki a növekvő keresletet (Töröcsik, 2010).

3. melléklet: Társadalmi rétegek szerinti étel- és italfogyasztás

A társadalom legfelső 4%-át kitevő „*felső plusz*” megtehetné, hogy azt egyen, amit szeretne, és ott ahol akar, de mégis legfőképpen otthon étkezik. Az általuk fogyasztott ételek legnagyobb arányban szárnyas húst, sajtot és fehér kenyeret, valamint gyümölcsöt, zöldséget tartalmaznak. Az italfogyasztási szokásukat jellemzi, hogy az átlagnál gyakrabban isznak kávé, mint teát.

A társadalomnak csupán 2%-át alkotó „*felső klasszik*” tekinthető a leginkább egészségtudatosnak. Fogyasztásukra jellemző, hogy a szárnyas hús mellett kedvelik a halat, viszont gyakran fogyasztanak hentesárut és fehér kenyeret is. Az alkoholos italok közül a borokat részesítik előnyben.

Étteremben leggyakrabban a „*befutott értelmiségiek*” (14%) csoportja étkezik, viszont ezzel talán kicsit ellentmond az, hogy kedvelik a félkész termékeket is. A csoport igen nyitott az újdonságok felé, kedveli a barna kenyeret, a joghurtokat és szintén a szárnyas húst preferálja. Az aktív pihenés elkötelezett hívei.

A 17%-ot kitevő „*hedonista fiatalok*” legtöbbször étteremben étkeznek, mivel nem igen tudnak főzni. Rendszeres alkoholfogyasztásukban a sör dominál. Az átlagnál jobban kedvelik a joghurtokat, a fehér kenyeret, a fagylaltot és a felvágottakat.

A „*városi alsóközép*” réteg (7%) nem szeret éttermekbe járni, viszont nagyon családcentrikus, és ragaszkodik a tradicionális értékekhez, így étel- és italfogyasztásukban is ez tükröződik. Kedvenc ételeik közé tartozik a sertéshús, a burgonya, a fehér kenyér és a tojás. A társadalom legfelsőbb rétegével ellentétben ők már gyakrabban isznak teát, mint kávé.

A „*szegény munkásréteg*”, mely a társadalom 13%-át alkotja, általában rendszertelenül étkezik, viszont gyakran fogyasztanak kávé. Főétkezésük nem az ebéd, hanem a vacsora. Jellemzően a tradicionális ételek szeretik, itt is kedvenc a sertéshús, a burgonya, valamint a tojás, de gyakran fogyasztanak tejet is. Alkoholfogyasztásukat leginkább a sörivás jellemzi.

A „*szegény nyugdíjasok*” (25%), rendszeresen étkeznek, főételük az ebéd, és szinte soha nem járnak éttermekbe. Kedvelt és gyakran fogyasztott ételeik közé tartozik a szárnyas hús, tésztafélék, tojás, tej, de elég sok zöldséget is fogyasztanak. Nem jellemző rájuk az alkoholfogyasztás vagy a dohányzás.

Az „*underclass*” (18%) rétegre a rendszertelen táplálkozás jellemző. Leginkább sertésből és burgonyából készült ételeket fogyasztanak. Rájuk jellemző leginkább az alkohol- és a cigarettafogyasztás.

4. melléklet: Élelmiszer-összetevők és a hozzájuk kötődő kockázatok ismerete a fogyasztók körében

A 13. táblázat Szakály Zoltán (2008) kutatási eredményeit mutatja be, és az élelmiszer-összetevők észlelt veszélyességét tartalmazza.

13. táblázat: Élelmiszerek és élelmiszer-összetevők észlelt veszélyessége a fogyasztók szerint (n=1200) (1=Egyáltalán nem veszélyes, 5=Kifejezetten veszélyes)

<i>Kategória</i>	Statisztika mutató	
	<i>Átlag</i>	<i>Szórás</i>
<i>E-számok</i>	4,35	0,94
<i>Koleszterin</i>	4,29	0,92
<i>Tartósítószer</i>	4,28	0,95
<i>Magas sótartalmú ételek</i>	4,18	1
<i>Magas cukortartalmú ételek</i>	4,14	1
<i>Állományjavítók</i>	4,1	1,02
<i>Színezékek</i>	4,07	0,99
<i>Mesterséges édesítőszer</i>	3,78	1,21
<i>Gyakori sertésszár-fogyasztás</i>	3,7	1,15
<i>Gyakori sertéshús-fogyasztás</i>	3,1	1,2
<i>Gyakori marhahús-fogyasztás</i>	2,9	1,93
<i>Gyakori tojásfogyasztás</i>	2,84	1,33
<i>Gyakori margarin-fogyasztás</i>	2,69	1,34
<i>Gyakori vajfogyasztás</i>	2,66	1,27

Forrás: Szakály (2008) p. 7.

Nem csak az élelmiszer-összetevők észlelt veszélyességére vonatkozó ismeretek, hanem a funkcionális, egészségvédő élelmiszer-összetevőkkel kapcsolatos információk is befolyásolják, hogy az emberek mekkora mértékben fogyasztanak egészséges, vagy annak vélt táplálékot. Úgy gondolom, hogyan sokan nincsenek tisztában azzal, hogy milyen élelmiszereket kellene fogyasztaniuk, és sokszor csak a média által felkapott dolgokra (pl.: bifidus essensis) tudják alapozni azt, hogy mire van szervezetüknek szüksége. Azt, hogy a fogyasztók hiányos ismeretekkel rendelkeznek az élelmiszerek összetevőiről az 14. táblázat is igazolja, hiszen abból kiderül, hogy a funkcionális élelmiszer-összetevők – melyek bemutatására később kitérek – nagyobb arányát nem ismerik a magyar fogyasztók.

14. táblázat: Különböző funkcionális élelmiszer-összetevők ismerete a fogyasztók körében (n=1200)

Élelmiszer-összetevők	Az összetevőt	
	Ismerők aránya (%)	Nem ismerők aránya (%)
Vitaminok	89,7	10,3
Rostok	85,1	14,9
Ásványi anyagok	82	18
Béta-karotin	58,9	41,1
Antioxidánsok	50,3	49,7
Omega-3 zsírsavak	49,4	50,6
Probiotikumok	20,3	79,8
Növényi szterolok	15,3	84,7
Flavonoidok	14,7	85,3
Aszpartám	12,9	87,1
Szinbiotikumok	11,5	88,5
Prebiotikumok	9,1	90,9
Polifenolok	7,3	92,7
Konjugált linolsav (CLA)	6,1	93,9

Forrás: Szakály (2008) p. 8.

Az élelmiszerekkel kapcsolatos ismeretek hiányosságát az egyre-másra megfigyelhető tévhitek felbukkanása is jól érzékelteti. Ilyen tévhitek például (saját gyűjtés és tapasztalataim szerint), hogy a margarin egészségesebb, mint a vaj, a vörösbor egészségesebb, mint a fehérbor, vagy az, hogy a teljes tej hizlal.

5. melléklet: Táplálkozási előnyök fogyasztók szerinti értelmezése

15. táblázat: Fogyasztói üzenetek hierarchiája a táplálkozási előnyök alapján

Táplálkozási előny	Fogyasztói üzenetek hierarchiája
Tiszta, vegyszermentes	„Szeretnék tiszta, természetes, nyomon követhető, és az egészségre nem káros összetevőket tartalmazó élelmiszereket fogyasztani.”
Nem tartalmaz E-számokkal jelölt adalékanyagokat	
Magas kalciumtartalmú	„Fontos, hogy az egészségem megőrzése érdekében az élelmiszerek tartalmazzanak előnyös alkotórészeket, így minél több ásványi anyagot és vitamint.”
Ásványi anyagokban gazdag	„Az egészséges bélműködés kifejezetten fontos számomra, ezért hajlandó vagyok többet fizetni.”
Vitaminokban gazdag	
Előflórát tartalmaz	
Alacsony zsírtartalmú	„Hiszek az alacsony zsír- és koleszterintartalomban, mert egészségesen akarok élni, ugyanakkor ezeket az előnyöket inkább a növényi zsírok hordozzák.”
Növényi zsíradékot tartalmaz	
Csökkentett koleszterintartalmú	
Alacsony cukortartalmú	„A magas cukortartalom hizlal, egészségtelen, de kevésbé káros, mint a zsíradékfogyasztás vagy az adalékanyag.”
Kedvező zsírsav-összetételű	„Jó lenne, ha az élelmiszerek zsírsav-összetételét optimalizálnák, és ez a telítetlen zsírsavak növelésében öltene testet.”
Telítetlen zsírokat tartalmaz	
Csökkentett só- (Na-) tartalmú	„A magas sótartalom káros az egészségemre, növeli a vérnyomásomat, de nem félek tőle különösebben.”
Csökkentett energiatartalmú	„Valamilyest befolyásol, hogy egy élelmiszer csökkentett energiatartalmú, hiszen nem fogok elhízni, s ez előnyössé tesz mások szemében.”
Omega-3 zsírsavakat tartalmaz	„E két tényező fontosságát nehezen tudom megítélni, mert nem sokat tudok róluk. Mondjátok el, hogy miért fontosak ezek számomra.”
Konjugált linolsavat (CLA) tartalmaz	

Forrás: Szakály et. al (2008), In. Bulletin, p. 194.

6. melléklet: Mélyinterjú jegyzőkönyve

Szakály Zoltán

Egyetemi docens, Kaposvári Egyetem

K: Mi a véleménye a funkcionális élelmiszerek jelenéről, élelmiszerpiacon elfoglalt helyéről?

V: Én úgy gondolom, hogy a jelen és a jövő élelmiszerkategóriája a funkcionális élelmiszer. Tudjuk azt, hogy az éves növekedési potenciálja ennek az élelmiszercsoportnak adja a 10%-ot, de attól függ, hogy milyen kategóriáról beszélünk. Adott esetben ez lehet 20, 30, 50%-os növekedés is. Logikusnak tűnik az, hogy az egészség trendbe a táplálkozás is jól beilleszthető, és úgy gondolom, hogy ezek a tervezett, illetve designer food-ok, amikről végülis most beszélünk, a tápanyag-egyensúly fenntartásában jó lehetőséget biztosítanak, tehát úgy tűnik, hogy ez a trend az iparág, a vállalatok számára fontos lesz. A funkcionális élelmiszereken belül mindenképpen a természetes összetevőket tartalmazó funkcionális élelmiszerek lesznek (pl.: a fitokemikáliákat tartalmazó) a legjobban növekedő szektor. Úgy gondolom, hogy ez mindenképpen egy nagyon jó lehetőség a vállalatok számára, az teljesen más kérdés, hogy a fogyasztók egy része ehhez, hogy áll hozzá. Sajnos azt tapasztaljuk a fókuszcsoporthoz, hogy a tervezett termékek, melyhez plusz hozzáadott anyagokat adtak, tehát főleg a dúsított termékirányban, a mineráliákban, vitaminokban dúsított termékeket kicsit mesterségesnek tartják a fogyasztók és azt mondják, hogy a hiteles élelmiszer az inkább a bio-, mint a funkcionális.

K: Hogyan csoportosítaná a funkcionális élelmiszereket?

V: Úgy gondolom, hogy mindenképpen lehet hatóanyag szempontjából. Ez az egyik szempont. Másrészt lehet úgy csoportosítani, hogy természetes funkcionális élelmiszer, és mondjuk tervezett. Valójában minden élelmiszer funkcionális bizonyos szinten. Talán a természetes irány az, ami fejlődő lehet, kérdés csak az, hogy a talajban lévő tápanyag mennyire tud átmenni ma már az élelmiszerbe. Sajnos azt látjuk, hogy sokkal gyorsabban pusztulnak le a talajok tápanyag szempontjából, mint amennyit vissza tudnak pótolni, mondjuk talajerővisszapótlással, tehát úgy gondolom, hogy a tervezett funkcionális élelmiszerekre mindenképpen szükség lesz.

K: Melyek azok a részipiacok, amiket különösen fontosnak tart és miért?

V: Fogyasztói magatartás szempontjából az egyik irány az az, ami a tápanyagban dúsított termékeket jelenti, és ha megnézzük a magyar lakosságot egészség-betegség szempontjából, akkor a lakosság kétharmada alapvetően a már meglévő betegséget próbálja meg valamilyen formában vagy szinten tartani – szekunder vagy tercier prevenció kategóriájába tartozik, tehát a veszteséget próbálja meg minimalizálni –, vagy a veszteséget visszafordítani nyereségre. Az előbb említett csoport számára a tervezett élelmiszerek, a tápanyagokban dúsított termékek, amik megoldást jelenthetnek. Mondjuk, hogy ha a népbetegség a csontritkulás, akkor a Ca-val dúsított termékek jelenthetnek megoldást ebben az esetben. A lakosság 1/3 pedig a preventív kategóriába tartozik. Ha a preventív kategóriáról beszélünk, akkor az összes funkcionális élelmiszer ennek a preventív egészségvédelemben gondolkodó csoportnak jó. Ez lényegében az egyik irány a preventív és a már betegséget megkapottaknak az azonosítása fontos szempont. Mindenképpen a LOHAS célcsoportot érdemes kiemelni, és az ő táplálkozási szokásaikat érdekes elemezni. Van egy másik irány, amely lényegében a kozmetikai előnyöket bemutató irány. Ennek a célpontja úgy gondolom, hogy mondjuk a „forever jung” effektushoz és trendhez kapcsolódik tökéletesen. Én azt tudom, hogy van egy csoport, az antistressz irány. 2020-ra a daganatok után a 2. leggyakoribb krónikus betegséggé válik a krónikus stressz, és az abból következő depresszió. Egy biztos, hogy nem készültünk fel erre a civilizációs ártalomtömegre, amivel ma szembenézünk. Ugye az anti-depresszáns termékek piacán megjelent a Well nevű ital, de úgy gondolom, hogy az anti-ageing és az antistressz irány mindenképpen a funkcionális élelmiszerek piacán is két fontos irány lesz.

K: Miben látja a fejlődés korlátait?

V: Egyrészt a fogyasztói elfogadásban. Hogyan lehet megmagyarázni a fogyasztóknak, hogy az élelmiszer tervezett, tehát valamilyen hozzáadott anyagokat tartalmaz? (Igaz, hogy benne van az is, amikor elveszünk az élelmiszerből valamit, tehát a hozzáadott cukorban csökkentett, vagy energiában, azon belül zsírban csökkentett termékek. Erre mondjuk jó példa a vajkrém a piacon, ami 40% zsírtartalmú, a vaj pedig 80% zsírtartalmú. A vajkrémnél az az egyik fő előny, hogy a felszívódása alapvetően korpuszkuális, tehát béltraktusból felszívódó, és ez nem terheli meg különösképpen a szervezetet, magyarán számos olyan technológiai megoldás van, ami az energia-csökkentéssel együtt még egészségvédő előnyöket is tartalmaz.) Tehát egyik az, hogy a fogyasztók esetében, főleg a dúsított élelmiszerek esetében, van egy visszafogottabb elfogadás. Ezek a fogyasztók, akik a természetességben hisznek – mert ez egy egyre jobban erősödő trend, és ebből a szempontból a bio-élelmiszer valóban versenytársa lehet a funkcionálisnak, bár részben más piacot céloz –, elutasítják ezeket a termékeket. Tipikus példája ennek, hogy a probiotikumokat is piedesztálra állították, és azt állították, hogy nem szabadna fo-

gyasztani őket. Tehát van ennek egy természetgyógyászati megközelítése is, a fogyasztó sokszor mindent csak a természetességében tudja megközelíteni, és abban tud gondolkodni. Ez egy fogyasztói korlát. A másik az ártényező. Jellemzően a funkcionális élelmiszerek felár stratégiával értékesítettek. Ez egy ellentmondás, mert pont abban a közegben jelentkeznek a krónikus betegségek, akik kevésbé fizetőképes keresletet tudnak teremteni, ezek a termékek pedig drágák, mondjuk a Danone-nak számos terméke. A hozzáféréssel megítélésem szerint nincsen probléma, innovációban is biztos, hogy ez a szakma jelentősen fejlődni fog. A fogyasztói ár és a fogyasztói tudat formálása az a két tényező, ami gátolhatja a fejlődést. Nagyon nehezen tudja lefordítani a tudomány nekünk azokat a táplálkozási előnyöket józan-paraszti nyelvezetre, ami a fogyasztók számára érthető és valószínű, hogy ezért van egyfajta idegenkedés a funkcionális élelmiszerek bizonyos fajtáival szemben. Ha több lenne az ismeret, és a fogyasztók tisztábban látnák az élelmiszerkategória háttérét, akkor a fogyasztói ellenállás csökkenne, és ez jelentős növekedésben tudna testet öltetni.

K: Melyik iparág a legérintettebb és legaktívabb Ön szerint a funkcionális élelmiszerek tekintetében?

V: Úgy gondolom, hogy a tejtermékek piaca a leginkább prosperatív terület az innovációban. Ha megnézzük a funkcionális tejtermékek piacát, akkor ott sok előnyt látunk. Egy biztos, hogy a mai magyar lakosság a gyümölcsök és zöldségek után a tejtermékeket tekintik a legegészségesebbnek. Ehhez még hozzáadódik egy plusz előny is, ami a funkcionális összetevőkből, adalékból adódik, akkor ez mindenképpen egyfajta nagy lehetőséget ad a tejiparnak. Hadd mondjak egy anomáliát! Szelénben dúsítás. Ugye tudjuk, hogy szelénhiányos a táplálkozásunk. Van egy megoldás, hogy az állatok takarmányozásán belül viszik be az állatba a szelén-kiegészítést, az állat megeszi, átalakítja, beviszi a tejbe, majd ez a tejben megnövelt szeléntartalom kerül be a tejtermékekbe, amiktől ilyen szeléntartalmú, SE+ feliratos tej keletkezik. Ezt a fogyasztók maximálisan el tudják fogadni, azt mondták, hogy ezért felárat is hajlandóak lennének fizetni, viszont ha ezt a szelént úgy adják hozzá a termékhez – vagy sok esetben mondjuk a vitaminokat a gyümölcslevekhez –akkor ezt a fogyasztók maximálisan elutasítják. Tehát azt gondolom, hogy itt a technológia hitelessége és a tápanyag hozzáadásának a módja az nagymértékben meghatározza azt a fogyasztói elfogadást, amiről előbb beszéltünk. Még egy élelmiszerkategóriát had említsek! Megítélésem szerint a húsféleségeknél nagy jelentősége lenne bizonyos típusú dúsításoknak, és erre egyébként volt már kísérlet, de nem jött össze. A húsoknak rossz a kalcium-foszfor aránya, főleg a baromfinak (1:32-höz). Ez azért gond, mert ha túl sok húst eszünk, akkor a 32 rész foszfor mellé 32 Ca kapcsolódik, és együtt ürül ki, tehát kiszivattyúzzuk a szervezetből, és akkor jön a csonttritkulásos állapot. Tehát a

húsok Ca-val történő dúsítása lehetne egy olyan irány, ami ezt az anomáliát kiszűrné, mert úgy gondolom, hogy más szempontból a húsokra, mint fehérjeforrásra nagy szükségünk van. Harmadik kategória éppen a funkcionális italok.

K: Mi a véleménye a funkcionális élelmiszerek jövőjéről?

V: Van egy olyan, hogy nutrigenetika, ez lényegében az egyén genetikai háttéréhez igazítja a táplálkozást. Vannak olyan példák, amik azt mutatják, hogy egy omega3 zsírsavbevitel egy adott személynél megnöveli a koleszterint, miközben éppen ellenkező hatás miatt szedi. Más emberben csökkenti a koleszterint, és a triglicerint, a zsírsavszintet pedig megnöveli a vérben. Tehát nem egyformán reagálunk a tápanyagokra. A jövőben a táplálkozás tehát úgy gondolom, hogy még tervezettebbé fog válni, ha tetszik, ha nem. Világos, hogy itt a másik trend, ellentrend a természetes táplálkozás. Ha tudjuk a genetikai háttérünket, és hogy mire vagyunk hajlamosak, mire vagyunk érzékenyek, például milyen betegségekre, és tudjuk azt is, hogy melyek azok a mikro-makro tápanyagok, melyek befolyásolhatják az egészségünket, vagy éppen betegséget okozhatnak, akkor tudatosan meg tudjuk tervezni, hogy milyen táplálkozási struktúrával milyen krónikus betegség-megelőzési hatást érhetünk el. Személyre szabott táplálkozás irányába fog elmenni az irány. Egy étrendet már meg lehet tervezni, ha valaki hajlamos a szív-és érrendszeri betegségekre, akkor ezt nyilván az étrendben is meg lehet jeleníteni.

K: Elképzelhetőnek tartja, hogy a funkcionális élelmiszerek egyszer majd teljesen kiszorítják a hagyományos élelmiszereket a piacról?

V: Teljesen kizárt, nem hiszem. Bizonyos funkcionális élelmiszerkategóriák elérik a szegmens-marketing szintjét, mások nagy valószínűséggel csak részpiacok szintjén fognak maradni, de mivel itt azért nincsen mennyiségi korlát, itt nagyobb a valószínűsége a nagyobb szegmentumok kialakulásának, szemben mondjuk egy bio-élelmiszerral, ami megítélésem szerint mindig csak részpiaci kategória marad. Eleve az extenzivitása miatt, hogy nagy földterületről hoznak le kis mennyiségű alapanyagot hozzá, ezért magasabbak az árak. Itt is ugye az ár, ami befolyásolhatja a funkcionális élelmiszerek növekedését, de úgy tűnik, hogy növekedik.

K: Ön szerint mi jellemzi a funkcionális italok helyzetét Magyarországon?

V: Ha funkcionális italok közé soroljuk a joghurtitalokat, és szerintem oda kell sorolni, mert ennek a kavalkádja van a piacon. Legismertebb a Jacult. Lényegében ez a termék volt az első jog-

hurtital, ami befutott. Ázsiából indult a trend, elsősorban Korea és Japán. Ennek a mintájára kijött az összes többi az Actimel-től elkezdve most már kereskedelmi márkás termékekig. A joghurtital kategória abszolút illeszkedik a mai fogyasztói trendekhez, mint önmagában a joghurt is már. Ez a zászlóshajója a tejtermékeknek. A másik irány az antistressz irány. Én úgy gondolom, hogy az egész emotion, well kategória, és egyáltalán a lelki egészségre is rámenő, testi-lelki egészséget befolyásoló italfélesek kategóriája rohamosan fog fejlődni. Döntően az antistressz jelleg, ami az egyik fő iránynak tekinthető, és az érzelmi szintünket tán egyensúlyba hozza, ha már ezt sikerült elszúrni. A harmadik irány mindenképpen a különböző gyümölcslevek és üdítőitalok piacán történő megjelenés. Itt is az érvényesül, amely mondjuk azt, hogy bioaktív, tehát felszívódó állapotban tartalmazza a hozzáadott anyagokat. Itt úgy gondolom, hogy a technológiai fejlődés különösen fontos. Konkrét példákat tudok arra, hogy mennyire fontos. Megkerestek minket, azzal, hogy olyan italok fejlesztenek ki, ami teljesen természetes állapotban tartalmazza ezeket az anyagokat, mert a technológia úgy oldja meg, hogy teljesen természetes legyen. Itt a fogyasztási fenntartás a mesterségesen hozzáadott anyagokkal van. Itt az a gond, hogy eleve a gyümölcsleveket az ember önmagában egészségvédő hatásúnak gondolja, és nem biztos, hogy meg akarja fizetni azt, ha ehhez hozzáadnak valamit.

K: Miben látja a legnagyobb eltéréseket a hazai piac és a nemzetközi között?

V: Legnagyobb mértékben az érzékenységi határozza meg a különbségeket. Ha Nyugat-Európát, vagy a fejlettebb országokat nézem, akkor maga az egészség trend is differenciáltabb, diverzifikáltabb, mint nálunk, éppen ezért nagy valószínűséggel egy olyan termékskála áll rendelkezésre, amely jobban széthúzott és egy jóval nagyobb réteg tudja megfizetni ezeket. Magyarországon viszont egyértelmű az a trend, hogy ez az a kategória, ami a válságot is kibírja, és inkább növekedik, mint csökken, ugyanis az a réteg, aki ezeket a termékeket meg tudja fizetni, azok nem feltétlenül az árra érzékeny kategóriában, hanem a preventív kategóriában vannak. Elsősorban az ártényező, másodsorban a piac fejlettsége gondolkodásmódban. Ami a fő különbség mondjuk egy nyugat-európai és egy magyar valóság között, az az, hogy az önkárosító magatartással élő aránya, akik egészségtelenül táplálkoznak, lényegesen nagyobb itt Magyarországon. Ha az USA-val hasonlítjuk össze, akkor azt látjuk, hogy nálunk mondjuk 60%-nyi fogyasztó az, akit a nem tudatos táplálkozás jellemez, és az áttérés a tudatos táplálkozásra nem valósul meg, addig az USA-ban ez 20%. Pedig az elhízás az USA-ban a legmagasabb. Kicsit paradox a helyzet, mert nálunk meg 60% a rizikómagatartású csoport. Eközben a preventív csoport az nem tér el jelentősen a külföldi arányoktól, kérdés az, hogy mit bír ki itt és mondjuk Nyugat-Európában egy ilyen csoport, mit tud megvásárolni.

K: Megfelelőnek tartja a funkcionális élelmiszerekkel kapcsolatos hazai marketing gyakorlatot?

V: Én úgy gondolom, hogy miután a funkcionális élelmiszer nagyvállalati kategória sok esetben multinacionális vállalat terméke, ezért a marketing is kellőképpen kifinomult. A gyenge pont fogyasztói elfogadás és az érzékenység kérdése, én a marketing tevékenységben nem látok problémát. A Danone-t, mint jelentős funkcionális ital-gyártó céget nem az izgatja, hogy a reklámnak mi a direkt hatása a márkaimázsra és a termék megítélésére, hanem egyre inkább azok a CSR kampányok érdeklik, melyeknek bizonyos hatása van. Létezik már oszteoporózis-, menopauza club, vagy iskolabusz, amely a gyerekek edukációját próbálja előirányozni. A Danone azzal törődik, hogy azoknak milyen a hatása a márka és a Danone megítélésére, tehát indirekt marketinget folytatnak inkább. Már nem arra helyezik a fő hangsúlyt, hogy csak eladni akarjanak, hanem egyfajta mélyebb lojalitás kialakítására törekcszenek. Ráadásul nagyon jó kapcsolatokat ápol azokkal a szervezetekkel, akik indirekt befolyásoló hatással bírnak, és hiteles forrásnak szolgálnak a fogyasztók szempontjából, mint például a Magyar Táplálkozástudományi Társaság. Ilyenek a dietetikusok is, akiknek nagy a hatása a fogyasztók befolyásolásában. Tipikusan Good Practice a Danone, egyértelmű a fogyasztóorientáció. Megjelenik a támogatás, és a szponzoráció jelleg is.

K: Hogyan jellemezné nálunk a funkcionális élelmiszerek fogyasztóit?

V: Úgy gondolom, hogy a kor az kevésbé fontos. Inkább nők fogyasztanak ilyeneket. Inkább eltolódik a 40-nél fiatalabbak irányába, és a nagyvárosok felé. Ha az életstílus szempontjából vizsgálom, akkor nekünk a racionális élelmiszerfogyasztó jött ki. Úgy tűnik, hogy ezeket a termékeket – annak ellenére, hogy ott van a nagy vállalatoknál az emocionális töltet –, a fogyasztó most még megítélésem szerint racionális alapon közelíti meg. Önmagában a különböző dúsított, energiasökkentett termékek is ebbe a körbe tartoznak. Ha ennek az evolúcióját nézem, hogy hogyan fog történni az átalakulása, akkor 3 csoportot különböztethetünk meg. Első vonalban azok a fogyasztók vannak, akik a külső tényezők szorító hatása miatt kezdenek ilyen termékeket fogyasztani. Ilyenkor jönnek be a piacra az energiasökkentett termékek. Munkahelynek való megfelelés, baráti körnek való megfelelés, a szépségideálnak történő megfelelés jön elő. Az is evidens, hogy ez a fajta energiaszegényített-, és tápanyag-visszafogás valójában kicsit drasztikus irány. Ebből alakult ki véleményem szerint a belső értékek, normák által irányított személyiségnek a megjelenése az evolúciós folyamatban, aki inkább már a kiegyensúlyozott étrendre helyezi a hangsúlyt. Azon belül helyezi el a funkcionális élelmiszerek fogyasztását célzottan arra, amire úgy gondolja, hogy „amire hajlamos vagyok majd később, prevencióban gondolkodom, akkor ilyen terméket fogyasztok”. A harmadik csoport szerintem, aki a szociális normák által átítatott személyiség, aki azt

mondja, hogy most már, hogy nem csak saját magára kell figyelnie, és nem csak magáért van felelőssége az étel- és ital kiválasztásában, hanem például a család, vagy az ismerősök befolyását is célul tűzi ki. Már felelősséggel tartozik, etikailag fontosnak érzi azt, hogy rávegyen másokat is. Igazából, ha ide eljutnánk, akkor lehetne igazán nagy piaca a funkcionális étel- és italnak. Világos, hogy ebben a hármásban lehet elemezni azt, hogy melyik funkcionális termék kapcsolódik melyikhez. Az 1. kategóriában az energiacsökkentett termékek találhatók, vagy zsírban és/vagy cukorban csökkentett termékek. Később jönnek a dúsított, csökkentett, egyensúlyt biztosító étel- és italok. A legvégén pedig azt hiszem már egy magasabb kategória. Teljesen egyértelmű, hogy valójában, amiről beszélünk az a LOHAS. Hogy a LOHAS csoporton belül ez a 3 irány mennyiben jelenik meg, azt még nem vizsgálták.

K: Milyen egészségügyi előnyöket tartanak Ön szerint a hazai fogyasztók a legfontosabbnak és várnak a funkcionális étel- és italoktól?

V: Ha megint a hármast nézzük, akkor az, aki a külső normáknak akar megfelelni, nála az energiacsökkentés, mint irány jelenik meg. Az elhízás és túlsúlyosság magyarországi helyzete miatt ez fontos szempontként jelenik meg. Lényegében üres étel- és italokat fogyasztunk. Valaki úgy fogalmazta ezt meg, hogy míg Afrikában azért éheznek, mert nincs étel- és ital, mi azért mert nem akarunk enni. Extrém, ha mindenből 0% van egy étel- és italban, de tudomásul kell venni, hogy nem illeszkedik az életmódunkhoz a táplálkozás. Lényegében az élvezeti érték megjelenés miatt az emberek többet esznek, mint amennyit kellene. A másik, a belső normák által átítatott személyiség. Ő már túl van ezen az irányon, nála a wellness irány és az étrend kiegyensúlyozottsága játszik fontos szerepet és az étrend optimális összetételű funkcionális étel- és italok, például a megfelelő Ca:P arányú étel- és italok, melyek 1:1 arányban tartalmazzák ezeket. Megjelenik nála a bio-étel- és ital is. A 3. irány teljesen tisztában van már mindennel, ők azok a részek a LOHAS csoportnak, akik a leginkább tisztában vannak a tudásanyaggal. Maguk képesek irányítani magukat, és a család táplálkozását is. Majd ő eldönti, hogy mit választ ki. Sokkal tudatosabb fogyasztó, és nála a hitelesség kulcsszóként jelentkezik, és a hitelesség mentén fogja kiválasztani a termékeket.

K: Mi a véleménye a funkcionális italok fogalmáról?

V: Az étel- és ital teljesen evidens, hogy különválnak. Az, hogy folyékony összetevők nagyobb arányban fordulnak elő, az evidens. Az italnak talán az az előnye, hogy az időkímélő fogyasztó számára gyors megoldást jelenthet. Ha az italokba képesek betenni bioaktív módon a különböző hatásokat, tápanyagokat, és a felszívódása is megfelelő, akkor gyakorlatilag ezzel az ital-

lal képes valaki a tápanyagegyensúlyát fenntartani, hogy közben az energiasűrűsége nem túl magas a terméknek. Erre egy példa: a tévhitekkel ellentétben a teljes tej, 3,6-os nem hizlal. Italok nagy előnye, hogy energiában szegényebbek. Egyfajta egyensúlyteremtő termékként képes lehet valaki ezt fogyasztani. Hátránya ez is ebből adódik, hogy energiaszegényebb, de itt az arányokon van a hangsúly. Csak funkcionális élelmeken sem lehet élni, ez teljesen egyértelmű. Nagyon tudatos fogyasztónak kell ahhoz lenni, hogy tápanyagtáblázatok alapján vásároljunk, mondjuk, van egy ilyen réteg, de lehet, hogy ők inkább a betegségük miatt. Ha a nutrigenomika jelenségét nézem, akkor előbb utóbb ez a tudatos fogyasztó elméletileg egyszer eljuthat eddig a pontig, hogy teljesen tervezetten vásárolja meg az élelmiszereket, és patikamérleggel számolgassa a tápanyagokat. Ezt nem tartom jónak, ez az egészségterror kategóriája. Ennek a káros hatásait kéne kivédeni. Nem mondanám, hogy élelmiszer és ital külön, hanem ennek egyfajta harmóniáját kell megteremteni. Nem feltétlenül választanám külön. Egy normál fogyasztó nem fogja szerintem mérlegelni.

K: Hogyan csoportosítaná a funkcionális italokat?

V: Háromféle csoportosítás a tejtermék-, gyümölcs-, antistressz irány. Másik az, hogy mire hatnak, preventív jelleggel is természetesen. (Pl.: csonttritkulás megelőzése, szív-és érrendszeri megbetegedéseknél az omega3 zsírsav, halolajban dúsított termékek köre) Lehet kategóriánként és betegségmegelőző csoportonként is kezelni.

K: Az energiaiitalokat funkcionális italként tartja?

V: Az energiaiitaloknál is jöhetnek a természetes alapanyagokból készülő energiaiitalok. Az energiaiitalokat tipikusan egészségtelennek tartják a piacon. Úgy gondolom, hogy ha valaki csak mértékkel fogyaszt ezekből, akkor nem hiszem, hogy annyira egészségkárosító hatása van. Itt is megint az arányok a fontosak. Akkor sorolom ide, ha természetes állapotban tartalmazznak összetevőket. Bio-energiailal az már inkább ilyen kategória.

K: Mi a véleménye a következő esetekről? A „születetten” funkcionális italokat (természetes FI), például a zöld teát vagy a vörösbort ide sorolja, vagy külön kategóriának tartja?

V: A természetes funkcionális italokat külön kezelném, ha kategorizálni kellene, de ha ezek plusz előnnyel rendelkeznek, akkor az nagyobb lehetőség. Mangalicahús is funkcionális élelmiszernek tekinthető fogyasztói szempontból, mert ők azt hiszik, hogy koleszterinszint csökkentő előnye

van, pedig ez nem igaz, magasabb, mint a hagyományos sertésnek, csak az omega3 arány miatt jobb. Legalább annyira ismert a vörösbor jótékony hatása. Ez egy fontos irány, hogy természetes legyen, ha nem is bio. Ha tudatosan fogyasztja, akkor az funkcionálisnak tekinthető. A zöld teát nagyon felértékeljük. A lakosság 30% szerint a margarin tejtermék, nem tudják, hogy mi az, hogy probiotikus. Minden, ami természetes, az jó, minden, ami mesterségesen lett összeállítva, az az emberi szervezet számára szokatlan.

K: Ön szerint ide sorolhatóak azok az italok, melyek alapvetően egészségtelenek, de hozzáadott bioaktív anyagokat tartalmaznak? (pl: proteines vodka)

V: Az egészség trendet minden iparág ki fogja használni, de én azért a funkcionális kategóriába azért az egészségvédő funkciókat sorolnám. Egy extrémítás a funkcionális italok területén, hogy a tehenet ritkábban fejik és felhalmozódik benne szterointtartalom-növelő összetevő, ami miatt nyugalmat sugárzó tej jön létre. Kiszűri a fogalom a káros összetevőket, inkább csak az tartozik ide, ami jótékony hatású. A vodka sem feltétlenül egészségtelen, de sok proteint senki nem visz be ebből a pár deciből.

K: Ön szerint ide sorolhatjuk azokat az italokat is, melyek alapvetően egészségtelenek lennének, de mesterségesen kivonták belőlük az egészségre káros anyagokat? (pl.: light cola)

V: A csökkentett kalóriatartalom, energiatartalom mindenképpen funkcionális terméknek tekinthető, mert ugyanolyan egészségvédő célt szolgál. Nincs olyan hogy egészséges, és egészségtelen termék, az egész étrendet kell néznünk. Ha az étrendünkről tudjuk, hogy kalcium hiányos, akkor logikus, hogy a kalciumot pótolni kell. Light Cola: Az a kategória, mint a vodka, hogy a cukorhelyettesítés megteszi, de az aszpartamról, amivel helyettesítik rosszak a vélemények. Természetes vagy mesterséges, megint ez jön elő. Az aszpartam az mesterséges, és a kutatások egy része azt mutatja, hogy nem egészséges. Ha ez a szűrő szempont, hogy egészségvédő-e, akkor a light cola nem tekinthető annak, mert nem egyértelmű az aszpartam megítélése. A jövőben az lesz funkcionális, ami rendelkezik egészségvédő állítással. Ha rajta van a hivatalosan megfogalmazott egészségvédő hatások listáján, akkor az, ha nem akkor nem az. A light Cola biztos nem kapja meg ezt a minősítést.

K: Az energiatalt a funkcionális italok közé sorolja?

V: Alapvetően nem, de javíthatja a kategória megítélését, ha bio. Ha a kávé gyógy gombára épül, akkor az már benne van ebben a körben. A sima kávéról ellentétesek a hírek, az is egy természetes állapotú termék, lehet ez is funkcionális, mert nem lehet ráfogni egyértelműen, hogy egészségtelen, de mindenkire máshogy hat.

K: Tehát a funkcionális étel/fogyasztó fogalom is lehet egyénenként változó?

V: Maga a funkcionális ital fogalom is lehet egyénenként változó, lehet, hogy valakinek a kávé Health-ital, valaki számára egy „méreg”. A szervezet pontosan tudja, hogy mit akar enni, nem szabad megerőszakolni. Nem biztos, hogy tervezetten kéne étkezni, inkább mindenből mértékkel elven. Ha jól érzem magam, akkor van oké. Ha nem, akkor kialakul a krónikus stressz, és miatta a krónikus betegségek és az önkárosító magatartásforma is, azért kezd el valaki inni, mert depressziós. Ott tartunk, hogy nem csak a funkcionalitást kell nézni. A funkcionális étel/fogyasztó a biológiai, és a lelki egészségre is hat. Lelki,-és biológiai egészségre is hat. Van ott még szociális jellegű egészség is, ami arra szolgál, például a hagyományos étel/fogyasztó, hogy mondjuk egy rekreációhoz, kikapcsolódáshoz, falusi turizmushoz, a helyi termékekhez a helyi közösségépítéshez kapcsolódjon.

K: Érez-e lényeges különbséget, a funkcionális ételeket- és italokat fogyasztó fogyasztói csoport között, vagy ugyanazok a célcsoporttagok?

V: Nincsen különbség, de a Danone pontosan tudna erről válaszolni, hogy milyen a háttere a funkcionális italok fogyasztói csoportjának. Trendként megjelenik az öregedést gátló hatás és a teljes wellness szemlélet. A joghurt speciális eset, mert sokan fogyasztják, attól függetlenül, hogy más funkcionális étel/fogyasztót nem fogyasztanak mellette. A célcsoportok szerintem jelentős mértékben átfedik egymást.

K: Minden esetben egészségtudatosnak tartja ezeket a fogyasztókat?

V: Aki energiatalt fogyaszt, az nem tekinthető egészségtudatosnak, abból a szempontból nem, hogy nem azért fogyasztja, mert egészségesebb akar lenni, hanem mert stresszoldó hatása van. Lelki egészségre hathat, de mindenképpen egy élvezet,- örömkeresési forrás szempontjából fogyasztják. A kávé is ilyen megítélésű, de jobban védhető, mert vannak kedvező táplálkozás-élettani hatásai.

Megjegyzés:

Megkérdezés ideje: 2012. 10.19.

Megkérdezés módja: Személyes megkérdezés

Megkérdezés helye: Pécs

7. melléklet: Funkcionális élelmiszeralkotók csoportosítása és a nekik tulajdonított egészségügyi hasznosság

16. táblázat: A funkcionális élelmiszer-alkotórészek csoportosítása

Funkcionális élelmiszer-alkotórész	Példák	Állított egészségügyi hasznosság
Probiotikumok	Tejsav-baktériumok, bifidobaktériumok	Javítják a bélrendszer mikroflóráját és működését, mérséklik a hasmenést és a székrekedést, erősítik az immunrendszert, csökkentik a koleszterinszintet, gátolják a bél kórokozóit és a daganatok előfordulását
Prebiotikumok	Oligoszacharidok, rezisztens keményítő, pektinek	Ugyanaz, mint a probiotikumoknál, de fokozzák a kalcium és a magnézium felszívódását is (csökkentik a csontritkulást)
Vitaminok	Folsav, B6-, B12-, D-, K-vitamin	A kardiovaszkuláris betegségek és a csontritkulás csökkent kockázata.
Ásványi anyagok	Kalcium, magnézium, cink, szelén	A csontritkulás csökkent kockázata, az immunrendszer erősítése, a rosszindulatú daganatok kockázatának csökkentése.
Antioxidánsok	Tokolok (pl.: E-vitamin), C-vitamin, karotinoidok, flavonoidok, zöld tea, polifenolok	Csökkentik az érleszedés kockázatát, gátolják a daganatok kialakulását, mérséklik a DNS oxidatív károsodását, késleltetik az öregedést, gyulladásellenesek.
Fehérjék, peptidek és aminosavak	Tripeptidek a tejfehérjéből	Csökkentik a vérnyomást, továbbá befolyásolhatják a fizikai és megismerési funkciókat.
Zsírsavak	N3-zsírsavak, CLA	Csökkentik a kardiovaszkuláris betegségek kockázatát, mérséklik az ízületi gyulladás tüneteit, a klimaxszal járó tüneteket, redukálják a daganatok kockázatát.
Fitokemikáliák (növényi eredetű vegyületek)	Fitoszterolok, bétaglukánizó-flavonok, lignanok	Csökkentik a szérum-koleszterinszintet, szabályozhatják a hormonfüggő betegségeket, a hőhullámokat és a daganatok kialakulását.

Forrás: Szakály (2011) p. 60., hivatkozott Bíró (2004)

8. melléklet: Trendek és előrejelzések a (funkcionális) élelmiszerek piacán

Szakály Zoltán egy 2008-as cikkében összefoglalta a funkcionális élelmiszerpiacon megjelenő magyarországi trendeket és tendenciákat. Megállapította, hogy – ahogyan azt többen előre megjósolták –, az egészség és a wellness trend meg erőteljesebben érvényesül, mint valaha, egyre többen keresik a funkcionális élelmiszereket. A táplálkozással kapcsolatos fogyasztói magatartás átalakulóban van, egyre inkább aszerint fogyasztják az élelmiszereket az emberek, hogy azok „jó” vagy a „rossz élelmiszerek” kategóriájába tartoznak-e.

Fontos döntési szempontot jelent, hogy gyorsan és kézzelfogható hatást érzünk el, és Biacs (2007) szerint egyre nagyobb szerepe van az egy adag, egy porció fogalmának, ami biztosítja a fogyasztók számára, hogy nem adagolják túl a tápanyagokat. Mindinkább előtérbe kerül a természetesség. Ezt a szerző szerint úgy kell értelmezni, hogy a fogyasztók a mesterséges, vagy annak vélt anyagokat nem szívesen, ugyanakkor a természetben előforduló bioaktívumokat szívesen fogyasztják, valamihez mesterségesen hozzáadott formában is. A természetesség kereséséhez kapcsolódó fontos megállapítás, hogy az organikus élelmiszerek akár a funkcionális élelmiszerek versenytársai lehetnek, mivel ebben az esetben a természetes és a mesterséges dolgok kerülnek egymással szembe.

A jó- és rossz szénhidrátok és a zsírok kérdése is középpontba kerül, és előtérbe kerülnek az alacsony glikémiás indexel rendelkező élelmiszerek. Ezen túl az egyén táplálkozásának önmenedzselése is egyre jellemzőbb, ugyanis az általános elvárásokon felül a fogyasztók már személyre szabottan akarják tudni, hogy mely élelmiszerek fogyasztásával őrizhetik meg egészségüket (pl.: tudják, hogy milyen betegségekre hajlamosak, és ennek megfelelő egészségvédő élelmiszert fogyasztanak) (Szakály, 2008 hivatkozott Biacs, 2007).

Az idő továbbra is nagyon fontos tényező lesz az élelmiszervásárlásnál, melynek következtében a funkcionális élelmiszerek között nagy számban jelennek meg a szeletek, kisebb adagok, hogy azokat utazás közben, vagy munka közötti szünetekben el lehessen fogyasztani (Töröcsik, 2003). Így lehetőség van egészséges étkezésre még akkor is, ha az ember nem ér rá főtt ételt enni.

A funkcionális élelmiszerek jövője kapcsán, és egyben azon túlmenően szó kell ejteni az úgynevezett nutrigenetikáról, mely a személyre/génekre szabott táplálkozást jelenthetné az emberiség számára. A nutrigenetika célja, hogy *megmagyarázza, genetikai felépítésünk ho-*

gyan képes befolyásolni a táplálkozás és betegségek közti kölcsönhatást, azaz génjeink hogyan hatnak a tápanyagok hasznosulására a szervezetben” (Táplálkozási Akadémia, 2011).

Ez a viszonylag újnak számító tudományág egy alapjaiban más ételmezőfogyasztói magatartást eredményezne, hiszen ha általa lehetővé válna pontosan felderíteni, hogy kinek milyen tápanyagokra, és ebből kifolyólag milyen ételmezőkre van szüksége, akkor teljesen megváltozna az emberek táplálkozashoz való viszonya. Úgy vélem, hogy a világ ma még nem tart itt, és egyelőre a funkcionális ételmezők fogyasztása sem ölt globális méreteket.

9. melléklet: Kismintás kérdőív kérdéssora, és legfontosabb eredményei

Kérdések:

1. Mit jelent az Ön számára az a fogalom, hogy funkcionális ital?
2. Nevezzen meg három funkcionális ital terméket/márkát!
3. Fogyaszt-e Ön rendszeres funkcionális italt? Ha igen, mit? Ha nem, miért?

Az első kérdés esetében – tehát a fogalom meghatározásánál – leginkább a funkcionális italok hatásaira vonatkozó állításokat adtak a kitöltők, de a legtöbben nem tudták megfogalmazni, hogy milyen hatással bírnak az ilyen italok. Mindössze ötször említették, hogy *az egészségre kedvező hatással bírónak, egészségesnek* gondolják az említett kategóriába tartozó italokat. Négy válaszadó egyértelműen az energiaiitalokkal, heten pedig a fejlesztett funkcionális italokkal azonosították az egész kategóriát. Volt olyan válaszadó is, aki kizárta a fejlesztett italokat, mert kiemelte, hogy szerinte a funkcionális italok nem lehetnek dúsítottak, kizárólag természetes eredetűek. Heten konkrét összetevőt is megneveztek. Két válaszadó kifejtette, hogy a funkcionális italok – véleményük szerint – *nem tartalmazhatnak alkoholt*, míg egy valaki úgy fogalmazott, hogy *„alkoholtartalmuk nem lehet túl nagy”*. Ez a meghatározás kizárja a borok, mint funkcionális italok csoportját. A válaszadók nagy része nem tudta egyértelműen meghatározni a fogalmat, de valamilyen véleménye volt a kategóriáról, viszont olyan is akadt, aki kifejezetten leírta, hogy szerinte minden italnak van funkciója, és nem tud különbséget tenni funkcionális, -és nem funkcionális ital között. Egy válaszadó úgy véli, hogy ezek az italok semmiben sem különböznek társaiktól, csupán a gyártó alapozza az értékesítést valamilyen – az italnak köszönhető – hatásra. Ketten azt is megemlézték, hogy a funkcionális italok társasági élethez, sportoláshoz valóak, illetve egy válaszadó írta le, hogy nem gondolja jónak az ilyen italok rendszeres fogyasztását.

A funkcionális ital termékek/márkák esetén – ahogyan azt már a fogalom meghatározásokkor is sejteni lehetett – az *energiaitalt* említették a legtöbben (27 említés). A csoporton belül a Red Bull (18 említés) és a Bomba (7 említés) márka jelent meg a legtöbbször, de írták a Hell-t, a Burn-t és a Monster energiaitalt is. A második leggyakoribb említés a *kávé* esetében volt. Itt olyan márkákat említettek, mint a Tchibo, az Omnia, a Paloma, vagy a Karaván, de megjelent a Starbucks neve is. Ebben a kategóriában, 5 említéssel a Nescafé végzett az első helyen. Az energiaitalok és a kávék után az ivójoghurt/ joghurtital kategória kapta a legtöbb említést, valamint páran kiemelték a Danone Activia joghurtot. Ez utóbbi már önmagában is

érdekes, mivel én ezt az élelmiszert inkább az ételek közé sorolnám, mint az italokhoz. Minden esetre az Activia-t a válaszadók külön kezelték a többi joghurttól, úgy gondolják, hogy többletértékkel bír azokhoz képest. Meglepetten tapasztaltam, hogy az *alkoholt* ugyanannyian gondolják funkcionális italnak, mint – az előző – ivójoghurtok kategóriáját, és egy pillanatra elgondolkodtam azon, hogy vajon mekkora azon fiatalok aránya, akik ennyire nincsenek tisztában a fogalommal, és érdemes-e egyáltalán a korosztály funkcionális ital fogyasztását nagyobb mintán vizsgálni. Olyan márkákat említettek meg, mint a *Jägermeister*, a *Bacardi* és az *Unicum*, de nem indokolták, hogy miért tartják ezeket funkcionális italnak. A *bort* csak egy válaszadó írta. Valaki a *kólát* és a *szénvasmentes ásványvizet* is ide sorolta. Negyedikként a *teát/zöldteát* említették meg a legtöbbször, valamint - megkönnyebbülésemre - olyan italok is említést kaptak, mint a *gyógyvizek*, a *kaukázusi kefir*, a *Ca-val dúsított tej*, valamint *kakaóital* és a *vitaminnal dúsított gyümölcsle*. Érdekes volt, hogy (relatív) sokan megemlítették a sport-italokat és az izotóniás italokat. Volt példa a *babavíz*, a *fogyasztóitalok*, a *lúgosító italok*, a *100%-os gyümölcslevek*, a *szójatej*, *rizstej* és a számomra eddig ismeretlen termék, a *búzafülé* említésére is. 25 hallgató, azaz a megkérdezettek közel 60%-a fogyaszt rendszeresen funkcionális italt, illetve az általuk annak tartott ital valamelyikét. 14%-uk alkalmanként, néha fogyaszt csak ilyet, és legtöbbször kávé, illetve energiasital formájában. A fogyasztás esetében a kávé megelőzi az energiasitalt, harmadik helyen pedig a tea/zöldtea kategóriája áll. A „Fogyaszt-e Ön rendszeresen funkcionális italt” kérdésre nemmel válaszolók (kb. 16 %) különböző okok miatt nem iszik funkcionális italt. Néhányan egészségtelennek tartják őket, félnek a mesterséges összetevőktől, úgy vélik, hogy azokat az anyagokat, amiket a funkcionális italok tartalmaznak máshonnan, egészségesebb formában is be tudják juttatni a szervezetükbe. Volt olyan válaszadó, aki egyszerűen azzal indokolta nemleges választát, hogy csak vizet iszik, de olyan is akadt, aki bevallotta, hogy lehet, hogy fogyaszt, de biztos, hogy nem tudatosan teszi ezt, ugyanis nem tudja, hogy mit jelent maga a fogalom.

10. melléklet: Lehetséges gyümölcsle alkotóknak tulajdonított egészségügyi hasznosság

17. táblázat: Gyümölcsök és zöldségek egészségügyi hasznossága

Funkcionális élelmiszer-alkotórész	Példák	Fontosabb egészségügyi hasznosság	Gyümölcslé-alkotó
Vitaminok	Karotionidok, béta karotin	Antioxidánsként működnek, tehát csökkentik az érlelmezés kockázatát, gátolják a daganatok kialakulását, mérséklék a DNS oxidatív károsodását, késleltetik az öregedést, gyulladás-ellenesek.	sárgarépa, sütőtök, paradicsom
	A-vitamin	Részt vesz megfelelő a normál vasanyagcserében, hozzájárul a nyálkahártyák normál állapotának fenntartásához, a bőr normál állapotának fenntartásához, a normál látás fenntartásához, az immunrendszer normál működéséhez, szerepet játszik a sejtek differenciálódásában.	barack /kajszi, mandarin, meggy, paradicsom, sütőtök, sárgarépa, szőlő
	E-vitamin	Antioxidánsként működik, tehát nagyrészt ugyanaz a hatása, mint a karotionidoknak, valamint hozzájárul a sejtek oxidatív stresszel szembeni védelméhez.	paradicsom, sárgarépa, málna, szilva
	C-vitamin	Erős antioxidáns. Hozzájárul az immunrendszer normál működéséhez, a normál kollagén képződéshez és ezen keresztül az erek, porcok, a fogak és a fogíny, a bőr normál állapotának, működésének fenntartásához, a normál csontozat fenntartásához. Hozzájárul a normál energiatermelő anyagcsere-folyamatokhoz, az idegrendszer normál működéséhez, a normál pszichológiai funkció fenntartásához, a sejtek oxidatív stresszel szembeni védelméhez, valamint a fáradtság és a kifáradás csökkentéséhez.	dinnye, egres, citrom, narancs, csipkebogyó, fekete ribizli, paradicsom, szeder, szamóca
	B1- vitamin	Több enzim működésében is részt vesz. A terhes nők és a szoptató anyák tiamin igénye nagyobb.	banán
	B2-vitamin	Fontos szerepet töltenek be a méregtelenítésben és a szöveti légzésben	egres
	B6-vitamin	Részt vesz a normál cisztein-anyagcserében, a normál energiatermelő anyagcsere-folyamatokban, hozzájárul az idegrendszer normál működéséhez, a normál pszichológiai funkció fenntartásához, a normál vörösvérsejt-képződéshez, az immunrendszer normál működéséhez, a fáradtság és a kifáradás csökkentéséhez, és a hormonális aktivitás szabályozásához.	banán, sárgarépa
	Kalcium	Fontos szerepet játszik a csontok keménységének és nyomási szilárdságának fenntartásában, az ingerlékenység szabályozásában, az izom-összehúzódás megindításában, a véralvadásban, a normál vérnyomás fenntartásában, egyes enzimek működésében.	banán
Ásványi anyagok	Foszfor	A csontok szilárdságának biztosításán túl a fehérje-, a szénhidrát-, a zsíranyagcserében, az energiatárolásban és-átvitelben fontos szerepe van.	csipkebogyó
	Kálium	Nátriummal együtt részt vesz az ingerület átvitelben, a sav-bázis egyensúly fenntartásában, az ozmotikus nyomás fenntartásában.	banán, narancs, vörös ribizli, szőlő

Forrás: Saját szerkesztés 432/2012/EU RENDELET, Rodler Imre (2008), valamint Ábrahám Zoltán (1999) alapján

11. melléklet: Fiatalok fogyasztására vonatkozó legfontosabb szekunder adatok

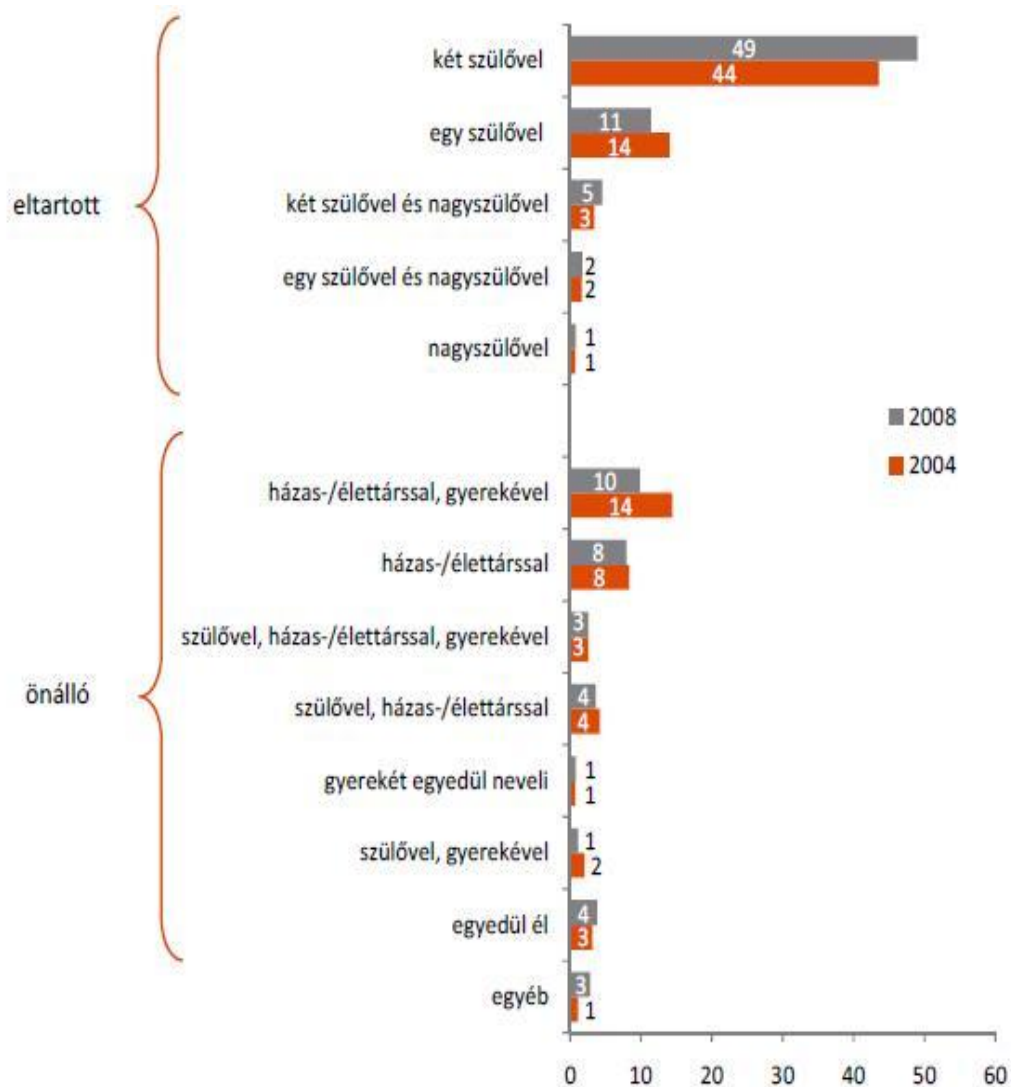
Kutatásomhoz elengedhetetlen, hogy ne csak a funkcionális italok szempontjából, de általánosságban is megvizsgáljam a fiatalok fogyasztói magatartását, motivációit, és a generációra jellemző vásárlási szokásokat. A fiatalok fogyasztói magatartásának mérése nagyon összetett dolog. Már önmagában az is nehezíti a kutatást, hogy a „fiatalok”, mint fogyasztói szegmens határai nehezen meghúzhatóak. A szakirodalom sokféleképpen közelíti meg, hogy kiket tekint fiatalnak. Beszélhetünk biológiai megközelítésről, valamint szociológiai, jogi és életkor szerinti lehatárolásról is. Ha megfogalmaztuk a csoport határait utána Töröcsik Mária (2011) szerint a fiatalok leginkább úgy elemezhetőek, ha szcénákba, milió- vagy életstílus-csoportok szerint vizsgáljuk őket. Primer kutatásom során a 15-25 évesek korosztályát soroltam a fiatalok közé, de a többféle megközelítés miatt a szekunder adatok korosztály-értelmezése ettől olykor eltér.

11.1. A fiatalok fogyasztói magatartása

A fiatalokat mindig nehezen érti meg a többi korosztály. A szülők folyton arra hivatkoznak, hogy bezzeg, amikor ők voltak ennyi idősök, akkor másképp viselkedtek, és máshogy viszonyultak dolgokhoz. A nagyszülők szerint az ő gyerekeik nem voltak ilyen kezelhetetlenek és furcsák. Én úgy gondolom, hogy a mai fiatalok sem azok, ha megfelelően szólítjuk meg őket. Ez mind az egyes társadalmi kapcsolatokon belül, mind a marketing területén igaz. Ahhoz viszont, hogy megtudjuk, a fiatalokkal hogyan kell bánni, meg kell őket ismernünk, fogyasztási magatartásukon keresztül fel kell tárnunk motivációikat, a világhoz történő viszonyulásukat. Nem szabad azonban elfelejtenünk, hogy nem minden fiatal egyforma, így hát nem általánosíthatunk.

A fiatal korosztály vizsgálati nehézsége a csoport határainak megfogalmazásán túl egyéb hátrálható tényezőkből is adódik. Mivel a vizsgált szegmens bizonyos tagjai kiskorúak, a többiek viszont inkább fiatal felnőttek, ezért jelentős eltérés mutatkozik meg fogyasztásukban. A húszas éveikben járó fiatalok mindennapjaikban és értékeikben a felnőttektől ugyan eltérnek, de szociális, politikai és gazdasági tekintetben már „felnőttek” tekinthetőek. Ezt a társadalmi jelenséget nevezi a szakirodalom posztadoleszcenciának (Szabó és Bauer, 2009 hivatkozott Vaskovics László 2000).

A posztadoleszcencia jelensége további nehézségeket okoz a fiatalok kutatásánál, ugyanis ebből adódóan a csoport tagjai anyagi-jövedelmi helyzetük, valamint a lakhatásra vonatkozó adatai tekintetében is különböznek egymástól. A 11. ábrán a fiatalok családösszetétel szerinti megoszlása látható.



11. ábra: A fiatalok családösszetétel szerinti megoszlása („Ön kívül él együtt?”), 2004-2008 (százalékos megoszlás)

Forrás: Szabó Andrea, Bauer Béla, 2009, p.56.

Az Ifjúság 2008 elnevezésű kutatás alapján a vizsgált évben a 15-29 éves fiatalok 30%-a önálló életvitelt folytatott, tehát már levált szüleitől a lakhatás tekintetében. A kutatásban alapvetően a lakhatás alapján különböztették meg a fiatalok két csoportját *önállóakra* (a szülő-től külön élnek) és *eltartottakra* (a szülőkkel együtt élnek). A lakhatáson kívül azonban még

rengeteg olyan dimenzió van, mely tekintetében a fiatalok leválhatnak a szüleiktől, vagyis amelyek alapján már nem tekinthetjük őket gyerekeknek.

Vaskovics László öt leválási dimenziót különböztet meg, melyek mentén magát a fiatal-kort értelmezi. Ezek a következők (Szabó és Bauer, 2009 hivatkozott Vaskovics László 2000):

- a jogi értelemben vett leválás,
- a közös fedél alóli leválás,
- anyagi és pénzügyi területen értendő leválás,
- az önálló döntést eredményező leválás, valamint
- az öntudatosulás.

Ezek a leválási dimenziók hol külön, hol együtt jelentkeznek, de az idő előrehaladtával egyre valószínűbb a teljes leválás. A nemek tekintetében jelentős eltérések vannak. Az, hogy „a lányok korábban érnek” itt kifejezetten megmutatkozik. 2008-ban a lányok 38, míg a fiúk csupán 23%-a tartozott az önállóak csoportjába. A vizsgált évben a fiatalok 37%-a anyagi és pénzügyi területen volt független szüleitől, de az önálló lakáshelyzetűeknek csupán 85%-a tartozott ebbe a csoportba. A szüleikkel együtt élők között körülbelül 14% volt azok aránya, akik már függetlenek voltak anyagilag (Szabó és Bauer, 2009).

Az egyes leválási dimenziók tekintetében rengeteg variáció képzelhető el a fiatalok esetén, és ezen kívül is számos lehetőség van (pl.: az életstílus szerinti, életkor szerinti szegmentációi) a generáción belüli csoportok elkülönítésére, én azonban nem csoportonként, hanem általában vizsgálom a fiatalokat.

Hogy rátérjek a fiatalok fogyasztására, először az általános fogyasztásra vonatkozó jellemzőkkel kezdeném. A fogyasztásunkat olykor nem racionálisan döntés előzi meg, sok esetben inkább emocionális töltete van. Ez alapján beszélhetünk racionális és emocionális fogyasztásról. Utóbbit további két kategóriára, az önmegnyugtató- illetve az önkifejező fogyasztásra bonthatjuk. Az emocionális fogyasztásnál a fogyasztás tárgyát képező terméknek, vagy szolgáltatásnak a szimbolikus jelentése a fogyasztónak minden esetben sokkal fontosabb, mint ténylegesen betöltött funkciója (Törőcsik, 2011).

A fiatalokra jellemző, hogy sokszor még csak keresik önmagukat és szeretnék felfedezni a világot. Az életükben jelen lévő számos kérdőjelet úgy szeretnék ellensúlyozni, hogy biztos pontokat akarnak az életükben tudni. A lányoknál például középiskolás korban még nagyon fontos, hogy ki a legjobb barátnő és kik azok, akik hátrébb szorulnak. A korosztály tagjai általában mindenkinek szeretik tudni a kapcsolatban elfoglalt pontos státusát. A fiatalok

szeretnének valamilyen csoporthoz tartozni, szeretnek rajongani, példaképeket állítanak maguk elé. Mindezek fogyasztásukban is erősen megjelennek, ezért azon belül nagy arány képvisel az önkifejező fogyasztás. A megvásárolt termékekkel kifejezhetik azt, hogy hova szeretnének tartozni, vagy például, hogy milyen zenét hallgatnak.

A 18. táblázat a teljes sokaságra vonatkoztatva mutatja be a fogyasztással kapcsolatos legfontosabb tevékenységekkel eltöltött átlagos időráfordítást a teljes lakossági átlag és a fiatalok összehasonlításában, attól függetlenül, hogy az adott sokaságból ténylegesen hányan végezték az adott tevékenységet. Mivel a táblázat az általam vizsgált csoportra vonatkozó adatokat két részletben (15-19, 20-29 éves) közli ezért a két csoport átlagát vettem mérvadónak. Az időmérlegből vett adatok abból a szempontból nem teljesen fedik le saját kutatásom célcsoportját, hogy egészen a 29 évesekig bezárólag reprezentálják a fiatalok csoportját, míg én csak a 25 éves korosztályig vizsgálódom, de nagyobb ívű áttekintésre alkalmasak.

**18. táblázat: A fiatalok és a 10-84 éves népesség átlagának napi átlagos időráfordítása
2009/2010**

	Napi átlagos Időráfordítás (perc/fő)			
<i>Tevékenység</i>	<i>15-19 évesek</i>	<i>20-29 évesek</i>	<i>15-29 évesek átlaga</i>	<i>10-84 éves népesség átlaga</i>
<i>I. Társadalmilag kötött</i>	406	458	432	440
<i>Kereső-, termelőtevékenység</i>	25	175	100	162
<i>Tanulás, önképzés</i>	227	67	147	40
<i>Háztartási és ház körüli munka</i>	47	79	63	133
<i>Közlekedés</i>	87	83	85	63
<i>Vásárlás</i>	8	14	11	16
<i>II. Fiziológiailag kötött</i>	724	708	716	725
<i>Alvás</i>	543	518	530	517
<i>Testi higiénia, öltözködés</i>	76	76	76	74
<i>Étkezés</i>	89	97	93	101
<i>III. Szabadon végzett</i>	311	274	292,5	275
<i>Mozi</i>	3	3	3	1
<i>Olvasás</i>	12	12	12	20
<i>Rádió-, magnó-, lemez-, CD-hallgatás</i>	4	2	3	2
<i>Tévénézés</i>	87	102	94	139
<i>Internetezés</i>	27	22	24	11
<i>Sport és egyéb testedzés</i>	18	9	13	7

Forrás: Saját szerkesztés, Időmérleg kutatás, KSH (2012 b.), pp. 20-21. A 10–84 éves népesség napi időfelhasználása korcsoportok szerint, 2009/2010 „A” táblázata alapján

A KSH 2009/2010-es Időmérlegének „A” táblázata alapján a 15-19 év közötti fiatalok átlagosan napi 11 percet töltenek el vásárlással, valamint 3-3 percet nassolással és/vagy kávézással/teázással. A korosztály, vásárlással eltöltött ideje ugyan lényegesen, mintegy 5 perccel kevesebb annál, ami az átlagra jellemző, de meg kell jegyezni, hogy a 60 éves kor eléréséig ez a szám folyamatosan növekvő tendenciát mutat (KSH b., 2012).

A mozi és kulturális tevékenységek látogatása tekintetében élen járnak, hiszen a 15-19, de még a 20-29 évesek is naponta átlagosan 5 percet fordítanak ilyen jellegű fogyasztásra. A fiatal korosztály – a mozin kívül – átlagban is sokkal több időt (292 perc) fordít a szabadon végzett tevékenységekre, mint a teljes átlag. Ez azzal magyarázható, hogy a 15-19 évesek többsége még nem dolgozik, így több eltölthető szabadideje marad. Ha csak a 20-29 éves korosztályt nézzük, náluk már kisebb, az átlagot erősen megközelítő értéket találunk. A fiatalok mindkét csoportja sokkal több időt tölt el közlekedéssel, mint a népesség többi tagja, melynek valószínűleg részben oka a tanulási intézmények lakhelytől való távolsága is, mely a tömegközlekedési eszközök intenzív igénybevételével jár. A táblázatból ugyan nem látható, de a távolsági tömegközlekedésre is a fiatalok fordítják a legtöbb időt, az átlagosnál 8 perccel több ideig utaznak tömegközlekedéssel (KSH b., 2012). A fiatalok szabadideje, illetve szabadon végzett tevékenységének nagyobb időtartama egyben azt is eredményezi, hogy kevesebb időt fordítanak társadalmilag kötött tevékenységekre (például a kereső-, termelőtevékenység).

A táblázatból az is kiderül, hogy a fiatalok sokkal több időt fordítanak internetezésre, viszont 33%-kal kevesebbet televízió-nézésre, mint a nagy átlag. Ez marketing szempontból azt jelenti, hogy az internetes hirdetésekkel a fiatal generáció könnyebben elérhető, mint bárki más. A fiatalok naponta átlagosan 24,5 percet, közülük a 15-19 évesek 27 percet fordítanak internetezésre. Sport és testedzés tekintetében is vezetnek, ez viszont leginkább a középiskolai kötelező tornaóráknak köszönhető, melyre a későbbi fejezetek során még kitérek.

A 19. táblázat azokra vonatkoztatva mutatja be a napi átlagos időráfordítást, akik ténylegesen végezték az adott tevékenységet.

19. táblázat: Az egyes tevékenységeket végző fiatalok és a 15-74 éves népesség átlagának napi átlagos időráfordítása 2009/2010

<i>Tevékenység</i>	A tevékenységet végzők napi átlagos időráfordítása perc/fő			
	<i>15-19 évesek</i>	<i>20-29 évesek</i>	<i>15-29 évesek átlaga</i>	<i>15-74 éves népesség átlaga</i>
<i>I. Társadalmilag kötött</i>	412	462	437	466
<i>Kereső-, termelőtevékenység</i>	176	395	285,5	347
<i>Tanulás, önképzés</i>	355	317	336	311
<i>Háztartási és ház körüli munka</i>	85	114	99,5	163
<i>Közlekedés</i>	105	97	101	82
<i>Vásárlás</i>	46	45	45,5	44
<i>II. Fiziológiailag kötött</i>	724	708	716	725
<i>Alvás</i>	543	518	530,5	507
<i>Testi higiénia, öltözködés</i>	76	76	76	74
<i>Étkezés</i>	89	97	93	101
<i>III. Szabadon végzett</i>	313	280	296,5	272
<i>Mozi</i>	127	113	120	126
<i>Egyéb kulturális intézmények látogatása</i>	341	143	242	141
<i>Olvasás</i>	77	72	74,5	76
<i>Rádióhallgatás</i>	71	39	55	64
<i>Tévézés, videózás, internetezés</i>	157	168	162,5	174
<i>Sport és egyéb testedzés</i>	97	92	94,5	85

Forrás: Saját szerkesztés, Időmérleg kutatás, KSH (2012 b.), p.109., p. 124., p. 127. „C” táblázatok alapján

A két (18., 19.) táblázat együttes vizsgálata alapján megállapítható, hogy míg sportra és egyéb testedzésre átlagosan majdnem kétszer annyit (13,5:7 perc) fordítanak a fiatalok, addig azok a fiatalok, akik rendszeresen mozognak, egyébként csupán mintegy átlagosan 10 perccel több időt fordítanak az ilyen jellegű tevékenységekre.

Míg a mozi látogatás esetében a 18. táblázatból csak annyit tudunk leszűrni, hogy a fiatalok mindkét csoportja naponta átlagosan 3-3 percet tölt el a moziban, addig a tevékenységet ténylegesen végzőket vizsgáló táblázatból már ki lehet olvasni, hogy átlagosan 120 percet tölt el a moziban egy fiatal, azon belül pedig a 15-19 évesek mintegy negyed órával több időt szánnak „filmnézésre”.

Vannak olyan termékek, melyeket a fiatalok sajátos életfelfogásuknak és motivációiknak megfelelően kifejezetten sokszor fogyasztanak, ezekre részben következtethetünk az előzőekben tárgyalt Időmérleg kutatásból is. Töröcsik Mária (2011) tizenhat kiemelkedő fogyasztási kategóriát, termékkört emel ki a fiatalok direkt fogyasztását tekintve, melyeket én hat témakörbe soroltam. Ezek a 20. táblázatban láthatóak.

20. táblázat: A fiatalokat leginkább érdeklő fogyasztási termékkörök

Külső megjelenés	Táplálkozás	Szabadidő, hobbi
Szépségápolás termékek Testápolási termékek Ruházati cikkek	Üdítőitalok Édességek Gyorséttermek	Szórakoztató zene Számítógépes játékok Diszkó Mozi
Sport	Közlekedés	Iskola, munka
Sporteszközök	Biciklik Motor, moped Utazás	Számítógép és tartozékai Tanulással kapcsolatos termékek, szolgáltatások

Forrás: Saját szerkesztés Töröcsik (2011) p. 237. alapján

A táblázatból kiderül, hogy a fiatalokat alapvetően milyen területek, és mely azokhoz kapcsolódó termékcsoportok érdeklik a legjobban. Látható, hogy a „komoly dolgok”, mint a közüzemi szolgáltatások, vagy a biztosítások, de még a lakhatás, lakberendezés sem került fel a listára. Ez annak köszönhető, hogy a fiatalok alapvetően még eltartotti státuszban vannak, nincs önálló keresetük – illetve csak minimális, az sem főállású munkából származik –, szüleiknél laknak, vagy legalábbis ők finanszírozzák számukra a lakhatást, ezért ez előbb felsorolt dolgokért nem ők felelnek.

A fiatalok nagy vásárlóerővel bírnak, s a költségek szempontjából is jelentős fogyasztói szegmenset képeznek. Több forrásból is jövedelemhez juthatnak (pl.: havi zsebpénz, munkakereset, alkalmi ajándékok, alkalmi munka, megtakarítások, ösztöndíj, diákhitel, szociális támogatás), ami elegendő ahhoz, hogy saját vásárlásaikat finanszírozzák. A fiatalok direkt fogyasztása mellett azonban fontos dolog kiemelni, hogy nagy befolyással lehetnek szüleik vásárlására is (Pólya és Horváth, 2011) és „*'véleményvezér' szerepe is van az egész korcsoportnak, hiszen ők az oly áhított fiatalságeszmény megtestesítői*” (Töröcsik, 2011). Ezeknek köszönhetően közvetve is hatással vannak a vásárlásokra, az elköltött jövedelem termékek közötti megoszlására.

A fiatalok kísérletező kedvét, kíváncsiságát ismerve megoszlanak a vélemények arról, hogy a fiatalok mennyire tekinthetők tudatos fogyasztóknak. „... *A 29 év alattiak az impulzus termék fő fogyasztói. Hogyan is várhatnánk, hogy tudatosan vásároljanak?*”- nyilatkozott Steigervald Krisztián a GfK szektormenedzsere (GfK, 2011). A kutatóintézet közleményéből kiderült, hogy a 29 év alatti fiatalok közel 45%-a megvesz olyan dolgokat, melyekre nincs szüksége, tehát a fiatalok ilyen szempontból nem tekinthetők tudatosnak. Ennek azonban ellentmond az a tény, mely szerint az ár-összehasonlító oldalakat használók több mint 40%-a a fiatal generáció tagjai közé tartozik, és a csoport 43%-a maga is úgy nyilatkozott, hogy gyakran használja az internetet vásárlások előtti információk szerzésére (GfK, 2011).

Már az eddigiek alapján is több dolog utal arra, hogy a fiatalok a funkcionális italoknak egy lehetséges célcsoportját adhatják. Egyrészt olyan csoportról van szó, melynek fogyasztási magatartását könnyen befolyásolni lehet, másrészt az őket leginkább érdeklő termékek között megtaláljuk az élelmiszereket is, mindehhez pedig hozzájárul az, hogy a fiatalok kifejezetten hajlamosak az új dolgok kipróbálására. Összességében megállapítható, hogy a fiatal fogyasztók nem kiismerhetetlenek, csak mások, mint a felnőttek, ezért néha mást fogyasztanak, néha pedig ugyanazt, csak más okból. A fiatalok tudatos fogyasztása szempontjából nem általánosíthatunk. Ennek kapcsán azonban nem feledkezhetünk meg az egészségtudatosságról sem, melynek tárgyalásával a következő fejezetben foglalkozom.

11.2. Egészségtudatos fiatalok-avagy a Z generáció egészségmagatartása

A hazai gyakorlatban már nagyon rég óta folytatnak a fiatalok táplálkozásával és egészségmagatartásával kapcsolatos kutatásokat, melyek eredményei nem mindig mutatnak pozitív képet. Egy 1995. februárjától 2002 decemberéig tartó hódmezővásárhelyi komplex szűrővizsgálat például rámutatott arra, hogy a diákok 15%-ának testsúlyproblémái vannak (Fülöp és Szakály, 2008 hivatkozott Kovács et al., 2003).

A fiatalok egészségmagatartására sok minden hatással van. Ilyen elsődleges befolyásolónak tartom a családot, illetve a barátokat, közeli ismerősöket. Ebben a korban kezdenek el kamaszodni, mellyel együtt jár a szabályok megszegése, ami sokszor a szülői akarattal történő ellenszegülés formájában mutatkozik meg, s ilyen esetben a barátok szava sokkal többet számít annál, mint amit az anya vagy az apa mond. Ha a főiskolán már nem is annyira, de középiskolás korban még nagyon meghatározó lehet az intézmény is, melyben tanulnak, valamint a különböző szakkörök, délutáni elfoglaltságok társadalmi közege.

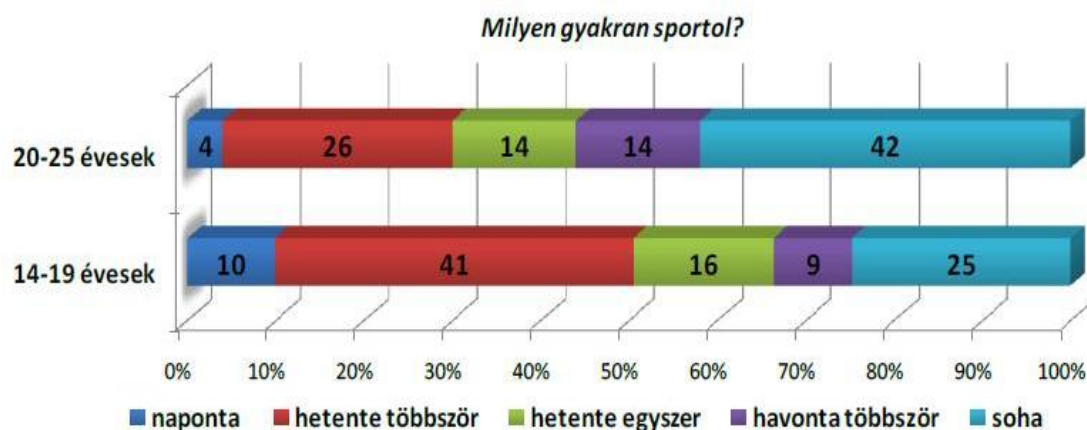
Baranya megyében 1984 és 1986 között végeztek egy kutatást, melynek eredményei rámutattak arra, hogy a fiatalok egészségmagatartása nem csak szociokulturális háttérük, de

életkoruk és nemük szerint is változó. Lényeges az egészségmagatartás során az is, hogy ki hogyan értelmezi az egészség fogalmát. A vizsgálatból kiderült, hogy a fiúk egészségről alkotott fogalmában sokkal többször szerepel a sport, míg a lányoknál az egészséges táplálkozás kapja a nagyobb szerepet (Fülöp és Szakály, 2008 hivatkozott Meleg és Vastagh, 1995).

Az egészségmagatartást sok minden befolyásolja, de ugyanígy sok mindenből is tevődik össze. A fiatalok egészségtudatosságát a mozgáson, rizikó magatartásukon, majd a következő fejezetre áttérve étkezésükön keresztül mutatom be.

Napjainkra köztudottá vált, hogy az egészséges életmódhoz hozzátartozik a megfelelő mennyiségű és intenzitású testmozgás, azonban mégsem szentel mindenki a sportnak elegendő figyelmet, és időt. A szakirodalom egyértelműen alátámasztja, hogy a fiatalok esetében sincsen ez másként. Egy 2001-es kutatás eredményei szerint a fiatalok körében tapasztalt túlsúly, és a szülőknél megfigyelhető magas vérnyomás vagy cukorbetegség között pozitív korreláció figyelhető meg. A nemek közötti vérnyomáskülönbség pedig akár már 15 éves korban érzékelhető. A vizsgálat arra is rámutatott, hogy a fiatalok nagyon keveset sportolnak. A megkérdezettek több mint fele (57%) csak a tanórák során, vagy alkalmanként sportolt, a fiúknak 30%-a, de a lányoknak csupán 25%-a sportol rendszeresen. Az előzőek alapján nem meglepő, hogy igen alacsony volt az aktívan sportolók aránya. Fiúk esetén ez a szám 19%-ot, míg lányoknál 6%-ot tett ki (Fülöp és Szakály, 2008 hivatkozott Antal, 2001).

A Coca Cola NRC-vel közösen végzett IV. Fanta TrendRiport elnevezésű felmérése a fiatalok természetéhez való viszonyát, illetve az életmóddal és a testkultúrával kapcsolatos véleményét mérte fel. A kutatás alapján szintén kiderült, hogy a fiatalok (15-25 év közötti 400 fő megkérdezett alapján) nem figyelnek eléggé oda a testmozgásra. A középiskolás válaszadók az iskola keretrendszerén belül sportolnak, de ezen kívül alig. Az eredmények azt mutatják, hogy a továbbtanulás, illetve a munkába állás jelentősen visszaszorítja a sportolást, és a középiskola befejezése után a fiatalok még kevesebbet mozognak. *„A 20–25 éves fiatalok 42 százaléka soha, míg 14 százaléka csupán havi néhány alkalommal szán időt némi testmozgásra”* (IV. Fanta TrendRiport). A 12. ábra alapján látható, hogy a 18-19 év fölötti fiataloknak már csak 4%-a sportol naponta, és 42%-uk szinte soha. Ezt részben a középiskolai sportórák, mint kötelező és egyben ingyenes sportolási lehetőségek megszűnése eredményezi.



12. ábra: Sportolás a 14-19, illetve a 20-29 éves fiatalok körében, az egyes válaszok arányainak százalékában

Forrás: IV. Fanta TrendRiport, p. 23.

A sportolás hiánya mellett a fiatal korosztályra még egyéb, az egészségre nem feltétlenül jó, sőt egészségkárosító magatartásformák is jellemzőek. A 20-25 éves korosztály 44%-a alkalmanként, közel harmada pedig rendszeresen dohányzik, de még a fiatalabbak (14-20 évesek) közül is 35% a dohányosok aránya. A megkérdezettek egyharmada legalább heti egyszer fogyaszt alkoholt attól függetlenül, hogy betöltötte-e már a 18. életévét. A kiskorú megkérdezettek körében közel 70% fogyaszt alkoholt (IV. Fanta TrendRiport).

Az alkohol és a cigaretta fogyasztása mellett sajnos a drogok fogyasztása is megfigyelhető a fiatalok körében. A 2003. évi ESPAD (*European School Survey Project on Alcohol and other Drugs*) vizsgálat eredményei elég elkeserítőnek bizonyultak. Ezek alapján ugyanis megállapítható, hogy hazánkban a fiatalkorú fiúk 18%-a és a lányok 14%-a próbált már valamilyen tiltott szert (marihuána vagy hasis, LSD, amfetaminok, crack, kokain, heroin, ecstasy szerepelt a kutatásban) élete során (Elekes Zsuzsanna, 2006).

Összefoglalva az eddigieket, a „Z generáció”-nak is nevezett fiatalok (Tari, 2011) nem élnek túl egészségesen, keveset sportolnak, és sok alkoholt fogyasztanak, viszont ennek ellenére továbbra is erősen hatnak rájuk a barátok és a példaképek, akiktől ha az egészséges életmódot látják, akkor akár ezek a jelenlegi káros magatartásformák meg is változhatnak. Úgy gondolom, hogy a fiatalok egészségmagatartására oda kell figyelni és akár intézményes keretek között egészségre nevelni őket, hogy egészséges felnőttekké váljanak, akik majd a saját gyerekeiket taníthatják meg az egészséges életmód fontosságára.

11.3. Fiatalok és az élelmiszerfogyasztás

A táplálkozás az egészséges életmódhoz szorosan kapcsolódik, témám szempontjából pedig - az egészségmagatartáson belül - a legfontosabb, mivel csak ennek megismerésén keresztül kaphatok átfogó képet a fiatalok funkcionális ital fogyasztásáról. Ahogyan a teljes egészségmagatartás differenciált, az annak fontos részét képező táplálkozás területén is különbségek vannak a vizsgált fogyasztók között a szociológiai-kulturális háttérüknek megfelelően.

A fiatalok túlzott alkoholfogyasztását fentebb már jeleztem, de a többi élelmiszerrel kapcsolatos fogyasztásra is gondolni kell. Egy 2001-es, az OKK-OETI Táplálkozástudományi Főosztálya által végzett szűrővizsgálat kimutatta, hogy a fiatalok (6598 fő megkérdezett) nagy arányát jellemzi a rendszertelen, összetételében nem megfelelő étkezés, mely az elhízáshoz, és a korán jelentkező szív-és érrendszeri problémákhoz vezethet. A megkérdezetteknek 55%-a fogyasztott naponta friss gyümölcsöt, és csak 28%-uk nyers zöldséget. 60% volt azon fiatalok aránya, akik naponta fogyasztottak tejet vagy tejtermékeket. A vizsgálatban részt vevők közel fele fogyasztott vitamin-és ásványi anyag készítményt. A készítményeket a válaszadók 36,6%-a megszóva fogyasztotta. (Fülöp és Szakály, 2008 hivatkozott Antal, 2001).

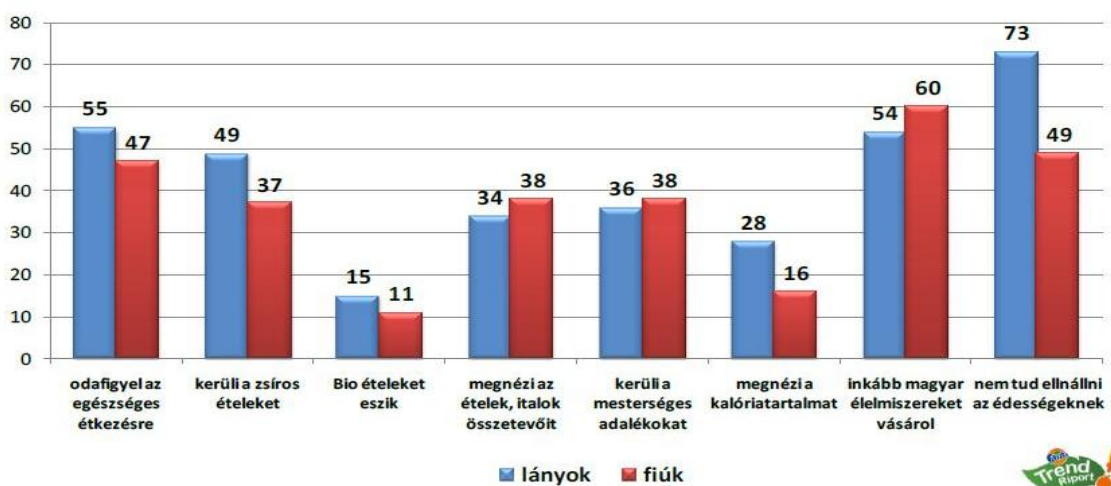
Annak ellenére, hogy a szakirodalom szociológiai szempontból a fiatalok fogyasztói csoport alsó határainak szociológiai lehatárolásánál az önálló ételkészítést is kritériumként nevezi meg (Törőcsik, 2011), – ahogy már jeleztem – kutatásom során a 15–25 éveseket tekintettem a csoport tagjainak, így ebben az esetben eléggé eltérő lehet az, hogy kinek mekkora befolyása van az ételkészítésre.

A lakhelytől távol élő, egyetemre, főiskolára járó fogyasztók ebből a szempontból kettős életet élnek. Tapasztalat, hogy az ilyen fiatalok hét elején általában még az otthonról hozott ételeket fogyasztják, amikor az már elfogyott, csak akkor kell önállóan dönteniük róla, hogy mit fogyasztanak a hét többi napján. Akik még otthon, a szüleikkel élnek azoknál ez a kettőség nem figyelhető meg, viszont itt sem beszélhetünk egységes élelmiszerkészítési magatartásról, hiszen családonként eltérő lehet, hogy kik hogyan osztják meg családon belül a főzést, illetve az élelmiszervásárlást.

Arról már volt szó, hogy a fiatalok sokszor erős befolyásoló erővel bírhatnak, s véleményvezérek lehetnek a felnőttek vásárlásánál. Polya és Horváth (2011) egy kutatásukban az egyes családtagok szerepét vizsgálták a családi vásárlásoknál. A vizsgálat során kiderült, hogy a fiataloknak komoly befolyásoló ereje van a cukorkák, édességek, chipsek, rágszálnivalók, gyorséttermi ételek és üdítők termékcsoportja esetén, mégpedig akkora mértékben, hogy sokszor nem csak a márkát választják ki, de olykor önálló vásárlóként is megjelennek.

A IV. Fanta TrendRiport a fiatalok élelmiszerfogyasztására vonatkozóan is érdekes adatokkal szolgált. A vizsgálat szerint a fiatalok közel fele tudatosan figyel az egészséges étkezésre. Az élelmiszerek összetételét és az abban megtalálható mesterséges összetevőkről a megkérdezettek 40%-a tájékozódik vásárlás előtt, a kalóriatartalom figyelése inkább csak a lányokra jellemző. A bio-élelmiszerek fogyasztása minimális a csoporton belül.

A 13. ábrán a fiatalok tudatos étkezéssel kapcsolatos mutatói, jellemzői láthatóak. A kutatás alapján a lányok 34, a fiúk 38%-a megnézi az elfogyasztott élelmiszerek összetevőit és mindkét nem közel 50%-a odafigyel az egészséges étkezésre. Ezek ellentmondanak az eddig tárgyalt kutatások eredményeinek, de ha van mögöttük igazságtartalom, akkor mindenképpen pozitívan értékelhetők. Egy biztos, a fiatalok saját magukról azt gondolják, hogy egészségesen táplálkoznak. Számomra meglepő eredményre, hogy a fiatalok között ilyen nagy azok aránya, akik a magyar élelmiszereket részesítik előnyben. Ha a válaszok nem torzok, akkor ez az eredmény a fiatalok magas szintű fogyasztói tudatosságára vall.



13. ábra: A tudatos étkezés jellemzői lányok és fiúk körében, a kiltölők %-ában

Forrás: IV. Fanta TrendRiport, p. 19.

A 21. táblázat a KSH Időmérleg kutatása alapján mutatja be, hogy a fiatalok mennyi időt szánnak a táplálkozással kapcsolatos tevékenységekre.

21. táblázat: A fiatalok és a 10-84 éves népesség átlagának napi átlagos táplálkozással kapcsolatos tevékenységeinek időráfordítása, valamint a tevékenységet végzők aránya és időráfordítása 2009/2010

<i>Táplálkozással kapcsolatos tevékenységek</i>	15-19 évesek		20-29 évesek		10-84 évesek átlaga	
	<i>Napi átlagos időráfordítás perc/fő</i>	<i>Tevékenységet végzők aránya és időráfordítása</i>	<i>Napi átlagos időráfordítás perc/fő</i>	<i>Tevékenységet végzők aránya és időráfordítása</i>	<i>Napi átlagos időráfordítás perc/fő</i>	<i>Tevékenységet végzők aránya és időráfordítása</i>
I. Társadalmilag kötött	406	(98,4%) 412	458	(99,1%) 462	440	(98,8%) 466
<i>A saját háztartás ellátása</i>	47	(54,8%) 85	79	(70%) 114	133	(81,6%) 163
<i>Főzés, terítés, tálalás</i>	12	(29,1%) 41	28	(48,7%) 59	48	(64,1%) 78
II. Fiziológiailag kötött	724	(100%) 724	708	(100%) 708	725	(100%) 725
<i>Étkezés</i>	89	(100%) 89	97	100%	101	(100%) 101
<i>Reggelizés</i>	16	n.a.	17	n.a.	20	n.a.
<i>Ebédelés</i>	32	n.a.	31	n.a.	34	n.a.
<i>Vacsorázás</i>	27	n.a.	29	n.a.	28	n.a.
<i>Tízórai, uzsonna</i>	9	n.a.	5	n.a.	6	n.a.
<i>Kávézás, teázás</i>	3	n.a.	8	n.a.	9	n.a.
<i>Egyéb nem főétkezés, nassolás</i>	3	n.a.	6	n.a.	4	n.a.
III. Szabadon végzett	311	99,20%	274	(97,7%) 280	275	(97,7%) 272
<i>Szabadidő társas eltöltése</i>	79	65,90%	68	(62%) 109	48	(48%) 88
<i>Kocsmázás</i>	6	n.a.	3	n.a.	2	n.a.

Forrás: Saját szerkesztés, Időmérleg kutatás, KSH (2012 b.), pp. 20-21., p. 108., 123., 126., 109., 124., 127. „A” „B” és „C” táblázatok alapján

A táblázatból kiderül, hogy a 15-19 éves fiatalok átlagosan 3-szor, míg a 20-29 évesek másfélszer több időt fordítanak kocsmázásra naponta, mint a vizsgálatban résztvevő magyar népesség átlaga. Ebből a fiatalok magas alkoholfogyasztási szokására is lehet következtetni, amit az előzőekben már tárgyalt kutatások eredményei is alátámasztanak.

A 15-29 évesek a főzés, terítés, tálalás, mint az étkezést megelőző tevékenységek tekintetében sokkal kevesebb időt töltenek el, mint a népesség átlaga, de kevesebb időt szánnak magára az étkezésre is. Az egész táblázatban talán a legkiugróbb adat az, hogy a 15-19 évesek mintegy 12 perccel kevesebb időt szakítanak az étkezésre az átlagos népességhez viszonyítva.

Arról ugyan nem állnak rendelkezésre adatok, hogy a fiatalok hány százaléka fogyaszt reggelit, ebédet, vagy vacsorát, de átlagos időráfordításokra vonatkozóan találhatunk információkat. Az időmérleg alapján a 15-19 év közöttiek 16, míg a 20-29 évesek 17 percet, azaz átlagban 16,5 percet szánnak naponta átlagosan reggelire, ami elmarad a teljes átlag 20 perces időráfordításától. Az ebéd esetén is hasonló a helyzet. A kutatás szerint a 20-29 évesek 1 perccel több időt fordítanak vacsorára, mint a nagy átlag, a köztes étkezéseknél – tízórai és uzsonna – pedig a 15-19 évesek vezetnek az átlagot 3 perccel meghaladó 9 perces ráfordítással. A táblázat alapján a vizsgált csoportok közül a 20-29 évesek nassolnak átlagosan a legtöbb ideig, de nincsen arra vonatkozó adat, hogy arányaiban hányan végzik a tevékenységet.

Összefoglalva úgy vélem, hogy a fiatalok ma még egy olyan fogyasztói csoportot alkotnak, amire nem jellemző az egészséges életmód, de ha megtaláljuk velük a közös hangot, és azokat a kommunikációs eszközöket és csatornákat – például internet – alkalmazzuk, amiket előszeretettel használnak, és úgymond „menővé” tesszük azt, ha valaki sportol, vagy helyesen étkezik, akkor egészségesebb magatartásra lehet őket ösztönözni. A csoport tagjai nagy piaci lehetőségeket mutatnak azáltal is, hogy befolyásoló hatással vannak az idősebbekre, valamint, hogy a fiatalos életérzés megtestesítői, és a jövőbeli potenciális kereső felnőttek.

12. melléklet: Online kérdőíves megkérdezés - minta válaszív

Kérdőív

Ez a kérdőív élelmiszerfogyasztással kapcsolatos TDK dolgozatom megírását segíti. Kérlek, segítsd munkámat a kérdőív kitöltésével! A kitöltés pár percet vesz igénybe.

Köszönettel,
Pál Eszter

1. Kérlek, jelöld be a korod!

- ☐ 0-14
- ☐ 15-25
- ☐ 25 év fölött

2. Kérlek, jelöld be nemed!

- ☐ Férfi
- ☐ Nő

3. Milyen településen élsz (tanulsz)?

- ☐ Nagyváros
- ☐ Kisváros
- ☐ Falu

4. Mi a legmagasabb iskolai végzettséged?

- ☐ Általános iskola
- ☐ Középiskola
- ☐ Főiskola/Egyetem

5. Mennyire érzed magad egészségesnek a környezetedhez képest?
(1-10ig terjedő skála)

6. Mit teszel annak érdekében, hogy egészséges maradjál? (több válasz is lehetséges!)

- ☐ Rendszeresen sportolok
- ☐ Sokat tartózkodok friss levegőn
- ☐ Odafigyelek a táplálkozásomra
- ☐ Kerülöm a túlzott stresszt
- ☐ Rendszeresen járok orvosi rutinvizsgálatra
- ☐ Semmi sem

7. Jelöld be, hogy mennyire értesz egyet a következő állításokkal? (1: egyáltalán nem ért egyet, 5: teljes mértékben egyetért)

- ☐ A testsúlyommal elégedett vagyok.
- ☐ Nagy befolyással vannak étkezésemre a barátaim.
- ☐ Sokkal fontosabbnak tartom egy ételnél azt, hogy ízlik, mint azt, hogy egészséges.
- ☐ Az alapján választok két ételmyszer közül, hogy melyikben van kevesebb kalória.
- ☐ Azt eszem, amit éppen megkívánok, nem érdekel, hogy mennyire tartják egészségesnek.
- ☐ Nagy befolyással vannak étkezésemre az aktuális trendek
- ☐ Mindig megnézem az egyes ételek kalóriatartalmát, mielőtt elfogyaszto/megvásárolok őket.
- ☐ Kifejezetten egészségesen étkezem.
- ☐ Próbálok rávenni másokat, hogy egészségesen étkezzenek.
- ☐ Sokszor visszafogom magam az étkezésben, nehogy elhízzak.
- ☐ Jó lenne, ha valaki személyre szabottan megmondaná, hogy milyen ételmyszereket kell fogyasztanom ahhoz, hogy egészséges maradjak.
- ☐ Bizonyos dolgokat egészségügyi problémáim miatt nem eszem/iszom. Pl.: magas vérnyomás, magas vércukorszint
- ☐ Azt eszem, amit otthon kapok.

8. Válaszd ki a rád leginkább jellemző állítást!

- ☐ Egészségtudatosan választok ételeket
- ☐ Olyan ételt választok, amit éppen megkívánok
- ☐ Kedvezmények, akciók pl. napi menü alapján döntöm el, hogy mit eszem

9. Válaszd ki a rád leginkább jellemző állítást!

- ☐ Általában előre megtervezem az étkezésem
- ☐ Nem tervezem meg előre az étkezéseket, de próbálok rendszeresen étkezni
- ☐ Ha megéhezem, gyorsan bekapok valamit

10. Táplálkozásodat tekintve mit teszel az egészségedért? (Több válasz is lehetséges!)

- ☐ Sok zöldséget és gyümölcsöt fogyasztok
- ☐ Kevés édességet, cukros üdítőt fogyasztok
- ☐ Vitaminokat szedek
- ☐ Csak olyan ételmyszereket fogyasztok, amiben kevés a kalória
- ☐ Olyan ételmyszereket fogyasztok, melyekben sok az ásványi anyag, vitamin stb.
- ☐ Változatosan étkezem
- ☐ Sok folyadékot fogyasztok

11. Naponta hány liter folyadékot fogyasztasz?

- ☐ 1 liternél kevesebbet
- ☐ 1-2 litert
- ☐ 2-3 litert
- ☐ 3 liternél többet
- ☐ nem tudom, egyáltalán nem tartom számon

12. Fogyasztasz valamilyen étkezés helyett, tízóraitra vagy uzsonnára italt?
- ☐ Igen
 - ☐ Nem
13. Számodra mit jelent az italfogyasztás?
- ☐ Folyadékpótlást, szomjoltást
 - ☐ Hidratálást, a bőr hidratáltságának megőrzését
 - ☐ Egészségmegőrzést, valamilyen élettani funkcióhoz történő hozzájárulást
14. Fogyasztasz folyadékot szomjoltáson kívüli céllal?
- ☐ Igen
 - ☐ Nem
15. Milyen céllal fogyasztasz italt a folyadékpótláson kívül leggyakrabban? (Kérlek, maximum 3 választ jelölj be!)
- ☐ Élénkítő hatást várok tőle
 - ☐ Vitaminpótlás miatt
 - ☐ Betegségekből történő gyógyulás céljából
 - ☐ Immunerősítés céljából
 - ☐ Emésztésjavítás céljából
 - ☐ Memórianövelő céllal
 - ☐ Sportteljesítmény növelés céljából
 - ☐ Szépségmegőrzés céljából
 - ☐ Hangulatjavítás céljából
16. Kérlek, jelöld be, hogy a következő tényezők mennyire fontosak számodra egy étel-miszer esetén? (1: egyáltalán nem fontos, 5: leginkább ez a fontos)
- ☐ Ár/érték arány
 - ☐ Sok vitamint és ásványi anyagot tartalmazzon
 - ☐ Finom, ízletes legyen
 - ☐ Fogyasszon, vagy legalább ne hizlaljon nagyon
 - ☐ Kiegyensúlyozott étrendbe illeszthető legyen
 - ☐ Szívbarát legyen
 - ☐ Energiát adjon
 - ☐ Természetes összetevőket tartalmazzon
 - ☐ Erősítse az immunrendszert
 - ☐ Késleltesse az öregedést
 - ☐ Erősítse a csontokat
 - ☐ Kedvezően hasson az emésztésre
 - ☐ Ellazítson, csökkentse a stresszt
 - ☐ Segítse az izomműködést
 - ☐ Egyéb:.....

17. Az alábbi italok közül melyiket fogyasztod, és milyen gyakorisággal?

	nem fo- gyasztok	naponta többször	naponta 1x	hetente	ritkábban
csapvíz					
ásványvíz					
gyógyvíz					
üdítőital (rostos, szénsavas)					
gyümölcslevek (100%-os)					
energiaital, sportital,					
izotóniás ital					
gyógyteák, teák					
kávé					
tej, tejes italok					
alkohol					

18. Ismered-e és fogyasztottad-e már az alábbi italok valamelyikét?

	Nem hallot- tam még róla, és nem is érdekel	Nem hallottam még róla, de szí- vesen kipróbál- nám	Ismerem, de nem érdekel	Isme- rem, és szívesen kipró- bálnám	Ismerem és már próbál- tam	Ismerem és rend- szeresen fogyasz- tom
Vörös gyümöl- csőkből készült italkoncentrátum						
Aloe-vera gél/ital						
Algapor alapú ital						
Karotinkoktél						
Szépségital						
Búzafél						
Energiavíz						

19. Szoktál zöld teát fogyasztani?

- ☐ Igen
☐ Nem

Ha az előző kérdésnél nemmel választottál, kérlek, ugorj a 21. kérdésre!

20. Miért szoktál zöld teát fogyasztani?

- ☐ Az íze miatt
☐ Mert élénkítő hatása van
☐ A társaság miatt
☐ Azért mert egészséges
☐ Egyéb:

21. Szoktál energiatalt fogyasztani?

- ☐ Nem
☐ Igen

Ha az előző kérdésnél nemmel választottál, kérlek, ugorj a 23. kérdésre!

22. Miért szoktál energiatalt fogyasztani?

- ☐ Az íze miatt
- ☐ Mert élénkítő hatása van
- ☐ A társaság miatt
- ☐ Azért mert egészséges
- ☐ Egyéb:

23. Fogyasztasz rendszeresen kávé? Ha igen, akkor miért?

- ☐ Nem
- ☐ Igen, az íze miatt
- ☐ Igen, mert élénkítő hatása van
- ☐ Igen, a társaság miatt
- ☐ Igen, azért mert egészséges
- ☐ Egyéb:

24. Szoktál vörösbort inni? Ha igen, miért?

- ☐ Nem
- ☐ Igen, az íze miatt
- ☐ Igen, mert élénkítő hatása van
- ☐ Igen, a társaság miatt
- ☐ Igen, azért mert egészséges
- ☐ Egyéb:

25. Szoktál tejet vagy tejes italokat fogyasztani?

- ☐ Nem
- ☐ Igen

Ha az előző kérdésnél nemmel válaszoltál, kérlek, ugorj a 27. kérdésre!

26. Miért fogyasztasz tejet vagy tejes italokat?

- ☐ Az íze miatt
- ☐ Mert élénkítő hatása van
- ☐ Igen, a társaság miatt
- ☐ Igen, azért mert egészséges
- ☐ Egyéb:

27. Jelöld be azt az állítást, mellyel egyet értesz! (több válasz is lehetséges)

- ☐ A tej kizárólag gyerekeknek való
- ☐ A tej egészséges
- ☐ A tej hizlal

28. Fogyasztottál már olyan italt, melyben plusz adalékanyag volt?

- ☐ Igen
- ☐ Nem
- ☐ Nem tudom

29. Befolyásolja vásárlási döntésedet, ha egy ital plusz adalékanyagokat, mesterségesen hozzáadott összetevőket tartalmaz?

- ☐ Nem zavar, ugyanúgy megvenném/ megveszem az ilyen termékeket
- ☐ Nem zavar, de jobban szeretem a természetességet
- ☐ Zavar, mert szerintem ez egészségtelen
- ☐ Attól függ, hogy mi ez a plusz összetevő és miért tartalmazza a termék
- ☐ Egyéb:

30. Szerinted mennyivel drágít egy terméket az, ha plusz hozzáadott, egészségre jótékony hatással bíró összetevőket tartalmaz?

- ☐ Biztos, hogy sokkal drágább az ilyen termék
- ☐ Még elfogadhatóan kerülnek többbe az ilyen termékek
- ☐ Körülbelül ugyanannyiba kerülnek ezek a termékek is, mint a többi
- ☐ Nem feltétlenül drágábbak, akár olcsóbbak is lehetnek

31. Ismered és fogyasztottad már az alábbi italok valamelyikét?

	Nem hallottam még róla, és nem is érdekel	Nem hallottam még róla, de szívesen kipróbálnám	Ismerem, de nem érdekel	Ismerem, és szívesen kipróbálnám	Ismerem és már próbáltam	Ismerem és rendszeresen fogyasztom
Szénsavval dúsított ásványvíz						
Oxigénnel dúsított víz						
Vitaminnal dúsított gyümölcsle						
Proteines vodka						
Vitaminnal dúsított sör						
Ca-val dúsított kakaó, illetve egyéb tejtermék						

32. Hallottad már a funkcionális ital kifejezést?

- ☐ Nem
- ☐ Igen, de nem tudom pontosan mit jelent
- ☐ Igen, és tisztában vagyok a jelentésével

Ha az előző kérdésnél nemmel válaszoltál, kérlek, ugorj a 35. kérdésre!

33. Fogyasztottál már funkcionális italt?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

34. Ha az előző kérdésre igennel válaszoltál, akkor kérlek, mondd meg, hogy rendszeresen fogyasztasz-e valamilyen funkcionális italt?

- ☐ Igen, napi szinten
- ☐ Igen, hetente
- ☐ Igen, ritkábban, alkalmanként
- ☐ Nem, de már ittam

35. Kérlek, jelöld be azokat a márkákat, amiket ismersz. Jelezd azt is, hogy fogyasztottál-e már ilyen márkájú terméket. Ha kedveled a márkát, akkor kérlek, azt is jelöld be!

	Ismerem	Fogyasztottam már	Kedvelem
Actimel			
be!			
Dr. Chen			
Forever Living			
Herbária Patikája			
HohesC			
ISOSTAR			
Jakult			
Kyäni			
Mira			
Powerade			
RedBull			
Salvus			
Turbó diéta			
UniQuelle			
Well			

Köszönöm, hogy kitöltötted a kérdőívet!

13. melléklet: Kutatási kivonatok (SPSS 20.)

13.1. melléklet: A kitöltők demográfiai jellemzői – kutatási kivonat

Crosstab

Count

		Kérlek, jelöld be a nemed!		Total
		férfi	nő	
Milyen településen élsz (tanulsz)?	Főváros	4	9	13
	Nagyváros	11	40	51
	Kisváros	4	22	26
	Falu	1	9	10
Total		20	80	100

Crosstab

Count

		Kérlek, jelöld be a nemed!		Total
		férfi	nő	
Mi a legmagasabb iskolai végzettséged?	Általános iskola	0	6	6
	Középiskola	4	14	18
	Főiskola/Egyetem	16	60	76
Total		20	80	100

13.2. melléklet: Saját egészségügyi állapot megítélése a válaszadók különböző demográfiai mutatóinak tekintetében – kutatási kivonat

Crosstab

Count

		Mennyire érzed magad egészségesnek a környezetedhez képest?							Total	
		1	3	4	5	6	7	8		9
Kérlek, jelöld be a nemed!	férfi	1	0	1	2	0	3	9	4	20
	nő	7	2	9	10	3	24	20	5	80
Total		8	2	10	12	3	27	29	9	100

Crosstab

Count

		Mennyire érzed magad egészségesnek a környezetedhez képest?								Total
		1	3	4	5	6	7	8	9	
Mi a legmagasabb iskolai végzettséged?	Általános iskola	0	0	1	0	0	1	4	0	6
	Középiskola	4	0	2	4	0	2	3	3	18
	Főiskola/Egyetem	4	2	7	8	3	24	22	6	76
	Total	8	2	10	12	3	27	29	9	100

Crosstab

Count

		Mennyire érzed magad egészségesnek a környezetedhez képest?								Total
		1	3	4	5	6	7	8	9	
Milyen településen élsz (tanulsz)?	Főváros	3	0	1	0	0	3	6	0	13
	Nagyváros	5	2	6	9	1	10	14	4	51
	Kisváros	0	0	1	3	2	10	8	2	26
	Falu	0	0	2	0	0	4	1	3	10
Total		8	2	10	12	3	27	29	9	100

Correlations

		Milyen településen élsz (tanulsz)?	Mennyire érzed magad egészségesnek a környezetedhez képest?
Milyen településen élsz (tanulsz)?	Pearson Correlation	1	,219*
	Sig. (2-tailed)		,028
	N	100	100
Mennyire érzed magad egészségesnek a környezetedhez képest?	Pearson Correlation	,219*	1
	Sig. (2-tailed)	,028	
	N	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

13.3. melléklet: A fiatalok egészségmegőrzésre irányuló tevékenységei – kutatási kivonat

Mit teszel annak érdekében, hogy egészséges maradjál?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	0	48	48,0	48,0	48,0
Valid	Rendszeresen sportolok	52	52,0	52,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	0	49	49,0	49,0	49,0
Valid	Sokat tartózkodok friss levegőn	51	51,0	51,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	0	44	44,0	44,0	44,0
Valid	Odafigyelek a táplálkozásomra	56	56,0	56,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	0	83	83,0	83,0	83,0
Valid	Kerülöm a túlzott stresszt	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	0	76	76,0	76,0	76,0
Valid	Rendszeresen járok orvosi rutinvizsgálatra	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	0	93	93,0	93,0	93,0
Valid	Semmi sem	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Correlations

		Rendszeresen sportolok	Sokat tartózkodok friss levegőn	Odafigyelek a táplálkozásomra	Kerülöm a túlzott stresszt	Rendszeresen járok orvosi rutinvizsgálatokra	Semmit sem
Rendszeresen sportolok	Pearson Correlation	1	-,061	,237*	-,098	-,022	-,286**
	Sig. (2-tailed)		,547	,018	,332	,824	,004
	N	100	100	100	100	100	100
Sokat tartózkodok friss levegőn	Pearson Correlation	-,061	1	,260**	,018	-,152	-,280**
	Sig. (2-tailed)	,547		,009	,862	,132	,005
	N	100	100	100	100	100	100
Odafigyelek a táplálkozásomra	Pearson Correlation	,237*	,260**	1	-,296**	-,068	-,310**
	Sig. (2-tailed)	,018	,009		,003	,502	,002
	N	100	100	100	100	100	100
Kerülöm a túlzott stresszt	Pearson Correlation	-,098	,018	-,296**	1	-,067	-,124
	Sig. (2-tailed)	,332	,862	,003		,506	,218
	N	100	100	100	100	100	100
Rendszeresen járok orvosi rutinvizsgálatokra	Pearson Correlation	-,022	-,152	-,068	-,067	1	-,154
	Sig. (2-tailed)	,824	,132	,502	,506		,126
	N	100	100	100	100	100	100
Semmit sem	Pearson Correlation	-,286**	-,280**	-,310**	-,124	-,154	1
	Sig. (2-tailed)	,004	,005	,002	,218	,126	
	N	100	100	100	100	100	100

13.4. melléklet: Fiatalok attitűdjei és preferenciái az étkezéssel, ételekkel kapcsolatban (5 fokú skálán mérve, 1: egyáltalán nem ért egyet, 5: teljes mértékben egyetért, illetve 1: egyáltalán nem fontos, 5: nagyon fontos) – kutatási kivonat

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
A testsúlyommal elégedett vagyok.	100	1	5	3,20	1,255
Nagy befolyással vannak étkezésemre a barátaim.	100	1	4	2,05	,989
Sokkal fontosabbnak tartom egy ételnél azt, hogy ízlik, mint azt, hogy egészséges.	100	2	5	3,38	,908
Az alapján választok két ételszer közül, hogy melyikben van kevesebb kalória.	100	1	5	2,29	1,250
Azt eszem, amit éppen megkívánok, nem érdekel, hogy mennyire tartják egészségesnek.	100	1	5	3,35	1,009
Nagy befolyással vannak étkezésemre az aktuális trendek.	100	1	5	1,75	,989
Mindig megnézem az egyes ételek kalóriatartalmát, mielőtt elfogyasztom/megvásárolom őket.	100	1	5	2,16	1,170
Kifejezetten egészségesen étkezem.	100	1	5	2,99	,937
Próbálok rávenni másokat, hogy egészségesen étkezzenek.	100	1	5	2,47	1,096
Sokszor visszafogom magam az étkezésben, nehogy elhízzak.	100	1	5	2,90	1,322
Jó lenne, ha valaki személyre szabottan megmondaná, hogy milyen élelmiszereket kell fogyasztanom ahhoz, hogy egészséges maradjak.	100	1	5	3,27	1,427
Bizonyos dolgokat egészségügyi problémáim miatt nem eszem/iszom. Pl.: magas vérnyomás, magas vércukorszint	100	1	5	1,79	1,217
Azt eszem, amit otthon kapok.	100	1	5	2,82	1,114
Valid N (listwise)	100				

Kérlek, jelöld be, hogy a következő tényezők mennyire fontosak számodra egy ételkészítés esetén!

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Ár/érték arány	100	1	5	4,09	,933	,871
Sok vitamint és ásványi anyagot tartalmazzon	100	1	5	3,70	,927	,859
Finom, ízletes legyen	100	3	5	4,55	,592	,351
Fogyasszon, vagy legalább ne hizlaljon nagyon	100	1	5	3,17	1,045	1,092
Kiegyensúlyozott étrendbe illeszthető legyen	100	1	5	3,40	1,025	1,051
Szívbarát legyen	100	1	5	3,19	1,152	1,327
Energiát adjon	100	1	5	3,77	,815	,664
Természetes összetevőket tartalmazzon	100	1	5	3,70	1,133	1,283
Erősítse az immunrendszert	100	1	5	3,56	1,048	1,097
Késleltesse az öregedést	100	1	5	2,41	1,147	1,315
Erősítse a csontokat	100	1	5	3,06	1,081	1,168
Kedvezően hasson az emésztésre	100	1	5	3,55	1,019	1,038
Ellazítson, csökkentse a stresszt	100	1	5	3,25	1,095	1,199
Segítse az izomműködést	100	1	5	3,24	1,093	1,194
Valid N (listwise)	100					

13.5. melléklet: Az egészségmegőrzés érdekében végzett tevékenység szerinti és az étkezéssel kapcsolatos beállítódás szerint képzett klaszterek korrespondencia táblája – kutatási kivonat

Correspondence Table

Beállítódottság szerinti klaszterek	Egészségmegőrzés szerinti klaszterek			
	Egészségesen táplálkozik, sportol, és sokat van friss levegőn	Nem törődik túlzottan az egészségmegőrzéssel	Rendszeresen jár orvosi kivizsgálásra	Active Margin
Tudatosan étkezők	13	0	5	18
Súlyukkal elégedetlen kalóriaszámolók	17	1	23	41
Magabiztos íz-vadászok	15	6	20	41
Active Margin	45	7	48	100

13.6. melléklet: Az attitűdök alapján képzett klaszterek demográfiai összetétele – kutatási kivonat

Klaszter = 1 (FILTER) * Milyen településen élsz (tanulsz)? Crosstabulation

Count

		Milyen településen élsz (tanulsz)?				Total
		Főváros	Nagyváros	Kisváros	Falu	
Klaszter = 1 (FILTER)	Selected	3	10	3	2	18
Total		3	10	3	2	18

Klaszter = 1 (FILTER) * Kérlek, jelöld be a nemed! Crosstabulation

Count

		Kérlek, jelöld be a nemed!		Total
		férfi	nő	
Klaszter = 1 (FILTER)	Selected	2	16	18
Total		2	16	18

Klaszter = 1 (FILTER) * Mi a legmagasabb iskolai végzettséged? Crosstabulation

Count

		Mi a legmagasabb iskolai végzettséged?			Total
		Általános iskola	Középiskola	Főiskola/Egyetem	
Klaszter = 1 (FILTER)	Selected	2	6	10	18
Total		2	6	10	18

Klaszter = 2 (FILTER) * Milyen településen élsz (tanulsz)? Crosstabulation

Count

		Milyen településen élsz (tanulsz)?				Total
		Főváros	Nagyváros	Kisváros	Falu	
Klaszter = 2 (FILTER)	Selected	6	21	10	4	41
Total		6	21	10	4	41

Klaszter = 2 (FILTER) * Kérlek, jelöld be a nemed! Crosstabulation

Count

		Kérlek, jelöld be a nemed!		Total
		férfi	nő	
Klaszter = 2 (FILTER)	Selected	7	34	41
Total		7	34	41

Klaszter = 2 (FILTER) * Mi a legmagasabb iskolai végzettséged? Crosstabulation

Count

	Mi a legmagasabb iskolai végzettséged?			Total
	Általános iskola	Középiskola	Főiskola/Egyetem	
Klaszter = 2 (FILTER) Selected	1	5	35	41
Total	1	5	35	41

Klaszter = 3 (FILTER) * Milyen településen élsz (tanulsz)? Crosstabulation

Count

	Milyen településen élsz (tanulsz)?				Total
	Főváros	Nagyváros	Kisváros	Falu	
Klaszter = 3 (FILTER) Selected	4	20	13	4	41
Total	4	20	13	4	41

Klaszter = 3 (FILTER) * Kérlek, jelöld be a nemed! Crosstabulation

Count

	Kérlek, jelöld be a nemed!		Total
	férfi	nő	
Klaszter = 3 (FILTER) Selected	11	30	41
Total	11	30	41

Klaszter = 3 (FILTER) * Mi a legmagasabb iskolai végzettséged? Crosstabulation

Count

	Mi a legmagasabb iskolai végzettséged?			Total
	Általános iskola	Középiskola	Főiskola/Egyetem	
Klaszter = 3 (FILTER) Selected	3	7	31	41
Total	3	7	31	41

13.7. melléklet: Italfogyasztási statisztikák – kutatási kivonat

Naponta hány liter folyadékot fogyasztasz?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 liternél kevesebbet	5	5,0	5,0	5,0
1-2 litert	44	44,0	44,0	49,0
2-3 litert	42	42,0	42,0	91,0
3 liternél többet	7	7,0	7,0	98,0
Nem tudom, egyáltalán nem tartom számon	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fogyasztasz valamilyen étkezés helyett, tízórára vagy uzsonnára italt?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	42	42,0	42,0	42,0
	Nem	58	58,0	58,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fogyasztasz folyadékot szomjoltáson kívüli céllal?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	84	84,0	84,0	84,0
	Nem	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Számodra mit jelent az italfogyasztás?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Folyadékpótlást, szomjoltást	64	64,0	64,0	64,0
	Hidratálást, a bőr hidratáltságának megőrzését	13	13,0	13,0	77,0
	Egészségmegőrzést, valamilyen élettani funkcióhoz történő hozzájárulást	22	22,0	22,0	99,0
	4	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

13.8. melléklet: Italfogyasztási célok, motivációk – kutatási kivonat

Crosstab

Count

		Milyen céllal fogyasztasz italt a folyadékpótláson kívül leggyakrabban?		Total
		0	Élénkítő hatást várok tőle	
Beállítódottság szerinti klaszterek	Tudatosan étkezők	7	11	18
	Súlyukkal elégedetlen kalóriaszámolók	20	21	41
	Magabiztos íz-vadászok	20	21	41
Total		47	53	100

Crosstab

Count

		Milyen céllal fogyasztasz italt a folyadékpótláson kívül leggyakrabban?		Total
		0	Vitaminpótlás miatt	
Beállítódottság szerinti klaszterek	Tudatosan étkezők	14	4	18
	Súlyukkal elégedetlen kalóriaszámolók	31	10	41
	Magabiztos íz-vadászok	33	8	41
Total		78	22	100

Crosstab

Count

		Milyen céllal fogyasztasz italt a folyadékpótláson kívül leggyakrabban?		Total
		0	Betegségekből történő gyógyulás céljából	
Beállítódottság szerinti klaszterek	Tudatosan étkezők	13	5	18
	Súlyukkal elégedetlen kalóriaszámolók	29	12	41
	Magabiztos íz-vadászok	23	18	41
Total		65	35	100

Crosstab

Count

		Milyen céllal fogyasztasz italt a folyadékpótláson kívül leggyakrabban?		Total
		0	Immunerősítés céljából	
Beállítódottság szerinti klaszterek	Tudatosan étkezők	11	7	18
	Súlyukkal elégedetlen kalóriaszámlálók	35	6	41
	Magabiztos íz-vadászok	35	6	41
Total		81	19	100

Crosstab

Count

		Milyen céllal fogyasztasz italt a folyadékpótláson kívül leggyakrabban?		Total
		0	Emésztésjavítás céljából	
Beállítódottság szerinti klaszterek	Tudatosan étkezők	13	5	18
	Súlyukkal elégedetlen kalóriaszámlálók	28	13	41
	Magabiztos íz-vadászok	25	16	41
Total		66	34	100

Crosstab

Count

		Milyen céllal fogyasztasz italt a folyadékpótláson kívül leggyakrabban?		Total
		0	Memórianövelő céllal	
Beállítódottság szerinti klaszterek	Tudatosan étkezők	16	2	18
	Súlyukkal elégedetlen kalóriaszámlálók	40	1	41
	Magabiztos íz-vadászok	36	5	41
Total		92	8	100

Crosstab

Count

		Milyen céllal fogyasztasz italt a folyadékpótláson kívül leggyakrabban?		Total
		0	Sportteljesítmény növelés céljából	
Beállítódottság szerinti klaszterek	Tudatosan étkezők	16	2	18
	Súlyukkal elégedetlen kalóriaszámolók	38	3	41
	Magabiztos íz-vadászok	31	10	41
Total		85	15	100

Crosstab

Count

		Milyen céllal fogyasztasz italt a folyadékpótláson kívül leggyakrabban?		Total
		0	Szépségmegőrzés céljából	
Beállítódottság szerinti klaszterek	Tudatosan étkezők	17	1	18
	Súlyukkal elégedetlen kalóriaszámolók	34	7	41
	Magabiztos íz-vadászok	31	10	41
Total		82	18	100

Crosstab

Count

		Milyen céllal fogyasztasz italt a folyadékpótláson kívül leggyakrabban?		Total
		0	Hangulatjavítás céljából	
Beállítódottság szerinti klaszterek	Tudatosan étkezők	12	6	18
	Súlyukkal elégedetlen kalóriaszámolók	21	20	41
	Magabiztos íz-vadászok	30	11	41
Total		63	37	100

13.9. melléklet: Funkcionális italok fogyasztása – kutatási kivonat

Hallottad már a funkcionális ital kifejezést?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Nem	74	74,0	74,0	74,0
Igen, de nem tudom pontosan mit jelent	19	19,0	19,0	93,0
Igen, és tisztában vagyok a jelentésével	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Fogyasztottál már funkcionális italt? * Ha az előző kérdésre igennel választottál, akkor kérlek, mondd meg, hogy rendszeresen fogyasztasz-e valamilyen funkcionális italt? Crosstabulation

Count

	Ha az előző kérdésre igennel választottál, akkor kérlek, mondd meg, hogy rendszeresen fogyasztasz-e valamilyen funkcionális italt?				Total
	Igen, napi szinten	Igen, hetente	Igen, ritkábban, alkalmanként	Nem, de már ittam	
Fogyasztottál már funkcionális italt? Igen	1	2	7	5	15
Total	1	2	7	5	15

13.10. melléklet: Dúsított italok fogyasztása és megítélése – kutatási kivonat

Fogyasztottál már olyan italt, melyben plusz adalékanyag volt?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Igen	80	80,0	80,0	80,0
Nem	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Befolyásolja vásárlási döntésedet, ha egy ital plusz adalékanyagokat, mesterségesen hozzáadott összetevőket tartalmaz?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nem zavar, ugyanúgy megvenném/ megveszem az ilyen termékeket	15	15,0	15,0	15,0
	Nem zavar, de jobban szeretem a természetességet	21	21,0	21,0	36,0
	Zavar, mert szerintem ez egészségtelen	18	18,0	18,0	54,0
	Attól függ, hogy mi ez a plusz összetevő és miért tartalmazza a termék	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Szerinted mennyivel drágít egy terméket az, ha plusz hozzáadott, egészségre jótékony hatással bíró összetevőket tartalmaz?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Biztos, hogy sokkal drágább az ilyen termék	31	31,0	31,0	31,0
	Még elfogadhatóan kerülnek többbe az ilyen termékek	45	45,0	45,0	76,0
	Körülbelül ugyanannyiba kerülnek ezek a termékek is, mint a többi	6	6,0	6,0	82,0
	Nem feltétlenül drágábbak, akár olcsóbbak is lehetnek	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Ismered és fogyasztottad már az alábbi italok valamelyikét? Szénsavval dúsított ásványvíz

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Nem hallottam még róla, és nem is érdekel	1	1,0	1,0	1,0
Ismerem, de nem érdekel	7	7,0	7,0	8,0
Ismerem, és szívesen kipróbálnám	1	1,0	1,0	9,0
Ismerem és már próbáltam	57	57,0	57,0	66,0
Ismerem és rendszeresen fogyasztom	34	34,0	34,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ismered és fogyasztottad már az alábbi italok valamelyikét? Oxigénnel dúsított víz

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Nem hallottam még róla, és nem is érdekel	2	2,0	2,0	2,0
Nem hallottam még róla, de szívesen kipróbálnám	18	18,0	18,0	20,0
Ismerem, de nem érdekel	17	17,0	17,0	37,0
Ismerem, és szívesen kipróbálnám	9	9,0	9,0	46,0
Ismerem és már próbáltam	47	47,0	47,0	93,0
Ismerem és rendszeresen fogyasztom	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ismered és fogyasztottad már az alábbi italok valamelyikét? Vitaminnal dúsított gyümölcsle

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Nem hallottam még róla, és nem is érdekel	6	6,0	6,0	6,0
Nem hallottam még róla, de szívesen kipróbálnám	8	8,0	8,0	14,0
Ismerem, de nem érdekel	9	9,0	9,0	23,0
Ismerem, és szívesen kipróbálnám	5	5,0	5,0	28,0
Ismerem és már próbáltam	63	63,0	63,0	91,0
Ismerem és rendszeresen fogyasztom	9	9,0	9,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ismered és fogyasztottad már az alábbi italok valamelyikét? Proteines vodka

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nem hallottam még róla, és nem is érdekel	57	57,0	57,0	57,0
Nem hallottam még róla, de szívesen kipróbálnám	38	38,0	38,0	95,0
Ismerem, de nem érdekel	4	4,0	4,0	99,0
Ismerem, és szívesen kipróbálnám	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ismered és fogyasztottad már az alábbi italok valamelyikét? Vitaminnal dúsított sör

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nem hallottam még róla, és nem is érdekel	48	48,0	48,0	48,0
Nem hallottam még róla, de szívesen kipróbálnám	42	42,0	42,0	90,0
Ismerem, de nem érdekel	7	7,0	7,0	97,0
Ismerem, és szívesen kipróbálnám	1	1,0	1,0	98,0
Ismerem és már próbáltam	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ismered és fogyasztottad már az alábbi italok valamelyikét? Ca-val dúsított kakaó, illetve egyéb tejtermék

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nem hallottam még róla, és nem is érdekel	15	15,0	15,0	15,0
Nem hallottam még róla, de szívesen kipróbálnám	13	13,0	13,0	28,0
Ismerem, de nem érdekel	17	17,0	17,0	45,0
Ismerem, és szívesen kipróbálnám	4	4,0	4,0	49,0
Ismerem és már próbáltam	41	41,0	41,0	90,0
Ismerem és rendszeresen fogyasztom	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

13.11. melléklet: Zöldtea-, vörösbór-, energiatál-, kávé- és tejfogyasztás

Szoktál zöld teát fogyasztani?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	73	73,0	73,0	73,0
	Nem	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Miért szoktál zöld teát fogyasztani?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Az íze miatt	19	19,0	19,0	19,0
	Mert élénkítő hatása van	32	32,0	32,0	51,0
	A társaság miatt	5	5,0	5,0	56,0
	Azért mert egészséges	38	38,0	38,0	94,0
	Egyéb	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Szoktál energiatalt fogyasztani?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	52	52,0	52,0	52,0
	Nem	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Miért szoktál energiatalt fogyasztani?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Az íze miatt	10	10,0	19,2	19,2
	Mert élénkítő hatása van	38	38,0	73,1	92,3
	A társaság miatt	2	2,0	3,8	96,2
	Egyéb	2	2,0	3,8	100,0
	Total	52	52,0	100,0	
Missing	System	48	48,0		
Total		100	100,0		

Fogyasztasz rendszeresen kávét? Ha igen, akkor miért?

		Nem	Igen, az íze miatt	Igen, mert élnékvítő hatása van	Igen, a társaság miatt	Igen, azért mert egészséges	Egyéb
N	Valid	42	21	36	2	1	0
	Missing	58	79	64	98	99	100

Szoktál tejet vagy tejes italokat fogyasztani?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	90	90,0	90,0	90,0
	Nem	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Miért fogyasztasz tejet vagy tejes italokat?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Az íze miatt	49	49,0	54,4	54,4
	Mert élnékvítő hatása van	2	2,0	2,2	56,7
	Igen, azért mert egészséges	33	33,0	36,7	93,3
	Egyéb	6	6,0	6,7	100,0
	Total	90	90,0	100,0	
Missing	System	10	10,0		
Total		100	100,0		

Jelöld be azt az állítást, mellyel egyet értesz! * Miért fogyasztasz tejet vagy tejes italokat?

Crosstabulation

Count

		Miért fogyasztasz tejet vagy tejes italokat?			Total
		Az íze miatt	Mert élnékvítő hatása van	Egyéb	
Jelöld be azt az állítást, mellyel egyet értesz!	A tej kizárólag gyerekeknek való	6	1	4	11
Total		6	1	4	11

Jelöld be azt az állítást, mellyel egyet értesz! * Miért fogyasztasz tejet vagy tejes italokat?

Crosstabulation

Count

	Miért fogyasztasz tejet vagy tejes italokat?				Total
	Az íze miatt	Mert élénkítő hatása van	Igen, azért mert egészséges	Egyéb	
Jelöld be azt az állítást, mellyel egyet értesz! A tej egészséges	41	1	33	6	81
Total	41	1	33	6	81

Jelöld be azt az állítást, mellyel egyet értesz! * Miért fogyasztasz tejet vagy tejes italokat?

Crosstabulation

Count

	Miért fogyasztasz tejet vagy tejes italokat?		Total
	Az íze miatt	Mert élénkítő hatása van	
Jelöld be azt az állítást, mellyel egyet értesz! A tej hízal	3	1	4
Total	3	1	4

13.12. melléklet: Egyes funkcionális italok ismertsége és fogyasztása – kutatási kivonat

Ismered-e és fogyasztottad-e már az alábbi italok valamelyikét? Vörös gyümölcsökből készült italkoncentrátum

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Nem hallottam még róla, és nem is érdekel	11	11,0	11,0	11,0
Nem hallottam még róla, de szívesen kipróbálnám	38	38,0	38,0	49,0
Ismerem, de nem érdekel	5	5,0	5,0	54,0
Valid Ismerem, és szívesen kipróbálnám	21	21,0	21,0	75,0
Ismerem és már próbáltam	24	24,0	24,0	99,0
Ismerem és rendszeresen fogyasztom	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ismered-e és fogyasztottad-e már az alábbi italok valamelyikét? Aloe-vera gél/ital

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nem hallottam még róla, és nem is érdekel	15	15,0	15,0	15,0
	Nem hallottam még róla, de szívesen kipróbálnám	8	8,0	8,0	23,0
	Ismerem, de nem érdekel	22	22,0	22,0	45,0
	Ismerem, és szívesen kipróbálnám	17	17,0	17,0	62,0
	Ismerem és már próbáltam	37	37,0	37,0	99,0
	Ismerem és rendszeresen fogyasztom	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Ismered-e és fogyasztottad-e már az alábbi italok valamelyikét? Algapor alapú ital

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nem hallottam még róla, és nem is érdekel	53	53,0	53,0	53,0
	Nem hallottam még róla, de szívesen kipróbálnám	21	21,0	21,0	74,0
	Ismerem, de nem érdekel	13	13,0	13,0	87,0
	Ismerem, és szívesen kipróbálnám	11	11,0	11,0	98,0
	Ismerem és már próbáltam	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Ismered-e és fogyasztottad-e már az alábbi italok valamelyikét? Karotinkoktél

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Nem hallottam még róla, és nem is érdekel	26	26,0	26,0	26,0
Nem hallottam még róla, de szívesen kipróbálnám	43	43,0	43,0	69,0
Valid Ismerem, de nem érdekel	7	7,0	7,0	76,0
Ismerem, és szívesen kipróbálnám	20	20,0	20,0	96,0
Ismerem és már próbáltam	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ismered-e és fogyasztottad-e már az alábbi italok valamelyikét? Szépségital

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Nem hallottam még róla, és nem is érdekel	39	39,0	39,0	39,0
Nem hallottam még róla, de szívesen kipróbálnám	38	38,0	38,0	77,0
Valid Ismerem, de nem érdekel	3	3,0	3,0	80,0
Ismerem, és szívesen kipróbálnám	16	16,0	16,0	96,0
Ismerem és már próbáltam	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ismered-e és fogyasztottad-e már az alábbi italok valamelyikét? Búzafülé

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Nem hallottam még róla, és nem is érdekel	44	44,0	44,0	44,0
Nem hallottam még róla, de szívesen kipróbálnám	26	26,0	26,0	70,0
Valid Ismerem, de nem érdekel	7	7,0	7,0	77,0
Ismerem, és szívesen kipróbálnám	20	20,0	20,0	97,0
Ismerem és már próbáltam	3	3,0	3,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Ismered-e és fogyasztottad-e már az alábbi italok valamelyikét? Energiavíz

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nem hallottam még róla, és nem is érdekel	27	27,0	27,0	27,0
	Nem hallottam még róla, de szívesen kipróbálnám	48	48,0	48,0	75,0
	Ismerem, de nem érdekel	10	10,0	10,0	85,0
	Ismerem, és szívesen kipróbálnám	11	11,0	11,0	96,0
	Ismerem és már próbáltam	3	3,0	3,0	99,0
	Ismerem és rendszeresen fogyasztom	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

13.13. melléklet: Az egyes (funkcionális) ital márkák ismertsége és kedveltsége a fogyasztók körében

Actimel

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ismerem	18	18,0	18,4	18,4
	Fogyasztottam már	37	37,0	37,8	56,1
	Kedvelem	43	43,0	43,9	100,0
	Total	98	98,0	100,0	
Missing	System	2	2,0		
Total		100	100,0		

be!

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ismerem	6	6,0	66,7	66,7
	Fogyasztottam már	3	3,0	33,3	100,0
	Total	9	9,0	100,0	
Missing	System	91	91,0		
Total		100	100,0		

Dr. Chen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ismerem	21	21,0	77,8	77,8
	Fogyasztottam már	6	6,0	22,2	100,0
	Total	27	27,0	100,0	
Missing	System	73	73,0		
Total		100	100,0		

Forever Living

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ismerem	21	21,0	61,8	61,8
	Fogyasztottam már	4	4,0	11,8	73,5
	Kedvelem	9	9,0	26,5	100,0
	Total	34	34,0	100,0	
Missing	System	66	66,0		
Total		100	100,0		

Herbária Patikája

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ismerem	27	27,0	45,0	45,0
	Fogyasztottam már	23	23,0	38,3	83,3
	Kedvelem	10	10,0	16,7	100,0
	Total	60	60,0	100,0	
Missing	System	40	40,0		
Total		100	100,0		

HohesC

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ismerem	3	3,0	3,4	3,4
	Fogyasztottam már	26	26,0	29,2	32,6
	Kedvelem	60	60,0	67,4	100,0
	Total	89	89,0	100,0	
Missing	System	11	11,0		
Total		100	100,0		

ISOSTAR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ismerem	15	15,0	51,7	51,7
	Fogyasztottam már	5	5,0	17,2	69,0
	Kedvelem	9	9,0	31,0	100,0
	Total	29	29,0	100,0	
Missing	System	71	71,0		
Total		100	100,0		

Jakult

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ismerem	6	6,0	100,0	100,0
Missing	System	94	94,0		
Total		100	100,0		

Kyäni

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ismerem	3	3,0	75,0	75,0
	Fogyasztottam már	1	1,0	25,0	100,0
	Total	4	4,0	100,0	
Missing	System	96	96,0		
Total		100	100,0		

Mira

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ismerem	6	6,0	54,5	54,5
	Fogyasztottam már	5	5,0	45,5	100,0
	Total	11	11,0	100,0	
Missing	System	89	89,0		
Total		100	100,0		

Powerade

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Per- cent
Valid	Ismerem	28	28,0	43,8	43,8
	Fogyasztottam már	30	30,0	46,9	90,6
	Kedvelem	6	6,0	9,4	100,0
	Total	64	64,0	100,0	
Missing	System	36	36,0		
Total		100	100,0		

RedBull

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Per- cent
Valid	Ismerem	23	23,0	23,7	23,7
	Fogyasztottam már	51	51,0	52,6	76,3
	Kedvelem	23	23,0	23,7	100,0
	Total	97	97,0	100,0	
Missing	System	3	3,0		
Total		100	100,0		

Salvus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Per- cent
Valid	Ismerem	13	13,0	59,1	59,1
	Fogyasztottam már	9	9,0	40,9	100,0
	Total	22	22,0	100,0	
Missing	System	78	78,0		
Total		100	100,0		

Turbó diéta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Per- cent
Valid	Ismerem	45	45,0	90,0	90,0
	Fogyasztottam már	5	5,0	10,0	100,0
	Total	50	50,0	100,0	
Missing	System	50	50,0		
Total		100	100,0		

UniQuelle

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Per- cent
Valid	Ismerem	15	15,0	93,8	93,8
	Fogyasztottam már	1	1,0	6,3	100,0
	Total	16	16,0	100,0	
Missing	System	84	84,0		
Total		100	100,0		

Well

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Per- cent
Valid	Ismerem	27	27,0	84,4	84,4
	Fogyasztottam már	3	3,0	9,4	93,8
	Kedvelem	2	2,0	6,3	100,0
	Total	32	32,0	100,0	
Missing	System	68	68,0		
Total		100	100,0		

14. melléklet: A klaszterek kialakításához szolgáló attitűdállítások a táplálkozással és az étkezéssel kapcsolatban

1. A testsúlyommal elégedett vagyok.
2. Nagy befolyással vannak étkezésemre a barátaim.
3. Sokkal fontosabbnak tartom egy ételnél azt, hogy ízlik, mint azt, hogy egészséges.
4. Az alapján választok két ételmyszer közül, hogy melyikben van kevesebb kalória.
5. Azt eszem, amit éppen megkívánok, nem érdekel, hogy mennyire tartják egészségesnek.
6. Nagy befolyással vannak étkezésemre az aktuális trendek.
7. Mindig megnézem az egyes ételek kalóriatartalmát, mielőtt elfogyasztom/megvásárolok őket.
8. Kifejezetten egészségesen étkezem.
9. Próbálok rávenni másokat, hogy egészségesen étkezzenek.
10. Sokszor visszafogom magam az étkezésben, nehogy elhízzak.
11. Jó lenne, ha valaki személyre szabottan megmondaná, hogy milyen ételmyszereket kell fogyasztanom ahhoz, hogy egészséges maradjak.
12. Bizonyos dolgokat egészségügyi problémáim miatt nem eszem/iszom. Pl.: magas vérnyomás, magas vércukorszint
13. Azt eszem, amit otthon kapok.

15. melléklet: Az attitűdállítások alapján képzett klaszterek funkcionális ital-fogyasztása

22. táblázat: Az újgenerációs funkcionális italok fogyasztása és ismertsége

Fogyasztási gyakoriság		Vörös gyümölcsből készült k.	Aloe-vera gél/ital	Algapor alapú ital	Karotin koktél	Szépségital	Búzafülé	Energia-víz	Σ
Nem hal-lottam még róla, és nem is érdekel	Tudatosan étkezők	1	2	5	0	4	3	4	19
	Súlyukkal elégedetlen kalóriaszá-molók	3	8	22	9	11	17	9	79
	Magabiztos íz-vadászok	7	5	26	17	24	24	14	117
	Összesen	11	15	53	26	39	44	27	215
Nem hal-lottam még róla, de szívesen kipróbálnám		3	2	5	8	6	3	8	35
		19	6	9	19	17	14	22	106
		16	0	7	16	15	9	18	81
	Összesen	38	8	21	43	38	26	48	222
Ismerem, de nem érdekel		2	0	0	2	2	2	0	8
		2	7	6	3	1	1	2	22
		1	15	7	2	0	4	8	37
	Összesen	5	22	13	7	3	7	10	67
Ismerem, és szívesen kipróbálnám		1	6	7	6	3	8	6	37
		14	7	4	9	11	9	5	59
		6	4	0	5	2	3	0	20
	Összesen	21	17	11	20	16	20	11	116
Ismerem és már próbáltam		10	7	1	2	3	2	0	25
		3	13	0	1	1	0	2	20
		11	17	1	1	0	1	1	32
	Összesen	24	37	2	4	4	3	3	77
Ismerem és rendszeren fogyasztom		1	1	0	0	0	0	0	2
		0	0	0	0	0	0	1	1
		0	0	0	0	0	0	0	0
	Összesen	1	1	0	0	0	0	1	3

Forrás: Saját kutatás