

OTDK-DOLGOZAT

Csikós Enikő
Nagyházi Anna
BA

2013

FIATALOK ALKOHOLFOGYASZTÁSI SZOKÁSAI

ALCOHOL CONSUMPTION HABITS OF THE YOUTH

Csikós Enikő
Nagyházi Anna

Kézirat lezárva: 2012. november 14.

TARTALOMJEGYZÉK

1.	BEVEZETÉS (CSIKÓS ENIKŐ).....	1
2.	KUTATÁSI TERV (NAGYHÁZI ANNA)	2
2.1.	KUTATÁS TÁRGYA - PROBLÉMA MEGHATÁROZÁSA.....	2
2.2.	KUTATÁSI CÉL(OK)	2
2.3.	HIPOTÉZIS(EK)	2
2.4.	KONCEPTUALIZÁCIÓ	3
2.5.	KUTATÁSI MÓDSZEREK	3
2.6.	MINTAVÉTELI TERV	3
3.	SWOT ANALÍZIS (CSIKÓS ENIKŐ)	4
4.	STEEP ELEMZÉS (NAGYHÁZI ANNA)	8
5.	VERSENYTÁRSELEMZÉS (CSIKÓS ENIKŐ).....	12
5.1.	A VERSENYTÁRSELEMZÉS LEHETSÉGES MEGVÁLASZOLANDÓ KÉRDÉSEI:	12
5.1.1.	<i>Kik a mi versenytársaink?</i>	<i>12</i>
5.1.2.	<i>Milyen veszélyeket jelentenek?</i>	<i>12</i>
5.1.3.	<i>Mi a versenytársaink profilja?</i>	<i>13</i>
5.1.4.	<i>Melyek a versenytársak céljai?.....</i>	<i>13</i>
5.1.5.	<i>Milyen stratégia szerint működnek a versenytársaink és mennyire sikeresek ezek a stratégiák?</i> <i>13</i>	<i>13</i>
5.1.6.	<i>Melyek a versenytársaink erősségei és gyengeségei?.....</i>	<i>13</i>
5.1.7.	<i>Milyen érzékenyen reagálnak a versenytársaink az üzleti folyamatainkban bekövetkező</i> <i>változásokra?</i>	<i>14</i>
5.2.	A VERSENYTÁRSELEMZÉSNÉL VAN MÉG PÁR FONTOS DOLOG, AMIT MEG KELL VIZSGÁLNUNK, EZEK A KÖVETKEZŐK:	14
5.2.1.	- <i>Piaci részesedések.....</i>	<i>14</i>
5.2.2.	- <i>Elosztási csatornák/ értékesítési hálózat</i>	<i>15</i>
5.2.3.	- <i>Vevői hűség szintjei/ fokozatai</i>	<i>15</i>
6.	AKTUÁLIS HELYZET (NAGYHÁZI ANNA)	16
6.1.	MAGYARORSZÁG	16
6.2.	KÜLFÖLD	17
7.	PUBLIKÁLT TANULMÁNYOK ÉRTÉKELÉSE.....	19
7.1.	ALKOHOL, DOHÁNYZÁS ÉS DROG PREVENCIÓS KUTATÁS (CSIKÓS ENIKŐ).....	19
7.2.	AZ ALKOHOLHASZNÁLAT MOTIVÁCIÓS ÖSSZETEVŐINEK SZEREPE A FIATALKORI SZERHASZNÁLATBAN KÜLÖNBÖZŐ SZINTEREKEN ÉS KULTÚRÁKBAN (CSIKÓS ENIKŐ).....	24
7.3.	AZ EURÓPAI FIATALSÁG ALKOHOLFOGYASZTÁSI SZOKÁSAI (NAGYHÁZI ANNA)	27
7.4.	A HEINEKEN A FIATALOK ALKOHOLFOGYASZTÁSI SZOKÁSAIT KUTATTA (NAGYHÁZI ANNA)	28
8.	SZEKUNDER ADATOK (CSIKÓS ENIKŐ)	31
9.	KÉRDŐÍV ELEMZÉSE (CSIKÓS ENIKŐ ÉS NAGYHÁZI ANNA)	32
9.1.	1. KÉRDÉS	32
9.2.	2. KÉRDÉS	33
9.3.	3. KÉRDÉS	34
9.4.	4. KÉRDÉS	35
9.5.	5. KÉRDÉS	36
9.6.	6. KÉRDÉS	37
9.7.	7. KÉRDÉS	37
9.8.	8. KÉRDÉS	38
9.9.	9. KÉRDÉS	38
9.10.	10. KÉRDÉS	39
9.11.	11. KÉRDÉS	39
9.12.	12. KÉRDÉS	40

9.13.	13. KÉRDÉS	40
9.14.	14. KÉRDÉS	41
9.15.	15. KÉRDÉS	41
9.16.	16. KÉRDÉS	42
9.17.	17. KÉRDÉS	42
9.18.	18. KÉRDÉS	43
9.19.	19. KÉRDÉS	43
9.20.	20. KÉRDÉS	43
9.21.	21. KÉRDÉS	44
9.22.	22. KÉRDÉS	44
9.23.	23. KÉRDÉS	45
9.24.	24. KÉRDÉS	45
9.25.	25. KÉRDÉS	46
9.26.	26. KÉRDÉS.....	46
9.27.	27-28. KÉRDÉS.....	46
9.28.	29.KÉRDÉS.....	47
9.29.	30. KÉRDÉS	47
9.30.	31-32.KÉRDÉS	47
9.31.	33-38. KÉRDÉS.....	48
10.	ÖSSZEGZÉS (NAGYHÁZI ANNA).....	51
	IRODALOMJEGYZÉK.....	52
	MELLÉKLETEK.....	I
	1. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV	I

ÁBRAJEGYZÉK

1. ÁBRA: AZ UNICUM GYÁRTÁSÁNAK A FOLYAMATA	9
2. ÁBRA: SZESZESITAL MÁRKÁK A HAZAI PIACON 2005-BEN	10
3. ÁBRA: ALKOHOLFOGYASZTÁS AZ EGYES ISKOLATÍPUSOKBAN	20
4. ÁBRA: KÜLÖNBÖZŐ ALKOHOLTÍPUSOK FOGYASZTÁSÁNAK GYAKORISÁGA	21
5. ÁBRA: AZ ALKOHOLFOGYASZTÁS SZOCIÁLIS KÖRNYEZETE	23
6. ÁBRA: ALKOHOLIZMUS DEFINÍCIÓJA A KITÖLTŐK SZERINT	29
7. ÁBRA: MÉRTÉKTELEN ALKOHOLFOGYASZTÁS KÖVETKEZMÉNYEI	30
8. ÁBRA: KITÖLTŐK ÉLETKORÁNAK MEGOSZLÁSA	32
9. ÁBRA: ELSŐ ALKOHOLFOGYASZTÁS KORA	33
10. ÁBRA: MIÓTA FOGYASZTANAK RENDSZERESEN ALKOHOLT	34
11. ÁBRA: ELSŐ ALKOHOLFOGYASZTÁS HELYSZÍNE	35
12. ÁBRA: ELSŐ ALKOHOLTERMÉK FAJTÁJA	36
13. ÁBRA: SZESZESITAL FOGYASZTÁS GYAKORISÁGA	37
14. ÁBRA: PÉNZKÖLTÉS EGY ALKOHOLFOGYASZTÁS ALKALMÁVAL	38
15. ÁBRA: BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK	39
16. ÁBRA: ALKOHOLLAL KAPCSOLATOS EMLÉKEK	40
17. ÁBRA: ALKOHOLFOGYASZTÁS AZ ISKOLAIDŐBEN	41
18. ÁBRA: SZÜLŐK TUDNAK-E AZ ALKOHOLFOGYASZTÁSRÓL	42
19. ÁBRA: CSALÁDON BELÜLI ALKOHOLIZMUS ARÁNYA	43
20. ÁBRA: ALKOHOLFOGYASZTÁSI VÁGY MÁSNAPOSAN	44
21. ÁBRA: TELJESÍTMÉNYROMLÁS	44
22. ÁBRA: ALKOHOLOK NÉPSZERŰSÉGE	45
23. ÁBRA: ALKOHOLVÁSÁRLÁSI HELYEK	46
24. ÁBRA: FIGYELMEZTETÉS A TÚLZOTT ALKOLFOGYASZTÁSRA	47
25. ÁBRA: ALKOHOL OKOZTA BETEGSÉGEK	48

1. BEVEZETÉS (CSIKÓS ENIKŐ)

Piackutatásunk fő témája a fiatalok alkoholfogyasztási szokásainak megismerése és elemzése. Szeretnénk megtudni, hogy mikor, miért, milyen gyakran, mennyi alkoholt fogyasztanak, milyen hatással van rájuk, illetve, hogy tisztában vannak-e a következményeivel. A válaszok legtöbbször megegyeztek a mi elgondolásainkkal, de párszor elég meglepő válaszokat is kaptunk. Ezért is fontos ez a téma a mai világban, és főleg Magyarországon, mert fontos, hogy tisztában legyünk az alkohol fiatalokra gyakorolt hatásával, hiszen ez a generáció az emberiség jövője.

2. KUTATÁSI TERV (Nagyházi Anna)

Témaválasztás:

Azért ezt a témát választottuk, mert úgy gondoljuk, hogy ez egy nagyon fontos és aktuális probléma Magyarországon. Egyre gyakrabban hallani olyan esetekről, melyek arról számolnak be, hogy tizenéves fiatalok mit csináltak, milyen bajba kerültek az alkohol hatására.

2.1. KUTATÁS TÁRGYA - PROBLÉMA MEGHATÁROZÁSA

Tárgy: Fiatalok alkoholfogyasztási szokásai

Probléma: A fiatalok egyre korábban és egyre több alkoholt fogyasztanak, nem törődve ennek következményeivel. Nem jellemző a felelős alkoholfogyasztás a 14-22 éves korosztályra.

2.2. KUTATÁSI CÉL(OK)

Kutatásunk célja, hogy betekintést nyerjünk a fiatalok alkoholfogyasztási szokásaiba. Mikor, miért, hol és mennyi alkoholt fogyasztanak a mai fiatalok.

2.3. HIPOTÉZIS(EK)

Egyre több fiatalot látunk szórakozóhelyeken illetve az utcán alkoholt fogyasztani.

A családi befolyás mértéke csökkent, sokkal inkább a baráti kör véleménye mérvadó a tizenéves korosztály számára.

A fiatalok kevésbé törődnek az elfogyasztott alkohol minőségével, fontosabb számukra annak hatása, tehát a mennyiségi szempont került előtérbe.

Az alkohol hatására a tinédzserek felszabadultabbak lesznek, könnyebben teremtenek kapcsolatot, de ennek a hatásnak a veszélyeivel nincsenek tisztában, vagy nem törődnek vele.

2.4. KONCEPTUALIZÁCIÓ

A vizsgálandó fogalmak és változók jelentésének meghatározása.

Alkohol: legális drog. Befolyásolja a tudati állapotot, kifejezetten toxikus hatású. Nagyobb mennyiség rendszeres fogyasztása függőséghez vezet, megvonása ilyenkor súlyos tünetekkel jár.

Alkoholizmus: Az alkohol rendszeres, mértéktelen, hozzászokás szerű fogyasztásából eredő, testi és lelki károsodásokkal járó állapot, amely az alkoholfogyasztásról való leszokás képtelenségével társul.

2.5. KUTATÁSI MÓDSZEREK

Primer információgyűjtés

Kvantitatív eljárások segítségével szerzünk elsődleges információkat. Online és papíralapú kérdőíveket fogunk kitölteni. 150-200 érvényes kérdőívet szeretnénk kiértékelni.

Szekunder információgyűjtés

Szekunder információnkat egy drogtanulmányból szereztük, azon belül az alkoholfogyasztási szokásokat vizsgáló fejezetből.

2.6. MINTAVÉTELI TERV

Célcsoportunk 14-22 éves fiatalok. Kérdőíveket töltetünk ki számos gimnáziumban, középiskolában, főiskolán, egyetemen, illetve az interneten és ezeket értékeljük ki. A mintavétel nem reprezentatív.

3. SWOT ANALÍZIS (Csikós Enikő)

Erősségek • Kis mennyiségben egészséges • Egyfajta életérzés • Társadalmilag elfogadott • Rendkívül széles kínálat • Nincs szükség marketingre	Gyengeségek • Negatív közvélemény • Nagy mennyiségben káros • Változó fogyasztói igények
Lehetőségek • Sokféle szponzorálási lehetőség • Az alkohol függőséget okoz (fogyasztók hosszú távú birtoklása) • A fiatalok fogékonyak a divatos termék innovációra • Világpiac kihasználása	Veszélyek • Egyénileg előállítható • Árharc • A kormány ellenségessége

Erősségek

Magának az alkoholnak több a hátránya, mint az előnye, mégis kimutatható pár pozitív hatása. Ha megfelelően kis mennyiségben isszuk (az alkohol legnagyobb védő hatását naponta hat gramm alkohol fogyasztásával lehet elérni), akkor tapasztalhatjuk meg az alkohol egészségünkre gyakorolt pozitív hatásait. Kimutatható ugyanis, hogy az alkohol képes megemelni a vérben tartózkodó HDL-koleszterin (az úgynevezett "jó" koleszterin) szintjét, amely jótékony hatású az erekre nézve, tisztítja azok falait és ezáltal csökkenti az érmezesedés és a trombózis kialakulásának kockázatát is. Mindezen túl fokozza a vérkeringést, valamint segíti a gyomorban a lipidek megemésztődését azáltal, hogy emulgeálja

azokat. A vörösbor magasabb vastartalma a vérképzésre is jótékonyan hat, ezzel sokat segítve azokon, akik vérszegénységben küzdenek. Képes kitágítani a bőrben elhelyezkedő hajszálereket, csökkentve ezáltal testhőmérsékletet, és nem utolsósorban növeli az étvágyat. (Wikipédia,

http://hu.wikipedia.org/wiki/Az_alkohol_hat%C3%A1sai#R.C3.B6vid_t.C3.A1v.C3.BA_hat.C3.A1sok)

Az alkohol egyik előnye, hogy egyfajta életérzést jelent, főleg a fiatalok számára, akik pont tinédzser korukban próbálják ki az összes „felnőtt” dolgot, többek között az alkoholt is. Ezzel próbálnak felnőtt módjára viselkedni. Az alkoholtól jobban érzik magukat, felszabadultabbak, gátlástalanabbak. Mivel legális, ezért könnyebben hozzáférhető, ami egy nagy előny az illegális drogokkal szemben.

Az alkoholfogyasztás társadalmilag elfogadott, persze csak mértékkel. Ez azt jelenti, hogy ugyan a cigarettásokat, vagy a kábítószer használókat sokszor kinézik egy-egy közösségből, addig ez a mértékletességgel rendelkező alkoholfogyasztókkal nem fordulhat elő.

Az alkoholtermékek kínálata rendkívül széles körű. A legolcsóbbtól a legdrágáig bármilyen termék közül választhatunk. De nem csak az ártenyezővel lehet differenciálni a termékeket. Az alkohol típusa, erőssége, származási helye, keletkezési ideje és minősége is a széles és mély kínálatot biztosítja, hogy minden fogyasztó megtalálja a saját maga számára megfelelő terméket.

Ugyan ahhoz, hogy egy-egy termék sikeres legyen elengedhetetlen szükség van a marketingre, mégis, ha az alkoholtermékeket összességében vizsgáljuk nincs szüksége rá, ugyan úgy, ahogy a cigarettának sincs. Hiába káros az egészségre nagy mennyiségű fogyasztása, az emberek mégis megveszik, hiszen olyan széles körű elterjedtségnek örvend, akár a mindennapi szükségleteinket kielégítő termékek.

Gyengeségek

Mint azt az előbb említettem, az alkohol társadalmi szinten elfogadott, és ugyan ki nem közösítik a fogyasztókat, mégis, ha valaki egyszerre nagyobb mennyiséget vásárol, vagy rosszabb esetben nagyobb mennyiséget fogyaszt, azt bizony a társadalom nem nézi jó szemmel. Amerikában például számos államban meghatározták azt a maximum mennyi-

séget, amit egy ember egy alkalommal szeszes italból vásárolhat. Ez persze nem tiltja nagyobb mennyiség megvételét egy személy által, csak bonyolultabbá és hosszadalmasabbá teszi a folyamatot, hiszen miután az első termékeket megvette, azt ki kell fizetnie, és újra visszamenni a következőkért.

A fokozott mennyiségű alkoholfogyasztás megnöveli a májzsugor gyakoriságát, emeli a vérnyomást, sűrűbben fordul elő agyvérzés, és valószínűleg fokozza bizonyos rosszindulatú daganatok kialakulásának kockázatát. Hosszabb ideig tartó túlzott fogyasztásnál gyakran kóros soványodás figyelhető meg az étvágytalanság miatt, valamint a fej-nyaki tájon erős pirosodás a vérnyomás-probléma miatt. A szesz lebontása folyamán acetaldehid keletkezik, ami súlyos mérgező és főképp a májat károsítja. Ez az egyik oka a függők esetében a májkárosodásnak.

Ugyan az alkoholfogyasztás töretlen népszerűségnek örvend, mégis az egyes alkoholfajták fogyasztásának trendje kiszámíthatatlan, éppen ezért nehéz előre jelezni.

Lehetőségek

A piacon szinte minden termék, cég, esemény, csoport, szervezet, stb. igényli a szponzorálást. Ezt az alkoholtermékeket gyártó ipar mindig jól kihasználta, vegyük például a következő cégeket: a Soproni szponzorálja a magyar vízilabda válogatottat illetve a VOLT fesztivált, a Törley a Múzeumok Éjszakáját, A Dreher pedig a Sziget fesztivált. Ezáltal könnyen be lehet vonni az alkoholos termékeket a köztudatba, és sokkal nagyobb figyelmet kapnak, arról nem is beszélve, hogy a szponzoráció olyan piaci lehetőség, ami könnyen megtérül.

Bizonyított tény, hogy az alkohol függőséget okozhat. Ugyan ez a társadalom szemszögéből negatív tulajdonság, az iparágnak viszont nagyon is kedvező. Ezáltal nincsen szükség újabb marketingkiadásokra, hogy megtartsák a vevőt, csak a vevő kiszolgálási színvonalat kell fenntartani.

Ha a fiatalok szemszögéből közelítjük meg a kérdést, akkor igen nagy lehetőség annak szem előtt tartása, hogy a fiatalok fogékonyabbak az új dolgokra. Ők azok, akik rendszeresen követik a divatot, és akiket egy új, dizájnosabb külsővel és megfelelő reklámstratégiával meg lehet nyerni magunknak.

Fontos szempont még annak felismerése, hogy a kereskedelem már nem csak az országon vagy földrészen belüli kereskedelemről áll, hanem földrészek között is zajlik. Ez rendkívül széles lehetőségeket tár fel, hiszen minden alkoholtípus nagyban jellemző az előállítási helyre, ettől egészen egyedi is lehet, ami nagy előny a nemzetközi piacokon. Fontos megtalálnunk azokat a tulajdonságokat, amiktől a termék egyedivé válik és a világpiacon is megállná a helyét, és erre építeni a marketingstratégiánkat, hogy aztán könnyebben terjeszthessünk külföldre.

Veszélyek

Az alkoholtermékek értékesítési mutatóit rontja, hogy alkoholos termékeket házilag is elő lehet állítani. Nyilván a hétköznapi embernek nincs borospincéje a ház alatt, se szeszfőzdéje a ház mögött, mégis elég nagy azoknak az aránya, akik saját maguk számára állítják elő ezeket a fogyasztási cikkeket. És ez nem csak a gazdaság számára káros, hanem az egészségre nézve is, hiszen ezeknek az italoknak nem kell egy sor, az egészséget védő szabványnak megfelelnie, mivel annak az esélye, hogy ellenőrzésre kerüljön sor elég kevés, főleg, mivel ezek személyes fogyasztásra készülnek.

Mint ahogy az minden iparágban előfordul, az árharc az alkoholipart sem kíméli. Habár ez nem a minőségi termékekre jellemző (ahol a vásárló a minőségért fizet), hanem inkább az olcsó, nem minőségi, kommersz termékekre, mégis az egész piacra kihatással van. És főleg a fiatalok azok, akik előnyben részesítik az olcsóbb termékeket. Azt viszont nem tartják szem előtt, hogy az olcsó italokkal jobban veszélyeztetik az egészségüket.

Nem utolsó sorban a kormány ellenségességét is fontos megemlítenünk, és a lehetséges, jövőben felmerülő beavatkozásokat is. De ide vonatkozik az a törvény is, amelyben megemelték az alkoholtermékek jövedéki adóját, ezzel remélve az alkoholtermékek keresletének csökkenését.

4. STEEP ELEMZÉS (Nagyházi Anna)

Elemzésünket a Zwack Unicum Nyrt., mint Magyarország egyik legnagyobb alkoholipari cége, kapcsán készítettük el.

Minden vállalatnál hasznos és fontos a környezeti változások követése. A STEEP analízis segítségével előre tudják jelezni az estleges problémákat, könnyebben elérik jövőbeni céljaikat, kiaknázatlan piaci területeket érhetnek el.

STEEP tényezők: társadalmi (social) környezet, technológiai (technological) környezet, gazdasági (economic) környezet, természeti (ecological) környezet, politikai és jogi (political) környezet.

Társadalmi környezet

Európa szerte minden országban és hazánkban is mindenki máshogy ítéli meg alkoholt. Vannak olyan társadalmi rétegek, akik ellenzik, mások pedig támogatják a kulturált alkoholfogyasztást. A szeszesitalgyártó vállalatoknak nagyon körültekintőnek kell lenniük abban, hogy mit, hogyan, mikor és kinek reklámoznak, ebben segítségükre van a számukra, belső használatra kiadott Marketing Kódex. Megtalálható benne a reklámozással, PR tevékenységgel, weboldalak fejlesztésével, márkafejlesztési tevékenységgel, kiskereskedelmi aktivitásokkal, élmény-marketinggel kapcsolatos tudnivalók. A csomagolásnak és a márkaneveknek meg kell felelniük a Marketing Kódexben leírtaknak, ugyanakkor a törvényeknek is.

A gyártóknak fontos figyelembe venniük a kiskorúakra vonatkozó törvényeket, Magyarország esetében azt, hogy 18 évnél fiatalabbaknak nem árusítható alkohol. Arra is figyelniük kell, hogy semmilyen marketing tevékenységgel se célazzák meg a fiatalokat. Csak abban az esetben reklámozhatnak, ha feltételezhető, hogy a közönség nagy része már elmúlt 18 éves, legyen szó bármilyen reklámhordozóról. A különböző márkák honlapjain rá kell kérdezni, hogy a látogató elmúlt-e már 18 éves, csak így lehet megtekinteni.

A vállalatoknak figyelniük kell a kulturális különbségekre. Az ügynökségeknek és a marketingcsapatnak meg kell bizonyosodnia arról, hogy mind belföldi értékesítés, mind ex-

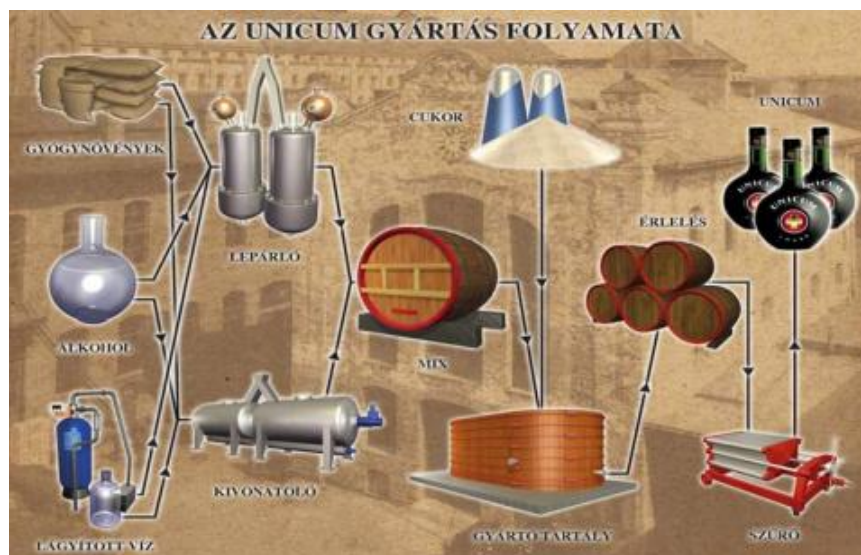
port esetén a márka kommunikációja nem tartalmaz olyan elemeket melyek sérthetnek más kultúrákat, vallási csoportokat, kisebbségi csoportokat.

Tilos a reklámokban megjeleníteni az italok alkoholtartalmát, csak a csomagoláson lehet feltüntetni.

Általános tendencia a fogyasztói csoportok szűkülése. Ennek az az oka, hogy egyre kevesebben születnek és a halálozási arány magas.

Technológiai környezet

Az Zwack Unicum Nyrt. termékei közül az Unicum előállítása a legbonyolultabb. Az alábbi ábra ezt mutatja.



1. ábra: Az Unicum gyártásának a folyamata

Forrás: http://elib.kkf.hu/edip/D_12143.pdf

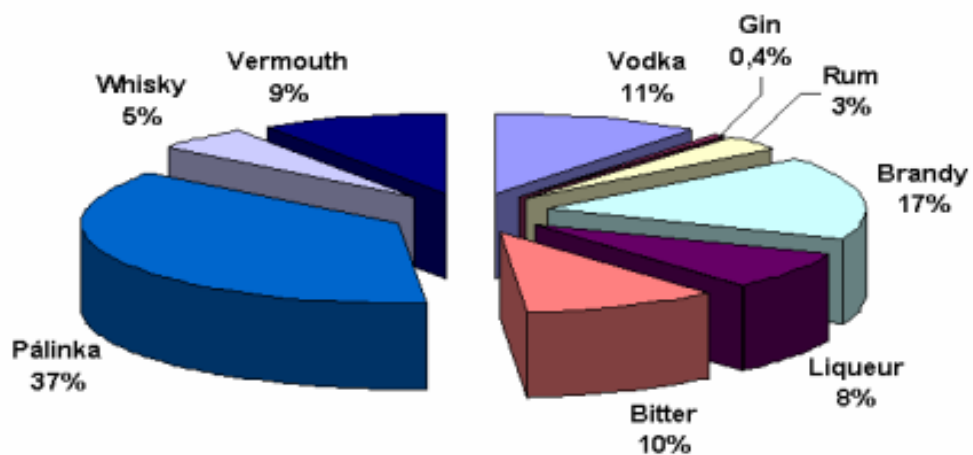
:

Az Unicum több mint 40 fajta gyógynövényből készül. A terméket kivonatolással és desztillációval állítják elő. A gyógynövényeket néhány hétig finomszeszben áztatják, hogy kioldódjanak belőlük a szükséges íz anyagok, majd az ázatok egy részét desztillálják használat előtt. A sajátos íz elérésében nagy szerepet játszik, hogy fél évig tölgyfahordóban érlelik az alkoholt.

Gazdasági környezet

A gazdasági környezet vizsgálatakor leginkább azt kutatják, hogy milyen konkurens cégek vannak jelen a piacon és hogy mekkora a verseny. Napjainkban a piac csökkenő tendenciát mutat, melynek egyik oka a feketepiaci termékek bejövetele.

Egyre kedveltebbek a pálinkák, illetve a pálinka jellegű szeszesitalok, ezek a piac 37 %-át teszik ki. A brandyk 17%-os, a vodkák 10-11%-os, a whiskyk 5%-os, a gyomorkeserűk 10%-os, a likőrök 8%-os előfordulással vannak jelen a piacon.



2. ábra: Szeszesital márkák a hazai piacon 2005-ben

Forrás: http://elib.kkf.hu/edip/D_12143.pdf

A vállalat termékeit tekintve a vodkák kereskedelme fejlődik a legütemesebben, mivel ebből egyformán oszlanak meg a prémium és a kommersz termékek, továbbá ez egy olyan ital, amit mindennel lehet keverni és nagyon kedvelt a fogyasztók körében.

Az elmúlt években hazánkban 19%-kal csökkent a termelés és az eladás, melynek oka az egyre terjeszkedő fekete piac.

Természeti környezet

Manapság a legtöbb vállalat életében, így a Zwack Unicumnál is nagyon fontos a tudatos környezetvédelmi tevékenység. A cég folyamatosan erre törekszik és így képes megfelelni a KIR-nek, azaz a minőségbiztosítással integrált környezetközpontú irányítási rendszernek.

Folyamatos környezeti ellenőrzés alatt áll a termelési terület egésze. A vállalat arra törekszik, hogy a keletkezett hulladékot minél nagyobb arányban hasznosítsa. A szennyvíz elvezetése csatornába történik és földgáz üzemű energiatermelő berendezéseket használnak, melyek káros anyag kibocsátása mindig a megengedett érték alatt van.

Politikai és jogi környezet

Az EU csatlakozás után megváltozott néhány szeszipari szegmens megnevezése, valamint a velük kapcsolatos követelmények is az új jogszabályok és rendeletek miatt. Például pálinkának csak azokat az italokat lehet nevezni, melyek 100% gyümölcsből készültek, és semmilyen aromát és segédanyagot nem tartalmaznak. A pálinkafőzésre és főzetésre vonatkozó adózási jogszabályok is megváltoztak.

(Forrás: http://elib.kkf.hu/edip/D_12143.pdf)

5. VERSENYTÁRSELEMZÉS (Csikós Enikő)

A versenytárselemzésnek fontos szerepe van a stratégiai tervezésben a következők miatt:

- Segít megérteni a managementnek a vállalat versenytársakhoz viszonyított stratégiai előnyeit és hátrányait.
- Segít megérteni a versenytársak múlt-, jelen-, és jövőbeli stratégiai terveit, döntéseit és lépéseit.
- Segítségével olyan információs bázis hozható létre, melynek felhasználásával a meglévő versenyelőnyöket megalapozó, erősítő stratégia dolgozható ki.
- Lehetővé teszi a jövőbeni beruházásokból várható megtérülések előrejelzését (illetve azt hogy mi lesz a versenytársak várható reakciója egy- egy új termékre, szolgáltatásra, vagy árazási stratégiára) (*Versenytárselemzés, oktatási segédlet, Kovács Norbert, http://www.sze.hu/~kovacsn/Piacelm%E9letek/OKT_Seg%E9dlet_PE.pdf*)

5.1. A VERSENYTÁRSELEMZÉS LEHETSÉGES MEGVÁLASZOLANDÓ KÉRDÉSEI:

5.1.1. Kik a mi versenytársaink?

Mivel a mi témánk az alkohol és annak hatása a fiatalok életében, ezért versenytársként azokat a termékeket választottuk, amik szintén inkább a fiatalok életében jellemző, és az alkoholfogyasztást egészíti ki, vagy helyettesíti, ezek pedig a cigaretta és a különböző kábítószer.

5.1.2. Milyen veszélyeket jelentenek?

A nyilvánvaló egészségügyi veszélyeken kívül, ami nem csak a versenytárs termékeknél van jelen, hanem az általunk elemzett terméknél is, szintén nagy veszély, hogy nagyon könnyen kialakulhat a függőségi állapot. Ez az alkohollal és a dohánytermékekkel is így van, de a kábítószereknél sokkal nagyobb ennek a veszélye. A fiatalok semmit sem vesznek figyelembe és semmi másra nem gondolnak, csak hogy mikor fogyaszthatják újra azt a terméket, amitől függővé váltak.

5.1.3. Mi a versenytársaink profilja?

A mi elemzésünk nem vállalatra, hanem magára a termékfajtára koncentrál, tehát a mi esetünkben a profil maga a termék, tehát cigaretta esetében a dohánytermékek, kábítószer esetében pedig a tudatmódosító szerek.

5.1.4. Melyek a versenytársak céljai?

Mint mindegyik cég esetében, nyilván e termékek esetében is a cél a minél nagyobb bevétel és minél nagyobb piacrészesedés megszerzése.

5.1.5. Milyen stratégia szerint működnek a versenytársaink és mennyire sikeresek ezek a stratégiák?

Mivel ezek a termékek veszélyeztetik az egészséget, ezért a fő stratégia nem erre hegyeződik ki, inkább az életérzésre. A dohányos egy kisebbségi csoport része. Összetartanak, falaznak egymásnak, ezáltal erősítve a csoporthoz tartozás érzését, szocializálódást. Ugyan ez igaz a kábítószer fogyasztókra is, talán még jobban, hiszen illegalitásából fakadva tényleg csak olyan környezetben fogyasztható, amiben a fogyasztó teljes mértékben megbízik, és felszabadultnak érzi magát. Ezeknek a termékeknek a fogyasztását társadalmi sztereotípiák kavalkádja kíséri. Ezeknek a pozitív része például a boldogság érzet kialakulása, a gondoktól való megszabadulás, könnyebb feloldódás a környezetben.

Ennek a stratégiának a sikeressége a dohánytermékekénél igen szembetűnő, hiszen reklámozás nélkül is töretlen a sikere, hiszen azok az emberek, akik egyszer rászoktak, bármilyen áron megveszik.

5.1.6. Melyek a versenytársaink erősségei és gyengeségei?

Mint az a fentiekben kifejtettem erősségük abban rejlik, hogy nagyon zárt kultúrát képviselnek. Akik egyszer rászoktak, azok kitartanak mellette, és bármilyen áron megveszik. Gyengeségként viszont meg kell említeni a kormány igen ellenséges hozzáállását mind a dohánytermékekkel szemben, mind a kábítószerekkel szemben. A dohánytermékek fogyasztása még nem illegális, de sokféle eszközzel akarják csökkenteni a dohányosok számát, mint például a dobozon megjelenő képekkel és feliratokkal, a dohányzás betiltásával a megállóknál, vendéglátóhelyeken, valamint a dohánytermékek árának növelésével. A kábítószer elleni harc ennél jóval komolyabb, hiszen bármilyen termék fogyasztása vagy birtoklása bűncselekmény.

5.1.7. Milyen érzékenyen reagálnak a versenytársaink az üzleti folyamatainkban bekövetkező változásokra?

Az alkohol, a dohánytermékek és a kábítószeres fogyasztása nem feltétlenül kapcsolódik egymáshoz, a fiatalok életében viszont inkább megfigyelhető. Főleg az árak tekintetében, hiszen a diákok igen ár érzékenyek. Ezért például ha az alkohol ára felmegy, akkor kevesebb alkoholtartalmú terméket fogyasztanak, de kevesebb dohányterméket is. Mivel a fiatalok életében mindegyik termék a bulikhoz, a szórakozáshoz kapcsolódik, ezért ha az egyik ára megváltozik, az kihat a többi termék fogyasztására is.

5.2. A VERSENYTÁRSELEMZÉSÉNél VAN MÉG PÁR FONTOS DOLOG, AMIT MEG KELL VIZSGÁLNUNK, EZEK A KÖVETKEZŐK:

5.2.1. - Piaci részesedések

Ezt a cigarettánál viszonylag könnyű meghatározni, hiszen ez nem illegális termék, így könnyebb nyomon követni a vásárlási szokásokat, és ez alapján piaci részesedést számolni. A hivatalos adatok szerint Magyarországon 2011-ben a dohányipari termékekből származó teljes árbevétel 500-510 milliárd forintot ért el. A költségvetésnek 287,2 milliárd forint jövedéki és 96,5 milliárd forint áfa bevétele származott a dohánytermékek értékesítéséből. Az elmúlt évben 13,68 milliárd szál cigarettát és összesen 4387 tonna fogyasztási dohányt értékesítettek a hazai piacon. (*GfK Hungária, 2012*).

A Kábítószerpiacon ez már sokkal nehezebb. Itt csak a lefoglalások számából tudunk következtetni a drogokból származó bevételre. 2011 folyamán a kannabisz növény lefoglalások száma, illetve a lefoglalt növények (14.121 tő) mennyisége az előző évhez képest (14.824 tő) kis mértékben csökkent. A marihuána (208,7 kg) illetve hasis (18,2 kg) lefoglalások száma a megelőző két évhez képest nem mutat számottevő változást. A lefoglalások száma alapján, a kokain (12,6 kg), az amfetamin (24,1 kg), a metamfetamin (0,1 kg) és az LSD (274 adag) feketepiaci részesedése is a megelőző évekhez hasonlónak tekinthető. A heroin lefoglalásainak száma, illetve a lefoglalt anyag (3,2 kg) mennyisége a 2010-ben tapasztalható kismértékű csökkenés után 2011-ben jelentősen visszaesett. Kábítószer vagy – kábítószernek nem minősülő – új hatóanyagot tartalmazó tablettákból

2011 folyamán 19.160 darabot foglaltak le, ami hasonló mennyiségű, mint az előző évben (18.411 db). (BSZKI, 2012)

5.2.2. - Elosztási csatornák/ értékesítési hálózat

A cigarettával ebben az esetben is könnyebb a dolgunk, hiszen szinte bárhol hozzáférhető. Szinte az összes kiskereskedelmi üzletben illetve vendéglátóhelyeken is. A kábítószereknél az elosztási csatorna rendkívül zárt rendszer, csak a diler szerint megbízhatónak ítélt emberek kerülhetnek bele, ezért is nehéz feltérképezni egy-egy hálózatot. Új trend következett be a szintetikus drogok piacán, amit újabban az interneten keresztül is meg lehet rendelni.

5.2.3. - Vevői hűség szintjei/ fokozatai

A kábítószerrel ez magasabb, mint a dohányárunknál. Egyrészt mert a függőség könnyebben és erősebben kialakul, másrészt mert a cigarettafüggőség társadalmilag elfogadott probléma, ezért a leszokásban több segítség és lehetőség áll rendelkezésre. A legtöbb drogfogyasztó nem kér a segítségből, vagy pedig már annyira elkülönült a környezetétől, hogy már nincs, aki segítséget szerezhetne neki. Ez a cigarettásoknál más, nekik könnyebb a leszokás folyamata is, és más alternatívákkal is felválthatják ezt a szokásukat, ilyen például az elektromos cigaretta.

6. AKTUÁLIS HELYZET (Nagyházi Anna)

6.1. MAGYARORSZÁG

Magyarország jellemzően a nagy alkoholfogyasztású országok közé tartozik, ám más országokkal ellentétben a fogyasztás negatív hatásai is gyakran felszínre kerülnek. Annak ellenére, hogy hazánk áll, világviszonylatot nézve, a második helyen a májbetegségben elhunytak száma szerint, keveset hallunk ennek megelőzéséről vagy bármilyen kezdeményezésről annak érdekében, hogy változtassunk ezen.

A WHO adatai alapján hazánk a 3. helyen áll az egy főre jutó alkoholfogyasztást nézve. Körülbelül 490 alkoholista van az országban. Alkohol okozta megbetegedésekben körülbelül 4-5 ezer ember hal meg hazánkban évente, mint például májelégtelenségben, szív és érrendszeri megbetegedésekben. Magyarországon minden harmadik 15-29 évesen elhunyt férfi halálához köze van az alkoholnak.

1990-óta csökkent hazánkban a nyilvántartott alkoholisták száma, de ez nem azt jelenti, hogy ténylegesen kevesebb alkoholista él Magyarországon. Ma már nem szükséges kórházi kezelésnek alávetnie magát a betegnek. Számos rehabilitációs otthon közül választhatnak, ahol pszichoterápiával gyógyítják meg őket. Népszerűek továbbá az anonim alkoholista klubok is ahol egymást támogatva tarthatják fent az absztinens állapotot. (<http://index.hu/tudomany/alksz81230/>)

Hazánkban 18 éves kortól lehet legálisan alkoholt fogyasztani. Nagyon sok szórakozóhelyen, boltban nem veszik figyelembe ezt és kiszolgálják a 18 évesnél fiatalabb fogyasztókat is. A kutatásunk eredménye teljes mértékben alátámasztja ezt, hiszen a fiatalkorúak, ha akarnak, gyakorlatilag bármikor alkoholhoz juthatnak.

Magyarországon tilos a közterületen történő alkoholfogyasztás. Önkormányzati rendelet szabályozza minden városban, településen ennek módját, rendjét, tiltását. Ha a jogszabály helyszíni bírság kiszabását lehetővé teszi és a hatóság tagja (rendőr vagy közterület felügyelő) emellett dönt, ezt közli az elkövetővel, egyben tájékoztatja a következményekről.

Ha az elkövető elfogadja a helyszíni bírságot 3.000-20.000 Ft-ig terjedő büntetést kell 30 napon belül kifizetnie, de amennyiben nem fogadja el a hatóság feljelentést tesz ellene.

2012. évi CXXXIV. törvény- trafiktörvény – szerint dohánytermékeket csak a Nemzeti Dohányboltokban lehet majd vásárolni. Jelenleg 43.000 helyen lehet hazánkban dohányterméket vásárolni, de az új törvény hatályba lépésével 2012. január 1-től már csak 5.000 erre elkülönített önálló helyen lehet hozzájutni a dohánytermékekhez. A törvény célja az, hogy visszaszorítsák a dohányzást, a fiatalok ne vásároljanak dohánytermékeket, a dohányértékesítés állami monopólium legyen. Jövedéki adó emeléssel összekötve körülbelül 1.000 Ft lesz egy doboz cigaretta ára. Úgy gondoljuk, hogy ez az alkoholfogyasztásra is hatással lesz, ugyanis sokan csak akkor dohányoznak, amikor alkoholt fogyasztanak, ebben az esetben csökkenhet az elfogyasztott alkohol mennyisége, mivel a korábbihoz képest sokkal drágább lesz a cigaretta. Egy másik szempontból pedig lehet, hogy a még több alkoholt fognak vásárolni, fogyasztani a dohányzók, ezzel helyettesítve az el nem szívott cigaretta mennyiségét és talán visszaesik majd azoknak a szórakozóhelyeknek a forgalma ahol eddig lehetett dohánytermékeket vásárolni.

6.2. KÜLFÖLD

2012 áprilisában Európa 8 legnagyobb alkoholgyártója (AB InBev, a Bacardi, a Brown-Forman, a Carlsberg, a Diageo, a Heineken, a Pernod Ricard és az SAB Miller) az Európai Bizottság nyomására megegyezett annak érdekében, hogy kiskorúakhoz ne juthassanak el üzeneteik.

Az egyezés célja az volt, hogy a kiskorúak semmilyen módon, még a közösségi médiában se találkozzanak alkoholreklámokkal. A cégek a Hirdetők Világszövetségével dolgozik azon, hogy a Facebookon megjelenő bejegyzéseiket illetve reklámjaikat elérő látogatók legalább 70%-a 18 évesnél idősebb legyen. Azután döntöttek a cégek a megállapodás mellett, hogy az Európai Bizottság létrehozta az Európai Alkohol- Egészségi Fórum nevű kezdeményezést.

(Forrás: http://hvg.hu/kkv/20120423_reklam_alkohol)

2012. szeptemberében Csehországban 31 ember hunyt el és többen kórházba kerültek metilalkoholmérgezés miatt. Az ügy két gyanúsítottja augusztus végén, szeptember elején

több tonna mérgező keveréket állítottak elő, majd pedig piacra dobták ezeket a keverékeket. Eredetileg szélvédőmosó folyadék előállításával foglalkoztak, ám az ehhez szükséges mérgező metanolt a fogyasztóknak szánt alkoholba keverték. A rendőrség szerint az ügy kirobbanását követően még mintegy 15 ezer liter mérgező alkohol van a lakosság tulajdonában. A prágai Egészségügyi Minisztérium úgy határozott, hogy megtiltja a 20 %-nál több alkoholt tartalmazó italok árusítását. Csehország nemzeti italának a gyártója, a Becherovka határozatlan időre leállította termelését a döntés után.

(Forrás: <http://www.origo.hu/nagyvilag/20121101-harmincegyre-nott-a-cseh-alkoholmergezes-halottjainak-szama.html>)

7. PUBLIKÁLT TANULMÁNYOK ÉRTÉKELÉSE

7.1. ALKOHOL, DOHÁNYZÁS ÉS DROG PREVENCIÓS KUTATÁS (CSIKÓS ENIKŐ)

Ennek a témának a fontosságát az is bizonyítja, hogy milyen sok tanulmány és kutatás foglalkozik vele. Ez a probléma sokféleképpen szegmentálja a világot, vannak nemzetközi felmérések, de olyan is, ami csak egy megyére vonatkozik. Mi is Magyarország egyik kisebb szegletén készült kutatást fogunk bemutatni. Ez Baját és vonzáskörzetét foglalja magába. A kutatás címe: Alkohol, dohányzás és drogprevenciós kutatás, a kutatási beszámolót Domokos Tamás írta.

A kutatás módszertana itt is kérdőíves megkérdezés volt. A kérdőív, csak úgy, mint a miénk, a fiatalok alkoholfogyasztási szokásait vizsgálta, a célcsoport az általános iskola felső tagozatától a főiskolásokig terjedt. A minta Baja városhoz viszonyítva reprezentatív, de ez az országos átlagtól sem tér el nagy mértékben, ezért esett erre a választásunk.

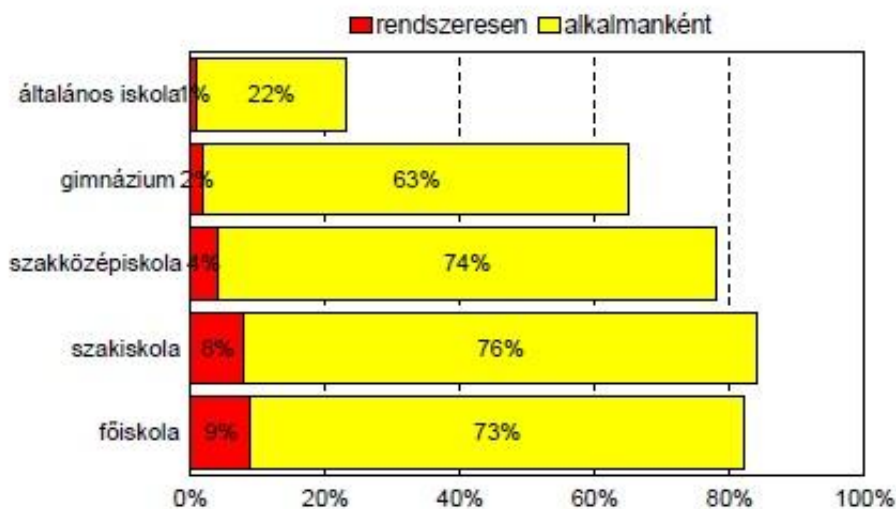
Ez a kutatás is megerősíti, amit mi már korábban megállapítottunk, tehát hogy az alkohol legális drognak tekinthető. A kutatás eredménye hasonló a miénkhez. A fiatalok nagyon korán kipróbálják az alkoholt, 87 százalékuk már fogyasztott alkoholt. A rendszeres alkoholfogyasztók aránya 4, az alkalmankénti ivóké 58 százalék - saját bevallásuk alapján.

A tanulmány szerint már 11 éves korban mérhető az alkoholfogyasztás, ez nagyon meglepő adat. Ez az arány a korral együtt növekszik. A 14 évesek 45 százaléka a 16 évesek 79 százaléka fogyaszt alkoholt. 16 éves kor felett már nem bővül az alkalmi alkoholfogyasztók köre. A következő ugrás a 19 éveseknél figyelhető meg.

Ebben az életkorban a rendszeresen ivók száma jelentősen megemelkedik, de a 20 százalékot sehol sem haladja meg.

A kutatást végző szakemberek iskolatípusonként is lebontották az alkoholfogyasztás rendszerességét, ezt a következő diagram mutatja:

Az alkoholfogyasztás az egyes iskolatípusokban



3. ábra: Alkoholfogyasztás az egyes iskolatípusokban

Forrás: Domokos Tamás: Alkohol, dohányzás és drogrevenüciós kutatás

http://www.echosurvey.hu/_user/downloads/kutatasi_beszamolo/t-bajadrog99.pdf

Az általános iskolások 22 százaléka iszik néha, a középiskolásoknak háromnegyede. Az átlag azonban elfedi azt a tényt, hogy míg a gimnazistáknak csak 2 százaléka iszik rendszeresen, s további 63 százaléka alkalmanként, addig a szakközépiskolások, 4, a szakmunkásoknak pedig 8 százaléka rendszeres és 74-75 százaléka alkalmankénti ivó. A legintenzívebb alkoholfogyasztás a főiskolásokra jellemző, közel egytizedük iszik rendszeresen.

Nemek szerinti bontásban a fiúk az inkább rendszeresen fogyasztók, míg a lányok inkább az alkalmankénti fogyasztást képviselik.

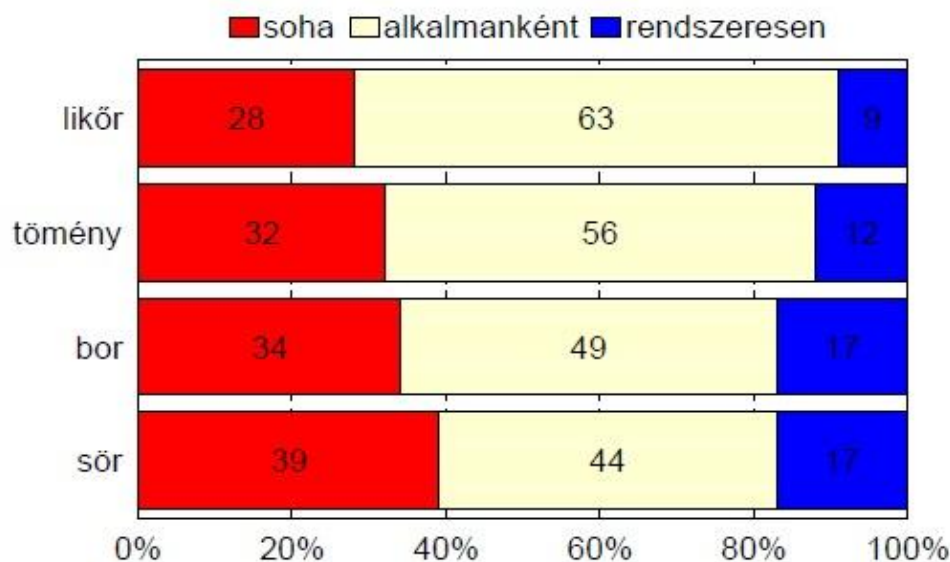
A kutatás azt is vizsgálta, hogy az alkohol mennyire hat a tanulmányi eredményre, illetve fordítva, hogy a tanulmányi eredmény mennyire befolyásolja az ivási szokásokat. Az eredmények kimutatták, hogy az érdemjegy fordítottan arányos az elfogyasztott alkohol mennyiségével, tehát minél többet iszik a tanuló, annál rosszabb jegyei lesznek. A vizsgált intézményekben a közepes tanulók 72 százaléka fogyaszt alkoholt, a jó tanulóknak 64 százaléka, míg a jeles tanulóknak csupán 41 százaléka.

A fiatalok szociális háttere is befolyásolja az alkoholfogyasztási szokásokat. Ugyan a szülők iskolai végzettsége nem, de a családi háttér, tehát hogy normális, vagy csonka családból származik, hatással van a tanuló ivási szokásaira, ugyanis a csonka családban élő fiatalok közül nagyobb azoknak az aránya, akik fogyasztanak alkoholt.

Az sem mindegy, hogy a diák helyi, bejáró vagy kollégista. Ez bizonyíték arra, hogy a szülői befolyás mennyire van hatással a gyerekekre. Nyilván a helyi tanulókat jobban kordában lehet tartani, mint a kollégistákat. Ezt támasztja alá a kérdőív is, hiszen míg a helyi tanulók 49 százaléka fogyaszt alkoholt, addig a bejáróknál ez az arány már 71 százalék. A legmagasabb a kollégistáknál, 80 százalékuik fogyaszt alkoholt.

A felmérés azt is vizsgálta, hogy melyik alkoholfajtát fogyasztják szívesen és azt milyen gyakran. A legelterjedtebb a likőrök fogyasztása, de erre inkább az alkalmankénti fogyasztás a jellemző. Tömény alkoholt ugyan kevesebben fogyasztanak, de ezt nagyobb rendszerességgel teszik, mint ahogy ez a mellékelt ábrán is látható. A sör és borfogyasztók aránya a legkevesebb, de náluk a legnagyobb a rendszeresen fogyasztók száma.

A különböző alkoholtípusok fogyasztásának gyakorisága



4. ábra: Különböző alkoholtípusok fogyasztásának gyakorisága

Forrás: Domokos Tamás: Alkohol, dohányzás és drogprevenciós kutatás

http://www.echosurvey.hu/_user/downloads/kutatasi_beszamolo/t-bajadrog99.pdf

Korrelációs elemzéssel azt is kimutatták, hogy akik szeretik a sört, azok a bort és a tömény italokat sem vetik meg, azok viszont, akik likőrt isznak, nem szívesen fogyasztanak sört vagy bort. Az is kiderült, hogy akik a tömény italokat fogyasztják, azok mindent megisznak.

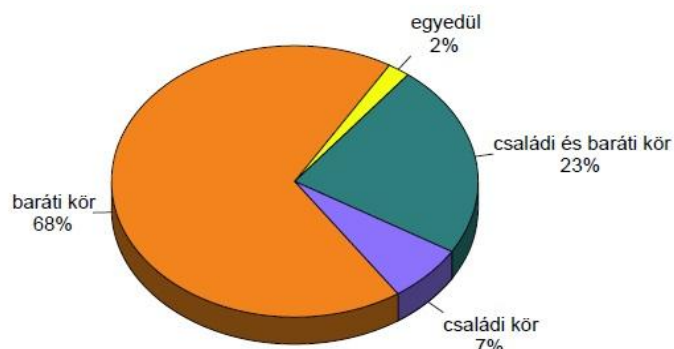
Észrevehető különbség van a nemek által preferált italok között is. Míg a férfiak a sörfogyasztásban járnak élen, és ennek rendszeres fogyasztói, addig a nők inkább a likőröket fogyasztják szívesen, de csak alkalmanként. Különbség van a szakközépiskolások és a szakmunkás tanulók fogyasztási szokásai között is. Míg az előbbiek a sört fogyasztják szívesen, addig a szakmunkásnak készülők a tömény italokat részesítik előnyben.

Nem csak a fogyasztott alkohol típusára kérdeztek rá, hanem arra is, hogy egy-egy alkalommal milyen mennyiséget fogyasztanak belőlük, tehát hogy mennyire kerülnek illuminált állapotba. A megkérdezettek harmada sose került még ilyen állapotba, másik harmada pedig csak nagyon ritkán. 29 százalékuk már gyakrabban érzi magát ittasnak, míg a maradék 5 százalék szinte mindig ilyen állapotba kerül, ha iszik. Kimutatható az is, hogy a férfiak, a rendszeresen ivók, a kollégisták, a képzetlenebb családból származó, illetve gyengébb teljesítményű tanulók az átlagosnál gyakrabban részegednek le.

A fiúk körében magasabb azoknak az aránya, akik az ittas állapot elérésére törekednek, míg a lányok többsége csak a társaság miatt iszik.

Azt is megkérdezték, hogy milyen környezetben fogyasztanak általában alkoholt, az eredmény várható volt, ugyanis leggyakrabban barátokkal együtt fogyasztanak, az egyedül fogyasztók aránya alacsony, csupán két százalék.

Az alkohol fogyasztás szociális környezete



5. ábra: Az alkoholfogyasztás szociális környezete

Forrás: Domokos Tamás: Alkohol, dohányzás és drogprevenciós kutatás

http://www.echosurvey.hu/_user/downloads/kutatasi_beszamolo/t-bajadrog99.pdf

Azokban a családokban, ahol a gyerekekkel egy háztartásban él egy alkoholista a rendszeresen alkoholt fogyasztók aránya 12 százalék (egy átlagos családban ez a szám csak 3). Ezekben a családokban az alkalmanként fogyasztók aránya is magasabb, 9 százalékkal, és a gyakran lerészegedő tanulók aránya is nagyobb, 15 százalékuk mindig berúg, ha iszik.

A családok 62 százalékában mindig tartanak otthon alkoholt, a többiben csak néha, míg a családok csupán 6 százalékában nem fordul otthon elő alkoholos termék. Azok a tanulók, akiknek otthonában mindig van alkohol gyakrabban és több alkoholt fogyasztanak.

A megkérdezettek 42 százalékát alkalmanként kínálták már szülei alkohollal, ez az általános iskolások körében 19 százalék, míg a középiskolásoknál 49. Azokban a háztartásokban, ahol mindig van alkohol az esetek 56 százalékában kínálták alkalmanként alkohollal a gyereket. A rendszeres ivók 19 százalékát otthon kimondottan gyakran, 56 százalékukat pedig alkalmanként kínálják alkohollal a szülei.

E kutatás nem csak az alkohollal, mint egészségkárosító termékkel foglalkozik, hanem például a cigivel, kávéval, kábítószerekkel is. Habár a legtöbb diák fogyaszt alkoholt, mégis ebben a témában voltak a legtájékozatlanabbak. Például tévesen úgy gondolják - csakúgy, mint a közhiedelem-, hogy ha hidegben isznak egy felest, az tényleg felmelegíti őket. Azzal ugyanakkor tisztában vannak, hogy a részegség és az alkoholizmus nem ugyanaz. A kérdőívet kitöltőknek öt állításról kellett eldönteniük, hogy igaz, vagy hamis. Az ilyen kérdésekre a legtöbb hallgató az ötből maximum csak két jó választ tudott adni, a hallgatók közül csak 6 százalék tekinthető tájékozottnak. Az állítás a következők voltak: Részegség és alkoholizmus ugyan az; nyugtató vagy serkentő tablettát be lehet venni alkohollal is; a legtöbb alkoholistá munkanélküli; télen felmelegít, ha iszol egy felest; az italok keverése jobban feloldja az embert, mintha ugyan azt inná. Az állítások mindegyike hamis volt. A lányok, a kollégiumban lakók, a főiskolások és a gyakrabban alkoholizáló tanulók mondhatók tájékozottnak.

Ez a tanulmány azért nagyon érdekes és figyelemre méltó, mert nem csak az alkoholfogyasztási szokásokat keresi, hanem annak okait is próbálja feltárni. Ezekre utalnak azok a kérdések, amelyek a családi háttérrel, az otthon tartott alkoholmennyiséggel, a tanuló érdemjegyeire illetve a tanuló földrajzi helyzetére (helyi, bejáró, kollégista) vonatkoznak. Ezáltal betekintést nyertünk a gyakori alkoholfogyasztás okaiba, így könnyebben tudunk változtatni azon a tendencián, hogy a diákok egyre fiatalabban próbálják ki az alkoholt, és korábban válnak rendszeres alkoholfogyasztókká. Ez a tanulmány bizonyítja, hogy fontos, hogy a szülők mennyire figyelnek oda gyerekeikre, illetve, hogy milyen példát mutatnak nekik

7.2. AZ ALKOHOLHASZNÁLAT MOTIVÁCIÓS ÖSSZETEVŐINEK SZEREPE A FIATALKORI SZERHASZNÁLATBAN KÜLÖNBÖZŐ SZÍNTEREKEN ÉS KULTÚRÁKBAN (CSIKÓS ENIKŐ)

Mivel nem csak a fiatalok alkoholfogyasztási szokásait vizsgáltuk, hanem annak kiváltó okaira is kíváncsiak voltunk, ezért szeretnénk egy olyan tanulmányt is elemezni, amely nem az ivási szokásokról szól, hanem annak pszichológiai hátteréről. A közelmúltban készült egy ilyen tanulmány, ezt fogjuk bemutatni. Ennek címe a következő: Az alkoholhasználat motivációs összetevőinek szerepe a fiatalkori szerhasználatban különböző szín-

tereken és kultúrákban. Szerzője Németh Zsófia, s az ő doktori disszertációját fogom forrásul használni.

Az egyik legrégebbi pszichoanalitikus elmélet az alkoholfüggőségről azt tartja, hogy az alkohol a felettes én oldószere, ezzel a belső feszültséget oldja, ami a lelkiismeretnek való elszámolásból, az önmagunkban jelenlévő követelményrendszernek való megfelelésből, illetve a magunk által elvárt teljesítmény elérése miatti stresszből fakad. Emiatt is szokták feszült helyzetben az alkoholt, mint stressz oldót használni. E szerint az elmét szerint a személyiség hatékony működését nem teszik lehetővé a gyenge énfunkciók. Ezek a korai elméletek az örömszerzést, a mihamarabbi vágyteljesítést állítják a középpontba, mint motivációs tényezőket.

Az 1960-as években kezdődött az a hullám, aminek keretében elméletek születtek a fiatalkori alkoholfogyasztás társadalmi tényezőket figyelembe vevő magyarázatára. A megközelítések többnyire a deviancia, a fiataalkori bűnözés elméleteinek kereteiből merítettek.

1980-ban készült el Kandel szocializációs elmélete, amely a mai napig meghatározó ebben a témában. Ez a tanulmánya három megközelítést vet össze a saját elméletével, melyek a következők: A problémás magatartás elmélete (Jessor és Jessor, 1977), a szociális tanulás elmélete (Akers, 1977), valamint Kaplan integratív elmélete (1980). Ezeket fogom most hosszabban-rövidebben bemutatni.

A problémás magatartás elméletének fókuszában az áll, hogy a serdülőkori addiktív viselkedésformák, valamint más kockázati magatartásformák összefüggenek egymással és tünetegyüttest hoznak létre. Ilyen magatartás például a beilleszkedési problémák az iskolában, az agresszív, antiszociális viselkedés, a tanulási nehézségek, a kockázatos szexuális kapcsolatok vagy az alkohol- dohány- és drogfüggőség. E tanulmány szerint a személyiség, a magatartás és az észlelt környezet egy egységet alkot, melynek összhangját két tényező befolyásolja. Az egyik a motivációs készítés, hogy az egyén problémás viselkedésbe bocsátkozzon, a másik a kontroll, az ellen, hogy az egyén problémás viselkedésbe bocsátkozzon. Ennek a két tényezőnek az egyensúlya határozza meg a problémás viselkedés kialakulását.

A szociális tanulás elmélete szerint a differenciális asszociáció (másokkal való érintkezés), a differenciális megerősítés (jutalmazás, büntetés), az utánzás (megfigyelő tanulás) és a definíciók (attitűdök) alakítják viselkedésünket. Ez elmélet azt fogalmazza meg, hogy a deviáns viselkedés akkor alakul ki és marad fenn, ha a deviáns viselkedést (például az alkoholfogyasztást) differenciálisan megerősíti a környezete.

Az integritás elmélet szerint ha az ember folyamatosan kudarcot vall önértékelésének növelésében, akkor hajlamossá válik a deviáns viselkedésre.

Kandel összesítő elméletében a szülők és kortársak szerepe áll a középpontban. Rámutat arra, hogy míg a szülők példája a jövőbeli viselkedésbe épül bele, addig a kortársak szerepe a serdülő jelenbeli viselkedésére gyakorol erős hatást. A szociális tanulás elméletével összhangban kiemeli, hogy a kortársak közül egy fontos szereplő utánzása és a tőle jövő megerősítés fontos tényező a szociális folyamatban. Kandel konklúziója, hogy ezek az elméletek jól kiegészítik egymást, mindegyik egy másik szemszögből közelíti meg a problémát.

Erre épül Catalano és munkatársainak (1966) szociális fejlődés modellje. Ezen elmélet szerint az egyén a társadalomtól kétféle magatartásformát tanulhat el, a proszociálist (másokat segítő) illetve a deviánst. A modell két lehetséges utat vázol fel: a proszociálist, amely gátolja a deviáns magatartás kialakulását és az antiszociálist, ami segíti azt. A folyamat eredménye a társadalomhoz való elkötelezettség mértékén, az interakciós lehetőségeken, azoknak számán, illetve az erre való képességen, valamint a társadalomtól érkező megerősítésen múlik.

Fontos még kitérni Labouvie a szerhasználatból való kinövés folyamatának (1996) modelljére. Ennek középpontjában az önszabályozás áll. Az önszabályozás egy olyan folyamat, melynek során a tudatos és tudattalan erőfeszítések szabályozzák a gondolatokat, érzelmeket és cselekvéseket, annak érdekében, hogy az egyén minden körülmények között elérje céljait. Ez a folyamat lehetővé teszi, hogy az ember meg tudja változtatni viselkedését, hozzáállását. Labouvie szerint azzal magyarázható a fiatal felnőttkorba lépők alkoholfogyasztásának csökkenése, hogy ők már aktív szerepet vállalnak saját fejlődésükben, illetve céljaik elérésében. Vizsgálatokkal kimutatták, hogy a gyengébb önszabályozó képességgel rendelkező egyének kevésbé képesek kontrollálni alkoholfogyasztásukat és ezzel a

tevékenységgel akarják szabályozni társas és érzelmi tapasztalataikat, mint például a negatív érzelmek kerülését és a pozitívak fokozását.

(Forrás: http://pszichologia.phd.elte.hu/vedesek//Doktori_NZS_vegleges.pdf)

A felsorolt elméleteken kívül még nagyon sok foglalkozik ezzel a témakörrel. Ebből is látszik, hogy ez mennyire összetett probléma az emberek életében, főleg a fiatalokéban, akik még nincsenek tisztában önmagukkal és a határaikkal. Mint a fentiekben láthattuk ezt a témát nagyon sok oldalról lehet megközelíteni. Egyes elméletek szerint a belsőnkben dől el, hogy hogyan viszonyulunk az alkoholhoz, egy másik szerint a társas kapcsolat határozza meg döntéseinket, megint másik szerint pedig a külső környezettel, a társadalommal való kapcsolaton múlik minden.

7.3. AZ EURÓPAI FIATALSÁG ALKOHOLFOGYASZTÁSI SZOKÁSAI (NAGYHÁZI ANNA)

A Magyar Nemzet 2009. március 29-én megjelent Balogh Roland által írt cikkben arról olvashatunk, hogy az egyes európai országokban, milyen intézkedéseket tesznek a fiatalok alkoholfogyasztása ellen.

A cikk szerint az elmúlt 10-15 évben 10%-kal nőtt a fiatalok körében a rendszeres alkoholfogyasztás. A növekedés mértéke aggasztó, hiszen mind a fiatalok egészségi állapotára mind pedig viselkedésükre is negatív hatással van a szeszesital fogyasztás. Egyes kutatók szerint a szám az elkövetkezendő években emelkedni fog, melynek a gazdasági válság lesz az okozója.

Egyes európai országokban akár már 16 éves kortól is lehet legálisan alkoholt fogyasztani, ilyenek például: Németország, Portugália, Olaszország, Spanyolország, Luxemburg. Az alacsony korhatár nagyban hozzájárulhat a fiatalok körében terjedő rendszeres alkoholfogyasztásnak, hiszen ebben a korban a fiatal felnőttek máshogy ítélnék meg bizonyos helyzeteket, mint idősebb korokban. Franciaországban az elmúlt években 8-ról 13 %-ra nőtt a 16 évesek között rendszeresen alkoholt fogyasztók száma. 2009-ig a francia fiatalok is fogyaszthattak alkoholt legálisan, ha betöltötték 16. életévüket, de a francia törvénykezés úgy határozott, hogy felemeli a korhatárt 18 évre, továbbá a benzinkutakon sem árulhatnak éjszaka szeszesitalt, és a szórakozóhelyeken szigorításokat végeztek.

Az alkoholfogyasztással a fiatalok nemcsak az egészségüket károsítják, hanem bűncselekmények elkövetésére is hajlamosabbak lesznek. Ezen probléma okán több uniós tagállam is tervezi az alkoholhoz jutás korhatárának megemelését. Egyes országokban heves vitákat váltott ki a téma. Egy Skóciában készült felmérés szerint az ott élő 16 éves fiatalok 80%-a már legalább egyszer kipróbált valamilyen alkoholfajtát. A felmérésből kiderült, hogy a kiskorúak 43,3%-a azért iszik, hogy legyen elég bátorsága végrehajtani a bűncselekményt. Ezen adatok láttán a skót kormány úgy döntött, hogy korlátozza a megvásárolható ital napi mennyiségét.

Az Egyesült Királyságban az alkoholt tartalmazó termékek egységes, szigorú megadóztatásával kívánják visszaszorítani az alkoholfogyasztást, de egyesek szerint ennél radikálisabb lépéseket kell tenni az ügy érdekében.

A szigorítások ellen csaknem minden országban tiltakoznak a kereskedők, italforgalmazók, ugyanis tartanak a forgalom visszaesésétől és véleményük szerint nem lehet törvényekkel befolyásolni az alkoholfogyasztás kultúráját.

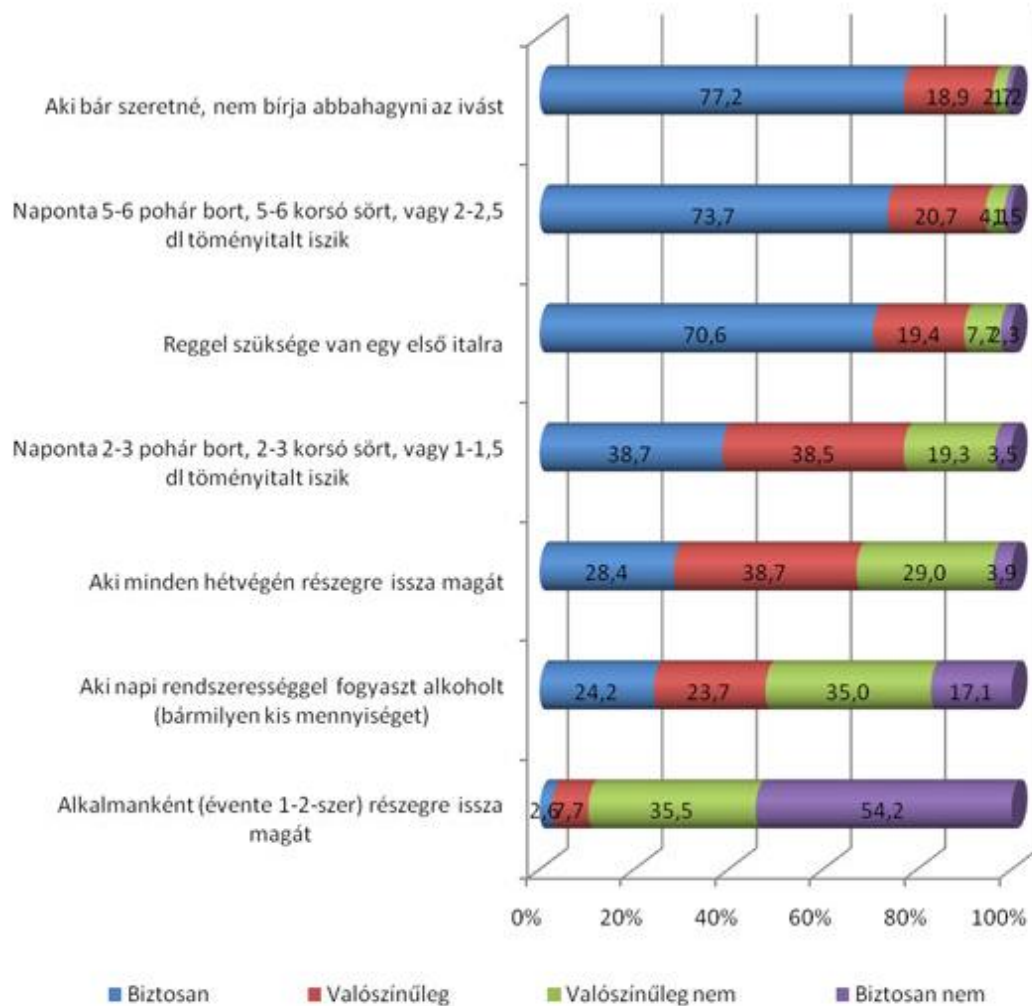
(Forrás: http://mno.hu/migr_1834/alkoholba_fullad_az_europai_ifjusag-338453)

7.4. A HEINEKEN A FIATALOK ALKOHOLFOGYASZTÁSI SZOKÁSAIT KUTATTA (NAGY-HÁZI ANNA)

2010-ben a Heineken Hungária Kft. megjelentette a fiatal felnőttek alkoholfogyasztási szokásairól készített tanulmányát. Kutatási munkájuk célja az volt, hogy megismerjék a magyar fiatalok alkoholfogyasztási szokásait, illetve, hogy hiteles képet kapjanak arról, hogy tisztában vannak-e az alkoholfogyasztás negatív hatásaival.

Kérdőíveiket közel ezerötszázan töltötték ki. A kitöltők 80%-a 18-35 éves korosztályba tartozott. A megkérdezettek 35%-a heti rendszerességgel fogyaszt alkoholt, 25%-a havonta, a maradék 30% pedig ennél is ritkábban. A válaszadók csupán 50%-a gondolja úgy, hogy a nagy mennyiségű alkalmi alkoholfogyasztásnak káros hatásai vannak. A megkérdezettek 67,3%-a szerint a rendszeres kis mennyiségű alkoholfogyasztás kevésbé káros a szervezet számára, és csupán 15,6%-uk szerint van már az ilyen mértékű alkoholfogyasztásnak is nagymértékű károsító hatása. A kérdőívet kitöltők közel 50%-a szerint szesz-

italt fogyasztani jó dolog, de csak akkor, ha ezt mértékkel teszi az ember. A Heineken kíváncsi volt arra is, hogy a válaszadók szerint ki tekinthető alkoholistának. A válaszadók 70%-a szerint az az ember alkoholista, aki saját akarata ellenére nem tudja abbahagyni az ivást és minden nap szüksége van bizonyos mennyiségű alkohol elfogyasztására. Arra is rákérdeztek, hogy ha valaki heti rendszerességgel fogyaszt nagy mennyiségű szeszesitalt alkoholistának számít e, az eredmény szerint a kitöltők 28,4%-a gondolja úgy, hogy igen.

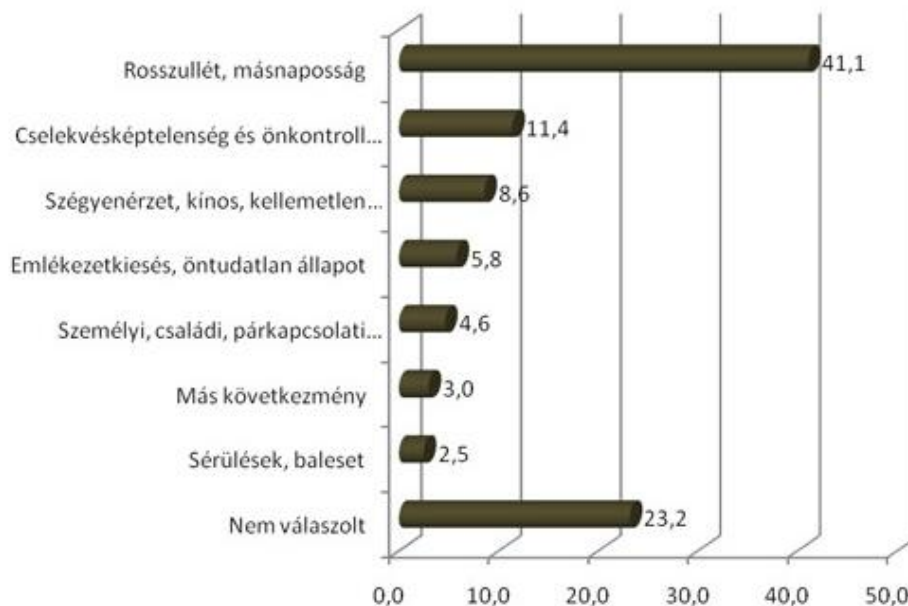


6. ábra: Alkoholizmus definíciója a kitöltők szerint

Forrás: EIKKA-HNK 2009.

Megkérdezték a válaszadókat arról, hogy milyen negatív következményekkel jár az alkoholfogyasztás, illetve hogy vállalják e a felelőséget tetteikért, ha alkoholfogyasztás hatására etikátlanul viselkednek. A megkérdezettek 42%-val már elfordult, hogy nem tartottak

mértéket az alkoholfogyasztásban, de 33%-kal ez még soha nem fordult elő. A kérdőívet kitöltők közül, akik már fogyasztottak mértéktelenül alkoholt, 70% vallotta azt, hogy már voltak negatív élményei alkoholfogyasztáskor. Ennek következményeképp többnyire, 41,1%-ban, másnaposságot, rosszullétet tapasztaltak, de előfordult az is, hogy cselekvésképtelenné váltak, emlékezetkiesésük lett, vagy balesetet szenvedtek.



7. ábra: Mértéktelen alkoholfogyasztás következményei

Forrás: EIKKA-HNK 2009.

A kérdőív kitért arra is, hogy a mértéktelen alkoholfogyasztásban mi játszott szerepet. A válaszadók többségénél 75%-nál társaságnak a buli hangulatának nagy szerepe volt, ezután következett a barátok készítése mely a válaszadók 30%-ná volt döntő a mértéktelen alkoholfogyasztásban. Egyéb problémáknak, úgy, mint anyagi gondok, munkahelyi stressz, nem volt nagy szerepük az esetek többségében.

A mértéktelen alkoholfogyasztás nem csak magára az egyénre, de környezetére is kihat. A válaszadók 82,5%-a mértéktelen alkoholfogyasztás növeli a közúti balesetek számát. Körülbelül 60%-uk szerint növeli a bűnözést, és családi, párkapcsolati problémákhoz vezet. A megkérdezettek 40%-a szerint sokba kerül az egészségügynek a mértéktelen alkoholfogyasztás.

(Forrás: <http://www.holahatar.hu/kutatasi-eredmenyeink>)

8. SZEKUNDER ADATOK (CSIKÓS ENIKŐ)

Ez a tanulmányt Pápa Város Önkormányzatának Családsegítő és Gyermekjóléti Szolgálat készítette 2005-ben. Bár a vizsgálódásuk csak Pápara korlátozódott, úgy gondolom, hogy ennek eredményét általánosíthatjuk. Ennek a kutatási tanulmánynak is hasonló volt a célcsoportja, alap és középfokú oktatási intézményekben tanulmányaikat végző fiatalok alkoholfogyasztási szokásait vizsgálták.

A tanulmányban közzétett adatok:

- Az alkoholos italok első kóstolásának időpontja nagy biztonsággal az általános iskola utolsó és a közép, szakiskola első éveinek környékére tehető. Az átlag 13 év, +/- 2 év szórással. Alapvetően az a jellemző, hogy átlag 15 éves kora körül szinte már mindenki ivott alkoholos italt, ha bevallja, ha nem.
- A sör, a bor és likőrfogyasztás gyakoriságára irányuló kérdés érvényesen válaszoló diákjainak körülbelül 36-36 %-a, a röviditalok (tömény szeszes italok) fogyasztásával kapcsolatban körülbelül 33 %-a, a pezsgőfogyasztással kapcsolatban 14 %-a nyilatkozott úgy, hogy sohasem fogyaszt ilyen terméket.
- A fogyasztási gyakoriságok együttes relatív súlyai a havi és az évi gyakoriságú fogyasztási szokások felé konvergálnak, tehát jellemzően alkalmoszerűek.
- Az egy alkalommal való borfogyasztás egy főre vetített átlaga így valahol 4 dl köré becsülhető, ami akár hihető adat is lehet főként annak fényében, hogy 2002-höz képest ez nem jelent lényeges módosulást. Az adatok szórásstartománya fél liter körüli mennyiség.
- A sörfogyasztás átlagát 1-2 üvegnek tekinthetjük, majdnem pontosan 1 liternyi szórásstartomány mellett.
- A tömény szeszesital fogyasztás az átlag 2 dl szórás mellett 2,3 dl.

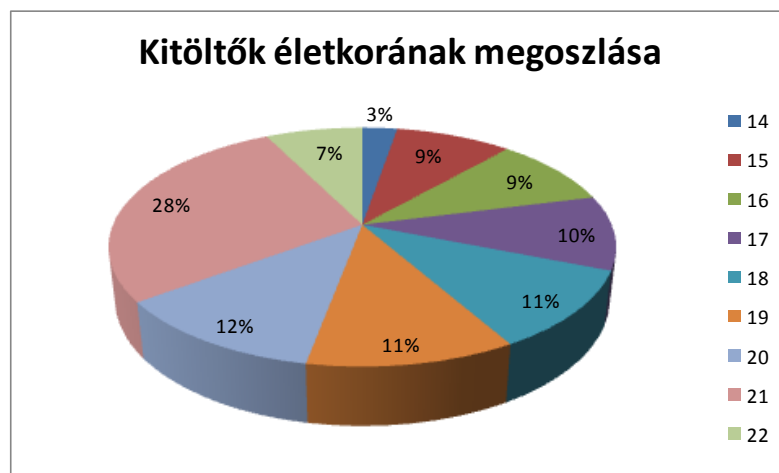
Ez a tanulmány kitűnő összehasonlítási alap a mi kutatásunkkal, hiszen mi is hasonló kérdések alapján vizsgáltuk a fiatalok alkoholfogyasztási szokásait. Mi is hasonló eredményt várunk a kérdőívünk összegzése során.

9. KÉRDŐÍV ELEMZÉSE (CSIKÓS ENIKŐ ÉS NAGYHÁZI ANNA)

Életkor

A kérdőív összeállítását azzal kezdtük, hogy megkérdeztük a kitöltőket hány évesek. A célcsoport a 14 és 22 év közötti fiatalok voltak, ezek alapján választottuk ki és szűrtük le a kitöltött kérdőíveket.

A kitöltők közül a 21 éveseké volt a legnagyobb arány, körülbelül az összes válasz egy-ötöde tőlük származott. Ez azzal magyarázható, hogy mi őket tudtuk a legkönnyebben elérni, mivel ők a velünk egy idős korosztály. A többi korosztály közötti különbség minimális volt, egyedül a 14 éveseket tudjuk még kiemelni, közülük értük el a legkevesebb embert, a válaszadók csupán 3%-a volt 14 éves.



8. ábra: Kitöltők életkorának megoszlása

9.1. 1. KÉRDÉS

Az első kérdés arra kérdezett rá, hogy fogyasztottak-e már alkoholt a kitöltők. Ez egy kulcsfontosságú kérdés, hiszen maga a piackutatásunk témája az alkoholfogyasztási szokásokról szól. Ehhez úgy gondoljuk, hogy szorosan kapcsolódik az a kérdés, hogy a fiatalok fogyasztottak-e már alkoholt legalább életük során egyszer.

Nem meglepő módon a válaszadók 97%-a fogyasztott már alkoholtartalmú terméket. Azért gondoljuk, hogy ez az eredmény közelíti a normális tendenciát, mert véleményünk

szerint a fiatalabbak hamarabb próbálják ki az alkoholt, mint a többi korhatáros terméket. Gondolunk itt például a cigarettára, amitől jobban óvják a fiatalokat, mivel könnyebben rászokik az ember, és talán komolyabb betegséget is okoz, mint az alkohol. Persze a mértéken múlik minden.

9.2. 2. KÉRDÉS

A következő kérdés azt állította fókuszba, hogy a fiatalok hány évesen fogyasztottak először alkoholt. Erre elég sokféle válasz érkezett, mivel a kitöltők egy része ezt úgy értelmezte, hogy az is annak számít, amikor 2-3 éves korában belekortyolt egy korsó sörbe. Persze ez is egyfajta válasz, de mi inkább arra voltunk kíváncsiak, amikor már tudatában vannak annak, hogy mit is isznak. Szerencsére ebből a szempontból is sok és kielégítő választ kaptunk.



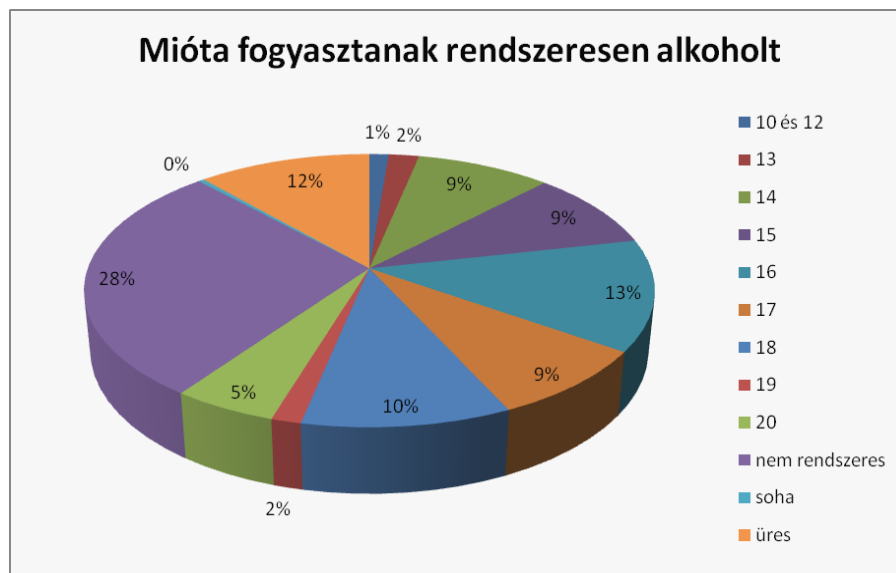
9. ábra: Első alkoholfogyasztás kora

A legkorábbi év, amit írtak kettő volt, de az ilyen fajta válaszok száma elenyésző volt, mindössze a kitöltők 5 %-a adta azt a választ, hogy kettő és kilenc éves koruk között fogyasztottak először alkoholt. A legtöbben 14 és 15 éves korukban ittak először alkoholtar-

talmú terméket, ezeket a válaszokat (külön-külön) a kitöltők negyede jelölte be. A következő nagyobb kategóriának tekinthetjük a 12 és 13 év közötti jelöléseket. Ők együtt teszik ki a válaszok negyedét. A többi kategória nagyjából egyenlő eloszlású volt, beleértve a kategóriákba azokat is, akik becsületesen bevallották, hogy nem emlékeznek arra, hány évesen fogyasztottak először alkoholt. Az is az elgondolásainkat erősítette, hogy a 18 és 19 éves kategóriát egyformán kevesen jelölték be, ezt a kategóriát a kitöltők csupán 2%-a választotta. Ebben is megmutatkozik az a feltételezésünk, hogy a mai fiatal generáció nagyon korán kipróbálta az alkoholos italokat. Ez persze még nem azt jelenti, hogy a bejelölt kortól kezdve már rendszeresen fogyasztották is e termékeket, ebből tehát következtetést még nem vonhatunk le, talán csak annyit, hogy a hatóságok, illetve a szülők nem fordítanak kellő figyelmet a törvények betartására.

9.3. 3. KÉRDÉS

A következő kérdésünk már konkrétabb volt, arra voltunk kíváncsiak, hogy hány éves kortól fogyasztanak rendszeresen alkoholt a fiatalok, már ha fogyasztanak. Az erre a kérdésre adott válaszokból már több dologra lehet következtetni, mint az előzőből, hiszen ez már egy folyamatos tevékenységre kérdez rá, nem pedig egy egyszer megtörtént eseményre.



10. ábra: Mióta fogyasztanak rendszeresen alkoholt

A válasz pedig elég megdöbbentő volt, ugyanis a kérdőív szerint a fiatalok majdnem harmada nem fogyaszt rendszeresen alkoholt. Azoknak a megoszlása, akik 14 és 18 éves koruk óta fogyasztanak rendszeresen a megoszlás körülbelül egyenletes volt, a válaszok száma ötven és hetven között ingadozott. Nem volt elhanyagolható azoknak a száma sem, akik 19, 20 éves koruk óta fogyasztanak alkoholt. 10 éves kornál fiatalabban egyikük sem kezdte a rendszeres alkoholfogyasztást, a 10 és 13 év közöttiek aránya 3% volt. Elég magas volt azoknak az aránya, akik nem válaszoltak erre a kérdésre, a kitöltők 12%-a üresen hagyta ezt a részt.

Ennél a kérdésnél mi kicsit másképp képzeltük volna el a válaszokat, azzal a ténnyel kezdve, hogy milyen sokan nem fogyasztanak rendszeresen. Ez persze nem egy rossz dolog, de a tapasztalataink szerint a fiatalok többsége 14 és 16 éves kora között rendszeres alkoholfogyasztóvá válik (rendszerességen ilyenkor persze még nem heti, de havi szintű fogyasztást értünk). Ezzel ellentétben a kérdőív szerint akár 20 éves korukig is elhúzódhat ez a korhatár.

9.4. 4. KÉRDÉS

Itt arra kérdeztünk rá, hogy hol fogyasztottak először alkoholt. Úgy gondolom, hogy ennek komoly hatása van a fiatal későbbi életére, hiszen nem mindegy, hogy otthon, rokonokkal, békés családi környezetben fogyasztja el az első pohár italát, ami mértékletességet taníthat neki, vagy egy barátokkal, ismerősökkel, idegenekkel teli zajos és pörgős helyen, ahol bármi megtörténhet, nem figyelnek oda annyira az emberre, és hát valljuk be, nem a mértékletesség példaképe egy ilyen helyzet.



11. ábra: Első alkoholfogyasztás helyszíne

Előzetes várakozásainknak megfelelően, ugyan csak egy kicsivel, de a megkérdezettek több mint a fele családi környezetben fogyasztott először alkoholt. A másik két válaszlehetőség között a megoszlás körülbelül három a kettőhöz arányban volt a házibuli javára. A másik válasz a szórakozóhely volt, ez kapta a legkevesebb jelölést, ami várható volt, hiszen a legtöbb szórakozóhelyre nem engedik be a 18 év alattiakat, de ha egy-két helyre be is engedik őket, alkoholt ott nem fogyaszthatnak, tehát így nehezebb hozzáférfni a számukra.

9.5. 5. KÉRDÉS

Ez egy nyitott kérdés volt, nem voltak válaszlehetőségek megadva, hanem ők írták oda válaszukat. A kérdés az volt, hogy milyen alkoholt fogyasztottak először. A válaszok szinte teljesen megfeleltek korábbi várakozásainknak.

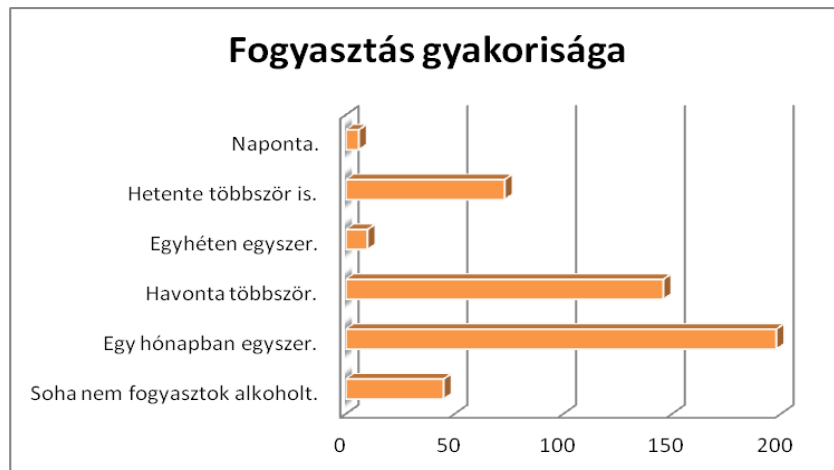


12. ábra: Első alkoholdermék fajtája

A három legtöbb szavazatot kapott a sör, bor illetve a pezsgő volt. A sör magasan a legnépszerűbb italok közé tartozik, így érthető hogy lett első azon italok közül, amiket az első fogyasztás alkalmával megjelöltek. Így van ez a borral és a pezsgővel is, ők lettek a második illetve a harmadik legtöbbször megadott válaszok. Megemlítendő még ezek mellett a pálinka, vodka, whiskey, és a különböző likőrök. Mivel a válaszokat ők írták be, ezért meg lehetősön sokféle választ kaptunk, sokat olyan kicsi számban, hogy nem érdemes egyesével felsorolni, ezeket a válaszokat összesítettük az egyéb kategória alatt.

9.6. 6. KÉRDÉS

Ebben a kérdésben arra kérdeztünk rá, hogy mit értenek rendszeres alkoholfogyasztás alatt, tehát hogy ők milyen gyakran fogyasztanak alkoholt. Hat válaszlehetőség volt megadva, ami elég ahhoz, hogy mindenki bele tudja illeszteni az ő szokásait valamelyikbe.



13. ábra: Szeszesital fogyasztás gyakorisága

A legtöbben azt választották, hogy havonta egyszer, illetve havonta többször (ez a válasz a havonta 4-nél kevesebbet jelent, mivel volt külön olyan válaszlehetőség, hogy hetente egyszer) fogyasztanak alkoholt. Ezek száma 200 illetve 150 körül volt. A hetente többször lett a harmadik leggyakoribb válasz, de messze lemaradva az előző két kategóriától, ezt a lehetőséget körülbelül hetvenen választották. Kevesen választották azt, hogy naponta, illetve, hogy hetente egyszer fogyasztanak alkoholt. Az alkoholdermék nem fogyasztók száma az előző válaszokhoz képest lecsökkent, ez magyarázható azzal, hogy az első kérdés (fogyasztottál már valaha alkoholt?) után már nem folytatták a kérdőív kitöltését, illetve, hogy erre a kérdésre nem választottak.

9.7. 7. KÉRDÉS

A hetedik kérdésnél arra voltunk kíváncsiak, hogy hol fogyasztanak leggyakrabban alkoholt a fiatalok. Nem meglepő módon a kocsmák az első helyen, melynek oka, hogy olcsóbban lehet hozzájutni a szeszesitalhoz, mint a második helyen lévő szórakozóhelyeken. Az, hogy a házi buli a harmadik helyen van az utcai fogyasztás pedig a negyediken a törvényi szabályozásoknak köszönhető (csendháborítás, garázdaság stb.).

9.8. 8. KÉRDÉS

Ennél a kérdésnél azt vizsgáltuk, hogy az alkoholtartalmú italoknál mennyire fontos számukra a mennyiség és a minőség. Öt pontos skálán lehetett pontozni a két szempontot (1 – nem fontos; 5 – nagyon fontos).

Ennél a kérdésnél is megdőlték az előzetes várakozásaink, mivel a minőség, ha csak egy kicsivel is, de fontosabb a mennyiségnél. Az alkohol minőségének fontossága az ötfokú skálán 3,9 pontot mutatott, míg a mennyiség átlag 3,2 pontot ért el.

9.9. 9. KÉRDÉS

Itt azt kérdeztük meg a kitöltőktől, hogy egy buli alkalmával átlagosan hány forintot szoktak alkoholra költeni. Itt is 6 válaszlehetőséget adtunk meg, szintén olyan kategóriákkal, hogy mindenki be tudta jelölni a magára igaz választ.

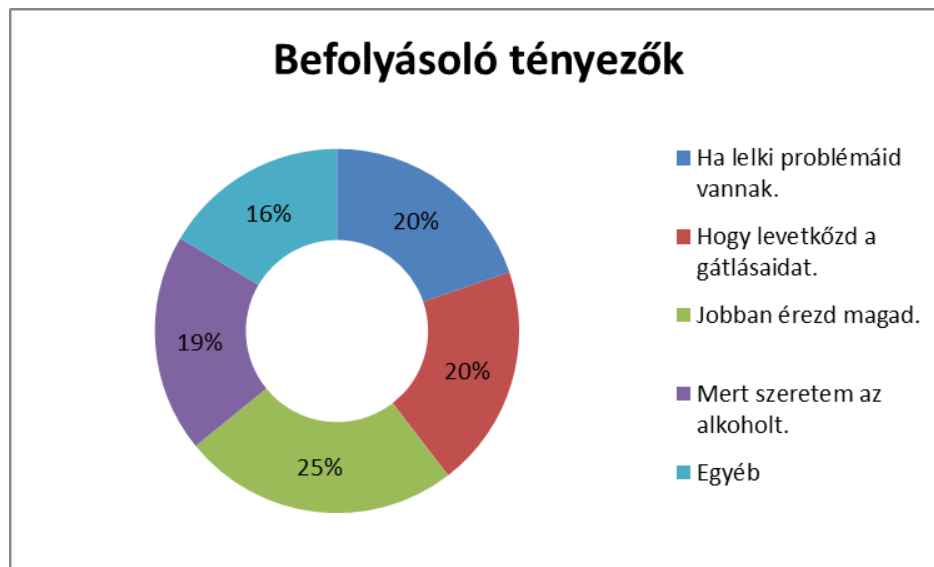


14. ábra: Pénzköltés egy alkoholfogyasztás alkalmával

A legtöbben 1000-2000 Ft-ot költenek átlagosan egy buli alkalmával, ez a válaszok 40%-át tette ki. Majdnem 150-en azt válaszolták, hogy kevesebb, mint ezer forintot szoktak egy buli alkalmával alkoholra költeni. Innentől a válaszok száma egyenesen arányosan csökkent az egy bulin alkoholra költött pénz számának növekedésével. 7000 Ft-ot, vagy annál többet már csak 13-an költenek. Itt volt egy kis eltérés az egyenes aránytól, mert 5000 és 7000 forint között tízen költöttek a válaszadók közül.

9.10. 10. KÉRDÉS

Itt azt vizsgáltuk, hogy a fiatalok miért szoktak alkoholt fogyasztani, tehát hogy az előre megadott válaszlehetőségek közül mi mennyire befolyásolja az alkoholfogyasztási szokásaikat. Itt is egy egytől ötig terjedő skálán lehetett értékelni a lehetőségeket, ezek átlagával dolgoztunk (1 – csak keveset iszok; 5 – sokat iszok).



15. ábra: Befolyásoló tényezők

Érdekes módon a válaszok megoszlása viszonylag egyenlő volt. Talán azt értékelték a legtöbbször a felsoroltak közül, hogy az alkohol hatására jobban érzi magát a válaszadó. Legkevesebbre az egyéb indokokat értékelték, amit csak páran fejtettek ki bővebben, ezek közül való volt az, hogy a szülők miatt iszik, vagy ha füves cigit szív, illetve, hogy az ünnepek is befolyásolják az ivási szokásaiban. Ezeken kívül még válaszlehetőség volt a gátlások levetkőzése, a lelki problémák miatti alkoholfogyasztás illetve hogy egyszerűen szereti az alkoholt (ez érdekes módon a legkevesebbre értékelt válasz volt az egyébkéntől).

9.11. 11. KÉRDÉS

Ez egy eldöntendő kérdés volt, arra voltunk kíváncsiak, hogy a válaszadó (mások általi) megítélésére volt-e már negatív hatással az alkohol.

Ez a kérdés szintén elég érdekes eredményt hozott, ugyanis a válaszok fele-fele arányban oszlottak meg. Előzetes várakozásunk az volt, hogy a legtöbben legalább már életükben egyszer voltak negatívan megítélve alkohol hatására.

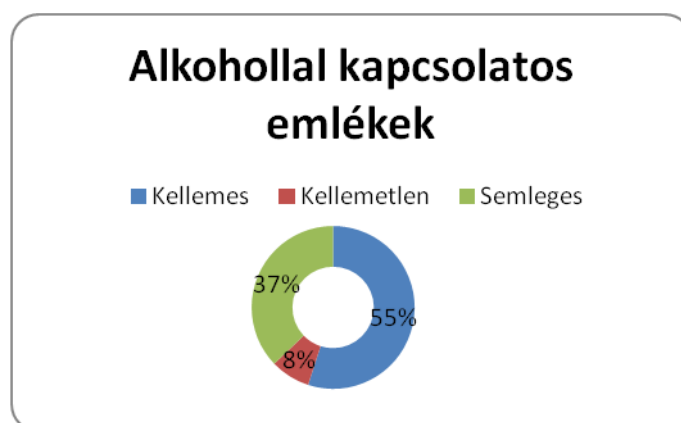
9.12. 12. KÉRDÉS

Ennél a kérdésnél azt vizsgáltuk, hogy a válaszadó került-e már kellemetlen helyzetbe szeszes ital fogyasztása miatt. Itt sem volt nagy különbség a két válasz között. De ez az eredmény várható volt, hiszen az előző kérdéssel szoros kapcsolatban áll ez a kérdés is, mivel rendszerint aki már került kellemetlen helyzetbe szeszes ital fogyasztása hatására, azt már valószínűleg ítélték meg negatívan.

9.13. 13. KÉRDÉS

Itt azt kérdeztük a válaszadóktól, hogy milyen emlékei vannak az alkohollal kapcsolatban. Három válaszlehetőség volt, kellemes, kellemetlen vagy semleges.

A kitöltők több mint felének kellemes emlékei voltak az alkohollal kapcsolatban, körülbelül 40 százalékuknak pedig inkább kellemetlen emlékei voltak szeszes ital fogyasztásáról, a maradék körülbelül 50 ember pedig semleges emlékekkel rendelkezik.



16. ábra: Alkohollal kapcsolatos emlékek

9.14. 14. KÉRDÉS

Ennél a kérdésnél az ivás utáni büntudatod állítottuk vizsgálódásunk középpontjába. A kérdés úgy szólt, hogy érzett-e valaha büntudatot a kérdezett az ivási szokásai miatt.

A válasz meglepő lehet, hiszen az előző kérdéseknél igen sok válasz érkezett arra, hogy volt már negatív megítélése, illetve hogy inkább kellemetlen emlékei vannak az alkohollal kapcsolatban, mégis azt válaszolták a legtöbben, hogy soha nem volt még büntudatuk az ivás miatt. A válaszadók csupán negyede jelölte azt, hogy néha, ha túl sokat iszik, akkor büntudata van, míg egy elenyésző mennyiségnek mindig büntudata van, ha alkoholt iszik.

9.15. 15. KÉRDÉS

Ennél a kérdésnél a válaszadó hozzáállását figyeltük az iskolával és az itallal kapcsolatban. A kérdés az volt, hogy fogyasztottak-e már alkoholt iskolaidőben.

A kitöltők nagy része nem fogyasztott alkoholt iskolaidőben, kevesebb mint a felük már fogyasztott alkoholt, de csak kevésszer, és csekély arányuk már sokszor tette ugyanezt. Ez megegyezik előzetes elgondolásainkkal.

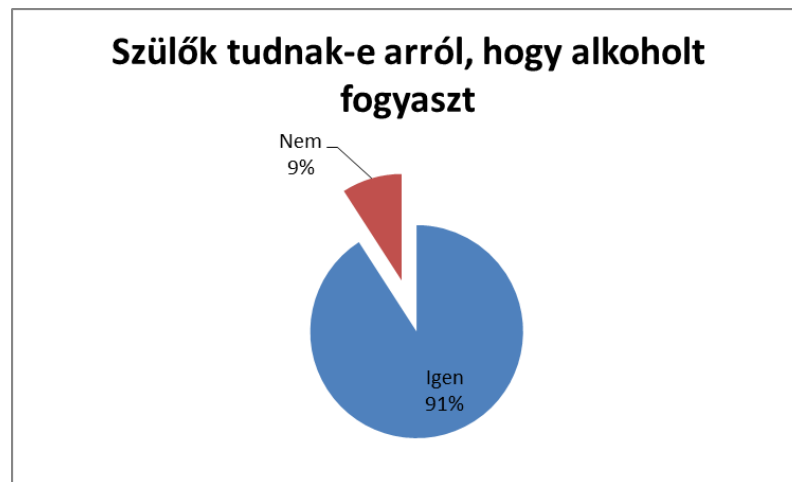


17. ábra: Alkoholfogyasztás az iskolaidőben

9.16. 16. KÉRDÉS

Itt arra kérdeztünk rá, hogy a szülőket mennyire avatják be az alkohollal kapcsolatos dolgokba a fiatalok. Azt kérdeztük meg, hogy a szülei tudnak-e arról, hogy a fiatal alkoholt fogyaszt.

Nagy részüknek természetesen a szülei is tudják, hogy alkoholt szokott fogyasztani a fiatal, azoknak a számát viszont, akiknek nem tudnak róla kisebbre becsültük. A mintánk 9%-a azt a választ adta, hogy a szülei nem tudnak arról, hogy alkoholt szokott fogyasztani a gyerek.



18. ábra: Szülők tudnak-e az alkoholfogyasztásról

9.17. 17. KÉRDÉS

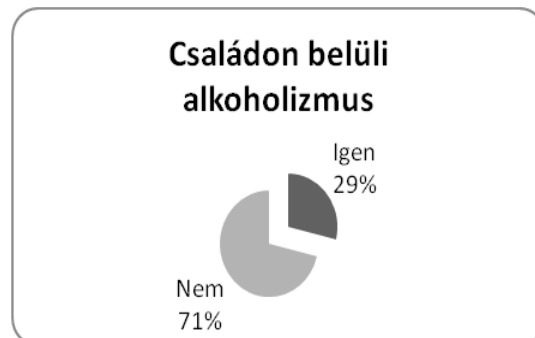
Ez a kérdés az előzőhöz kapcsolódik, szintén a szülői beavatásról szól, itt viszont úgy szólt a kérdés, hogy titkolta-e már a fiatal a szülei elől, hogy alkoholt fogyasztott.

A válaszadók fele még nem titkolta el, hogy alkoholt fogyasztott, azoknak az aránya, akik néha vagy csak nagyon ritkán tesznek ilyet nagyjából megegyezett (negyed-negyed arányban).

9.18. 18. KÉRDÉS

Itt azt vizsgáltuk, hogy a kitöltők közül hánynak a családjában fordult már elő alkoholizmus.

A válasz megfelel a magyarországi viszonyoknak, köztudott, hogy ebben az országban az egyik legmagasabb az alkoholisták aránya. Ezt ez a kérdőív is megerősíti, hiszen a válaszadók majdnem 30%-ában már előfordult ez a súlyos függőségi állapot.



19. ábra: Családon belüli alkoholizmus aránya

9.19. 19. KÉRDÉS

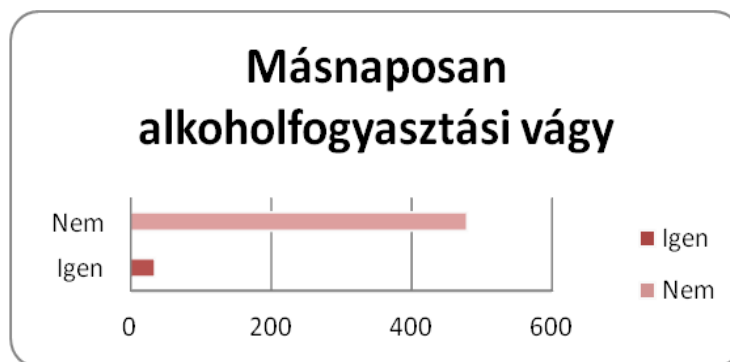
Ennél a kérdésnél azt vizsgáltuk, hogy a megkérdezettek közül kivel fordult már elő, hogy egy hétköznapi szituációban alkoholra vágytak.

A korábbi véleményünktől eltérést mutatott a válaszok száma, ugyanis a vártnál magasabb lett azoknak a száma, akiknél már előfordult az alkohol utána vágy egy hétköznapi helyzet során. A válaszadók több mint egyötöde azt a választ adta, hogy vágyott már alkoholra egy mindennapi szituációban.

9.20. 20. KÉRDÉS

Itt azt kérdeztük, hogy másnaposan szokták-e kívánni az alkoholt.

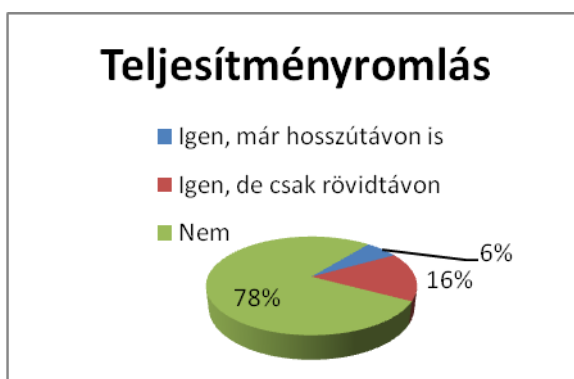
Ennél a kérdésnél már megfeleltek a válaszok az elvárásainknak, hiszen a válaszadók csupán csekély százaléka írta azt, hogy másnaposan is alkoholra vágyik.



20. ábra: Alkoholfogyasztási vágy másnaposan

9.21. 21. KÉRDÉS

A következő zárt kérdésben arra kérdeztünk rá, hogy a válaszadók észrevettek-e romlást a teljesítményükben a rendszeres alkoholfogyasztás következményeképp. Ahogy az ábrán is láthatjuk a fiatalok többsége, vagyis 78% -a nem észlelt teljesítményromlást, míg 16 %-uk csak rövidtávon. A megkérdezettek csupán 6% érzi úgy, hogy teljesítménye hosszútávon romlott, romlik a rendszeres alkoholfogyasztás következményeképp.



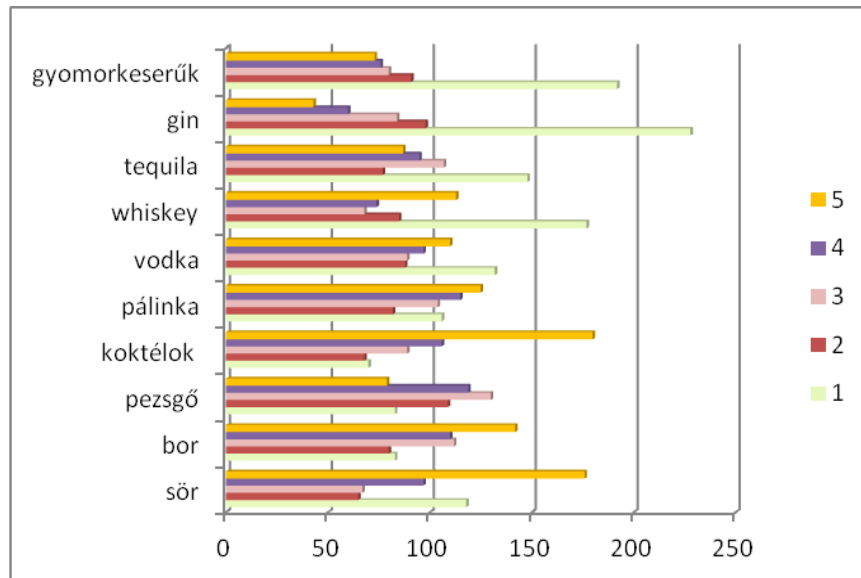
21. ábra: Teljesítményromlás

9.22. 22. KÉRDÉS

Ennél a kérdésnél azt szeretnénk volna megtudni, hogy szoktak-e a fiatalok egyedül alkoholt fogyasztani. A válaszadók 18%-a válaszolt csupán igennel szemben a nemlevegés választ adókkal(82%). Az érték kevésnek tűnhet, de mégis aggasztó, hiszen az alkoholizmus kialakulására valószínűsíthetőleg nagyobb esélye van azoknak a fiataloknak akik akár egyedül is fogyasztanak alkoholt.

9.23. 23. KÉRDÉS

Itt arra kerestük a választ, hogy a különböző fajtájú alkoholok mennyire kedveltek a fiatalok körében. Egy ötfokozatú skála (az egyes az egyáltalán nem, az ötös a nagyon szeretem) segítségével vizsgáltuk a tíz felsorolt szeszesital népszerűségi szintjét.



22. ábra: Alkoholok népszerűsége

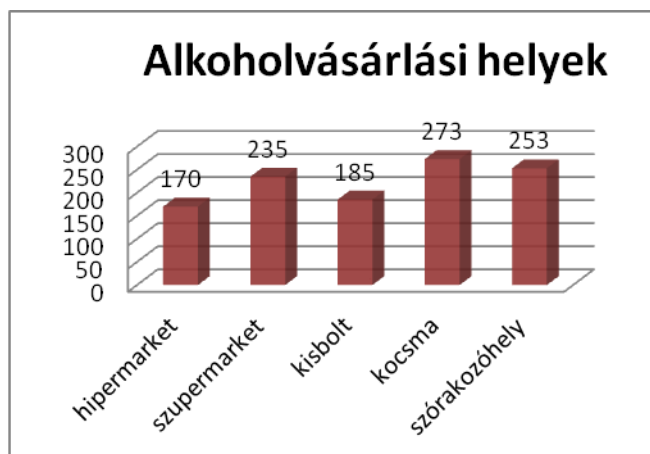
Az ábrán jól látható, hogy a megkérdezettek többsége a gin-t kedveli legkevésbé, leginkább pedig a koktélokot illetve a sört. Ahogy a diagram is mutatja a pálinka a legmegosztóbb alkohol, majdnem ugyanannyian szeretik mint amennyien nem, hasonló képet mutat a pezsgő is, bár ezt a válaszadók főleg közepesre értékelték.

9.24. 24. KÉRDÉS

Ennél a kérdésnél arra voltunk kíváncsiak, hogy mennyit fogyasztanak a megkérdezettek egy buli alkalmával a kedvenc italukból. A válaszok nagy eltérést mutattak, de azt biztosan meg lehetett állapítani, hogy a sör szinte minden második embernél elengedhetetlen egy buliban. A röviditalok közül a pálinka és a vodka a legkedveltebb, melyből átlagosan 2 dl-t fogyasztanak a fiatalok. A whiskey-t is sokan preferálják, különböző kevert formában 3-4 pohárral fogyasztanak el egy buli alkalmával. Ezek a számok önmagukban nem túl nagyok, viszont a problémát az okozza, hogy ezeket keverve is fogyasztják a fiatalok.

9.25. 25. KÉRDÉS

Ezután megkérdeztük, hogy a fiatalok hol vásárolnak leggyakrabban alkoholt. A megkérdezettek több lehetséges választ is bejelölhettek, ez alapján azt az eredményt kaptuk, hogy legtöbbször kocsmában és szórakozóhelyeken vásárolnak szeszesitalt és legritkábban pedig hipermarketekben.



23. ábra: Alkoholvásárlási helyek

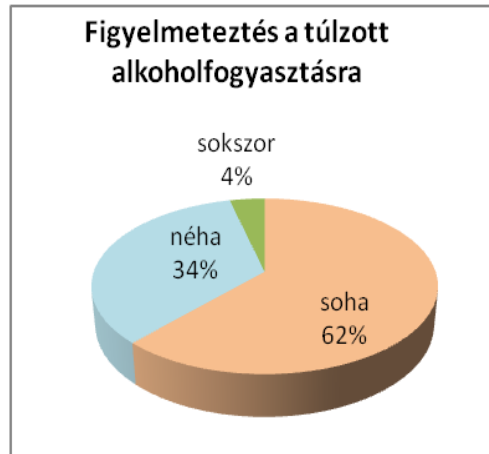
9.26. 26. KÉRDÉS

A következőkben azt kérdeztük meg, hogy hatással van-e a válaszadók alkoholfogyasztási szokásaira baráti társaságuk. Hipotézisünknek megfelelő eredményt kaptunk, ami megmutatja, hogy a megkérdezettek 53%-a igennel válaszolt. Ebből is láthatjuk, hogy vannak olyanok, akik csupán azért fogyasztanak alkoholt, hogy ezzel imponáljanak, megfeleljenek társaiknak, vagy csak azért, hogy ne lógjanak ki a sorból.

9.27. 27-28. KÉRDÉS

A következő két kérdésnél arra voltunk kíváncsiak, hogy a megkérdezetteket figyelmeztették-e már valaha, hogy túl sok alkoholt fogyasztottak. Illetve, ha már előfordult ilyen, akkor hallgatott-e rájuk. Mint azt a diagram is jól mutatja az eredmény is meglepő, hiszen a megkérdezettek 62%-át soha nem figyelmeztették, 32%-át pedig néha. Ebből arra lehet következtetni, hogy sok fiatal azért iszik többet annál, mint amennyi jól

esik neki, mert a társasága ezt várja el és figyelmeztetés helyett inkább biztatják őket. Ha pedig mégis figyelmeztetik őket, a többség csak a nagyon közeli ismerősök véleményére ad, vagy még arra sem, mert úgy gondolják, hogy ez csak rájuk tartozik.



24. ábra: Figyelmeztetés a túlzott alkoholfogyasztásra

9.28. 29.KÉRDÉS

Ennél a kérdésnél azt szeretnénk volna megtudni, hogy a fiataloknak alkoholfogyasztás során volt-e már emlékeztetőkiesésük. 100-ból 4 embernél ez majdnem mindig előfordul, 44 még soha nem tapasztalt ilyet, míg 39 ember ritkán, de már találkozott ezzel az állapottal.

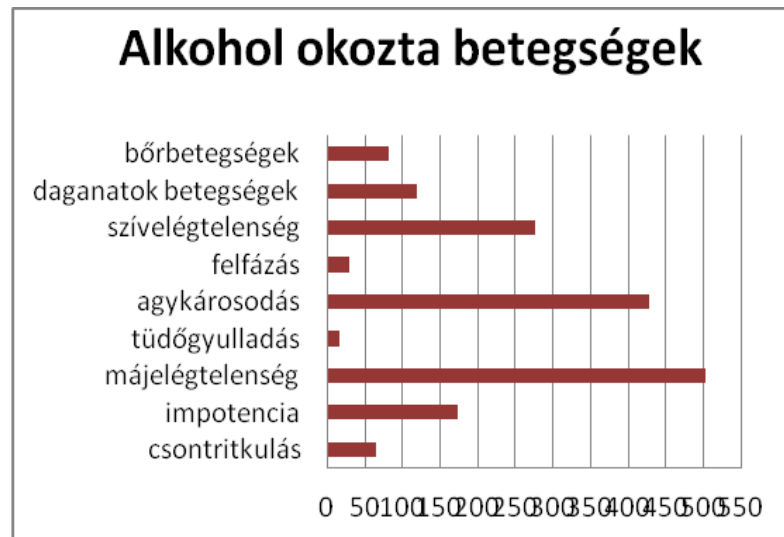
9.29. 30. KÉRDÉS

A következő kérdésnél arra voltunk kíváncsiak, hogy okozott-e már az alkoholfogyasztás súlyos egészségügyi következményeket a megkérdezetteknek. A válaszadók többségét (97%) nem kezelték eddig alkoholproblémák miatt, 3 %-ukat viszont már igen, ami az 553 db-os minta szerint 16 fiatalt jelent.

9.30. 31-32.KÉRDÉS

Arra is kíváncsiak voltunk, hogy a válaszadók szerint hosszútávon káros-e a rendszeres alkoholfogyasztás. A válaszadók 88%-a szerint igen, káros, valószínűleg ők azok, akik tisztában vannak az alkohol negatív hatásaival, amire a következő kérdésben kérdeztünk rá. 9 felsorolt betegség közül kellett kiválasztaniuk azokat, amik szerintük a rendszeres

alkoholfogyasztás következményeképp alakulnak ki. Ahogy azt az ábrán is látjuk a megkérdezettek többsége szerint a májelégtelenség és az agykárosodás is a túlzott alkoholfogyasztás következménye. Az, hogy a többi betegség ilyen alacsony értéket kapott valószínűleg annak köszönhető, hogy sokan nincsenek tisztába az alkohol okozta összes betegséggel.



255. ábra: Alkohol okozta betegségek

9.31. 33-38. KÉRDÉS

A válaszadók többsége fiatal, egyedülálló, vagy párkapcsolatban élő, csupán néhány százalékuk házas, családos ember. Többségük nem, vagy csak alkalom adtán dohányzik, ami meglepő, mert az alkoholfogyasztás gyakran együtt jár a dohányzással is.

Arról is megkérdeztük a fiatalokat, hogy szoktak-e kábítószer fogyasztani. Szerencsére a válaszadók közel 80%-a soha nem fogyasztott még. Vannak, akik egyszer kipróbálták, és utána soha többé nem fogyasztottak, viszont olyanok is akadtak, akik alkohol fogyasztás esetén kábítószerhez is nyúlnak, mely az egyik legveszélyesebb kombináció. Ami ettől még szomorúbb és veszélyesebb, hogy a megkérdezettek 1%-a rendszeres kábítószerfogyasztó.

A megkérdezettek nagy része rendszeresen sportol, viszonylag aktív kulturális életet él és naponta több órát tölt a számítógép előtt. Az átfedések valamilyen szinten nyilvánvalók. Aki hetente több nap is aktívan sportol, ők kevesebb idő töltenek a számítógép előtt, míg

azok, akik naponta több mint 4 órát töltenek számítógépezéssel kevesebb időt tudnak szánni a sportra, vagy kulturális programokra. Az aktív sportolók kevesebb alkoholt fogyasztanak, számukra a sport sokkal nagyobb szenvedély, mint az alkoholfogyasztás.

Hipotézisünk szerint az alkoholfogyasztás egyre jellemzőbb lányok körében is. Kutatásuk eredménye is ezt bizonyítja, a kérdőívet kitöltők(553) 55%-a azaz 304 fiatal lány volt, akik válaszaikban nem sokkal tértek el férfitársaik válaszaitól. Mind a fiúk, mind a lányok esetében veszélyes a túlzott alkoholfogyasztás, de úgy gondoljuk, hogy a lányoknál még inkább, hiszen így kiszolgáltatottabbá válhatnak, aminek súlyos következményei lehetnek melyek mind fizikailag mind mentálisan egy életre megsebezhetik őket.

Többségük szüleinek végzettsége középszintű. Véleményünk szerint ez az adat a legkevésbé befolyásolja a fiatalok alkoholfogyasztási szokásait.

A válaszadók 23%-a budapesti, míg a többiek vidéken élnek. Fiatal korban jelentősen befolyásolhatja az alkoholfogyasztási szokásokat a lakhely. Egy nagyvárosban sokkal szélesebbek a lehetőségek, míg a falvakban szinte csak a kocsmai alkoholfogyasztásra van lehetőség.

10. ÖSSZEGZÉS (NAGYHÁZI ANNA)

Mindent összegezve megállapíthatjuk, hogy a mai fiatalok többsége fogyaszt alkoholt. Ennek többféle oka is lehet, a leggyakoribb a másoknak való megfelelési kényszer. A válszadók átlagéletkora 18 év, meglepő, hogy ebben a korban még nincsenek tisztában az alkoholfogyasztás minden következményével. Mivel a mai társadalomban egyre fiatalabb korban próbálják ki az alkoholfogyasztást a fiatalok, így talán célravezető lenne már általános iskolában részletes felvilágosítást adni annak káros hatásairól. Manapság már egyre több alkoholgyártó cég hoz létre programokat a felelős alkoholfogyasztásért. (pl. Dreher). Ez a téma most is aktuális, és mindig is az lesz ezért fontos több figyelmet fordítani rá.

IRODALOMJEGYZÉK

Szakirodalom

Ábel I. – Polivka G. (1998): A bankpiaci verseny Magyarországon a kilencvenes évek elején. *Közgazdasági Szemle*, 45. évf. 6. sz., pp. 534–557.

Kilkki, K. (2005): A practical model for analyzing long tails. *First Monday*, Volume 12, Number 5, 07. 05. 2007.

<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1832/1716>
(letöltve: 2011. 03. 05.)

Források

GfK Hungária, 2012

BSZKI, 2012

EIKKA-HNK 2009.

Egyéb dokumentumok

Versenytárselemzés, oktatási segédlet, Kovács Norbert
http://www.sze.hu/~kovacs/Piacelm%E9letek/OKT_Seg%E9dlet_PE.pdf
(2012.11.11.)

Domokos Tamás: Alkohol, dohányzás és drogprevenciós kutatás (2012.11.11)
http://www.echosurvey.hu/_user/downloads/kutatasi_beszamolo/t-bajadrog99.pdf
(2012.11.11.)

Az alkoholhasználat motivációs összetevőinek szerepe a fiatalok szerhasználatában különböző színtereken és kultúrákban; Németh Zsófia; 2011;
http://pszichologia.phd.elte.hu/vedesek/Doktori_NZS_vegleges.pdf (2012.11.13.)

Internetes források

<http://index.hu/tudomany/alksz81230/>

http://elib.kkf.hu/edip/D_12143.pdf (2012.11.12)

http://mno.hu/migr_1834/alkoholba_fullad_az_europai_ifjusag-338453

<http://www.holahatar.hu/kutatasi-eredmenyeink>

MELLÉKLETEK

1. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV

Fiatalok Alkoholfogyasztási Szokásai

Ez a kérdőív a fiatalok alkoholfogyasztási szokásainak megismerésére irányul. Szeretnénk megtudni, hogy mikor, miért, milyen gyakran, mennyi alkoholt fogyasztotok, milyen hatással van rátok, tisztában vagytok-e a következményeivel. Kérjük, minél őszintébben válaszoljatok. A kérdőív kitöltése név nélkül történik. Az adatokat harmadik félnek nem adjuk ki. Ha bármi kérdésetek lenne, nyugodtan keressetek:

Nagyházi Anna: nagyhazi.ann@gmail.com, Csikós Enikő: eniko.csikos@gmail.com
A kitöltést előre is köszönjük!

Életkor:

1. Fogyasztottál már valaha alkoholt?

- a. Igen.
- b. Nem.

2. Ha az előző kérdésre igennel válaszoltál, hány évesen fogyasztottál először?

.....

3. Mióta fogyasztasz rendszeresen alkoholt?

.....

4. Hol fogyasztottál először alkoholt?

- a. Szórakozóhelyen.
- b. Házibuliban.
- c. Családi összejövetelen.

5. Milyen alkoholt fogyasztottál először?

.....

6. Milyen gyakran fogyasztasz alkoholt?

- a. Soha nem fogyasztok alkoholt.
- b. Egy hónapban egyszer.
- c. Havonta többször.
- d. Egy héten egyszer.
- e. Hetente többször is.
- f. Naponta

7. Rendezd sorrendbe, hogy hol szoktál leggyakrabban alkoholt fogyasztani.

1 – leggyakrabban; 6 – legritkábban/soha

- a. Otthon, egyedül.
- b. Házibuliban.
- c. Kocsmában.
- d. Utcán.
- e. Szórakozóhelyen.
- f. Fesztiválokon

8. Alkohol fogyasztásakor melyik mennyire fontos a számodra?

1 – nem fontos; 5 – nagyon fontos

- | | | | | | | |
|----|-------------|---|---|---|---|---|
| a. | Minősége. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| b. | Mennyisége. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

9. Egy buli alkalmával átlagosan mennyi pénzt költesz el alkoholra?

- a. Kevesebb, mint 1000 Ft-ot.
- b. 1000-2000 Ft-ot.
- c. 2000-3000 Ft-ot.
- d. 3000-5000 Ft-ot.
- e. 5000-7000 Ft-ot.
- f. 7000 Ft-ot vagy annál többet.

10. Mennyire befolyásolják az alábbiak az alkoholfogyasztási szokásaidat?

1 – csak keveset iszok; 5 – sokat iszok

a.	Ha lelki problémáid vannak	1	2	3	4	5
b.	Hogy levetkőzd a gátlásaidat	1	2	3	4	5
c.	Jobban érezd magad (bulikban)	1	2	3	4	5
d.	Mert szeretem az alkoholt	1	2	3	4	5
e.	Egyéb:.....	1	2	3	4	5

11. Volt már negatív hatással az alkohol a Te megítélésedre (mások által)?

- a. Igen.
- b. Nem.

12. Kerültél-e valaha kellemetlen helyzetbe szeszes ital fogyasztása miatt?

- a. Igen.
- b. Nem.

13. Inkább kellemes vagy kellemetlen emlékeid vannak az alkohollal kapcsolatban?

- a. Kellemes
- b. Kellemetlen
- c. Semleges

14. Éreztél-e valaha büntudatot ivási szokásaid miatt?

- a. Igen, mindig, amikor alkoholt fogyasztok.
- b. Néha, ha túl sokat iszom.
- c. Nem, soha

15. Előfordult már veled, hogy iskolaidőben alkoholt fogyasztottál?

- a. Igen, de csak kevésszer.
- b. Igen, sokszor.
- c. Nem

16. A szüleid tudnak arról, hogy szoktál alkoholt fogyasztani?

- a. Igen.
- b. Nem.

17. Volt-e már arra példa, hogy eltitkoltad szüleid elől, hogy alkoholt fogyasztottál?

- a. Csak nagyon ritkán.
- b. Néha.
- c. Egyáltalán nem.

18. Előfordult már a családotban alkoholizmus?

- a. Igen
- b. Nem

19. Előfordult már veled, hogy egy hétköznapi szituációban, minden indok nélkül alkoholra vágytál?

- a. Igen.
- b. Nem.

20. Ha másnaposan ébredsz, kívánod az újabb alkoholfogyasztást?

- a. Igen.
- b. Nem.

21. Észrevettél-e magadon teljesítményromlást a rendszeres alkoholfogyasztás következményeképpen?

- a. Igen, de csak rövidtávon.
- b. Igen, már hosszú távon is.
- c. Nem.

22. Szoktál-e egyedül alkoholt fogyasztani?

- a. Igen.
- b. Nem.

23. Milyen típusú alkoholt fogyasztasz szívesen?

1 – nem szeretem; 5 – nagyon szeretem

a.	Sör	1	2	3	4	5
b.	Bor	1	2	3	4	5
c.	Pezsgő	1	2	3	4	5
d.	Koktélok	1	2	3	4	5
e.	Pálinka		1	2	3	4 5
f.	Vodka	1	2	3	4	5
g.	Whiskey	1	2	3	4	5
h.	Tequila		1	2	3	4 5
i.	Gin	1	2	3	4	5
j.	Gyomrokészítők (Unicum, Jäger...)	1	2	3	4	5

24. Mennyi alkoholt fogyasztasz általában egy buli alkalmával?

a.	Sör	1	2	3	4	5	6 vagy több	korsó
b.	Bor, pezsgő	1-3	4-6	7-10	10-13		13 vagy több	dl
c.	Koktélok	1	2	3	4	5	6 vagy több	pohár
d.	Rövid italok (4 cl)	1-2	3-4	5-6	7-9		10 vagy több	pohár

25. Hol szoktál általában alkoholt venni? (Maximum hármat jelölhetsz)

- a. Hipermarket.
- b. Szupermarket.
- c. Kisbolt.
- d. Kocsmá.
- e. Szórakozóhely

26. Szoktál csak a baráti társaságod kedvéért alkoholt fogyasztani?

- a. Igen
- b. Nem

27. Volt-e már olyan, hogy valaki figyelmeztetett, hogy túlzásba viszed az alkoholfogyasztást?

- a. Soha.
- b. Néha.
- c. Sokszor.

28. Ha már előfordult, akkor adtál a véleményükre?

- a. Igen, ha egy barátom mondta.
- b. Igen, ha egy kívülálló mondta.
- c. Nem, ez csak rám tartozik.

29. Előfordult már Veled, hogy a túlzott alkoholfogyasztás következtében emlékeztékesed volt?

- a. Igen, de csak párszor.
- b. Igen, majdnem mindig.
- c. Nem.

30. Kezelt már orvos alkoholproblémák miatt?

- a. Igen
- b. Nem

31. Úgy gondolod, hogy az alkoholfogyasztás hosszú távon káros?

- a. Igen.
- b. Nem.

32. Szerinted mik lehetnek hosszútávon a túlzott alkoholfogyasztás következményei? (Többet is bekarikázhatsz)

- a. Csontritkulás
- b. Impotencia
- c. Máj elégtelenség
- d. Tüdőgyulladás
- e. Agykárosodás

- f. Felfázás
- g. Szív elégtelenség
- h. Daganatos betegségek
- i. Bőrbetegségek

33. Mi a családi állapotod?

- a. Egyedülálló vagyok.
- b. Több különböző emberrel is szexuális kapcsolatot létesíték.
- c. Nyitott kapcsolatban vagyok.
- d. Tartós, komoly kapcsolatban vagyok.
- e. Több kapcsolatban is benne vagyok.
- f. Házas vagyok.
- g. Egyéb:

34. Dohányzol?

- a. Igen, rendszeresen.
- b. Igen, ha olyan társaságban vagyok, akik dohányoznak.
- c. Igen, de csak ha alkoholt fogyasztok.
- d. Nem.
- e. Egyéb:

35. Milyen gyakran sportolsz?

- a. Rendszeresen (hetente többször).
- b. Heti egyszer.
- c. Havonta párszor.
- d. Havonta egyszer.
- e. Nagyon ritkán.

36. Milyen sűrűn jársz kulturális programra? (Színház, kiállítás, stb.)

- a. Hetente.
- b. Havonta párszor.
- c. Havonta egyszer.
- d. Többhavonta egyszer (2-5 havonta).

- e. Félévente.
- f. Évente.

37. Mennyi időt töltesz egy nap a számítógép előtt?

- a. Nem számítógépezek minden nap.
- b. Egy óránál kevesebbet.
- c. 2-4 órát.
- d. 4 óránál többet.

38. Szoktál kábítószerezni?

- a. Nem.
- b. Egyszer kipróbáltam, de azóta nem.
- c. Igen, de csak bulikban, vagy ha iszok.
- d. Igen, ha olyan társaságban vagyok.
- e. Igen, rendszeresen.

39. Szülők legmagasabb iskolai végzettsége:

Anyai:általános

szakközépiskola

gimnázium

főiskola

egyetem

Apai: : általános

szakközépiskola

gimnázium

főiskola

egyetem

☐ ☐
Nem: Nő Férfi

Lakóhely (város):

Iskola (szak):