

BÉBIÉTEL VÁSÁRLÁSI ÉS FOGYASZTÁSI SZOKÁSOK SÁNDORFALVÁN

Gál József¹ - Németh Mária² - Vincze-Lendvai Edina³

¹ egyetemi docens ² gazdaság és vidékfejlesztési agrármérnök szakos hallgató
³ főiskolai docens

Szegedi Tudományegyetem, Mérnöki Kar
Ökonómiai és Vidékfejlesztési Intézet
lendvai@mk.u-szeged.hu

1. BEVEZETÉS

Köztudott, hogy hazánkban csökken a születések száma. A régi nagycsaládok eltűntek, a négy-hat-nyolc gyerek helyett egy, legfeljebb kettő kapaszkodik az édesanyja szoknyájába. Nem véletlen, hogy a gyermekek szerepe felértékelődött. Az édesanyák, édesapák, nagyszülők igyekeznek minden téren a lehető legjobbat kínálni a számukra. Különösen igaz ez a táplálkozás esetén. A leendő anyukák (apukák) szülés-előkészítő tanfolyamra járnak, ahol igen sokat hallhatnak a gyermekek megfelelő táplálásáról is. Az anyatej elsődleges fontosságát ma már senki sem kérdőjelezi meg. Viták először abból szoktak kialakulni – a szülők és a nagyszülők között – hogy mikortól lehet a babának más táplálékot is felkínálni.

A szoptatás befejezése után, de még a hagyományos ételek bevezetése előtt, az anyukák időnként tanácstalanok: mit adjanak a kicsinek enni, milyen alapanyagból főzzék meg ezt az ételt, illetve az is gondot okozhat, hogy mikor lesz idejük arra, hogy elkészítsék az ennilót.

Ezeket a problémákat kívánnak segíteni a bébiétel-gyártók.

A bébiételeknek sok híve és számos ellenzője van. Munkánk során egy Szeged melletti településen, Sándorfalván mértük fel a bébiétel-vásárlási szokásokat, illetve a bébiételekhez kapcsolódó motivációkat, attitűdöket.

2. A BÉBIÉTELGYÁRTÁS TÖRTÉNETE

A gyermekek számára már a XIX. században is készült tápszer. Meg kell említeni Josef Hippet, aki feleségével kezdett ilyen jellegű vállalkozásba. Később a fiuk vette át a az üzemet, bővítette a termékpalettát (www.hipp.hu). Magyarországon 1980 szeptemberében állították üzembe az első bébiétel-gyártó gépsort Kecskeméten, s a rákövetkező évben már 32 féle bébiétel és 4 féle -ital volt forgalomban (www.univer.hu).

3. TERMÉKKÍNÁLAT A XXI. SZÁZADBAN, MAGYARORSZÁGON

A határok szabad átjárhatóságával az Európa Unión belüli forgalom egyszerűvé vált. A környező országok márkái eleinte nem jelentősen, de megjelentek a hazai boltok polcain. Érzékelhetővé vált az árverseny és a fejlődési potenciál. Napjainkra a választék már jelentősen nemzetközivé vált.

A bébiételeket csoportosítva, s ezen termékek piaci részesedését vizsgálva az alábbiakat mondhatjuk el.

A tejpépek kategóriájában a piac két harmadát a Milupa és a Mildi márkák teszik ki. A fennmaradó részt a Hipp és Nestlé termékek alkotják. Magyarországon a fogyasztásuk nem túl jellemző, a környező országokéhoz képest csak a fele, Németországhoz képest a harmada.

A bébiitalok és teák piacának részvevői a Hipp és Milupa. A két forgalmazó prémium kategóriába tartozik, a magyarországi fogyasztás ebben a kategóriában is elmarad a nyugati országokétól.

A következő csoportba a tápszerek tartoznak. Újszülötteknek az 1-es, 2-es elválasztó tápszerek, valamint a 3-as babatejkek készülnek. Nyugat-Európára az is jellemző, hogy 3 éves korukig a babák tehéntejet nem kapnak kizárólag csak tápszert illetve anyatejet. A magyarországi piacot a Numil Kft. uralja. Forgalmazott termékei Milumil, Aptamil, Mildibé és Nutrilon tápszerek. Kisebb számban megtalálhatók a Nestlé és a Hipp Kft termékei is. A tápszerek között egyre népszerűbbek a hipoallergén tápszerek is (www.progressziv.hu, a)

4. A BIO-BÉBIÉTELEK, MINT ÚJ LEHETŐSÉGEK A GYÁRTÓK SZÁMÁRA

A különböző élelmiszerbotrányoknak, (ál)hírek köszönhetően egyre több kismama válik bizonytalanná abban a kérdésben, hogy mit is adjon enni a szeme fényének. Erre a gondra kínálnak megoldást a bébiétel-gyártók a bio-ételekkel, italokkal.

A bio-termékeket előállító cégek vezetői egybehangzóan nyilatkoznak arról, hogy a kereslet a válság hatására sem esett vissza; ezek ugyanis elsősorban kényelmi termékek, ahol nem az ár a legfontosabb a vásárlást befolyásoló tényezők közül. Kutatások szerint a bébiételek esetében sokkal nagyobb az affinitás a bio-termékek iránt, mint más élelmiszereknél, köszönhető ez a vásárlói, illetve a fogyasztói csoportnak (www.progressziv.hu, b).

5. ANYAG ÉS MÓDSZER

Munkánk során kérdőíves felmérést végeztünk egy Dél-Alföldi régióban található településen, Sándorfalván. A megkérdezett személyek száma 80 volt. Elsősorban az édesanyák véleményére voltunk kíváncsiak, de emellett a család idősebb nőtagjait is megszólaltattuk. A megkérdezéseket a kiskereskedelmi egységekben hajtottuk végre.

A kérdőív főbb kérdései az alábbi témákra irányultak:

- a bébiételek, márkák ismertsége,
- a választékkal való elégedettség,
- a vásárlási motivációk,
- a beszerzés forrása,
- a bio-bébiételekkel kapcsolatos attitűdök,
- demográfiai jellemzők.

A kérdőíves felmérés mellett megfigyelést is végeztünk a település egyes kiskereskedelmi egységeiben, patikáiban, ahol beszerezhetők a bébiételek.

6. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

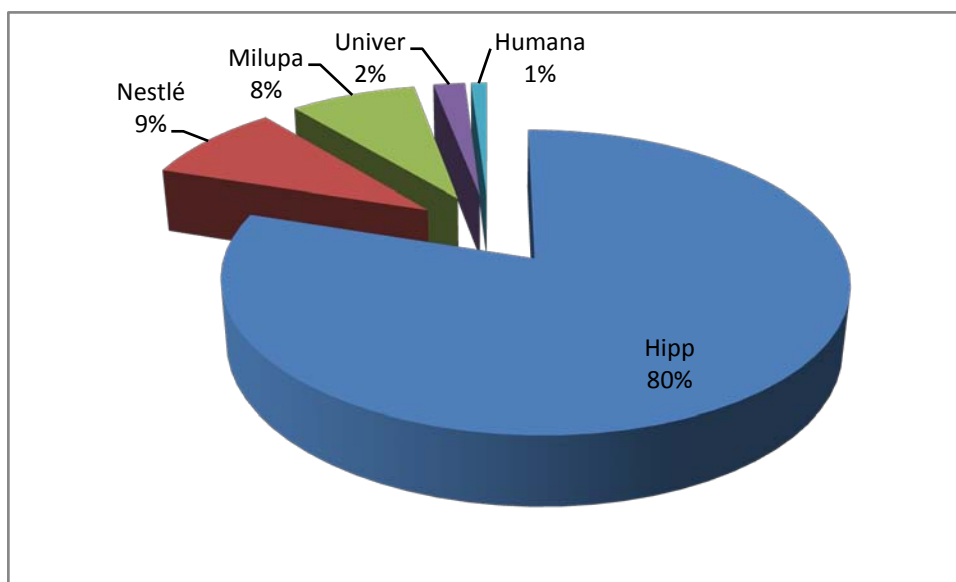
A továbbiakban a felmérés fontosabb eredményeit ismertetjük.

A bevezetőben is utaltunk az anyatejes táplálás időtartamára vonatkozó nézeteltérésre – akár családon belül is. Mindenképpen szeretnénk volna megismerni a település édesanyjainak, illetve nagymamáinak véleményét erről a témáról.

A vizsgálat során kiderült: a kisdéd első 6 hónapjában a csak anyatejjel történő táplálását a válaszadók fele gondolja helyes eljárásnak. 30% azon a véleményen volt, hogy négyhónaposan már meg lehet kezdeni a hozzátáplálást, míg 20% más módot tart megfelelőnek.

Itt jegyezzük meg azt a tényt, miszerint kezdő tápszerből Magyarországon évente 1,7 millió doboz fogy az alig 90 ezer születés mellett. Ennek ellenére a Magyarországon született gyermekek 90%-át kezdi az édesanyja szoptatni, míg az EU-ban ez a számérték csak 60% (www.szoptatasportal.hu).

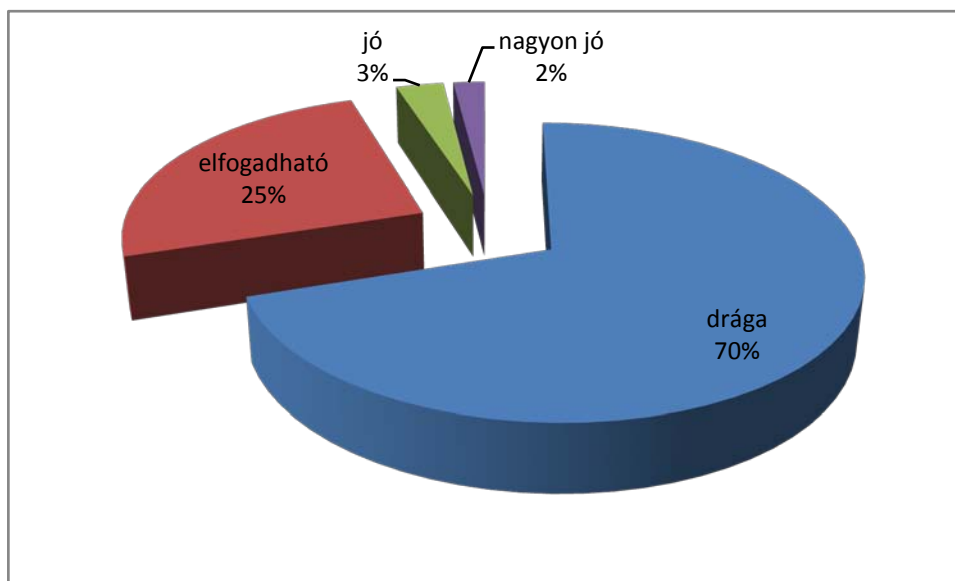
A márkák ismertségére vonatkozó kérdésünk során az alábbiakra derült fény: a HIPP termékeket a megkérdezettek 80 %-a nevezte meg. A többieknek az Univer (9%), a Nestlé (8%), a Milupa (2%), illetve a Humana (1%) gyártók, megnevezések jutottak az eszébe (1. ábra).



1. ábra A megkérdezettek megoszlása a bébiétel-márkák ismertségét illetően

A válaszadókat arról is megkérdeztük, hogy a házilag elkészített ételeket vagy a készen kaphatóakat részesítik-e előnyben. A többség (90%) a házilag készítettet adja gyermekének / unokájának. Véleményük szerint a készételek drágák, nem a családi ízeknek megfelelően készülnek, valamint negatív irányba befolyásolják az anya-gyerek közötti érzelmi kapcsolatot.

Az indokok közül tehát elsőként szerepel a magas ár. Ezt támasztja alá a 2. diagram is, mely az árra vonatkozó válaszok alapján készült. Az interjúalanyok 70%-a szerint drága, sokba kerül a kész bébiétel, míg a 25% elfogadhatónak találta. A hölgyek 5%-a jónak, illetve nagyon jónak vélte a bébiételek árait.



2. **ábra** A megkérdezettek megoszlása a bébiételek áráról alkotott vélemények alapján

A készen kapható bébiétel pártiak elsősorban a kényelem miatt választják ezt a lehetőséget. Emellett azt is vallják, hogy ezek az ételek jó ízűek, és minden olyan tápanyagot tartalmaznak, ami a baba fejlődéséhez nélkülözhetetlen.

A bébiételek – a kényelmi szempontok mellett – azért is előnyösek lehetnek, mert az azokban található összetevők bio-alapanyagok. A következőkben az ezzel kapcsolatos kérdésekre kapott válaszokat mutatjuk be.

Az interjúalanyok 75%-ának nem jutott eszébe bio minőségű bébiételeket gyártó cég neve, illetve márkanév, míg a maradék 25 % többsége a már korábban is említett HIPP márkát nevezte meg.

Arról is faggattuk az interjúalanyainkat, hogy mennyire bíznak meg a címkén látható „bio” szóban. A háziasszonyok 40%-a teljesen megbízik a gyártókban, illetve a tájékoztatóban, elhiszi, hogy bio-gazdálkodásból származó alapanyagokat tartalmaz. Ugyanennyien vannak azok is, akik nem bíznak a feliratban, inkább saját maguk, a piacon szerzik be a nyersanyagokat, 20% pedig érdemben nem tudott válaszolni a kérdésre.

Végezetül a termékkínálat milyenségét firtató kérdésünkre adott válaszokat ismertetjük. A megkérdezettek szerint megfelelő a kínálat Sándorfalván (75%), míg 13% , illetve 12% szerint nem megfelelő, illetve rossz.

A termékkínálatról személyesen is igyekeztünk meggyőződni. A felkeresett beszerzési helyek közül egy patikában volt a legnagyobb a kínálat, mind a termék szélességét, mind a mélységét illetően (1. táblázat).

1. táblázat

A Sándorfalván található kiskereskedelmi egységek és patikák ellátottsága bébiételekkel.

Egység megnevezése	Bébiétel	Bébiital	Tápszer	Egyéb
Patika 1	-	-	többféle	gyümölcs és gyógyteák
Patika 2	kétféle gyártó, mély termékválaszték	3 féle ízben	többféle	gyümölcssteák, gyógyteák
Coop	kevés	3 féle ízben	-	-
CBA	-	-	-	-
Kisbolt	kevés	-	-	-

A vizsgálat alapján az is kiderült, az üzletvezetők azért nem tartanak többféle terméket, mert nincs rá kereslet. Ennek oka lehet a házilag készített ételek, másik oka pedig, hogy az anyukák inkább Szegeden vásárolnak, így a bébiételeket, -italokat is ott szerzik be.

7. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Munkánk során felmérést készítettünk egy Szeged melletti településen. Az ott élő édesanyák és nagymamák véleményére voltunk kíváncsiak a bébiételek kapcsán.

A felmérés valamint a megfigyelés alapján megállapíthatjuk, hogy az édesanyák előnyben részesítik a házilag készített ételeket a készen kapotthoz képest, a többség nem bízik meg a bio-jelölésben, valamint a helyi kínálat igen csekély – több ok miatt is.

A kutatást tovább folytatva, a későbbiekben összehasonlítást kívánunk végezni a Szegeden élő vásárlókkal.

Felhasznált irodalom

http://www.hipp.hu/hipp/ceginfo/a_kezdetek/ (letöltve: 2010. július 4.)

<http://www.univer.hu/pages.php?aid=3&LangID=1> (letöltve: 2010. július 4.)

http://www.progressziv.hu/nyomtatasi.php?link=magazin.tmp&funk=5&sz_id=380 a (letöltve: 2010. július 4.)

http://www.progressziv.hu/index.php?link=magazin.tmp&sz_id=1568&funk=5 b (letöltve: 2010. július 4.)

<http://www.szoptatasportal.hu/node/594> (letöltve: 2010. július 4.)