

ÉLELMISZERFOGYASZTÓI MAGATARTÁS MEGVÁLTOZÁSA AZ IDŐSKORBAN

Végh Katalin, PhD
főiskolai docens

Kodolányi János Főiskola
nagy.katalin@centrum.sk

Kulcsszavak: idősödés, élelmiszerfogyasztási szerkezet, fogyasztói magatartás modellek

1. BEVEZETÉS

Az idősödés nem csak kihívás az élelmiszert előállítók számára, hanem új lehetőségek tárháza is a termékfejlesztés és innovációs tevékenységek terén. Specifikusan az időskorúakra szabott élelmiszerfogyasztási magatartási modellek egy prototípusát abból a célból dolgoztuk ki, hogy felhívjuk a gyártók, termelők figyelmét ezen egyre bővülő piaci szegmens, a többi korosztálytól eltérő igényeire. Nem sűrítendő egy modellbe az önmagában is heterogén időskorú populáció élelmiszerfogyasztói magatartása. A hipotetikus modell kidolgozásával a kezdő lépéseket kívántuk megtenni e téma kutatása érdekében. Közeljövőbeli célunk, hogy a valóságban is teszteljük általános modelljeinket a termelői és fogyasztói oldalon egyaránt. A modellekből következtetni lehet az idősödő korosztály specifikus szükségleteire. A modulokat végigjárva eljuthatunk a bölcsességen alapuló és/vagy jövőorientált élelmiszerválasztáshoz. A jövőorientáltság, mint magatartási elem fontos tényező, mert mint attitűdnek, rendkívül komoly következményei lehetnek az időskorúak minőség- és egészségtudatosságára, a táplálkozással kapcsolatos döntéseire és így végső soron egészségi állapotuk és jólétük alakulására is.

A fogyasztói magatartáson belül az élelmiszerfogyasztói magatartás több szempontból is speciális helyet foglal el. Egyrészt az ember létfenntartásához kapcsolódik közvetlenül vagy közvetve, másrészt hosszú biológiai, társadalmi, kulturális folyamatok eredménye, harmadrészt a legkomplexebb emberi magatartásformák egyike. Az élelmiszerfogyasztói magatartás korlátozottan racionális, mivel az egyén vagy a közösség információellátottsága tökéletlen. Néha kevés, más esetekben viszont túl sok információ zúdul a fogyasztóra. Az egyén korlátozott információ feldolgozó és értékelő képessége, a jövőre vonatkozó információk valószínűsége, valamint a piaci szereplők közti aszimmetrikus információ-áramlás is ez irányban hatnak. A kis közösségek döntéshozatalának sajátosságai, pedig tovább árnyalják a már eleve mozaikos képet. A korlátozott információbefogadás (fogyasztás előtt, alatt és után) és arra épülő érzékelés és észlelés (tapasztalat, tudás, emlékezés, stb.) a kristálytisztá racionalitáshoz képest torzított eredményre vezet. A torzulás gyakran tudat alatti tényezőkön alapulhat.

A fiatal, a középkorú és az idős generáció közötti fogyasztásbeli különbség nem vitatott (Cseres-Gergely – Molnár 2008). A korosodás – vagy más kifejezéssel élve idősödés – folyamatának univerzálissá válása újabb és újabb igényeket támaszt az élelmiszertermelőkkel, a feldolgozó- és főzőeszközöket gyártókkal szemben. Ennek ellenére a marketing súlypontja főként a fiatal generációt célozza meg. Alig veszi figyelembe a jelentős potenciált képviselő

idősebb, érett generáció igényét. A fejlett országokban az idősödő társadalom tényét felismerve elkezdtek alkalmazkodni az új születőben levő igényekhez, s stratégiájukat ennek megfelelően alakítani, hogy „senior-barát” termékeket hozzanak létre a különböző javak és szolgáltatások piacán (Pettigrew 2005). A felgyorsult változások sorozata felveti a kérdést, hogy a jelen idő szeniorjának kialakított termékek mennyire lesznek majd a közeljövő szeniorjainak számára megfelelőek. A fejlett országok kiadási szerkezetét vizsgálva megállapítható, hogy az élelmiszerek szerepe a fogyasztási szerkezetben bár jelentős, de az időbeli tendenciáját vizsgálva egyre kisebb részt foglal el. A nem közvetlenül létfenntartáshoz kapcsolódó termékek és szolgáltatások térhódításának korszakát éljük manapság. Általánosságban elmondható, hogy az élelmiszerfogyasztásra költött jövedelemrész – egy-két termék kivételével – csökken, mennyiségi telítődéssel szembesülünk (Keszthelyiné 2004; Lehota 2004). Új jelenségként azonban az egészségmegőrzés jelentősége tovább fokozódik. A magyar társadalomban is várható, hogy a fogyasztási javak minőségének, és azok származásának egyre nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a fogyasztók a vásárlásaik során.

2. AZ AKTÍV IDŐSKORI ÉLELMISZERFOGYASZTÁS IDŐBELI ASPEKTUSAI

Az 1. ábrán látható gondolati konstrukció – egyfajta bevezetesként – az aktív időskori élelmiszerfogyasztás időbeli aspektusaira terjed ki. Három idősík segítségével (múlt, jelen, jövő) tárja fel a vizsgált szegmens szokásainak hosszú távú változásait, és próbálja felvázolni az egyes relevánsnak tekinthető általános tényezőket.

A múlt egy fontos meghatározó jellemzője az élelmiszerfogyasztás területén a tapasztalat és a normák erőteljes irányító ereje. Az információáramlás szűkössége eredményezte az apáról-fiúra, anyáról-leányra szálló tapasztalatcserét, illetve hagyományörzést. A táplálékforrások földrajzi behatároltsága lényegében a szállítási-kereskedelmi technikai fejlettségének eredménye volt. Számos élelmiszer kizárólag szezonális jelleggel volt fogyasztó, mivel eltarthatóságuk szűk korlátok között mozgott. A beszerzési módok behatároltak voltak, leggyakrabban közvetlen a termelőtől történtek a vásárlások. A világgazdaság kialakulása előtt a piacok helyi és regionális léptékűek voltak. A múltra jellemző tényezők azonban számos téren előnyt képviseltek, pl. a közvetlen termelőtől való beszerzés biztonságérzetet, illetve frissességet jelentett a vásárlónak. Tapasztalataik és lehetőségeik révén próbálták az eltarthatóságot is növelni, különféle eljárások és a tároló kamrák segítségével.

A jelenkor a határtalan áruáramlás és információáramlás jegyében telik. Az élelmiszerpiacon az elmúlt évtizedekben bekövetkezett, s a közeljövőben beteljesülő változások az alábbi karakterisztikus folyamatokra vezethetők vissza: öregedő népesség, az egyfős háztartások számának növekedése, az egészséggel való több törődés, változó foglalkoztatási struktúra, gyors technológiai fejlődés, nemzetközi utazások bővülése, a média erősödő szerepe.

A várható élettartamok a demográfiai átmenet kezdete óta, vagyis a XIX. század utolsó negyedétől fogva, összességében jelentősen javultak Magyarországon. Az egyik oldalon ez a folyamat hozható összefüggésbe a megváltozott életstílussal, életmóddal, életszínvonallal. A másik oldalon viszont az orvostudomány olyan betegségeket kiváltó faktorok nagyarányú felbukkanásáról informálja a lakosságot, amely szinte szükségszerűen vezet a táplálkozási szokásaink megváltoztatásához (pl. allergiák jelentőségének megnövekedése, élelmiszerekre való érzékenység, szív- és érrendszeri betegségek vezető halálókká válása, emésztőrendszer betegségei, stb.). Számos esetben azonban az eltarthatóságra való törekvés egyik következménye a túlzott tartósítószer adagolása az élelmiszerekbe, amely allergiás tünet kialakulásához vezethet. A határtalan élelmiszerválaszték napjaink egyik meghatározó eleme. Halványul a szezonális éves életritmust kialakító jelensége – az export, import

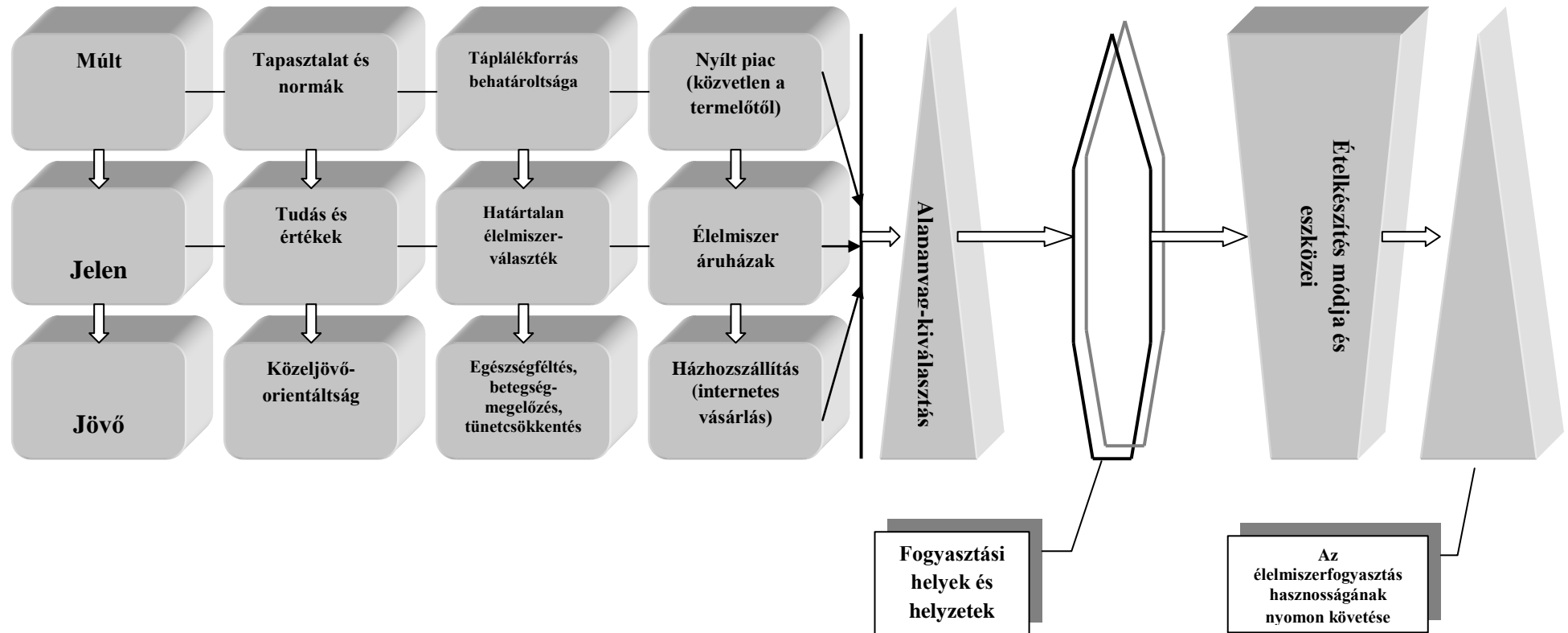
tevékenységek hatására –, illetve megszűntek az áthidalhatatlan távolságok (Simai 2007; Nemes Nagy 2009). Az egyik oldalról ezt a nemzetközi utazások bővülése eredményezte (Rátz és tsai. 2008), a másik oldalról pedig azoknak az élelmiszer-kereskedelmi láncolatoknak az elterjedése, akik egész évben biztosítani tudják az állandó áruválasztékot.

A nem lehetetlen jövőt próbáljuk meg kitapintani és a jelenből kiindulva továbbgondolni (Nováky 2006). A fogyasztási szerkezet átalakulása nagy valószínűséggel tovább folytatódik. Az időskorú fogyasztókra jellemző lesz a közeljövő orientáltság, mint a magatartási elemek alapvető tényezője. Rendkívül komoly következményei lehetnek ugyanis az egészségtudatosságra, egészséggel kapcsolatos döntésekre, továbbá az egészségi állapot alakulására is. A tömegtájékoztatás egyik fontos vetülete lehetne a valós tényeken és összefüggéseken alapuló élelmiszer- és táplálkozásismeret, mivel ezek birtokában az ember már saját maga is javíthatja az egészségét.

Összességében elmondható, hogy kibontakozóban van a vásárlási-fogyasztási szokások új hulláma, amely formálja a középkorúak magatartását és az idő múlásával beépül az időskori fogyasztók mindennapjaiba:

- nő a természetes eredetű (“bio” stb.) termékek népszerűsége;
- tovább növekszik a funkcionális élelmiszerek iránti igény;
- fokozódik az egészséges táplálkozásra való törekvés;
- a kis időráfordítással készíthető “kényelmi” termékek értékesítése bővül;
- a vásárlásra fordított idő mérséklődik;
- az ételkészítésre fordított időráfordítás viszont nőhet;
- az egy helyen egy hétre való vásárlás nyer teret;
- a házon kívüli étkezés több változattal bővül.

Az időskori élelmiszerfogyasztás aspektusai közül a hasznosság (hasznosulás) nyomon követése a modellben az utolsó fázis. A múltban nem tulajdonítottak ennek nagy jelentőséget, hiszen a pusztta létfenntartás volt a cél. A jelenben és a jövőben viszont fokozott jelentőséggel bír az élet minőségének javítása is. A termék tulajdonságait a fogyasztó először is azok hasznossága alapján rangsorolja. A hasznosság, a vásárló előzetes ismeretei és személyes tapasztalata alapján körvonalazódik. Az élelmiszerek kritikus tulajdonságai különösen fontosak a fogyasztó számára, például: íz, frissesség, egészségesség és az ár. A bizonytalansági faktorokat figyelve tudni kell, hogy az általában vett időskori fogyasztót sohasem ismerhetjük pontosan, hiszen rendkívül nagyfokú az öregek heterogenitása. Továbbá folyamatosan változik az egyén lelkiállapota, jövedelmi helyzete, egészségügyi állapota, és ezek függvényében az élelmiszerfogyasztásának hasznosságát gyakran átértékelheti. Pontosán ezért a termék értékének maximalizálásához folyamatosan nyomon kell követni e fragmentálódó réteg fogyasztói magatartás változásait, illetve a nekik címzett kritikus terméktulajdonságokat.



1. ábra: Az aktív időskori élelmiszerfogyasztás időbeli aspektusai

Forrás: Saját szerkesztés

3. AZ AKTÍV IDŐSKORI MINŐSÉG-ÉS EGÉSZSÉGTUDATOS ÉLELMISZERFOGYASZTÁS JÖVŐORIENTÁLT MODELLJE

A 2. ábrán látható modellnek három alapvető kiindulópontja van:

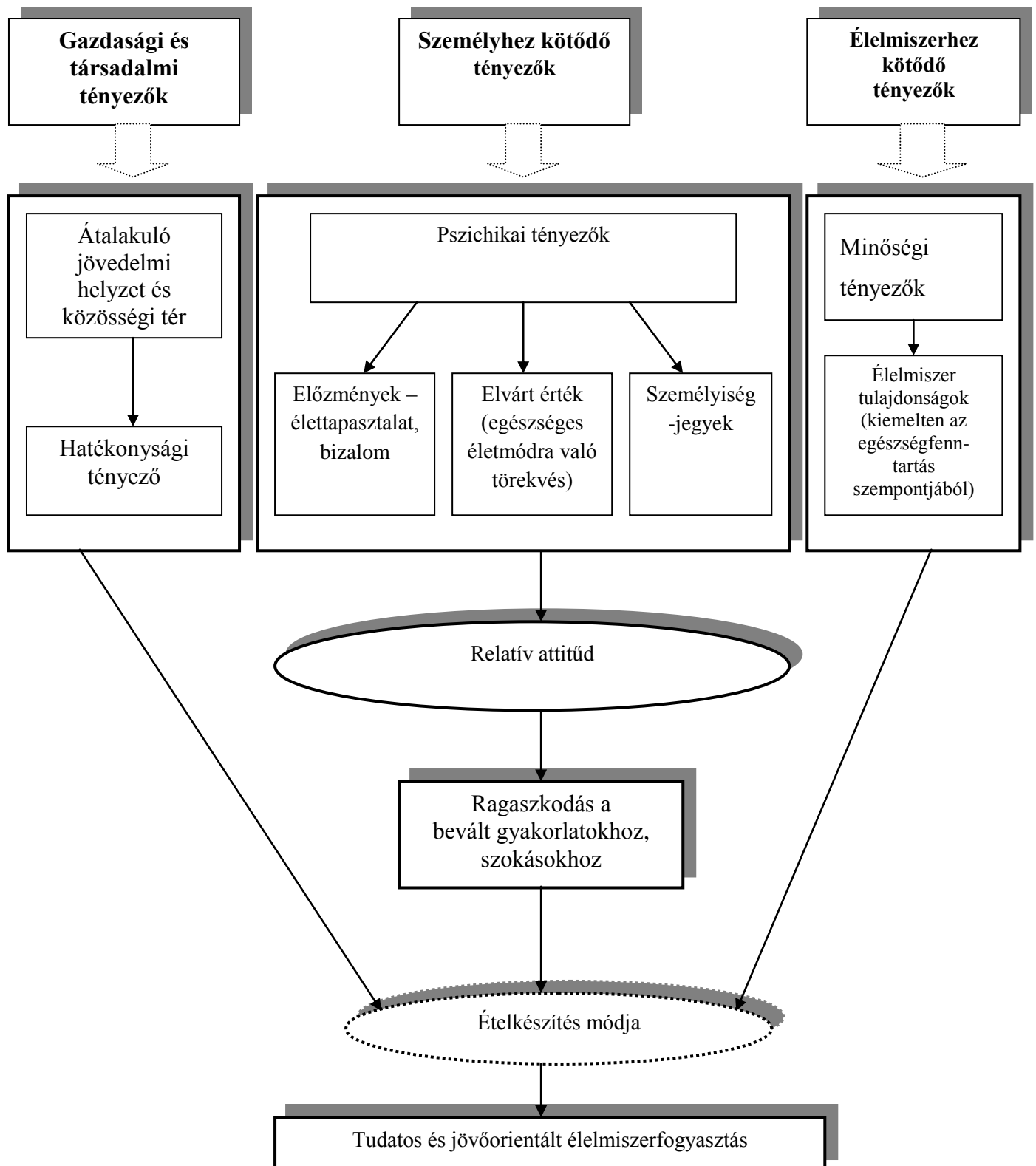
- gazdasági és társadalmi (kulturális) tényezők;
- az individuumhoz kötődő tényezők;
- élelmiszerhez kötődő tényezők.

Felvázolásakor a klasszikussá vált Pilgrim-féle (1957) élelmiszer-fogyasztói magatartási modellből indultunk ki. E modell alapvető meghatározója az észlelés. Kiinduló pont az élelmiszer fizikai és kémiai jellemzői, melyek a fiziológiai szükségletre vannak hatással. A vásárlás/fogyasztás során az egyén az észlelt valóság és az objektív valóság különbségeit próbálja meg kiegyenlíteni (kognitív disszonancia). Tehát az élelmiszerfogyasztási magatartás kapcsán gondolatainkban és cselekedeteinkben gyakran ellentmondást fedezhetünk fel.

A gazdasági és társadalmi tényezők elemzésénél fontosnak tartható az idősödő korban átalakuló jövedelemszerzési pozíció és a társas kapcsolatok. Ezekhez a módosuló helyzetekhez igazodva fontos a fogyasztó számára a saját hatékonyságának felmérése, mivel fogyasztását arányba kell állítani a jövedelmi szinttel.

A magyar lakosság egészségi állapota aggasztóan romlott a rendszerváltást megelőzően (Gaál, 1998). Érdekes módon az 1990-es évek közepétől nem várt javulás következett be a magyarországi halandósági viszonyokban (Józan 2008), aminek azóta tartó állandósulása, a lakosság általános egészségi állapotának javulására utal. A gyorsuló életritmus, a civilizáció megköveteli az egészséges életmódra nevelést. A megfelelő egészségi állapot fenntartása nagymértékben tudatos törekvés és erőfeszítés eredménye, hiszen a személy nem pusztán passzív elszennvedője azoknak a körülményeknek, amelyek közt jól vagy rosszul érzi magát, hanem megteremtője is.

A személyhez kötődő faktorok egyértelműen a pszichikai tényezőkön alapulnak. Három alcsoportot lehet kialakítani a kutatásunk tárgya kapcsán: a konkrét kognitív tényezők, észlelési tényezők, befolyásoló tényezők és az indítékok. A konkrét kognitív tényezőknél alapvető az egészség fontossága (relatív fontosság), a külső egészségügyi kontroll, illetve az észlelt egészségi állapot. A pszichikai tényezők kapcsolódnak a termékek során megjelenő relatív attitűddel. Tehát ebben az esetben kifejezi, hogy a fogyasztó miként viszonyul az élelmiszerhez (Hofmeister-Tóth 2006; Töröcsik 2006). Mivel a megismerés, a tanulás megelőzi az attitűd kialakulását és megváltozását, fontos szerepe lehet a marketingnek. A kommunikáció hatékony alkalmazása, a kulturális kontextusba ágyazott egyéni szokásokkal karöltve, ráirányíthatja a figyelmet az ételkészítés módjainak fontosságára. Az információ áramlása elősegíti az egészségtudatos életformán, illetve értékrationális gondolkodáson (Szántó 1998) alapuló élelmiszerfogyasztást.



2. ábra: Az aktív idős kori minőség- és egészségtudatos élelmiszerfogyasztás jövőorientált modellje

Forrás: Saját szerkesztés

4. A KÖZELJÖVŐ VÁRHATÓ FEJLEMÉNYEI ÉS FOLYAMATAI

Az élelmiszerhez kötődő tényezők az élelmiszerminőségi tényezők és az élelmiszertulajdonságok. Csete és Láng (1999) a minőséget valamennyi meghatározó dimenziójában igyekeznek megragadni, amikor felállítja minőség-modelljét. Értelmezésük szerint a minőség összetett, komplex, többtényezős rendszerbiológiai, műszaki, technológiai, közegészségügyi, fogyasztói, piaci, táplálkozás-élettani, környezeti, élelmiszer- és élelmiszerbiztonsági stb. vonatkozásokkal és bonyolult, soktényezős folyamatokkal. Tömörebb megfogalmazás szerint: „a minőség a célnak való megfelelés”.

A fogyasztók egészségtudatosabb csoportjánál egyre jellemzőbbé válik, hogy elfordulnak a tömegtermékektől, tudatosan keresik a magasabb hozzáadott értékkel rendelkező, különleges minőségű, speciális táplálkozási igényt kielégítő termékeket. Mai viszonylatban, amikor minőségről beszélünk, egyrészt a táplálkozási előnyt értjük, a másiktól pedig a természetességet, élvezeti értéket, az elfogadható árat, összefoglalva tehát a piacképességet (Lakner – Sarudi 2004). Az élelmiszergyártók funkcionális élelmiszereket fejlesztenek, amelyek összetételét módosítják: egyes komponenseket szegényítik, más komponenseit dúsítják. Az ilyen típusú élelmiszereknek pozitív hatása lehet több élettani funkció esetében, ami jobb egészségi állapotban, kellemesebb közérzetben és egyes betegségek kockázatának csökkentésében mutatkozhat meg (Szakály – Berke 2004). A funkcionális élelmiszerek hivatottak tápláló jellegük mellett fokozni a szervezet védekező mechanizmusait, megakadályozzák egyes betegségek kialakulását (magas vérnyomás, cukorbetegség), segítik az egyes betegségekkel való felgyógyulást, fenntartják a fizikai és testi kondíciót és lassíthatják az öregedési folyamatokat.

Bizonyított összefüggéseknek már manapság is birtokában vagyunk. Például a színes gyümölcsökben és a zöldségekben található a legtöbb antioxidáns, melyek fokozzák a szervezet ellenálló képességét és megnövelik az élettartamot, igaz nem lassítják az öregedési folyamatot. Ha viszont már a napi 1500 kalóriás főleg gyümölcsökből és zöldségekből álló szigorú diétát képes valaki betartani, akkor a csökkenő testhőmérséklet és állandó éhségérzet mellett az öregedési folyamat is lelassítható (László – Falus 2002, 407-408). A felsoroltak példák közül következtetni lehet az idősödő korosztály specifikus szükségleteire és eljuthatunk a tudatos és jövőorientált élelmiszerválasztás kialakulásához. A jövőorientáltság, mint magatartási elem fontos tényező (Hideg 2007), mert mint beállítódottság, rendkívül komoly következményei lehetnek az időskorúak egészségtudatosságára, egészséggel kapcsolatos döntéseire és így egészségi állapotuk alakulására is.

5. IRODALOM

- Cseres-Gergely Zs. – Molnár Gy. (2008): Háztartási fogyasztói magatartás és jólét Magyarországon a rendszerváltás után. *Közgazdasági Szemle*, 55, 2, 107–135. o.
- Csete L. –Láng I. (1999): Minőség és agrárstratégia. *Magyar Tudományos Akadémia*, Budapest, 15–38. o.
- Gaál B. (1998): A magyar háztartások élelmiszerfogyasztási szokásai. *Marketing & Menedzsment*, 50, 3, 71–75. o.
- Hideg É. (2007): A forecasttól a foresightig. *Magyar Tudomány*, 168, 9, 1167–1170. o.
- Hofmeister-Tóth Á. (2006): *Fogyasztói magatartás*. AULA Kiadó, Budapest.
- Józan P. (2008): *Válság és megújulás a második világháború utáni epidemiológiai fejlődésben Magyarországon*. MTA Társadalomkutató Központ, Budapest.
- Keszthelyiné Rédei M. (2004): Az időskorú háztartások fogyasztási színvonala és szerkezete. In *Időskorúak Magyarországon*. KSH, Budapest, 144–174. o.

- Lakner, Z., Sarudi, Cs. (2004): Ways and deadlocks in the strategic development of the Hungarian food chain. *Gazdálkodás*, 49, 8, 48–57. o.
- László V. – Falusi A. (2002): Az öregedés sejttani és genetikai alapjai. *Magyar Tudomány*, 58, 4, 406–411. o.
- Nemes Nagy J. (2009): *Terek, helyek, régiók. A regionális tudomány alapjai*. Budapest: Akadémiai kiadó
- Nováky E. (2006): Jövőkutatás és felelősség. *Magyar Tudomány*, 167, 9, 1090–1098. o.
- Pettigrew, A. M. (2005): Segment with segments: Younger and Older Seniors Expectations of Financial Planning Service. *Journal of Research for Consumer*, 7, 24–34. o.
- Pilgrim, F. J. (1957): The Component of Food Acceptance and Their Measurement. *American Journal of Clinical Nutrition*, 5, 2, 171–175. o.
- Rátz T., Smith, M., Michalkó, G. (2008): New places in old spaces: mapping tourism and recreation in Budapest. *Tourism Geographies*, 10, 4, 429–451. o.
- Simai M. (2007): *A világ a XXI. század forгатagában: útelágazások és útvesszők*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Szakály Z. – Berke Sz. (2004): A táplálkozás, a minőség és a marketing kapcsolata élelmiszereknél. In Berács J. – Lehota J. – Piskóti I. – Rekettye G.(szerk.): *Marketingelmélet a gyakorlatban*. Budapest: KJK Kerszöv, 319–335. o.
- Szántó Z. (1998): A racionális döntések elméletén nyugvó társadalomtudomány. In Csontos László (vál.) *A racionális döntések elmélete*. Budapest: Osiris-Láthatatlan Kollégium, 7–24. o.
- Törőcsik M. (2006): *Vásárlói magatartás*. Budapest: Akadémia Kiadó