

Az egészség- és környezettudatosság jellemzői a fogyasztók körében

Health and environmental awareness features among consumers

BARNA FÉDRA KINGA – SZAKÁLY ZOLTÁN

A fenntartható élelmiszerfogyasztás elérése érdekében a tudatos fogyasztás kialakítása kulcsfontosságú tényező. Ezért a tanulmányban célunk bemutatni, hogy milyen mértékben jelenik meg a fogyasztók élelmiszerfogyasztásában az egészség- és környezettudatosság, valamint a fenntarthatóság, mint értékdimenzió. A célkitűzések megvalósítása érdekében országos kérdőíves felmérést készítettünk 627 magyar lakos körében. A kérdőív több kérdéscsoportot tartalmazott, ezek kitérnek a fogyasztási és a vásárlási szokásokra, valamint az egészség- és környezettudatosságra. A válaszokat a nem és kor szerinti reprezentativitás biztosítása érdekében súlyozással korrigáltuk, majd leíró statisztikai módszerekkel elemeztük azokat. Az eredmények szerint a környezettudatosság nagyobb arányban jelenik meg a fogyasztók körében, mint az egészségtudatosság. A fenntartható élelmiszerfogyasztás eléréséhez szükséges fokozott zöldségfogyasztás, illetve mérsékelt húsfogyasztás elsősorban a nők körében jellemző. A fogyasztók körében jelentős a zsír- és sószegény étrendet kipróbálók és azt folyamatosan alkalmazók aránya.

Kulcsszavak: élelmiszerfogyasztás, egészségtudatosság, környezettudatosság

In order to achieve sustainable nutrition consumption the evolving of conscious consumption is a key factor. Our aim is to present to what extent appear the health and environmental awareness and sustainability as a value dimension. To achieve the objectives a national survey was made among the 627 Hungarian people. The questionnaire contains questions about consumption and shopping habits, as well as health and environmental awareness. The answers was corrected by weighting in the aim of representativity of sex and age and descriptive statistic methods was used to analyze. The results show that environmental awareness has a higher level among the consumers than health awareness. The increased consumption of vegetables and the moderation of meat consumption, which result in sustainable nutrition consumption, appear among women. The health awareness does not appear prominently among consumers, however the continuous application of low fat and salt diet is significant.

Keywords: nutrition consumption, health awareness, environmental awareness

1. Bevezetés

1.1. Egészségtudatosság

A PR NEWSWIRE (2016) összehasonlította egy 2006-ban és egy 2016-ban készült kutatás eredményeit az egészségtudatos fogyasztók körében. A korábbi kutatásban 10 megkérdezett közül 8 szeretne látni egy természetes termék tanúsítást, azonban 10 évvel később csak a harmaduk vallotta azt, hogy a természetesség a legfontosabb vásárlást befolyásoló tényező. A válaszadók 46%-a a márkát jelölte meg, mint bizalmi faktort. Ugyanakkor megállapították, hogy az egészségtudatos vásárlók a természetes és organikus ételeket mind szupermarketekben, mind helyi élelmiszerboltokban megvásárolják.

Felmérés készült a zöldség- és gyümölcsárusoknál elhelyezett táplálkozási pontozási rendszerről, melyek hozzásegítették a fogyasztókat az egészségesebb ételek kiválasztásához. A pontozási rendszer kihelyezését követően megfigyelhető volt, hogy a fogyasztók a magasabb értékkel ellátott termékeket vásárolták meg. Ugyanakkor a felmérés azt is megmutatta, hogy a vásárlók érzékenysége csökkent és a reklám érzékenység nőtt az értékelési rendszer bevezetését követően (NIKOLOVA – INMAN, 2015).

A HELENA (Healthy Lifestyle in Europe by Nutrition in Adolescence) tanulmányban szereplő fiatalok reggeli fogyasztását figyelve kimutatták, hogy alacsonyabb testzsír és egészségesebb szív-ér rendszer jellemzi azokat a fiatalokat, akik minden nap fogyasztanak reggelit. Ugyanakkor megfigyelték, hogy a serdülők az ajánlott gyümölcs- és zöldségfogyasztás felét, a tej- és tejtermékek mennyiségének pedig kevesebb, mint kétharmadát fogyasztják. Továbbá több húst, állati eredetű terméket, zsírt és édességet fogyasztanak, mint az ajánlott mennyiség (MORENO et al., 2014).

Ugyancsak megfigyelhető a fiatalok gyakoribb snack fogyasztása a GFK 2015. évi tanulmánya alapján. Az 1989-ben és 2014-ben végzett kutatás az étkezési szokásokról megmutatja, hogy egyre több az étkezések száma egy nap, azonban csökken a mindennap reggelizők aránya. Bár egyre több szakirodalom foglalkozik az egészségtudatossággal, azonban a kutatás rávilágít arra, hogy a lakosság csak kis része étkezik egészségesen, ugyanakkor az egészséges életmódnak nagyobb figyelmet szentelnek, amely megnyilvánul a sportolási aktivitás erősödésében is.

1.2. Környezettudatosság

Azok az egyének, akik az önmagukat meghaladó értékek iránt fogékonyabbak, a környezeti problémákra is inkább hajlandók kötelezettséget vállalni, illetve környezetbarát módon viselkedni (LIOBIKIENĚ – JUKNYS, 2016).

Felmérés készült a japán felnőttek körében a környezettudatosságot vizsgálva. Megállapították, hogy két tényező befolyásolhatja a fogyasztók preferenciáit: a környezettudatosság és a bizalom a környezeti információkban. Négy csoportba osztották a felmérésben résztvevők termékpreferenciáit a környezeti tudatosság szintje és a bizalom foka szerint. Az első helyen azon öko címkével ellátott termékek szerepeltek, melyek a CO₂-kibocsátás csökkentésének a szintjét mutatták. Ezt követően azok az öko címkék jelentek meg, melyeket egy külső vállalat vizsgált, harmadik helyen az önmaguk általuk meghatározott címkék tűntek fel, végül azok, amelyek nem volt címke (KIKUCHI-UEHARA et al., 2016).

1.3. Egészség- és környezettudatosság

A LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) öt szegmense (környezettudatos értékek, egészségtudatos értékek, etikus értékek, autentikus értékek, individualista értékek) a fejlett országok lakosságának 30%-ánál van jelen, míg Magyarországon 8-8,7% az aránya a csoportnak (RÁCZ, 2013; SZAKÁLY et al., 2015a; SZAKÁLY et al., 2015b).

Az egészséges és fenntartható étrend lecsökkentheti a magas energiatartalmú, többszörösen feldolgozott és túlcsoomagolt ételek fogyasztását, amely magába foglalja a kisebb arányú állati eredetű és a nagyobb arányú növényi eredetű étel fogyasztását is. A fenntartható élelmiszerfogyasztásnak alacsonyabb a környezeti hatása egyúttal hozzájárul az egészséges életmód fenntartásához is (ALSAFFAR, 2016).

Felmérés készült a különböző étrendek környezeti hatásairól, amelyeknek azonos tápanyagértékük volt, azonban eltérő volt az állati eredetű termékek jelenléte. Az első étrendi minta a hús és az egyéb állati eredetű termékeket egyaránt tartalmazta. A második csak két állati eredetű termék kategóriát, tojást és tejtermékeket foglalt magába. A harmadik pedig kizárólag növényi alapú ételeket tartalmazott. Megállapították, hogy azok az ételek, amelyeknek a fogyasztását egészségügyi okok miatt mérsékelni kellene, azok magasabb környezeti hatással bírnak. Tehát egy fenntartható, egészséges étrend kialakításához több növényi eredetű táplálékot kellene fogyasztanunk és le kellene csökkenteni a hús, az állati eredetű termékek és az egyéb olyan típusú termékek fogyasztását, mint a sós és édes falatkák, amelyeknek a tápértéke alacsony (RUINI et al., 2015).

Egy másik kutatásban az ételek, a környezet és a klímaváltozás kapcsolatát vizsgálták különös tekintettel a hús- és a húsfogyasztás csökkentésével kapcsolatban. Három elkülönülő csoport alakult ki. Az elsőbe került a tudatosság hiánya a húsfogyasztás és a klímaváltozás kapcsolatáról. A következő csoportba került annak az észlelése, hogy a húsfogyasztás csökkentése csak csekély mértékben járul hozzá a világszintű változtatáshoz. A harmadik kategóriába sorolható gondolkodásmód pedig eleve elutasítja a húsfogyasztás mérséklését. A húsfogyasztáshoz alapvetően kényelmi, társasági, személyes és kulturális értékek kötődnek (MACDIARMID et al., 2016).

VETŐNÉ MÓZNER (2013) kutatásában a fenntartható és az egészséges élelmiszerfogyasztás kapcsolatát vizsgálta (1. táblázat), majd megállapítja, a nemkívánatos, vagyis a nem egészséges és nem fenntartható állapottól a klímabarát táplálkozáshoz kell eljutni. Így lesz az egyén számára egészséges és a környezet számára fenntartható az élelmiszerfogyasztás. Megjelennek köztes állapotok, mint az egyoldalú táplálkozás (pl. állati eredetű élelmiszerek mellőzése), amely ugyan fenntartható, de nem egészséges. Ennek a fordítottja, az importtermékek magas aránya, amely ugyan lehet egészséges, de magas a környezeti terhelése.

1. táblázat: A fenntartható és az egészséges élelmiszerfogyasztás kapcsolata

Kritérium	<i>Egészséges</i>	<i>Nem egészséges</i>
<i>Környezetbarát</i>	Fenntartható táplálkozás	Egyoldalú táplálkozás I.
<i>Nem környezetbarát</i>	Egyoldalú táplálkozás II.	Nem kívánatos állapot

Forrás: VETŐNÉ MÓZNER, 2013 alapján saját kimunkálás.

A jelen tanulmány célja, hogy a hazai lakosság fogyasztási és vásárlási szokásait általánosan bemutassuk, valamint megállapítsuk az egészség- és környezettudatosság mértékét a fogyasztók körében.

2. Anyag és módszer

A kutatás célkitűzéseinek megvalósítása érdekében 2016-ban országos reprezentatív kérdőíves felmérést készítettünk a magyar lakosság körében. A mintasokaság 627 fő, amelynek 48%-a férfi és 52%-a nő. Mintavételi módszerként az online és papír alapú megkérdezést integráltan alkalmaztuk. A KSH statisztikai adatai alapján nemre és korra nézve reprezentatívnak tekinthetők az eredmények, amelyet többdimenziós súlyozással (nem és kor szerint) korrigáltunk. A súlyozás miatt néhány alkalommal az elemszámban 1-2 fős eltérés megfigyelhető. A kérdőív több kérdéscsoportot tartalmaz (fogyasztási és vásárlási szokások, egészség- és környezettudatosság). A kérdőívek feldolgozásához az IBM SPSS Statistics 20.0 és a Microsoft Office Excel 2013 programokat alkalmaztuk. A statisztikai eljárások közül leíró statisztikai módszereket használtunk (pl. megoszlási viszonyszámok,

átlag, szórás és relatív szórás). Két kategorizált változó kapcsolatának vizsgálatára Chi²-próbát alkalmaztunk, ahol kizárólag a szignifikáns eltérések eredményeire térünk ki az elemzésben. A skála-típusú kérdéseknél varianciaanalízist (ANOVA) hajtottunk végre (SAJTOS – MITEV, 2007).

3. Eredmények

3.1. Fogyasztási szokások

A fogyasztási szokások vizsgálatakor a napi étkezések és az egyes élelmiszer kategóriák, az elfogyasztott folyadékmennyiség és a szükséges folyadékmennyiség, illetve az egyes táplálkozási módok és azok folyamatos alkalmazásának a gyakoriságát figyeltük meg.

Fogyasztási alkalmak és az egyes élelmiszerkategóriák fogyasztási gyakorisága

Az eredmények alapján megállapítható, hogy a reggeli fogyasztása korcsoportonként szignifikánsan eltérő; a 18 év alattiak és az 50-59 év közöttiek több mint 10%-a nem fogyaszt reggelit. Ugyanakkor megfigyelhető, hogy a 18 év alattiak 34,6%-a fogyaszt naponta tízórait, amely igazolja a GFK (2015) kutatását arról, hogy a fiatalok gyakrabban fogyasztanak snack-eket. A 60 év felettek majdnem fele (49,7%) nem fogyaszt soha tízórait. Az ebéd fogyasztásánál nincs jelentős különbség a férfiak és nők között, összességében 85,1% fogyaszt naponta ebédet. Azonban az 50-59 évesek körében szintén megfigyelhető, hogy majdnem 10%-kal fogyasztanak kevesebben naponta ebédet az előbb említett értéknél. Uzsonna fogyasztásnál különbség mutatkozik a férfiak és a nők között. A nők nagyobb arányban uzsonnáznak naponta vagy hetente 3-4 alkalommal, míg a férfiak inkább havonta 1-2 alkalommal vagy soha. Ugyanakkor az életkor szerinti megoszlásban a 40 év alattiak nagyobb arányban fogyasztanak uzsonnát, mint a 40 év felettek, továbbá erre a korosztályra inkább az jellemző, hogy soha nem uzsonnáznak. Vacsorát a megkérdezettek 82,1%-a naponta fogyaszt.

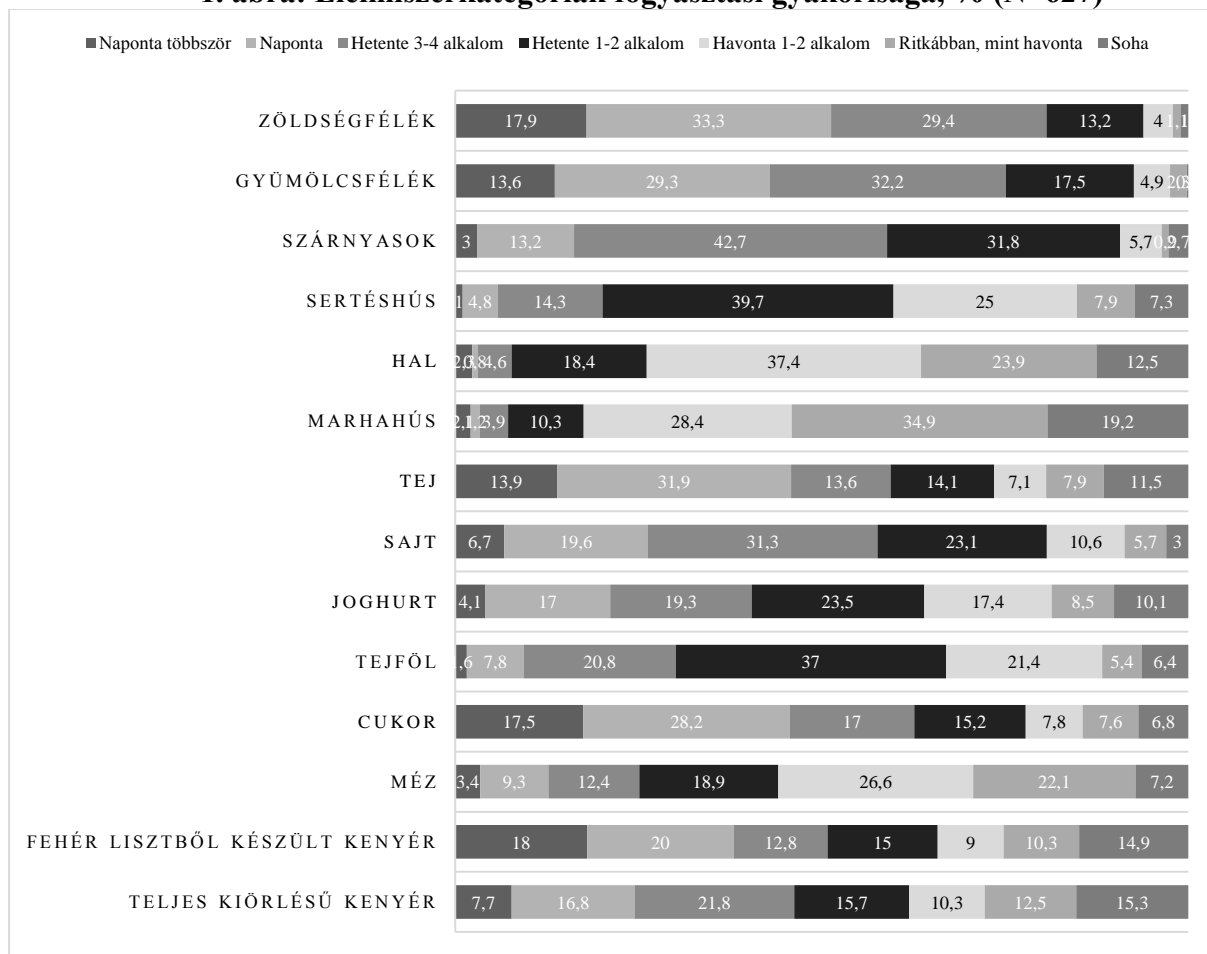
Az egyes élelmiszerkategóriák fogyasztási gyakoriságát az *1. ábra* szemlélteti. A zöldségfogyasztást figyelve eltérés mutatkozik a férfiak és a nők között. A férfiak 42,3%-a fogyaszt zöldséget naponta, vagy ennél többször, míg a nőknél ez az érték 59,2%. A gyümölcsfogyasztásra jellemző, hogy a nők majdnem a fele (49,4%) fogyaszt legalább naponta (ebben a naponta többszöri alkalom is beleértendő) gyümölcsöt, míg a férfiak 35,7%-a.

A szárnyas húsok fogyasztása az életkor előrehaladtával folyamatosan csökken. A sertés- és marhahús fogyasztásában a férfiak gyakrabban történő fogyasztása a jellemző. Sertéshúst a férfiak 29,3%-a fogyaszt legalább hetente 3-4 alkalommal, míg a nőknek csak a 11,7%-a. Marhahúst legalább hetente 1-2 alkalommal a férfiak 26,1%-a, míg a nőknek csak a 9,6%-a fogyaszt.

A nők kevesebb cukrot fogyasztanak, mint a férfiak. Kor szerint a 18 év alattiak vezetnek, 29%-uk naponta többször fogyaszt cukrot, míg a mintaátlag a napi gyakoriságban csak 17,5%. Mézet legalább heti 3-4 alkalommal a nők nagyobb arányban fogyasztanak (29,3%), mint a férfiak (20,3%).

A fehér lisztből készült kenyeret inkább a férfiak részesítik előnyben, akiknek majdnem a fele (47,8%) legalább naponta fogyasztja a terméket, míg a nők esetében ez az érték 29%.

1. ábra: Élelmiszerkategóriák fogyasztási gyakorisága, % (N=627)



Forrás: Saját szerkesztés, 2016.

A következőkben kitértünk az egy nap alatt *elfogyasztott folyadék* mennyiségére is, valamint arra, hogy szerintük mennyi lenne az az ideális mennyiség, amelyet naponta kellene elfogyasztaniuk. A megkérdezettek 23,5%-a 1-1,5 liter folyadékot fogyaszt naponta, 29,7%-uk 1,5-2 litert és 19,8%-uk 2-2,5 litert. A megkérdezettek 35,6%-a szerint 2-2,5 liter, további 30,9% szerint 2,5-3 liter folyadékot kellene meginnunk naponta. Nemek szerint eltérés figyelhető meg a tényleges folyadék-bevitelben. 1,5 liter feletti folyadékmennyiséget a férfiak 74,5%-a fogyaszt, míg ugyanez az arány a nőknél csak 59,2%.

Különböző étrendek preferenciája a megkérdezettek körében

A kérdőívben foglalkoztunk az egyes étrendek kipróbálásával és azok folyamatos alkalmazásával. Szignifikáns különbség figyelhető meg a férfiak és a nők között a kipróbálás és a folyamatos alkalmazás tekintetében. A testépítő táplálkozáson kívül minden esetben a nők próbálták ki és alkalmazzák az egyes étrendi megoldásokat nagyobb arányban, mint a férfiak. Az első öt leggyakrabban kipróbált kategória a zsír- és sószegény, valamint a méregtelenítő étrend, továbbá a tejtermékek mellőzése és a kalóriaszámláló diéta.

A zsír- és sószegény étrendet a válaszadók 44,5%-a már kipróbálta, 21,1%-uk pedig folyamatosan alkalmazzák is. A kipróbálásban eltérés mutatkozik a 30-39, a 40-49 és az 50-59 évesekkel szemben a 18 év alattiak és a 18-29 évesek között, az előbbieket közel kétszer nagyobb arányban tesztelték a zsír- és sószegény étrendet. A folyamatos alkalmazás arányát tekintve folyamatos növekedés figyelhető meg az életkor előrehaladtával.

A sószegény étrendet a megkérdezettek 30%-a már kipróbálta és 17,3%-a folyamatosan alkalmazza. A kipróbálást tekintve folyamatos növekedés figyelhető meg az életkor előrehaladásával, a 18-29 éves korosztályban alacsonyabb a folyamatos alkalmazás mértéke.

A méregtelenítő étrendet a megkérdezettek 26,3%-a próbálta ki és mindössze 3,9%-uk alkalmazza folyamatosan. Szignifikáns különbség figyelhető meg a férfiak és a nők között. A férfiak 16,7%-a, míg a nők 35,4%-a próbálta ki ezt az étrendi megoldást. A 30-39, a 40-49 és az 50-59 évesekkel szemben a 60 év feletti csoportját tekintve kétszer nagyobb a kipróbálók aránya az előbbiek javára. A folyamatos alkalmazást illetően a 60 év feletti aránya alacsony (1,9%).

A tejtermékek mellőzését a megkérdezettek 22,5%-a tesztelte és 7,6%-a alkalmazza folyamatosan. Itt nem figyelhető meg a nemek, illetve az életkor szerint szignifikáns eltérés, azonban a folyamatosan alkalmazók körében a nők kétszer nagyobb arányban vannak jelen, mint a férfiak.

Kalóriaszámláló diétát a kérdőívet kitöltők 22,2%-a próbálta ki és 7,2% alkalmazza rendszeresen. A férfiak fele akkora arányban (14,6%) próbálták ki, mint a nők (29,2%), azonban a folyamatos alkalmazásban már nem figyelhető meg szignifikáns eltérés. Korosztályonként különbség tapasztalható a 30-39 és a 40-49 évesek, illetve a 60 év feletti között, az előbbiek közel kétszer nagyobb arányban próbálták ki a módszert.

3.2. Vásárlási szokások

A továbbiakban az élelmiszervásárlást befolyásoló tényezőket vizsgáltuk. Ennek során egy 1-5 fokozatú Likert-skála alkalmazásával (1 – egyáltalán nem befolyásol, 5 – teljes mértékben befolyásol) elemeztük a fogyasztók attitűdjeit, az eredményeket az átlagok szerinti csökkenő sorrendben a 2. táblázat mutatja.

2. táblázat: A vásárlási szokásokat befolyásoló tényezők (N=627)

Állítások	Statistikai mutató		
	Átlag	Szórás	Relatív szórás, %
<i>Pozitív tapasztalat</i>	4,02	1,217	30,27
<i>Egész család szereti</i>	4,01	1,219	30,40
<i>Előre átgondoltan vásárol</i>	3,61	1,324	36,68
<i>Szezonális termékek vásárlása</i>	3,60	1,208	33,56
<i>Ár</i>	3,57	1,205	33,75
<i>Eltarthatóság</i>	3,53	1,239	35,10
<i>Újdonságokra nyitott</i>	3,44	1,229	35,73
<i>Összetétel</i>	3,43	1,355	39,50
<i>Megszokás szerint vásárol</i>	3,28	1,234	37,62
<i>Kemikáliáktól mentes</i>	3,22	1,454	45,16
<i>Magyar eredet</i>	3,21	1,461	45,51
<i>Adalékanyag mentes</i>	3,15	1,411	44,79
<i>Környezetvédelem</i>	3,12	1,277	40,93
<i>Márka</i>	2,94	1,249	42,48
<i>Gyártó ország</i>	2,79	1,425	51,08
<i>Bio minősítésű</i>	2,66	1,344	50,53
<i>Újrahasznosítható csomagolás</i>	2,63	1,315	50,00
<i>Használt cikkek vásárlása</i>	2,52	1,291	51,23

Forrás: Saját szerkesztés, 2016.

Összességében megállapítható, hogy a nők vásárlási szokásait nagyobb mértékben befolyásolják a következő tényezők: pozitív tapasztalat (4,26), az egész család szereti (4,20), előre átgondolt vásárlás (3,90), szezonális termékek vásárlása (3,79), eltarthatóság (3,64), újdonságokra nyitottság (3,55), összetétel (3,77), kemikáliáktól mentesség (3,53), magyar eredet (3,47), adalékanyag mentesség (3,58), környezetvédelem (3,41), gyártó ország (2,99), bio minősítés (2,88) és

újrachasznosítható csomagolás (2,86). Nem figyelhető meg szignifikáns eltérés a nemek vizsgálatánál az ár, a márka, a megszokás és a használt cikkek vásárlása tekintetében.

Az 50-59 éveseket és a 60 év felettieket befolyásolja leginkább a család elvárása, az ár, az eltarthatóság és az újrachasznosítható csomagolás. A 40-49 éves körében jellemző elsősorban az újdonságokra való nyitottság (3,81), a környezetvédelem (3,39), míg az 50-59 éveseknél a használt cikkek vásárlása (2,92), a 18 év alatti korcsoportban pedig a márka (3,36). A magyar eredet, valamint a szezonális termékek vásárlása, mint befolyásoló tényező fontossága az életkor előrehaladtával folyamatosan növekszik.

3.3. Egészségtudatosság

Az egészségtudatosság elemzésénél megfigyeltük a fizikai aktivitás mértékét is, amelybe többek között beletartozik a kocogás, a tréning, a séta, a kerékpározás és a kertészkedés. Az elemzések megmutatták, hogy a válaszadók 27,2%-a naponta végez fizikai aktivitást, míg 26,2%-uk hetente 3-4 alkalommal. Nemek szerinti eloszlásban a nők gyakrabban végeznek valamilyen fizikai tevékenységet, mint a férfiak. Ezen a téren a legaktívabb a 18 év alatti korosztály, velük szemben az 50-59 évesek 18,3%-a ritkábban, mint havonta vagy soha nem végez fizikai tevékenységet.

A 3. táblázat az egészségtudatossággal kapcsolatos állításokra vonatkozó válaszokat mutatja az átlagok szerinti csökkenő sorrendben. A kérdésnél ismét Likert-skálát alkalmaztunk, ahol az 1-es érték az egyáltalán nem ért egyet, 5-ös pedig teljes mértékben egyetért kategóriát jelentette.

3. táblázat: Egészségtudatosságra vonatkozó állítások értékelése (N=627)

Állítások	Statistikai mutató		
	Átlag	Szórás	Relatív szórás, %
<i>Az egészség megőrzéséhez nélkülözhetetlen a sport.</i>	4,02	1,253	31,17
<i>Tudatosan keresem az olyan élelmiszereket, amelyek egészségvédő hatással rendelkeznek.</i>	3,42	1,254	36,67
<i>Törekedek a kiegyensúlyozott táplálkozás megvalósítására.</i>	3,42	1,168	34,15
<i>Napi étkezésem tervezésekor figyelek arra, hogy megfelelő mennyiségben hozzájussak a szervezetem számára nélkülözhetetlen tápanyagokhoz.</i>	3,25	1,195	36,77
<i>Nagyon odafigyelek az egészséges, kiegyensúlyozott táplálkozása és gondosan választom meg ételeimet.</i>	3,18	1,210	38,05
<i>Tudatosan keresem a magyar élelmiszereket.</i>	3,15	1,370	43,49
<i>Tudatosan kerülöm az E-számokkal jelölt adalékanyagokat tartalmazó élelmiszereket.</i>	3,14	1,366	43,50
<i>Másokat is ráveszek arra, hogy egészségesebben táplálkozzanak.</i>	3,06	1,322	43,20
<i>Tudatosan keresem a magyar származást igazoló védjegyeket az élelmiszereken.</i>	2,97	1,369	46,09
<i>Tudatosan keresem az olyan élelmiszereket, amelyek energiában (zsírban, cukorban) szegényítettek (csökkentettek).</i>	2,95	1,335	45,25
<i>Tudatosan keresem az egyedi Hungarikum típusú (pl. mangalica, makói hagyma, kalocsai fűszerpaprika) élelmiszereket.</i>	2,83	1,356	47,92
<i>Tudatosan keresem a helyben előállított tájjellegű élelmiszereket.</i>	2,82	1,311	46,49
<i>Tudatosan keresem a bioélelmiszereket.</i>	2,49	1,275	51,20

Forrás: Saját szerkesztés, 2016.

Kizárólag a hungarikum-típusú élelmiszer megítélésében nincs szignifikáns különbség a férfiak és a nők között. A többi állítás esetében a nők nagyobb arányban figyelnek a következőkre: a sportnak nélkülözhetetlen szerepe van az egészség megőrzésében (4,19), egészségvédő hatású élelmiszerek preferenciája (3,70), kiegyensúlyozott táplálkozás megvalósítása (3,81), figyelem a szervezet számára megfelelő mennyiségű tápanyag bevitelére (3,54), figyelem a gondosan megválasztott ételekre (3,49), a magyar élelmiszerek preferenciája (3,38), illetve az E-számokkal jelölt adalékanyagokat tartalmazó élelmiszerek kerülése (3,47), a magyar származást igazoló védjegy jelenléte (3,20), valamint az energiában csökkentett (3,30), a helyben előállított (2,98) és bioélelmiszerek keresése (2,74).

Az egészségvédő hatással rendelkező termékek keresésével a legnagyobb arányban a 30-39 és a 40-49 évesek értenek egyet. A 40-49 évesek a helyben előállított tájjellegű élelmiszerek preferálásával és az E-számokkal jelölt adalékanyagokat tartalmazó élelmiszerek kerülésével értenek egyet leginkább. A magyar élelmiszerek preferenciája az 50-59 évesekre jellemző a legnagyobb arányban. A magyar származást igazoló védjegyek és az egyedi hungarikum-típusú élelmiszerek preferenciája az 50-59 évesek és a 60 év felettek körében jellemző leginkább, míg hungarikum-típusú élelmiszereket a 18 év alatti korcsoport keres legkevésbé.

3.4. Környezettudatosság

A környezettudatosság méréséhez a válaszadóknak ismét egy Likert-skálán kellett megadniuk, hogy mennyire értenek egyet az állításokkal (1 – egyáltalán nem ért egyet, 5 – teljes mértékben egyetért). Az eredményeket az átlagok szerinti csökkenő sorrendben a 4. táblázat szemlélteti.

4. táblázat: Környezettudatosságra vonatkozó állítások értékelése (N=627)

Állítások	Statisztikai mutató		
	Átlag	Szórás	Relatív szórás, %
<i>Szükséges, hogy a gyerekek környezettudatos nevelésben részesüljenek.</i>	4,18	1,174	28,09
<i>Rendszerint szezonális termékeket (pl. dinnye augusztusban vásárolok).</i>	4,11	1,088	26,47
<i>Előnyben részesítem a helyben megtermelt termékeket a távolabbról érkezőkkel szemben.</i>	3,51	1,402	39,94
<i>Fontosnak tartom, hogy a környezetem is egészségesebben táplálkozzon.</i>	3,45	1,262	36,58
<i>Fontos, hogy a megvásárolt termék csomagolása újrahasznosítható legyen.</i>	3,06	1,311	42,84
<i>Figyelem a környezetbarát emblémákat a termékeken.</i>	3,03	1,243	41,02
<i>Másokat is ráveszek arra, hogy környezettudatosan éljenek.</i>	3,02	1,245	41,23
<i>Ha van rá mód, akkor személygépkocsi helyett a tömegközlekedést használom.</i>	3,02	1,537	50,89
<i>Az energiatakarékos háztartási berendezések hozzájárulnak a fenntartható fejlődéshez.</i>	3,00	1,265	42,17

Forrás: Saját szerkesztés, 2016.

A táblázat bemutatja a környezettudatosságra vonatkozó statisztikai értékeket, amelyek minden esetben a nők javára szignifikánsan eltérnek ($\text{sig} < 0,01$).

Megfigyelhető, hogy a 40-49 évesek számára fontos leginkább, hogy a környezetükben élők is egészségesebben táplálkozzanak (3,84), újrahasznosított csomagolása legyen a termékeknek (3,36), valamint felhívják a figyelmet a környezetbarát emblémák iránt (3,31). Kevésbé jellemző a 18 év alattiakra, viszont az 50-59 és a 60 év felettiekre annál inkább, hogy előnyben részesítik a helyben megtermelt termékeket a távolabbról érkezőkkel szemben. A 30-39 és a 40-49 évesek számára kiemelten fontos, hogy a gyerekek környezettudatos nevelésben részesüljenek, a 40-49 éveseknek pedig az, hogy rendszerint szezonális termékeket vásároljanak (4,34). A 18-29 évesekre fokozottan jellemző, hogy a személygépkocsi helyett a tömegközlekedést választják (3,36).

4. Következtetések és javaslatok

A napi étkezések gyakoriságát vizsgálva a fiatalok (18 év alattiak) reggeli-fogyasztása alacsonyabb mértékű, mint a mintaátlag, ezért ennek arányát növelni kellene az egészségesebb táplálkozás biztosítása érdekében. A fiataloknál túlzottan magas a napi cukorfogyasztás is, amelynek bár nem tudjuk a pontos mennyiségét, de javasolt csökkenteni az arányát.

A megkérdezettek 35,6%-a szerint napi 2-2,5 liter folyadékot kellene fogyasztani, mégis ennél 0,5 literrel kevesebb a tényleges bevitel.

A fenntartható élelmiszerfogyasztás egyik kulcseleme a húsfogyasztás mérséklése és a fokozott zöldség- és gyümölcsfogyasztás elérése, amelynél a nemek között különbség van, a nők fenntarthatóbb módon táplálkoznak. Ez az összefüggés ugyancsak megjelenik az egészség- és környezettudatossággal összefüggő állításoknál.

Az előre átgondolt vásárlás, illetve az újdonságokra nyitottság kiemelkedő fontosságú a tudatos fogyasztás biztosítása érdekében. A megkérdezettek körében az előre átgondolt vásárlás jelenik meg kiemelkedő szinten, azonban az újdonságokra nyitottság nem jelentős a többi vásárlást befolyásoló tényezők között.

A környezettudatosság tényezői között első helyen jelenik meg, hogy a fogyasztók fontosnak tartják a gyerekek környezettudatos nevelését, ennek ellenére éppen a 18 év alattiak körében a legalacsonyabb a környezettudatosság mértéke.

A tanulmányban összefoglaltuk a fogyasztók fogyasztási és vásárlási szokásainak jellemzőit. További kutatásokban szeretnénk az egészség- és környezettudatosság mértékét számszerűleg is meghatározni. Ennek érdekében VETŐNÉ MÓZNER (2013) kutatásában megtalálható egészséges és fenntartható élelmiszerfogyasztás dimenzióinak felhasználását, illetve faktor- és klaszteranalízist fogunk alkalmazni.

5. Összefoglalás

A kutatás során országos kérdőíves felmérést készítettünk 627 hazai fogyasztó körében a fogyasztási és vásárlási szokásokról, illetve az egészség- és környezettudatosságról. Megállapítottuk, hogy az első öt leggyakrabban kipróbált kategória a zsír- és a sószegény, valamint a méregtelenítő étrend, továbbá a tejtermékek mellőzése és a kalóriaszámláló diéta. A testépítő táplálkozással kapcsolatos étrendet a férfiak képviselik nagyobb mértékben. A vásárlást legnagyobb mértékben befolyásoló tényezők a következők: pozitív tapasztalat, az egész család szereti, az előre átgondolt vásárlás, a szezonális termékek preferenciája és a kedvező ár. Az első négy tényező a nőket befolyásolja nagyobb arányban, továbbá az előre átgondolt vásárlás, az összetétel, a kemikáliáktól mentesség és az adalékanyag mentesség is a nőknek fontosabb. A 18 év alattiak számára kiemelten fontos a márka, míg a többi tényező kevésbé befolyásolja vásárlási szokásaikat. A válaszadók 68,5%-a számára fontos a legalább heti 3-4 alkalommal történő fizikai aktivitás, de hasonló módon gondolkodnak a sport egészségmegőrző szerepéről is. A szezonális termékek vásárlása megjelenik, mind a vásárlási szokásokat befolyásoló tényezők, mind a környezettudatossággal kapcsolatos állítások között. Összefoglalva megállapítható, hogy az egészség- és környezettudatosságot befolyásoló tényezők a nők számára nagyobb értéket képviselnek. Amíg az egészségtudatos magatartás az 50-59 éves korcsoport, addig a környezettudatosság a 40-49 évesek körében jellemző inkább.

Irodalomjegyzék

- Alsaffar, A. A. (2016): Sustainable diets: the interaction between food industry, nutrition, health and the environment. *Food Science and Technology International*. 22 (2) 102–111.
- Kikuchi-Uehara, E. – Nakatani, J. – Hirao, M. (2016): Analysis of factors influencing consumers' proenvironmental behavior based on life cycle thinking. Part I: effect of environmental awareness and trust in environmental information on product choice. *Journal of Cleaner Production*. 117 10-18.
- Gfk (2015): *Fókuszban a tejtermékek! Fogyasztói igények és szokások változása napjainkban*. V. Tejágazati Konferencia. 2015. nov. 26.
- Liobikienė, G. – Juknys, R. (2016): The role of values, environmental risk perception, awareness of consequences, and willingness to assume responsibility for environmentally-friendly behaviour: the Lithuanian case. *Journal of Cleaner Production*. 112 3413-3422.
- Macdiarmid, J. I. – Douglas, F. – Campbell, J. (2016): Eating like there's no tomorrow: public awareness of the environmental impact of food and reluctance to eat less meat as part of a sustainable diet. *Appetite*. 96 487-493.
- Moreno, L. A. – Gottrand, F. – Huybrechts, I. – Ruiz, J. R. – Gonzalez-Gross, M. – Dehenauw, S. (2014): Nutrition and lifestyle in European adolescents: the HELENA (Healthy Lifestyle in Europe by Nutrition in Adolescence) study. *Advances in Nutrition: An International Review Journal*. 5 (5) 615S–623S.
- Nikolova, H. D. – Inman, J. J. (2015): Healthy Choice: The Effect of Simplified Point-of-Sale Nutritional Information on Consumer Food Choice Behavior. *Journal of Marketing Research (JMR)*. 52 (6) 817-835.
- Rác G. (2013): *Az értékek változásának és a fenntartható fejlődés trendjének hatása a hazai élelmiszerfogyasztásra*. Ph.D. értekezés, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Gödöllő.
- Ruini, L. F. – Ciati, R. – Pratesi, C. A. – Marino, M. – Principato, L. – Vannuzzi, E. (2015): Working toward Healthy and Sustainable Diets: The “Double Pyramid Model” Developed by the Barilla Center for Food and Nutrition to Raise Awareness about the Environmental and Nutritional Impact of Foods. *Frontiers In Nutrition*. 2 9.
- PR Newswire (2016): Beyond the Natural Label: 2016 Healthy LOHAS Shopper Survey Reveals What's Next. *PR Newswire US*.
- Sajtos L. – Mitev A. (2007): *SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv*. Alinea Kiadó, Budapest.
- Szakály Z – Pető K. – Popp J. – Jasák H. (2015a): A fenntartható fogyasztás iránt elkötelezett fogyasztói csoport, a LOHAS szegmens jellemzői. *Táplálkozásmarketing*. Mezőgazda Kiadó, Budapest. 2 (1) 3-9.
- Szakály Z – Pető K. – Popp J. – Jasák H. (2015b): A LOHAS szegmens mérete és jellemzői Magyarországon. *Táplálkozásmarketing*. Mezőgazda Kiadó, Budapest. 2 (1) 11-30.
- Vetőné Mózner Zs. (2013): *Úton a fenntartható élelmiszer-fogyasztás felé? A magyar lakosság élelmiszer-fogyasztásának ökológiai lábnyoma*. Ph.D. értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola, Budapest.