

A barátokkal közösen megvalósított ételkészítés együttes vásárlás szerepe a magyar fiatalok fogyasztóvá válásának folyamatában

The role of food co-shopping with friends in the process of Hungarian youth becoming consumers

Egyed Szilárd

tanársegéd, Edutus Egyetem, Gazdálkodástudományi Tanszék
egyed.szilard@edutus.hu

Absztrakt

A fiatalok egészségtudatos étkezési szokásai kialakulása folyamatának vizsgálata releváns téma a menedzsment tanulmányokban, mivel az fontos faktor a jobb életminőség, és az egészségügyi ráfordítások csökkentésének eléréséhez. Ennek okán e cikk erre a folyamatra ható egyik legfontosabb tényezővel, a barátokkal közösen megvalósított ételkészítés együttes vásárlással foglalkozik. Az adatgyűjtés Magyarország 2 területén, Budapesten és Tatabányán zajlott, és kontrollterületként bevonásra került Szlovákia magyarok lakta területe (Felvidék). Ez a cikk vizsgálja azokat a tevékenységeket, amelyek keretében megvalósul az ételkészítés együttes vásárlás, lezajlásuk körülményeit, és az ételkészítés együttes vásárlás során megvásárolt termékek egészséggel kapcsolatos jellemzőit. A feltáró kutatás eredményei szerint a fiatalok kevésbé egészségtudatosak az ételkészítési tevékenységeik során, továbbá számukra kifejezetten fontosak a kapcsolaterősítő tevékenységek, amelyek között is kiemelt helyen szerepelnek az együtt megvalósított étkezések és a közös főzések. Ezért ezek a tevékenységek beavatkozási lehetőséget biztosítanak a közegészségügyi szakemberek számára.

Kulcsszavak: együttes vásárlás, barátok, ételkészítés

Abstract

Observing the process of health-conscious eating habits becoming the norm for young people is a relevant topic in management studies, as it is an important factor leading to a better quality of life and in reducing healthcare expenses. For this reason, this article deals with one of the most important aspects impacting this process: food co-shopping with friends. Data collection took place in 2 Hungarian regions, Budapest and Tatabánya, and as a control region, Upper Hungary in Slovakia—inhabited by Hungarians—was also involved. This article examines the activities in which food co-shopping is executed, the circumstances of them being carried out, and the health attributes of products bought during food co-shopping. The revealing research's results claim that young people are less health-centric in choosing foods, and that relationship-building activities are vital for them, among which eating and cooking together are very favored. So these activities give intervention opportunities for public healthcare professionals.

Keywords: co-shopping, friends, food consumption

1. Bevezetés

Az elhízásnak számos betegség a következménye. Ilyen például a magas vérnyomás, a cukorbetegség, a vérzsír-szint kóros átrendeződése, a koszorúér-betegség, a stroke, az oszteoarthritis, az alvási apnoe, több daganatfajta, valamint nagyszámú, fogamzó képességgel és terhességgel kapcsolatos probléma (KINLEN et al., 2018). Emiatt az elhízás jelentős közegészségügyi

probléma Magyarországon, ugyanis az OECD legfrissebb adatai értelmében az elhízottak aránya 30%. Ez az érték az OECD országok összevetésében a világon a 4. legrosszabb, Európában pedig a legrosszabb (OECD, 2017). Továbbá a problémát súlyosbítja, hogy az elmúlt 20 év alatt közel megduplázódott az elhízott (5-19 év közötti) gyermekek aránya (WHO, 2018).

Ezen a területen a javuláshoz erőteljesen hozzájárulna, ha a gyermekek egészséges élelmiszereket fogyasztanának. Emiatt kiemelt jelentőségű az élelmiszer területén a fogyasztóvá válás folyamatának, valamint az arra ható tényezőknek a vizsgálata. Ennek ellenére azonban felettből szűk azoknak a nemzetközi kutatásoknak a köre, amelyek a barátokkal közösen megvalósított élelmiszer együttvásárlást vizsgálja. Ezért ennek a körnek a bővítése a célja ennek a tanulmánynak.

2. Szakirodalmi áttekintés

Egy adott gyermek élelmiszer fogyasztói szokásai kialakulásának és fogyasztóvá válásának a tekintetében a legfőbb érték- és mintaátadók a szülők (család), a barátok és a korcsoport egyéb tagjai, az iskola, valamint a tömegmédiá, ebbe az utóbbiba beletartozik az internet is. Közülük a legerősebb hatással a szülők bírnak. Ugyanakkor emellett a barátok hatóereje számottevően nagyobb, mint a további szereplők befolyása (CAI et al., 2015; PEDERSEN et al., 2015).

Ez a baráti, kortársi hatás alapvetően kétféle lehet, az egyik a normatív, a másik pedig az informatív.

A korcsoport normatív hatása abban nyilvánul meg, hogy a szocializálandó személy bizonyos közösségeket referenciacsoportként fogad el. Ezeknek a csoportoknak az értékrendjét, magatartását és megjelenését mintaként veszi át, ezáltal biztosítva önmaga számára a csoporttagok irányából érkező jutalom, pl. elismerés, szorosabb érzelmi kötődés elérését, illetve büntetés, pl. bántó, negatív vélemények, csoportból történő kizárás elkerülését. A bántó vélemények negatív énképet és testképzavart generálnak, aminek étkezési zavarok a következményei (AL-SHEYAB et al., 2018). Továbbá ezek a negatív megnyilvánulások – főként a lányokban – szégyenérzetet ébresztenek, ami azután felettből gyakran emocionális „étkezéseket” generál (WONG – QIAN, 2016).

Az előzőek következtében az értékeket kapó személy ugyanazokat az élelmiszereket, termékeket és/vagy márkákat fogja kedvelni, választani, illetve elutasítani, elkerülni, mint a csoport többi tagja, sőt a neurobiológiai kutatások bizonyították, hogy a közösség által kedvelt élelmiszerek esetében nem csupán verbális egyetértést fogalmaznak meg az újabb tagok, hanem azok ténylegesen ízleni is kezdenek nekik (NOOK – ZAKI, 2015).

Az informatív befolyás pedig azt jelenti, hogy egyrészt az egyén a barátaival által megvalósított magatartásmintákat megfigyeli, majd lemásolja, utánozza, másrészt a korcsoportjától érkező információkat hitelesnek és megbízhatónak fogad el.

Továbbá a longitudinális kutatások arra az eredményre vezettek, hogy a megtapasztalás (pl. együttvásárlás), valamint az utánzás jelentősen erősebb és maradandóbb hatású, mint a verbális tanulás (PEDERSEN et al., 2015; DECOSTA et al., 2017).

Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy akár az informatív befolyás, akár pedig a mélyebb, tartósabb hatást kifejtő normatív befolyás esetében az értékeket kapó személy erőteljesebb ráhatással bír, mint a szülő-gyermek kapcsolatrendszerben, mivel a csoporttagok között jelentősen nagyobb az egyenrangúság. Ennek megfelelően a korcsoporton belüli viszonyrendszerben az egyén egyaránt értékeket kapó és adó is.

Emellett a barátok, kortársak jelentős hatást fejtenek ki a családi ételmeiszerfogyasztási szokásokra is. Ennek az az oka, hogy a fiatalok a barátaiktól, kortársaiktól átvett közösségi/környezeti, kulturális (pl. gasztronómiai) és technikai/technológiai innovációkat hoznak be a család életébe (LOBET – CAVALCANTE, 2014), és mindezt úgy teszik, hogy ezeknek az innovációknak, pl. innovatív megoldásoknak, eljárásoknak és termékeknek, szolgáltatásoknak az esetében a gyermekek nevelőként, értékátadóként lépnek fel.

Ugyanakkor a barátok, kortársak hatásának mélyebb megértése érdekében célszerű az „élelmiszer” jelentését elemeire bontani. Ennek megfelelően az élelmiszer egyrészt magába foglalja a mindennapi ételmeit, aminek a létfenntartás a célja, és ezért valójában nincs külön üzenete. Másrészt tartalmaz egy szimbolikus értelmezést is. Ez a szimbolikus jelentés kifejezi az együtt étkezők közötti kapcsolatot, és ennek megfelelően az együttétkezés legfőbb célja a kapcsolat erősítése (OCHS – SHOHET, 2006). Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy az egyedül megvalósított, érzelmek generálta „étkezésnek” is ez a célja, mivel az egyén meg akarja nyugtatni önmagát, azaz erősíteni szeretné a saját magához fűződő kapcsolatát.

Továbbá az „élelmiszer” jelenti magát a folyamatot is, amely magába foglalja az adott étkezés konkrét élelmiszereinek megtervezését, a szükséges élelmiszerek, élelmiszer-alapanyagok beszerzését, valamint az élelmiszer elkészítését. Külön ki kell emelni, hogy a tervezés szakaszának lényeges eleme a „menü” megbeszélése, valamint az élelmiszerekhez szükséges termékek beszerzéséhez kapcsolódó vásárlói lista összeállítása.

Ugyanakkor fontos felhívni arra a figyelmet, hogy a lányok és a fiúk „élelmiszerrel” kapcsolatos attitűdjei és magatartása alapvetően különböznek. Ugyanis amíg a fiúk a „létfenntartó élelem” megszerzését, előállítását a legtöbb esetben házimunka jellegű feladatként értelmezik és negatívan élik meg, addig a lányok számára a „mindennapi élelmiszer” megteremtése az esetek számottevő részében messze több mint egyszerű feladat. Ez ugyanis lehetőség számukra a barátaikkal közösen megélt élményekre, kellemes időtöltésre, azaz nem feladat, hanem kapcsolaterősítő tevékenység.

A gyermekek az életkoruk előrehaladtával egyre nagyobb arányban és időintervallumban vesznek részt az „élelmiszer” folyamatában, ugyanakkor ezen a téren a lányok mindvégig jelentősen nagyobb értékekkel jellemezhetők, mint a fiúk (LASKA et al., 2012).

Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy amíg az együttfőzés esetében szinte minden fiatal kellemes időtöltésként éli meg a tevékenységet (LASKA et al., 2012), addig az élelmiszerek, élelmiszer-alapanyagok beszerzését a fiúk megvalósítandó feladatként értelmezik, és szinte csak a lányok élik meg kapcsolaterősítő tevékenységként.

Továbbá a korcsoportok hatása mind a közösségépítő, mind pedig a mindennapi létfenntartó élelmiszerek esetében megmutatkozik közvetlenül. Utóbbi területén például az oktatási rendszer sajátosságai húzódnak meg a háttérben, ugyanis a baráti, illetve korcsoportok kapcsolatok jelentős része az osztálytársak, iskolatársak között alakul ki, akik a fogyasztandó élelmiszerek egy részét is látják, pl. az iskolába vitt vagy ott vett tízórai, illetve egymás családjánál történő időtöltés során megvalósuló étkezések esetében.

A közösségépítő élelmiszerek a pénzköltéssel együtt járó, szándékolt együttétkezések, pl. gyorséttermek meglátogatása, valamint a közösen átélt események során megvalósított falatozások, pl. a „kocsmászásba” iktatott street food formájában „öltenek testet”.

Továbbá a közösségépítő együttétkezések során a résztvevők gyakorta számottevően módosítják az aktuálisan fennálló szokásaikat. Például egy adott csoporttag többet eszik, ha a többi

tag nagyobb mennyiséget fogyaszt, mint amennyit ő általában szokott (HERMAN, 2015), illetve kevesebbet „csipeget”, ha az a közösség vélt vagy valós elvárása (VARTANIAN, 2015). Továbbá a lányokra, nőkre jellemzőbb a közösségépítő étkezések során a viselkedési mimikri, ugyanis gyakorta az evés ritmusát is egymáshoz igazítják, illetve kevesebbet és mást, pl. könnyű salátát esznek, ha olyan fiú, férfi (is) van a társaságukban, aki tetszik nekik (HIGGS – THOMAS, 2017).

Végül, de nem utolsó sorban az internetes influencerek, valamint az online közösségek megjelenésével és működésével mind a normatív, mind pedig az informatív befolyásnak új csatornái jöttek létre. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy az online közösségek jól teljesítenek ugyan az információ áramoltatásban, de az élelmiszerek konkrét fogyasztására alig van maradandó hatásuk (KLASSEN et al., 2018).

3. A kutatás célja és a kutatási kérdések

A bemutatott nemzetközi kutatások eredményei alapján kijelenthető, hogy az élelmiszer együttvásárlás a fogyasztóvá válás folyamata tekintetében a szülői és a baráti viszonyrendszer tekintve is az egyik legfőbb szerepet játszó és legmaradandóbb hatású megoldás.

Ennek okán célja ennek a kutatásnak, hogy a magyar helyzetre vonatkoztatva feltárja a baráti, kortársi viszonyrendszerben az élelmiszer együttvásárlás jelentette tevékenység jellemzőit. Ennek a célnak az elérését a tanulmány a következő kutatási kérdések (KK) mentén kívánja megvalósítani:

- KK1: Milyen tevékenységek keretében valósult meg az élelmiszer együttvásárlás?
- KK2: Mekkora felkészülés előzte meg az élelmiszer együttvásárlást?
- KK3: A élelmiszer együttvásárlás során milyen – vásárlással kapcsolatos – interakciók játszódtak le a résztvevők közt?
- KK4: A élelmiszer együttvásárlás keretében milyen termékek kerültek megvételre, különös tekintettel azok egészséggel kapcsolatos jellemzőire?

4. Módszertan

4.1. Az adatgyűjtés módszere

A kutatás a gyermekek oldaláról közelít a témához. Ennek okán a fiatalok kerültek megkérdezésre. Továbbá a témát képező tevékenység jellemzőinek megértése, valamint a háttérben meghúzódó hatótényezők feltárása okán a megkérdezés módszere a mélyinterjú volt.

Az interjú kérdései elsősorban a kamaszkorra (13-18 éves kor), másodsorban a fiatal felnőtt-kora koncentráltak, mivel ez az az időszak, amikor a fiatalok függetlenedni akarnak, elkezdik járni a saját „útjukat”, aminek keretében kísérleteznek, új dolgokat próbálnak ki, és az ebben a korban kialakult étkezési szokások megmaradnak, mivel azok erőteljesen ellenállnak a változásoknak (STOK et al., 2016).

4.2. A minta

Magyarország esetében 2 eltérő területről kerültek ki a megkérdezettek. Ez a két terület egyrészt Budapest, másrészt pedig Tatabánya és annak közvetlen környéke. Továbbá kontrollterületként bevonásra került Szlovákia magyarok lakta területe (Felvidék).

A területhez sorolás az alapján történt, hogy az egyes válaszadó fiatalnak a felnőttkora előtt melyik településre szült a leghosszabb ideig a hivatalos lakcíme.

Ahogy az a korábbiak során már bemutatásra került, e területen a nemzetközi tanulmányok eredményei értelmében jelentős eltérés mutatkozik a gyermekek neme szerint, ezért azonos számú – területenként 5-5 – lány- és fiúgyerek került megkérdezésre. A megkérdezés idején a megkérdezett fiatalok mindegyike 21 és 25 év közötti volt, valamint már diplomázott vagy még a felsőfokú tanulmányait végezte, továbbá minden válaszadó felsőfokú végzettségű szülő gyermeke, mert a végzettség szintjével egyenes arányban áll a táplálkozás egészséges jellege, mivel a magasabb végzettségűek egészségesebben táplálkoznak (OECD, 2017).

Az előzőeknek megfelelően összesen 30 válaszadó volt. Továbbá a megkérdezések 2019 februárja és márciusa között zajlottak.

5. Eredmények

Előzetesen fontos kiemelni, hogy a várakozásokkal ellentétesen a kutatásba bevont 3 földrajzi területen számottevő különbségek a fiatalok céljai, hozzáállása és megvalósított cselekedetei között nem voltak tapasztalhatók. Ennek okán a 3 földrajzi területről származó válaszok együtt kerülnek tárgyalásra.

5.1. Az élelmiszer együttvásárlás megvalósításához szükséges jövedelem

A barátokkal megvalósított élelmiszer együttvásárlás feltételezi a fiatal jövedelmének a meglétét. Ez a jövedelem származhat egyrészt a szülőktől (zsebpénz), valamint lehet informális vagy formális munkajövedelem.

A megkérdezett fiatalok közül 6 soha nem kapott zsebpénzt. További 24 kapott, közülük 22 fő középfokú tanulmányai megkezdésétől, 2 már előtte is, de a zsebpénzt kapók közül 17 csak az iskolai délelőtti étkezés, a reggeli, „tízórai” megoldására kapott szülői támogatást.

Az előzőeken túl 2 személy kivételével minden válaszadó fiatal dolgozott pénzért huzamosabb ideig a középfokú tanulmányai időszakában. Ez a huzamosabb idő 6 fiatal esetében tanév közbeni rendszeres munkavégzést is jelent, miközben a többiek csak a nyári szünetekben dolgoztak. Továbbá a megkérdezés idején 26 válaszadó állt szerződéses munkaviszonyban.

5.2. Az élelmiszer együttvásárlás keretében megvalósult tevékenységek

Az élelmiszer együttvásárlás megvalósul a klasszikus létfenntartó étkezések biztosítását célul tűző közös vásárlások keretében. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy ezeknek is van kapcsolaterősítő jellegük, pl. baráti beszélgetés a tevékenység során, azonban a célja elsősorban nem a kapcsolat erősítése, hanem az adott létfenntartó étkezések lehetővé tétele. Ennek megfelelően a létfenntartó élelmiszer együttvásárlás egyrészt az iskolai délelőtti étkezéseket lehetővé tevő beszerzések, másrészt a középfokú tanulmányok időszakát követő, minden egyéb létfenntartó megoldást magukba foglaló élelmiszervásárlások képezik.

Az élelmiszer együttvásárlás lejátszódik ugyanakkor kapcsolaterősítő cselekvésként is. Ez jelenti egyrészt az étkezés-orientált, másrészt az eseményorientált tevékenységeket is. Az előbbieket a közösen megvalósított gyorsétterem-látogatások, valamint a közös főzésekre történő beszerzések jelentik. Az eseményorientált vagy más néven „buli” jellegű tevékenységeket a

közösen átélt „házon kívüli” események során a kész élelmiszerek, pl. a „kocsmázásba” iktatott street food egymás társaságában történő vásárlása és elfogyasztása, másrészt a közös rendezvényekre, pl. „házibulikra”, „kollégiumi bulikra” történő beszerzések képezik. A „buli” jellegű tevékenységek célja a felszabadult szórakozás és/vagy a feszültségoldás, ezért annak során az alkoholtartalmú italok fogyasztása jelentősen nagyobb hangsúlyt és figyelmet kap, mint az élelmiszerfogyasztás, azonban ennek a cikknek a tartalmi fókuszja és a terjedelmi korlátossága okán nem vizsgálja az alkoholtartalmú italok vásárlását.

5.2.1. Létfenntartó élelmiszer egyúttvásárlás

A középfokú tanulmányok időszakában a létfenntartó élelmiszer egyúttvásárlásnak csaknem teljes egészét az iskolai délelőtti étkezéseket lehetővé tevő beszerzések jelentették. Fontos, hogy amíg a kollégiumban lakók ilyen beszerzései főként a szupermarketekben zajlottak, és csak kisebb része az iskolai büfében, addig az otthon lakóké szinte kizárólag az utóbbiban. Ez a tevékenység mindkét csoport esetében gyakorlatilag napi gyakoriságú volt.

Továbbá az iskolai reggeli, „tízórai” beszerzésének is számottevő a kapcsolaterősítő jellege. Erre enged következtetni az, hogy azok a fiatalok is vásároltak együtt a barátaikkal az iskolai büfében, akiknél az egyébként nem lett volna indokolt, mivel már rendelkeztek élelmiszerrel, pl. vittek magukkal tízórait otthonról/kollégiumból, vagy egy boltban már vettek maguknak.

Ebben az életkorban az ebéd vagy otthon, vagy pedig az előre befizetett napközi/menza keretében történt, ezért sem az alapanyagok, sem pedig a közvetlen élelmiszer megvásárlása/kifizetése nem érintette a barátokat, ezért ez a típusú étkezés ebben a tanulmányban nem kerül tárgyalásra.

A felsőfokú tanulmányok időszakában a létfenntartó étkezések közös beszerzései minden válaszdónál legalább heti gyakoriságú volt. Fontos kiemelni, hogy ezek a gyakoriságok minden munkát végző fiatal esetében jelentősen csökkent. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy ezeknek a tevékenységeknek a helyét az élet-/házastársukkal együtt lakók esetében az egyedül (főként nők), valamint a partnerükkel közösen történő beszerzések vették át.

5.2.2. Együttétkezés-orientált élelmiszer egyúttvásárlás

A barátokkal közösen megvalósított és szinte kizárólag egészségtelen élelmiszerek fogyasztásával együtt járó kapcsolaterősítő étkezés, a gyorsétterem-látogatás 16 éves kor alatt egyáltalán nem volt jellemző. Ugyanakkor fel kell hívni arra a figyelmet, hogy a fiatalok döntő többségének – főként 16 éves kora után – emelkedett a zsebpénze, így az már némi szórakozást is lehetővé tett, azonban az emelt összegű zsebpénzek esetében a költést szinte kizárólag a mozijegyek kifizetése jelentette. Ennek (is) köszönhetően a barátok közötti kapcsolat erősítését célzó tevékenységeknek csupán a töredékét adták a gyorsétterem-látogatások.

18 éves kor után azonban a gyorsétterem-látogatások száma és aránya jelentősen emelkedett, ugyanis a válaszdók közül 19 fő a barátaival legalább havonta 1-2 alkalommal megvalósította. További 8 fő (7 férfi és 1 nő) amióta dolgozik, mivel egyedül lakik, és saját bevallása szerint a munka mellett nincs ideje főzni, minden nap főként a munkatársaival, de néha egyedül is a közeli gyorsétteremben ebédel. Fontos felhívni arra a figyelmet, hogy akik jelenleg dolgoznak, de nem egyedül laknak, rendszeresen főznek közösen, ezért közöttük alacsonyabb a gyorsétterem-látogatás gyakorisága. Ugyanakkor ez az alacsonyabb gyakoriság a döntő többségnél legalább 2-3 alkalmat jelent hetente.

A közös főzés jelentette kapcsolaterősítő tevékenység a középfokú tanulmányok időszakában nem volt jellemző. Ugyanakkor a felsőfokú képzést tekintve a közös főzés és az arra történő

közös vásárlás kifejezetten gyakori tevékenység volt. Ezzel kapcsolatban fontos, hogy a nők kevéssel nagyobb gyakoriságot említettek, mint a férfiak. A nők többsége heti rendszerességről, a fennmaradó kisebb rész pedig havi 1-2 alkalomról számolt be, miközben a férfiak nagyobb része szintén a heti rendszerességet említette, azonban volt 4 olyan személy, akik esetében havi 1 alkalomról sem lehet beszélni. Továbbá fontos kiemelni, hogy ezek a gyakoriságok csupán a már dolgozó, nem barátokkal/barátnőkkel együtt lakók esetében csökkent számottevően. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy ezeknek a tevékenységeknek a helyét az élet-/házastársukkal együtt lakók esetében az egyedül (főként nők), valamint a partnerükkel közösen történő létfenntartó beszerzések és főzések vették át.

5.2.3. Eseményorientált élelmiszer együttvásárlás

A „házon kívüli” események a középfokú tanulmányok idején évente csupán 1-2 alkalommal fordultak elő. Ugyanakkor a gyakoriságuk a felsőfokú képzés során drasztikusan emelkedett, ugyanis 28 személy esetében heti gyakoriságú (volt), a fennmaradó 2 főnél pedig havi 1-2 alkalmat jelent/jelentett. Minden ilyen esemény során történt italfogyasztás, miközben kevésbé emlékeztető módon ugyan, de döntő többségükben megvalósult élelmiszerfogyasztás is.

A barátok által közösen rendezett „házibuli” és/vagy „kollégiumi buli” gyakorisága a középfokú tanulmányok időszakában az évenkénti 1-et sem érte el. Miközben ez a tevékenység a felsőfokú képzés tekintetében is ritkának tekinthető, mivel a válaszadók döntő többségének esetében havi gyakoriságú sem volt.

5.3. Az élelmiszer együttvásárlásra történő felkészülés

Az élelmiszer együttvásárlásra történő felkészülés a megvásárolni kívánt termékek előzetes kiválasztását, valamint az adott termékek megvásárlási helyeinek meghatározását jelenti.

5.3.1. Létfenntartó élelmiszer együttvásárlás

A középfokú tanulmányok idején az iskolai büfében megvalósult vásárlásokat nem előzte meg semmilyen felkészülés.

Ezzel ellentétben azonban azokban az esetekben, amikor a kollégisták a nem előre befizetett étkezéseik biztosításához szükséges készleteiket töltötték fel, végbementek bizonyos, felkészülésnek tekinthető tevékenységek. Tudatos tervezésről ekkor sem lehet beszélni, de ha a kollégisták több termék kategóriát, pl. pékárúkat és/vagy tejtermékeket és/vagy húskészítményeket is kívántak vásárolni, akkor azt az élelmiszer együttvásárlás keretében a kollégiumhoz közeli szupermarketben (pl. SPAR) vagy diszkontban (pl. LIDL) valósították meg, mert tisztában voltak vele, ezekben a bolt típusokban nagy a termék kategóriákon belüli kínálat, és a gyakori akcióknak köszönhetően jelentős mértékű megtakarítást realizálhattak. Ezeket az akciókat külön nem követték nyomon, pl. nem tekintették meg az akciós újságokat, azonban magukban az üzletekben megnézték az azokról szóló tájékoztatásokat. Továbbá az egyes beszerzési helyekkel kapcsolatos benyomásokat, friss információkat személyesen adták tovább egymásnak a kollégisták.

Ugyanakkor azonban, ha csupán egy-egy termékre volt szükségük, pl. 1-2 kiflire az adott reggelihez, a kényelmi szempontok domináltak, és a lehető legközelebbi kisboltba tértek be.

A felsőfokú tanulmányok időszakában a létfenntartó élelmiszer együttvásárlások az előbb bemutatott kollégista rutinvásárlásokhoz hasonlóan mentek végbe, azonban számottevően nagyobb tudatosság mellett. Ennek az volt az oka, hogy ekkor már számottevően nagyobb jövedelem állt a rendelkezésükre, ezért az élelmiszereken túl az egyéb mindennapi szükségleteik

kielégítését biztosító termékek, pl. tisztálkodó szerek, higiéniai termékek beszerzését is maguk végezheték, továbbá megtehetnék, hogy az adott termék kategórián belüli, nagyobb élvezeti értékkel bíró termékeket részesítsék előnyben. Ugyanakkor a kínálat mellett a teljes és a termék kategórián belüli árelőny elérése is fontos szempont maradt, ezért már nem csupán a közeli kisboltokat és a közeli szupermarketet/diszkontot versenyeztették a fiatalok, hanem az összes elérhető diszkontot, szuper- és hipermarketet is. Ennek megfelelően tudatosabban odafigyeltek a kínálat mellett a kedvezőbb árszínvonalra és az akciókra is. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy a releváns beszerzési helyek kínálatának és akcióinak rendszeres figyelemmel kísérése ekkor még nem volt jellemző.

Fontos kihangsúlyozni, hogy amíg a középfokú tanulmányok időszakában élelmiszer együttvásárlás keretében csupán egyszerűbb, kevés termék kategóriát érintő vásárlások voltak, addig a felsőfokú képzés idején már havi rendszerességgel előfordultak komplexebbek, amiknek támogatásához a fiatalok már készítettek bevásárlólistát is.

Továbbá azok a fiatalok, akik a megkérdezés időszakában saját háztartást vezettek, az élelmiszer együttvásárlás keretében megvalósított komplexebb, az élelmiszerekkel szemben a háztartás szempontjából szükséges termékek által dominált beszerzéseik költségoptimalizálása miatt kénytelenek rendszeresen figyelemmel kísérni az akciókat. Ehhez az esetek döntő többségében a nyomtatott akciós újságokat hívják segítségül, valamint ritkábban az online akciós újságokat is megnézik, de csak akkor, ha a nyomtatott nem volt elérhető.

Továbbá ezek a személyek a szükséges beszerzendő termékekről bevásárlólistát is készítettek. A listára olyan szükséges termékek kerültek, amelyek esetében az otthoni készleteiket fel kellett tölteni, vagy azok akciós, és ezért árelőnyt élvező versenytársai, illetve amelyek esetében az akciók miatt előrehozták a vásárlást.

Fontos felhívni arra a figyelmet, hogy az akciók rendszeres figyelemmel kísérése és a bevásárlólista írása mindenkire jellemző, akinek az édesanyja is így tett, miközben az az 1 személy, aki nem cselekszik így, annak a szülei sem csináltak ilyesmit, miközben a barátai viszont igen. Ez az 1 személy azzal indokolja ezt, hogy úgysem tudná tartani magát a listához.

Külön hangsúlyt érdemel, hogy az előzetes listától csak kisebb mértékben tértek el a listaírók. Az eltéréseket főként a további akciók, valamint kisebb gyakorisággal az élvezet jelentette kisértéssel szembeni gyengeség és/vagy a vásárlás idején fennálló éhség generálta. Fontos felhívni arra a figyelmet, hogy amíg az előbbi, tervezetthez képesti előrehozott beszerzés szinte csak a nőket jellemzi, addig az utóbbi, élvezet és/vagy éhség orientálta vásárlás mindenkit.

5.3.2. Együttékezés-orientált élelmiszer együttvásárlás

Fontos felhívni arra a figyelmet, hogy az összes gyorsétterem-látogatást csak és kizárólag olyan tervezés előzte meg, ami arra irányult, hogy az adott társaság melyik étteremláncba és/vagy konkrét étterembe menjen. Értelemszerűen az étkezéssel szoros kapcsolatban álló betegségben szenvedő, pl. laktóz- és/vagy gluténérzékeny személyek kifejezetten tudatosan tájékozódtak minden étkezési hely kínálatáról, és csak az általuk fogyasztható élelmiszereket (is) áruló helyeket javasolták. Ugyanakkor fontos kihangsúlyozni, hogy ezeknek a személyeknek a baráti társaságába tartozók, noha őket közvetlenül nem érintette a probléma, innovátor-ként léptek fel, azaz önmaguktól olyan helyeket kerestek, amelyek a problémával küzdő barátjuk számára is érdemben látogatható. Fontos rámutatni, hogy a kereséseik eredményét folyamatosan meg is beszélték a problémával küzdő barátjukkal.

A közös főzés esetében az előkészületekről ugyanazt említették a válaszadók, mint amiket a létfenntartó élelmiszer együttvásárlás kapcsán mondtak, ugyanis az ilyen alkalmakkor sem csak az adott, közösen megfőzendő élelmiszerekhez vásároltak, hanem megvettek minden egyéb, számukra aktuálisan szükséges terméket is.

5.3.3. Eseményorientált élelmiszer együttvásárlás

A „házon kívüli” bulik esetében az élelmiszer együttvásárlást semmilyen tervezés nem előzte meg, mivel csupán a buli helyét, pl. az adott kocsmát beszéltek meg a barátok. Az ilyen alkalmakkor csupán akkor döntöttek az élelmiszer együttvásárlásról és annak helyéről, amikor konkrétan megéheztek, valamint ezekben az esetekben nem volt jellemző az étkezéssel szoros kapcsolatban álló betegségek figyelembe vétele.

Továbbá a közösen rendezett bulik esetében az előkészületekről ugyanazt említették a válaszadók, mint amiket a létfenntartó élelmiszer együttvásárlás kapcsán mondtak, ugyanis az ilyen alkalmakkor sem csak a bulihoz szükséges termékeket vásárolták meg, hanem megvettek minden egyéb, számukra aktuálisan szükséges terméket is.

Továbbá ezekben az esetekben a szükséges termékkategóriák, valamint a hozzávetőleges mennyiségek kerültek még meghatározásra.

5.4. Az élelmiszer együttvásárlás során lezajlott interakciók

5.4.1. Létfenntartó élelmiszer együttvásárlás

Fontos felhívni arra a figyelmet, hogy a létfenntartó élelmiszer együttvásárlás során a barátok nem szóltak bele egymás vásárlásaiba, azaz sem az egyes konkrét termékek kiválasztását, megvásárlását, sem pedig a pénzkezelést nem vitatták meg.

5.4.2. Együttétkezés-orientált élelmiszer együttvásárlás

A Szakirodalmi áttekintés részben említésre került, hogy a barátok jelentős hatást fejtenek ki a családi élelmiszerfogyasztási szokásokra is. A válaszok alapján ez a hatás főként az együttétkezéseken keresztül alakult ki. Ugyan a barátok az ilyen alkalmakkor sem vitatták meg, illetve nem is hangsúlyozták az egyes konkrét termékek megvásárlásával kapcsolatos tényezők fontosságát, azonban az egymástól átvett innovációk fontos részei lettek a saját étkezési szokásaiknak, valamint ezeket újításként bevitték a családjaikba is.

A gyorsétterem-látogatások során ilyen innovációk a más kultúrák magyarított élelmiszereinek, pl. távol-keleti ételek, hamburger, pizza kipróbálása és átvétele volt. Ilyen esetekben a barátok megkóstolták egymás élelmiszereit, illetve kipróbálták a többiek által ajánlottakat. Fontos kihangsúlyozni, hogy ezek a cselekedetek megvalósultak minden olyan válaszadónál, aki a barátaival rendszeresen látogatott gyorséttermeket. Továbbá ezeknek a személyeknek mindegyike a megkérdezés időszakában is „repertoáron” tartotta ezeket az élelmiszereket, miközben 6 válaszadó rendszeresen fogyaszt együtt ilyen élelmiszereket a szüleivel is. Utóbbiak együtt készítik el őket és/vagy étteremben vett élelmiszereket visznek haza/szüleikhez.

A barátoktól átvett, és a családba (is) bevitt innovációknak jelentős részét adták az együttfőzések is. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy ezek nem tartoznak szorosan az élelmiszer együttvásárlás tárgykörébe, mert nem a konkrét vásárlásokat és a megvásárolt termékeket jelentik, hanem az elkészített élelmiszereket. Ezek az élelmiszerek az adott válaszadók esetében már bevett családi megoldások voltak, amelyeket azután megtanítottak a barátaiknak. Fontos felhívni arra a figyelmet, hogy ezek a megoldások nem csupán közvetlen élelmiszerek (pl. vadas), élelmiszerek kiegészítői (pl. pomazanka) voltak, hanem élelmiszerelkészítési technikák

/ eljárások / módszerek (pl. savanyítás, párolás) is. A barátaikkal rendszeresen együtt főzők döntő többsége a megkérdezés időszakában is „repertoáron” tartotta ezeket a megoldásokat. Ez az egészségügyi problémával küzdő személyek barátait tekintve számos esetben azt jelenti, hogy névlegesen olyan élelmiszert készítenek, amilyeneket a szüleik is szoktak, azonban más alapanyaggal, pl. fehérliszt helyett teljes kiőrlésűvel, és/vagy más eljárással, pl. rántás helyett habarással, és/vagy más feltéttel/kiegészítővel, pl. sült virsli/kolbász helyett tonhal fasírttal készítik. Fontos felhívni arra a figyelmet, hogy ugyan ezek a módosított, innovatív élelmiszerek a készítőik szerint egészségesebbek, mint az eredeti verzióik, azonban csupán azért léphetek az „elődeik” helyére, mert az élvezeti értékük nem maradt el azokétól.

5.4.3. Eseményorientált élelmiszer együttvásárlás

A „házon kívüli” bulikkal kapcsolatban ugyanazokat mondták el a válaszadók, mint a gyorsétterem-látogatások esetében, mivel ezek döntő többsége is a gyorsétermekben, illetve kisebb részük az italfogyasztás helyén, pl. kocsmában valósult meg.

A közös rendezésű bulik esetében az élelmiszer együttvásárlás során a közös szűk költségvetés okán csupán a költséghatékonyságra hívták fel egymás figyelmét az érintettek, de a válaszok szerint azt is csak ritkán, mivel már eleve mindenki ilyen szempontok mentén válogatott a szükséges, előre megbeszélte termék kategóriákba tartozó termékek között.

5.5. Az élelmiszer együttvásárlás keretében megvásárolt termékek

5.5.1. Létfenntartó élelmiszer együttvásárlás

Gyakorlatilag az összes létfenntartást biztosító beszerzés esetében az mondható el, hogy a költséghatékonyság és az élvezeti érték tényezői határozták meg, miközben az élelmiszerek egészségre gyakorolt hatásának a figyelembe vétele gyakorlatilag fel sem merült. Kivételt képeznek a laktóz- és/vagy gluténérzékeny személyek, mivel számukra elengedhetetlen (volt), hogy elsősorban ezeknek a problémáknak megfelelően válasszanak. Ugyanakkor fontos kiemelni, hogy e tényezők mellett az egyéb egészségorientált szempontok, pl. vitamintartalom, rostgazdagság egyáltalán nem kaptak hangsúlyt.

Továbbá meg kell jegyezni, hogy a költséghatékonyság és az élvezeti érték tényezői képezte preferenciarendszer egyetlen válaszadónál sem volt állandó, mivel a szerkezetét alapvetően befolyásolta az adott élelmiszervásárlásra fordítható összeg konkrét nagysága.

Az egészségtudatosság kifejezetten alacsony szintjét jól szemlélteti, hogy a vásárolt hidegétel, pl. pékáruk, tejtermékek, húskészítmények is kevéssé egészséges, energiadús, viszont alacsony tápértékű élelmiszerek voltak. Például a középfokú tanulmányok időszakában a fiatalok önmaguk által megoldott iskolai délelőtti étkezéseket az olcsóbb szendvicsek, pl. szalámis zsemle, kollégisták esetében a saját készítésű vajás zsemle, az édes péksütemények, pl. kakaós csiga, valamint a helyettesítő termékek, a kisebb szeletes csokoládék és a cukros szénsavas üdítő italok képezték.

A gyermekek alacsony értékű zsebpénzt kaptak, ezért kénytelenek voltak az egyes étkezéseken spórolni, illetve a vágyott élvezeti cikkek számára azok kihagyásával nyerni szabadon elkölthető összeget. Ugyanakkor fontos kiemelni, a fiatalok válaszaiból az derült ki, hogy a szülők nagyrészt tisztában voltak azzal, hogy a gyerekeik miket vesznek, azaz miket esznek tízóraiaként, azonban a szülőket gyakorlatilag mindössze az foglalkoztatta, hogy a gyerekeik ettek-e az adott napon, és legfeljebb csak azt kifogásolták, ha – klasszikus értelemben vett – élelmiszer helyett csupán csokoládé került a gyomrukba.

5.5.2. Együttétkezés-orientált élelmiszer együttevásárlás

A gyorsétterem-látogatások alkalmával sem került figyelembe vételre az egészségre gyakorolt hatás, csupán az élvezeti érték tényezői, és a már fennálló egészségügyi problémák alapján választottak élelmiszert a megkérdezettek. A válaszaik értelmében főként a gyorsétterem-lán-cokból és kisebb árudákból származó hamburgereket, kínai ételeket, valamint kisebb részben pizzát és desszert jellegű édességeket fogyasztottak.

Továbbá sem a közösek elkészített élelmiszerek, pl. gulyásleves, paprikás krumpli, pörkölt, palacsinta, pizza, ritkábban vadas, sztrapacska, sem azok alapanyagainak kiválasztása során sem vették figyelembe az egészségre gyakorolt hatást. Kivételt képeznek az egészségügyi problémával küzdő barátaiknak készített élelmiszerek, pl. saláták, natúr szeletek.

5.5.3. Eseményorientált élelmiszer együttevásárlás

A „házon kívüli” bulikkal kapcsolatban ugyanazokat mondták el a válaszadók, mint a gyorsétterem-látogatások esetében.

Továbbá a közösen rendezett bulikra beszerzett, illetve elkészített „élelmiszerek”, pl. ropik, chipsek, mártásos „rágcsák” (tortilla), ritkábban kisebb szendvicsek, valamint az alkoholos italok és a szinte kizárólag cukrozott, szénsavas üdítők jelentette alkoholmentes innivalók kiválasztásánál sem került figyelembe vételre az egészségre gyakorolt negatív hatás.

6. Következtetések

Ez a kutatás empirikus módon járul hozzá a barátokkal közösen magvalósított élelmiszer együttevásárlás jellemzőinek és hatásainak a vizsgálatához. Ez a tanulmány a vizsgálatok megvalósításához kvalitatív kutatási módszert, valamint viszonylag alacsony elemszámú mintát alkalmaz, emiatt e megoldás jelentette limitációkat figyelembe kell venni a kutatás megállapításainak további felhasználásakor.

Ennek a kutatásnak a megállapításai értelmében a fiatalok hiába a nemzetközi tanulmányok szerint e téren legtudatosabbnak tekintett társadalmi csoportba tartozók gyermekei, csupán a költséghatékonyság és az élvezeti érték alapján hozzák meg döntéseiket, és gyakorlatilag egyáltalán nem egészségtudatosak az élelmiszer- és élelmiszer-alapanyag választásaik során. Ez kevésbé okoz meglepetést annak ismeretében, hogy a szüleik sem voltak egészségtudatosak az étkeztetésük során, hiszen többségüknél a hétköznapiokon egészségesnek nem tekinthető menzai élelmiszerekkel oldották meg az ebéd jelentette problémát, illetve pozitív semlegességgel – és számos esetben zsebpénzzel – támogatták a napközbeni egyéb étkezések egészségtelen ételekkel történő megvalósítását.

Továbbá azok, akik elsődleges szempontként veszik figyelembe az adott élelmiszer egészségre gyakorolt hatását, nem a megelőzés-orientált egészségtudatosság okán, hanem egy már fennálló egészségügyi probléma kezelése miatt cselekszenek így.

Emellett a kutatás rávilágított, hogy a fiatalok számára kifejezetten fontosak a kapcsolaterősítő tevékenységek, amelyek között is kiemelt helyen szerepelnek az együtt magvalósított étkezések és a közös főzések. Ezek azért is lényegesek, mert a válaszadók az ilyen alkalmak során szerzett tudást mint innovációt veszik át, és emelik be a saját mindennapi étkezési szokásaik közé, valamint viszik be a családjuk életébe. Ezt az utóbbit pedig gyakorta annak ellenére valószínűsítik meg, hogy az innováció alapvetően eltér a már fennálló szülői mintától.

Továbbá ennek a kutatásnak a limitációi okán fontos annak jövőbeli empirikus, hosszú távú és reprezentatív vizsgálata, hogy a barátokkal közösen megtanult, illetve a tőlük átvett élelmiszer innovációk ténylegesen beépülnek-e a szokások közé, és akkor is beépülnek-e, ha azok ütköznek a fennálló szülői mintákkal. Továbbá akik nem főznek, miért nem teszik, és milyen tényezők teljesülése mellett tennék mégis? Valamint mi motiválja a fiatalokat arra, hogy kapcsolaterősítésre a gyorséttermek szolgáltatásait vegyék igénybe, illetve mely feltételek mentén cserélnék azokat le az egészségre pozitívabban ható tevékenységekre, pl. egészséges élelmiszerek közös elkészítésére?

Ezekre a kérdésekre adott pontos válaszok lehetőséget teremtenének a közegészségügyi szakembereknek és a szülőknek arra, hogy megtehessék a megfelelő lépéseket a további generációk egészségügyi állapotának, helyzetének javítása érdekében. Ilyen lépésnek tekinthető például az Egyesült Államokban a feltett kérdésekben szerzett tapasztalatok alapján kidolgozott Expanded Food and Nutrition Education Program / Supplemental Nutrition Education Program – Education nevű projekt. Ennek a projektnek a keretében nem csupán megtanítták a 14-18 éves diákokat olcsó, egyszerű, finom és egészséges élelmiszereket főzni, valamint napi étkezési terveket készíteni, hanem mindezt úgy teszik, hogy bevonják a programba a diákok barátait is, hogy megoszthassák egymással a tapasztalataikat és élményeiket (PRICE et al., 2017).

Irodalomjegyzék

- Al-Sheyab, N. A. – Gharaibeh, T. – Kheirallah, K. (2018): Relationship between Peer Pressure and Risk of Eating Disorders among Adolescents in Jordan. *Journal of Obesity*. 2018 (September) 1-8.
- Cai, Y. – Zhao, G. – He, J. (2015): Influences of two modes of intergenerational communication on brand equity. *Journal of Business Research*. 68 (3) 553-560.
- DeCosta, P. – Møller, P. – Frøst, M. B. – Olsen, A. (2017): Changing children's eating behaviour – A review of experimental research. *Appetite*. 113 (June) 327-357.
- Herman, P. C. (2015): The social facilitation of eating. *Appetite*. 86 (March) 61-73.
- Higgs, S. – Thomas, J. (2017): Social influences on eating. *Current Opinion in Behavioral Sciences*. 9 (June) 1-6.
- Inhulsen, M-B. M. R. – Saskia, M. Y. M. – Renders, C. M. (2017): Parental feeding styles, young children's fruit, vegetable, water and sugar-sweetened beverage consumption, and the moderating role of maternal education and ethnic background. *Public Health Nutrition*. 20 (12) 1-10.
- Kinlen, D. – Cody, D. – O'Shea, D. (2018): Complications of obesity. *QJM: An International Journal of Medicine*. 111 (7) 437-443.
- Klassen, K. M. – Douglas, C. H. – Brennan, L. – Truby, H. – Lim, M. S. C. (2018): Social media use for nutrition outcomes in young adults: a mixed-methods systematic review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*. 15 (70) 1-18.
- Laska, M. N. – Larson, N. I. – Neumark-Sztainer, D. – Story, M. (2012): Does involvement in food preparation track from adolescence to young adulthood and is it associated with better dietary quality? Findings from a ten-year longitudinal study. *Public Health Nutrition*. 15 (7) 1150-1158.
- Lobet, D. – Cavalcante, L. E. (2014): Upward transmission, inverted filiation, reverse socialization: intergenerational relationships considered inversely. *Enfances Familles Générations*. 20 1-12.

-
- Nook, E. C. – Zaki, J. (2015): Social Norms Shift Behavioral and Neural Responses to Foods. *Journal of Cognitive Neuroscience*. 27 (7) 1412-1426.
- Ochs, E. – Shohet, M. (2006): The Cultural Structuring of Mealtime Socialization. *New Directions for Child and Adolescent Development*. 2006 (111) 35-49.
- OECD (2017): *Obesity Update 2017*. OECD Publishing, Paris.
- Pedersen, S. H. – Grønhøj, A. – Thøgersen, J. (2015): Following family or friends. Social norms in adolescent healthy eating. *Appetite*. 86 (March) 54-60.
- Price, T. T. – Carrington, A-C. S. – Margheim, L. – Serrano, E. (2017): Teen Cuisine: Impacting Dietary Habits and Food Preparation Skills in Adolescents. *Journal of Nutrition Education and Behavior*. 49 (2) 175-178.
- Stok, F. M. – De Vet, E. – De Ridder, D. T. D. – De Wit, J. B. F. (2016): The potential of peer social norms to shape food intake in adolescents and young adults: a systematic review of effects and moderators. *Health Psychology Review*. 10 (3) 326-340.
- Vartanian, L. R. (2015): Impression management and food intake. *Current directions in research*. *Appetite*. 86 (March) 74-80.
- WHO (2018): *2018 Global Nutrition Report – 2018 Nutrition country profile – Hungary*. WHO, Geneva.
- Wong, M. – Qian, M. (2016): The role of shame in emotional eating. *Eating Behaviors*. 23 (December) 41-47.