

# Az energia- és sportitalok fogyasztói és szakértői megítélésének netnográfiai vizsgálata

## A netnographic study of consumer and expert perceptions of energy and sports drinks

Berencsi Alexa

hallgató, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézet  
lexuszab@gmail.com

### Absztrakt

*Az energiaiitalok megítélésének online közösségi felületeken való vizsgálata lehetőséget biztosít a naprakész információk egyszerű és hatékony begyűjtésére egy netnográfiai vizsgálat keretein belül. A vizsgálat célja az online térben megtalálható fogyasztói csoportok szegmentálása, valamint véleményük feltárása. Az energiaiitalok megítélésének megismerésére törekvő kutatásom során három egymástól élesen elhatárolódó és egyértelműen meghatározható csoportot alakítottam ki, melyek a következők voltak: az energiaiital fogyasztását ellenzők csoportja, az energiaiital fogyasztását támogatók csoportja, valamint a különböző tudományterületeket képviselő szakértők csoportja. A vizsgálatot megelőzően meghatározásra kerültek a kutatási téma alapját adó kérdések, majd ezt követően azok a kulcsszavak is, melyeket a Google és az Instagram keresőmotorjába beillesztve magas találati számokat értem el, így téve kutatásom aktualitását megkérdőjelezhetetlenné. A netnográfia következő lépéseként a kutatási témámat tekintve releváns és egyben hiteles fórumok, blogok és közösségi oldalak böngészése következett, melyek segítségével megismerhetővé váltak a fogyasztói és szakértői vélemények egyaránt. Az energiaiitalok megítélésének online közösségi terekben való vizsgálata során arra a következtetésre jutottam, hogy az energiaiitalok fogyasztását támogatók és az azt ellenzők véleménye között gyakran éles ellentétek feszülnek, és ezen meglátásaiknak hangot is adnak.*

Kulcsszavak: energiaiital, sportital, netnográfia, megítélés

### Abstract

*Examining the perception of energy drinks on online community interfaces provides an opportunity to easily and efficiently gather up-to-date information as part of a netnographic study. The aim of the study is to segment the consumer groups found in the online space and to explore their opinions. In my research to understand the perception of energy drinks, I formed three sharply demarcated and clearly identifiable groups, which were: the group of opponents of energy drink, the group of supporters of energy drink, and the group of experts from different disciplines. Prior to the study, the questions that formed the basis of the research topic were determined, and then also the keywords, which I included in the search engines of Google and Instagram where it achieves high hit numbers, thus making the topicality of my research unquestionable. The next step in netnography was to browse forums, blogs, and social sites that are relevant to my research topic and at the same time authentic, with the help of which consumer and expert opinions became known. Examining the perception of energy drinks in online community spaces, I have come to the conclusion that there are often sharp oppositions between the views of those who support the consumption of energy drinks and those who oppose it, and these views are also reflected*

Keywords: energy drink, sport drink, netnography, perception

## 1. Bevezetés

Napjainkban általános tendenciaként tekinthetünk arra, hogy a körülöttünk zajló események felgyorsultak, így egyre nagyobb harcot folytatunk az elvégzendő teendőink és a rendelkezésünkre álló idő között (TÖRŐCSIK, 2003). Sokszor érezzük szűkösnek az aktívan eltöltött időnk, ezért a számunkra ideális teljesítmény fenntartása érdekében stimuláló szereket használunk. PARASZT és PAPP (2019) szerint az előzőekben bemutatott életmód által megalapozott trendek határozzák meg leginkább az energiaiitalok piacának kiugró sikerét.

Kutatásom alapját az energiaiitalok népszerűsége és az italok megosztó mivolta adja. Fő célkitűzéseim a különböző tudományterületek szakértő képviselői által a médiában megjelent kijelentések valamint állásfoglalások feltárása továbbá az interneten fellelhető online felhasználói közösségek (fogyasztók) véleményének megismerése. A kitűzött célok eléréséhez egy kvalitatív kutatási technikát, a netnográfiaát választottam, mely segítségével az online közösségi felületeken hatékony adat- és információgyűjtést folytathattam.

## 2. Szakirodalmi áttekintés

A következőkben bemutatom az energiaiitalok helyzetét azok értékesítési tendenciái által, valamint a gyakran vitatottságukat is adó egymásnak ellentmondó szakértői és nem szakértői véleményeken keresztül.

Az energiaiitalok piaca gyorsan növekszik világszerte. HIGGINS és BHATTI (2018) szerint 2011. évben amerikai dollárban kifejezve 30 milliárdot költöttek világszerte energiaiitalokra. HIGGINS et al. (2018) kutatás alapján megállapítható, hogy 2013. évben az energiaiitalokra fordított kiadások 39 milliárd amerikai dollárt jelentettek. ROY és DESHMUKH (2019) szerint a termékek piaca 2018-ra pedig egészen 53 milliárd dollárig növekedett. Hazánkban már évek óta magasan szárnyalnak az energiaiitalok értékesítési adatai, ezt alátámasztja a Nielsen kereskedelmi mérlege is, miszerint 2014. decembere és 2015. novembere között az energia- és sportitalok eladásaiból befolyó összeg több mint 20 milliárd forintot tett ki (MNKSZ, 2019), az ezt követő évek további növekedést hoztak, így 2018. júniusa és 2019. májusa között 171 millió darab energia- és sportitalt értékesítettek hazánkban. Tehát kijelenthető, hogy hazánkban 32 milliárd forint értékben fogyott 50 millió liter energiaiital a vizsgált időszakban (NIELSEN, 2019).

Bedford statisztikai előrejelzései alapján pedig kijelenthető, hogy a következő hat év során az energiaiitalok jelentős piaciérték-növekedésen fognak keresztül menni. Ennek köszönhetően 2019-ben közel 53 milliárd dollárról indulva, egyenletes növekedést követően a termékeket értékesítő vállalkozások 2026-ra minden bizonnyal el fogják érni a 86 milliárd dolláros összbevételt (BEDFORD, 2020).

Az energiaiitalok értékesítési adatai évről évre új csúcsoakat döntenek, de mégis „fekete báránynak” tekinthető az élelmiszerek között. A Magyar Élelmiszerkönyv az energiaiitalt nem foglalja magában. Az energiaiital az üdítőitalok közé sem sorolható be, hiszen a koffein tartalma meghaladja azt a literenkénti mennyiséget, mely megengedett az üdítők kategóriában (JASÁK – SZENTE, 2011).

Az italok besorolási nehézségei komoly problémát jelentenek a szabályozásukkal kapcsolatban, így sajnálatos módon az energiaiitalok döntő többsége fiatalok kezében köt ki, ahogy azt EFSA azaz az Európai Élelmiszer Biztonsági hatóság 2013. évben elvégzett 16 EU tagállamot valamint 52 ezer főt felölelő felméréséből is meg tudhatjuk a 10 és 18 év közötti korosztály

nem egészen 70%-a fogyasztónak tekinthető (MELEG, 2019). Hazánkban a fiatalok körében tapasztalt fogyasztási hajlandóság szintén magas, egy 664 főt vizsgáló kutatás során a szerzők azt az eredményt kapták, hogy a megkérdezett 12-17 év közötti általános iskolai tanulók 81,9%-a fogyasztott már az italokból (HORVÁTH – MOLNÁR, 2017). Ezen kutatás a megkérdezettek számát tekintve jóval elmarad az Unió felméréstől, azonban helytállóságát megerősíti a Nielsen kiskereskedelmi mérlege, mely az energiaiitalokat (az élelmiszer piacot tekintve) az első huszonöt legtöbbet fogyasztott termék között tartja számon, melyhez a fiatalok vásárlói egyre növekvő hányadban járulnak hozzá (HORVÁTH et al., 2017).

Az italok iránt tanúsított élénk érdeklődés következtében számos szakértő végzett kutatást valamint alkotott véleményt az energiaiitalok szervezetre gyakorolt hatásairól, azonban ezen szakvélemények gyakran egymásnak ellent mondanak bizonyulnak, erre kiváló példaként szolgálnak a következő vélemények is.

A guarana koffeinnel (az energiaiitalok két fő összetevője) együtt intenzívebben fejti ki hatását. Ennek oka, hogy a guarana is tartalmaz koffeint, így együtt kétszeres erősségű koffeinhatást hoznak létre (GRÓSZ – SZATMÁRY, 2008). Azonban placebo-effektus ugyancsak befolyásolhatja az energiaiitalok szervezetre gyakorolt hatását (DE LA VEGA et al., 2017).

Az MDOSZ (2013) szerint a koffein rendelkezik ugyan vízelvonó hatással, azonban ez ritkán jelent gondot. A koffeinnel együtt elfogyasztott folyadékmennyiség ugyanis nagyrészt fedezi az elveszítettet. Geller László professzor (Magyar Kardiológusok Társaságának tudományos bizottsági elnöke) szerint a nagy mennyiségű koffeinbevitel tartósan megemelheti a pulzust, ami növeli a szívritmuszavar kialakulásának valószínűségét. Emellett nagy valószínűséggel alakulhat ki valamilyen szívprobléma (HARGITAI – BONTA, 2019). NAGY et al. (2019) az előzőekben leírtakkal összhangban kijelentették az energiaiitalok képesek akár egy fiatal és egészséges ember esetében is megemelni a szisztolés vérnyomást (SBP), amelyben nagy szerepet játszik a fogyasztás gyakorisága valamint az alkalmanként bevitt mennyiség (MARTYN – CHMIEL, 2019). Ellenben GRADVOHL et al. (2015) szerint egy egészséges embernek kicsi a valószínűsége, hogy problémát okozzanak ezek a koffeintartalmú italok. Figyelni kell a túlzott és kockázatos fogyasztásra, amelyek leginkább rövid távon okozhatnak szapora szívverést, szédülést és hányingert. Hosszú távon pedig álmatlanság, idegesség és zavartság is jelentkezhet (SALINERO et al., 2014).

### 3. Anyag és módszertan

A különböző tudományterületek szakértő képviselőinek energiaiitalokról alkotott véleménye jelentős hatást gyakorolhat a közvéleményre is, ezért is tartom fontosnak a fogyasztói megítélések megismerését, melyhez számos kutatási technika áll rendelkezésre. Kvantitatív (például: kérdőíves megkérdezés) és kvalitatív (például: interjú, fókuszcsoportos vizsgálat, netnográfia) módszerek segítségével egyaránt feltérképezhetővé válnak a fogyasztói attitűdök. Kutatásom során ez utóbbi kvalitatív technikákat alkalmaztam, melynek egy részét a netnográfiai vizsgálatot fogom bemutatni. Annak érdekében, hogy gyorsan és hatékonyan naprakész információkat gyűjthessek az energiaiitalok fogyasztói és szakértői megítéléséről, az online közösségi felületek által megteremtett lehetőségeket használtam ki.

A netnográfia egy kvalitatív kutatási módszer, mely az etnográfiai kutatás technikáit használja az interneten fellelhető közösségek magatartásának elemzéséhez (KOZINETS, 2002). DÖRNYEI és MITEV (2010) „karosszék-etnográfianak” nevezi, amellyel arra utalnak, hogy a vizsgálat hatékonyan és egyszerűen elvégezhető, akár a kutató otthonában is. A módszer célja pedig

a nyilvános fórumokon, blogokon és közösségi oldalakon megjelenő fogyasztói csoportok meghatározása és döntési mechanizmusuk azonosítása.

Az energia- és sportitalok szakmai valamint fogyasztói megítélésével kapcsolatban a netnográfiai kutatás 2019. decembere és 2020. januárja között végeztem. Kutatásom célja a szakértők által a médiában megjelent kijelentések továbbá állásfoglalások feltárása valamint az interneten fellelhető online felhasználói közösségek véleményének feltérképezése volt. A kutatást megelőzően az alábbi kérdéseket fogalmaztam meg, amelyekre a kutatásom eredményeivel kerestem a választ:

1. kérdés: Milyen az energia- és sportitalok fogyasztói megítélése?
2. kérdés: Milyen érvek szólnak a termékek ellen és mellett?
3. kérdés: Melyek a főbb helyettesítő termékek?
4. kérdés: Milyen álláspontokat képviselnek a szakértők?

Az elemzésem a Facebook közösségi oldal egyes felületein, illetve különféle fórumok segítségével, mint például a gyakorikerdesek.hu, index.forum.hu bonyolítottam le. Ezekon az oldalakon az energiatalk megítélését a fogyasztói szemszögből határoztam meg. A forrásaim között említhetők olyan hírközlő oldalak (Népszava, Új szó online, HVG, index stb.) tartalmi elemei, melyek hatására a közösségi oldalakon interaktív beszélgetések alakultak ki a felhasználók között. A felsorolt platformokon megfigyelőként és résztvevőként egyaránt végeztem adatgyűjtést. Résztvevőként leginkább a fórumokon a témához kapcsolódó topikok beszélgetéseibe tudtam bekapcsolódni. Számos kérdést tettem fel, amelyekre többnyire készséggel válaszolt a többi felhasználó. Megfigyelőként elsősorban a közösségi oldalakon is megjelent fórumokat és blogokat elemeztem.

A tanulmány a 2020. évi tavaszi Tudományos Diákköri Konferencián (TDK) sikeresen bemutatott kutatás alapján készült (BERENCSI, 2020), amelynek eredményeit a 2021. évi Országos Diákköri Konferencián (OTDK) is be fogom mutatni. A kutatási munka eredményeit aktualizáltam és kiegészítettem releváns részekkel. Azonban a netnográfiai elemzés során kapott táblázatokat és azok elemzését nem tartottam relevánsnak megváltoztatni és kisebb változásokkal kerültek jelen tanulmányban közlésre. A téma szakirodalmát bemutató résznél a TDK munkám forrásaiból dolgoztam és igyekeztem az elemzést aktualizálni és több helyen más aspektusból bemutatni, mint a TDK dolgozat esetében.

#### **4. Eredmények**

A netnográfiai kutatáskor az előzetesen választott kulcsszavak beazonosításának a célja, hogy a kutatás későbbi fázisaiban hatékonyabban lehessen azonosítani a téma szempontjából releváns források. Olyan kulcsszavak meghatározására törekedtem, amelyek az energiatalkokkal kapcsolatos hétköznapi és szakértői vélekedéssel párhuzamba állíthatók. A következő lépésben a kiválasztott kulcsszavakra (pl. energiatalk, sportital, energiatalk káros valamint jótékony hatásai) rákerestem először magyarul, majd angolul is. Az egynél több szóból álló kifejezéseket idézőjeles formában írtam be a Google keresőmotorjába. A kapott adathalmaz leszűkítésére további szűrőfeltételeket alkalmaztam, melyek közt szerepelt az egyes oldalak megbízhatósága, naprakészsége valamint a létrehozás dátuma és szerzők nevének megjelenítése is. Az 1. táblázat tartalmazza a keresés eredményeit.

**1. táblázat: Az energia- és sportitalokkal kapcsolatos kifejezések találati száma (Google)**

Rangsor	Kulcsszó (hun)	Találat (db)	Kulcsszó (eng)	Találat (db)
1.	Energiaital	265 000	Energy drink"	61 000 000
2.	Sportital	56 500	Sport drink	849 000
3.	Izotóniás ital	19 000	Isotonic drink	325 000
4.	Magas koffeintartalmú ital	575	.*	-
5.	Egészséges energiaital	497	Healthy energy drinks	259 000
6.	Energiaital káros hatásai	324	Energy drink side effect	2 900
7.	Energiaital pozitív hatásai	1	Energy drink positive effect	0
<b>Összesen:</b>		341 897		62 435 900

Forrás: Saját szerkesztés, netnográfiai kutatás alapján (2019)

\*A „magas koffeintartalmú ital” kifejezés külföldi anyanyelvű országokban nem bír akkora jelentés tartalommal, mint magyar megfelelője, mivel más országokban nem kötelező a termékek címkéjén feltüntetni.

Az angol nyelvű kifejezések egyértelműen magasabb találati számokat eredményeztek, mégis az egyes kulcsszavak magyar és angol megfelelői egymáshoz viszonyítva a felállított rangsorban ugyanott helyezkednek el. A magyar nyelvű kifejezéseknél az „energiaital”-ra érkezett a legtöbb találat (265 000 találat). Ez a magas számú találati eredmény egyáltalán nem meglepő, mert napjainkban nagy felkapottságnak örvend az energiaital és számos forrásból lehet tájékozódni a termékről. A „sportital” kifejezést (56 500 találat) a szintén sportitalra utaló „izotóniás ital” kifejezés követ (19 000 találat). A „magas koffeintartalmú ital” (575 találat) elnevezés azért kapott helyet a kulcsszavak között mivel a 19/2004. FVM-ESzCsM-GKM együttes rendelet kötelezővé tette feltüntetését „minden olyan italon mely 150 mg/l-nél több, bármely forrásból származó koffeint tartalmaz” (NÉBIH, 2014). Ezzel a szabályozással együtt az elnevezés is beépült a magyar köztudatba, azonban külföldön a fent említett kifejezés önmagában nem állja meg a helyét, mivel más országokban a szabályozások ezt többnyire nem írják elő. Az ezt követő „egészséges energiaital” (497 találat), az „energiaital káros hatásai” (324 találat) valamint az egészen szürreálisan csengő, az „energiaital pozitív hatásai” (1 találat) kulcsszavakkal valósult meg a legkevesebb elérés.

Az angol nyelvű szavak és kifejezések esetében az élen az „energy drink” (61 000 000 találat) áll, amely magasan felülmúlja magyar megfelelője által elért találati számot. Ezt követték a „sport drink” (849 000 találat), „isotonic drink” (325 000 találat), „healthy energy drinks” (259 000 találat). Fontos hozzátenni, hogy az utóbbi kifejezés nem elsősorban a hagyományos értelemben vett energiaitalra utal, hanem egy azt helyettesítő gyógynövényes készítményre. Az „energy drink side effect” (2 900 találat) és az „energy drink positive effect” (0 találat) kifejezések hozták a legkevesebb találatot. Kiemelendő, hogy az energiaitalok pozitív hatásaira való keresés egyik nyelven sem hozott értékelhető eredményt (0 és 1 találat).

A 2. táblázat olyan kifejezéseket tartalmaz az energia- és sportitalokhoz kapcsolódóan, melyeket az Instagram keresőmotorjának segítségével kerestem ki. Az Instagram egy olyan közösségi oldal, ahol a felhasználók kizárólag képek és videók megosztásával generálnak tartalmat,

és azokat ellátják bizonyos kulcsszavakkal, melyeket hashtag (kettőskereszt) előz meg, így téve könnyebbé a képeken és videókon szereplő elemek beazonosítását.

**2. táblázat: Az energia- és sportitalokkal kapcsolatos kifejezések találati száma (Instagram)**

Rangsor	Kulcsszó	Találat (db)	Rangsor	Kulcsszó	Találat (db)
1.	#energydrink	1 362 648	6.	#sportdrink	14 835
2.	#healthyenergydrink	35 628	7.	#isotonicdrink	7 512
3.	#energydrinkaddict	31 575	8.	#energiaital	2 834
4.	#energydrinktime	29 887	9.	#sportital	663
5.	#energydrinklove	27 645	10.	#egészségesenergiaital	14

Forrás: Saját szerkesztés, netnográfiai kutatás alapján (2019)

A keresési eredményeket („hashtag”-eket) nem választottam szét a keresés nyelvének megfelelően, mivel azok a fiatalok, akik ezt a közösségi oldalt legnagyobb arányban használják az anyanyelvi kulcsszavak és az angol kifejezések közt nem tesznek éles különbséget. Ennek egyik oka az egyre nagyobb teret kapó globalizáció. Másrészt pedig a szintén erősödő anglicizmus jelensége. A rangsor élén a „#energydrink” (1 362 648 találat) található. Ez tekinthető az energiaital népszerűsítő promóciók elmaradhatatlan kellékének. Több mint egy milliós különbséggel, viszont egymáshoz közel álló értékekkel, a következő kifejezések kaptak helyet a listán, (egészséges energiaital, energiaital -idő, -függő, -szerelem) „#healthyenergydrink” (35 628 találat) „#energydrinkaddict” (31 575 találat) és a „#energydrinktime” (29 887 találat) valamint „#energydrinklove” (27 645 találat). Az előző kifejezések rendszeres fogyasztásra valamint emocionális kötődésre is utalhatnak. A „#sportdrink” (14 835 találat) és a „#isotonicdrink” (7 512 találat) alacsonyabb találati számának feltételezett oka a terméket fogyasztók szűkebb köre lehet. A rangsor legvégén elhelyezkedő magyar kifejezések meglehetősen kevés találatot hoztak, ezzel is alátámasztva a megfigyeléseken alapuló tény, miszerint a magyar fiatalok is előszeretettel használnak angol kifejezéseket a közösségi oldalakon. A listát záró értékek: „#energiaital” (2 834 találat), „#sportital” (663 találat), „#egészségesenergiaital” (14 találat).

Összességében elmondható, hogy a Google keresőmotorjának segítségével megbizonyosodtam az energiaitalokkal kapcsolatos források széles tárházáról. Hiszen számos könyv, folyóiratcikk és internetes forrás foglalkozik a témával. A különböző hírközlő portálok számos esetben havi gyakorisággal közölnek cikkeket az energiaitalokról. Ezek a tartalmak a termék hatásairól a szervezetre, fogyasztási tendenciákról valamint túlfogyasztási esetekről számolnak be. Az ilyen és ehhez hasonló hírek jó alapot adnak az embereknek, hogy fórumok és blogok keretein belül megvitathassák az ügyet. Az elemzéseimet követően arra a következtetésre jutottam, hogy a hozzászólókat két főcsoportra lehet elkülöníteni: az energiaital fogyasztók/ fogyasztást támogatók valamint az azt ellenzők csoportjára.

Az energiatital-fogyasztás támogató véleményeket az 3. táblázat segítségével szemléltetem.

**3. táblázat: Az energiatital-fogyasztást támogató vélemények és elemzésük**

Vélemények	Elemzés
<p>„Nem mondanám, hogy lehet egészséges, de mint minden más, mértékkel az energiatitalt is lehet fogyasztani. Heti 1-2 doboz azt gondolom hogy belefér, ennél lényegesen több szerintem nem. Ilyen mennyiség még nem árt meg. Én is heti kétszer iszom nagyjából. A napi fogyasztással a sok cukor mellett az a baj, hogy ilyen mennyiségnél már elkezd rászokni az ember. Innentől pedig elindulhat lefele a lejtőn. A kávé akkor egészségesebb, ha cukor nélkül issza valaki. A nagy többség nem így szokta viszont. Persze, energiatitalból is vannak cukorkemencesek, én személy szerint az édesítőszeret sem tartom sokkal jobbnak, én csak cukrosat iszom. Ha tényleg tartod magad a heti 1-2 -höz akkor ennyi cukor bőven belefér.” (gyakorikérdések.hu, 2020)</p>	<p>Kiemelendő a mértékletesség hangsúlyozása valamint az is, hogy az energiatitalok fő veszélyforrásának nem a koffeint, vagy az egyéb összetevőket, hanem a cukrot tartja.</p>
<p>„A mennyiséggel van baj, napi 1, nem hiszem hogy káros.” (facebook.com, 2019)</p>	<p>Itt szintén megjelenik a „mérték az érték” elv.</p>
<p>„Azt mondják, hogy egészségtelen, szerintem nem egészségtelenebb, mint bármi más, amit megiszunk vagy megeszünk. Én régen volt, hogy reggeles műszakba három - négy energia italt is megittam plusz még mellé kávé is ittam, igaz nem egyszerre, de még mindig itt vagyok. Csak egyetlen hátránya van, ha kezd kiürülni a szervezetből, akkor olyan az érzése az embernek, mint akit elütött egy kamion, fáradtabb leszel utána mint előtte de a kávé is ilyen addig jó míg tart a hatása.” (playithub.com, 2019)</p>	<p>Nem tesz különbséget a különböző koffeinforrások között, hatásait és mellékhatásait azonosnak véli. Továbbá mértéktelenül fogyaszt.</p>

Forrás: Saját szerkesztés, netnográfiai kutatás alapján (2019)

Az energiatital fogyasztást támogatók többnyire még nem éltek át negatív tapasztalatokat a termékkel kapcsolatban, még akkor sem tapasztaltak ilyet, amikor az ajánlott mennyiség fölött fogyasztották ezeket az italokat. Az is többször megjelent a véleményeikben, hogy elfogultságukat az italok összetételének ismeretével támasztják alá és ezen információ segítségével hasonlítják össze más koffeintartalmú termékekkel, előtérbe helyezve a mértékletességet.

A 4. táblázat segítségével, a másik főcsoport, az energiatital-fogyasztását ellenzők általános véleményeit mutatom be.

**4. táblázat: Az energiatital-fogyasztást ellenző vélemények és elemzésük**

Vélemények	Elemzés
„Igen, egyértelműen ártalmas. Inkább kávét igyál feketén és táplálkozz változatosan. Az energiatitaloktól tönkremegy az érfal, beleértve a szív érhálózatát és az agyi ereket is. Az olcsóbb energiatitalokban az a rengeteg adalék még a májat és a vesét is károsítja. Kutatásokkal igazolták, hogy rontja az ér összehúzó képességét, idővel csökken az ér rugalmassága. A tönkremenő erektől romlik a bőr oxigén ellátottsága és hamarabb fogsz ráncosodni. Aztán a visszer problémákról nem is beszélve. A belekre is kártékonyan hat, romlik tőle az emésztés, a tápanyagok fészívődása, és a hajszálerek is megsínylik mindenhol a testben. Szóval ne energiatitalozz. A kávé amúgy azért is jó, mert antioxidáns hatásával védi a sejthártyát, ez az energiatitalokról soha nem volt elmondható. Szóval kávé, tükörtojás, gyümölcsök, zöldségek, vitaminok a hosszú élet titka.” (gyakorikérdések.hu, 2019)	Nagy hangsúlyt fektet az energiatitalok emberi szervezetre gyakorolt negatív hatásainak felsorolására. Érveit meg nem nevezett kutatásokra alapozza. Említést tesz a kávé jótékony hatásairól, és azt az egészséges életmód szerves részének tekint.
„Felgyorsult világunk szemete, komolyan nem értem mi értelme ennek, az egész egy baromság! Évtizedekig megvoltunk nélküle....” (facebook.com, 2019)	A termék nélkülözhetőségét, teljes helyettesíthetőségét emeli ki.
„(..)a kávé és az energiatital egyrészt tönkrete-szi a vesédet (főleg az energiatital) és a szíved-nek is rossz. Ráadásul a kávé rövidhatású, igaz gyorsan hat. Inkább koffein tartalmú teát igyál. Ja igen, ha sok ilyet iszol akkor a szervezeted és az agyad felpörög ezért nem érzed rendesen, hogy mennyit bírsz és itt bizony komoly veszélye van a szívinfarktusnak vagy egyéb galibának” (gyakorikérdések.hu 2019)	A kávé valamint az energiatital között nem tesz különbséget, a szükségszerű koffein bevitelre teát ajánl alternatívaként.

Forrás: Saját szerkesztés, netnográfiai kutatás alapján (2019)

Az ellenzők gyakran tesznek tudományosnak hangzó kijelentéseket, utalásokat az energiatitalokról. A legfőbb közös jellemzőjük, hogy nem semmilyen módon nem ajánlják a termék fogyasztását. Ezt gyakran erős és leginkább negatív tartalmú kifejezések használatával nyomatékosítják. A mondandójukban leggyakrabban előforduló kifejezések az energiatitalokkal kapcsolatban pl. az „átok”, a „mérég”, illetve a „szenny”. Fontos jellemzőjük, hogy gyakran hasonlítják össze a terméket más magas koffein tartalmú készítménnyel, pl. kávéval, koffeintablettával, illetve teákkal. Ilyen esetben számos érvet sorakoztatnak fel az energiatital emberi egészségre káros hatásait illetően.



Hasonló tapasztalatokat szereztem az online fórumokon feltett kérdéseimre adott válaszok értékelésekor. Azt kérdeztem, hogy: „Lehet egészséges az energiatál? Erre azt a választ kaptam, hogy: „Egészségesnek semmi egészséges nincs benne.”. Továbbá rákérdeztem, hogy: „Legfeljebb milyen mennyiségben fogyasztható még biztonságosan?” Ezzel kapcsolatban azt a választ kaptam, hogy: „Mértékkel fogyasztva, néhanapján egyet-egyet, az megártani azért nem fog.” (gyakorikérdések.hu, 2020).

Az energiatalt fogyasztók, vagy az azokat elítélők véleményén kívül, az online platformokon keresztül feltérképezhetővé válik az egyes szakemberek álláspontja. Ez kifejezetten fontos pillérét képezi a kutatásnak, mivel a szakértők által közzétett információk és adatok később a köztudatba bekerülve formálják az átlagemberek véleményét. Ilyen kijelentések a következők is (5. táblázat).

**5. táblázat: Szakértői vélemények és elemzésük az energiatál-fogyasztásról**

Állítások	Elemzés
„az adagonkénti 200 milligramm és a napi legfeljebb 400 milligramm koffein az európai felnőttek számára kockázatmentes” (EFSA, 2015)	Pontosan meghatározott betartandó értéket ad meg.
„Átmenetileg javul az összpontosító képesség, nagyobb fizikai teljesítőképesség érzi alakul ki.(...) Mindez rövidtávon kétségtelenül igaz, később azonban negatív hatása van, ha túlzásba vesszük.” (Nagy, 2019)	Elismeri az ital rövidtávon kifejtett pozitív hatásait, azonban felhívja a figyelmet a mértéktelen fogyasztás kockázataira.
„Érdeemes megjegyezni, hogy egy doboz energiatál 64 mg, míg egy presszókávé átlagosan 100 mg koffeint tartalmaz.” (Budai – Sarang, 2019)	Az energiatalok és kávék összehasonlítása kapcsán, kiemel egy gyakran figyelmen kívül hagyott fontos részletet.

Forrás: Saját szerkesztés, netnográfiai kutatás alapján (2019)

A szakértők energiatalokról alkotott mondanivalójának az egyik legfontosabb pillére, a mértékletesség. Bizonyos termékek kevesebb koffeint tartalmaznak, mint egy presszókávé, így jóval alatta maradnak az egyszerre valamint az összesen bevihető kockázatmentes mennyiségnek. Azonban a szakértők egyöntetűen úgy vélik, hogy csak átmeneti élénkítő hatást érhetünk el fogyasztásával, melynek hosszú távon negatív következményei lehetnek.

## 5. Következtetések és javaslatok

Remekül szemléltetik a három egymástól jól elkülöníthető fogyasztói csoport (energiatál-fogyasztást ellenző, -támogató, és szakértői) meglátásait a netnográfiai kutatás során összeállított táblázatok. Ezekben jól elkülönülten kerültek összefoglalásra az egyes felek főbb érveinek megnyilvánulásai. Az energiatál-fogyasztók többsége ugyan még nem rendelkezik negatív tapasztalatokkal, mégis kiemelt hangsúllyal tekintenek a termék fogyasztásából adódó mértékletességre, habár ezen megítéléseik olykor igen szubjektívek és az ajánlott napi beviteli mennyiség fölé esnek. A terméket ellenzők az energiatalok negatív hatásaira fektetik a hangsúlyt, és a termék felesleges fogyasztása mellett állnak ki, nem zárkozva el néhol az obszcén szavak használatától sem. Az ellenzők gyakran preferálják a koffein más helyettesítővel való bevitelét a szervezetbe, értve ezalatt többek között a kávé vagy a teát, azonban előfordulnak

olyan szélsőséges ellenzők is, akik a kávé és az energiatalt egyaránt elítélik. Hasonló eredményekkel zárult az energiatalok megítélésének megismerése érdekében készített fókuszcsoportos vizsgálat is, mely során az energiatalok fogyasztását támogatók és fogyasztást ellenzők meglátásait külön-külön vizsgáltam meg.

A szélsőséges megítélések kialakulásának megelőzése érdekében, azt javasolnám, hogy a szakemberek már egészen korán, az általános és középiskolákban ismertessék meg a gyermekekkel az energiatalok valós szervezetre gyakorolt hatásait, és fogyasztásának következményeit.

A kutatás során számos olyan forrást találtam, melyek az energiatalok szervezetre gyakorolt pozitív és negatív hatásait foglalták össze, és a relevanciájukat konkrét szakértők megnevezésével támasztották alá. Az így szerzett szakértői véleményeket az 5. táblázat mutatja be, melyben megjelenik a különböző szakterületeket képviselők meglátásának kettőssége. Bizonyos szakértők meghatároznak egy biztonságos napi koffein beviteli mennyiséget, mely energiatalokra levetítve potenciálisan akár napi több dobozt is jelenthet. Más szakértők a túlfogyasztás veszélyeire hívják fel a figyelmet, melynek mértéke nehezen meghatározható a fogyasztók számára. A különböző tudományterületeket képviselő szakértők interjúk megkeresése során is tapasztalhatóak voltak a már említett véleménykülönbségek.

Az energiatalok szakértői megítélésének bemutatásáért döntő részben felelős hírközlő portálok az objektivitásra törekvéssel valamint az energiatalok tulajdonságainak, és hatásmechanizmusának precíz ismertetésével az online fogyasztói közösség teljesebb informálását érhetnék el.

A további kutatási irányok között szerepel egy kvantitatív, kérdőíves megkérdezés, melynek célja a kapott eredmények nagyobb mintán való tesztelése, továbbá a jövőben megismételni kívánt netnográfiai vizsgálat során figyelembe fogom venni a különféle szoftveres lehetőségeket is, gondolva itt többek között az Atlas programra, amely használatát igyekszem majd beépíteni az eredmények kiértékelésébe.

## **6. Összefoglalás**

Tanulmányom bevezetésében foglalkoztam a téma jelentőségét adó tényezőkkel, melyek az energiatalok népszerűségét és vitatott jellegét is egyaránt magukban foglalják. Bemutattam továbbá fő célkitűzéseimet is, melyek a következők voltak: az energiatalokkal kapcsolatos szakértői vélemények feltárása, valamint a fogyasztói meglátások megismerése az online közösségi felületek segítségével.

Az energiatalok helyzetének feltérképezése érdekében a szakirodalmi áttekintés részben bemutattam az energiatalokat gyártó és forgalmazó vállalatok évről évre új csúcspontot döntő értékesítési adatait. Ezt követően kitértem az energiatalok vizsgálatát megnehezítő tényezőre, miszerint nem létezik pontos meghatározása az italoknak. Végül különböző tanulmányok és korábban elkészített kutatások eredményein keresztül mutattam be a szakértők meglátásait az energiatalokkal kapcsolatban.

A primer kutatáshoz választott módszer a netnográfia volt, mely segítségével egyszerűen és hatékonyan ismerhettem meg az online közösségek meglátásait az energiatalokról, továbbá lehetőségem nyílt a hiteles hírközlő portálok tolmácsolásán keresztül megvizsgálni az energiatalokkal kapcsolatos szakértői megítéléseket is.

Ez utóbbi meglátásokról kijelenthető, hogy nem minden esetben tükröznek egyetértést, azonban minden szakértői kijelentésben helyet kapott a mértékletesség. A megfelelő mérték hangsúlyozása szintén megjelent a fogyasztói körökben is, de sem fogyasztói sem szakértői körökben nem született egyetértés az ideális mennyiséget illetően.

### Irodalomjegyzék

- Bedford, E. (2020): Sales value of energy drinks worldwide in 2019 and 2026  
<https://www.statista.com/statistics/691384/sales-value-energy-drinks-worldwide/>  
 (letöltve: 2020.03.18.)
- Berencsi A. (2020): Az energia- és sportitalok fogyasztói és szakértői megítélésének kvalitatív vizsgálata. Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar. Tudományos Diákköri Konferencia. Kereskedelem és marketing tagozat. 2020. május 06.
- Budai Zs. – Sarang Zs. (2019): Sport és Társadalom. Debreceni Egyetem Sporttudományi Koordinációs Intézet, Debrecen, 1-141.
- De La Vega, R. – Alberti, S. – Ruíz-Barquín, R. – Soós, I. – Szabo, A. (2017): Induced beliefs about a fictive energy drink influences 200-m sprint performance. *European Journal of Sport Science*. 17. (8) 1084-1089.
- Dörnyei K. – Mitev A. (2010): Netnográfia avagy on-line karosszék-etnográfia a marketing-kutatásban. *Vezetéstudomány*. 41 (4) 55-68.
- EFSA (2015): Veszélyes lehet az energiatital-fogyasztás <https://ujsoz.com/egeszseg/veszelyes-lehet-az-energiatital-fogyasztas> (letöltve: 2019.12.23.)
- Gradvohl E. – Vida K. – Rác J. (2015): Tölts rá...! Az alkohol és energiatital együttes fogyasztásának és a kockázatvállaló magatartási formák kapcsolatának felmérése fiatal felnőttek körében. *Orvosi hetilap*. 156 (27) 1100-1108.
- Grósz A. – Szatmáry Á. (2008): Az energiatitalok története és hatása az emberi szervezetre. *Orvosi Hetilap*. 149 (47) 2237-2247.
- Hargitai M. – Bonta M. (2019): Percekre szárnyakat ad, de éveket vesz el az életedből. [https://nepszava.hu/3043658\\_percekre-szarnyakat-ad-de-eveket-vesz-el-az-eletedbol](https://nepszava.hu/3043658_percekre-szarnyakat-ad-de-eveket-vesz-el-az-eletedbol) (letöltve: 2019.07.23.)
- Higgins, J. P. – Babu, K. – Deuster, P. A. – Shearer, J. (2018): Energy Drinks: A Contemporary Issues Paper. *Journal of Current Sports Medicine Reports*. 12 (2) 65-72.
- Higgins, J. P. – Bhatti, K. (2018): An Overview on the Constituents and Safety of Energy Beverages. In: *Sustained Energy for Enhanced Human Functions and Activity* (szerk.: Debasis Bagchi) Academic Press, USA Cambridge, 1-542.
- Horváth B. – Kibelbeck M. – Király B. – Schaffer D. (2017): Energiától duzzadó piac. *Termékmix magazin*. 25 (6) 20-22.
- Horváth V. – Molnár D. (2017): Pszichoaktív szerhasználat kelet-baranyai általános- és középiskolások körében. *Szociális Szemle*. 10 (1) 4-44.
- Jasák H. – Sente V. (2011): Mérlegen az energiatital. *Élelmiszer, táplálkozás és marketing*. 4 (1-2) 61-65.
- Kozinets, R. V. (2002): The Field Behind the Screen: Using Netnography For Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*. 39 (February) 61-72.
- Martyn, J. – Chmiel, Z. (2019): Consumption of energy drinks and assessment of blood pressure values among young adults. *Family Medicine & Primary Care Review*. 21 (4) 335-342.

- MDOSZ. (2013): Hidratáció. Dietetikai kisokos 6. [http://mdosz.hu/hun/wp-content/uploads/2016/03/diet\\_kisokos\\_6\\_final.pdf](http://mdosz.hu/hun/wp-content/uploads/2016/03/diet_kisokos_6_final.pdf) (letöltve: 2019.12.06.)
- Meleg S. (2019): Veszélyesek-e az energiatalkok? [https://alimento.blog.hu/2019/07/29/veszelyesek-e\\_az\\_energiatalkok](https://alimento.blog.hu/2019/07/29/veszelyesek-e_az_energiatalkok) (letöltve: 2020.02.29.)
- MNKSZ (2019): Jól teljesít az energiatalkok piaca. <http://www.mnksz.hu/hirek/jol-teljesit-az-energiatalkok-piaca> (letöltve 2020.01.10.)
- Nagy A. K. (2019): Súlyosbíthatják a rejtett szívbetegségeket az energiatalkok. [https://index.hu/techtud/egeszseg/2019/07/12/sulyosbithatjak\\_a\\_rejtett\\_szivbetegsegeket\\_az\\_energiatalkok/](https://index.hu/techtud/egeszseg/2019/07/12/sulyosbithatjak_a_rejtett_szivbetegsegeket_az_energiatalkok/) (letöltve: 2019.12.10.)
- Nagy K. – Csomós A. – Dániel B. – Mara Gy. (2019): Energy drink consumption pattern and the effect of consumption on university students' blood pressure and heart rate. *Acta Universitatis Sapientiae, Alimentaria*. 12 104-119.
- NÉBIH (2018): Új élelmiszerek jogi szabályozása és engedélyezésének menete. <https://portal.nebih.gov.hu/jogi-szabalyozas> (letöltve: 2020.04.03.)
- Nielsen (2019): 50 Millió liter energiatalkalal pörgeti fel magát a Magyar. <https://www.nielsen.com/hu/hu/press-releases/2019/50-millio-liter-energiatalkalal-porgeti-fel-magat-a-magyar/> (letöltve: 2020.02.29.)
- Paraszt M. – Papp J. (2019): Márkák, Színek, Illúziók. Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok. 14 (2) 193-204.
- Roy, A. – Deshmukh, R. (2019): Energy Drinks Market, Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2018-2026. Allied Market Research, USA Portland, 1-187.
- Salinero, J. J. – Lara, B. – Abian-Vicen, J. – Gonzalez-Millán, C. – Areces, F. – Gallo-Salazar, C. – Ruiz-Vicente, D. – Del Coso, J. (2014): The use of energy drinks in sport: perceived ergogenicity and side effects in male and female athletes. *British Journal of Nutrition*. 112 1494-1502.
- Törőcsik M. (2003): Fogyasztói magatartás trendek. KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., Budapest, 1-349.