

A húsfogyasztás és az egészséges táplálkozás összefüggései

Connections between meat consumption and healthy eating style

DERNÓCZY-POLYÁK ADRIENN

PhD Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdálkodástudományi Kar, Marketing és
Menedzsment Tanszék, e-mail: dernoczy@sze.hu

KELLER VERONIKA

PhD Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdálkodástudományi Kar, Marketing és
Menedzsment Tanszék, e-mail: kellerv@sze.hu

ERCSEY IDA

PhD Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdálkodástudományi Kar, Marketing és
Menedzsment Tanszék, e-mail: ercsey@sze.hu

Absztrakt

Megállapítható, hogy a hús jelentős részét képezi a mindennapi étkezésnek a gazdaságilag fejlett országokban. A fogyasztói trendek alapján azonban egyre népszerűbbek a húst részben vagy teljesen nélkülöző étrendek. A vizsgálat célja a húshoz kapcsolódó attitűdök alapján képzett fogyasztói csoportok egészséges táplálkozással kapcsolatos viszonyának feltárása. A megkérdezés mintanagysága 1053 fő, melynek 50,5 %-a nő és a többi férfi. Három klasztert azonosítottunk: a húsevők (32,7%), a semlegesek (27,3%) és a funkcionális húsevők (39,9%) csoportját. A húsevők kevésbé egészségtudatosak, a semlegesek radikálisabbak, míg a funkcionális húsevők az arany középutat választják. Múltbeli fogyasztásban változás a semlegeseknél volt tapasztalható, a húsevőknél maradt minden, míg a funkcionális húsevők az átlag szerint változtattak. A jövőbeli fogyasztás kapcsán szintén eltéréseket tapasztalhatunk. Az eltérő fogyasztói csoportok ismerete fontos lehet az egészséges életmód tekintetében a hússal kapcsolatos attitűd irányításában, a megfelelő húsfogyasztási gyakoriság kialakításában, és a megfelelő húsok fontosságának felismertetésében a fogyasztók körében.

Kulcsszavak: húsfogyasztás, egészség, táplálkozás, konatív attitűd

Abstract

It can be concluded that meat is an important source of nutrition in economically developed countries. Relying on customer trends plant based diets are very popular or diets with minimal meat consumption. The aim of this study is to understand the healthy eating style of different consumer groups based on the attitude towards meat. An online empirical research with a sample of 1053 respondents (50.5% females and 49.5% males) was conducted in April 2017. Three clusters were identified meat eaters (32.7%), neutrals (27.3%) and functional meat eaters (39.9%). Meat eaters are less health-conscious, neutrals are more radical and functional meat eaters are in the middle. Considering the changes of the past behaviour, there were some in the case of the neutrals, the meat eaters remain in the same level, and the functional meat eaters had some changes like the average. Considering the future behaviour there are significant differences. Knowing different consumer groups is an important fact considering healthy lifestyle and the attitude towards meat and putting emphasis on appropriate meat type and consumption patterns.

Key words: meat consumption, health, nutrition, conative attitude

1. Bevezetés

A húsfogyasztás folyamatos csökkenése figyelhető meg a világban végbemenő társadalmi, gazdasági változások következtében. Ezen kívül több olyan trend figyelhető meg, aminek kapcsán szintén felerősödik a hús elutasítása. Itt kell megemlíteni azt a vörös húsokban rejlő egészségügyi kockázatot, amely magas koleszterinszintet okoz, és amely növelheti a kardiovaszkuláris, illetve rákos megbetegedések számát. A felsoroltakon túl számításba kell venni a vallási, etikai szempontokat, hiszen vannak olyan fogyasztói csoportok, akik éppen emiatt utasítják el a húsfogyasztást (KANERVA, 2013). Ugyanakkor a sertéshúsok B₁-vitamintartalma kiemelkedő, amely más állatok húshoz viszonyítva ötszörös mennyiségű, és a sertés- és marhahúsok vastartalma is igen kedvező. Ezek mellett hazánkban a gasztronómiai jelentősége is nagy a vörös húsoknak (ZSARNÓCZAY, 2009).

A nemzetközi piacon, így Európában is megfigyelhető tendencia, hogy csökken, illetve stagnál a húsfogyasztás. Az Európai Bizottság előrejelzése alapján 2023-ig tovább folytatódik a trend, miközben a fehérhús esetében évi 1,5%-os növekedést prognosztizáltak. Statisztikai adatok elemzése alapján, a világpiacra a vörös húsok fogyasztása folyamatosan csökkent 1990-től napjainkig, azon belül is a marhahús visszaszorulása és a fehér húsok folyamatos térnyerése következett be, ami egyértelműen magyarázható az egészséges életmód népszerűségével (NATIONAL CHICKEN COUNCIL). A KSH legfrissebb (2018) statisztikái alapján a magyarok átlagosan 63,3 kg hústerméket fogyasztottak (30% baromfi, 29% sertés, 19% egyéb hentesáru, 13% szalámi, szárazkolbász, sonka, 4% belsőség, 3% húskonzerv, 1% marha- és borjúhús). A húsfogyasztásban jelentős regionális különbségek mutatkoznak. A legtöbb húst a Dél-Alföldön (79,1 kg) és a Dél-Dunántúlon (78,5 kg) fogyasztják, a legkevesebbet pedig Magyarország legfejlettebb régióiban, Közép-Magyarországon (53,5 kg), illetve Nyugat-Dunántúlon (48,7 kg). A legtöbb húst községekben (70,6 kg), a legkevesebbet a fővárosban (49,1 kg) fogyasztják.

Az egészséges életmód terjedésének következtében a fogyasztók egy része elutasítja vagy csak bizonyos húsok (fehér) fogyasztását teszi lehetővé, egyre népszerűbbek a vegetáriánus, vegán és flexitáriánus étrendek (GRUENERT, 2006 és TÖRŐCSIK, 2014). Szekunder adatok igazolják, hogy az egészségesnek számító termékkategóriák fogyasztása folyamatosan növekszik, így a szárnyas húse is (GFK PIACKUTATÓ INTÉZET, 2016). A húsfogyasztás átalakulása magyarázható a fogyasztói értékek átalakulásával (SZAKÁCS, 2012 és GRUENERT, 2006). Napjainkban az egészség, illetve az etikai megfontolások (állattartás körülményei és az állatok leölése), az idő (gyorsaság, kényelem), valamint az élvezetek (SZAKÁCS, 2012) számítanak a húsfogyasztás kapcsán.

2. Szakirodalmi áttekintés és módszertan

DUDÁS (2011) azonosította a tudatos fogyasztói magatartás elemeit, aminek egyik területe az egészségtudatosság „*az ember szemlélete, viselkedése, tevékenysége annak érdekében, hogy minél tovább és minél egészségesebb maradhasson*” és egyik eleme az egészséges, mértékletes táplálkozás. A magyar piacot sem kerülhetik el az új táplálkozási trendek, illetve az egészséges életmód terjedése. Nálunk is egyre népszerűbb a flexitáriánus étrend, aminek követői az új mindenevők (TÖRŐCSIK, 2014). Alapvetően a vegetáriánus étkezést részesítik előnyben, de időnként szívesen esznek húst, vagy legalábbis annak bizonyos fajtáját, különösen a fehér húsokat. A magyar fogyasztók számára az élelmiszerek egészségessége leginkább az adalékanyagok (mesterséges színezék, ízesítő, tartósítószer) elutasításában jelenik meg. Az egészségesnek számító termékkategóriák fogyasztása folyamatosan növekszik, így a szárnyas húse is (GFK PIACKUTATÓ INTÉZET, 2016). A hazai fogyasztókra jellemző a kettősség: egészségeset enni és egészségesnek lenni, de

ugyanakkor fontos az étel finomsága, ízletessége. A ma embere egy időegység alatt minél több élményt, élvezetet, előnyt akar szerezni, ezért alkalmanként különleges élelmiszereket fogyaszt, kevesebb, de minőségi termékeket választ (<http://www.trendinspiracio.hu/aktualis-trendek-2018/>). Az étel egyre inkább az önkifejezés terepe, nem pedig az étkezésé. Ma már nem elég bioterméket vásárolni, új hívószó a biodinamikus, nem elég lemondani a húsról, és vegánnak lenni, sokkal inkább lisztkebaból, szöcskéből előállított, fehérjedús ételeket kell fogyasztani (<http://www.trendinspiracio.hu/aktualis-trendek-2018/>).

GRUENERT (2006) és KEARNEY (2010) részletesen vizsgálta a húsfogyasztás trendjeit. A 21. században a minőség elsősorban a meghatározó, ami lehetőséget teremt a termékek megkülönböztetésére és az észlelt értékek fokozott kommunikálására. A vevők ezeket a minőségi termékeket kisebb üzletekből, termelőktől szerzik be, ahol kielégítik az információigényüket. Egyrészt megnövekszik az igény a feldolgozott élelmiszerek iránt, másrészt bizonyos fogyasztói csoportok egyre jobban elutasítják a húst. A fogyasztók hús iránti attitűdjét befolyásolják az etikai megfontolások (állattartás körülményei). A piacra jellemző a fragmentáció és a diverzifikáció. Egyre egyedibb igényeket kell a vállalatoknak kielégíteni és a marketing szerepe, a marketingkommunikáció, a csomagolás, és a márkázás szerepe felértékelődik.

Spanyol szerzők (FONT-I-FURNOLS - GUERRERO, 2014) kidolgozták az élelmiszerfogyasztás modelljét. A fogyasztást befolyásoló fő tényezők között azonosították a pszichológiai (attitűd, kockázat, elvárás, szocio-demográfiai tényezők, életstílus és értékek), az érzékszervi tapasztalás (vizuális megjelenés, textúra, íz, illat) és a marketing tényezőket (ár, jelzés, márka, elérhetőség). Az attitűd a fogyasztói magatartás tanulmányozásának egyik legfontosabb területe. A marketing szakirodalomban általánosan elfogadott nézet, hogy az attitűdnek három eleme van: (1) a kognitív vagy ismereti komponens, amely a meggyőződésre vonatkozik, (2) az affektív vagy érzelmi komponens, amely a pozitív, negatív vagy semleges érzéseket foglalja magában az attitűd tárgyát illetően, (3) a konatív vagy magatartási komponens a cselekvéssel kapcsolatos (HOFMEISTER-TÓTH, 2006). Francia szerzők a hús iránti affektív attitűdöt vizsgálták fiatal (átlag 30,5 év) nők körében (AUDEBERT et al., 2006). Legújabb kutatások (GRACA et al., 2015) a húshoz való ragaszkodást és a növényi alapú étrend előtérbe helyezésének valószínűségét vették górcső alá.

Marketing szempontból érdekes lehet annak vizsgálata, hogy a húshoz kapcsolódó attitűdjük alapján milyen csoportokba rendezhetőek el a fogyasztók. VERBEKE és VACKIER (2004) elemezték a friss hús iránti érintettséget és négy fogyasztói csoportot különítettek el. Az *egyszerű húsimádók* (15,7%) férfiak, akik naponta fogyasztanak friss húst, örömet lelnek a húsfogyasztásban, fontos számukra az íz, viszont az egészséggel kevésbé foglalkoznak. Az *óvatos húsimádók* (36,1%), családosok, szeretik a hús ízét, fontosak számukra az előírások, tápanyagtartalom, hogy gyermekeiknek megfelelő tápértékű ételt biztosítsanak. A *közömbös húsfogyasztók* (16,2%) 25 évnél fiatalabbak, nem lelik örömeiket a húsfogyasztásban, de a kockázatokkal foglalkoznak. Az ár fontos szerepet játszik a döntésükben. A minőség és a plusz információk kevésbé fontosak számukra, így nem győzhetőek meg a minőséggel és a biztonsággal. Végül az *érdekelt húsevők* (32%) csoportja került azonosításra. Ők azok, akik a fogyasztással kapcsolatos kockázatokra figyelnek (kockázat fontossága magas, kockázat bekövetkezésének valószínűsége magas). Családosok, kevesebbszer de inkább minőségi húst fogyasztanak. Jellemzően hentesről vásárolnak. Portugál kutatók kifejlesztették a MAQ (Meat Attachment Scale) skálát, amely négy szempont – hedonizmus (4 tétel), affinitás (4 tétel), jogosultság (3 tétel) és függőség (5 tétel) – alapján elemzi a húshoz fűződő pozitív kötődést. A szerzők rávilágítottak, hogy a férfiak

számára fontosabb a hús, és ők azok, akik kevésbé lennének hajlandók lemondani róla az egészségesebb táplálkozás jegyében. A nők kisebb mértékben ragaszkodnak a húshoz és ők azok, akik inkább előtérbe helyezik a gyümölcsöket, zöldségeket étkezéseik alkalmával.

Jelen tanulmány szerzői kutatásuk korábbi fázisában a MAQ skála használatával három fogyasztói csoportot különítettek el az attitűd alapján: *húsevők* (32,7%), *semlegesek* (27,3%) és *funkcionális húsevők* (39,9%). Az első csoportnál a hússal kapcsolatban semmi averzió nincs, egyértelmű számukra, hogy arra születtünk, hogy húst együnk. A *semlegesek* számára minden mindegy, ha a húshoz való kötődést vizsgáljuk. A *funkcionális húsevők* elviselik a hús fontosságát, egyetértenek a táplálékláncban elfoglalt helyünkkel, az evés nem élvezet, csak alapvető funkcionális eszköz.

A vizsgálat célja a kutatás korábbi fázisában azonosított attitűd alapján elkülönített fogyasztói csoportok egészséges táplálkozáshoz való viszonyának feltárása.

A szakirodalom és a korábbi kutatási eredményeink szintetizálása után a felmerült marketingkutatói probléma az, hogy meghatározzuk az egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdök eltéréseit bizonyos általunk is fontosnak vélt dimenziókban. Jelen tanulmányban az általunk korábban vizsgált és létrehozott fogyasztói csoportok - konatív attitűdjének vizsgálata. Tehát feltárjuk a hússal szembeni attitűd alapján képzett fogyasztói csoportok egészségmagatartását. Így a felmerült kutatási kérdések a következők:

K_A: Mi jellemző az egyes fogyasztói csoportok konatív attitűdjére az egészséges táplálkozással kapcsolatban?

K_B: Változott-e ezen fogyasztói csoportok húsfogyasztása az adatfelvételt megelőző időszakban?

K_C: Tervezik-e az egyes fogyasztói csoportok az étrendjük megváltoztatását?

Így a statisztikailag vizsgálható és igazolható nullhipotéziseink:

H_{0A}: Az egészséges táplálkozás megvalósítása ugyanolyan az egyes klaszterek körében.

H_{0B}: A klasztertagság és a húsfogyasztási szokások változása között nincs kapcsolat.

H_{0C}: A húsfogyasztási szokások tervezett megváltoztatása nem mutat eltérést az egyes klaszterek körében.

2.1. Mérési és skálázási eljárások specifikálása

A kutatás során elsősorban metrikus skálákat használtunk.

- Az *egészséges táplálkozás* gyakorlati megvalósításához a Diehl (2002) által kifejlesztett skálát vettük alapul, ami 8 tételre oszlik: (1) Alig eszem egészségtelen dolgokat. (2) Azt eszem, ami ízlik, és nem foglalkozom az élelmiszer tápanyagtartalmával. (3) Azt eszem, ami ízlik, és nem foglalkozom vele, hogy az egészséges-e vagy sem. (4) Étkezéseim során kerülök minden egészségre ártalmas élelmiszert. (5) Kijelenthető rólam, hogy egészségesen étkezem. (6) Nagy hangsúlyt helyezek arra, hogy amit eszek egészséges legyen. (7) Számomra mindegy, hogy az étkezések között elfogyasztott nassolnivaló egészséges-e vagy sem. (8) Töreksem az egészséges, kiegyensúlyozott táplálkozásra. Az egyes állítások mérése ötfokozatú intervallumskálán történt, 1: egyáltalán nem értek egyet, 5: teljes mértékben egyetértek végpontokkal.
- *Változott-e valami a húsfogyasztás szempontjából az elmúlt 2 hónapban?* kérdés nominális skálán mért: (1) Többet fogyasztok. (2) Kevesebbet fogyasztok. (3) Nem változott kategóriákkal.
- *Tervezi-e a jövőben – az elkövetkező 6 hónapban, hogy megváltoztatja étrendjét?* A válaszadók ötfokozatú Likert skálán értékelték három attitűdállítást, ahol 1: egyáltalán

nem valószínű, 5: nagyon valószínű végpontokat jelölték: (1) Próbálok kevesebb húst enni. (2) Igyekszem több zöldséget fogyasztani. (3) Próbálok száműzni a húst az étrendemből.

2.2. Mintavétel és módszerek

A kutatási kérdések megválaszolásához a primer kutatási módszerek közül az egyszerű keresztmetszeti kutatást választottuk. A mintavétel során arra törekedtünk, hogy nem és kor alapján proporcionális mintát kövessenek: 50-50% a nők és férfiak aránya, illetve a generációk is megfelelő arányban képviseltessék magukat. Ezt kvótás mintavétellel, és a minta összetételének vizsgálatával próbáltuk elérni. Az empirikus kutatás 2017 áprilisában zajlott online önkitöltős kérdőív formájában. A lekérdezésben a szerzők, és egyetemi hallgatók vettek részt, végezetül 1053 főt sikerült elérni, 49,5%-ban férfiakat, 50,5%-ban nőket. Életkor alapján a változó új kategóriáival meghatároztunk három csoportot, 607 fő fiatal (34 év vagy az alatti; 58,3%), 277 fő középkorú (35 és 50 év között; 26,6%), és 158 fő 50 év feletti (15,02%) volt a mintánkban az érvényes válaszok arányában. A további demográfiai ismérvek alapján a minta az alábbi eloszlást mutatja:

- Családi állapot alapján: 39,4% egyedülálló; 31,5% kapcsolatban élő gyermek nélkül; 29,1% kapcsolatban élő gyermekkel;
- Lakóhely típusa alapján: 40,2% megyei jogú városban; 26,3% városban; 23,3% falun és 10,1% a fővárosban élő.
- Gazdasági aktivitás alapján: 23,7% aktív fizikai, 37% aktív szellemi munkát végző; 29,4% tanuló; 1,0% eltartott; 3,1% munkanélküli és 5,8% nyugdíjas.
- Anyagi helyzet alapján: 7% anyagi gondokkal küzd; 13,3% éppen csak megél a fizetéséből; 40,3% nem panaszkodik; 24,8% még spórolni is tud; 14,5% pedig kifejezetten jó anyagi körülmények között él.
- BMI alapján: 10,0% sovány; 52,4% normál testsúlyú; 28,4% túlsúlyos; 9,1% elhízott.

A minta törekvéseink ellenére nem reprezentatív, így az itt levont következtetések korlátozottan, erre a mintára helytállóak.

Az adatelemzést az SPSS 23.0 szoftver segítségével végeztük el. Az első és a harmadik hipotézist többváltozós statisztikai módszerekkel teszteltük, nevezetesen a varianciaelemzéssel. E statisztikai összefüggés elvégzéséhez szükséges egyik feltétel a szóráshomogenitás, azaz a függő változó (az egészséges táplálkozás – konatív attitűd, az étrend tervezett megváltoztatása) szórásának azonosnak kell lennie a független változó (attitűd alapján képzett fogyasztói csoportok) minden szintjénél. Ez a később alkalmazott Post Hoc tesztek esetében lényeges, ennek függvényében alkalmaztuk a Dunett T3 és az LSD tesztet. A homogenitás tesztelésére a Levene tesztet használtuk, melynek nullhipotézise az, hogy a szórások egyelők. A második hipotézisnél, a fogyasztási szokások változása és a klaszterek kapcsolatának vizsgálatához a keresztábra elemzést alkalmaztuk, ahol figyelembe vettük a cellagyakorisági feltételt és a változók nominális mérési szintű meglétét.

3. Eredmények

Az első hipotézis tesztelése kapcsán varianciaelemzést végeztünk. A klaszterekhez köthető eredményeket, vagyis a konatív attitűd mérésére szolgáló attitűdállítások átlagértékeit az 1. táblázat foglalja össze.

A hatékony marketing – EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete

3.1. Konatív attitűd az egészséges táplálkozáshoz kapcsolódóan

Az első változó kivételével mindegyik esetben statisztikailag szignifikáns eredménnyel találkozunk. Mindegyik klaszter közel ugyanazon a semleges véleményen van az egészségtelen ételek fogyasztásával kapcsolatban, így ebben nem rejlenek eltérések.

A többi változó esetében attól függően, hogy ki melyik klaszterbe tartozik, vélekedik eltérően az egészségesség eltérő aspektusaiban. Az eltérések további vizsgálatára a Post Hoc tesztek adtak lehetőséget, amelyek tovább igazolják a csoportok közötti szignifikáns eltéréseket.

1. táblázat

Az egészséges táplálkozás aspektusainak megítélése klaszterenként, ötfokozatú Likert skálán

Egészséges táplálkozás attitűd állításai		N	Átlag	Szórás
<i>Alig eszem egészségtelen dolgokat.</i>	húsevő	333	2,9610	1,12273
	semleges	277	3,1697	1,16877
	funkcionális húsevő	405	3,0691	1,08096
	Összesen	1015	3,0611	1,12099
<i>Azt eszem, ami ízlik, és nem foglalkozom az ételkészítés tápanyagtartalmával.</i>	húsevő	333	3,3604	1,25482
	semleges	278	2,6295	1,09287
	funkcionális húsevő	405	3,0741	1,24457
	Összesen	1016	3,0463	1,24006
<i>Azt eszem, ami ízlik, és nem foglalkozom vele, hogy az egészséges-e vagy sem.</i>	húsevő	333	3,0150	1,24054
	semleges	278	2,4353	1,09863
	funkcionális húsevő	405	2,8222	1,21378
	Összesen	1016	2,7795	1,21266
<i>Étkezéseim során kerülök minden egészségre ártalmas ételmiszert.</i>	húsevő	332	2,7500	1,09964
	semleges	278	3,2194	1,12666
	funkcionális húsevő	405	2,9185	1,07435
	Összesen	1015	2,9458	1,11119
<i>Kijelenthető rólam, hogy egészségesen étkezem.</i>	húsevő	332	3,0030	1,08407
	semleges	277	3,3755	1,06484
	funkcionális húsevő	405	3,1259	1,03954
	Összesen	1014	3,1538	1,07010
<i>Nagy hangsúlyt helyezek arra, hogy amit eszek egészséges legyen.</i>	húsevő	333	3,0330	1,13094
	semleges	278	3,3489	1,12592
	funkcionális húsevő	405	3,1630	1,06850
	Összesen	1016	3,1713	1,11072
<i>Számomra mindegy, hogy az étkezések között elfogyasztott nassolnivaló egészséges-e vagy sem.</i>	húsevő	333	2,9640	1,29825
	semleges	278	2,6187	1,09410
	funkcionális húsevő	405	2,6272	1,21123
	Összesen	1016	2,7352	1,21962
<i>Töreksem az egészséges, kiegyensúlyozott táplálkozásra.</i>	húsevő	331	3,2840	1,14323
	semleges	278	3,6007	1,15992
	funkcionális húsevő	406	3,5320	1,12555
	Összesen	1015	3,4700	1,14735

Forrás: Saját kutatás

A *húsevők* az egészséges életmóddal kapcsolatos kérdésekre közel semleges, vagy ahhoz hasonlóan válaszoltak. Számukra nem annyira fontos, hogy annak az ételnek milyen a tápanyagtartalma szemben annak ízével, semlegesek az egészséges étkezéssel kapcsolatban is, ugyanígy a nassolnivaló egészségessége sem hozza őket lázba. Ugyanakkor úgy érzik, hogy törekszenek az egészséges, kiegyensúlyozott táplálkozásra. Az íz fontosabb, mint a tápanyagtartalom. Jelmondatuk lehet "Egészséges, hiszen húsból van!"

A *semleges* klaszter törekszik az egészséges, kiegyensúlyozott táplálkozásra, kijelenthető róla, hogy egészségesen étkezik, és erre külön hangsúlyt is fektet. Igyekszik kerülni az ártalmas élelmiszereket és alig eszik egészségtelen dolgokat, és számára az ízeknél fontosabbak a tápanyagtartalom és az egészségesség, ami persze a nassolásnál is mindenképpen fontos. Jelmondatuk „Csak az egészség!”

A *funkcionális húsevők* esetében a tápanyagtartalom és az íz párharca, valamint az egészségtelen ételek kerülése inkább semleges álláspontot vált ki. Ezzel szemben az egészségesség, mint követendő forma természetesen megjelenik, de nem csap át fanatizmusba. Ők megtalálják az egyensúlyt az étel ízletessége és egészségessége között. Természetesen törekszenek az egészséges életmódra, de kissé árnyaltabban teszik ezt az előző csoportnál. Az átlaghoz képest nekik tér el legkevésbé a véleményük, a nassolnivaló és a kiegyensúlyozott étrend esetén kicsit egészségtudatosabbak, mint az átlag. Jelmondatuk „Egészséges egyensúly!”

Az eredmények alapján az első hipotézis elutasításra került, azaz a klaszterek eltérő egészségtudatossággal jellemezhetőek.

3.2. Fogyasztási magatartás változása a húsfogyasztással kapcsolatosan

VERBEKE és szerzőtársa (2004) munkája alapján látható, hogy a hússal kapcsolatos attitűd alapján létrehozott fogyasztói csoportok eltérő fogyasztási gyakorisággal jellemezhetőek. Mindemellett a húsfogyasztás az egészséges életmód térnyerése következtében visszaszorulni látszik. Az ÁFA csökkentés és a húsarak mérséklése is indokolta a húsfogyasztás változásának felmérését. Ennek megfelelően megvizsgáltuk a klaszterek jellemző viselkedését az adatfelvételt megelőző két hónap húsfogyasztására vonatkozóan. Az eredmények alapján az eltérés jelentős, statisztikailag szignifikáns (χ^2 :100,388, Sig:0,000).

A peremgyakoriságokhoz képest a semlegesek nagyobb arányban vannak azok között, akik változtattak a húsfogyasztási szokásokon (többet – 18,8%, illetve kevesebbet – 27,9% fogyasztottak), a húsevőknél magasabb azoknak az aránya, akik nem változtattak (85,6%) semmin. A funkcionális húsevők hozzák közel a klaszterektől független eloszlást, azaz 11,1% az, aki többet fogyaszt, 10,1% az, aki kevesebbet, és 78,7% az, aki nem változtatott a fogyasztásán.

Az eredmények alapján a második hipotézis is elutasításra került, azaz a klaszterek eltérő magatartással jellemezhetőek a húsfogyasztásra vonatkozóan.

3.3. A húsfogyasztással kapcsolatos jövőbeni változások

A magyar fogyasztók táplálkozási szokásai követik a hagyományosságot és a fogyasztók fele nem is akar rajta változtatni. Mintegy 5% az, aki hajlandó, és tudott is változtatni bevett étkezési szokásain. Ennek ellenére nem vagyunk lemaradva a fejlett országokhoz képest az egészséges táplálkozás tekintetében (SZAKALY et al., 2014).

Ezek alapján természetesen felmerül a kérdés a klaszterek esetében is. Az általunk vizsgált kérdések vonatkoznak a hús mennyiségének csökkentésére, illetve elhagyására,

A hatékony marketing – EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete

valamint a zöldségek fogyasztásának növelésére. Az eredmények statisztikailag szignifikáns eltérést mutatnak mindhárom esetben (2. táblázat).

**2. táblázat:
A klaszterek és a jövőbeli fogyasztás várható alakulása**

Attitűdállítások		N	Átlag	Szórás
<i>Próbálok kevesebb húst enni.</i>	húsevő	333	1,5045	0,93661
	semleges	275	2,6873	1,42079
	funkcionális húsevő	403	2,0149	1,22770
	Összesen	1011	2,0297	1,28244
<i>Igyekszem több zöldséget fogyasztani.</i>	húsevő	332	2,9819	1,39257
	semleges	277	3,3718	1,34151
	funkcionális húsevő	404	3,3144	1,40813
	Összesen	1013	3,2211	1,39397
<i>Próbálok száműzni a húst az étrendemből.</i>	húsevő	332	1,1717	0,58998
	semleges	275	2,4255	1,35251
	funkcionális húsevő	401	2,2419	1,44182
	Összesen	1008	1,9395	1,31650

Forrás: Saját kutatás

Megjegyzés: a válaszadók ötfokozatú skálán értékelték a három attitűdállítást.

Az eredmények alapján a *húsevők* esetében teljes egyet nem értésre talál minden olyan megállapítás, amely a hús mennyiségének csökkentésére, vagy annak száműzésére irányul. A zöldségekkel kapcsolatban a válaszuk semleges, azaz nem törik magukat a többletfogyasztásra. A *semlegesek*, akik a korábbi válaszaik alapján radikálisan egészségtudatosak, itt egy kicsit finomabban, de korábbi véleményükhöz hűen a hús mennyiségét nem csökkentenék, azonban a zöldségeket növelnék. Ezzel még inkább megfelelnek az egészségtudatosság kívánalmainak. A *funkcionális húsevők* továbbra is a köztes állapotot jelenítik meg; a húsról nem mondanak le, nem is száműzik az étrendjükből, a zöldségek mennyiségét azonban ha kicsi egyetértéssel is, de növelnék (3. táblázat).

**3. táblázat
A vizsgált változók és a klaszterek összefüggései**

	Változó (megoszlása a mintában)	húsevő	semleges	funkcionális húsevő
Konatív egészség	Alig eszem egészségtelen dolgokat.	2,96	3,17	3,07
	Azt eszem, ami ízlik, és nem foglalkozom az élelmiszer tápanyagtartalmával.	3,36	2,63	3,07
	Azt eszem, ami ízlik, és nem foglalkozom vele, hogy az egészséges-e vagy sem.	3,02	2,44	2,82
	Étkezéseim során kerülök minden egészségre ártalmas élelmiszert.	2,75	3,22	2,92
	Kijelenthető rólam, hogy egészségesen étkezem.	3,00	3,38	3,13
	Nagy hangsúlyt helyezek arra, hogy amit eszek egészséges legyen.	3,03	3,35	3,16
	Számomra mindegy, hogy az étkezések között elfogyasztott nassolnivaló egészséges-e vagy sem.	2,96	2,62	2,63
	Töreksem az egészséges, kiegyensúlyozott táplálkozásra.	3,28	3,60	3,53

A hatékony marketing – EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete

	Változó (megoszlása a mintában)	húsevő	semleges	funkcionális húsevő
Múlt	Többet fogyaszt (12,7%)	9,6 %	18,8 %	11,1 %
	Kevesebbet fogyaszt (13,2%)	4,8 %	27,9 %	10,1 %
	Nem változtat (74%)	85,6 %	53,3 %	78,7 %
	χ^2 statisztika (sig)	100,388 (0,000)		
Jövő	Próbálom számítani a húst az étrendemből	1,17	2,43	2,24
	Igyekszem több zöldséget fogyasztani	2,98	3,37	3,31
	Próbálok kevesebb húst enni	1,50	2,69	2,01

Forrás: Saját kutatás

A kutatás eredményeinek összegzéseként az alábbi megállapításokat tesszük a korábban már ismertetett felhasználási korlátokat figyelembe véve:

T1: A klaszterek eltérő egészségtudatossággal jellemezhetőek.

T2: A klaszterek múltbeli fogyasztása eltérő.

T3: A klaszterek jövőbeli magatartása is várhatóan más lesz.

4. Következtetések és javaslatok

Az empirikus kutatás korábbi fázisában létrehozott klaszterek a konatív attitűd alapján eltérő jellegűeket mutatnak. A klaszterek alapjául szolgáló MAQ skála már magában hordozza a hússal kapcsolatos eltérő véleményeket, azonban az egészségmagatartás ilyen dimenzióját nem vizsgálja. Ezt alapul véve pontosabban, további ismérvek alapján alaposabban ismerhetjük meg a klasztereinket, amely a stratégiai döntéshozatalnál elengedhetetlen.

Megállapíthatjuk, hogy a hús iránti kötődés alapján feltárt klaszterek egészséggel kapcsolatos konatív attitűdje nem homogén. A táplálkozásban jelentős szerepet betöltő hús fogyasztásában és a tervezett jövőbeli magatartásban a klaszterek különböznek.

A statisztikailag szignifikáns eredmények alapján a kutatás korábbi fázisában meghatározott klaszterek jellemzését tovább finomíthatjuk. Ennek eredményeképp, összesítve az előzetes eredményekkel, és kiegészítve a jelenlegiekkel a „húsevők többségében férfiak, hetente többször esznek húst, magasabb az aktív fizikai dolgozók aránya a csoportban, míg BMI szempontjából az átlagnál nagyobb arányban vannak jelen a sovány és a túlsúlyos kategória képviselői.” Kevésbé egészségtudatosak, az ízek fontosabbak, magatartásukon nem változtattak a közelmúltban és a jövőben sem terveznek markáns változást. „A semlegesek esetében több a nő, kevesebbszer esznek húst, mint a másik két klaszter, magasabb a nyugdíjasok aránya és az erősen túlsúlyosaké.” Számukra az egészségesség a legfontosabb, és persze változtatnak a húsfogyasztásukon (többet, vagy kevesebbet esznek), a jövőben pedig a zöldségek mennyiségének a növelése a cél. Egy harmadik változó bevezetése (pl. jövedelem) tovább finomítaná ezeket az eredményeket. „A funkcionális húsevők esetében szintén női többség van, emellett a húsevés is gyakoribb hetente, ugyanakkor az aktív szellemiek aránya magasabb, és BMI alapján itt a normál testsúlyúak találhatóak az átlaghoz képest magasabb arányban.” Ez kiegészül egy ésszerű egészségtudatossággal, ahol mindennek helye van. Véleményük tükrözi az átlagot, közép vonalat képviselnek.

Az eltérő fogyasztói csoportok ismerete fontos lehet az egészséges életmód tekintetében a hússal kapcsolatos attitűd irányításában, a megfelelő húsfogyasztási gyakoriság kialakításában, és a megfelelő húsok fontosságának felismertetésében a fogyasztók körében.

5. Összefoglalás

Empirikus kutatásunk korábbi fázisában a portugál MAQ skála alapján létrehoztunk három klasztert, a húsevőket, a semlegeseket és a funkcionális húsevőket. A tanulmányban foglalt eredmények alapján célunk az volt, hogy a demográfiai változókkal profilozott klasztereket egyéb jellemzők alapján is megismerjük. A vizsgálatba bevont változók alapján megnéztük a megkérdezettek konatív attitűdjét az egészséggel kapcsolatban, amely szignifikáns eléréseket eredményezett. Ez alapján a korábban semlegesként definiált csoport kapott egy radikálisabb színezetet, a húsevők számára az ízek, ételek, húsok továbbra is mindenekfelett, míg a funkcionális húsevők esetében megtaláltuk az enyhébb, de egészségességet képviselő oldalt is.

Az eredmények validálása érdekében fontosnak tartjuk jelen kutatást kvalitatív kutatással, mégpedig a fókuszcsoporthoz vizsgálati módszerrel való kiegészítését. A kutatás korlátai között említenénk meg a minta nem reprezentatív jellegét, illetve regionális koncentrációját, hiszen a kutatásban alapvetően Nyugat-Magyarországon élők vettek részt.

Irodalomjegyzék

Audebert, O. – Deiss, V. – Rosset, S. (2006): Hedonism as a predictor of attitudes of young French women towards meat, *Appetite*, 46 239-247.

Az egy főre jutó éves élelmiszer-fogyasztás mennyisége jövedelmi tizedek (decilisek), régiók és a települések típusa szerint (2010–) https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_zhc023a.html, (Letöltés ideje: 2018. március 19.)

Diehl, J. M. (2002) Skalen zur Erfassung von Ernährungs- und Gesundheitseinstellungen. www.joergdiehl.de Letöltés ideje 2017.02.26.

Dudás, K. (2011): A tudatos fogyasztói magatartás. *Vezetéstudomány*. 42 (7-8) 47-55.

Font-i-Furnols, M. – Guerro, L. (2014): Consumer preference, behavior and perception about meat and meat products: An overview. *Meat Science*. 98 (1) 361-371.

GfK: Növekszik az egészségesnek tartott élelmiszerkategóriák fogyasztása. A tízórai és uzsonna egyre inkább a napi étkezési rutin része (2016.03.02.) Sajtóközlemény (Letöltés ideje: 2016.05.20.)

Graca, J. – Calheiros, M. M. – Oliveira, A. (2015): Attached to meat? (Un)Willingness to adopt a more plant-based diet. *Appetite*. 95, 113-125.

Gruenert, K. G. (2006): Future trends and consumer lifestyles with regard to meat consumption, *Meat Science*. 74, 149-160

Hofmeister-Tóth Ágnes (2006): Fogyasztói magatartás, Aula Kiadó, Budapest

Kanerva, M. (2013): Meat consumption in Europe: Issues, trends and debates, Universität Bremen, In: <http://www.artec.uni-bremen.de> Letöltés ideje 2016.03.29.

A hatékony marketing – EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete

Kearney. J. (2010): Food consumption trends and drivers. Philosophical Transactions of the Royal Society. 365 (1) 2793-2807.

National Chicken Council: Per Capita Consumption of Poultry and Livestock, 1965 to Estimated 2016, in Pounds. In: www.nationalchickencouncil.org Letöltés ideje 2016.03.29.

Szakács Zsolt (2012): A márkázott húskészítmények fogyasztása hazánkban. Doktori (PhD) értekezés, Gödöllői Egyetem

Szakály Z. – Kiss, M. – Jasák, H. (2014): Funkcionális élelmiszerek, fogyasztói attitűdök és személyre szabott táplálkozás. Táplálkozásmarketing, 1 (1-2) 3-17.

Töröcsik, M. (2014): Az ételfogyasztás megatrend kapcsolódásai, Táplálkozásmarketing. 1 (1-2) 19-27.

Verbeke, W. – Vackier (2004): Profile and effects of consumer involvement in fresh meat, Meat Science. 67, 159-168

Zsarnóczay G. (2009): A vöröshúsok szerepe a táplálkozásban. Élelmiszer, táplálkozás és marketing. 6 (1-2) 51-58.