

FOGYASZTÓI TRENDK A TÁPLÁLKOZÁSBAN, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL A FIATAL KORCSOPORTRA

CONSUMER TRENDS IN NUTRITION WITH SPECIAL REGARD TO YOUNGSTERS

Szakály Zoltán

CSc, egyetemi tanár

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Marketing és Kereskedelem Intézet
szakaly.zoltan@econ.unideb.hu

ÖSSZEFOGLALÁS

Az elmúlt évtizedekben világvizonylatban a civilizációs betegségek rohamos terjedése következett be, és az általuk okozott halálozások már jó ideje a legnagyobb arányúak. A témával foglalkozó kutatások hamar kiderítették, hogy a krónikus betegségek terjedéséért mindekelőtt az emberiség megváltozott életmódja a felelős. A vázoltak új kihívások elé állítják az élelmiszeripart: olyan új élelmiszereket kell kifejlesztenie, amelyek egészségvédő hatásuk révén lassítják az emberiséget sújtó civilizációs betegségek terjedését. A tanulmány bemutatja azokat a fogyasztói trendeket, amelyek hatással vannak a fiatalok táplálkozási szokásaira. További célkitűzés a különbségek feltárása a táplálkozási trendek és a fiatalok étkezési attitűdjei között. A kutatás keretében országos kérdőíves fogyasztói felmérést végeztünk ezer fiatal bevonásával. A vizsgált célcsoport tagjainak életkora 11–18 év közötti volt. Az eredmények szerint a „természetesen funkcionális” trend erősödésére kell számítanunk az elkövetkező években, és a jövőben is ez lesz a legfontosabb hajtóereje az egészséginnovációknak. A fiatalok többsége a hét minden napján fogyaszt reggelit, ebédet és vacsorát, ugyanakkor megjegyzendő, hogy a fiatalok 15-16%-a ritkábban, mint heti három napon vagy soha nem reggelizik. Az étkezések közötti falatozási szokások kedvezőtlenek, a leggyakrabban fogyasztott termékek a csokoládé (60,8%), a chips (43,0%) és a sós rágcárnivalók (41,9%). Némi bizakodásra adhat okot, hogy a gyümölcs (39,3%) is előkelő helyen szerepel a nassolnivalók között. A nassolási szokások mellett annak időpontja is a rizikótényezők közé sorolható; a diákok többsége délután vagy az esti órákban szokott nassolni. A fiatalok szubjektív véleménye szerint a család valamennyi tagja számára fontos az egészséges táplálkozás, úgy vélik, hogy édesanyjuk tud a legtöbbet az egészséges táplálkozásról. Az eddigi tapasztalt tendenciától eltérően a fiatalok saját egészségi állapotukat ítélik a legjobbnak a családon belül. A három legfontosabb információforrás a fiatalok számára az egészséges táplálkozásról a szülők, az internet és a tanárok. Az eredmények arra hívják fel a figyelmet, hogy a szülők és a tanárok felelőssége nagy a fiatalok táplálkozási szokásainak formálásában. Az interneten elérhető információk egy része a táplálkozással kapcsolatban nem tekinthető hiteles forrásnak, amivel szemben a szakmai szervezetek együttes és koordinált fellépése jelenthet megoldást.

ABSTRACT

In the last decades we have witnessed a very fast spread of civilization diseases worldwide and the death rate caused by them has been the highest for long time now. Researches elaborating the topic soon found out that it is the changed lifestyle of people that is mainly responsible for the fast spread of non-communicable diseases. The outlined facts pose new challenges for the food industry: it needs to develop new foods with health protective impacts that slow down the spread of the civilization diseases affecting humans. This study shows those consumer trends that influence young people's eating habits. A further aim is to reveal the differences between nutrition trends and young people's eating attitudes. Our research includes a questionnaire involving 1000 young people. The age of the target group members was between 11 and 18. According to research results, we need to expect a strengthening of the 'naturally functional' trend in the coming years, and in the future it will also be the most important driving force of health-innovation. The majority of the youth have breakfast, lunch and dinner every day of the week, however, it is important to note that 15-16% of them have breakfast less than three times a week or never. Youth snack eating habits between the main meals are unfavourable since the most frequently consumed products are chocolate (60.8%), crisps (43.0%) and other salty snacks (41.9%). It is encouraging that fruit (39.3%) also figures prominently among snacks. Besides their snacking habits, the time when they pursue it can also be listed among the risk factors: most students have snacks in the afternoon or in the evening. According to the subjective opinion of the young people, healthy diet is important for all the members of the family and they think that their mother knows most about healthy eating. Contrary to the tendencies experienced so far young people judge their state of health the best in their families. The three most important sources of information for them are their parents, the internet and their teachers. The research results call attention to that the parents' and teachers' responsibility is big in shaping the youngsters' eating habits. Part of the information that is available on the internet cannot be regarded authentic, and a joint and coordinated action of professional organisations can be a solution to the problem.

Kulcsszavak: fiatalok, trendek, táplálkozás, szokások, attitűdök, egészség

Keywords: youngsters, trends, nutrition, habits, attitudes, health

BEVEZETÉS

Az elmúlt évtizedekben világviszonylatban az ún. civilizációs betegségek rohamos terjedése következett be, és az általuk okozott halálozások már jó ideje a legnagyobb arányúak (ILSI Europe, 2018). A civilizációs betegségek kezdetben a világ legfejlettebb részén váltak egyre tömegesebbé, míg a fejletlenebb államok mentesek voltak ezektől. Mára a helyzet úgy alakult, hogy a betegség hullám elérte a kevésbé fejlett országokat, míg a világ fejlett államaiban a folyamat lelassult,

bizonyos betegségek esetében pedig csökkenő tendenciát mutat (WHO, 2004). Az ILSI Europe (2018) éves jelentésében konkrét számokat is közöl. Csak Európában 11–26 millió ember szenved ételallergiától vagy ételintoleranciától, 1,9 milliárd ember testtömege haladja meg a normális értéket a világon, közülük 650 millió személy elhízott, miközben kétmilliárd ember nem jut elegendő vitaminhoz és ásványi anyaghoz mindennapi táplálkozása során. Az iskoláskorú gyermekek helyzete sem jobb: becslések szerint 2025-re 268 millió gyerek lesz túlsúlyos, közülük 91 millió elhízott.

A témával foglalkozó kutatások hamar kiderítették, hogy a civilizációs (krónikus) betegségek terjedéséért mindenekelőtt az emberiség megváltozott életmódja a felelős (Szakály, 2011). A piaci verseny hatására fokozódó hajszoltság, a felgyorsult élettempó, a nagymértékű környezetszennyezés, a stressz és a mozgásszegény életmód ellenére az emberiség évezredek táplálkozási szokásai változatlanok maradtak. A megváltozott életmódhoz nem igazodó táplálkozás egyenes következménye volt a krónikus betegségek rohamos terjedése a világon, amely jelentős mértékben terheli az egyes országok egészségügyi rendszereit, gazdasági károkat is okozva.

A vázoltak új kihívások elé állítják az élelmiszeripart: olyan új élelmiszereket kell kifejlesztenie, amelyek egészségvédő hatásuk révén lassítják az emberiséget sújtó civilizációs betegségek terjedését, egyúttal az idősödő társadalmaknak is hosszabb egészségben eltöltött élettartamot biztosítanak. Az alkalmazkodási folyamat biztos jele, hogy egyre nő azon élelmiszerek száma a piacon, amelyek a kiváló élvezeti érték mellett még egy vagy több táplálkozásbiológiai előnnyel is rendelkeznek. Az ilyen típusú élelmiszereket a szakma funkcionális élelmiszereknek nevezte el (Bíró, 2004; Hawkes, 2004), a fogalom azonban jogi értelemben nem szabályozott (Lugasi, 2008; Lelovics, 2010; Vicentini et al., 2016).

A leírtak alapján a tanulmány célkitűzése, hogy bemutassa azokat a legfontosabb fogyasztói trendeket, amelyek hatással vannak a lakosság, különösen a fiatalok táplálkozási szokásaira. További célkitűzésként jelölhető meg a különbségek feltárása a táplálkozási trendek és a fiatalok jelenlegi étkezési (táplálkozási) attitűdjei között.

FOGYASZTÓI TRENDEK A TÁPLÁLKOZÁSBAN

Az élelmiszerek fogyasztására, valamint az egészségtudatos táplálkozásra vonatkozóan számos előrejelzés született az elmúlt évtizedekben különböző kutatóhelyek részéről. E kutatások szerint a „természetesen funkcionális” trend további erősödésére kell számítanunk az elkövetkező években, és a jövőben is ez lesz a legfontosabb hajtóereje az egészséginnovációknak (Mellentin, 2014, 2017).

A fehérje a fogyasztók többsége számára, mint „jó összetevő” jelenik meg. Fogyasztói felmérések szerint a vállalatok legfontosabb kommunikációs üzenetei a fehérjékre vonatkozóan a következők:

- Kielégíti a normális testtömeggel kapcsolatos fogyasztói elvárásokat.
- Hozzájárul a kiegyensúlyozott étrendhez.
- Teltségérzetet kelt, így elősegíti a hatékony fogyókúrát.
- Energiát ad, és ezzel segít „átvészelni” a fáradságos napokat.

A legnagyobb növekedést ezen a téren a fehérjeitalok érték el, amelyek elsősorban a sporttáplálkozás kategóriájában képviseltetik magukat. Azok a fogyasztók, akik hetente legalább egyszer sportolnak, a testmozgást pedig az egészséges életmód, valamint a testtömeg-menedzselés szerves részének tekintik, biztosan választanak valamilyen fehérjeitalt. Az ide sorolható fogyasztók többsége negyvenévesnél fiatalabb, rendszeresen sportol, és fontos számára az ideális testkép.

Élelmiszer-kategóriáktól függetlenül a fogyasztók egyre nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a „jó” és a „rossz” szénhidrátoknak. A leginkább egészségtudatos fogyasztók fokozatosan csökkentik a finomított ún. „rossz” szénhidrátok fogyasztását (fehér kenyér, fehér rizs), és legtöbbször a testtömeg egyensúlyban tartása vezérli. Az ősi gabonafélék és magvak, mint például a tönkölybúza, a quinoa, a teff vagy a hajdina egyre inkább a modern táplálkozás részei, és beleillenek a „természetesen egészséges” trendbe.

A normális testtömeg iránti igény az egyik legfontosabb hajtóereje a funkcionális élelmiszerek és italok iránti keresletnek. Ennek egyik megnyilvánulási formája a személyre szabott diéták követése, ami az elkövetkező évek egyik meghatározó trendje lesz. A személyre szabott táplálkozás egy olyan koncepció, amely az étrendet, az élelmiszereket, illetve a tápanyagokat az adott személy egyéni (genetikai, életstílus és környezeti) szükségleteire adaptálja (Kussmann–Fay, 2008; Bashiardes et al., 2018). A személyre szabott táplálkozás szoros kapcsolatban áll az élelmiszer-marketingben gyakran hangoztatott tömeges egyéniesítés fogalmával, ahol az egyes termékek jellemzőit a vevők egyéni igényeihez igazítják, de a „testre szabott” termékeket tömegesen gyártják és forgalmazzák (Szakály et al., 2016).

Az ún. egészséges nassolás a következő fontos trend a modern táplálkozásban. Ázsiában, Európában és Amerikában a snackek eladása fokozatosan növekszik, miután a lakosság mintegy 40%-a snack termékekkel helyettesíti az ebédjét. A GfK-cégszócsoport kutatásai is alátámasztják ezt a jelenséget (GfK, 2015); a fiatalok szerte a világban ritkábban fogyasztanak reggelit, ebédet vagy vacsorát, mint az idősebb generációk, helyette gyakrabban esznek a főétkezések között. Az új snack típusú készítményeknek egyszerre kell ízletesnek és „egészségesnek” lenniük, ha a vállalatok sikert akarnak elérni velük a piacon.

A „free from” termékek fő üzenete, hogy az „mentes valami rossztól”. Az ide sorolható készítmények egyre népszerűbbek a magukat egészségesnek valló személyek körében is. Sok fogyasztó számára például a „gluténmentes” jelző egyenlő az emésztőrendszer egészségének megőrzésével, másoknak viszont a testtömeg csökkentésével vagy egyensúlyban tartásával.

Ez utóbbi előny összefüggésbe hozható egy régóta önállósuló trenddel, ami az emésztőrendszer egészségét helyezi a középpontba. Ennek legfontosabb innovációs iránya a probiotikus termékek fejlesztése és piaci megjelenése.

A fiataloknál a kozmetikai (szépség-) szempontoknak történő megfelelés kényszere az egyik fő hajtóerő. Számos élelmiszer tartalmaz olyan összetevőket, amelyek hatással vannak az esztétikus megjelenésre, a szép bőrre, hajra és körömre. Ezek közé sorolhatók a sajtok, a probiotikus tejtermékek vagy éppen a gyógynövénytartalmú készítmények. Ezeket az élelmiszereket a szakma együttesen *cosmeceuticals*nak nevezi.

ANYAG ÉS MÓDSZER

A TÁMOP-6.1.2.B-14/1-2015-0001 azonosítójú projekt keretében országos kérdőíves fogyasztói felmérést végeztünk a fiatalok táplálkozási szokásainak feltárása érdekében. Az országos kérdőíves felmérést ezer fiatal bevonásával végeztük el, vizsgálva a korosztály általános étkezési szokásait, valamint az egészséges táplálkozással kapcsolatos ismereteiket (Szakály et al., 2015). A vizsgált célcsoport tagjainak életkora 11–18 év közötti volt, ami a gyakorlatban az általános iskola 5. osztályától a szakmunkásképző vagy a középiskola befejezéséig tartó időszakot foglalta magában.

Az egyes régiókban és a kijelölt településeken az ún. véletlen séta (random walking) elvét alkalmaztuk, amely teljes véletlenszerűséget biztosít a megfelelő válaszadók kiválasztásához. A felkeresett háztartásban lakó, alap- vagy középfokú oktatásban részt vevő fiatalok közül az ún. születésnapj kulcs alkalmazásával választottuk ki az interjúra megfelelő személyt. Ezzel a módszerrel második lépésben is biztosítottuk a teljes véletlenszerűséget. A minta véletlen hibája $\pm 1,9$ – $3,2\%$.

Az adatfelvételek sztenderd kérdőív segítségével, személyes interjúk keretében a megkérdezettek lakásán készültek, úgy, hogy a kérdezőbiztos a kiválasztott személynek egy ún. kártyaszettet adott át, amely tartalmazta az egyes kérdésekre adható válaszlehetőségeket. A megkérdezett által adott válaszokat a kérdezőbiztos írta be a kérdőívre.

Az adatfeldolgozás keretében a leíró statisztikák mellett két- és többváltozós összefüggés-vizsgálatokat végeztünk, melynek során kereszttábla- és varianciaelemzést alkalmaztunk.

EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

Általános étkezési szokások

A kérdőív első részében a fiatal korosztály általános étkezési szokásainak feltárását tűztük ki célul. Ezen belül kérdést fogalmaztunk meg a főétkezések gyakoriságával és helyével kapcsolatban. Ezt követően a főétkezések közötti nassolási szokásokat elemeztük.

Az 1. táblázat az egyik legfontosabbnak számon tartott étkezés, a reggeli fogyasztási gyakoriságát szemlélteti.

1. táblázat. A reggelifogyasztás rendszeressége (N = 1000)

| Gyakoriság | Válaszok megoszlása | |
|----------------------------|---------------------|------|
| | fő | % |
| Naponta | 722 | 72,2 |
| Heti 3–5 nap | 122 | 12,2 |
| Ritkábban, mint heti 3 nap | 84 | 8,4 |
| Soha | 72 | 7,2 |

Saját szerkesztés

A megkérdezettek többsége (72,2%) – a táplálkozási ajánlásoknak megfelelően – a hét minden napján fogyaszt reggelit. Nem mondható el a rendszeresség a válaszadók megközelítőleg egyötöde esetében, ők azok, akik heti 3–5 napon vagy ennél ritkábban reggeliznek. Nem elhanyagolható azok aránya sem, akik reggeli nélkül kezdik a napot (7,2%). Míg a közétkeztetésben étkezők háromnegyede (74,3%) napi rendszerességgel reggelizik, addig azok körében, akik nem veszik igénybe a menza szolgáltatásait, ez az érték csak 63,8%. Esetükben a nem reggelizők aránya körülbelül duplája (11,6%) a menzán étkezőkhöz képest (6,1%) ($p < 0,05$).

A kutatásban részt vevők kétharmada (65,9%) teli gyomorral indul el az iskolába, vagyis otthon reggelizik. Egyharmaduk az iskolában teszi ezt, közülük is a többség (25,8%) nagy valószínűséggel az otthon csomagoltat fogyasztja el, míg kisebbségben vannak azok a diákok, akik az iskolai menza szolgáltatását veszik igénybe (4,5%). Kevésbé jellemző a megkérdezettek körében, hogy otthonról az iskolába menet, azaz utazás közben (2,8%) fogyasztják el a reggelit. Szignifikáns különbségeket találtunk aszerint, hogy milyen típusú iskolába jár a válaszadó ($p < 0,01$): a gimnazisták nyilatkozták a legmagasabb arányban (69,5%), hogy

otthon reggeliznek (szakközépiskola: 64,9%; szakmunkásképző: 61,4%; általános iskola: 65,6%). Ezzel ellentétben erre a csoportra jellemző legkevésbé, hogy menzán fogyasztja el az első főétkezést (0,5%), ami a középfokú oktatás sajátosságait figyelembe véve nem meglepő eredmény (szakközépiskola: 3,8%; szakmunkásképző: 6,0%; általános iskola: 6,6%).

Ezt a logikát követve két kérdést fogalmaztunk meg az ebéd kapcsán is. Először az ebéd fogyasztás gyakoriságával kapcsolatos eredményeket elemezzük (2. táblázat).

2. táblázat. Az ebéd fogyasztás rendszeressége (N = 1000)

| Gyakoriság | Válaszok megoszlása | |
|----------------------------|---------------------|------|
| | fő | % |
| Naponta | 943 | 94,3 |
| Heti 3–5 nap | 40 | 4,0 |
| Ritkábban, mint heti 3 nap | 13 | 1,3 |
| Soha | 3 | 0,3 |
| Nem tudja/nem válaszol | 1 | 0,1 |

Saját szerkesztés

Az eredmények alapján kijelenthető, hogy az ebéd nem hiányozhat a napi rutinból. A tanulók asztalára szinte kivétel nélkül (94,3%) napi rendszerességgel kerül ebéd. Érdekes módon elenyésző mértékben ugyan, de akadtak olyan válaszadók is, akik nem szoktak ebédelni (0,3%).

A megkérdezettek közel 70%-a (69,4%) az ebéd fogyasztás legjellemzőbb helyszínéül az iskolai menzát jelölte meg. Ezáltal előjáróban megállapítható, hogy a közétkeztetés szolgáltatásait elsősorban ebéd fogyasztás céljából veszik igénybe a diákok. Nem elhanyagolható azok aránya sem, akik otthonukban étkeznek (22,3%), ők vélhetően a tanítási idő lejártát követően teszik ezt. A válaszadók 6,3%-a az otthon elkészített ebédet fogyasztja el az iskolában. Olyan diákok is akadnak, akik vendéglátóhelyen étkeznek (1,4%), arányuk azonban nem számottevő. Erős kapcsolat ($p < 0,001$) figyelhető meg az iskola típusa és az ebéd fogyasztás egyes helyszínei között: a „képzettség” növekedésével párhuzamosan csökken a közétkeztetést igénybevevők aránya (általános iskola: 78,6%; szakmunkásképző: 67,8%; szakközépiskola: 63,6%; gimnázium: 57,9%), és nő az otthon étkezőké (általános iskola: 15,8%; szakmunkásképző: 25,6%; szakközépiskola: 27,3%; gimnázium: 28,5%), valamint az otthon csomagolt ebédet az iskolában elfogyasz-

tóké (általános iskola: 3,8%; szakmunkásképző: 6,7%; szakközépiskola: 6,9%; gimnázium: 10,5%).

Végezetül a nap utolsó étkezésével, a vacsorával kapcsolatos eredmények bemutatására kerül sor. Elsőként a fogyasztás rendszerességét tanulmányoztuk (3. táblázat).

3. táblázat. A vacsora fogyasztás rendszeressége (N = 1000)

| Gyakoriság | Válaszok megoszlása | |
|----------------------------|---------------------|------|
| | fő | % |
| Naponta | 930 | 93,0 |
| Heti 3–5 nap | 50 | 5,0 |
| Ritkábban, mint heti 3 nap | 14 | 1,4 |
| Soha | 6 | 0,6 |

Saját szerkesztés

A fogyasztás rendszerességét tekintve a vacsora az ebéddel említhető egy lapon, ugyanis 90% feletti (93,0%) a nap mint nap vacsorázók aránya is. A nem vacsorázók pedig 1% alatti (0,6%). A megkérdezettek 5,0%-a időnként, míg 1,4%-a az esetek többségében kihagyja a vacsorát. Szignifikáns különbséget a nemek függvényében tapasztaltunk. A férfiakra valamelyest jellemzőbb a napi rendszerességgű vacsora fogyasztás (95,5%), mint a nőkre (90,7%). Elmondható továbbá, hogy a nők arányaiban véve ötször többen nyilatkozták azt, hogy nem szoktak vacsorázni (1,0%), mint a férfiak (0,2%) ($p < 0,05$).

Az iskolai kötelezettségek és egyéb elfoglaltságok „vacsora időre” véget érnek, ezért nem meglepő, hogy a válaszadók szinte kivétel nélkül otthonukban fogyasztják el a vacsorát (97,9%). A kivételek között említhetők például a kollégisták (0,8%).

A következő kérdés segítségével a főétkezések közötti nassolási szokásokról kérdeztük a fiatalokat. A leginkább veszélyeztetett csoportba azok a válaszadók tartoznak, akik naponta több alkalommal vagy napi rendszerességgel nassolnak. A naponta többször nassolóknak 9,1%, míg a naponta egyszer nassolóknak 35,5% az aránya a mintában. Együttes arányuk meghaladja a 40%-ot (44,6%), ami aggodalomra adhat okot. Megközelítőleg ugyanennyien (43,2%) heti 1–3 alkalommal falatoznak az étkezések között. A nassolás nem jelent kockázatot azok számára, akik havi rendszerességgel (7,3%) vagy ennél ritkábban teszik azt (2,5%).

A nassolnivalónak a köztudatban negatív a kicsengése, annak ellenére, hogy megkülönböztethetünk ún. „egészséges nasikat” is, mint például a gyümölcs, a zöldség és a natúr olajos magvak. A 4. táblázat arra vonatkozóan nyújt infor-

mációkat, hogy az étkezések közötti falatozás során jellemzően mely kategóriák dominálnak.

4. táblázat. Kedvelt nassolnivalók (N = 976)

| Nassolnivaló | Válaszok megoszlása | |
|---|---------------------|------|
| | fő | % |
| Csokoládé | 593 | 60,8 |
| Chips | 420 | 43,0 |
| Sós rágcslálnivaló (ropi, sós szotyola, sós mogyoró stb.) | 409 | 41,9 |
| Gyümölcs | 384 | 39,3 |
| Fagylalt, jégkrém | 379 | 38,8 |
| Sütemény | 342 | 35,0 |
| Rágógumi | 222 | 22,7 |
| Natúr olajos magvak (szotyola, mogyoró, kesudió stb.) | 134 | 13,7 |
| Tejtermék | 129 | 13,2 |
| Cukor, nyalóka | 106 | 10,9 |
| Zöldség | 61 | 6,3 |
| Egyéb* | 12 | 1,2 |
| Nem tudja/nem válaszol | 3 | 0,3 |

*Egyéb: Keksz (4 fő), Pattogatott kukorica (4 fő), Amit találók (1 fő), Aszalt gyümölcs (1 fő), Gabonapehely (1 fő), Müzli (1 fő)
Saját szerkesztés

Az eredmények nem túl biztatóak, hiszen a dobogós helyezettek kivétel nélkül az egészségi állapotot hátrányosan befolyásoló nassolnivalók közé sorolhatók. A dobogó legfelső fokán a csokoládé áll, melyet a fiatalok megközelítőleg 60%-a (60,8%) előszeretettel fogyaszt az étkezések között. A csokoládét jelentős lemaradással a chips követi sorban (43,0%). A dobogó harmadik fokán pedig a sós rágcslálnivalók állnak 41,9%-kal. Néma bizakodásra adhat okot, hogy a gyümölcs is előkelő helyen szerepel a nassolnivalók sorában, ugyanis a megkérdezettek közel 40%-a (39,3%) említette. Népszerű még a fagylalt és a jégkrém (38,8%), de a kedveltebb nassolnivalók között nevesíthető a sütemény és a rágógumi is. Kevésbé jellemző a célcsoportra a natúr olajos magvak (13,7%), a tejtermékek (13,2%) és a cukor, valamint a nyalóka (10,9%) fogyasztása. A kutatás eredményei alapján kijelenthető, hogy a zöldség nem tartozik a közkedvelt nassolnivalók közé (6,3%).

Az egészséges táplálkozással kapcsolatos szokások

A kutatás második részében a vizsgált korosztály egészséges táplálkozással kapcsolatos szokásait elemeztük. A megkérdezetteknek az egészséges táplálkozáshoz való viszonyulást nemcsak önmagukra nézve, hanem a szülőkre vonatkozóan is értékelniük kellett egy ötfokozatú intervallumskálán (1 – egyáltalán nem ért egyet; 5 – teljes mértékben egyetért) (5. táblázat).

5. táblázat. Az egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdök értékelése (N = 1000)

| Állítás | Saját attitűd | | Édesanya | Édesapa | észlelt attitűdje | |
|--|---------------|--------|----------|---------|-------------------|--------|
| | átlag | szórás | átlag | szórás | átlag | szórás |
| | | | | | | |
| Az egészséges táplálkozást fontosnak véli. | 4,28 | 0,863 | 4,44 | 0,782 | 4,09 | 0,956 |
| Egészségesen táplálkozik. | 3,81 | 0,886 | 3,99 | 0,843 | 3,70 | 0,909 |
| Egészségi állapota kitűnő. | 4,48 | 0,736 | 4,22 | 0,805 | 4,05 | 0,884 |
| Az egészséges táplálkozással kapcsolatos tudásszintje megfelelő. | 4,00 | 0,896 | 4,29 | 0,809 | 4,00 | 0,937 |

Saját szerkesztés

A fiatalok szubjektív véleménye szerint a család valamennyi tagja fontosnak véli az egészséges táplálkozást, ugyanis az önmegítélés, az édesanya és az édesapa megítélése is 4,00 feletti átlagot kapott. A családon belül az édesanyák számára a legfontosabb az egészséges táplálkozás (4,44), őket a gyerekek követik (4,28), a sort pedig az édesapák zárják (4,09). Az eredmények alapján egyértelmű, hogy a nők számára fontosabb az egészséges táplálkozás, mint a férfiaknak. Mindez az első állítás értékelése során számszerűen is bizonyítást nyert (saját megítélés esetében férfi: 4,20; nő: 4,36) ($p < 0,01$). A gimnazisták értékelték a legmagasabb osztályzattal az első állítást, ami megerősíti azt a hipotézisünket, miszerint a képzettség pozitívan befolyásolja az egészséges táplálkozás fontosságának megítélését (saját megítélés esetében általános iskolások: 4,23; szakmunkástanulók: 4,20; szakközépiskolások: 4,24; gimnazisták: 4,45) ($p < 0,01$).

A második állítás a táplálkozás egészségességére vonatkozik. Az első állításhoz hasonlóan a megkérdezettek úgy gondolják, hogy édesanyjuk táplálkozik a legegészségesebben (3,99) a családon belül. A második helyre most is saját magu-

kat tettek (3,81), míg meglátásuk szerint az édesapjukra igaz a legkevésbé, hogy egészségesen táplálkozik (3,70). Érdekes azonban megjegyezni, hogy az egészséges táplálkozás fontosságához képest a tényleges helyzet minden esetben rosszabb megítélést kapott.

Az eddig tapasztalt tendenciától eltérően a fiatalok saját egészségi állapotukat ítélik a legjobbnak (4,48). Édesanyjuk egészségi állapotát 4,22-os, édesapjukét pedig 4,05-os osztályzattal minősítették.

Az egészséges táplálkozással kapcsolatos negyedik állítás a tudásszintre vonatkozott. A megkérdezett fiatalok úgy vélik, hogy a családban édesanyjuk tud a legtöbbet az egészséges táplálkozásról (4,29). Saját ismereteiket és édesapjuk tudásszintjét az egészséges táplálkozással kapcsolatban egyaránt jónak (4,00) találják.

Az egészséges életmóddal kapcsolatos hiteles információk célcsoporthoz történő eljuttatása kihívást jelentő feladat az érintettek számára. Lényeges kérdés tehát, hogy a fiataloknak honnan származnak az egészséges táplálkozással kapcsolatos információi (6. táblázat).

6. táblázat. Egészséges táplálkozással kapcsolatos információk forrása (N = 1000)

| Információforrás | Válaszok megoszlása | |
|------------------|---------------------|------|
| | fő | % |
| Szülők | 665 | 66,5 |
| Internet | 439 | 43,9 |
| Tanár(ok) | 419 | 41,9 |
| Televízió | 270 | 27,0 |
| Orvos/védőnő | 220 | 22,0 |
| Barátok | 143 | 14,3 |
| Edző(k) | 118 | 11,8 |
| Újságok | 97 | 9,7 |
| Testvér(ek) | 73 | 7,3 |
| Könyvek | 67 | 6,7 |
| Rádió | 26 | 2,6 |
| Egyéb* | 7 | 0,7 |

*Egyéb: Nagyszülők (3 fő), Nincsenek ilyen információim (2 fő), Egészségügyi verseny (1 fő)
Saját szerkesztés

Fiatal korosztályról lévén szó nem okoz meglepetést az eredmény. A három legfontosabb információforrás sorrendben a szülők (66,5%), az internet (43,9%) és a tanárok (41,9%). A szülők oktató-nevelő szerepének a fontossága már több ízben is alátámasztást nyert, nincs ez másként az egészséges életmóddal kapcsolatos információszerzésben sem. Tízből közel hét fiatal ugyanis a szüleitől tájékozódik ezzel a témával kapcsolatban, ami nagy felelősséget ró a szülőkre. Az internetezés közkedvelt időöltés a fiatalok körében, amit hasznos dolgokra is lehet használni, jelen esetben az egészséges életmóddal kapcsolatos információk forrásaként. A tanároktól a diákok 41,9%-a tájékozódik. Ez az arány alacsonynak mondható, ha figyelembe vesszük azt a tényt, hogy idejük jelentős részét az iskolában, tanáraik társaságában töltik. A negyedik helyen a televízió áll, 27%-os említési gyakorisággal. Az orvosok és a védőnők csoportja csupán az ötödik helyet tudta megszerezni (22,0%). A további médiumok – újságok, rádió – a lista alján helyezkednek el.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A kutatásban részt vevők többsége a hét minden napján fogyaszt reggelit, ebédet és vacsorát, ugyanakkor megjegyzendő, hogy a fiatalok 15-16%-a ritkábban, mint heti három napon vagy soha nem fogyaszt reggelit. A célcsoportra irányuló marketingkommunikációnak fel kell hívnia a figyelmet a rendszeres reggelizés fontosságára. A család anyagi helyzetének javulásával párhuzamosan valamennyi étkezés esetében csökken azon fiatalok aránya, akik az iskolai menzán étkeznek, vagyis az esetek többségében a megélhetési gondokkal küzdő családokból származó gyerekek nagyobb arányban veszik igénybe a köztételtető szolgáltatásait.

A nassolási szokások feltérképezése ugyancsak kiemelt jelentőséggel bír, ugyanis a nassolás a fiatalkori elhízás kiváltó okai között említhető. A fogyasztási gyakoriságot tekintve a legveszélyeztetettebb csoportba azok a tanulók tartoznak, akik naponta több alkalommal vagy napi rendszerességgel nassolnak. A mintán belüli 50% körüli arányuk aggodalomra adhat okot. A nassolás gyakorisága mellett a nassolás időpontja is a rizikótényezők közé sorolható. Az ezzel kapcsolatos eredmények sem túl biztatóak, hiszen a diákok többsége délután és/vagy az esti órákban szokott nassolni. Az említési gyakoriságok alapján a csokoládé, a chips és a sós rágcálnivalók a legkedveltebb nassolnivalók, melyek hátrányosan befolyásolhatják az egészségi állapotot. Némi bizakodásra adhat okot, hogy a gyümölcs is előkelő helyen szerepel a nassolnivalók sorában. Az eredmények részben ellentétesek azokkal a táplálkozási trendekkel, amelyek az egészséges nassolás fontosságára hívják fel a figyelmet.

A kutatás második részében az egészséges táplálkozással kapcsolatos ismereteket mértük fel a fiatal korosztály körében. Mivel a család és a szülői minták

oktató-nevelő szerepe megkérdőjelezhetetlen, ezért az egészséges táplálkozáshoz való viszonyulással kapcsolatban megfogalmazott állításokat a szülőkre vonatkozóan is értékelniük kellett a fiataloknak. A fiatalok szubjektív véleménye szerint a család valamennyi tagja fontosnak véli az egészséges táplálkozást, megjegyzendő azonban, hogy ez az édesanyák számára a legfontosabb. Ezzel összhangban a megkérdezettek úgy gondolják, hogy édesanyjuk táplálkozik a legegészségesebben. Most is a második helyre saját magukat tették, míg meglátásuk szerint az édesapjukra igaz a legkevésbé, hogy egészségesen táplálkozik. Az egészséges táplálkozásról is az édesanyák tudnak a legtöbbet. Az eddig tapasztalt tendenciától eltérően a fiatalok saját egészségi állapotukat ítélik a legjobbnak a családon belül. Összefoglalásként megállapítható, hogy a gyerekek elsősorban az édesanya példamutató magatartása révén sajátíthatják el az egészséges táplálkozással kapcsolatos viselkedésmintákat, amit a célcsoportra irányuló marketingkommunikációs stratégia tervezésekor érdemes figyelembe venni.

Végül, de nem utolsósorban szót kell ejteni arról, hogy honnan származnak a fiatalok egészséges táplálkozással kapcsolatos információi. A három legfontosabb információforrás a szülők, az internet és a tanárok. A negyedik helyen a televízió áll, amit az orvosok és a védőnők csoportja követ. Az eredmények arra hívják fel a figyelmet, hogy nagy a felelősségük a szülőknek és a tanároknak a diákok táplálkozási szokásainak formálásában. Ugyanakkor az is nyilvánvaló, hogy az interneten elérhető információk egy része a táplálkozással kapcsolatban nem tekinthető hiteles forrásnak, amivel szemben a szakmai szervezetek együttes és koordinált fellépése jelenthet megoldást.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

A publikáció elkészítését a TÁMOP-6.1.2.B-14/1-2015-0001 azonosító számú projekt támogatta.

IRODALOM

- Bashiardes, S. – Godneva, A. – Elinav, E. et al. (2018): Towards Utilization of the Human Genome and Microbiome for Personalized Nutrition. *Current Opinion in Biotechnology*, 51, 57–63. DOI: 10.1016/j.copbio.2017.11.013, <https://genie.weizmann.ac.il/pubs/2017-bashiardes-current-opinion-biotechnology-december.pdf>
- Bíró Gy. (2004): Új funkcionális élelmiszer-alkotórészek – A rosszindulatú daganatok és az oxidatív degradáció. *Édesipar*, 50, 4, 137–146.
- GfK (2015): *Consumer Life. Roper Reports*. <https://www.gfk.com/products-a-z/consumer-life/>
- Hawkes, C. (2004): *Nutrition Labels and Health Claims: The Global Regulatory Environment*. Geneva: World Health Organization, 1–88. <https://apps.who.int/iris/bitstream/hand->

- le/10665/42964/9241591714.pdf;jsessionid=14740CA3EE9BF3C25C931AEA8268DE85?sequence=1
- ILSI Europe (2018): *ILSI Europe Annual Report 2017*. Brussels: International Life Sciences Institute, 1–48. <http://ils.eu/media-center/annual-report-2017/>
- Kussmann, M. – Fay, L. B. (2008): Nutrigenomics and Personalized Nutrition. *Personalized Medicine*, 5, 5, 447–455. DOI: 10.2217/17410541.5.5.447, https://www.researchgate.net/publication/246136393_Nutrigenomics_and_personalized_nutrition_Science_and_concept
- Lelovics Zs. (2010): *Funkcionális élelmiszerek táplálkozásbiológiai elemzése. Hiteles termékek – tudatos fogyasztók*. VI. Táplálkozásmarketing Konferencia, Kaposvári Egyetem, Kaposvár, 2010. november 11.
- Lugasi A. (2008): *Funkcionális élelmiszerek. Korlátok és lehetőségek a jogszabályok tükrében*. IV. Táplálkozásmarketing Konferencia, Kaposvári Egyetem, Kaposvár, 2008. június 5.
- Mellentín, J. (2014): Key Trends in Functional Foods & Beverages for 2015. *New Nutrition Business*. https://www.nutraceuticalsworld.com/issues/2014-11/view_features/key-trends-in-functional-foods-beverages-for-2015 (Letöltés: 2018. május 12.)
- Mellentín, J. (2017): Key Trends in Functional Foods & Beverages for 2018. https://www.nutraceuticalsworld.com/issues/2017-11/view_features/key-trends-in-functional-foods-beverages-for-2018/991-
- Szakály Z. (2011): *Táplálkozásmarketing*. Budapest: Mezőgazda Kiadó
- Szakály Z. – Polereczki Zs. – Jasák H. (2015): *A hazai közétkeztetés, valamint a fiatalok táplálkozási szokásainak felmérése*. Kutatási Jelentés. Debrecen: Debreceni Egyetem, <http://reform-menza.hu/dokumentumok/3/kiadvanyok>
- Szakály Z. – Polereczki Zs. – Kovács S. (2016): Consumer Attitudes toward Genetic Testing and Personalised Nutrition in Hungary. *Acta Alimentaria*, 45, 4, 500–508. <http://real.mtak.hu/42829/1/066.2016.45.4.6.pdf>
- Verbeke, W. (2007): Az élelmiszerkockázatokra adott fogyasztói reakciók és a kommunikáció. *Élelmiszervizsgálati Közlemények*, 53, 1, 26–36.
- Vicentini, A. – Liberatore, L. – Mastrocola, D. (2016): Functional Foods: Trends and Development of the Global Market. *Italian Journal of Food Science*, 28, 2, 338–351. <https://www.chiriotte-ditori.it/ojs/index.php/ijfs/article/download/211/121/>
- WHO (2004): *The World Health Report 2004. Changing History*. Geneva: World Health Organization, <https://www.who.int/whr/2004/en/>