

**FUNKCIONÁLIS ÜDÍTŐK MEGÍTÉLÉSÉNEK ÉS FOGYASZTÁSI SZOKÁSAINAK  
FŐBB JELLEMZŐI A 18-30 ÉVESEK KÖRÉBEN MAGYARORSZÁGON****MAIN CHARACTERISTICS OF THE PERCEPTION AND CONSUMPTION HABITS OF  
FUNCTIONAL SOFT DRINKS AMONG THE AGED 18-30 IN HUNGARY***Ricz Sándor***ÖSSZEFOGLALÁS**

Ebben a folyton változó, modern világban az egészséges életmód egyre inkább előtérbe kerül, amelynek az egészséges, vitamindús étrend és a rendszeres testmozgás a két alappillére. Ezen két pillérhez kapcsolódhatnak a funkcionális üdítők. Kutatásom célja annak felmérése, hogy a magyarok hogyan ítélik meg a funkcionális üdítőket, hogyan vélekednek ezeknek az üdítőknek az élettani hatásairól, és milyen fogyasztói attitűdök jellemzik ezeket az üdítőket. Céloom emellett az is, hogy vizsgáljam a vásárlók funkcionális üdítőkkel kapcsolatos elvárásait. Kutatásom kérdőíveken alapul, amelyet Google kérdőívként készítettem és a közösségi médián keresztül juttattam el a célcsoporthoz. Leíró statisztikai módszereket és nem-paraméteres próbákat alkalmaztam a beérkezett 444 kérdőív adatainak elemzésére. A vizsgált sokaság statisztikailag nem reprezentálja hazánk lakosságát az adott korosztályban, a kutatást nem tekintjük reprezentatívnak, az eredmények iránymutatásként szolgálnak. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a válaszadók közel 60%-a már fogyasztott funkcionális üdítőket. Elmondható, hogy a fogyasztók leginkább a funkcionális üdítők beltartalmát értékelik, amelyet a termék íze követ. A fogyasztók számára a legkevésbé fontos tényező az üdítő színe, illetve a márkája. A megkérdezettek többnyire egyetértettek abban, hogy a funkcionális üdítők egészségesek és hasznosak az emberi szervezet számára, mivel hozzáadott vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmaznak. Bizonyos demográfiai tényezők alapján vizsgálva, az egyes fogyasztói szegmensek eltérő válaszokat adtak bizonyos kérdésekre.

*Kulcsszavak: funkcionális üdítők; fogyasztási szokások, funkcionális élelmiszer*

**ABSTRACT**

In this, modern world, a healthy lifestyle is becoming more and more prominent, vitamin-rich diet and regular sport activities are the two pillars of it. The aim of my research is to assess how Hungarians judge functional soft drinks, how they feel about the physiological effects of these soft drinks, and what consumer attitudes characterize these soft drinks. My goal is also to examine the expectations of customers regarding functional soft drinks. My research is based on survey technique that I prepared as a Google questionnaire and distributed to the target audience through social media. I used descriptive statistical methods and non-parametric tests to analyze the data of the 444 questionnaires received. The examined population does not statistically represent the population of Hungary in the given age group, we do not consider the research to be representative and the results serve as guidelines. Based on the results, it can be stated that almost 60% of the respondents have already consumed functional soft drinks. It can be said that consumers value the content of functional soft drinks the most, followed by the taste of the product. The least important factor for consumers is the color and brand of the soft drink. Respondents mostly agreed that functional soft drinks are healthy and beneficial to the human body as they contain added vitamins and minerals. Examined based on certain demographic factors, each consumer segment gave different answers to certain questions.

*Keywords: functional soft drinks; consumption habits, functional food*

## BEVEZETÉS

Az egészséges életmód napjainkban egyre inkább előtérbe kerül, sőt egyfajta divattá is vált. Az egészséges életmódnak a két legalapvetőbb pillére a rendszeres sporttevékenységek végzése és a változatos, de egészséges táplálkozás. A funkcionális üdítők mindkét alapkomponenshez köthetőek. A funkcionális üdítők a funkcionális élelmiszerek alcsoportja, amelyek a 20. század vége felé kezdtek megjelenni a piacon (BECH et al., 2002).

A funkcionális élelmiszerek azon felül, hogy a táplálkozás élettani hatásaiban játszanak szerepet, más módon is pozitívan befolyásolják a szervezet működését, például javítják a közérzetet vagy csökkentik egyes betegségek kialakulásának kockázatát, vagy magára az egészségre pozitív hatása vannak (MENRAD, 2003). Ebbe a meghatározásba nem tartoznak bele a különböző kapszulák, vagy tabletták. Továbbá fontos megemlíteni, hogy olyan élelmiszer tartozhat ide, amelynek napi szintű megszokott mennyiségű elfogyasztása eredményez valamilyen pozitív hatást. Így alapvetően nagyon sok élelmiszer tartozhat ebbe a kategóriába, de a legtöbb esetben valamilyen dúsított élelmiszer tekinthető funkcionálisnak (SZAKÁLY, 2009). Ez a dúsítás történhet vitaminokkal, pre- és probiotikumokkal vagy más különböző esszenciális alkotóelemekkel egyaránt. A legnépszerűbb funkcionális élelmiszerekhez a következők tartoznak:

- Olyan funkcionális élelmiszerek, amelyek összevetve hasonló termékekkel érdemben kevesebb kalóriát tartalmaznak;
- Antioxidánsokkal (vitaminokkal, flavonoidokkal) dúsított élelmiszerek;
- Organikus élelmiszerek;
- Egészséges zsiradékot tartalmazó élelmiszerek (ROBERFROID, 2002).

Számos olyan funkcionális élelmiszer van, amely pozitív tulajdonságok közül nemcsak egyet, hanem többet is hordoz magában. A funkcionális üdítők újdonságnak számítanak hazánkban (SÍRÓ, 2008). Ezzel szemben az Egyesült Államokban ezen élelmiszereknek már tradíciójuk van, és fogyasztásuk teljesen beépült az emberek napi fogyasztásába. Magyarországon azonban a fogyasztók még bizalmatlanok bizonyos funkcionális italok esetében, hiszen nem ismerik, nem próbálták azokat (SZAKÁLY, 2008). Mindazonáltal hazánk sajnos élen jár a modernkori „megbetegedéseket” illetően, hiszen az elhízás és a kardiológiai betegségek az egészségtelen életmódnak és a nem megfelelő táplálkozásnak köszönhetőek nagyrészt. Ezen „betegségek” elkerülhetőek lennének, heti többszöri sportolással, illetve minőségi az egészséget pozitívan befolyásoló élelmiszerekkel (LEHOTA, 2006). Azonban az emberek nagy része nem foglalkozik az egészségével, csak ha már megbetegedett, ilyenkor viszont mindent megtesznek azért, hogy minél hamarabb újra egészségesek legyenek. A betegségből való kigyógyulás azonban meglehetősen költséges és kétséges, a prevenció azonban célravezetőbb lenne, de sokan csak utólagosan gondolnak erre. Sajnos ez a gondolkodásmód hazánk polgáira kimondottan jellemző, de ez a felfogás változtatható és formálható (MENDIS, 2011).

Fontos megjegyeznünk, hogy például a cukormentes üdítők, amelyek édesítőszeret tartalmaznak, túlzott mértékben szintén károsak lehetnek az egészségre. Hiszen ezen édesítőszer a bélmozgásra lehetnek káros hatással. Ezért fontos megőrizni az egyensúlyt és betartani a rendszeres testmozgást és a változatos étrendet, azonban ez egy hétköznapi ember számára nehézségekkel járhat (GOETZKE et al., 2014). Éppen ezen okból kifolyólag minden apró segítség, ami előre mozdítja ezt az életmódváltást lényeges és jelentős. Ilyen segítséget nyújthatnak a funkcionális üdítők, amelyek egészségi állapotot pozitív irányba befolyásoló hatással rendelkeznek, illetve a sport tevékenységek alkalmával ezen italok plusz energiát biztosíthatnak. Sokan nincsenek tisztában ezen italok jótékony hatásaival, és preferálják a különböző egészségesnek hitt gyümölcsleveket, amelyek valójában tele vannak cukorral, és nem is gondolnák, hogy egy nap mennyi cukrot visznek be a szervezetükbe (LANTOS, 2010). Ezért a primer kutatásomban, nem csak a fogyasztók preferenciáit vizsgáltam, hanem a fogyasztók megítélését is a funkcionális üdítők esetében.

A tanulmány célja, feltárni a funkcionális üdítők magyarországi megítélését kiemelten a 18-30 éves korosztály esetében. Ezentúl, a kutatómunka be kívánja mutatni ezen korosztály fogyasztási szokásait a funkcionális üdítőket illetően.

### ANYAG ÉS MÓDSZER

Kutatásom során főként primer típusú adatfelvételt alkalmaztam, de szekunder adatgyűjtést is végeztem. A kutatómunka alapját kérdőíves, online formában kitölthető felmérés adta. A kérdőívet Google kérdőív formájában juttattam el a kitöltőkhöz és a közösségi médián és az interneten keresztül terjesztettem. Azért ezen csatornákat választottam, mert alapvetően a 18-30 éves korosztályt jelöltem meg célcsoportnak. A kérdőív kitöltése nem volt korlátozva, bármelyik korosztályhoz tartozó személy kitölthette. A kitöltők döntő többsége (87%-a) a 18-30 éves korosztályhoz tartozott, ezért az elemzés során nem végeztem külön szegmentációt az egyes korosztályokra. Az értékelhető minta elemszáma 444 volt, amelynek demográfiai adatait az 1. táblázat szemlélteti.

1. táblázat: A mintasokaság demográfiai jellemzői (N=444)

Demográfiai jellemzők	Megoszlás (%)
<b>Nem</b>	
Férfi	49,5%
Nő	50,5%
<b>Életkor</b>	
18 év alatti	3,8%
18 – 30 év között	87,4%
31 – 40 év között	8,8%
<b>Lakhely</b>	
Főváros	0,2%
Megyeszékhely	50,0%
Város	28,2%
Falu	21,6%
<b>Egy főre jutó havi jövedelem</b>	
200 000 Ft felett	22,3%
150 000 – 200 000 Ft között	50,9%
75 000 – 150 000 Ft között	21%
75 000 Ft alatt	5,9%
<b>Családi állapot</b>	
Egyedül él	13,3%
Párkapcsolatban, bejegyzett élettársi kapcsolatban vagy házas, 1 vagy több gyermekkel	11,0%
Párkapcsolatban, bejegyzett élettársi kapcsolatban vagy házas, gyermek nélkül	45,1%
Szüleivel él	30,6%
<b>Iskolai végzettség</b>	
Érettségi	43,9%
Felsőfokú végzettség	53,6%
Szaktanulmányok	2,5%
<b>Gazdasági aktivitás</b>	
Aktív fizikai	23,2%
Aktív szellemi	52,9%
Munkanélküli	3,4%
Tanuló	20,5%

Forrás: Saját eredmény, 2021

Az adatgyűjtés szisztematikus, szabályokkal pontosan behatárolt egységes és számszerűsíthető volt, hiszen csak így lehetett az eredményeket pontosan elemezni. A kitöltés önkéntes és anonim volt. A kérdőívben nyitott és zárt kérdéseket is megfogalmaztam, voltak feleletválasztós kérdések, illetve bizonyos kérdések estében ötfokozatú Likert-skálát is alkalmaztam. A fogyasztói preferenciák megértése érdekében különféle kérdéseket tettem fel a funkcionális üdítők vásárlásával és fogyasztásával kapcsolatban. A minta a demográfiai adatok alapján nem tekinthető reprezentatívnak, nem tükrözi hazánk, Magyarország lakosságát, ezért az eredmények csak iránymutatásként szolgálhatnak, feltáró jellegűek.

A kutatás kvantitatív jellegű, a kérdőív adatainak feldolgozásához és elemzéséhez leíró statisztikai módszereket, illetve nem-paraméteres próbákat (Kruskal-Wallis, Mann-Whitney) alkalmaztam, az Excel táblázatkezelő program, valamint az SPSS statisztikai szoftver segítségével.

### EREDMÉNYEK

A kérdőívet kitöltők 60 százaléka (265 fő), már előzetesen fogyasztott funkcionális üdítőt, tehát véleményem szerint ezen válaszadók tisztában voltak, a funkcionális üdítő fogalmával. Kérdőívemben, számos olyan kérdést tettem fel, amely rávezeti a kitöltőt arra, hogy mik is azok a funkcionális üdítők, így egyfajta kontroll kérdésként felmértem azt, hogy a kitöltők másként válaszolnának-e, arra a kérdésre, hogy fogyasztottak-e funkcionális üdítőt korábban. A már előzetesen igennel válaszolt 265 főn kívül, 79 fő (18 %), válaszolta azt, hogy már előzetesen is fogyasztott ilyen italt, csak nem tudta, hogy ez funkcionális üdítőnek számít. Kérdőívemben vizsgáltam azt, hogy miként vélekednek a fogyasztók a funkcionális italokról. Az ezzel összefüggésben megfogalmazott állításokkal kapcsolatos egyetértés mértékét (1 – egyáltalán nem értek egyet, 5 – teljesen egyetértek) az 1. ábrán szemléltetem.



1. ábra: A funkcionális üdítők megítélése (N=444)

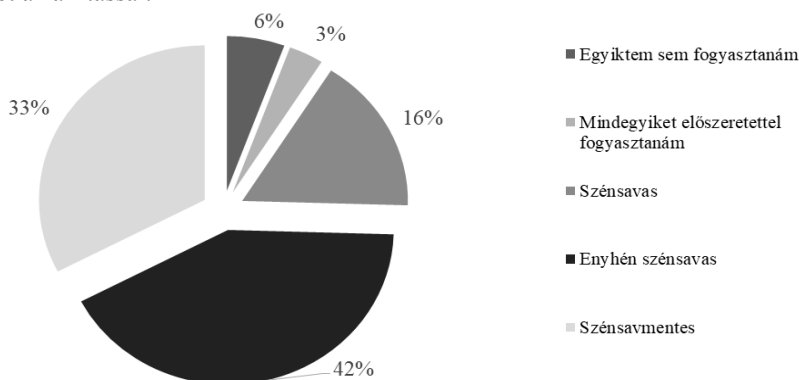
Megjegyzés: 1 – egyáltalán nem értek egyet, 5 – teljesen egyetértek

Forrás: Saját eredmény, 2021

A legtöbben azzal az állítással értettek egyet, hogy: „A funkcionális üdítők egészségesek, hiszen jótékony hatással vannak az emberi szervezet működésére, mert hozzáadott vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmaznak.” Az állítás esetében az egyetértés mértéke átlagosan 3,85 (medián: 4; szórás: 1,27). A második leginkább elfogadott, támogatott állítás („A funkcionális üdítőt csak sportolóknak javasolt fogyasztani.”) esetben az átlageredmény 3,81 (medián: 4; szórás: 1,26). A harmadik helyre pedig az az állítás került, mely szerint: „A funkcionális üdítők túl mesterségesek, a tiszta víznél nincs egészségesebb folyadék.” Ennek az állításnak az átlageredménye 3,78 (medián: 4; szórás: 1,28).

Számomra furcsa volt, hogy ez utóbbi két állítás egyfajta ellentmondásban van a leginkább egyetértett állítással, ezért a demográfiai adatok alapján megvizsgáltam, hogy milyen különbségek mutathatók ki egyes szegmensek véleményében. Az iskolai végzettség alapján a következő különbségek figyelhetők meg. „A funkcionális üdítők túl mesterségesek, a tiszta víznél nincs egészségesebb folyadék.” állítás esetében azon kitöltők, akiknek szakmunkás végzettségük van, 91 százalékban értettek egyet nagyrészt vagy teljes mértékben, tehát 4-5 értéket adtak meg ennél a kérdésnél. Az érettségivel rendelkezők esetében ez 84 százalék. Azonban, ha felsőfokú végzettséggel rendelkezők szemszögéből vizsgáljuk meg a kérdést, akkor a teljesen, illetve részbeni egyetértés aránya mindösszesen 56 százalék. Hasonló eredményeket kapunk, ha a másik állításra adott válaszokat is megvizsgáljuk („A funkcionális üdítőt csak sportolóknak javasolt fogyasztani”). Ebben az esetben a felsőfokú végzettséggel rendelkező válaszadók 61 százaléka értett részben vagy teljes mértékben egyet (4-5 értékelés) ezzel az állítással, míg ez az érettségivel rendelkezők esetében már 83 százalék. Tehát ezen adatok függvényében elmondható, hogy a felsőfokú végzettséggel rendelkező kitöltők kevésbé elutasítók a funkcionális üdítők tekintetében, illetve nemcsak a sportolóknak javasolják, az alacsonyabb iskolai végzettséggel rendelkezőkkel szemben. A nem paraméteres próbák is alátámasztották ezt a statisztikai különbséget (Mann-Whitney,  $p < 0,05$ ).

Ha megvizsgáljuk azokat az állításokat is, amelyekkel legkevésbé értettek egyet a válaszadók, a következő megállapítások tehetők. A legkisebb az egyetértés mértéke azzal az állítással szemben, amely azt mondja, hogy „A funkcionális üdítők rendszeresen fogyasztása elegendő vitamint biztosít a szervezet egészséges működéséhez.” (átlag 2,9; medián: 3; szórás: 1,41). A második legkevésbé egyetértett állítás „A funkcionális üdítők fogyasztásának nincs jelentős hatása az egészségre sem pozitív sem negatív irányban.” volt, 2,98-as átlagértékkel (medián: 3; szórás: 1,38). Ezen adatok függvényében elmondható, hogy a válaszadók közepes mértékben értettek egyet az állítással.

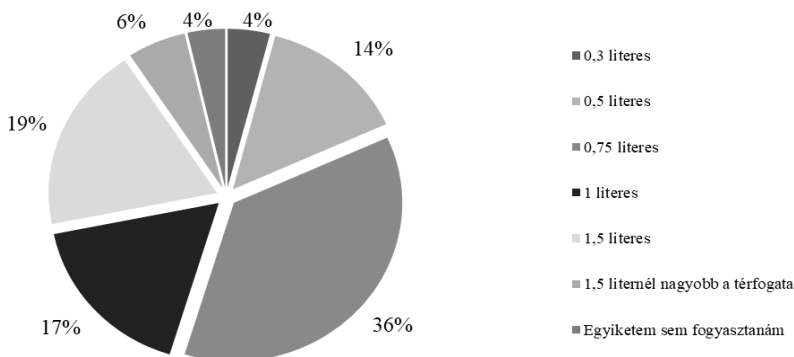


2. ábra: **Fogyasztói preferenciák a funkcionális üdítők szénsavasságát illetően (N=444)**  
 Forrás: Saját eredmény, 2021

A megkérdezettek 42 százaléka az enyhén szénsavas funkcionális üdítőt részesíti előnyben, a második (33%) leginkább kedvelt pedig a szénsavmentes opció volt (2. ábra). A megkér-

dezt összesen 6 százaléka nyilatkozott úgy, hogy egyiket sem fogyasztaná. Ezzel szemben 3 százaléka vélekedett úgy, hogy mindegyik típusú üdítőt előszeretettel fogyasztaná. Közismert tény, hogy a férfiak és nők más-más italokat és ételeket preferálnak (MAKELA et al., 2006), éppen ezért megvizsgáltam, hogy van-e különbség ebben a kérdésben a nemek alapján. Az eredmények azt mutatják, hogy a férfiak legnagyobb arányban (46,8%) enyhén szénsavas funkcionális üdítőket fogyasztanak. Ez a terméktulajdonság hasonlóan a nők esetében is a legpreferáltabb, viszont ennek aránya esetükben alacsonyabb (37,1%). A szénsavmentes funkcionális üdítők esetében, a preferencia 36 százaléka a nőknél, a férfiak esetében pedig, 29,5 százalék. Azonban ezt a különbséget a nem-paraméteres próba alapján nem lehet kimutatni, azaz szignifikáns különbség nem figyelhető meg a nemek között a termék szénsavasságának preferenciáját illetően.

A válaszadók, arra a kérdésre, hogy legfeljebb mennyit hajlandóak fizetni 0,5 literes kiszerelésű funkcionális üdítőért, amelynek elfogyasztása fedezi a napi szükséges vitamin mennyiséget, átlagosan 417 forintot adtak meg (medián: 400 forint; szórás: 142 forint). Azonban a jövedelmi helyzet alapján elkülönítettem, azokat a válaszadókat, akiknek a jövedelme 1 főre vetítve egy hónapban legfeljebb 150 ezer forint. Ezt a csoportot hasonlítottam össze azokkal, akiknek a havi jövedelme egy főre vetítve meghaladja a 150 ezer forintot. Ez alapján megállapítható, hogy az alacsonyabb átlagjövedelemmel rendelkezők átlagosan mindösszesen 347 forintot hajlandóak fizetni a termékért. A másik csoport esetében ez az érték átlagosan 442 forint. Ez azt jelenti, hogy az alacsonyabb jövedelemmel rendelkezők átlagosan 95 forinttal kevesebbet fizetnének ugyanazon termékért, mint a magasabb jövedelemmel rendelkezők (Mann-Whitney,  $p < 0,05$ ).



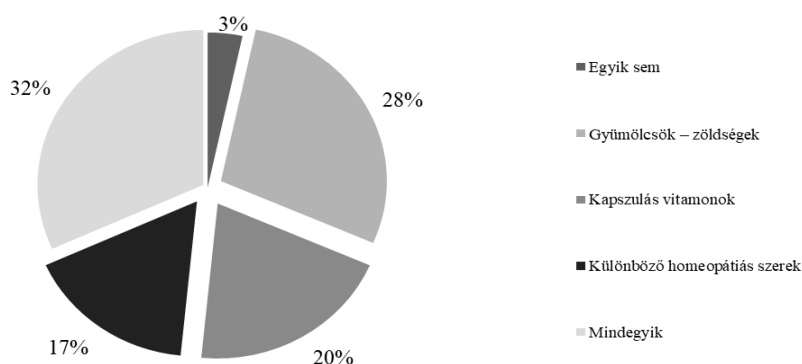
3. ábra: **Fogyasztási preferenciák a funkcionális üdítők kiszerelését illetően (N=444)**

Forrás: Saját eredmény, 2021

Vizsgáltam azt is, hogy a válaszadók milyen kiszerelésű funkcionális üdítőket preferálnak (3. ábra). A legnagyobb részarány a 0,75 literes térfogatú funkcionális üdítőknél figyelhető meg, hiszen ezt a lehetőséget a válaszadók 36 százaléka jelölte meg. Ezt követte az 1 literes kiszerelés a válaszadók 17 százalékánál. A válaszadók között a teljes elutasítottság mértéke volt a legalacsonyabb, amely mindösszesen 4 százalék volt. Szegmentált elemzést használva, a válaszadókat két részre bontottam, akik legalább heti rendszerességgel sportolnak, illetve akik ennél ritkábban. Azon válaszadók esetében, akik heti rendszerességgel sportolnak (N=303), a leginkább kedvelt (47,5%) kiszerelés a 0,75 literes. Azon válaszadók esetében viszont, akik ritkábban sportolnak (N=141), a leginkább preferált (44%) kiszerelés a 1,5 literes. Az így kapott adatok alapján kijelenthetjük, hogy azon válaszadók esetében, akik minimum heti rendszerességgel sportolnak nagyobb a preferenciája a kisebb kiszerelésű funkcionális italoknak, míg ezzel szemben azon válaszadók, akik ritkábban sportolnak, inkább részesítik előnyben a nagyobb kiszerelésű funkcionális italokat (Mann-Whitney,  $p < 0,05$ ). Ennek oka az lehet, hogy a sportoló fogyasztók a sport-

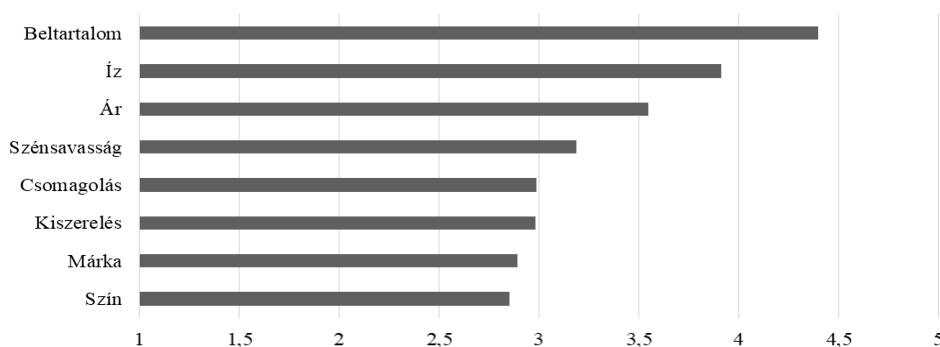
tevékenységük helyszínére magukkal viszik a funkcionális üdítőket és ott fogyasztják el, ezért számukra praktikusabb a kisebb kiszerelés. Míg ezzel szemben, azon fogyasztók, akik nem sportolnak, nagy valószínűséggel otthon fogyasztják el ezen üdítőket, éppen ezért ezen esetekben a nagyobb kiszerelés a praktikusabb.

A 4. ábrán láthatjuk, hogy a válaszadók miként vélekednek a funkcionális üdítők helyettesítő termékeiről. A megkérdezettek legnagyobb aránya (32%) úgy véli, hogy a gyümölcsök, zöldségek, kapszulás vitaminok és különböző homeopátiás szerek egyaránt szolgálhatnak a funkcionális üdítők helyettesítő termékeiként. Azonban a csak egy terméket választó kitöltők között a leginkább helyettesítő terméknek vélt csoport a zöldségek és gyümölcsök voltak 28 százalékkal. A demográfiai mutatókat felhasználva szegmentált elemzést végeztem, s lakóhely szerint bontottam ketté a válaszadókat ennél a kérdésnél. Azon válaszadók esetében, akik falvakban laknak, a gyümölcsök és zöldségek, mint helyettesítő termékek léptek az első helyre 41 százalékponttal. Ezzel szemben a városi lakosság esetében ennek aránya csak 25 százalék, a legpreferáltabb helyettesítő termék ezen szegmens esetében kapszulás vitaminok voltak 38 százalékponttal. (Mann-Whitney,  $p < 0,05$ )



4. ábra: A funkcionális üdítők helyettesítő termékei (N=444)

Forrás: Saját eredmény, 2021



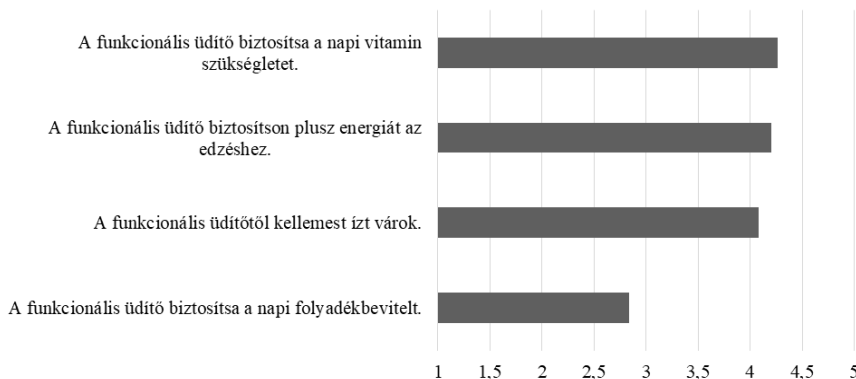
5. ábra: A funkcionális üdítők tulajdonságaival kapcsolatos fogyasztói preferenciák (N=444)

Megjegyzés: 1 – legkevésbé tartom fontosnak, 5 – kiemelkedően fontosnak tartom

Forrás: Saját eredmény, 2021

Az 5. ábrán látható, hogy a megkérdezettek melyik tulajdonságát tartják a legfontosabbnak a funkcionális üdítőknek. A leginkább fontosnak tartott tulajdonság a funkcionális üdítők beltartalma, amely átlagosan 4,4-es értéket kapott (medián 5; szórás: 0,78). A második leginkább

fontosnak vélt tulajdonság az íz (átlag: 3,9; medián: 4; szórás: 0,86). A harmadik helyre pedig az ár került, 3,55 átlagértékkel (medián: 4; szórás: 1,2). A legkevésbé fontosnak tartott tulajdonság a termék színe (átlag: 2,85; medián: 3; szórás: 1,35). Az így kapott eredmények alapján, elmondható, hogy a vásárlók, leginkább a beltartalomra és az ízre helyezik a legnagyobb hangsúlyt, amikor funkcionális üdítőket vásárolnak, és legkevésbé annak színét tartják fontosnak.



6. ábra: **A funkcionális üdítők által nyújtott előnyökkel kapcsolatos fogyasztói preferenciák (N=444)**

Megjegyzés: 1 – legkevésbé tartom fontosnak, 5 – kiemelkedően fontosnak tartom

Forrás: Saját eredmény, 2021

Vizsgáltam azt is, hogy a fogyasztók hogyan vélekednek a funkcionális üdítők által nyújtott előnyökről (6. ábra). A megkérdezettek legnagyobb mértékben azt az állítást tartják kiemelkedően fontosnak, hogy „A funkcionális üdítő biztosítsa a napi vitamin szükségletet” (átlag: 4,26; medián: 4; szórás: 0,9). Ezt az állítást szorosan követve a második leginkább fontosnak tartott előnye a terméknek az, hogy „A funkcionális üdítő biztosítson plusz energiát az edzéshez” (átlag: 4,2; medián: 4; szórás: 0,86). A válaszadók által legkevésbé fontosnak vélt tulajdonság az, hogy „A funkcionális üdítő biztosítsa a napi folyadékbevitelt” (átlag: 2,84; medián: 3; szórás: 1,46).

Demográfiai adatok alapján szegmentált elemzést végezve a válaszadókat két szegmensre osztottam, azokra, akik minimum heti rendszerességgel sportolnak, illetve akik ennél ritkábban. A két legnagyobb átlagértéket kapott állítást vizsgálva, a következőt tapasztalhatjuk. Azon személyek, akik legalább heti rendszerességgel sportolnak, kevésbé tartják fontosnak azt, hogy a funkcionális üdítő biztosítsa a napi vitamin szükségletet (Ezen fogyasztók 42 százaléka válaszolt erre az állításra 5-ös értékkel, az átlag pedig 4,11), szemben a ritkábban sportolókkal (Ezen szegmens 65 százaléka adott 5-ös értéket erre a kérdésre, az átlag 4,56) (Mann-Whitney,  $p < 0,05$ ). Azt, hogy a funkcionális üdítő biztosítson plusz energiát az edzéshez, a heti szinten sportolók 46 százaléka tartotta kiemelkedően fontosnak (az átlagérték: 4,28), míg az ennél ritkábban sportolók esetében ez csak 39 százalék (átlagérték: 4,04) (Mann-Whitney,  $p < 0,05$ ).

### KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A kutatásom során arra kerestem a választ, hogy a 18-30 éves korosztályban lévő magyar lakosság miként ítéli meg a funkcionális üdítőket, illetve milyen elvárásokat támaszt ezen termékekkel szemben, s milyen preferenciáikkal jellemezhetők. A kitöltők legnagyobb aránya (42%) az enyhén szénsavas funkcionális üdítőket részesíti előnyben, azonban szénsavmentes italok preferenciája is magas (33%). A tanulmány alapján a férfiak inkább az enyhén szénsavas funkcionális üdítőket kedvelik a nők pedig a szénsavmenteseket, viszont ez statisztikailag nem volt igazolható. A megkérdezettek esetében a teljes elutasítottság aránya 6 százalék volt, ezen kitöl-



tők semmilyen funkcionális üdítőt nem fogyasztanak. A heti rendszerességgel sportolók a 0,75 literes kiszerezésű funkcionális üdítőket részesítik előnyben, hiszen a sporttevékenységek alkalmával ezen italokat magukkal viszik, míg a ritkábban sportoló kitöltők inkább a nagyobb kiszerezésű italokat (1,5 literes, vagy annál nagyobb) tartják praktikusabbnak. A megkérdezettek mindösszesen 3 százaléka gondolta úgy, hogy a funkcionális üdítők semmilyen termékkel nem helyettesíthetők. A válaszadók a funkcionális üdítők esetében leginkább az ital beltartalmát tartják kiemelkedően fontosnak, azonban kiemelt figyelmet fordítanak még a funkcionális üdítők ízére és árára is. A megkérdezettek átlagosan 417 forintot adnának egy 0,5 literes kiszerezésű termékért. A legkevésbé fontosnak vélt tényező a kitöltők szerint a funkcionális üdítők színe és márkája. A megkérdezettek leginkább azt várják el ezen italoktól, hogy fedezzék a vitaminszükségletüket, illetve plusz energiát biztosítsanak az edzéshez, míg a legkevésbé azt, hogy ezen italokkal elégítsék ki a szükséges napi folyadékbevitelt. Összességében a funkcionális üdítők megítélése nem egyértelmű a vizsgált sokaság alapján, azonban a leginkább elfogadott, támogatott állítás az volt, hogy „A funkcionális üdítők egészségesek, hiszen jótékony hatással vannak az emberi szervezet működésére, mert hozzáadott vitaminokat és ásványi anyagokat tartalmaznak”. A funkcionális üdítők még újdonságnak számítanak a magyar a lakosság körében, ezért megítélésük még bizonytalan, azonban, hogy mit várnak el egy ilyen üdítőtől az már körvonalazódni látszik. Érdemes lenne, ezen italok gyártóinak, forgalmazóinak megismertetni széleskörben a fogyasztókat a funkcionális üdítőkkel, hiszen a fogyasztók, amit nem ismernek, azzal szemben bizalmatlanok ezáltal nem nő a kereslet ezen termékek iránt.

#### FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) BECH-LARSEN – SCHOLDERER J. (2007): Functional foods in Europe: consumer research, market experiences and regulatory aspects. *Trend in Food Science & Technology*, Vol. 18, Issue 2, pp. 231-234.
- (2) GOETZKE B – NITZKO S – SPILLER A. (2014): Consumption of organic and functional food. A matter of well-being and health? *Appetite*. Vol. 12, Issue 3, pp. 96-105.
- (3) LANTOS Z. (2010): Az egészséges és az egészségesnek gondolt táplálkozás trendjei. *Élelmiszer, táplálkozás, marketing*. VII. évf. 1. szám, pp. 37-40.
- (4) LEHOTA J. (2006): Az élelmiszerfogyasztással kapcsolatos észlelet kockázatok és a kockázatkezelési alternatívák. *Élelmiszer, táplálkozás, marketing*. III. évf. 1. szám, pp. 13-18.
- (5) MENDIS S. – PUSKA P. – NORRVING B. (2011): Global atlas on cardiovascular disease prevention and control. World Health Organization, Geneva.
- (6) MENRAD K. (2003): Market and marketing of functional food in Europe. *Journal of Food Engineering*. Vol. 56, Issue 2-3, February, pp. 181-188.
- (7) ROBERFROID M. (2002): Functional food concept and its application to prebiotics. *Digestive and Liver Disease*. Vol 34. pp.105-110.
- (8) SÍRÓ I. – KÁPOLNA E. – KÁPOLNA B. – LUGASI A. (2008): Functional food. Product development, marketing and consumer acceptance – A review. *Appetite*, Vol. 51. pp. 456-467.
- (9) MAKELA P. (2006): Drinking patterns and heir gender differences in Europe, *Alcohol & Alcoholism* Vol. 41, Supplement 1, pp. 8-18.
- (10) SZAKÁLY Z. (2008): Trendek és Tendenciák a Funkcionális Élelmiszerek Piacán. *Táplálkozásmarketing*, 5. évf.,2-3 szám, pp. 3-11.
- (11) SZAKÁLY Z. (2009): Egészségmagatartás és funkcionális élelmiszerek: hogyan vélekednek a hazai fogyasztók? *Élelmiszer, táplálkozás és marketing*, 6. évf. 1-2 szám, pp. 9-18.

#### SZERZŐ:

**Ricz Sándor**

Vállalkozásfejlesztés MSc szakos hallgató  
ricz.sandorr@gmail.com

*A publikáció az EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00007 azonosító számú  
„Tehetségből fiatal kutató” – A kutatói életpályát támogató tevékenységek a felsőoktatásban. c.  
projekt támogatásával valósult meg.*