

## SPORTOLÁSSAL ÉS TÁPLÁLKOZÁSSAL KAPCSOLATOS APPLIKÁCIÓK HASZNÁLATA AZ EGYETEMISTÁK KÖRÉBEN

### USE OF SPORTS AND NUTRITION MOBILE APPLICATIONS AMONG UNIVERSITY STUDENTS

*Hugyecz Mirtill*

#### ÖSSZEFOGLALÁS

Napjainkban az egészséges életmód növekvő fontosságú, egyre többen figyelnek oda a megfelelő, minőségi táplálékbevitelre és a rendszeres testmozgásra. A kutatásom elsődleges célja arra választ kapni, hogy az egyéneknek az egészségtudatosabb életmódra való áttérés és annak fenntartása esetében milyen mobilmarketing eszközök tudják támogatni a törekvéseiket.

A kutatás során kérdőíves megkérdezés keretében folytattam a kutatásom (N=314). A kutatási eredmények alapján összességében elmondható, hogy az egyetemisták többnyire egészségtudatosnak gondolják magukat. Összességében elmondható sportolással kapcsolatos appokat többen használnak, mint táplálkozással kapcsolatos alkalmazásokat. Napjainkban lehetőségünk nyílt teljesítményünk és testünk folyamatos monitorizálására és a külső érdeklődők felé való dokumentálására. Így elmondható, hogy a digitalizáció szoros kapcsolatban van a sportfogyasztással is.

A kérdőívemnek köszönhetően, kulcsfontosságúnak találtam egy olyan gyűjteményt megalakítani, amely magába foglalja az egészségtudatos életmóddal és ezen belül a táplálkozással kapcsolatos okostelefon alkalmazások kategóriák szerinti megfigyelését.

*Kulcsszavak: egészséges életmód, egyetemisták, mobilmarketing*

#### ABSTRACT

These days healthy lifestyle has paramount importance, more and more people pay attention to proper and quality food intake and regular exercise. The primary goal of my research is to reveal what type of mobile applications promote the efforts of those who intend to switch to and maintain health conscious lifestyle.

During my research, I carried out a questionnaire (N=314). The results of the research suggest that university students deemed themselves mostly health conscious. Overall, more sport-related applications are in use than nutrition-intake applications. These days, it is possible to continuously monitor our performance and body and share the results with others. Therefore, it is clear that digitization is closely related to sports consumption.

Due to my questionnaire, conducting a questionnaire was a key factor to me including category-based monitoring of smartphone applications related to health conscious lifestyle covering nutrition.

*Keyword: healthy lifestyle, university students, mobil applications*

#### BEVEZETÉS

Napjainkba nélkülözhetetlen eszköz a mobiltelefonunk. Ma már általános funkciókon kívül az emberek az egészségükre is oda tudnak figyelni egy okostelefon vagy egy viselhető eszköz révén. Magyarországon fejlődő tendenciával állunk szembe, az eddigi kutatások azt mutatják, hogy a magyar lakosság körében 2009 és 2019 között folyamatosan emelkedik azoknak a száma, akik nagyon jó vagy jó véleményen vannak egészségükről (KSH, 2020).

Egy 2019-es felmérés alapján hazánkban 5,3 millió ember használ okosfont. A válaszadók által használt legnépszerűbb operációs rendszer az Android majd a második helyen az IOS

helyezkedik el s végül a Windows Phone. Márkákat tekintve pedig az első helyen a Samsung áll majd ezt követi a Huawei, illetve az Apple (ENET, 2019).

Korábban az online felületeken egy felhasználói fiókkal való bejelentkezés után aznapi aktivitásunkat felvihettük és folyamatosan nyomon követhettük. Azonban ezt az opciót kiegészítve vagy az mellett ma már sokkal könnyebb dolgunk van, hiszen egy mobilalkalmazás letöltése is elegendő, ami okostelefonnal vagy okosórával kompatibilis és a telefon segítségével részletesebb adatokat látunk, de az alap információkat az eszközön is látjuk. Ezeknek a készülékeknek vonzereje, hogy elfér a zsebbe vagy épp csuklón tudjuk használni s így bárhol bármikor rögzítésre kerülnek adataink.

Az emberek egészségtudatossága hazánkban is növekszik, aminek eredményeként az egészség megőrzése egyre fontosabb szemponttá válik (LAJOS, 2005). Ezt a folyamatot a következő megállapításokkal lehet jellemezni és összefoglalni, hogy az emberek kevesebb sót és zsírt fogyasztanak. Egyre többen az energiaszegény vagy cukormentes termékeket preferálják. Ma már nem elég az élelmiszerek táplálkozási előnyeit kiemelni, előnyben kell részesíteni az élvezeti értékeket is. Az emberek rohanó életében egyre inkább megnövekszik az érdeklődés a könnyen elkészíthető, de azért egészséges ételek iránt (GAÁL, 1998). Ahhoz, hogy az egészségtudatosság kialakuljon az emberekben helyes információkkal kell őket ellátni, amihez pedig nélkülözhetetlen eszköz a mobiltelefonjuk. Az emberek többsége, bármit keres legyen szó egy termékről vagy szolgáltatásról ezeket már mind mobiltelefonjukon keresztül teszik meg az interneten. Így nagyon fontos, hogy hiteles információkkal lássuk el őket és hagyjuk, hogy véleményüket kifejezzék. Ezzel, hogy kifejtették a véleményüket több fogyasztót tudnak ösztönözni a termék megvásárlására vagy szolgáltatás igénybevételére (BRÁVÁCZ, 2015).

SAS (2012) szerint a digitális kultúra hatalmas változásokon esett át az elmúlt egy évtized során. Hazai szinten nézve az elmúlt időszakban komoly mértékben javult a magyarországi internetpenetráció, de még nem teljesedett ki. 2020 január elsején a legfrissebb adatok szerint a hazai 15-69 éves lakosság 87%-a legalább havonta egyszer meglátogatja a világhálót, amely szerint 6.175.500 fő internetezik hazánkba (NRC, 2020). A magyar lakosság többsége egészségtudatosságban még alacsony szinten van, de egyre többen vannak már azok a lakosok, akiket megfelelő információ birtokában egészségtudatosnak lehessen hívni (MEDICALONLINE.HU, 2010).

Nem utolsó sorban szeretnék említést ejteni a viselhető technológiáról is. Tényleg ebben rejlik a technológia jövője? A válasz igen. A viselhető technológia területén történt új fejlesztések révén egyre több lehetőség jelenik meg az egészségügyi szektorban is. Ebben a felgyorsult világban azért is vált ennyire népszerűvé például egy okosóra, mert az embereknek egyre kevesebb idejük van a saját egészségükre odafigyelni, ez az apró készülék pedig legalább ellenőrzi a felhasználó testét és jelez, ha tényleg baj van vagy nyomást gyakorol a felhasználójára, hogy vezesse be a mindennapi mozgást életébe, egyszóval csak pozitív dolgokat kaphat ettől az apró készüléktől (IOTZÓNA, 2018; KOVÁCS, 2019).

Az elmúlt években, teljesen összerosódott az a kép, mit is jelent pontosan egy aktivitásimérő, egy okos – és egy sportosóra. Röviden jellemzem, hogy az aktivitásmérő többnyire a megtett lépések számát és az út hosszát, az elégetett kalóriát és hasonló adatokat tárolják el, illetve összegzi ezt a nap végén. Egy okosóra alapvetően attól okos, hogy a rendszere nem teljesen zárt, hanem applikációkat telepíthetünk rá. A sportórák fő feladata, hogy minél több paramétert adjanak vissza a sporttevékenységeinkről. Pulzusmérés, légzés ütemének kijelzése, aerob-anaerob állapotok rögzítése, lépéstávolság – maximális oxigénfelvétel terhelés hatására -, pihenési ciklus, útvonal rajz, szegmensek statisztikái és még ezer másik funkciót várhatunk el ezektől az eszközöktől (DIVATECH.HU, 2017)

## ANYAG ÉS MÓDSZER

Kutatásom elméleti hátterét releváns szakirodalmi áttekintésre építettem. A szekunder kutatásban az online fogyasztói és vásárlói magatartás folyamatát térképeztem fel. Különös hangsúlyt fektetve az online fogyasztó attitűdjeinek megismerésére és az okostelefon használati szokások felmérésére. Az elemzéseknél törekedtem az aktuális és legfrissebb adatok használatára. Jelen cikkben a terjedelmi korlátoknak köszönhetően csak a legfontosabb forrásokat szerepeltettem.

A primer kutatásom egy kérdőívben valósult meg, amit online platformon – azaz különböző egyetemi Facebook csoportokban – egyetemistákkal tölttettem ki. Kritériumok között szerepelt, hogy egyetemi hallgató legyen. A kérdőív mintanagysága 314 fő lett. Egy- és több válaszlehetőség, rövid kifejtős, 1-5-ig terjedő skálás kérdésekből állítottam össze a kérdőívet. Az elején kezdtem az általános kérdések feltevésével, mint például mennyi időt tölt el internetezéssel naponta. Aztán a táplálkozással kapcsolatos kérdésekkel folytattam utána jött a sportolással kapcsolatos kérdések, s majd végül az okosórák, s nem utolsósorban a háttérváltozókkal fejeztem be. A kitöltők többsége 71,3% nő, az elemzésbe vont korosztály 18-52 éves korig terjed. Továbbá a válaszadók 72,3% alapképzésen végzi tanulmányait. A válaszadók többsége a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karán tanul és ezen belül is a kereskedelem és marketing szakon. A minta nem reprezentatív, így általános következtetések levonására nem ad lehetőséget. A kvantitatív kutatások eredményeit az SPSS 23.0 matematikai-statisztikai elemző szoftver segítségével értékeltem ki. Az elemzés során gyakorisági és számtani átlag számításokat végeztem, illetve a keresztátlás elemzések során  $\chi^2$  próbát hajtottam végre.

A kutatás fontos részét képezte egy olyan gyűjtemény megalkotása, amely magába foglalja az egészségtudatos életmóddal és ezen belül táplálkozással foglalkozó okostelefon alkalmazások kategóriák szerinti megfigyelését. Ehhez a Play Áruház és az App Store segítségét hívtam elő. Napokig kerestem a legjobb értékelést kapott alkalmazásokat különböző témakörökben, mint például otthoni edzéstervű appok, futós applikációk. Mindegyik kategóriában 3-3 alkalmazást választottam ki, amiknél a felhasználók véleményét vizsgáltam angol vagy magyar nyelven.

## EREDMÉNYEK

A kérdőívemet 314 egyetemista töltötte ki. A kérdőívemből kiderül, hogy a megkérdezett egyetemisták 45,5% többnyire egészségtudatosnak gondolja magát. A kérdőívem három nagy kérdés egységre bontható, az első ilyen a táplálkozással kapcsolatos applikációra vonatkozott itt a válaszadók csupán 27%-a válaszolt igennel azzal kapcsolatban, hogy használ ilyen alkalmazást.

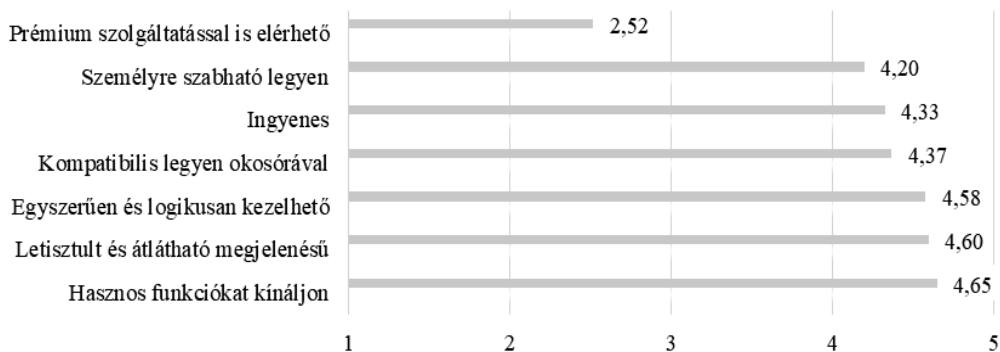
A következő a sportoláshoz kötődő applikációkra vonatkoztak itt már egy kicsit pozitívabb eredményt kaptam, mivel 49% válaszolta azt, hogy használt ilyen típusú appot.

Az utolsó nagyobb kérdéskör pedig arról szólt, hogy milyen típusú okosórát használ. Itt a kitöltők mindössze 19,1% használt már okosórát. RÁTHONYI et al. (2019) az egyetemi hallgatók körében végzett kutatásából kiderül, hogy aki nem használ okosórát annak az oka legtöbbször az eszköz ára. Továbbá az egyetemistákat zavarja, hogy kényelmetlen az okosóra mindennapi használata, illetve sokan kevésbé tartják pontosnak ezeket az eszközöket. Jelenlegi információk szerint a jövő egészségügye a viselhető technológiába rejlik így elképzelhető, hogy az előbbi arányszám pár éven belül már sokkal nagyobb lesz. A kérdőívem arra is kiterjedt, hogy felmérjem melyek a legnépszerűbb okosórák. Az első helyen (25%) Xiaomi vezet, majd ezt követi (21,7%) az Apple Watch majd (18%) a Samsung, meglepésére méltó még a Huawei a Polar és Garmin. Ahogy már említettem és a kapott eredmény is mutatja, hogy az emberek többsége nincs tisztába az okos- és sportórák és az aktivitásmérő órák közötti különbséggel, tehát ez az eredményeimben is megmutatkozott.

Mivel a megkérdezés éppen a koronavírus-járvány időszakra esett, így némi eltérést mutathat a kapott eredményem, amely szerint az egyetemisták 48,7% több mint 5 órát tölt el napi szinten internetezéssel. Azt is érdekesnek találom, hogy napi szinten az egyetemisták 74,2% 1 és 5 darab különböző alkalmazást használ egyszerre. Az egyetemisták 29% heti 3-4 alkalommal végez testmozgást és ezt is leginkább 45,5%-a délután teszi meg. RÁTHONYI et al. (2019) szerint az egyetemisták többsége rendszeresen sportol, mivel 555 fő 18 és 34 év közötti válaszadóból 65,4% vélekedett így. Arra a kérdésre, hogy melyik időszak a legideálisabb az egyetemisták számára, az derül ki, hogy egyik sem opciót ennél a kérdésnél csak a nők jelölték meg. A délutáni időszak a legkedveltebb a nőknél, a férfiaknál pedig inkább esti testmozgás gyakoribb ( $p \leq 0,05$ ). Statisztikai eredményeim alátámasztották, de tisztában vagyok vele, hogy a mintában túlnyomó részt nők jelentek meg, így a férfiak válaszai kevésbé relevánsak. Fontosnak találtam azt a kérdést feltenni, hogy akik használnak bármiféle applikációt, egyáltalán befolyásolja-e életvitelüket ez az eszköz. A válaszok megosztók voltak, hiszen csupán csak 52,3% érzi úgy, hogy befolyásolja egy alkalmazás az életvitelét. Érdekes információnak tartom megosztani, hogy a sportolással kapcsolatos alkalmazásoknál a válaszadók a legfontosabb funkcióként tartják számon az időtartamot, km számlálót, elégedett kalóriaszámlálót, tempó, pulzusmérő funkciókat.

A prémium szolgáltatásokra való előfizetés is kulcsfontosságú kérdés volt. Nem meglepő, hogy még mindig nagyobb százalékban több mint háromnegyed részben (82,4%) nem választ adták az egyetemisták és csupán csak (17,6%) válaszolt igennel és ők is csak 1000 Ft alatt fizetnének egészségük fenntartása érdekében egy applikációért.

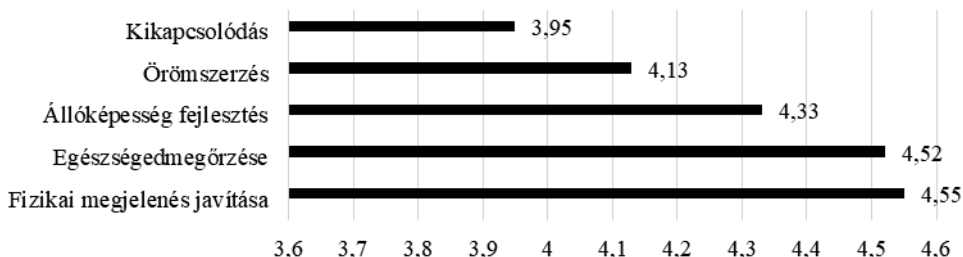
Az 1. ábrán a válaszadók egy ötfokozatú skála segítségével értékelték, melyek azok a funkciók, amik fontosak egy applikációban (1= egyáltalán nem fontos, 5= nagyon fontos). A válaszadók túlnyomó többségének nagyon sok fontos funkció van ilyen például a letisztult és átlátható legyen, egyszerű és logikusan kezelhető. A legkevésbé fontosabb funkció, hogy prémium szolgáltatással rendelkezzen, de ez az előbb említettek miatt érthető is, még mindig sokkal többen vannak azok, akik nem hajlandók fizetni prémium szolgáltatásért, hiszen úgy vélik, amit ingyenesen nyújt az app az teljesen kielégíti igényüket.



1. ábra: Az applikációkkal kapcsolatos legfontosabb funkciók, átlagérték (N=61)

Forrás: Saját szerkesztés, 2020

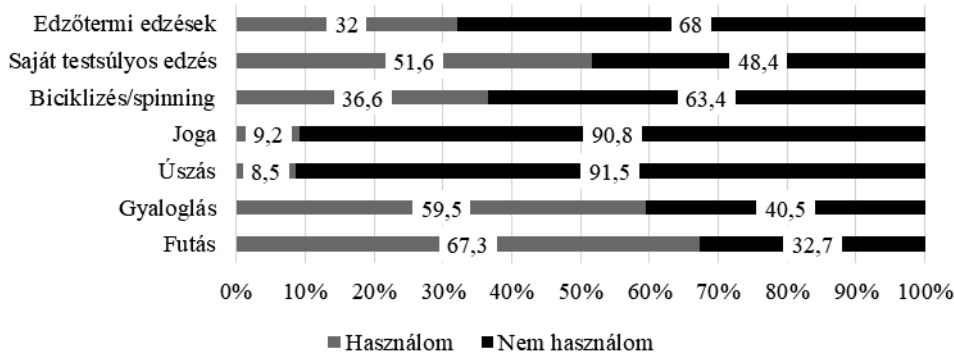
A 2. ábra is 1-5-ig terjedő skálán mért, ahol két szélsőértéket adtam meg (egyáltalán nem fontosat- és a nagyon fontosat). Az egyetemisták sok sportolásra ható motivációs tényezőt tartanak fontosnak. Kiemelkedő a fizikai megjelenés javítása és az egészségmegőrzése, ami fiatal korban az egyik legfontosabb cél lehet. Majd ezt követi az állóképesség fejlesztés és örömszerzés, majd végül a kikapcsolódás.



2. ábra: A sportolásra ható motivációs tényezők fontossága, átlagérték (N=61)

Forrás: Saját szerkesztés, 2020

Az egyetemisták sportoláshoz való applikációkat, ahogy a 3. ábra mutatja, a leggyakrabban (67,3%) futáshoz használják, ezt követi az gyalogláshoz és a saját testsúlyos edzésekhez. A joga (90,8%) és az úszás (91,5%) az a két sportág, amihez applikációkat kevésbé használják vagy legalább is nagyon ritkán.



3. ábra: Sporttevékenységekhez használt vagy nem használt applikációk, százalék (N=154)

Forrás: Saját szerkesztés, 2020

Ahogy már előbb is említettem kutatásom során egy olyan gyűjteményt alkottam meg, ami segítséget nyújthat sok embernek eligazodni a mostani piacon lévő alkalmazások között. Mint az iOS mint az Androidnál szélesebb értelmezésű kategorizálások vannak megadva például életmód, ezért saját magam alakítottam ki néhány alkategóriát a talált alkalmazások jellegéből adódóan.

Az egyik csoportosításom az otthoni edzéstervhez kapcsolódó applikációk voltak. Ezek közül a három legnagyobb elégedettséggel lévőt emelném ki. Az első ilyen a „30 day” applikáció, ami garantálja, hogy 30 nap elég ahhoz, hogy rászakj az egészséges életmódra. Az alkalmazásról úgy nyilatkoznak, hogy felhasználóbarát és nagy előnye, hogy ingyenes. Android és iOS rendszerekre is letölthető. „Weight Loss Fitness by Vera”, pont az ellentéte az előzőnek hiszen itt nincs időhöz kötve a garantált siker. Állítólag ingyenes, de sokan rejtett költségekre panaszkodtak. „8 fit workouts meal planner” is egy felhasználóbarát, jó applikációnak tartják, de sokan hiányolták az Apple Watch és Health integrációt.

Futáshoz való alkalmazások közül az egyik a „Runkeeper” App Storeból ingyenesen letölthető, hiányosságai között szerepel, hogy nehezen kommunikál az Apple Watch-al, de ezenkívül sok felhasználónak könnyen használható és internet nélkül is működik. A „Nike Run Club” ingyenes. Nagy előnye, hogy kompatibilis az Apple Watch órával. Tempó, távolság, pulzus

adatok tömkelegét kaphatjuk meg egy alkalmazással. Személyre szabott edzést is igénybe vehet a felhasználó. A futáshoz az egyik legnépszerűbb alkalmazás az „Adidas Runtastic”, itt 64 különböző sportból választhat a felhasználó, de az ingyenes verziónál a zavaró reklámok miatt sokan nem kedvelik.

Az utolsó csoportosításom a gyűjteményben a vízfogyasztással kapcsolatos applikációk voltak, három népszerű alkalmazást emelnék ki. Az egyik a „Hydro Coach”, a „Water Drink Reminder” és az „Aqualer”. Ugyanarra a sémára épül fel. Az eltérés csupán a grafikában és a színekben van.

### KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A megkérdések alapján elmondható, hogy az egyetemisták többnyire egészségtudatosnak gondolják magukat. Az előző kutatások és a saját vizsgálatom eredményeinek összehasonlítása során jól látható, hogy a 2019. évi Európai lakossági felmérésből is kiderül, hogy egyre kevesebben tartják rossznak egészségügyi állapotukat. Egészségügyi állapotuk javulása érdekében kíváncsi voltam, hogy az egyetemisták milyen applikációkat használnak és melyek azok a funkciók, amiket kedvelnek. Kiderült, hogy nagyobb arányban használnak sportolással kapcsolatos appokat, mint táplálkozással kapcsolatosakat, de az sem elhanyagolható, hogy kevesen vannak azok, akik például okosórát viselnek. Azok, akik használnak okosórát, nagyon fontos opció, hogy egy alkalmazás kompatibilis legyen az okosórájukkal. Ahogy az előbb említettem többen vannak azok, akik sportolással kapcsolatos alkalmazással rendelkeznek, többségük heti többször is fordít időt egészségére és ehhez alkalmazásokat is használnak. Ennél a kérdésnél a nők és férfiak többsége is egyaránt a heti 3-4 alkalmat preferálja. Arra is választ kaptam, hogy mely időszak az, amit jobban preferálnak, nem meglepő eredményt kaptam, hiszen a reggeli és dél-előtti időszakot alig 20% jelölte meg a többi inkább a délutáni és az esti időszakot részesíti előnybe. A következő kérdés által azt is megtudtam, hogy futáshoz használnak a legtöbben alkalmazást és a legkevésbé használják jogához vagy úszásra. Manapság az egészséges életmód divattá is vált, de arra a kérdésre, hogy az applikációk befolyásolják-e életvitelüket az egyetemisták számára még mindig megosztó, csupán csak 52,3% érzi, úgy, hogy igen.

A következő részben kiderült, hogy az egyetemisták többsége inkább az ingyenes applikációnál marad, mivel úgy érzi, az is teljesen kielégíti igényeit. A kitöltők kevesebb, mint egy negyed része mutat hajlandóságot fizetős applikációkra. Ez érthető is, hiszen manapság nagyon sok applikáció van a piacon, amik többsége ingyenes és tényleg felesleges lenne nekik fizetni, de aki hajlandóságot is mutatna, azoknak a többsége csupán 1000 Ft alatt sem költene egy alkalmazásra. A prémium szolgáltatással is hasonló a helyzet, de itt már a válaszadók több mint egy negyed része fizetne elő ilyen szolgáltatásra.

Magyarországon jelenleg minden tizedik felnőtt lakos hord okosórát. Az elmúlt egy évben a 18 évnél idősebb internetezőknél is már több, mint fele használt okosórát. Az okosórát használóknál a legelterjedtebbek, mint a Huawei Watch, a Samsung Watch és az Apple Watch. Ez visszatükröződik a legelterjedtebb okostelefonos alkalmazások használatában is, a legtöbben a Huawei Health, Samsung Health, Nike+ és Runkeeper alkalmazásokat használják (ENET, 2018).

A saját kutatásom és az előzőleg bemutatott eNet-es kutatás számos hasonlóságot mutatott. A válaszadóim legnépszerűbb okosóra típusai a Xiaomi és az Apple Watch és a legkedveltebb applikációi a Huawei Health, a Nike Run, a Samsung Health, az Adidas Running és a Runkeeper. A legtöbb negatív vélemény abból adódik, hogy nem kompatibilisek okosórával vagy kevésbé felhasználóbarátak. Fontosnak tartják az egyetemisták, hogy egy alkalmazás számos funkciót kínáljon, letisztult és átlátható megjelenése legyen, egyszerű és logikusan használható, ingyenes legyen, személyre szabható és kompatibilis legyen az okosórájukkal. Nem meglepő, hiszen fiatalok körében kérdeztem, hogy a legfontosabb motivációs tényezőként a

fizikai megjelenés javítását és az egészség megőrzését tartják. A kitöltők szinte mindegyike a motiváló hatás miatt használ táplálkozással kapcsolatos applikációkat, majd ezt követi három szorosan összefüggő tényező az egészségügyi állapot javítás, a fogyókúra és hasznos tanácsok és végül elenyésző számban használják ezeket az applikációkat a tömegnövelés és az influenzazerek ajánlása miatt.

### FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) BRÁVÁ CZ I. (2015): Az élelmiszer fogyasztói magatartás két dimenziója: az egészség- és a környezettudatosság. Doktori értekezés. Szent István Egyetem, Gödöllő, pp. 1-183. (2) Divatech.hu (2017): Szubjektív: Aktivitásmérő, sportóra, okosóra? URL: <https://divatech.hu/2017/01/09/aktivitasmero-sportora-okosora/> (letöltve: 2020. 11. 03.) (3) eNet (2018): Egészségtudatosabbak az okosórák és okoskarkötők hazai használói URL: <https://enet.hu/hirek/egeszsegtudatosabbak-az-okosorak-es-okoskarkotok-hazai-hasznaloi/> (letöltve: 2020. 08. 12.) (4) eNet (2019): 5,3 millió okostelefon használó hazánkban URL: <https://enet.hu/hirek/53-millio-okostelefon-hasznalo-hazankban/> (letöltve: 2020. 08. 12.) (5) GAÁL B. (1998): Milyen lesz a XXI. század elejének élelmiszerfogyasztása? Marketing & Menedzsment. 4. évf. pp. 51-55. (6) IoTzóna (2018): A viselhető technológia a jövő egészségügyében? URL: <https://iotzona.hu/egeszseg/a-viselhető-technológia-jelenti-az-egeszsegugy-jovojet> (letöltve: 2020.02.22) (7) KOVÁ CS T. (2019): Debrecen város és a környező települések lakóinak egészségügyi alkalmazások használati szokásai. In: Rezümé kötet. „Interdiszciplinaritás a régió kutatásban IX.” Nemzetközi tudományos konferencia és „A jog tudománya, a mindennapok joga III.” Tudományos konferencia, Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Debrecen, p. 27. (8) KSH (2020): Tehetünk egészségünkért URL: [https://www.ksh.hu/apps/shop.kiadvany?p\\_kiadvany\\_id=1057181&p\\_temakor\\_kod=KSH&p\\_lang=HU](https://www.ksh.hu/apps/shop.kiadvany?p_kiadvany_id=1057181&p_temakor_kod=KSH&p_lang=HU) (letöltve: 2020. 08. 12.) (9) LAJOS A. (2005): Az egészség tudatosság sajátos vonásai a 14-18 éves korosztályban, különös tekintettel az élelmiszerfogyasztásra, PhD-disszertáció, Szent István Egyetem. (10) Millward Brown Healthcare (2010): Fókuszban az egészség tudatosság: merre tartunk? Letöltve: 2020. 11. 11., <http://www.medicalonline.hu> (letöltve: 2020. 08. 12.) (11) NRC (2020): 87% internetező hazánkban URL: <https://nrc.hu/news/internetpenetracio-2/> (letöltve: 2020.07.03.) (12) RÁTHONYI G – RÁTHONYI-ÓDOR K – BENDIKOVA E. – BÁCSNÉ BÁBA É. (2019): Wearable Activity Trackers Usage among University Students. European Journal of Contemporary Education. 8: 3 p. 600-612. (13) SAS I. (2012): Reklám és pszichológia a webkorszakban. Kommunikációs Akadémia, Budapest, 402 p.

### SZERZŐ:

#### Hugyecz Mirtill

Kereskedelem és Marketing BSc hallgató  
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar  
[hugyecz.mirtill@gmail.com](mailto:hugyecz.mirtill@gmail.com)

*A publikáció elkészítését az EFOP-3.6.1-16-2016-00022 számú,  
Debrecen Venture Catapult Program című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió  
támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.*

