

GAZDÁLKODÁSTUDOMÁNYI KÖZLEMÉNYEK

VIII. évfolyam, 1. szám, 2020.

Debrecen
2020

*A kiadvány 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.*

Főszerkesztő:

Pető Károly

Felelős szerkesztető:

Dajnoki Krisztina

Szóllósi László

Szerkesztőbizottság:

Bácsné Bába Éva

Biró Melinda

Gál Tímea

Gergely Éva

Kiss Marietta

Kozmáné Csirmaz Éva

Lakatos Vilmos

Müller Anetta

Polreczki Zsolt

Vargáné Csobán Katalin

ISSN 2061-2443 (Nyomtatott)

ISSN 2676-864X (Online)

© DE GTK Tudományos Diákköri Tanács

Kiadja a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kara

Felelős kiadó: A kar dékánja

Center-Print Nyomda, Debrecen

2020

TARTALOM

Boros Tamás: Az emberi kapcsolatok mint szociális jólléti elem vizsgálata a középiskolások körében.....	5
Czevár Alexandra: A vegán életmódot követő nők fogyasztói magatartása	13
Hadházi Viktória: A római- és török kori fürdőemlékek hatásai napjaink fürdőkultúrájára.....	21
Kapin Emőke: A baromfifeldolgozó szektor top 1+3 vállalatának elemzése	27
Madarász Tamás: Az élelmiszerfogyasztás és a fizikai aktivitás kapcsolata az egészséges életmód tükrében.....	35
Maklári Eszter, Bartha Éva Judit: Sportolási szokások a különböző életszakaszokban.....	43
Nábrádi Zsófia: Egészségvédő élelmiszervásárlás és -fogyasztás kapcsolata a fizikai aktivitással	51
Oláh Regina Szidónia: A gyógynövényturizmus vizsgálata és nyomon követése	59
Pázmán-Iski Alexandra: A munkavállalói egészségfejlesztés vállalati szintű megjelenése.....	67
Tarnóczy Dominika, Bauerné Gáthy Andrea: A testtömegindex és testmozgás vizsgálata a 3-14 éves korosztály körében.....	73

AZ EMBERI KAPCSOLATOK MINT SZOCIÁLIS JÓLLÉTI ELEM VIZSGÁLATA A KÖZÉPISKOLÁSOK KÖRÉBEN

EXAMINATION OF HUMAN RELATIONS OF HIGH SCHOOL STUDENTS, AS PART OF SOCIAL WELLNESS

Boros Tamás

ÖSSZEFOGLALÁS

A tanulmányomban azt vizsgálom, hogy a középiskolások életében jelen vannak-e a jólléthez szükséges emberi kapcsolatok, tehát a kortárskapcsolatok, szülő-gyermek kapcsolatok és egyéb rokoni kapcsolatok.

ADAMS et al. (1997) hat dimenziós jólléti modellje egy dimenziójának, a szociális jólléti dimenzió vizsgálatára koncentrálódik a tanulmányom tartalma. A kutatás során kérdőíves megkérdezés keretében folytattam a kutatásom (N=594).

Eredményeim alapján elsősorban a diákok lelki állapotáról kaptam visszajelzést. Leginkább szülei jelentik a támaszt a diákok számára, őket a kortársak követik. Kiderült, hogy a fiúk majd egyharmada csak egy segítő személlyel rendelkezik, aki a minden napjaiban támaszként szolgál, míg a lányoknál ez az arány jobbnak mondható.

Kulcsszavak: jóllét, szociális jóllét, kortárskapcsolat, szülő-gyermek kapcsolat

ABSTRACT

In the study, the presence of social relations is researched in the high school students' life. This includes peer relations, parent-child relationships and family relationships.

The research is on a basis of the 6 dimension wellness-model of ADAMS et al. (1997). I study one concrete dimension, the social wellness dimension. For the research a questionnaire was used (N=594).

My results are about mental health of the pupils only now. Mostly their parents are the support for the students, their contemporaries followed them. It turned out that almost a third of the boys have only one helper who serves as a support every day, while for girls, this proportion is better.

Keywords: wellness, social wellness, peer relation, parent-child relationship

BEVEZETÉS

Kutatásom célja, hogy rávilágítsak arra, mekkora szerepe van a fiatalok életében az emberi kapcsolatoknak, legyen szó kortárskapcsolatról, szülő-gyermek kapcsolatról, vagy akár más emberi kapcsolatokról.

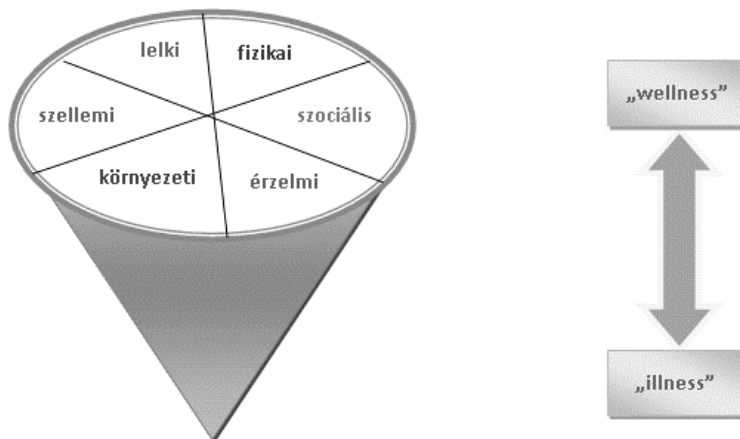
A 15-20 éves korosztály számára a kortárskapcsolatok egyaránt jelenthetnek baráti kapcsolatokat, párkapcsolatot és legtöbb esetben a testvérrel való kapcsolatot is. Ezen kapcsolatok fontossága nem mindig tűnik egyértelműnek, sok esetben hanyagolásra kerülnek, akárcsak a szülő-gyermek kapcsolatok. Ezért vizsgálom, hogy ez a korosztály milyen mértékben támaszkodhat másokra, mennyire érezheti és élvezheti a támogatásukat.

Ebben a korban akár heti 40 órát is töltenek a diákok az iskolában, így a kortárskapcsolatok kialakítására és ápolására jó lehetőségük nyílik. A tanításon kívüli időben pedig az online eszközök is lehetőséget adnak a kapcsolattartásra. A fent megnevezett okokból a szülő-gyermek kapcsolatok hiánya is megjelenhet.

SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A jóllét

A wellnesként ismert kifejezésnek – magyar megfelelője a jóllét – számos értelmezése ismert, ám ADAMS et al 1997-ben megalkotott érzékelt jólléti modellje merül fel talán leggyakrabban a kutatások alapjaként, így itt is. Ebben az esetben az emberi lét hat dimenzióból áll össze: fizikai, szociális, érzelmi, környezeti, szellemi, lelki jóllét (ADAMS et al., 1997).



1. ábra: A jóllét modellje

Forrás: ADAMS et al., 1997

Ahogy az az 1. ábrán is látható, a modell működése vertikálisan és horizontálisan is értelmezhető. Horizontálisan vizsgálva, azt mondhatjuk, hogy a hat dimenzió együtt egy kerek egész. Ez azt jelenti, hogy a dimenziók kiegészítik egymást, így tehát az egyik dimenzió sérülésével – csökkenésével – egészséges esetben egy másik dimenzió növelésének kell együtt járni, hogy a modellünk maximális értékét érje el. Valójában a jóllét sohasem statikus és nem egyenlő részekről szól, hanem az állandó ingadozás kiegyensúlyozásáról, és hogy olyan módon éljünk, hogy ezt a folyamatos ingadozást csillapítani tudjuk, ám megszüntetni lehetetlen.

A modellen való vertikális mozgás úgy értelmezhető, hogy a teljes egészsőtől – amit wellness állapotnak hívunk – a dimenziók sérülése és hiányos kiegészítése okán, az illness (betegség) állapot felé mozdulunk el. Ilyenkor bármelyik dimenzió megerősítésével ismét felfelé irányuló mozgást produkálhatunk (ROTHMANN – EKKERD, 2007).

Az 1. ábrán látható hat dimenziót ROTHMANN és EKKERD (2007) a következőképpen definiálták:

- Fizikai jóllét: A fizikai egészség pozitív észlelése és elvárása.
- Szociális jóllét: Annak észlelése, hogy a szülőktől, vagy barátoktól segítséget kaphatunk szükség esetén, illetve hogy elég megbecsülést kapunk tőlük.
- Érzelmi jóllét: Az általános észlelése annak, hogy a történéseknek a pozitív kimenetelét tapasztaljuk meg, a körülményektől függetlenül.
- Környezeti jóllét: Az észlelése annak, hogy belsőleg feltölt egy intellektuális feladat.
- Szellemi jóllét: Önazonosság és önfogadás megléte. Az önazonosság utal az egyén önmagáról alkotott belső képére, míg az önfogadás az önazonosságon alapuló értékelés.
- Lelki jóllét: Hit az elme és a test közötti egyesítő erőben, vagy a lét és az életcél pozitív észlelése.

Szülő-gyermek kapcsolat

A szülő-gyermek kapcsolat a jólléti modell szociális dimenziójának meghatározó eleme a fent említett definíció alapján.

A gyermekek kapcsolata a szülőkkel nagymértékben befolyásolja, hogy a gyerek milyen életmódot fog a későbbiekben élni, így az ellentétes nemű szülő túlvédelmezése és túlzott engedékenysége, illetve ezzel egyidejűleg az azonos nemű szülő érzelmi távolságtartása, sok esetben a pozitív érzések kimutatásának hiánya, illetve fizikai távolléte is könnyen vezethet káros szenvedélyekhez, például drogproblémákhoz (DEMETROVICS, 2007). PIKÓ és KERESZTES (2007) szerint a kötődési problémákkal küzdő fiatalok hasonló problémákkal szembesülhetnek életük során. Ez természetesen nem csak a szülő-gyermek kapcsolatra, hanem a testvérek, barátok és párkapcsolat szerepénél is hasonlóan működik.

Kortárskapcsolat

A szülőkkel való kapcsolathoz hasonlóan, a kortárskapcsolatok is meghatározó elemként jelennek meg a szociális jóllét dimenziójában. Az alfejezetben részletezett okok miatt pedig nem csupán a szociális jóllétet befolyásolják a kortárskapcsolatok, hanem az életmódunkat is jelentős mértékben meghatározzák.

A serdülőkorú fiatalok idejük jelentős részét iskolatársaikkal töltik. BAUER és SZABÓ (2009) egyértelműen ki is jelenti, hogy a fiatalok életében nagyobb szereppel bírnak a kortárskapcsolatok, mint az idősebb réteg esetében, így fokozottan szükséges, hogy a fiatalok kortársaikkal a kellő mértékű és minőségű kapcsolatot tartsák.

A kortárskapcsolatok BANDURA 1977-ben alkotott társas tanulási elmélete alapján is nagy jelentőséggel bírnak, miszerint a dohányzó, alkoholt, illetve drogot fogyasztó baráti társaság hatására könnyebben válik a csoport új tagja is fogyasztóvá. A tanulási folyamat 4 szakaszból áll: figyelem, megjegyzés, reprodukció, motiváció. Ennek értelmében úgy zajlik a tanulási folyamat, hogy először felkelti az adott viselkedés az egyén figyelmét, majd már felidézi a látottakat, illetve hallottakat. A harmadik fázisban az egyén elkezd a cselekvést, mondhatni, lemásolja. Amennyiben okot lát, érez az egyén az új cselekvés rendszeresítésére, egyre gyakrabban fogja tenni, majd teljesen beépül az életébe. Ugyanezen tanulási folyamat során pozitív példákat is eltanulhatnak a fiatalok társaiktól (BANDURA, 1977).

Idekapcsolódik a pszichoterror jelensége is. A Jóllét alfejezetben részletezettek alapján a dimenziók sérülhetnek is egyes jelenségek, események hatására. Ilyen az úgynevezett pszichoterror is.

A pszichoterror megfogalmazását DAMBACH használta először 2001-ben a kortársbántalmazás szinonimájaként. Bántalmazásról akkor beszélünk, ha a cselekvés megfelel három kritériumnak: folytonosság, bántó szándék, egyenlőtlen erőviszonyok. Így tehát, akit többször is egy gúnynévvel illetnek, hosszabb időn keresztül kiközösítik, rosszindulatú álhíreket terjesztenek (mivel ebben az esetben sem képes a sértett megvédeni önmagát), vagy durvább esetben az egyén tulajdonát veszik el, esetlegesen fizikailag bántalmazzák, kortársbántalmazás áldozatává válik, úgynevezett pszichoterrorban él. Kimutatható, hogy akiket iskolatársai bántalmazznak – akár verbális, akár fizikai módon – romlani fog a kapcsolatuk szüleikkel, társaikkal és tanáraikkal egyaránt (DAMBACH, 2001).

ANYAG ÉS MÓDSZER

Az adatgyűjtés során a klasszikus- és a marketingkutatás módszertanát használtam.

Az egészséges életmódhoz kapcsolódóan már a 20. század második felében és leginkább a negyedik negyedében számos kutatás eredményeiről lehet olvasni. Ebből kifolyólag először szekunderkutatást végeztem.

Bár kutatásom elsősorban a magyar középiskolások körére irányul, minél szélesebb körű ismeret szerzésére nemzetközi irodalom és más korosztályra jellemző eredmények vizsgálatát is végeztem a szekunderkutatás során.

Hipotézisek

A szakirodalmi elemzés során három hipotézist állítottam fel, amelyek a következők:

- H1: A szülőkhöz való aktív kapcsolat nagy szerepet játszik a középiskolás korú fiatalok szerepében.
- H2: A korosztállyal való aktív (baráti és párkapcsolati) kapcsolat jelentős mértékű.
- H3: Sérülmeik kezelésében nem kapnak elég segítséget a fiatalok hétköznapi kapcsolataikból.

Primerkutatás

Hipotéziseim alátámasztására, vagy megcáfolására, a szekunderkutatás folyamán szerzett ismeretek alapján kérdőíves megkérdezés formájában primerkutatást végeztem. A kérdőívek kitöltésének módja – az intézményvezetők belátása szerint döntve – online és papíralapú volt. A megkérdezést azért tartottam szükségesnek, hogy a szekunder forrásokat friss kutatási eredményekkel támaszthassam alá, esetlegesen a magyarországi Z-generációs középiskolai tanulók specifikus trendjeit tárjam fel a témával kapcsolatban.

A kérdőívek kitöltésekor előzetesen egyeztettem az intézmények vezetőivel. Következő lépésben a vezetők által segítségemre felkért tanárokkal vettem fel a kapcsolatokat, akik segítettek a szülőkhöz eljuttatni a szükséges szülői nyilatkozatot, amivel a szülők írásos engedélyüket adták, hogy kiskorú gyermekük kitölthesse kérdőívemet. A kérdőívek kitöltése anonim jelleggel zajlott.

A kérdőív összeállításakor figyelembe vettem ADAMS et al. (1997), DEMETROVICS (2007), GÁCSI (1994), PIKÓ és KERESZTES (2007), ROTHMANN és EKKERD (2007) és SZAKÁLY (2016) kutatási tevékenységét.

A kiértékeléshez leíró statisztikai, megoszlási mutatók beemelését választottam.

Mintavétel és a minta jellemzői

A kérdőíves megkérdezésem 3 különböző középiskola 594 diákjának eredményeit foglalja magába. Az adatfelvétel 2019. szeptember-október hónapokban történt digitális és papír alapú kérdőívek kitöltésével.

A mintában 2000-2005 közötti születésű középiskolai tanulók szerepelnek. A születési év és nemek szerinti megoszlás az *1. táblázatban* látható.

1. táblázat: **A minta bemutatása nem és születési év szerint (fő)**

Nem	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Össz.
Fiú	17	39	40	62	58	10	226
Lány	26	72	56	87	99	28	368
Össz.	43	111	96	149	157	38	594

Forrás: Saját szerkesztés, 2019, N=594

A 3 különböző középiskola Szabolcs-Szatmár-Bereg megye területén található. Az intézmények között 2db gimnázium és 1db szakgimnázium szerepel. A minta nemek és iskolatípus szerinti megoszlásuk a *2. táblázatban* látható.

2. táblázat: A minta bemutatása nem és iskolatípus szerint

Nem	Gimnázium	Szakgimnázium	Összesen
Fiú	174	52	226
Lány	249	119	368
Összesen	423	171	594

Forrás: Saját szerkesztés, 2019, N=594

Eredményeim elemzésére leíró statisztikai módszereket alkalmaztam.

EREDMÉNYEK

A szakirodalmi elemzés alapján felállított hipotéziseim vizsgálatára a következő kérdésre kerestem a választ: „Van-e a környezetében olyan személy, akivel őszintén beszélhet a problémáiról és tanácsot kérhet?” Azért ezt a kérdést tettem fel, mivel ez felelt meg leginkább ROTHMANN és EKKERD (2007) szociális jólléti dimenzió fogalmának.

A kérdésre a 3. táblázatban található válaszlehetőségek közül kellett választani, több válaszlehetőség is megjelölhető volt. A „Valaki a fent említetteken túl” válaszlehetőség mellé részletezési lehetősége volt a kitöltőnek. Legtöbb esetben a testvért írták mellé, de előfordult keresztszülő, nagynéni/nagybácsi, illetve nagyszülő is.

3. táblázat: Támogatók jelenléte a diákok életében – problémák, tanácsok

Támogatószemély típusa	Százalék	
	Fiú	Lány
A szüleim/valamelyik szülőm	72,57%	72,28%
Barátom/barátnőm (Párkapcsolatra értendő)	22,12%	35,33%
Legalább egy közeli barátom	62,39%	58,15%
Valaki a fent említetteken túl	44,69%	51,63%
Nincs ilyen személy	2,65%	1,36%

Forrás: Saját szerkesztés, 2019, N=594

A 3. táblázatban ismertetett eredmények alapján egyértelműen látszik, hogy a középiskolás korú fiatalok közel háromnegyede számíthat legalább az egyik szülőjére bizalmas problémák esetében. Emellett a válaszadók több mint fele jelölte meg legalább egy közeli barátját mint olyan személyt, akivel őszintén beszélhet a problémáiról és tanácsot kérhet tőle. Itt is megjelenik a szakirodalmi elemzésben tárgyalt két fontos szociális jólléti elem: a szülő-gyerek kapcsolat és a kortárskapcsolatok. A kortárskapcsolatokat tekintve viszont sokkal kisebb szerepe van ebben a korosztályban a párkapcsolatoknak. Hiszen a fenti eredményéből az látható, hogy minden más kapcsolatnál kisebb szerepe van a párkapcsolatnak, sokkal kisebb mértékben számíthatnak a fiatalok párjukra, mint családjukra, illetve barátaikra. Ez a kisebb jelentőségű szerep adódhat viszont abból is, hogy ebben a korban még a fiatalok egy részének nem volt tartós párkapcsolata.

A középiskolás korú fiataloknak nagyon kis hányada (az 594 megkérdezett 1,85%-a) nyilatkozott úgy, hogy nincs olyan személy az életében, akivel őszintén beszélhetne és tanácsot kérhetne tőle.

4. táblázat: Az egy választ megjelölő diákok – problémák, tanácsok

Támogató személy típusa	Százalék	
	Fiú	Lány
A szüleim/valamelyik szülőm	12,83%	6,52%
Barátom/barátnóm (Párkapcsolatra értendő)	3,54%	5,16%
Legalább egy közeli barátom	10,18%	8,15%
Valaki a fent említetteken túl	4,87%	4,62%
Összesen	31,42%	24,46%

Forrás: Saját szerkesztés, 2019, N=594

A 4. táblázatban azon diákok aránya látható, akik csak az egyik válaszlehetőséget jelölték meg. Ez 161 főt érint, a teljes minta 27,1% százalékát. Az így válaszolók között is vannak olyan fiatalok, akik életében nem csak egy ilyen támogató személy van, mivel egy-egy pont több főt is takar (pl.: több barát, mindkét szülő, vagy akár egyszerre látható a testvér és nagynéni megjelölése), de az kijelenthető, hogy a fiatalok minimum 71%-a több személyre is támaszkodhat problémák esetén.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Az állítások vizsgálatai alapján a hipotéziseimről a következőket állítom:

H1: A hipotézisemet alátámasztják a 3. táblázat adatai. Fiúk és lányok egyaránt 72-73%-ban jelölték meg a szüleiket olyan személyként, akikkel őszintén beszélhetnek és tanácsot kérhetnek tőlük. Ebből az eredményből – és a szakirodalomban olvasottakból – az következik, hogy a fiatalok egy jelentős részének a szülői támogatásnak meghatározó szerepe van az életükben.

H2: A második hipotézisemet csak részben támasztották alá a 3. táblázatban látható eredményeim. A kortárskapcsolatok a baráti körben jelentősebb szerepben élnek, mint párkapcsolatok terén. A baráti kapcsolatok a fiúk és a lányok életében – csak úgy, mint a szülői kapcsolatok – hasonlóan fontosak.

H3: A pszichoterror jelenségéről szerzett ismereteim alapján felállított harmadik hipotézisemet a 3. táblázat adatai nem támasztják alá. A középiskolás korú fiatalok csekély arányánál nincs olyan személy az életében, akikre bizalommal támaszkodhatnak. Így kijelenthető, annak ellenére, hogy a kortársbántalmazás egy negatív jelenséggé válhat a fiatalok életében, a szociális jólléti dimenzió sérülését részben, vagy teljes mértékben korrigálni tudják azzal, hogy van az életükben számukra megbízható és segítő személy.

Továbbá abból, hogy a 15-20 éves korú középiskolai diákok 98%-ának jelen van az életében egy olyan személy, akitől kellő támogatást kap, látható, hogy ezen korosztály számára nagy jelentőséggel bír a támogató személy jelenléte.

Az eredményeim és a szociális jólléti dimenzió fent ismertetett definíciója alapján kijelenthető, hogy a középiskolában tanuló fiatalok szociális jólléte legtöbb esetben biztosított a szociális kapcsolatok, ám érdemes kiemelni, hogy majd egyharmaduk csupán egy embert érez magához elég közelnek mindennapjai problémáinak megoldására. Ez pedig fokozott érzelmi kiszolgáltatottságot jelenthet. Ahhoz, hogy ez a dimenzió – a támogató személyek jelenléte ellenére – teljes mértékben jólléti állapotot érjen el, szükséges elkerülni, vagy legalább minimalizálni az ártó tényezőket, mint a kortársbántalmazás.

A további kutatásokban a további egészségmagatartást érintő tényezők beemelését fogom elvégezni már magasabb szintű statisztikai elemzések bevonásával.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) ADAMS, T. – BEZNER, J. – STEINHARDT, M. (1997): The Conceptualization and Measurement of Perceived Wellness: Integrating Balance across and within Dimensions. *American Journal of Health Promotion*, 11, 208-218. (2) BANDURA, A. (1977): *Social learning theory*. General Learning Press, New York. (3) BAUER B. – SZABÓ A. (szerk.) (2009): *Ifjúság 2008 gyorsjelentés*, Szociálpolitikai és Munka Intézet, Budapest. (4) DAMBACH, K.E. (2001): *Pszichoterror (mobbing) az iskolában*. Akkord Kiadó, Budapest. (5) DEMETROVICS, ZS. (2007): *A droghasználatfunkciói*. Akadémiai Kiadó, Budapest. (6) GÁCSI E. (1994): *Középiskolás kollégisták értékrendje ma*. József Attila Tudományegyetem, Bölcsészettudományi kar, doktori értekezés. (7) PIKÓ B. – KERESZTES N. (2007): Serdülők egészségmagatartása két szociális megküzdési (coping) mechanizmus tükrében. *Magyar Pszichológia Szemle*, 62, 2, 203-214. (8) ROTHMANN S. – EKKERD J. (2007): The validation of the perceived wellness survey in the South African Police Service. 33, 3, 35-42. (9) SZAKÁLY Z. (2016): *Egységmagatartás, viselkedésváltozás és személyre szabott táplálkozás: az élethosszig tartó egészség koncepciója*. XXII. Országos Konferencia, 5-25.

SZERZŐ:**Boros Tamás**

Gazdálkodási és Menedzsment BSc szakos hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
borostomi13@gmail.com

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

A VEGÁN ÉLETMÓDOT KÖVETŐ NŐK FOGYASZTÓI MAGATARTÁSA**THE CONSUMER BEHAVIOR OF THE VEGAN WOMEN***Czevár Alexandra***ÖSSZEFOGLALÁS**

Napjainkban az egészséges életmód piacmehódító szerepe vitathatatlan. Egyre többen figyelnek oda étkezésükre, életmódjukra. Több irányzat is kialakult ennek jegyében. Ezen tanulmány kimondottan a veganizmusra, ezen túl is a vegán nők fogyasztói attitűdjének megismerésére helyezi a hangsúlyt. Fontos megismernünk motivációikat, illetve reakciójukat egyes marketingkommunikációs eszközre, hogy ezeken keresztül a vállalatok pontosabb képet kapjanak arról, hogy miként tudnak ennek az egyre szélesedő rétegnek az igényeihez alkalmazkodni. Kiemelten a tanulmány kitér a jelenleg népszerű influenszer-jelenségre és arra, hogy a vegán fogyasztókat mennyire befolyásolja döntéseikben egy influenszer véleménye.

Kulcsszavak: vegán, veganizmus, fogyasztói magatartás, marketing eszközök

ABSTRACT

Nowadays the importance of the healthy lifestyle on the market is unquestionable. It is getting more and more popular to take care of their health and start a healthy lifestyle. There are different trends according to the preferences that people can choose from. This study specializes on the vegan community of women and on their preferences. It is important to find out the motivation behind their behaviour and to learn about their reaction to different types of marketing communication. Via these informations companies can target them easier. Also a decent viewpoint is to investigate the question of the significance of the influencers in this kind of market.

Keywords: vegan, veganism, consumer behaviour, marketing tools

BEVEZETÉS

Napjainkban egyre nagyobb népszerűségnek örvend az egészséges életmód. LÉGRÁDI (2001) szerint az egészség az ember legnagyobb kincse. Ezt igazolja az is, hogy az emberek egyre inkább igyekeznek egészségtudatosan élni. Megnőtt a kereslet többek között az adalékmentes élelmiszerekre, a természetes eredetű gyógyszerekre. Megsokasodott a kerékpárral közlekedők száma a városokban. Egyre tudatosabban étkeznek és ezzel egyenes arányosságban tudatosabban is vásárolnak az élelmiszerek piacán.

Többféle irányzat jött létre az egészségesnek vélt életmód területén, többféle trend él a köztudatban. Ezek között vannak olyanok, amelyek amilyen könnyen felbukkantak, olyan könnyen el is tűntek. Van azonban néhány olyan irányzat, amely egyre stabilabb tábort tudhat magáénak, mint például a vegán, vagy a paleo étrend és életmód. Ezek az irányzatok sokszor teljesen ellentétes elveken alapulnak, ezért is lehet érdekes megvizsgálni, hogy mi késztet embereket arra, hogy egyik, vagy másik irányzat mellett tegyék le a voksukat.

A veganizmus lényege a növényi alapú étrenden túl az állati eredetű anyagok teljes mellőzését is jelenti. Ebből kifolyólag nem csak az élelmiszeripart érinti, hanem számos más szektort is, többek között a vegyipart, a kozmetikai cikkek iparát, de még a szolgáltató szektort is. Azonban vegán és vegán között is léteznek különbségek. Leginkább kiemelendő tényező ebből a szempontból a motiváció, amely alapján ezt az életmódot követik. Ezért fontos a vegánok motivációinak megismerése, ezen belül is például az, hogy miért és mi alapján hoznak vásárlói döntéseket. Ezek vizsgálatán keresztül ugyanis az őket megcélzó vállalatok könnyebben kaphatnak egy képet arról, hogy pontosan kikkel állnak szemben, és mit is igényel a célközönségük.

SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A veganizmus viszonylag új irányzatnak mondható, de hamar nagy tömegeket ért el és hódított meg. Különösen az utóbbi években figyelhető meg ugrásszerű emelkedés a vegánok számában (HANCOX, 2018). BONIFERT (2014) megfogalmazása szerint a vegánság világmozgalom, tudatos tiltakozás az állatok fogva tartása és kizsákmányolása ellen. Nem csupán étrendről van szó, hanem életformáról. A Vegan Society alapító okirata továbbá azt is kiemeli, hogy a veganizmus nem csupán az állatokról szól, hanem a filozófiáról, az egészségről és a környezetvédelemről is (VEGAN SOCIETY, 2006).

A veganizmus ugyanis a hús elhagyásán túl elutasít minden tejterméket, a tojást, de még a mézet is, de az élelmiszerfogyasztáson túl más területekre is kiterjed. Az irányzat követői nem viselnek például gyapjút, selymet nem használnak állati eredetű termékeket mindennapi életükben, ideértve az étkezést, öltözködést, szórakozást, háztartási munkát, továbbá az egészségük megőrzéséhez használt vitaminokat és egyéb eszközöket. Ezzel a magatartással igyekeznek az érintett iparágakat állatok felhasználása nélküli alternatívák kifejlesztésére ösztönözni. Ezen túl előnyben részesítik azokat a termékeket, amelyek minél kevesebb kezeléssel mennek keresztül (SZABÓ et al., 2016).

A vegán életmódra való áttérést több tényező is motiválhatja. A környezetvédelem mellett etikai szempontok is közrejátszhatnak ezen életmódra való áttérésben, lehet ez egy állatvédelmi állásfoglalás, aktív tiltakozás, melynek módszere a fogyasztói bojkott.

A vegán „közösség” ma az egyik legnagyobb népszerűségnek örvendő csoport. „Az elején, amikor még nem alakultak ki az új szokásaid, izgalmas a próbálgatás, idővel pedig fel se tűnik, hogy máshogy élsz, mint a többség. Emellett napról napra többen vagyunk, s így egyre nagyobb keresletet generálunk a számunkra megfelelő termékekre. Így aztán egyre könnyebb és könnyebb a dolgunk” – írja BONIFERT (2014).

A vegán „marketingmix”

A vegán vásárlók tehát speciális célcsoportnak számítanak, s ezért az őket megcélzó marketingtevékenység is számos specialitást hord magán.

A termékeknek, mint láttuk, szigorú előírásoknak kell megfelelniük, de a vegán termékek csomagolásával szemben is fennállnak bizonyos írott vagy íratlan szabályok. A teljesen vegán alapanyagokból készült termékek megjelölésére már létezik nemzetközileg elfogadott logó. Amely termékeken ez fel van tüntetve, az semmilyen állati eredetű alapanyagot nem tartalmazhat. Azonban alapvető elvárásként fogalmazódik meg az is, hogy ha vegán termékről van szó, a csomagolásának környezetkímélőnek kell lennie (SZIGETI – SZAKÁLY, 2011).

A marketingmix második elemére, az árra vonatkozóan gyakori feltevés, hogy a vegán életmód költségesebb. Feltételezhető, hogy a megnőtt kereslet miatt az árakat megéri magasabb szinten tartani. Kutatások szerint a vegán közösségek tagjai rugalmasabbak az árakkal szemben, illetve kevésbé tartják költségesnek életmódjukat (LIPTÁK, 2017).

A mix harmadik elemét, az értékesítési csatornát illetően elmondható, hogy egyre szélesebbek azon források, ahol ezek a termékek beszerezhetők. Míg régebben a piacok, a termelőktől való közvetlen beszerzés volt a jellemző, addig napjainkban a nagy élelmiszerláncok is egyre gazdagabb választékot kínálnak a vegán termékekből.

A kommunikáció sem elhanyagolható tényező a vegán termékek esetén sem. Az élelmiszerláncok érezhetően fókuszpontba állították az egészséges életmódot, az egyes trendek mellé álltak, s vonatkozik ez a vegánságra is. Jelen tanulmányban azonban elsősorban az internet és ezen belül is az influenszerek befolyásoló szerepével szeretnék foglalkozni.

Ma már az internet szerves részét képezi mindennapjainknak, valamint lehetővé teszi, hogy pillanatok alatt korlátlan mennyiségű információ birtokába kerüljünk. Ezáltal megnőtt az emberek aktivitása az egyes internetes platformokon. Folyamatosan lehetőségünk van megosztani

fogyasztói tapasztalatainkat és véleményünket egyes termékekről vagy szolgáltatásokról, ezáltal befolyásolva másokat is egy-egy márkával kapcsolatban. Ezzel elköteleződést vagy ellenszenvet is képesek vagyunk kiváltani (BRODIE et al., 2013).

Kutatások megállapították, hogy a vegán közösségek tagjai összetartóbbak, mint akik nem tagjai ilyen csoportosulásnak. A Vegan in Hungary internetes közösség tagjaira jellemző, hogy véleményüket megosztják egymással, ezáltal befolyásolva egymást, közülük is kiemelkednek az influenszerek (LIPTÁK, 2017).

De ki is az influenszer? Az online szájreklám, mint médiakommunikációs eszköz ma már szinte meghatározóbb, mint a televíziós vagy egyéb reklámok. Egy olyan világban, ahol az emberek szinte éjjel-nappal az online térben „élnek” sokkal több információval találkoznak telefonjaikon vagy a számítógép képernyője előtt, mint bármely más forrásból. Ezt kihasználva egyes cégek megbíznak népes követőtáborral rendelkező személyeket vagy „csatornákat”, hogy direkt módon vagy diszkrétan jelentessék meg egy-egy terméküket posztjaikon vagy videóikban, ezáltal biztatva nézőiket, hogy vásárolják meg ők is az adott terméket (MARCHIS et al., 2019). Általánosságban elmondható, hogy az influenszerek tevékenysége sikeres, ugyanis akik ezeket a véleményvezéreket követik, kíváncsiak a véleményükre egy-egy kérdéssel vagy termékkel kapcsolatban.

ANYAG ÉS MÓDSZER

A szakirodalom áttekintése után primer vizsgálatot végeztem, melynek során kvantitatív és kvalitatív módszert egyaránt alkalmaztam. Feltáró jelleggel egy mélyinterjút bonyolítottam le annak érdekében, hogy kialakuljon egy előzetes kép a vegán életmóddal kapcsolatosan. A mélyinterjú során egy fiatal vegán egyetemistával beszélgettem az ő motivációjáról, fogyasztói szokásairól és egyéni filozófiájáról, melyek segítettek a témára való fókuszálásban.

A szekunder kutatás és a mélyinterjú alapján több hipotézis is megfogalmazódott, most – a tanulmány adta kereteken belül – csak a következőkkel szeretnék foglalkozni:

H1: A vegán életmódban kiemelkedő szempont a környezettudatosság.

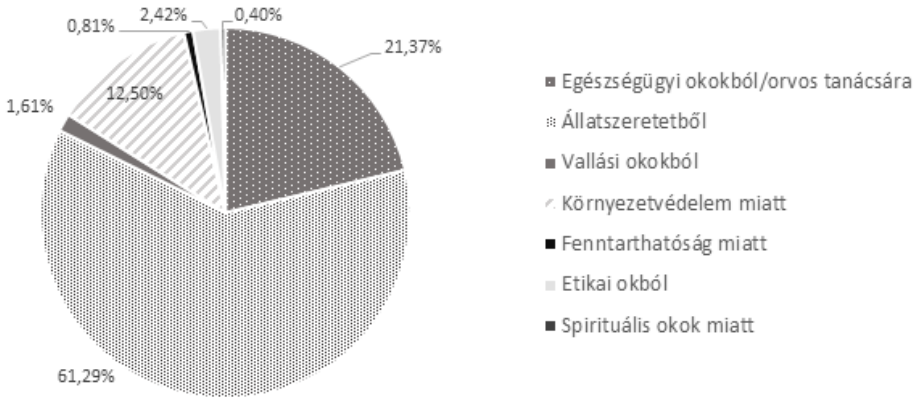
H2: Az online véleményvezérek a vegánok körében is nagy befolyással rendelkeznek.

A hipotézisek vizsgálatára egy online kérdőíves megkérdezést bonyolítottam le. A kérdőív különböző online platformokon került megosztásra 2019 augusztusától októberig. Az alapsokaság a Magyarországon élő vegán fogyasztói réteg volt. A mintavétel módja a nem véletlenszerű mintavétel csoportjába tartozó hólabda módszer volt. A legtöbb kitöltés a Vegan in Hungary 19.300 fős csoportjának tagjain keresztül érkezett. Mivel majdnem 90%-ban nők töltötték ki, ezért úgy döntöttem, hogy csak az ő válaszait fogom megvizsgálni, ez 223 főt jelentett. Ezen kitöltők döntő többsége, 71,3%-a a 18-35 éves korosztályba tartozik. Legnagyobb részük (47%) diplomával rendelkezik. Továbbá a válaszadók 42%-a fővárosban, 17%-uk megyeszékhelyen és 27% városban él. A minta nem reprezentatív, csak általános következtetésekre ad alkalmat. Az adatokat az SPSS 25 statisztikai szoftver segítségével elemeztem.

EREDMÉNYEK

A kapott adatok elemzése során a megfogalmazott hipotézisek mentén halad a tanulmány. Első hipotézisemben feltételeztem, hogy a vegán életmód választásának az egyik fő motivációja a környezetvédelem.

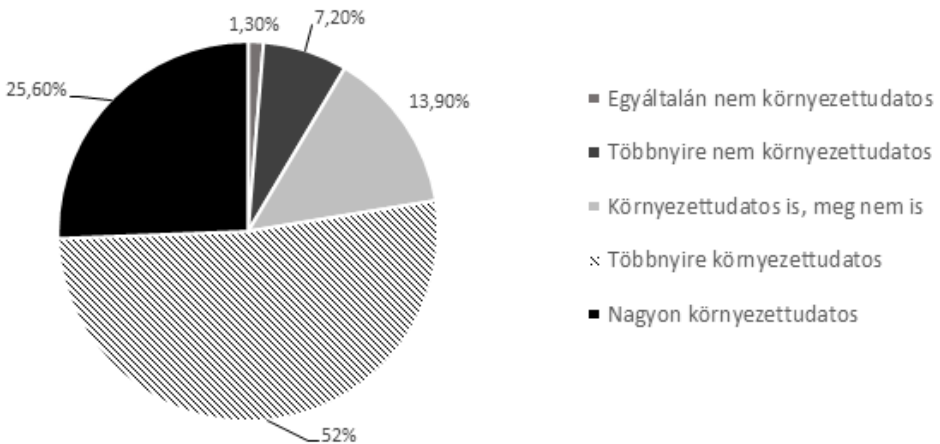
A vegánokkal kapcsolatos általános vélekedés, hogy szem előtt tartják a környezet védelmét, ideértve mind a fenntarthatóságot, mind az ökológiai lábnyom csökkentését, így a kérdőív több kérdésben is kitér ennek vizsgálatára.



1. ábra: A vegán életmódra való áttérés motivációi (N=223)

Forrás: Saját szerkesztés

Az 1. ábra szemlélteti a vegán életmódra való áttérés motivációit feltáró kérdésre adott válaszok megoszlását. A vezető indok határozottan az állatszeretet, amelyet a minta 61,29%-a választott. Ezután következik az egészségügyi ok és utána, harmadik legfontosabb szempontként a környezetvédelem, 12,5%-kal. Kérdőívemben rákérdeztem a konkrét környezettudatosság mértékére is, melyet a 2. ábra szemléltet:



2. ábra: Környezettudatosság jelentősége a válaszadóknál (N=223)

Forrás: Saját szerkesztés

A 2. ábra alapján egyértelműen levonható a következtetés, hogy a vegánoknak fontos a környezetvédelem. Az életmód választásánál csak harmadlagos szempontként szerepelt, viszont aki vegán, döntő többségben odafigyel a környezettudatosságra. A válaszadók közül összesen 77,6% vallotta magáról, hogy inkább környezettudatos, mint nem.

Megvizsgáltam azt is, hogy a környezettudatosság és az életmód költségessége milyen kapcsolatban van egymással. Az elemzések azt mutatták, hogy a költségesség megítélésében szignifikáns eltérés van a környezettudatosság szintje alapján (1. táblázat). Az adatok azt mutatják, hogy a környezettudatos vegánok kevésbé érzik költségeseznek ezt az életmódot, mint a környezetre nem figyelők.

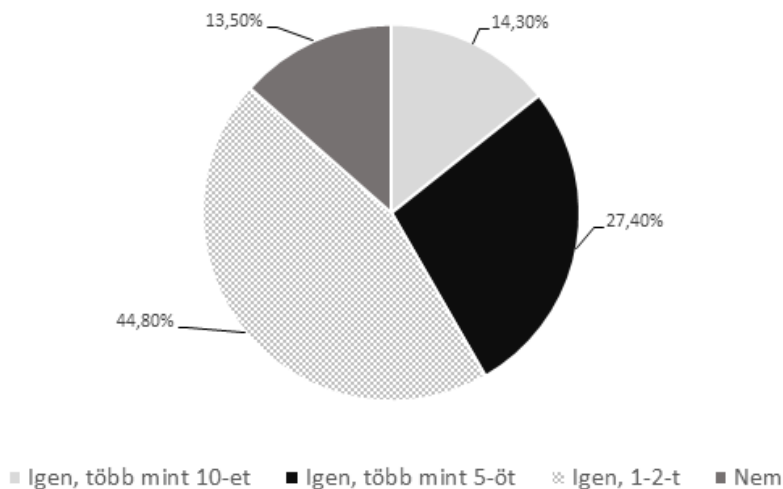
1. táblázat: A környezettudatosság és az anyagi megítélés kapcsolata (N=223)

Megnevezés		Környezet-tudatosság szintje (Ön mennyire tekinti magát környezettudatosnak?)					
		Egyáltalán nem környezettudatos (%)	Többnyire nem környezettudatos (%)	Környezettudatos is, meg nem is (%)	Többnyire környezettudatos (%)	Nagyon környezettudatos (%)	Összesen (%)
Költségesség megítélése (Költségeit tekintve milyenek gondolja a vegán életmódot a „hagyományos-sal” szemben?)	Egyértelműen költségesebb	66,7	18,8	12,9	6,9	8,8	9,9
	Általában költségesebb	33,3	37,5	35,5	25,9	28,1	28,7
	Ugyanannyiba kerül	0,0	37,5	32,3	37,9	24,6	33,2
	Általában megfizethetőbb	0,0	6,3	19,4	24,1	26,3	22,4
	Egyértelműen megfizethetőbb	0,0	0,0	0,0	5,2	12,3	5,8

$p \leq 0,5$

Forrás: Saját szerkesztés

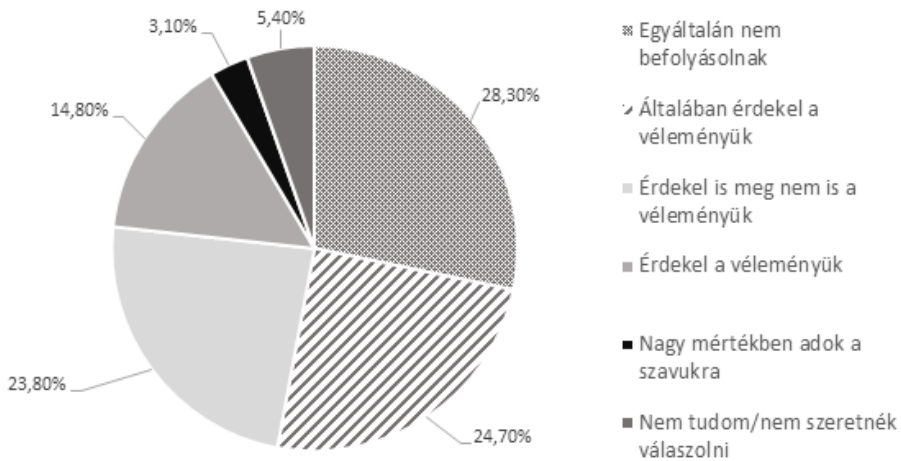
A következő hipotézisemben azt vizsgáltam, hogy a vegánok körében meddig terjed az influencerszek hatása. Az internet és a közösségi média, elsősorban a Youtube és az Instagram népszerűségének rohamos növekedése miatt nem szabad eltekinteni ezen felületek és az influencerszek befolyásoló szerepétől. Kérdőívemben én is kitértem erre a témára. Először is rákérdeztem, hogy ismernek-e a kitöltők vegán influencerszeket. Az eredményeket az 3. ábra mutatja.



3. ábra: Vegán influencerszek ismertsége (N=223)

Forrás: Saját szerkesztés

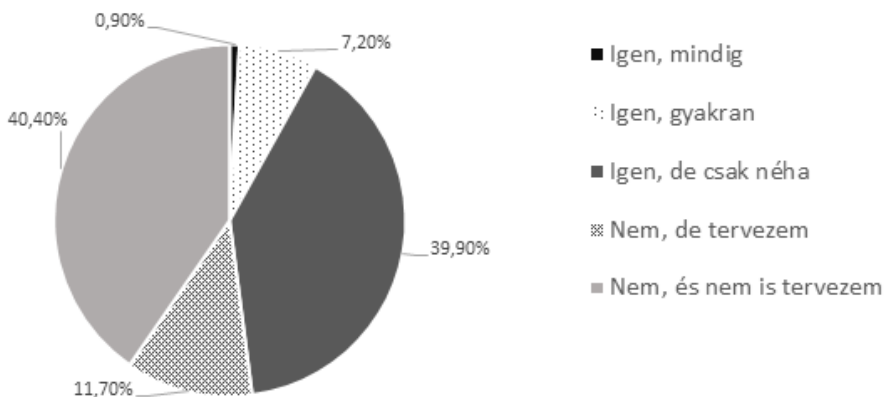
A 3. ábrából látható, hogy a kitöltők 86,5%-a legalább egy vegán influencerszt ismer, míg csupán 13,5 %-a nyilatkozta, hogy nem ismer egyet sem. Ezek után kíváncsi voltam, hogy milyen befolyásoló erővel bír egy influencersz a vegánok körében.



4. ábra: **Az influenzerek befolyása (N=223)**

Forrás: Saját szerkesztés

Mint az 4. ábrából is látható, a válaszadók közel harmada azt nyilatkozta, hogy egyáltalán nem befolyásolják a vegán influenzerek. Azonban a többi kitöltőt érdeklí valamilyen szinten az általa ismert véleményvezér álláspontja egy-egy termékkel kapcsolatban. Kérdőívemben arra is kíváncsi voltam, hogy a megkérdezett vegánok vásároltak-e már meg valamit azért, mert azt előzőleg egy vegán influenzszer javasolta. Az eredmények a következő, 5. ábrán láthatók:



5. ábra: **Vegán influenzerek hatása a vásárlásra (N=223)**

Forrás: Saját szerkesztés

Az előző eredményeknek némileg ellentmondva a válaszadók 40,4%-a elzárkózik attól, hogy kipróbáljon influenzereknél látott termékeket. Azonban népes azok tábora is, akik ritkán ugyan, de próbáltak már ki terméket influenzszer hatására (39,9%). Összességében a válaszadók 59,6%-a mutat valamilyen hajlandóságot az influenzerek által befolyásolt vásárlásokkal szemben.

A továbbiakban kíváncsi voltam arra is, hogy a befolyásolhatóság és az életkor milyen összefüggésben áll egymással. Az elemzések azt mutatták, hogy a befolyásolhatóság szintjében szignifikáns eltérés van az életkor alapján (2. táblázat). Az adatok alapján a válaszadók közül leginkább a 15-25 éves korosztály befolyásolható, mindössze 19,8%-uk mondta, hogy egyáltalán nem

hatnak rájuk az influenzazsok, míg a 36-45 éveseknek több mint a fele (51,5%) állította azt, hogy ellenáll az ilyen befolyásolásnak.

2. táblázat: **Az influenzazsok befolyása és a kor közötti összefüggés (N=223)**

Megnevezés		Korcsoportok					
		15-25 (%)	26-35 (%)	36-45 (%)	46-55 (%)	56-99 (%)	Összesen (%)
Befolyás mértéke (Mennyire befolyásolják Önt a vegán influenzazsok?)	Nagymértékben adok a szavakra	4,7	2,8	0,0	0,0	0,0	3,1
	Érdekel a véleményük	18,9	12,5	6,1	12,5	25,0	14,8
	Általában érdekel a véleményük	25,5	22,2	33,3	12,5	0,0	24,7
	Érdekel is meg nem is a véleményük	28,3	20,8	9,1	50,0	25,0	23,8
	Egyáltalán nem befolyásolnak	19,8	31,9	51,5	25,0	0,0	28,3
	Nem tudom/Nem szeretnék válaszolni	2,8	9,7	0,0	0,0	50,0	5,4

$p < 0,01$

Forrás: Saját szerkesztés

Az eredményeket összegezve megállapítható, hogy mindenképp érdemes a véleményvezérek befolyásoló hatására építeni a vásárlásösztönzés során. A vállalatok számára ez egy kiváló lehetőség a termékeik népszerűsítésére.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Kutatási tevékenységem célja elsősorban az volt, hogy megismerjem és bemutassam a vegánok motivációit és fogyasztói attitűdjét. Jelen tanulmányban két területre tértem ki, nevezetesen a vegánok környezettudatosságát, illetve az influenzazsok hatását vizsgáltam.

Első hipotézisem, mely szerint „A vegánok számára kiemelkedő szempont a környezettudatosság”, beigazolódott, ugyanis a kérdőívemre adott válaszokból kiderült, hogy a vegán életmód választásának motivációs szempontjai között harmadik motivációs tényező a környezettudatosság, és a vegánok döntő többségben környezettudatos életmódot élnek.

Második hipotézisem, mely szerint „Az online véleményvezérek a vegánok körében is egyre nagyobb befolyással rendelkeznek”, elfogadom. A kapott válaszok alapján a kitöltők többsége ismer vegán influenzazsokkat és ad is véleményükre. Az általuk ajánlott termékekkel szemben a többség vásárlási hajlandóságot mutatott. Ezek alapján a vállalatoknak ajánlatos erre a tényezőre, mint kiemelt marketingkommunikációs eszközre tekinteni.

Míndezek alapján a következő javaslatokat teszem:

- A vállalatoknak ki kellene használni az influenzazsok népszerűségét és a bennük rejlő potenciált. Mindenképp fontosnak tartom, hogy a vállalatok nyissanak a közösségi média felé. Az influenzazsok alkalmazása egyre gyakoribb és hatékonyabb eszköz. Azáltal, hogy ezek a véleményvezérek kipróbálnák és megismertetnék termékeiket, az ő követőtáborukkal új piacok nyílhatnak a cégek termékei számára. Hazánkban is számos ilyen vegán influenzazsok közül válogathatnak a vállalatok, rajtuk keresztül még specializáltabb szegmenseket azonosíthatnának be, és érhetnének el a vállalatok.
- A termékek és szolgáltatások megtervezésénél ajánlatos a környezetvédelmi szempontot szem előtt tartani, ugyanis a vegánok körében kiemelt fontosságú ez a kérdés. A veganizmus az esetek többségében egyértelműen összeköthető a környezetvédelemmel, mely jellemzőt az őket megcélzó cégek hatékonyan felhasználhatnák marketing tevékenységükben.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) Bonifert A. (2014): Miért vegán? Vegán Állatvédelmi Egyesület. Budapest. (2) Bonifert A. (2016): Vegán leszek. Vegán Állatvédelmi Egyesület. Budapest. (3) Brodie, R. J. – Ilic, A. – Juric, B. – Hollebeck, L. (2013): Consumer engagement in a virtual brand community: An exploratory analysis. *Journal of Business Research*. pp. 66. 105-114. (4) HANCOX, D. (2018): The unstoppable rise of veganism: how a fringe movement went mainstream. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2018/apr/01/vegans-are-coming-millennials-health-climate-change-animal-welfare> (Letöltve: 2020.05.05.) (5) LÉGRÁDI L. (2001): Egészséges életmód. *Módszertani közlemények*. 41. évf. 5. szám. pp. 195-198. (6) LIETZMANN, C. (2014): Vegetarian nutrition: past, present, future. *The American Journal of Clinical Nutrition*. vol. 100. 1. issue. pp. 496S-502S. (7) Lipták L. (2017) A közösségi tagság hatása a vegán fogyasztók magatartására. *Szegedi Tudományegyetem*. Szeged. <http://www.eco.u-szeged.hu/download.php?docID=75139> (Letöltve: 2019.11.15.) (8) Marchis A. – Markos-Kujbus É. (2019): „Minden jó influencer...” – Avagy hogyan lehet hiteles egy Instagram-mikroinfluencer az ügynökségek és az influencerek szerint? *DMMD ADAPTER Tanulmányok a digitális marketing, média és design területéről*. Corvinus Egyetem. Budapest. <http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/4844/> (Letöltve: 2019.12.28.) (9) SZABÓ Z. – EDÉLYI A. – GIBICSKÓNÉ K. A. – UNGVÁR T. L. P. É. – SZEKERESNÉ SZ. SZ. – KOVÁCS R. E. – RAPOSA L. B. – FIGLER M.: A növényi alapú étrendről. *Orvosi Hetilap*. 157. évf. 47. szám. pp. 1859-1965. (10) Szigeti O. – Szakály Z. (2011): *Marketing*. Kaposvári Egyetem. (11) *Vegan Society* (2006): *Articles of Association for a Charitable Company*. https://www.vegansociety.com/sites/default/files/uploads/downloads/VeganSocietyArticles_2019.pdf (Letöltve: 2019.12.06.)

SZERZŐ:**Czevár Alexandra**

Pénzügy és számviteli BSc szakos hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
alexandra.czevar@gmail.com

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

A RÓMAI- ÉS TÖRÖK KORI FÜRDŐEMLÉKEK HATÁSAI NAPJAINK FÜRDŐKULTÚRÁJÁRA

INFLUENCES OF ROMAN AND TURKISH BATHS ON TODAY'S BATH CULTURE

Hadházi Viktória

ÖSSZEFOGLALÁS

Mára mindenki számára elérhetővé vált az utazás, ami évekkel ezelőtt privilégiumnak számított. A turizmus jelentős mértékben járul hozzá a gazdaság élénkítéséhez és a munkahelyteremtéshez mind nemzetközi, mind hazai szinten.

A turizmuson belül az egészségturizmus – mely magában foglalja a wellness- és a gyógyturizmust, és a hozzájuk tartozó különböző területeket – egyre jelentősebb szerepet játszik napjainkban. Ugyanis az élményszerzés mellett a rekreáció is meghatározó tényező a fürdő felkeresése során. Magyarországon a wellness turizmus egyik építő eleme az évezredek fürdőkéltúra a történelmi fürdőkkel. Kutatásom során fontosnak tartottam bemutatni, hogy a történelmi múlttal rendelkező fürdők hogyan tekintenek a múltjukra, és ez mennyire jelenik meg a kommunikációjuk során és a kínált szolgáltatási elemekben.

A szakirodalmi feldolgozás során bemutatásra került a római és a török fürdőkéltúra kialakulása, amely később hazánkban is megjelent. Az első fürdők Aquincum területén épültek meg a II. században, amely nem csupán a tisztálkodásra, hanem a társas kapcsolatok ápolására is szolgált. A török megszállással egy másik kéltúra is megjelent az országban. A törökök nagyrészt a római fürdők épületeinek felépítését és bizonyos esetekben magát az épületet vették át és használták tovább.

A beérkezett válaszok alapján megállapítottam, hogy a tradicionális fürdőkéltúra napjainkban jelen van a megkérdezett fürdők kínálatában, valamint a hagyományos török fürdőzési szokások ma is élnek, azonban ezeket jobban meg lehetne ismertetni a fürdőlátogatókkal is.

Kulcsszavak: egészségturizmus, történelmi fürdő, fürdőkéltúra

ABSTRACT

Today, travel, which was a privilege many years ago, became accessible to everyone. Tourism is a major contributor to economic recovery and job creation at international and domestic level.

Within tourism, health tourism - which includes wellness and spa tourism and its various fields - is playing an increasingly important role today. In addition to gaining experience, recreation is also a determining factor when visiting the spa. One of the building blocks of wellness tourism in Hungary is the millennial bath culture with its historical baths. In my research, I found it important to present, in the case of spas with a historical past, how they look at their past, how it appears in their communication and in the services offered.

In the course of the literature review the Roman and Turkish bath culture was introduced, which later appeared in Hungary too. The first baths were built in Aquincum in the 2nd century, which served not only for sanitation but also for social relations. With the Turkish occupation another culture appeared in the country. The Turks largely took over the design of the buildings of the Roman baths and, in some cases, continued to use the buildings.

Based on the answers received, I found that the traditional bathing culture is present in the offer of the surveyed spas today, and the traditional Turkish bathing habits are still exist, but these could be better introduced to the spa visitors.

Keywords: health tourism, historical bath, bath culture

BEVEZETÉS

A turizmus a világ egyik legdinamikusabban fejlődő gazdasági ágazata (EUROSTAT, 2018). A legfrissebb eredmények azt mutatják, hogy a turizmus a világ GDP-jének – multiplikátor hatásokkal együtt – 10,4%-át adja és több mint 319 millió munkahelyet biztosít (WTTC, 2019). Magyarországon a turizmus GDP-hez való közvetlen (6,8%) és közvetett hozzájárulása (10,7%) is emelkedett 2018-ban, továbbá a turisztikai ágazatokban betöltött állások száma is tovább bővült, a nemzetgazdasági foglalkoztatottság 13,2%-át adta a turizmus (MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG, 2019).

Európa vezető egészségutisztikai desztinációi között Magyarország is előkelő helyet foglal el. Nagyban köszönhető az ásványi összetevőkben gazdag termálvizek széles választékának és az erre épülő magas színvonalú turisztikai infrastruktúrának, melyek biztosítják az ország versenyképességét (MICHALKÓ – RÁTZ, 2011). Az egészséges életmód elterjedésével az egészségutizmus termékeinek igénybevétele elengedhetlenné vált az emberek számára, emellett a feltöltődésre és egészségmegőrzésre épülő wellness turizmus térhódítása is egyre lendületesebb. Napjainkban Magyarországon specializálódott a wellness szolgáltatások kínálata, ez kifejezetten előnyös a szolgáltatók számára, akiknek termékeik, ezáltal egyedi értékesítésű terméként jeleníthetők meg a piacon, ilyenek például a római- és török fürdők, melyek mai napig őrzik a római és török kori fürdőzés hagyományait (KÖNYVES et al., 2013).

A Római Birodalom hódítói az időszámításunk előtti I. század utolsó évtizedeiben érkeztek a mai Dunántúl területére. A fürdés szokása a provinciákban a római civilizációval együtt terjedt el, amit fürdőkultusznak is nevez a szakirodalom. A kifejezés arra utal, hogy nem lehet élesen különválasztani a higiénikus cselekvéseket, a rituális megnyilvánulásokat és a társadalmi kapcsolatok egyes formáit. A császárkori Rómában a fürdők a város kiválóan megtervezett és kivitelezett épületei voltak, amelyek az emberi igényeket a legnagyobb mértékben kielégítették. Megtalálhatóak voltak tornatermek, öltöző, fürdőző és olajozó helyiségek, a fürdő parkjában pedig sétacsarnokok, ahol előadásokat, felolvasásokat tartottak (PÓCZY – HAJNÓCZY, 1960).

A fürdő felépítését tekintve is egyedülálló építészeti megoldások születtek, a hideg vizes fürdőt egyesítették az izasztó kamrával, a gőzfürdővel. Így alakult ki folyamatosan az úgynevezett fürdőút, amely a fürdő gerincét képezte. Az útvonal a következőképpen alakult: frigidarium, tepidarium és caldarium, vagyis a hideg, langyos és meleg vizes termék sorozata. Egy római építésnek köszönhető a fürdőhelyiségek aláfűtése. Ez a technikai újítás egy lebegő padlózattal megoldott fűtőeljárást foglalt magába. A helyiségek kőlapokból készült padlózata tégl- vagy kőpillérek „lebegett”, a padló alatti járatokat átmelegítették a helyiséghez épített kemencék füstjével és tűzével. A falakon körbe elhelyezett üregek téglák biztosították a füst kiáramlását és a megfelelő szellőzést. A falak vastagsága és a megmaradt kazetta-töredékek is arra utalnak, hogy a fürdők termei boltozatosak voltak. (PÓCZY – HAJNÓCZY, 1960).

A magyarországi török kultúra Buda elfoglalásával 1541-ben alakult ki és egy majdnem 150 évig tartó korszak kezdődött el, amely sok területen formálta az embereket, az épületeket, de nyomot hagyott a gazdasági és kulturális életben is. A törökök megtelepedésével és vallásuk megjelenésével elkerülhetlenné vált a társadalmi és vallási épületek kialakítása a hódoltság területén, fokozatosan épültek a dzsámik, türbék és fürdők is (GERŐ, 1980). A török fürdők kialakulását nagyban befolyásolták a római birodalom provinciáinak fürdői, melyeket sokszor tovább használtak az adott településen vagy lemásoltak. Ebből is következhet, hogy a fürdőket szinte az eredeti állapotukban, elrendezésükben, vagy csak apró változásokkal használták a későbbiekben is (ROGERS, 1987).

Alapvetően két nagy csoportot különböztethetünk meg a török fürdők kapcsán, ezek az „ilidzsa” vagy „kalipcsa”, vagyis a hév-, vagy termálfürdők és a hamam, vagyis a gőzfürdők. Lényeges különbségük a fürdőknek a vízellátásukban és a fűtésükben gyökerezik. Sok hasonló-

ság található azonban az épületek alaprajzaiban és helyiségeinek beosztásaiban. A római fürdők felépítéséhez hasonlóan itt is megtalálható egy előcsarnok, egy előtér vagy átmeneti helyiség és egy fürdőhelyiség. Az átmeneti helyiség követi az előcsarnokot, amely a római fürdők felépítésében a tepidáriumnak vagyis a langyos helyiségnek felel meg. Az előcsarnokban már a mosakodások is történtek, ezért a helyiség megvilágítása apró nyílásokon történt a kupolákon keresztül, ezek a nyílások rendszerint hatszög keresztmetszetűek voltak. A következő a meleg helyiség, amit caldariumnak neveztek a rómaiak, a törökök pedig hararaként ismernek. A harara egy nagyobb, négyzet alapú helyiség, amelyet kupola fed, amelyen szintén hatszög keresztmetszetű nyílások biztosították a fény beáramlását, a kupola közepén található nagyobb nyílás pedig a keletkezett gőz elvezetésére szolgált (GERŐ, 1980).

A hasonlóságok után itt figyelhető meg lényeges különbség a két csoport között. Ugyanis az ilidzsa hararájának ebben a helyiségében található egy nagy, nyolcszög alapú, többnyire többlépcsős medencét. Az ilidzsák nem csak a tisztálkodást szolgálták, mivel már az ókorban is ismerték a gyógyvizek pozitív hatásait, ezért kifejezetten ajánlott volt több időt eltölteni a vízben. Ezzel szemben a hamam hararájában medence helyett egy szintén nyolcszögletű márvány emelvény található, amelyen különböző masszázsokat végeztek. Az ilidzsák jellemzően ott épültek, ahol elérhető közelségben volt a hőforrás, amely biztosította a medencék vízellátását. A meleg vizet agyagcsövek szállították az épületekbe. Ilyen vízvezeték maradványokat találtak a mai Rác és Rudas fürdő egyes részein, valamint majdnem egy teljesen összefüggő hálózatot a Király fürdőben (GERŐ, 1980). Számos szakirodalom foglalkozik azzal, hogyan élnek tovább a múlt hagyományai napjainkban ugyanis az országban található termálvízkinccs gyógyítási, tisztasági vallási és társadalmi használata minden időben jelen volt uralkodótól, járványoktól és vallásoktól függetlenül (LÖVEI-KALMÁR, 2018).

Kutatásom középpontjába ezért a szolgáltatók, a fürdők történelmi múltjához és a fürdőkulturához való viszonyulásának a vizsgálata került. Kutatásom során kiemelten öt fürdővel foglalkoztam, amelyek közül Budapesten található a Római Strandfürdő, a Rudas Gyógyfürdő, a Király Gyógyfürdő, az Irgalmasok Veli Bej fürdője, valamint Egerben található az egyetlen ma is működő vidéki fürdő, amely őrzi a hagyományokat az egi Török Fürdő.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Vizsgálatom alapját azok a hazánkban ma is működő gyógy- és termálfürdők adták, amelyek rendelkeznek római vagy török múlttal és hagyományokkal. Kutatásom során egyrészt szekunder forrás- és adatfeldolgozást, másfelől primer kutatást végeztem. Szekunder vizsgálatom folyamán hazai és nemzetközi adatbázisokban, statisztikai adatgyűjtést és folyóirat keresést valósítottam meg (KSH, WTTC, Matarka, Sciencedirekt). Primer kutatásom során kérdőíves megkérdezést, valamint mélyinterjút alkalmaztam. A kérdőív főként zárt kérdéseket és Likert-skálát tartalmazott, arra voltam kíváncsi elsődlegesen mely korosztályok adják az általam vizsgált fürdők vendégkörét, a fürdő történelme és a tradicionális fürdőzési szokások mennyire vannak jelen a fürdő által kínált szolgáltatásokban, az épület felépítésében, a belső terek kialakításában, valamint a honnan érkeznek a fürdőlátogatók.

Egy egyetemi tanulmányi kirándulás keretein belül márciusban lehetőségem nyílt az egi Török Fürdő egyik alkalmazottjával személyes interjút készítenem, aki körbevezetett a fürdőben, bemutatta a fürdő felépítését is. A többi fürdőt emailben kerestem meg és egy online kérdőív kitöltésére kértem őket, azt feltételezve, hogy ebben a formában jobb lesz a válaszadási arány. Az egi fürdő mellett további két fürdő is reagált a megkeresésemre, a Király Gyógyfürdő és a Rudas Gyógyfürdő a számukra elküldött online kérdőívet töltötte ki, így a minta alacsony elemszáma (három fürdő) miatt kvalitatív elemzést végeztem.

EREDMÉNYEK

A következőkben a Király Gyógyfürdő és a Rudas Gyógyfürdő online kérdőívre adott válaszai, valamint az egri Török Fürdőben a mélyinterjú alkalmával rögzített válaszok kerülnek bemutatásra (*J. táblázat*). A rendelkezésemmre álló visszajelzések alapján megállapítható, hogy a Rudas fürdőt és az egri Török Fürdőt jellemzően a 31 és 40 év közötti korosztály látogatja, míg a Király fürdőt inkább a 60 év feletti vendégek részesítik előnyben.

Mindhárom fürdő esetében elmondható, hogy hétvégeente magasabb látogatószámmal üzemelnek, mint a hét többi napján. Szintén magas a vendégek száma a téli hónapokban, mindannyian megemlítik a decembert, de ezen kívül a Rudas fürdő és az egri Török Fürdő a januári, februári és novemberi hónapokat is kiemeli, amikor átlagon felüli a látogatottság, ezzel szemben egyetértés mutatkozik abban is, hogy rendszerint júliusban veszik igénybe a legkevésbé a fürdők szolgáltatásait.

Ami a fürdőben eltöltött időt illeti, a Király és az egri Török Fürdőben 2–3 órát töltenek jellemzően az odalátogatók, a Rudas fürdőben pedig egy kicsivel többet, 3–4 órát. Mivel mind a három fürdő rendelkezik gyógyvízzel, így Országos Egészségpénztári Támogatással részt tudnak venni a kezeléseken a betegek.

A következő kérdéscsoport a fürdők történelmi emlékeire (mint például tradicionális fürdőzés, tematikus szolgáltatások) vonatkozik. A fürdő történelmi múltját mindhárom fürdő nagyon fontosnak tartja, és szerintük látogatóikat, a Rudas fürdő esetében nagyon, míg a Király és az egri Török Fürdő esetében már nem olyan nagy mértékben befolyásolja a fürdő kiválasztása esetén.

Szolgáltatások tekintetében a Király és Rudas fürdő kiemeli a termál medencefürdőt, mint legnépszerűbb szolgáltatásukat. A Rudas fürdőben már egyéb szolgáltatások is megjelennek, mint a wellness részleg, ahol a panoráma medencét is megtaláljuk vagy a Royal termál és a vizes masszázs. Az egri Török Fürdőben igazán kedveltek az autentikus masszázsok, mint az Arnaut pasa masszázs, ami egy tradicionális török masszázs/fürdetés, a Szulejmán masszázs, a Gül Baba Rózsakertje (hammam masszázs), valamint a vízi- és gyógytorna. A következő egy évben mindhárom fürdő tervez valamilyen felújítást, ami az épületek műemlék jellegének megőrzéséhez is hozzá fog járulni.

Ezután a történelmi múlt megjelenésére fókuszáltam, szerettem volna megtudni, hogy a fürdő múltja mennyire található meg a szolgáltatásokban, programokban, belső terek, medencék kialakításában és marketingben. A Király fürdőben a történelmi múlt leginkább a belső terek és medencék kialakításában, a Rudas fürdő esetében a szolgáltatásokban és a marketingjében, míg az egri Török Fürdőben a szolgáltatásokban, a programokban, a belső terek és medencék kialakításában és a marketingjében is megjelenik. Mindhárom fürdőben megjelennek a török épületek jellegzetességei.

Mivel a megkérdezett fürdők közül a Király és a Rudas fürdő Budapesten található, ezért elmondható, hogy a legtöbb látogató Pest megyéből érkezik. Az egri Török Fürdő vendégei Borsod-Abaúj-Zemplén, Hajdú-Bihar, Heves, Pest és Somogy megyéből is érkeznek. Külföldi országok tekintetében a kapott válaszok alapján megállapítható, hogy a Király és a Rudas fürdő is népszerű az Egyesült Királyságból, Franciaországból, Németországból és Olaszországból érkezők körében. Ezen kívül a Rudas fürdőt szívesen választják a Belgiumból, Hollandiából, Írországból, Svédországból, Oroszországból, Ázsia országaiból, Dél-Amerikából és az Amerikai Egyesült Államokból érkező vendégek. Az egri Török Fürdő vonzó az Ausztriából, Romániából, Szlovákiából és Szlovéniából érkezők körében, valamint kedvelik mind a Rudas, mind az egri Török Fürdőt a cseh és a lengyel látogatók.

1. táblázat: Szolgáltatók összehasonlítása

	Rudas Gyógyfürdő (Budapest)	Király Gyógyfürdő (Budapest)	Török Fürdő (Eger)
Látogatók életkora	- 31-40 év közöttiek	- 60 év felettek	- 31-40 év közöttiek
Leglátogatottabb hónapok	- Január - Február - November - December	- December	- Január - Február - Március - November - December
Fürdőben töltött idő	- 3-4 órát	- 2-3 órát	- 2-3 órát
Történelmi múlt hol jelenik meg	- Szolgáltatásokban - Marketingjében	- Belső terek, medencék kialakításában	- Szolgáltatásokban - Programokban - Belsőterek, medencék kialakításában - Marketingjében
Legnépszerűbb szolgáltatások	- Termálfürdő - Wellness részleg - Gőzkamra - Royal termál extra masszáz - Vizes masszáz	- Termál medencefürdő	- Arnaut pasa masszázsa (Török masszáz/szfürdetés) - Szulejmán (tisza és erőteljes) masszáz - Gül Baba Rózsakertje (hammam masszáz) - Helva mézes masszáz - Vízitorna - Gyógytorna
Látogatók lakhelye (megyék szerint)	- Pest	- Pest	- Borsod-Abaúj-Zemplén - Hajdú-Bihar - Heves - Pest - Somogy
Fő küldő országok	- Belgium - Csehország - Egyesült Királyság - Franciaország - Hollandia - Írország - Lengyelország - Németország - Olaszország - Svédország - Oroszország - Ázsia országai - Dél-Amerika - USA	- Egyesült Királyság - Franciaország - Németország - Olaszország	- Ausztria - Csehország - Lengyelország - Románia - Szlovákia - Szlovénia

Forrás: Saját adatgyűjtés

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A személyes interjú és az online kérdőív válaszai alapján elmondható, hogy a megkérdezett fürdők fontosnak tartják, valamint úgy gondolják, hogy a látogatóikat is nagymértékben befolyásolja a történelmi múltjuk. A tradicionális fürdőzési szokások is részei a hagyományoknak, amelyet mind a Rudas Gyógyfürdő, mind az egeri Török Fürdő látogatói megtapasztalhatnak.

A Király Gyógyfürdő tematikus rendezvényekkel próbálja kihangsúlyozni a fürdő történelmét, ilyenek lehetnek a Magyar Fürdőkultúra Napján szervezett programok is, mint az idegenvezetés, vagy az autentikus dallamok megszólaltatása a fürdőzések során. Az ehhez hasonló tematikus programok kiemelhetnék és segítségükkel könnyebben megismerhetnék a fürdőlátogatók a tradicionális török fürdőzési szokásokat.

A tervezett felújítások is hozzájárulhatnak, hogy az épületben fellelhetőek legyenek a török múltra egyértelműen utaló medenceterek, termek korszerűsítése és karbantartása, melyek szintén teret biztosítanak a tradicionális fürdőzésnek. A török épületek jellegzetességei nagyban hozzájárulnak, hogy már az épület külsője alapján egyértelműen felismerhető legyen a fürdő épülete. Mind a három fürdő esetében megjelennek ezek a jellegzetességek, még abban az esetben is, ha az eredeti épület mellé egy újabb fürdőegység került felépítésre.

Mivel a megkérdezett fürdők fontosnak tartják a történelmi múltjukat, ezért próbálták ezt az általuk kínált szolgáltatásokban is megjeleníteni. A török medence mind a három fürdő esetében szerepel a kínálati elemek között, azonban az egri Török Fürdőben számos hagyományos masszázsszász (Szulejmán masszázs, Arnaut pasa masszázsa, Padisah testmasszázsa) és kezelés is igénybe vehető emellett. Emellett érdemes megemlíteni, hogy napjainkban elsődlegesen továbbra is a medenceszolgáltatások miatt keresik fel a fürdőket az oda látogatók.

Elmondásuk szerint a fürdők marketingjében is megjelenik a történelmi múlt. Az megkérdezett fürdők mindegyike rendelkezik saját honlappal, ahol kommunikálnak látogatóikkal, ezen a felületen lényeges, hogy mindig naprakész információkkal szolgáljanak, valamint a mobiltechnológia térnyerésének köszönhetően fontos, hogy a weboldalak mobilra optimalizáltak legyenek. Napjainkban már nem csupán a fiatalabb korosztály érhető el az internet segítségével, hanem az idősebbek is, akik a televíziós reklámok mellett, a közösségi média felületein is megszólíthatóak.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) EUROSTAT (2019): Tourism statistics, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics#Tourism_expenditure:_highest_spending_by_German_residents, (letöltés dátuma: 2019.03.02.) (2) GERŐ GY. (1980): Az oszmán-török építészeti Magyarországon (dzsámik, türbék, fürdők). Akadémia Kiadó, Budapest, 174p. ISBN 963 05 1970 4. (3) KÖNYVES E. – MÜLLER A. – KÖDMÖN J. (2013): Az egészségturizmus fókuszai. Debreceni Egyetemi Kiadó, Debrecen, 249p. ISBN 978 963 318 317 5. (4) LÖVEI-KALMÁR K. (2018): A fürdőkultúra történelmi aspektusai Magyarországon, különös tekintettel a középkorra. In: Nortia. A Magyar Történelem és Európai Integráció Tanszék tudományos kiadványa (szerk: Kovács E.), Ungvár pp. 14-24 <https://magyarkar-une.org/wp-content/uploads/2018/06/Nortia2018.pdf> (letöltés dátuma: 2020.01.15.) (5) MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG (2019): A turizmus eredményei Magyarországon, <https://mtu.gov.hu/cikkek/a-turizmus-eredmenyei-magyarorszagon> (letöltés dátuma: 2019.09.03.). (6) MICHALKÓ G. – RÁTZ T. (2011): Egészségturizmus és életminőség Magyarországon, Fejezetek az egészség, az utazás és a jól(l)ét magyarországi összefüggéséről. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest, 179p. ISBN 978 963 9545 34 2. (7) ROGERS, M. (1987): A hódító iszlám. Helikon Kiadó, Budapest, 169p. ISBN 963 207 826 8. (8) SZ. PÓCZY K. – HAJNÓCZY GY. (1960): Római fürdők Budán. Képzőművészeti Alap Kiadóvállalata, Budapest, 44p. (9) WTTC (2019): Economic impact 2019 World <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf>, (letöltés dátuma: 2019.10.07.)

SZERZŐ:

Hadházi Viktória

Ellátásilánc-menedzsment MSc szakos hallgató
 Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
 hadhazi.viki97@gmail.com

A publikáció a 2019.11.13-án megrendezett DE GTK Kari Tudományos Diákköri Konferencián bemutatott pályamunka egy részének kivonata.

A BAROMFIFELDOLGOZÓ SEKTOR TOP 1+3 VÁLLALATÁNAK ELEMZÉSE**ANALYSIS OF TOP 1+3 COMPANIES IN THE POULTRY SECTOR***Kapin Emőke***ÖSSZEFOGLALÁS**

A globalizálódó világban a vállalatok növekedése nem egyszerű, a növekedés megtartásához szükséges a piaci pozíció megerősítése, a profitabilitás, új piacok szerzése, a fizetőképesség megőrzése, a beruházások megtérülése, a tulajdonosi érték növelése.

A beruházások, az optimális tőkeszerkezet és az erőforrásokkal való megfelelő gazdálkodás mind hozzájárul a vállalatok fenntartható, hosszú távú növekedéséhez, teljesítményének javulásához. A gyakorlatban a vállalatok forrásai között, a rövid- és hosszú lejáratú banki hitelek mellett egyre nagyobb szerepet kapnak a támogatások különböző formái, melyek hatást gyakorolnak a versenyszférában működő vállalatok eredményességére. A sikeres vállalatok növekedési stratégiájában megjelenik a nemzetköziesedés gondolata a külföldi piacra lépés során, ami a kibocsátás volumenének növelésével képesek elérni, melyhez olyan értékgeneráló, kapacitásbővítő beruházásokat kell végrehajtani, amelyek lehetővé teszik a termelés adta méretgazdaságosság kihasználását (FENYVES et al., 2016).

Kulcsszavak: beruházások, vállalati növekedés, baromfiipar, Master Good, versenytársak

ABSTRACT

In a globalizing world, corporate growth is not straightforward; sustaining growth requires strengthening market position, profitability, acquiring new markets, maintaining solvency, return on investment, and increasing shareholder value.

Investments, the optimal capital structure and proper management of resources all contribute to the sustainable, long-term growth of companies and the improvement of their performance. In practice, various forms of subsidies are playing an increasingly important role among corporate sources, in addition to short-term and long-term bank loans, which have an impact on the performance of companies in the competitive sector. The growth strategy of successful companies reflects the idea of internationalization when entering the foreign market, which they can achieve by increasing the volume of output, which requires investments in value-generating and capacity-building that allow exploiting economies of scale from production (FENYVES et al., 2016).

Keywords: investments, corporate growth, poultry, Master Good, competitors

BEVEZETÉS

Az élelmiszergazdaság Magyarországon kulcsfontosságú szerepet tölt be. A mezőgazdaságban megtermelt GDP felét az élelmiszeripar állítja elő, az ágazat teljesítménye az elmúlt években jelentősen javult. Az értékesítésének kétharmada belföldre irányul, ugyanakkor az export részesedés növekvő tendenciája figyelhető meg (PANYOR, 2017). Az élelmiszeripar hozzáadott értéke elmarad az európai szinttől, a nyersanyagok egy részét feldolgozatlanul exportálják. Hazánkban a feldolgozóipari termelés 11%-át adja az élelmiszeripar és dohánytermék gyártása, a munkaerő 3,3%-át foglalkoztatja (AKI, 2018a). A húsfeldolgozás világszerte koncentrált a baromfihús termelésében és fogyasztásában. Erősen dominál a brojler, míg a pulyka és a vízi szárnyasok kisebb arányt képviselnek a világfogyasztásból (USDA, 2017). Az Európai Unióban élen jár Dánia, Franciaország, Németország, Egyesült Királyság, Spanyolország (EC, 2017). Magyarországon nincsenek multinacionális vállalatok az elsődleges húsfeldolgozásban, a technológiai lemaradás különösen a húsfeldolgozásban, készítménygyártásban nagy és növekvő.

Az ágazat meglehetősen jó pénzügyi helyzetet mutat (AKI, 2016). A baromfifeldolgozás a legjobb helyzetben lévő szektor, a nagyfokú integráltságának köszönhetően a beszerzés, alapanyag-ellátás, takarmányozás akár egy tulajdonosi körön belül is lehet. Ennek hatására bővül az export, emelkedik a termékek hozzáadott értéke a magas minőségű prémium termékek körében. Az ágazat helyzetét nehezíti a feketegazdaság, amely becslések szerint 40%-ot is elérhet. Viszszaszorítása érdekében cél rövid- és középtávon a technológiai fejlesztés, innováció, termékfejlesztés és csomagolás, a logisztika és a szorosabb vertikális kapcsolatok kiépítése. A baromfifeldolgozás 90-95%-a magyar tulajdonban van (FÖLDMŰVELÉSÜGYI MINISZTERIUM, 2015).

Hazánk legrégebbi baromfitermelő dinasztiája a Kisvárdai és környékén található Master Good cégcsoport, mely 100%-ban a Bárány család tulajdona, ügyvezető igazgatója Bárány László. A cégcsoporton belül a Baromfi-Coop Kft. tölti be az anyavállalat szerepét az agrártevékenységek területén (takarmánynövények integrációja, baromfityénésztés, keltetés, takarmánygyártás, ipari brojler csirke hizlalás, a tanyasi szabadtartású csirkenevelés). Leányvállalata az élőláncipari tevékenységgel foglalkozó kisvárdai Master Good Kft. A cég tevékenysége az élőbaromfi feldolgozása (vágás, darabolás), az előkészített tovább-feldolgozásra kerülő termékek előállítás, valamint azok értékesítése. Termékkínálatuk: primer alapkategóriába tartozó friss ipari vágott és darabolt termékek, fűszerezett és pácolt húskészítmények. A vállalatcsoport értéke az integráció kapacitás kihasználtságában rejlik, ennek értékét csak annak jövedelemtermelő képességével lehet mérni (MASTERGOOD, 2019).

ANYAG ÉS MÓDSZER

A vállalat adatainak elemzése során kiemelem, hogy milyen tényezők járultak hozzá egy jelentős múlttal rendelkező, versenyképes, piaci pozícióját megőrző cég pénzügyi helyzetének növeléséhez, majd összehasonlítom a Master Good Kft-t főbb jövedelmezőségi mutatói alapján versenytársaival szakágazatán belül, mint a legnagyobb árbevétellel rendelkező vállalat.

Röviden bemutatom, hogy a válságot követően hogyan tudott dinamikusabban növekedni, milyen finanszírozási módok, források állnak a vállalat rendelkezésre a kapacitásbővítő beruházások végrehajtásához, hogyan alakult a rövid- és hosszú lejáratú források alakulása a 8 év alatt. A Cash-flow (CF) adataiból levezetem, hogy a Master Good Kft. bevételei mögött ténylegesen történt-e pénzmozgás, ill. milyen a beruházási-, finanszírozási-, működési cash-flow termelő képessége. A cég 2012-től készít a cash-flow kimutatást, ezért elemzésem 2012-től 2018-ig terjed. Fontosnak tartom a cash-flow vizsgálatát, mivel egy jól működő, nyereséges cég is kerülhet csődhelyzetbe, ha a pénzkirámlás meghaladja a pénzbeáramlás összegét (PÁLINKÓ – SZABÓ, 2006; DARABOS et al., 2015). Elemzésem adatbázisát a vállalat éves számviteli beszámolóit jelentették 2011-2018. évekre vonatkozóan.

A Master Good Kft. versenytársaival való összehasonlításhoz forrásaként az EMIS University – Közép- és Délkelet-Európa adatbázis szolgált. Ez a nemzetközi gazdasági-pénzügyi adatbázis naprakész adatokat szolgáltat a vállalatok pénzügyi, számviteli adatairól. Az értékesítés nettó árbevételének összege alapján kiválasztottam a rangsorban azt a 4 legnagyobb árbevétellel rendelkező vállalatot, melyek hazánkban a baromfihús feldolgozás és tartósítás iparágon belül a Master Good versenytársai. A rangsorban a 3. helyet elfoglaló Baromfi-Coop Kft. vállalat adatait nem vontam be a vizsgálatba, mert a Master Good a leányvállalata.

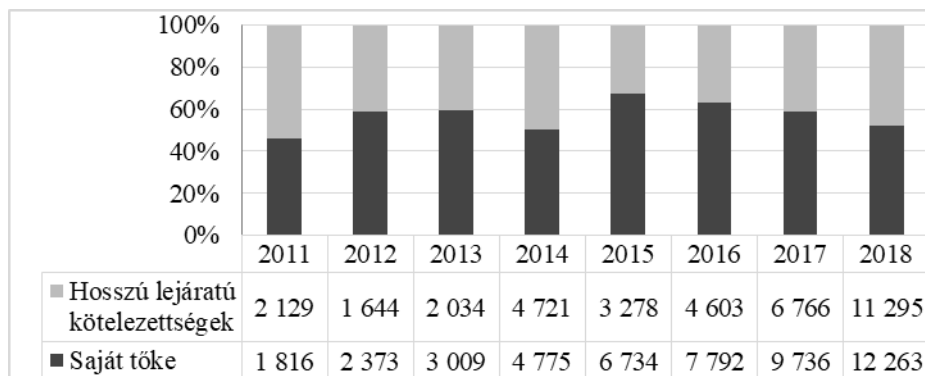
EREDMÉNYEK

A vagyoni- és tőkeszerkezet elemzése

A Master Good Kft. esetében erőteljesen megjelennek a növekedés fenntartásában a pozitív nettó jelenértékű beruházások. A cég eszközeinek kb. 50%-a befektetett eszköz, ebből átlagosan 95% tárgyi eszköz, ami a vállalat termelő tevékenységének köszönhető. A vállalat akkor képes folyamatosan növelni piaci értékét, ha értékgeneráló projekteket hajt végre, növelve a termelés

volumenét, kihasználva a méretgazdaságosság előnyeit. A termelés növelése a dolgozói létszám emelkedését vonja maga után, ennek eredményeképpen nő az értékesítés árbevétele és a nettó profit is.

A vállalatnak nincs hátrasorolt kötelezettsége, ezért az adósságállományt a hosszú lejáratú kötelezettségek (HLK) alkotják. A hosszú távú fizetőképesség vizsgálatánál a saját tőke és az adósságállományt egymáshoz viszonyított arányát vizsgálom (1. ábra).



1. ábra: A saját tőke és az adósságállomány aránya és alakulása (millió Ft)

Forrás: Saját szerkesztés a Master Good Kft. éves beszámolóji alapján

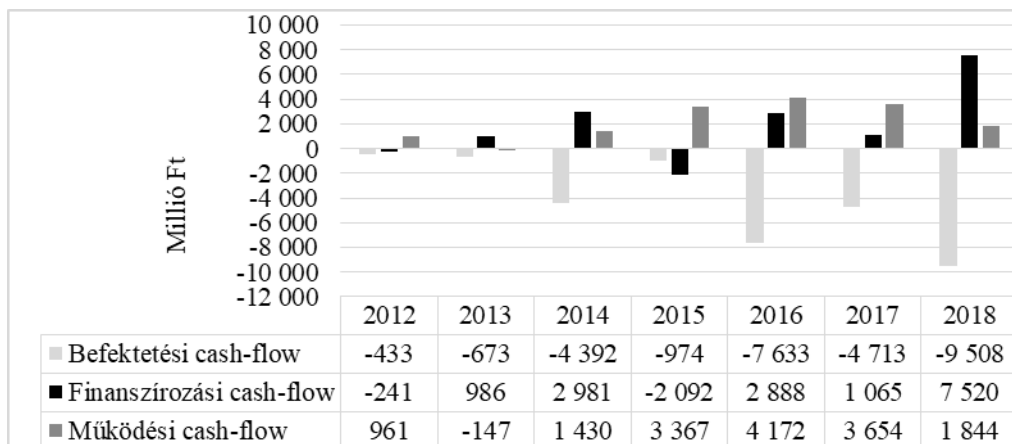
A 1. ábrán látható, hogy az adósságállomány saját tőkéhez viszonyított aránya folyamatosan ingadozik évről évre, egyenletes tendenciát nem lehet kimutatni. 2014-ben, 2016-ban és az utolsó 2 évben nőtt meg a HLK értéke (beruházási és fejlesztési hitelek, egyéb hosszú lejáratú hitelek). Pozitívként értékelendő, hogy a saját tőke értéke 2017-ről 2018-ra közel 27 %-kal nőtt, nagyobb arányt képvisel, mint a hosszú lejáratú kötelezettségek (1. ábra).

2018-ra a HLK értéke közel 67 %-kal emelkedett, ami azzal magyarázható, hogy beruházási és fejlesztési hitelt vettek igénybe, amiből korszerű technológia-intenzív gépi beruházást hajtottak végre az automatizáció és a robotika területén. Ez a fejlesztés várhatóan jelentős mértékben növelni fogja a vállalat termelékenységét és hatékonyságát. A beruházások, felújítások értéke az előző évhez képest kb. 5,7-szeresére növekedett 2018-ban. Az újabb kapacitásbővítő beruházások megvalósításához 3,5 milliárd forint értékű támogatást nyert a cég a HIPA (Nemzeti Befektetési Ügynökség) program keretében (2018. évi kiegészítő melléklet).

Cash-flow kimutatás elemzése

A rövid távú likviditást vizsgálva az alacsonyan tartott pénzeszköz (átlagosan 10%) nem mindig jelen likviditási problémát, ha a társaság pénzáramlásainak időzítése jó és magas működési cash-flow (MCF) értékkel rendelkezik. A társaság zavartalan pénzügyi helyzetének megítélése érdekében, érdemes megvizsgálni a cég cash-flow kimutatását, mivel a cash-flow a nyereség készpénzalapú megfelelője, a vállalatba beáramló és onnan kiáramló pénzeszköz változás egyenlege. A pénzáramlások jellegét tekintve megkülönböztetünk működési, befektetési és finanszírozási cash-flow-t.

A működési cash-flow értéke a vizsgált időszakban pozitív, kivéve a 2013-as évet, amikor negatív értéket vett fel. 2014-re 1 283 millió Ft-tal növekedett az MCF, mely emelkedés 2016-ig tart. 2017-2018-ban jelentősen csökkent az MCF értéke. Ez azt jelenti, hogy a vállalat elegendő szabadon felhasználható pénzeszközt termel működése fenntartásához (2. ábra).



2. ábra: A befektetési-, finanszírozási-, működési cash-flow alakulása a vizsgált időszakban
 Forrás: Saját szerkesztés a Master Good Kft. éves beszámolói alapján

A befektetési, beruházási tevékenységből származó cash-flow (BCF) a vizsgált években szinte minden évben negatív értéket mutat. Ez is azt mutatja, hogy a Master Good felhalmozott pénzeszközeit beruházási célra fordítja, bővíti tárgyi eszköz állományát, korszerűsít, ami hatékonyság növeléssel párosul. A 2012-es bázisévéről 2018-ra 20-szorosára növelte beruházási pénzeszköz-kiadásait. A 8 év alatt összesen 28 325 millió Ft értékben költött tárgyi eszköz beruházásra, ami nagyon kedvező, ugyanis a beruházások megtérülése a működési tevékenységben realizálódik (2. ábra).

Összehasonlítás a versenytársakkal

A versenyelőnyök egyik forrása Roth és szerzőtársai szerint (1992) maga a termelési rendszer pl. a költségek, az átfutási idő, a termékfejlesztés ideje, a termékek minősége, melyek a termelés rendszerén keresztül befolyásolhatóak. Emellett azonban jelentős hatással rendelkeznek az úgynevezett külső forrásból származó versenyelőnyök is. A versenyelőnyök külső forrása a piac, ahol a termékek árát, jellemzőit a vevői igényeknek megfelelően szükséges kialakítani. Kutatások igazolják, hogy a két oldal szorosan összefügg, egymásra hatást gyakorol (NOBLE, 1995; NAKANE, 1986). A nemzeti és a nemzetközi piac teljes egészét átható verseny ezeknek a versenyelőnyöknek a megszerzésére irányul. Azonban a piaci tényezőkön túl a pénzügyi és a számviteli elszámolások jelentőségétől nem lehet eltekinteni, meg kell vizsgálni – a tanulmány célkitűzésének megfelelően –, hogy milyen forrásokat használ fel a vállalat, milyen nagyságú hozamot realizál, hogyan alakul a vállalat vagyona, a források összetétele (NAGY et al., 2017).

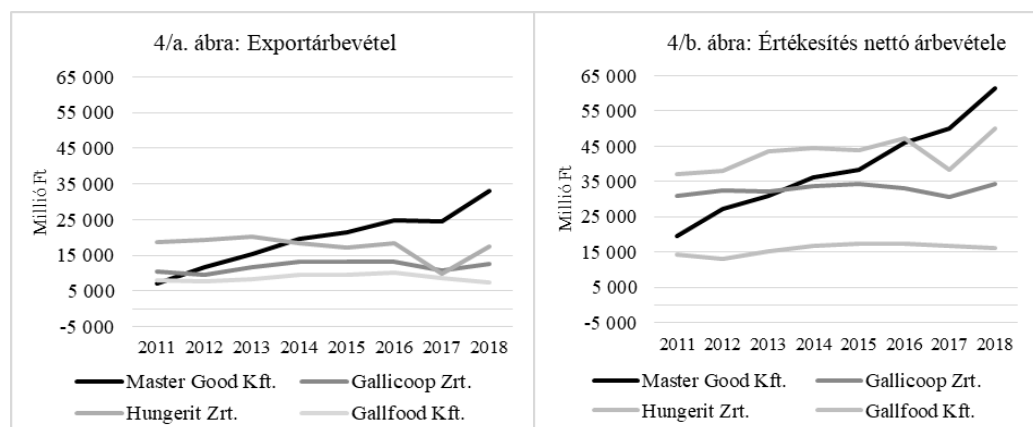
A hosszú távú sikeres vállalati működés belső feltételei csak akkor alakíthatók ki (BÉRES-NÉ, 2018; TARNÓCZI et al., 2017), ha a vállalatok nyitottak, a változásokat gyorsan felismerve adekvát válaszokat adnak a piac igényeire, stratégiai szemlélet jellemzi őket és készek és képesek a folyamatos megújulásra. A fenntarthatóság mentén az egyik kulcskérdés az innovativitás, az újítás és megújulás szükségességének a felismerése amit, a vizsgált vállalatok döntéseik során, stratégiák kidolgozása és megvalósítása során szem előtt tartanak.

A Master Good Kft. piacvezető pozíciójának, sikerességének alátámasztása érdekében szükségesnek tartottam összehasonlítani – a baromfihús tartósítás, -feldolgozás szakágazaton belül – a rangsorban következő három legnagyobb árbevétellel rendelkező vállalattal (Hungerit Zrt., a Gallicoop Zrt. és a Gallfood Kft.).

A Gallicoop Zrt. a hazai pulykaágazat meghatározó piaci szereplője. A friss pulykahúsok mellett már közvetlen fogyasztásra szánt, és minőségileg korszerű termékek széles skálájával rendelkezik. A Szentesen található Hungerit Zrt. baromfifeldolgozó üzem tevékenysége két fő

területre koncentrálódik: elsődlegesen feldolgozott bontott-vágott baromfi termékek és magasan feldolgozott, készre sütött végtermékek előállítására. A kecskeméti Gallfood Pulykafeldolgozó és Értékesítő Kft. tevékenysége a különböző termelőhelyekről beérkező pulykák vágása és nyers-árúként való tovább-feldolgozása.

A „top 1+3” jelölés alatt a Master Good Kft.-t jelöltem top 1. vállalatnak az ábrákon, a 3-as szám pedig a versenytársakat jelenti.

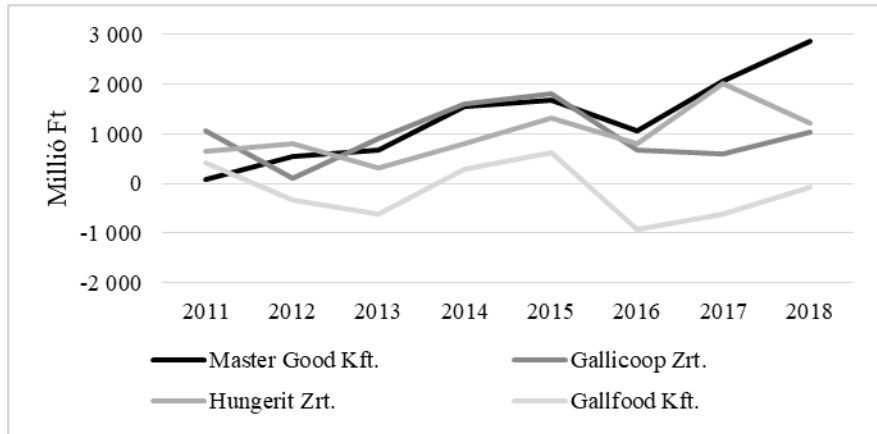


4. ábra: A top 1+3 vállalat exportárbevételének és értékesítés nettó árbevételének alakulása 2011-2018

Forrás: EMIS (2019) adatbázis alapján

A 4/b. ábrán láthatjuk, hogy a Master Good értékesítésének nettó árbevétele folyamatosan növekvő tendenciát mutat, megelőzve 2013-ban a Gallicoop Zrt-t, majd 2016-ban a Hungerit Zrt-t, így mára az ágazat piacvezető vállalatává vált. Míg a Gallicoop Zrt. és a Gallfood Kft. árbevétele a vizsgált évek alatt stagnált, ezzel ellentétben a Master Good Kft. folyamatosan fejlődött és tört előre versenytársaival szemben. A Gallfood kft. átlagosan 16 milliárd Ft értékesítési árbevétellel rendelkezik a vizsgált időszakban. A vizsgált évek alatt a Hungerit Zrt. 34%-kal (12,5 milliárd Ft) növelte, a Master Good Kft. megsokszorozta árbevételét. Azonban látható, hogy a Master Good radikális növekedése azzal is magyarázható, hogy 2011-ben sokkal alacsonyabb árbevételt ért el versenytársaihoz képest (4/b. ábra).

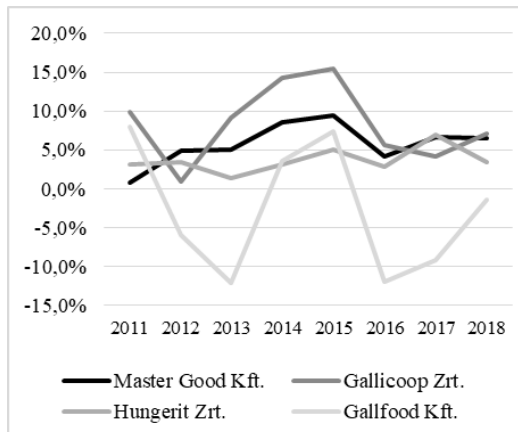
Az exportárbevétel arányát tekintve, a Master Good már 2014-ben megelőzte a legerősebb versenytársát a Hungerit Zrt-t, ami alátámasztja, hogy a vállalat értékesítését és sikerességét nagyban meghatározza a külpia felvásárló ereje, ami a további években is egyre nagyobb arányt képvisel az értékesítési árbevételben. Míg a Gallicoop 11,7 milliárd és a Gallfood és 8,6 milliárd forint átlagos exportárbevétellel rendelkezik a vizsgált időszakban, addig a két piacvezető vállalat, Master Good 2014-től 70%-kal növelte külpia értékesítéseit, míg a Hungerit 6%-os visszaesést szenvedett el 2018-ra (4/a. ábra).



5. ábra: A top 1+3 vállalat adózott eredményének alakulása 2011-2018

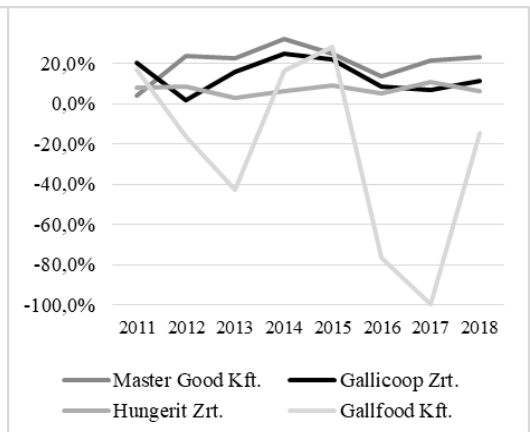
Forrás: EMIS (2019) adatbázis alapján

A vállalatok adózott eredménye már másképp alakult, a Gallfood 2011-től végig negatív eredményt realizált, ami 2015-ben megtörni látszik, majd ismét zuhanásba kezdett, azonban 2018-ra javulás figyelhető meg. A Master Good Kft. végig jelenős nyereséget könyvelhetett el a vizsgált időszakban, 2013-ban megelőzve a Hungerit Zrt.-t. 2016-tól kezdve összehasonlítva a versenytárrakkal a Master Good vette át a vezető pozíciót az adózott eredményt tekintve. A Hungerit Zrt. ingadozó eredményeket mutat a 8 év alatt, ami 2017-re majdnem elérte vezető vállalatunk adózott eredményét 50 millió Ft különbséggel (5. ábra).



6. ábra: A top 1+3 vállalat ROA mutatóinak alakulása

Forrás: EMIS (2019) adatbázis alapján



7. ábra: A top 1+3 vállalat ROE mutatóinak alakulása

Forrás: EMIS (2019) adatbázis alapján

A jövedelmezőségi mutatók közül a ROA kevésbé kedvező a Master Good Kft-t tekintve. A 2011. évhez viszonyítva minden vállalat mutatójának magasabb volt az értéke, ami 2012-re az ellenkezőjére fordult, de csak átmenetileg. 2013-tól a Gallicoop Zrt. eszközarányos jövedelmezősége kedvezőbb 2016-ig. A Gallfood Kft. jövedelmezősége erős ingadozást mutat, ami az eredmény változásának, csökkenésének következménye. A Hungerit Zrt. viszont alul maradt a Master Good Kft-től nagymértékben. 2018-ban a Gallicoop Zrt. ért el 7,1%-os eszközarányos

megtérülést a Master Good 6,5%-os mutatójával szemben, a Hungerit Zrt. pedig 4,5%-os csökkenést mutatott az előző évhez képest (6. ábra).

ROE mutató esetében más a helyzet, hiszen vállalatunk 2012 óta meghaladja versenytársait, kivéve 2015-ben, amikor a Gallfood Kft. 3%-kal felülmúlta. Ez azt jelenti, hogy a vállalat saját belső forrásait, a nyereséget folyamatosan visszaforgatta, ezzel is jelentősen hozzájárult a növekedéshez, amit a kapott támogatások és a fejlesztési célra lekötött tartalékok is elősegítettek, mivel ezek végső soron a saját tőke értékében realizálódnak (7. ábra).

A Master Good évről évre folyamatosan terjeszkedik, ugyanis 2018-ban alapított vegyesvállalatot Viet Avis Food Company-t a Vietnám Köztársaságban, egy ott élő takarmánykeverő családi vállalkozással. A jelenleg is tartó beruházásoknak köszönhetően a Master Good Kft. 2020-ban is tovább bővítette cégcsoportját, tevékenységi körét és portfólióját a sárvári székhelyű Sága Foods Zrt. részvényeinek felvásárlásával. A sárvári Sága Zrt. 2018-as forgalma 9,5 milliárd forint volt, 21,6 millió Ft-os negatív adózott eredménnyel zárt ebben az évben, számottevő adózott eredményt, 408 millió forintot csak 2015-ben tudott felmutatni.

A Sága pulyka- és csirkefeldolgozó üzeme 1997-2012-ig jelentős átszervezéseken ment keresztül, amikor a Bernard Matthes cégcsoport tulajdonába került, majd 2016-ban egy tulajdonváltás keretében a Boparan Holdings cég tulajdona lett, ezáltal pedig Nagy-Britannia pulykapiacának meghatározó szereplőjévé vált. 2020-ban ismét hazai tulajdonba került, ugyanis a „magyar baromfikirály”, Bárány László vertikális integrációjának újabb csoportjába tartozik (FORBES, 2020).

A Master Good cégcsoport részt vett az MNB növekedési kötvényprogramjában is – összesen 29,4 milliárd Ft – forrást vontak be igen kedvező feltételek mellett. A tőke egy részét termékskála szélesítését célzó felvásárlásokra fogják költeni. Ezt követően feltehetően több mint 30 milliárd Ft-os befektetéssel meg is vásárolták a Sága Foods Zrt.-t, melynek megvétele 15 milliárd Ft-os állami támogatással valósult meg. A jövőben komoly technológiai fejlesztéseket terveznek a sárvári üzemben is, a beruházások célja a hatékonyság növelése és új, magas minőségű termékek fejlesztése (FORBES, 2020).

KÖVETKEZTETÉS ÉS JAVASLATOK

A folyamatos fejlesztések, a jó vezetői stratégia, a tudatos piaci terjeszkedés jelentős szerepet játszott a vállalat növekedésében, piaci pozíciójának megtartásában. Beruházási tevékenységük tudatos, mivel a nagyobb hozamot generáló tevékenységekbe fektetnek be.

Befektetett eszközeinek nagy részét tárgyi eszközök alkotják, a vállalat tevékenységéből adódóan. A forgóeszközökön belül magas a vevőkkel szembeni követelések értéke. A tőkeszerkezetben magas az eladósodottság foka, ezért javaslom a vállalat jövőbeni kötelezettségeinek csökkentését. A HLK csökkenő tendenciája kedvező jövőbeni képet mutat a vállalat forrásszerkezetében, kivéve az utolsó évet, amikor növekedett a nagyobb volumenű beruházási és fejlesztési hitelfelvétel miatt. Pozitív viszont, hogy a vállalat a hosszú távú forrásbevonás melletti döntést folyamatosan mérlegeli, csak annyi tartós idegen forrást vesz igénybe, aminek kamat- és törlesztő részleteit finanszírozni tudja.

Az alacsonyan tartott pénzeszköz-állomány aggodalomra adhat okot az azonnali fizetőképességét illetően, ami egyben kedvező is, mivel nincsenek feleslegesen lekötött eszközei a vállalatnak. A CF kimutatásból kiderül a vállalat nagymértékű beruházási tevékenysége, aminek fedezetére szinte azonos mértékben vesz fel banki hitelt, kölcsönt. Az MCF pozitív értékei fedezik az adott évben esedékes pénzkirámlásokat.

A versenytársakkal való összehasonlítás során megállapítható, hogy a Master Good kiváló piaci helyzetet tudhat magának Magyarországon, folyamatosan fejlődött az elmúlt 8 év során. Uralja a baromfiszektor piacát hazánkban, szinte minden eredménykategóriában jobb versenytársainál.

IRODALOM

- (1) AKI (2016): Magyarország élelmiszeripar helyzete és jövőképe. 320 p. ISSN: 978-936-491-599-7 DOI: <http://dx.doi.org/10.7896/at1603> (letöltve: 2019. 10.05) (2) AKI (2018): Az élelmiszeripari kapacitások helyzete Magyarországon. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest. 102. p. ISSN: 2631-0147 DOI: <https://doi.org/10.7896/ai1806> (letöltve: 2019.10.06) (3) BÉRESNÉ M. B. (2018): Vállalatok versenyképességei tényezői Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében – a humán erőforrás jelentősége. TAYLOR: Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Folyóirat: VIKÉK 4: 15-25. oldal. (4) DARABOS É. – RÓZSA A. (2015): A pénzügyi döntések dilemmái. Controller Info 2015/3:4. 31-37. oldal. (5) EMIS (2019): <https://www.emis.com/php/companies/index?pc=HU&cmpy=2421109>, (letöltve: 2019.10.10) (6) EUROPEAN COMMISSION (2017): Short term Outlook for EU agricultural markets in 2017 and 2018. pp. 3-21. http://ec.europa.eu/agriculture/markets-and-prices/short-term-outlook_en, (letöltve: 2019.09.18) (7) FORBES (2020): <https://forbes.hu/uzlet/a-magyar-baromfikiraly-megvette-a-sagat/>, (letöltve: 2020.01.13) (8) FENYVES V. – TARNÓCZI T. – BÁCS Z. – BŐCSKEI E. (2016): Teljesítménymérés és értékelés – benchmarking és a DEA módszerrel. Controller Info 2016/4:4. pp. 2-9. (9) FÖLDMŰVELÉSÜGYI MINISZTERIUM (2015): Magyarország közép- és hosszú távú élelmiszeripari fejlesztési stratégiája 2014-2020. pp. 18-55. <https://www.kormany.hu/download/f/82/60000/%C3%89FS.pdf>, (letöltve: 2019. 09.21) (10) MASTER GOOD (2019): <http://mastergood.hu/mastergood2.0/>, (letöltve: 2019.08.16) (11) NAKANE, J. '986): Manufacturing Futures Survey in Japan, A Comparative Survey 1983-1986, Waseda University, Systems Science Institute, Tokyo. (12) NOBLE, M.A. (1995): Manufacturing Strategy: Testing the Cumulative Model in a Multiple Country Context. Decision Sciences, Vol. 10. No.5, pp. 693-721. (13) NAGY T. – DARABOS É. (2017): A Lean hatása a vállalati versenyképesség egyes aspektusaira. Controller Info. 1K pp. 201-202. (14) PANYOR Á. (2017): A magyar élelmiszergazdaság jellemzői és kihívásai a XXI. században. Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok. 12. évf. 3. sz. pp. 107-112. (15) USDA (2017): Livestock and Poultry: World Markets and Trade. pp. 2-25. <https://downloads.usda.library.cornell.edu/usdaemis/files/73666448x/j96021035/fb494886q/livestock-poultry-ma-10-12-2017.pdf>, (letöltve: 2019. 09.19) (16) ROTH, A. – MILLER, J.G. (1992) Success factors in manufacturing, Business Horizons, Vol. 35 No. 4. pp 73-81. (17) TARNÓCZI T. – BÁCS Z. – BŐCSKEI E. – FENYVES V. (2017): Mérlegen (kívül) a tudásalapú gazdaság – Az intellektuális tőke mérésének relevenciája. Controller Info 5: klsz pp. 303-320.

SZERZŐ:

Kapin Emőke

Nemzetközi gazdálkodás BSc szakos hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
emoke343@gmail.com

AZ ÉLELMISZERFOGYASZTÁS ÉS A FIZIKAI AKTIVITÁS KAPCSOLATA AZ EGÉSZSÉGES ÉLETMÓD TÜKRÉBEN

THE RELATIONSHIP BETWEEN FOOD CONSUMPTION AND PHYSICAL ACTIVITY IN THE LIGHT OF A HEALTHY LIFESTYLE

Madarász Tamás

ÖSSZEFOGLALÁS

Az elmúlt évtizedekben az emberiség életmódja jelentősen változott, amely kezdetben a fejlettebb országokban majd napjainkban az egész világon új típusú betegségeket alakított ki. Az úgynevezett civilizációs betegségek terjedése által bekövetkezett halálozási arány mára a legnagyobbak tekinthető. A jelenséggel foglalkozó szakértők megállapították, hogy a krónikus betegségek megjelenése sok tényező következménye: a környezetszennyezés, a felgyorsult és túlhajszolt életmód, továbbá a túlzott stressz mellett a civilizált társadalmakra egyre inkább jellemző mozgásszegény életmód is kiváltó ok lehet, amely az ülő foglalkozások növekvő számának tudható be. Ehhez a megváltozott életmódhoz képest azonban a társadalmak táplálkozási szokásai nem változtak, így – a táplálkozástudományokkal foglalkozó kutatók szerint – egyenes út vezetett a civilizációs betegségek elterjedéséhez, amely jelentős mértékben terheli a fejlett országok egészségügyi rendszereit, egyúttal gazdasági veszéllyel is jár (pl. munkából való kiesés, táppénz növekvő mértéke).

A legtöbb betegség kialakulásában az életmódnak és a táplálkozásnak van meghatározó szerepe, ezért ezeket a szakirodalom életmóddal és táplálkozással összefüggő betegségeknek nevezi. A magyar lakosság táplálkozási helyzetének a statisztikai adatait elemezve azt tapasztalhatjuk, hogy a férfiak kétszer, a nők másfélszer annyi zsiradékot fogyasztanak az ajánlottnál, továbbá a férfiak kétszer, a nők másfélszer annyi koleszterint, és négyszer, illetve háromszor annyi sót fogyasztanak, mint amennyi elegendő lenne, viszont az ajánlott élelmi rost mennyiségnek csak a kétharmadát. A fizikai aktivitás növekedése, és az elfogyasztott ételek milyensége nagyban befolyásolja az egészségi állapotot.

Kulcsszavak: funkcionális élelmiszer, iszkémiás betegségek, fizikai aktivitás, egészséges táplálkozás, egészséges életmód

ABSTRACT

Over the past decades, the lifestyle of mankind has changed dramatically, beginning in the more advanced countries and nowadays developing new types of disease worldwide. The death rate due to the spread of so-called civilization diseases is now considered to be the highest. Experts working with the phenomenon have found that the onset of chronic illnesses is due to a number of factors: environmental pollution, accelerated and overworked lifestyles, and, in addition to excessive stress, the increasingly sedentary lifestyle of civilized societies. However, compared to this changed lifestyle, societies' dietary habits have not changed and, according to nutrition scientists, has led to the spread of civilization diseases, which place a significant burden on the health systems of developed countries and also involve economic risks (eg loss of work), growing sick pay).

Lifestyle and nutrition play a major role in the development of most diseases, and are therefore referred to in the literature as lifestyle and nutrition-related diseases. Analyzing statistical data on the nutritional status of the Hungarian population, we find that men consume twice as much fat as women, and women consume twice the amount of cholesterol, and women consume 1.5 times the amount of cholesterol and four or three times as much salt as is sufficient. but only two-thirds of the recommended dietary fiber intake. Increased physical activity and the quality of the foods you consume greatly influence your health.

Keywords: functional food, ischemic diseases, physical activity, healthy nutrition, healthy lifestyle

BEVEZETÉS

Az egészséges táplálkozás önmagában nem elegendő az egészséges életmód kialakításához és megőrzéséhez. 2016-ban az 56,9 millió halálesetből 15,2 millió az iszkémiás szívbetegség és a stroke miatt következett be, így a betegségek ezen fajtája tekinthető a világ legnagyobb gyilkosának (WHO, 2018). Ezek a betegségek nagyrészt ugyan a helytelen táplálkozás miatt alakulnak ki, csakhogy a megelőzés a helyes étkezés betartásánál komplexebb. Az utóbbi évtizedekben megjelenő funkcionális élelmiszer piac fellendülése és az előállított alapanyagok használata kétségkívül csökkenti a fent megnevezett kórok kialakulásának kockázatát, azonban a téma szakértői megállapították, hogy a krónikus betegségek megjelenése sok tényező következménye lehet. A keringési rendszer betegségeit előidézheti a magas vérnyomás, a magas koleszterinszint, a cukorbetegség és a dohányzás, továbbá a környezetszennyezés mellett a felgyorsult, stresszel teli túlhajszolt életmód, illetve a civilizált társadalmakra egyre inkább jellemző mozgásszegény életvitel is a kiváltó okok között szerepelhet, amely az ülő foglalkozások növekvő számának tudható be (SZAKÁLY, 2011).

A fizikai aktivitás csökkenésének és a magas energia-és zsírtartalmú ételek fogyasztásának a következménye az elhízás és a túlsúly problémák megjelenése. Az élet milyenségét és az egészségben eltöltött évek számát az élelmiszerpiac közvetlenül befolyásolhatja. A vevők által kiválasztott termékek alapjaiban határozzák meg azt, hogy a fogyasztók milyen minőségű és mennyiségű tápanyagot juttatnak a szervezetükbe egy-egy étkezés alkalmával. A hangsúly a minőségen és nem a mennyiségen kell, hogy legyen. Az elhízás kialakulásában jelentős szerepet tölt be az egyén táplálkozási magatartása (EU, 2018). Azok a kövér személyek, akik a főétkezések között „eszegetnek”, a nassolás hatására 30-35%-kal több energiát vesznek fel, mint amire tudatosan felfigyelnek vagy emlékeznek (BELTAIFA et al., 2009). Azonban minden élelmiszert be lehet építeni az egészséges táplálkozásba, ha a mértékletességet és változatosságot, mint kulcs-tényezőket figyelembe vesszük (POPKIN, 2009).

A kevés fizikai megterheléssel járó munkák kezdetben a világ fejlettebb részein voltak jellemzőek, így a civilizációs betegségek is ezekben az országokban jelentek meg először, míg az elmaradottabb régiókra eleinte nem voltak jellemzőek az ilyen jellegű megbetegedések. A vezető hatalmak azonban mára felismerték, hogy a termelés folyamatos, zökkenőmentes biztosítása a munkavállalók egészségmegőrzésének szem előtt tartásával közvetlen költségmegtakarítást eredményez a betegszabadság mértékének csökkenése révén (MADARÁSZ – BÁCSNÉ, 2016). Ennek köszönhetően amíg a világ fejlettebb nemzeteinél a civilizációs megbetegedések számának a csökkenését vagy esetleges megszűnését tapasztaljuk, addig a megbetegedésekből bekövetkező halálesetek 80%-a az elmaradottabb országokban következik be (SZAKÁLY et al., 2014).

A világméretű elhízás 1975 óta csaknem megháromszorozódott. 2016-ban több mint 1,9 milliárd (39%) 18 éves és idősebb felnőtt volt túlsúlyos, amelyből több mint 650 millió (13%) volt elhízott (IFIC, 2019). Annak ellenére, hogy az elhízás az egészséges étkezéssel és rendszeres testmozgással megelőzhető lenne 2016-ban 41 millió 5 év alatti gyermek volt túlsúlyos vagy elhízott a világban. Ha ugyanebben az évben megvizsgáljuk az 5-19 éves korosztályt akkor megállapíthatjuk, hogy több mint 340 millió gyermek és serdülő volt túlsúlyos vagy elhízott.

Az egészség megőrzésének a legmeghatározóbb tényezője a táplálkozás (JOVIČIĆ, 2015). A várható tendenciákat alapul véve a fogyasztók részéről fokozódó érdeklődés prognosztizálható az új élelmiszerek és az új étkezési szokások, trendek iránt (LAKNER et al., 1998).

Élelmiszertrendek a világban (2018)

A 2018-as élelmiszer trendeket vizsgálva azt tapasztalhatjuk, hogy a két fő irányvonal a növényi alapú étkezés és természetes alapú ételszínezés volt (UNILEVER, 2018). Az IFIC (International Food Information Council Foundation) vizsgálata arra mutatott rá, hogy a vásárlók növekvő tudatossága felerősödni látszik, ami a környezetvédelem és a fenntarthatóság mellett, a „miből készül” és a „honnan származik” témakörök köré csoportosul. Ezeknek a tényezőknek köszönhetően a 2018-as élelmiszer trendek a fenntarthatóságot helyezik előtérbe, továbbá jellemzően a különböző kultúrák élelmiszereit, ízeit vegyíti.

1. *Poke Bowls*

2018-ban megfigyelhető a Poke Bowls, Hawaii specialitás népszerűsége. A nyers, marinált halkockákat sokféle zöldséggel és rizzsel találják. Könnyen gondolhatnánk, hogy egy modern sushi-ról beszélünk, azonban a Poke Bowls könnyen testreszabható receptje miatt inkább a mai generációknak kedvez, mivel elkészítése egyszerűbb és így kényelmesebb a gyorséttermi élelmiszerláncoknak.

2. *Hibrid ételek*

A hibrid étel vizsgálatok azt tapasztaljuk, hogy a készítői két vagy több különböző konyhát egyesítenek. A kreatív kombinációiknak köszönhetően olyan gasztronómiai alkotások születtek, mint a cronuts vagy a waffogato (eszpresszóban áztatott fagyalalthab) amelyek a világban az utóbbi években egyre nagyobb térhódítást értek el.

3. *Növényi alapú ételek*

„A növényi alapú étrend egy táplálkozási törekvés, amelynek célja az állati eredetű (húsok, húskészítmények, tej, tejtermékek, tojás), valamint az erősen feldolgozott élelmiszerek (lisztek, cukrok, olajok) háttérbe szorítása és a javarészt nyers, feldolgozatlan vagy minimálisan feldolgozott növényi eredetű élelmiszerek (gabonafélék, hüvelyesek, gumósok, gyümölcsök, zöldségek) étrendbe történő beépítése” (SZABÓ et al., 2016). Az International Taste Solution csapata következetesen látja ezt a gyakorlatot. Az éttermekben a vegetáriánus és vegán étkezési lehetőségnek a fokozott hozzáférhetőségével és változatosságával az irányzat elérte azt, hogy 2017-ben az étkezők egyre inkább már az állatmentes étrendet részesítették előnyben. 2018-ban megkezdődött a flexitarizmus, amelynek köszönhetően a növényalapú étrend folyamatosan elterjedt. A kutatók szerint ideális választás lehet ez az étkezési forma az olyan fogyasztók számára, akik kiegyensúlyozott étkezési formát keresnek a normál és a teljesen vegán étrend között.

4. *Fermentált ételek*

A fermentálás, vagyis erjedés során a táplálék a bennük található enzimek és mikroorganizmusok hatására kémiaiilag egyszerűbb vegyületté alakulnak át, változnak meg. A fermentált étel nem más, mint a táplálék és a benne található vagy hozzáadott enzim, esetleg baktérium- és/vagy gombakultúra összessége.

Ezek az ételek egyrészt kiváló energjafokozók, amelyek a természetes probiotikumokkal nagymértékben javítják az emésztőrendszert, másrészt tartósító tulajdonságokkal is rendelkeznek, amelyek természetes módon segítik elő az eltarthatóságuk növelését.

5. *Természetes színek és virágos ízek*

Már láthatjuk, hogy az élelmiszeripar egészséges ételek felé vezető irányzata egyre nagyobb érdeklődést mutat a természetes összetevők iránt, de színes csavarral. A gasztronómiai szakértők úgy vélik, hogy az ehető virágokkal való ételízesítés, illetve az ételek virágokkal való díszítése a következő években egyre elterjedtebb lesz. Az orchidea, a levendula és a bodza virágának felhasználása csak néhány példa a sok közül, amelyek olyan ételek elkészítéséhez járulhatnak hozzá, mint például a zselatin, a kenyérbogyó vagy a tejes turmixok.

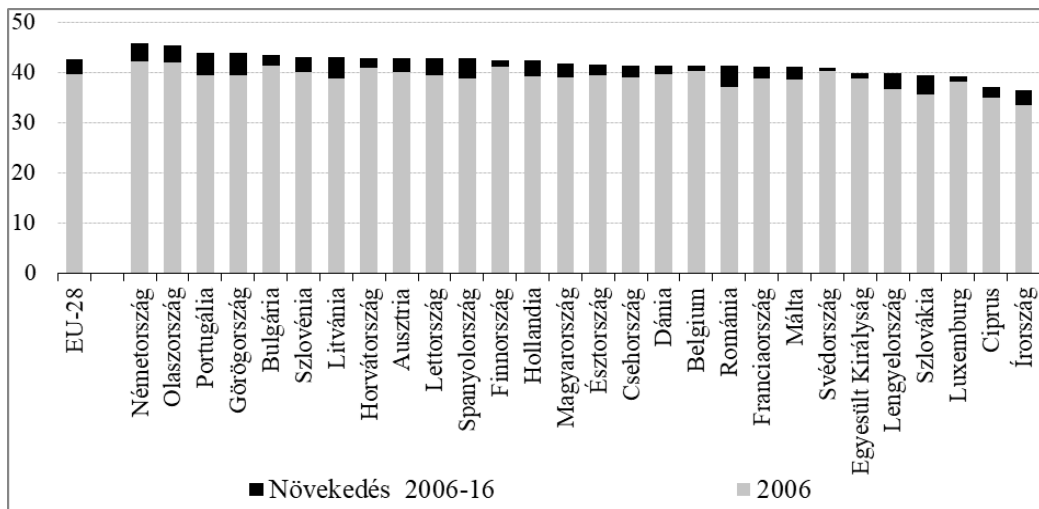
ANYAG ÉS MÓDSZER

A téma szakirodalmának feldolgozásánál a kutatási területhez szorosan illeszkedő nemzetközi és hazai kutatásokat, jelentéseket, szakkönyveket és tudományos közleményeket vizsgáltam át. Elemzésem során az ételmiszerfogyasztás nemzetközi és hazai helyzetét vizsgáltam annak érdekében, hogy a primer kutatásomat kellő mértékben megalapozzam.

A statisztikai adatok, jelentések összegyűjtése során a KSH, EUROSTAT, FATO, OECD online adatbázisait használtunk. A szakkikket, tanulmányokat a SCHOLAR, GOOGLE.COM, MATARKA, SCOPUS kereső adatbázisok segítségével hajtottam végre. A szakirodalmazás során feltárt eredményeim és összefüggéseim alapozzák meg kutatásomat. A primer vizsgálat során kvalitatív (minőségi) adatgyűjtést végeztem. A kvalitatív piacutatás inkább iránymutató (nem általánosítható), mintsem statisztikailag megbízható eredmények kifejezésére használható (BLANKENSHIP – BREEN, 1993). Leggyakoribb formái az egyéni és a fókuszcsoportos interjúk. A kvalitatív piacutatás során kapott eredményeim feltáró jellegűek (MALHOTRA, 2001; SCIPIONE, 1994).

EREDMÉNYEK

Az egészséges ételmiszerek terjedése egyre inkább növeli a fejlettebb nemzetek lakosságának átlagéletkorát, amely faktor jelentősen bővíti az egészségügyi kezelésre szorulókat továbbá az inaktívak számát, ezáltal is fokozva a gazdasági veszélyeket (*1. ábra*).



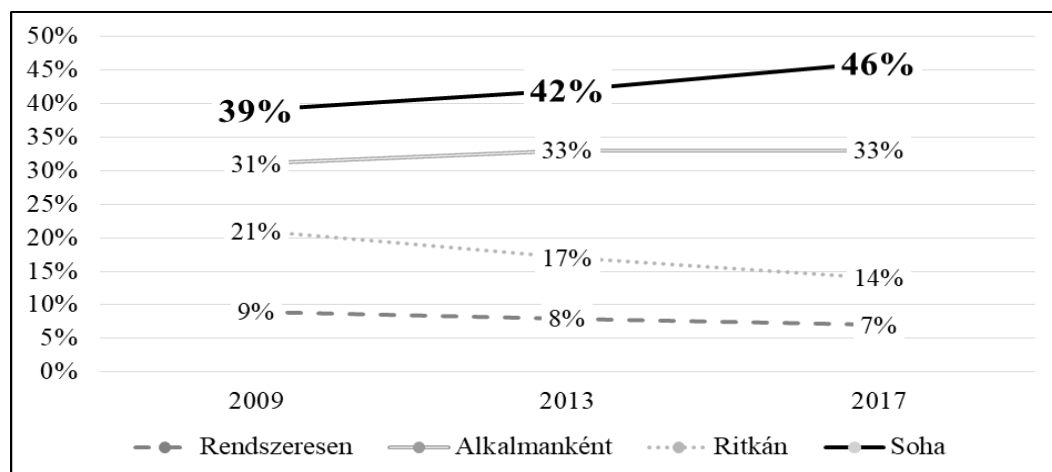
1. ábra: Az EU 28 országok medián életkorának változása 2006-2016 között

Forrás: Saját szerkesztés EUROSTAT (2018) alapján

Kutatások bizonyítják, hogy a fejlett országokban a fogyasztók egyre nagyobb számban jönnek rá arra, illetve értenek egyet azzal, hogy az egészséges táplálkozás jobb módja az egészség megőrzésének, mint a gyógyszerek fogyasztása (HASLER, 2002; WILLIAMS, 2005). A kitolódott élethossz következtében az EU-28-ban a nyugdíjasok relatív száma növekszik, miközben a munkaképes korúak aránya csökken. Az elkövetkező évtizedekben az időskorúak teljes népességhez viszonyított aránya jelentősen nőni fog, ahogy a háború utáni „baby boom” nemzedék egyre nagyobb hányada éri el a nyugdíjas kort. Ez ugyanakkor növekvő terhet jelent a munkaképes korúak számára, akiknek elő kell teremniük az öregedő népesség számára szükséges szociális szolgáltatások költségeinek fedezetét. Az EU-28-ban 2001 és 2016 között a medián életkor 4,3 évvel nőtt (átlagosan évi 0,3 évvel), 38,3 évről 42,6 évre. 2006 és 2016 között valamennyi

uniós tagállamban nőtt a medián életkor – Portugáliában, Görögországban, Litvániában, Romániában és Spanyolországban pedig legalább 4,0 évvel emelkedett (EUROSTAT, 2018).

Az egészségtudatos életforma definiálásakor azonban nem szerencsés megszakítani a kapcsolatot az egészséges táplálkozás és a rendszeres testmozgás között, hiszen ezen tényezők szétválasztásával csak részeredményeket diagnosztizálhatunk. A 2. ábra mutatja az Eurobarometer felmérésének eredményét, amely az EU lakosságának a fizikai aktivitásának a változását szemlélteti a 2009-2017 közötti időszakban.



2. ábra: Fizikai aktivitás végzése az EU-ban a 2009-2017 időszakban

Forrás: Saját szerkesztés EUROSTAT (2018) alapján

Míg a rendszeresen fizikai mozgást végzők aránya minimális mértékben csökkent az EU-ban, addig a rendszeres testmozgást soha nem végzők aránya drasztikusan, 7%-kal emelkedett a vizsgált időszakban. A magyar lakosság 53%-a nem végzett semmilyen fizikai aktivitást 2017-ben, amely további 7%-kal elmarad az EU-s átlagtól.

1. táblázat: A háztartásokban elfogyasztott egy főre jutó havi élelmiszer mennyiségek

Megnevezés	2015	2016	2017
Kenyér, kg	3,1	3,1	3,1
Péksütemény, kg	1,1	1,2	1,3
Sertéshús, kg	1,4	1,5	1,4
Baromfi, kg	1,6	1,6	1,7
Halhús, kg	0,5	0,5	0,5
Tej, l	4,4	4,5	4,3
Tojás, db	12,0	11,9	12,4
Olaj és zsiradékok, kg	1,5	1,4	1,5
Gyümölcs, kg	3,8	3,8	4,0
Zöldség, kg	4,4	4,4	4,3
Burgonya, kg	2,5	2,4	2,6

Forrás: Saját szerkesztés KSH (2017) alapján

Ha megvizsgáljuk a hazai alacsony fizikai aktivitás mellett, hogy az elmúlt években hogyan alakult a magyar háztartásokban elfogyasztott egy főre jutó havi ételmennyiség, azt tapasztaljuk, hogy 2015 és 2017 között (KSH, 2017) nem tapasztalható jelentős eltérés (1. táblázat). Az ételmiszer-fogyasztás mennyiségi adatai alapján 2016-ban a háztartások fejenként 5,2 kg húst, szalámit és felvágottat vásároltak havonta, hasonlóan a 2015 évihez.

Az elfogyasztott mennyiség legnagyobb részben baromfi- (1,6 kg), illetve sertéshús (1,5 kg) volt. A halfogyasztás (0,5 kg) alacsony mennyisége a EUROSTAT (2018) adatbázisa alapján potenciális veszélyforrásként jelentkezik a krónikus keringéssel kapcsolatos betegségek kialakulásában. Az Európai Unió halfogyasztó országaiban sokkal kevesebb a szív- és keringési problémával küzdő betegek száma, mint Magyarországon.

A kenyér és péksütemény, a tésztafélék, valamint a rizs vásárolt mennyisége az előző évhez képest érdemben nem változott. Egy főre jutó havi tejfogyasztásunk 4,5 literre emelkedett, 0,1%-kal meghaladva az előző évi mennyiséget. Friss és fagyasztott zöldségből, gyümölcsből az előző évhez hasonlóan 4,4, illetve 3,8 kg fogyott havonta. 2016-ban a burgonya ára jelentősen, 25,8%-kal emelkedett, hatására a fogyasztás mennyisége 5,5%-kal csökkent.

Az alkoholmentes italok közül számottevő az ásványvíz- (6,4 liter) és az üdítőital fogyasztásunk (2,3 liter), ennél kevesebb, mindössze 1,1 liter fogyott a különféle gyümölcslevekből. 2017-ben az ételmiszer-fogyasztás mennyiségi adatai alapján a háztartások fejenként 5,0 kg húst, szalámit és felvágottat vásároltak havonta, hasonlóan az előző évihez. Az elfogyasztott mennyiség főként baromfi- (1,7 kg) és sertéshús (1,4 kg) volt.

A cereáliák közül a különféle péksütemények fogyasztása 12,4, a rizsé 2,4%-kal emelkedett, a kenyér és a tésztafélék volumene az előző évhez képest stagnált, a tejfogyasztás mennyisége némileg mérséklődött.

KÖVETKEZTETÉSEK

Tanulmányom során megvizsgáltam a fejlettebb nemzetekre jellemző „iszkiémias” betegségek kialakulásának a lehetséges főbb okait. Megállapítottam, hogy a nem kellő minőségű és mennyiségű étel, továbbá az alacsony mennyiségű fizikai aktivitás egyaránt felelős a vezető halálokokat okozó betegségek kialakulásában. Az Európai tagállamokban a soha nem sportolók arány – a megelőző kampányok ellenére – az elmúlt tíz évben 7%-kal emelkedett.

A rendszeres testmozgás hiánya és a nem megfelelő – mennyiségű, minőségű – táplálkozás együttesen növelik a túlsúly kialakulásának kockázatát, ezáltal a szívinfarktus, illetve a különböző típusú cukorbetegségek kialakulását.

Az életmódváltás előtt álló emberek hajlamosak csak az egyik vagy a másik módszerben bízni, holott a mindennapos mozgás, illetve az egészséges táplálkozásra való „átállás” együttesen hatásos leginkább.

A hazai ételmiszerfogyasztási statisztikák tanulmányozása során azt tapasztaltam, hogy a vizsgált 2015-2017 közötti időszakban elhanyagolható mértékben változott a lakosság által elfogyasztott egy főre jutó havi ételmiszer mennyiség. A hal gazdag fehérjeforrás, ráadásul azok közül is az egyik legegészségesebb, így az alacsony halfogyasztási hajlandóság a hazai lakosság tekintetében aggasztó. A halakban található omega-3 zsírsavak egészségvédő funkciója bizonyított. Rendszeres fogyasztásával csökkenthető a szív- és érrendszeri megbetegedések kialakulásának kockázata.

IRODALOMJEGYZÉK

- (1) 2018 Food Trend Predictions, Unilever Food Solutions (<https://www.unileverfoodsolutions.com.my/en/chef-inspiration/whats-new/2018-food-trend-predictions.html>) Letöltve: 2018. 10. 06. (2) 2019 Food & Health Survey, International Food Information Council (IFIC) Foundation (<https://foodinsight.org/wp-content/uploads/2019/05/IFIC-Foundation-2019-Food-and-Health-Report-FINAL.pdf>) Letöltve: 2019.03.27. (3) BELTAIFA, L. – TRAISSAC, P. – EL ATI, J. – LEFEVRE, P. – ROMDHANE, H.B. –

DELPEUCH, F. (2009): Prevalence of obesity and associated socioeconomic factors among Tunisian women from different living environments. *Obesity reviews*, 10(2), 145-153. (4) BLANKENSHIP, A.B. – BREEN, G.E. (1993): State of the art marketing research. American Marketing Association, NTC Business Books, Illinois, USA, 1993, 1-580. (5) EUROPEAN UNION (2018): Special Eurobarometer 472: Sport and physical activity, ISBN 978-92-79-80242-3, DOI:10.2766/483047 (http://eose.org/wp-content/uploads/2018/03/eb_s_472_en.pdf) Letöltve: 2018.10.01. (6) EUROSTAT Sport statistics – 2018 edition: ISBN: 978-92-79-76912-2, DOI: 10.2785/167456 (<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/4031688/8716412/KS-07-17-123-EN-N.pdf/908e0e7f-a416-48a9-8fb7-d874f4950f57>) Letöltve: 2018.11.10. (7) HASLER, C.M. (2002): Functional foods: benefits, concerns and challenges – a position paper from the American Council on Science and Health. *The Journal of nutrition*, 132(12), 3772-3781. (8) JOVIČIĆ, A.Đ. (2015): Healthy eating habits among the population of Serbia: gender and age differences. *Journal of health, population, and nutrition*, 33(1), 76. (9) KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2017): A háztartások fogyasztása (előzetes adatok), 2018. 05. 30. <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/stattukor/haztfogy/haztfogy1712.pdf> Letöltve: 2018.10.13. (10) LAKNER, Z. – SOMOGYI, S. – HORVÁTH, ZS. (1998): Az élelmiszerminőség és a piac. *Agro 21 füzetek*, 1998, 47-64. (11) MADARÁSZ, T. – BÁBA, É.B. (2016): Survey on the employees' fitness condition and the employers' health preservation possibilities in case of small and medium-sized enterprises SEA: Practical Application of Science, 4(2). (12) MALHOTRA, N.K. (2001): Marketingkutató. Műszaki, Budapest, 2001. (13) POPKIN, B.M. (2009): The world is fat: the fads, trends, policies, and products that are fattening the human race. Penguin. (14) SCIPIONE, P.A. (1994): A piackutatás gyakorlata. Springer, Budapest. (15) SZABÓ, Z. – ERDÉLYI, A. – GUBICSKÓNÉ KISBENEDEK, A. – UNGÁR, T. – LÁSZLÓNÉ POLYÁK, É. – SZEKERESNÉ SZABÓ, S. – FIGLER, M. (2016): A növényi alapú étrendről | Plant-based diets: a review. *Orvosi hetilap*, 157(47), 1859-1865. (16) SZAKÁLY, Z. (2011). Táplálkozásmarketing. Budapest: Mezőgazda Kiadó, 68-70. (17) SZAKÁLY, Z. – KISS, M. – JASÁK, H. (2014): Funkcionális Élelmiszerek, Fogyasztói Attitűdők És Személyre Szabott Táplálkozás (Functional Foods, Consumer Attitudes and Personalized Nutrition). (18) WILLIAMS, P. (2005): Consumer understanding and use of health claims for foods. *Nutrition reviews*, 63(7), 256-264. (19) WORLD HEALTH STATISTICS (2018): Monitoring health for the SDGs, https://www.who.int/gho/publications/world_health_statistics/2018/en/ Letöltve: 2018. 10. 06.

SZERZŐ:

Dr. Madarász Tamás

tudományos munkatárs

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar

madarasz.tamas@econ.unideb.hu

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

SPORTOLÁSI SZOKÁSOK A KÜLÖNBÖZŐ ÉLETSZAKASZOKBAN**SPORT HABITS IN DIFFERENT LIFEPHASES***Maklári Eszter, Bartha Éva Judit***ÖSSZEFOGLALÁS**

Az utóbbi időben a fizikailag inaktív életmód negatív következményei világszerte súlyos problémát jelentenek. Az elhízást, valamint az ezzel összefüggésben álló betegségeket országunkban is komoly népegészségügyi kockázatként tartják számon. Magyarországon a nők 32%-a számít túlsúlyosnak, míg a férfiak körében megközelítőleg ez az arány 40% (RURIK et al., 2015). Ennek az egyik oka az, hogy az emberek jelentős része mozgáshiányos életmódot folytat, ami számos betegség kialakulását is eredményezheti. Mindezt elkerülhetjük, ha napirendünkbe beiktatjuk a rendszeres testmozgást.

Kutatásom elsődleges célja bemutatni, milyen fontos szerepet játszik az emberek életében a mozgás. Példákkal alátámasztva ismertetem a fizikai aktivitás előnyeit, a mozgáshiányos életmód hatásait, és ezáltal próbálok felhívni a figyelmet az aktív életvitel kialakításának fontosságára. Szakirodalmak, folyóiratok tanulmányozását követően összegyűjtöttem azokat az információkat, amelyek segítségével igyekeztem bebizonyítani, hogy az emberi élet minden szakaszában nélkülözhetetlen a rendszeres testmozgás. Interjúkat és kérdőíveket készítettem a különböző célcsoportok számára. „2005-ben a betegségek gazdasági terhei folyó áron összesen több mint 2526 milliárd forintot tettek ki, amely az akkori GDP 11,49 százalékára rúgott” (ÁCS et al., 2011, p. 696.). Úgy gondolom, hogy ezek alapján kijelenthetjük, hogy az egészséges életmód folytatása nemcsak egyéni, de társadalmi érdek is hazánkban.

Kulcsszavak: életmód, kockázat, betegség, fizikai aktivitás

ABSTRACT

Recently, the negative consequences of physically inactive lifestyle cause serious problems worldwide. Obesity and related diseases are recognized as a serious public health risk in our country as well. In Hungary, 32% of women are overweight, compared to 40% of men (RURIK et al., 2015). One reason for this is that a significant number of these people lead a sedentary lifestyle, which can lead to the development of many diseases. This can be avoided by incorporating regular physical activity into our agenda.

The primary purpose of my research is to show how important movement is in people's lives. I present the benefits of physical activities as well as the effects of sedentary lifestyle with the help of examples. The reason for this is to take an attempt to highlight the importance of developing an active lifestyle. After studying specialized literature and magazines I conducted interviews and questionnaires with various target groups. I used the collected information to prove that regular physical activity is essential at every stage of human life. „In 2005, the economic burden resulting from disease amounted to more than HUF 2,526 billion at current prices, which amounted to 11.49% of GDP at that time” (ÁCS et al., 2011, p. 696). Therefore, my evidence based conclusion is that healthy lifestyle is not only self-interest but also collective interest in our society.

Keywords: lifestyle, risk, diseases, physical activity

BEVEZETÉS

A Magyar Értelmező Kéziszótár (1987) megfogalmazása szerint „Az egészség az életműködés zavartalansága, a szervezet, illetve a szervek betegség nélküli állapota”. Ennek fenntartásához a megfelelő táplálkozás mellett a rendszeres fizikai tevékenység végzésére is szükség van.

A nemzetközi sporttudományi szakirodalom szerint meg kell különböztetnünk a fizikai aktivitás és a testmozgás fogalmát (MAGYAR ÉLETMÓD ORVOSTANI TÁRSASÁG, 2019). A fizikai aktivitás fogalmát többféleképpen definiálhatjuk. Kijelenthetjük, hogy „az emberi léttel összefüggő minden fizikai tevékenység fizikai aktivitással jár” (CSÁNYI, 2010, p. 115). Az Egészségügyi Világszervezet megfogalmazása szerint fizikai aktivitásnak nevezhetünk „minden olyan mozgást, amelyet a vázizomzat hoz létre, és energiafelhasználás kíséri” (CSÁNYI, 2010).

A napjainkban világszerte jellemző mozgásszegény életmód, valamint annak következményei hatalmas problémát jelenthetnek a jövő generációira nézve. Magyarországon a lakosság mindössze 20%-a sportol rendszeresen (PAVLIK, 2015) annak ellenére, hogy az inaktivitás egészségre gyakorolt káros hatásai már széles körökben ismertek, „a fizikai inaktivitás a globális halálozás negyedik vezető kockázati tényezője (PFAU et al., 2018, p. 33.).

A mozgáshiányos életmód hozzájárul többek között a szív- és érrendszeri betegségek, a 2-es típusú cukorbetegség és a vastagbélbetegségek kialakulásához (PFAU et al., 2018).

Emellett a fizikailag aktív életmód az ember mentális egészségének a fenntartásához is nélkülözhetetlen. A fizikai aktivitás javítja a reakcióképességet, az alvás minőségét. Bebizonyították, hogy a fizikai aktivitás segíti a felnőttek tanulási, ítélkező és előadó képességének a fejlődését, valamint idősebb korban csökkenti a demencia kialakulásának kockázatát (DÁVID, 2015).

Annak ellenére, hogy a mozgáshiányos életmód számos negatív következményt von maga után, Magyarországon 2010-ben a lakosság több mint háromnegyede sportmentes életmódot folytatott. Az Európai Lakossági Egészségfelmérés (ELEF) 2014-es vizsgálata során kiderült, hogy a WHO által közzétett fizikai aktivitásra vonatkozó ajánlásoknak országunkban minden 8. ember tesz eleget. A felmérés eredményei igazolják, hogy Magyarországon több férfi él fizikailag aktív életet, mint a lakosság női tagjai. A régió szerinti megfigyelések eredményei azt mutatják, hogy a legkevésbé aktívak a Nyugat-Dunántúlon élők. A kutatás során kiderítették, hogy a WHO által ajánlott testmozgásmennyiségeknek leginkább a közép-dunántúli nők és a közép-magyarországi férfiak tesznek eleget (PFAU et al., 2018).

Lényegesnek tartom, hogy a különböző korosztályok tagjai megfelelő tájékoztatást kapjanak az életkoruknak megfelelő fizikai aktivitásra vonatkozó ajánlásokról, megismerjék a rendszeres testmozgás jótékony hatásait.

A legfőbb célom, hogy eredményeim motivációt nyújtsanak annak érdekében, hogy minél többen hagyjanak fel a sportmentes életmóddal, s a lehetőségeket kihasználva minél többet mozogjanak.

ANYAG ÉS MÓDSZERTAN

Dolgozatom elkészítése során szekunder és primer kutatást is alkalmaztam. A szekunder adatgyűjtés során a célom az volt, hogy minél több releváns nemzetközi és hazai szakirodalmat összegyűjtsek, melyek segítségével megalapozhatom vizsgálatom elméleti hátterét.

Kutatómunkám során a primer kutatási eljárások közül a kérdőíves megkérdezést alkalmaztam. A kérdőíveket papír alapon, illetve a digitális technika segítségével juttattam el a válaszadóknak. Kérdőíveket hat célcsoport számára készítettem el. Az óvodás, az általános iskolás, a középiskolás gyermekek esetében a szüleiknek készítettem kérdőívet, hiszen ide többségében a 18 év alatti korosztály tartozik. A kérdőíves megkérdezettek listáján szerepelnek az egyetemisták, a 25-65 év közötti munkaképes korosztály és a nyugdíjas korosztály tagjai is. A kérdőívek demográfiai kérdésekkel indulnak. A kérdőívek nyílt és zárt kérdéseket egyaránt tartalmaztak.

Kutatásom során a véletlen mintavételt alkalmaztam, így „a populáció minden egyede egyforma valószínűséggel került a mintába” (LENGYELNÉ, 2013, 142.o.). A 6 kérdőívre összesen 552 megkérdezettől érkezett válasz. 43 óvodás, 87 általános iskolás, 106 középiskolás gyermek

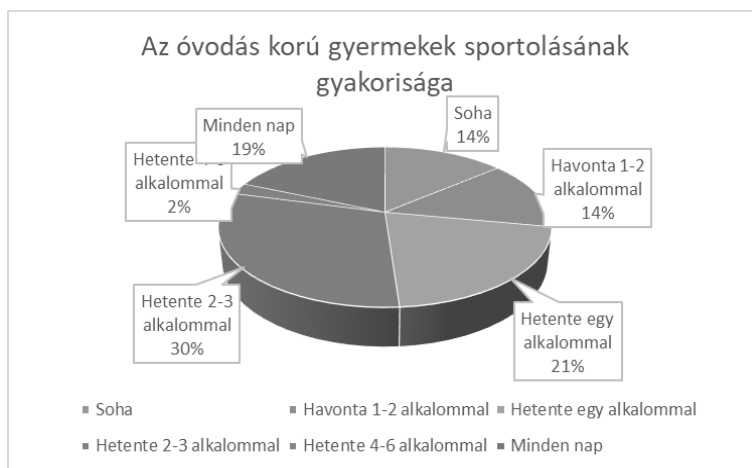
édesanyjától és édesapjától kaptam választ. Ezenkívül 146 egyetemista, 131 25-65 év közötti felnőtt és 39 nyugdíjas töltötte ki a kérdőíveket.

EREDMÉNYEK ÉS AZOK ÉRTÉKELÉSE

Óvodás gyermekek sportolási szokásai

Elsőként az óvodás korú gyermekek sportolási szokásait vizsgáltam meg. Ennél a korosztálynál nagy szerepet játszik a szülő testmozgásról alkotott véleménye, hiszen a gyermekeknek csak édesanyjuk és édesapjuk közbenjárásával van lehetőségük a fizikailag aktív életmód kialakítására. Emiatt fontosnak tartottam a kérdőíves felmérés során megkérdezni a szülőket arról, mennyire tartják fontosnak a rendszeres testmozgást.

A válaszadók közül mindenki úgy gondolta, hogy a rendszeres testmozgás szükséges az egészséges életmód fenntartásához, amit meg is indokolt. Akadtak olyan szülők, akik a gyermekek testi és szellemi fejlődéséhez nélkülözhetetlennek tartják a sportot. Érkezett olyan válasz is, ami arra utal, hogy a gyermekek kitartásra, rendszerességre neveléséhez elengedhetetlen a testmozgás, olyan azonban nem volt a megkérdezettek között, aki ne lett volna tisztában a sport jelentőségével, senki nem választotta azt a válaszlehetőséget, hogy nem tartja fontosnak a sportolást. Ez feltehetően az egészséges életmód népszerűsödésének, az egészségtudatosság napjainkban megfigyelhető térhódításának is köszönhető.



1. ábra: Az óvodás korú gyermekek sportolásának gyakorisága

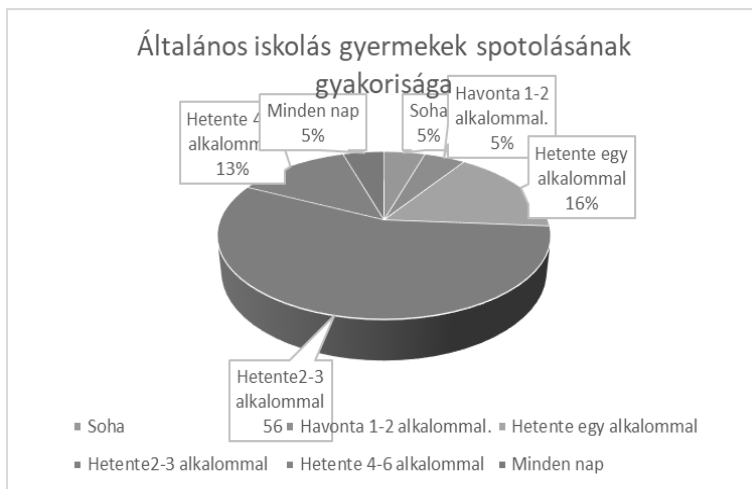
Forrás: Saját vizsgálat, 2019 (N=43)

A válaszadó szülőknek azonban csupán 7%-a sportol napi rendszerességgel, míg a gyermekek 18,6%-a végez testmozgást napi szinten az óvodai torna-foglalkozásokon túl (1. ábra). Meg kell jegyezni, hogy mind a szülők, mind a gyerekek között 51% volt azoknak az aránya, akik hetente legalább két alkalommal sportolnak.

Az óvodások többsége édesanyjával és édesapjával közösen végez rendszeres testmozgást. Ezenkívül a megkérdezett szülők negyede azt válaszolta, hogy gyermeke egyesületnél sportol. A legtöbb óvodás korú gyermek leginkább a labdajátékokat kedveli (60,5%). Emellett sokan szeretnek úszni (32,6%) és táncolni (37,2%) is.

Általános iskolás gyermekek sportolási szokásai

Az általános iskolás gyermeket nevelő szülők több mint háromnegyede nagyon fontosnak tartja, hogy gyermeke fizikailag aktív életmódot alakítson ki. 96,4%-uk ösztönzi gyermekét a rendszeres testmozgásra. A szülők ezt az egészség megőrzésén túl azzal indokolták, hogy a fizikai aktivitás nélkülözhetetlen a kiegyensúlyozottság, a megfelelő állóképesség, fizikai erőnlét fenntartásához. A tanulók több mint fele az iskolai testnevelésórákon kívül hetente 2-3 alkalommal sportol. Mindössze 4,8%-uk nem sportol soha szabadidejében (2. ábra). A legtöbben (53,6%) egyesületnél sportolnak, de sokan járnak más helyszínen privát edzésekre (17,9%) is, és akadnak olyanok is, akik a szüleikkel közösen mozognak (20,2%).

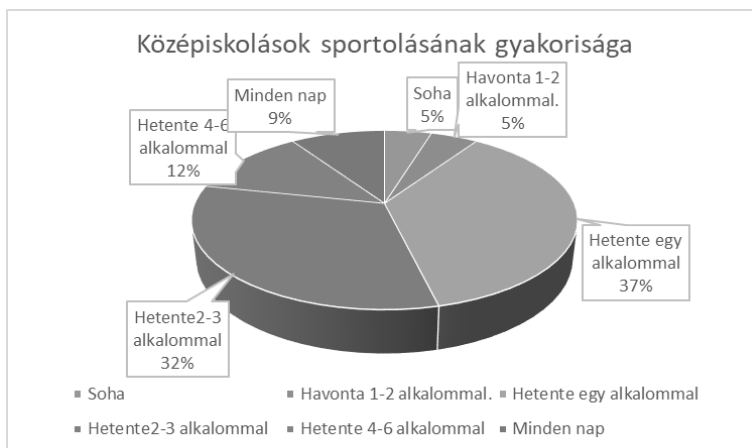


2. ábra: **Általános iskolás gyermekek sportolásának gyakorisága**

Forrás: Saját vizsgálat, 2019 (N=87)

Középiskolás gyermekek sportolási szokásai

Megfigyelhetjük, hogy a középiskolás korosztálynak sajnos csak 9,4%-a sportol naponta az iskolai testnevelés órán kívül.



3. ábra: **A középiskolás diákok sportolásának gyakorisága**

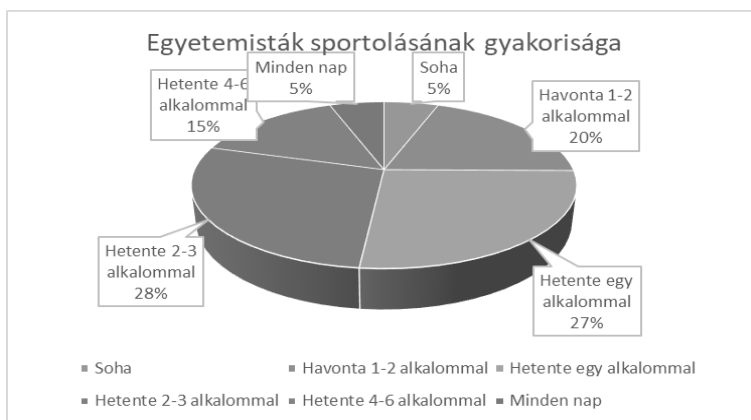
Forrás: Saját vizsgálat, 2019 (N=106)

A legtöbb tanuló csupán heti egy alkalommal végez rendszeres testmozgást. Megállapíthatjuk, hogy az életkor előrehaladtával a diákok átlagosan egyre kevesebbet mozognak, hiszen az általános iskolások többsége heti 2-3 alkalommal sportol, a középiskolásoknál ez a szám heti 1 alkalomra csökkent (3. ábra).

A középiskolás tanulók több mint fele azért végez rendszeres testmozgást, mert szeret sportolni (53,8%). A diákok nagy részének szórakozást, kikapcsolódást jelent a mozgás (49,1%). És természetesen sokan tudatosan az egészségük megőrzése érdekében folytatnak fizikailag aktív életmódot (47,2%). A középiskolás tanulóknál az addig közkedvelt labdajáték háttérbe szorul (31,1%). Előtérbe kerül az úszás (20,8%), az atlétika (16%), illetve az edzőtermi mozgásformák is hatalmas szerepet játszanak, hiszen legtöbben (34%) a fitnesztermetek jelölték meg sportolásuk helyszínéneként.

Egyetemisták sportolási szokásai

Az egyetemisták 58,2%-a nagyon fontosnak tartja a rendszeres testmozgást. Ennek ellenére a megkérdezettek csupán 5,5%-a sportol naponta. A legtöbb egyetemista heti egy alkalommal végez rendszeres testmozgást. 5,5%-uk nem sportol (4. ábra).



4. ábra: Az egyetemisták sportolásának gyakorisága

Forrás: Saját vizsgálat, 2019 (N=146)

A legtöbb egyetemista időhiány miatt nem sportol. A hallgatók 39%-ának a tanulás, 16,4%-nak a diákmunka vállalása miatt nem jut elegendő ideje a sportra. Az egyetemi testnevelés órakon kívül a tanulók többsége fitneszterembe jár (40,1%), de népszerű az egyesületnél történő sportolás (17,7%) is.

25-65 éves korosztály sportolási szokásai

Az egyetemi hallgatók után a 25-65 éves személyek sportolási szokásait vizsgáltam. A válaszadók több mint 60%-a nagyon fontosnak tartja a fizikailag aktív életmód kialakítását, a megkérdezettek túlnyomó része heti 2-3 alkalommal végez testmozgást. Naponta mindössze 4,6% sportol (5. ábra).

A legtöbb 25-65 év közötti személy az egészségének a megőrzése érdekében folytat fizikailag aktív életmódot (67,2%), sokan stresszlevezetés céljából (36,6%). 63,8%-uk nagyon fontosnak tartja a rendszeres testmozgást.

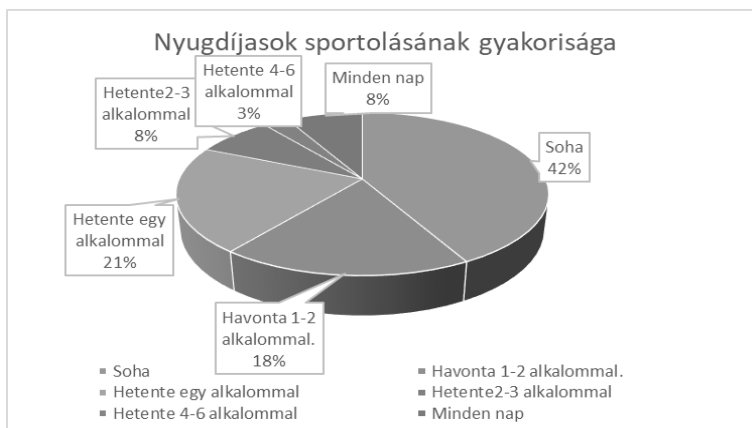


5. ábra: 25-65 évesek sportolásának gyakorisága

Forrás: Saját vizsgálat, 2019 (N=131)

Nyugdíjasok sportolási szokásai

A nyugdíjas korosztály 50%-a fontosnak tartja a fizikailag aktív életmód kialakítását, míg 2,6%-uk úgy gondolja, a testmozgás egyáltalán nem fontos. A nyugdíjas megkérdezettek 42,1%-a nem sportol (6. ábra). Ennek oka lehet egészségi állapotuk is, hiszen a válaszadók 60,5%-nak van egészségügyi problémája.



6. ábra: Nyugdíjasok sportolásának gyakorisága

Forrás: Saját vizsgálat, 2019 (N=39)

A legtöbb (42,1%) fizikailag aktív nyugdíjas az egészségének és a fizikai képességének a megőrzése, fejlesztése érdekében mozog. A nyugdíjasok közül sokan sétálnak, túráznak. Megfigyelhető tehát, hogy sportolási szokásaik inkább az egészség megőrzésére irányulnak, aktivitásuk már kevésbé a teljesítményhez, mint inkább az egészségfejlesztéshez, a jó közérzet megteremtéséhez kapcsolódik.

A különböző korosztályú tanulók sportolásának helyszíne

Végül eredményeim alapján összehasonlítottam azt, hogy a különböző korosztályokba tartozó tanulók mely helyszíneket részesítik előnyben a sportoláshoz, a sportegyesületeket vagy az üzleti alapon működő szolgáltató cégeket, a fitnessztermeket. A válaszok azt tükrözik, hogy az életkor előrehaladtával az egyesületek helyét egyre inkább átveszik a nagy szabadidősport szolgáltató cégek, a fitnessközpontok. Ez magyarázható azzal, hogy az egyetemisták időbeosztásá-

hoz jobban alkalmazkodnak ezek a sportlétesítmények, hiszen viszonylag tág nyitvatartási időben, társasággal vagy egyedül, önállóan vagy edzői segítséggel is ki lehet használni a fitness-termek nyújtotta sportolási lehetőségeket.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Munkám során elsőként az óvodás korú gyermekek sportolási szokásait vizsgáltam. A kérdőíves megkérdezés során kiderítettem, hogy a gyermekeknek csupán 14%-a nem sportol. Az óvodások majdnem fele a szülővel közösen végez rendszeres sporttevékenységet, ami felhívja a figyelmet arra, hogy a személyes példamutatás ösztönzőleg hat a gyermekek sportolási szokásainak kialakítására.

Ezt követően az általános iskolás diákok sporthoz fűződő viszonyát mértem fel. Ennél a korosztálynál az óvodásokhoz képest csökkent a mozgásszegény életmódot folytatók aránya, és nőtt a heti 2-3 alkalommal sportolók száma. A pozitív fejlődéssel ellentétben a napi rendszerességgel testmozgást végzők száma csökkent. Úgy gondolom, hogy a sportegyesületeknek többféle programot kellene szervezniük a diákok számára. A sportszervezetek a versenysportot helyezik előtérbe, és kevés olyan közösséget alakítanak ki, ahol a gyermekek hobbiszerűen kosarazhatnak, futballozhatnak, röplabdázhatnak. Ha a sportegyesületek biztosítanának ilyen jellegű programokat is a diákok számára, akkor talán növekedne a napi rendszerességgel sporttevékenységet végzők száma. Fontos, hogy olyan edzéseket szervezzenek az erre felelős szervezetek, amelyekre a diákok szívesen járnak, hiszen azok a diákok, akik gyermekkorukban megszeretik a mozgást, felnőttként is törekednek majd az aktív életmód kialakítására.

A következő célcsoportba a középiskolás korú tanulók tartoznak. Ennek a korosztálynak a 70%-a sportol. A legtöbb diák fitnessterembe jár, de sokan sportolnak egyesületnél is. Úgy gondolom, a középiskolásoknak a lehetőségek tárháza adott, hiszen az egyesületi, a fitnessztermi testmozgás végzése mellett az iskolai sportlehetőségeken is részt vehetnek.

Az egyetemisták körében már csökken a naponta testmozgást végzők száma a középiskolásokhoz képest, és valamennyivel nő a rendszeresen sporttevékenységet végzők aránya. A legtöbben 2-3 alkalommal sportolnak, de nagy az arányuk a heti egy alkalommal testmozgást végző diákoknak is. A nem sportoló fiataloknak jellemzően a tanulás és a diákmunka miatt nem jut elegendő idejük a testmozgásra. Az egyetemi testnevelésórák sokféle sportág kipróbálását lehetővé teszik, így mindenki megtalálhatja a számára megfelelő intenzitású edzést.

A következő célcsoport a 25-65 éves, jellemzően dolgozó korosztály volt. Az ő életmódjuk különbözik a diákokétól, így sportolási szokásaik is eltérnek a tanulókétól. A legtöbben heti 2-3 alkalommal végeznek testmozgást. A naponta sportolók aránya nem éri el az 5%-ot. Jó ötletnek tartom a munkahelyi sportlehetőségek bevezetését, hiszen a nyugodt dolgozói légkör megteremtése nemcsak az alkalmazottak, hanem a munkavállaló érdeke is. Bizonyára többen sportolnának, ha a munkaidő lejárta után helyben lehetőségük lenne testmozgás végzésére, például a munkahelyen kialakított edzőterem, vagy a helyszínen megszervezett csoportos órák biztosításával.

Végül a nyugdíjas korosztály sportolási szokásait igyekeztem felmérni. A megkérdezettek túlnyomó része fontosnak tartja a rendszeres testmozgást, azonban a válaszadók 42,1%-a nem sportol. Pedig ennek a korosztálynak kifejezetten ajánlott az egészségügyi állapotnak megfelelő sporttevékenység végzése. A nyugdíjasok nagy része nehezen közlekedik, ezért fontos lenne, hogy számukra a lakóhelyükön biztosítsanak ilyen lehetőségeket. A nyugdíjas klubok, önkormányzatok, egyházak által szervezett túrákat, közös sétákat kitűnő kezdeményezéseknek tartom, hiszen ezeken a programokon a 65 év feletti is bátran részt vehetnek, hogyha egészségi állapotuk ezt engedi. Az idősek számára egyre több fitnesszterem szervez csoportos foglalkozásokat, amely szintén segíthet ennek a csoportnak az aktivitizálásában.

A kutatási eredmények azt mutatják, hogy a hetente legalább 2 alkalommal sporttevékenységet végzők aránya az általános iskolás gyermekek csoportjában a legmagasabb. Őket követik sorrendben a középiskolás diákok, az óvodás gyermekek, az egyetemisták, a 25-65 év közötti korosztály és a nyugdíjas korosztály tagjai. Ez alapján azt feltételezhetjük, hogy a sporttevékenység végzésére a legtöbb motivációval rendelkező korosztály az általános iskolás tanulók csoportja, míg a legkevésbé motivált korosztály tagjai a nyugdíjasok. Úgy gondolom, hogy éppen ezért hazánkban az idősebb korosztály körében lenne érdemes minél szélesebb körű motivációs vizsgálatokat végezni, és ezek eredményei alapján ösztönözni a nyugdíjasokat, valamint lehetőséget biztosítani számukra a rendszeres sporttevékenység végzésére.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) ÁCS P. – HÉCZ R. – PAÁR D. – STOCKER M. (2011): A fittség mértéke. Közgazdasági Szemle. LVIII. évf. 2011. július-augusztus pp. 689-708. (2) CSÁNYI T. (2010): A fiatalok fizikai aktivitásának és inaktív tevékenységeinek jellemzői. Új Pedagógiai Szemle, 128 p. (3) DÁVID ZS. (2015): Életmód Orvoslás- A fizikai aktivitás gyógyító hatásai. Mosoly Patikák Kft., Jánoshalma, 22 p. (4) JUHÁSZ J. – SZŐKE I. – O. NAGY G. – KOVALOVSKY M. (1987): Magyar Értelmező Kéziszótár. Akadémiai Kiadó, Budapest, 874 p. (5) LENGYELNÉ T. (2013): Kutatástervezés. Eszterházy Károly Főiskola, Eger, 2013, 168 p. (6) MAGYAR ÉLETMÓD ORVOSTANI TÁRSASÁG (2019): <http://www.emot.hu/fizikai-aktivitas> (letöltve: 2019. 10.19.) (7) PAVLIK G. (2015): A rendszeres fizikai aktivitás szerepe betegségek megelőzésében, az egészség megőrzésében. Egészségtudomány. 59. évf. 2. szám, pp. (8) PFAU C. – PETŐ K. – BÁCSNÉ É. (2018): A fizikai aktivitás mint egészségbefektetés. Egészségfejlesztés. LX. évf. 2019. 1. sz. pp. 32-44. (9) RURIK I. – UNGVÁRI T. – SZIDOR J. – TORZSA P. – MÓCZÁR CS. – JANCSÓ Z. – SÁNDOR J. (2015): Elhízó Magyarország. A túlsúly és az elhízás trendje és prevalenciája Magyarországon. Orvosi Hetilap. 157. évf. 31. sz. pp. 1248-1255.

SZERZŐK:

Maklári Eszter

pénzügy és számvitel BSc szakos hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
eszter.maklari@gmail.com

Dr. Bartha Éva Judit

tudományos segédmunkatárs
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
bartha.eva.judit@econ.unideb.hu

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

EGÉSZSÉGVÉDŐ ÉLELMISZERVÁSÁRLÁS ÉS -FOGYASZTÁS KAPCSOLATA A FIZIKAI AKTIVITÁSSAL

THE RELATIONSHIP OF PURCHASING AND CONSUMING FUNCTIONAL FOODS WITH PHYSICAL ACTIVITY

Nábrádi Zsófia

ÖSSZEFOGLALÁS

Az éhezés évezredekig az emberiség egyik legádázabb ellensége volt, ám az elmúlt száz év gazdasági, politikai és technológiai vívmányai a fejlett országokban felszámoltak a biológiai szegénységgel. A 21. század új kihívás elé állítja a fejlett- és fejlődő társadalmakat. Bár az élelmiszerek hozzáférhetősége megoldódott, a tápanyagban szegény, energiadús ételek fogyasztása – karöltve az ülő- és a mozgásszegény életmód elterjedésével – világméretű problémát jelent. Az utóbbi 35 évben a nem kiegyensúlyozott táplálkozás okozta hiányok pótlásának érdekében egészségvédő, ún. funkcionális élelmiszerek jelentek meg a piacon. Az egészség világméretű megatrendje bő egy évtizede hazánkban is jelen van, amelynek alappillérei az egészségtudatos táplálkozás és a mozgás. Szakirodalmi áttekintést követően feltáró kvalitatív kutatásaim eredményeit ismertetem, amelyek egy kvantitatív kérdőíves felmérés előkészítő szakaszát képezik. Kutatási kérdésem, hogy a rendszeres testmozgás hatással van-e az egészségvédő élelmiszerek, specifikusan a savanyított tejtermékek (probiotikus joghurt és kefir) vásárlására és fogyasztására. Vizsgálataim alapján előre jelezhető, hogy számos különbség mutatható ki az aktív- és a passzív életmódot folytató személyek között az egészségvédő élelmiszerek, továbbá a savanyított tejtermékek iránti attitűd, vásárlás és fogyasztás kérdéskörében.

Kulcsszavak: egészségvédő élelmiszer, fizikai aktivitás, egészséges táplálkozás

ABSTRACT

The hunger for thousands of years was one of the worst enemy of humanity, but the economic, political and technological achievements of the last hundred years have been dismantled biological poverty. The 21st century poses a new challenge for developed and developing societies. Although food availability has been solved, the consumption of nutrient-poor, high-energy foods – in combination with a sedentary lifestyle - is a worldwide problem. Over the past 35 years, a health-promoting, functional foods have been established on the market. For more than a decade, a global mega-trend of health has emerged in Hungary, with health-conscious eating and exercise as its main pillars. After a brief review of the literature, I present the results of my exploratory qualitative research, which forms the preparatory phase of a quantitative questionnaire survey. My research question is whether regular exercise has an effect on the purchase and consumption of functional foods, specifically sour milk products (probiotic yogurt and kefir). Based on my research it can be predicted that many differences can be detected between active lifestyle and sedentary lifestyle people in their attitude, the purchase, and consumption of functional foods, within soured dairy products.

Keywords: functional food, physical activity, healthy nutrition

BEVEZETÉS

Hazánkban a NEFI (2017) kimutatása szerint az egészségveszteségek kockázatai 80%-ban viselkedéssel összefüggő tényezőkre vezethetők vissza, amelyek közül kiemelkedő a nem megfelelő táplálkozás, valamint a mozgásszegény életmód. Lesújtó képet mutatnak a legfrissebb felmérések, miszerint a felnőtt lakosság 62%-a testtömeg-index alapján túlsúlyos, vagy elhízott

(PANYOR, 2019). A magyarok 53%-a soha nem sportol és nagyságrendileg a lakosság fele mérsékelt fizikai aktivitást sem végez (ÁCS et al, 2018).

A fizikai aktivitás és az aktív sporttevékenység végzése külön fogalmi kategóriát képeznek. A fizikai aktivitáshoz kapcsolódó tevékenységek, azok közege és megvalósulásának módja alapján, négy csoportba sorolhatók. Ennek alapján megkülönböztetünk munkavégzéshez köthető-, közlekedéssel járó-, háztartásban realizálódó-, valamint szabadidőben megvalósuló fizikai aktivitásokat (CSANYI, 2010).

Köztudott, hogy az elhízás számos krónikus megbetegedés kockázati tényezője. 2008-ban 1,5 milliárd (ÁDANY, 2011), 2014-ben már több mint 2,1 milliárd ember volt, s az előrejelzések szerint 2030-ra várhatóan az emberiség fele lesz túlsúlyos (DOBBS et al., 2014). A nem kiegyensúlyozott táplálkozás okozta hiányok pótlása, az energiaegyensúly visszaállítása és az egészség megőrzése érdekében jöttek létre az egészségvédő-hatású élelmiszerek. Ezek megnevezései rendkívül változatosak (pl.: healthy food, designer food, functional food, pharmafood), a szakirodalom leggyakrabban a funkcionális élelmiszer kifejezést használja (SZAKÁLY, 2011).

A speciális egészségvédő hatásokkal rendelkező élelmiszerek hazánkban nincsenek hivatalosan kategorizálva és definiálva, a nemzetközi szakirodalom széles körben használja a „funkcionális élelmiszer” megnevezést. Az ILSI nemzetközileg elfogadott meghatározása alapján olyan élelmiszereket sorolunk ide, amelyek bioaktív anyagaiknak köszönhetően a szokásos táplálkozáson túlmenően az egészségre előnyös tulajdonságokkal rendelkeznek (PAPP-BATA et al., 2018). A funkcionális élelmiszer-alkotórészek fő csoportjai a vitaminok és ásványi anyagok, fehérjék és peptidok, az antioxidánsok, a zsírsavak és a fitokemikáliák, valamint a pre- és probiotikumok (SZAKÁLY, 2011). A probiotikum élő mikroorganizmus kultúra, mely lehet az élelmiszer alkotóeleme, vagy dúsítás útján kerül bele és az emésztőrendszerben gátolja a káros mikroorganizmusok életműködését (CSAPÓ – ALBERT, 2016). A savanyított tejtermékek (probiotikus joghurt és kefir) funkcionális élelmiszerek, amelyek hozzáadott értéket képviselnek, hiszen mindemellett, hogy átlagos megítélésű termékcsoporthoz tekinthetők, a lakosság egészségvédő hatásának tartja (HORVÁTHNÉ et al., 2014).

Az egészségmagatartás vizsgálatára számos modellt alkalmaznak a kutatók. A viselkedésváltozás transzteoretikus modellje – továbbiakban TTM – eredetileg a klinikai pszichológia különböző elméleti koncepcióinak integrációjaként került bevezetésre (PROCHASKA – DICLEMENTE, 1982; PROCHASKA et al. 1992). PROCHASKA és PROCHASKA (2011) annak érdekében, hogy a szakemberek jelentős és tartós hatást gyakorolhassanak az egészséget veszélyeztető magatartásokra, olyan modellt alkottak, amely nem csupán a változásra motivált kisebbség, hanem a teljes populáció egészségviselkedésének vizsgálatára alkalmazható. A TTM folyamatorientált változókat ölel fel annak előrejelzése és megmagyarázása érdekében, hogy a vizsgált alanyok hogyan és mikor változtatják meg viselkedésüket (JOHNSON et al., 2008). A viselkedésváltozás egy folyamat, amely időben hosszán elnyúlik és szakaszok meghatározott sorozatán megy keresztül. (CZEGLÉDI, 2012). A modell alapján megvizsgálhatjuk, hogy egy adott személy / csoport a fenntartható egészség-magatartásra való áttérésben pontosan hol tart. Ennek alapján öt szakaszt (bezárkózás, szemlélődés, felkészülés, cselekvés és fenntartás) különítünk el (SOÓS, et al., 2016). A *bezárkózás* szakaszában az egyén nincs tisztában a kockázati magatartás következményeivel, nem keres információkat és nem érdeklődik az egészségmagatartás pozitív irányú megváltoztatása iránt. A *szemlélődés* szakaszában az egyén mérlegeli a változtatásból származó előnyöket, és összeveti őket a változás költségeivel. Tudatában van a változtatás szükségességével, ám ha túlzó mértékűnek értékeli a költségeket, nem tesz további lépéseket. A *felkészülés* szakaszában az egyén már felkészült bizonyos lépések megtételére és megtervezett cselekvési tervvel is rendelkezik. A *cselekvés* szakaszában az egyén konkrét lépéseket tesz egészségének megóvása érdekében. A tudatosság erősödésével csökken az esély a korábbi viselkedéshez való visszatérésre. A valódi viselkedésváltozás a *fenntartás* szakaszában érhető el, legalább hat hónap eltelte után. Ekkor az egyén életének természetes részévé válik az

új viselkedésforma és nincs szükség a környezet felőli megerősítésekre sem (SZAKÁLY, 2011; SOÓS et al., 2016).

ANYAG ÉS MÓDSZER

Jelen tanulmányban szekunder elemzés alapján kialakított fókuszcsoportos-vizsgálataim eredményeit mutatom be. A fókuszcsoport-vizsgálatokhoz olyan forgatókönyveket készítettem, amelyek alkalmasak a fogyasztói preferenciák és attitűdök elemzésére. A vizsgálatok 2019 májusában, 7-7 fő (mindkét esetben 3 férfi és 4 nő) bevonásával történtek, az alanyokat előre összeállított szűrőkérdőív segítségével választottam ki. A csoportokba kerülés kritériumai az alábbiak voltak:

- A vizsgált személy 18 év feletti
- A vizsgált személy nem dolgozhatott újságírás, marketing, reklám, PR, piackutatás területen.
- A vizsgált személy nem vett részt az elmúlt egy évben piackutatási felmérésen, amely a fizikai aktivitás és / vagy az egészségtudatos táplálkozás témakörén alapult.
- A vizsgált személy nem vehetett részt az elmúlt egy évben fókuszcsoportos beszélgetésen.
- A vizsgált személynek nincs tejfehérje allergiája.
- Első csoport: A vizsgált személy rendszeresen végez fizikai aktivitást.
- Második csoport: A vizsgált személy nem végez fizikai aktivitást.

A csoportokba kerülés differenciáló tényezője a rendszeres fizikai aktivitás végzése, így *aktív* és *passzív* csoportok kerültek kialakításra. A vizsgálatok megkezdésekor a résztvevők egyével bemutatkoztak és néhány percig a csoportkohéziót és bizalmi légkört megerősítő beszélgetést folytattak a moderátor irányításával.

A forgatókönyvek első részében az egészséges életvitel kialakításában szerepet játszó tényezőket vizsgáltam. Feltételezem, hogy a két csoport között különbségek mutathatók ki e tényezők fontosságában, azok rangsorolásában.

A második blokkban az egészségvédő élelmiszerekkel kapcsolatos vásárlói és fogyasztói szokások kerültek feltárára. Feltételezem, hogy az aktív csoport számára fontos szempont a termékek egészségessége és jellemzően tudatosabban vásárolnak.

A forgatókönyvek következő része a savanyított tejtermékekhez kötődő fogyasztói szokásokat vizsgálta. Feltételezem, hogy az aktív csoport gyakrabban fogyaszt savanyított tejtermékeket és eltérő szempontokat mérlegelnek a vásárláskor.

A forgatókönyvekbe beépítettem a viselkedésváltozás transzteoretikus modelljét, amelyet az egészséges táplálkozás témakörében vizsgáltam. Számos kutatás azonosította, hogy a rendszeres fizikai aktivitás végzése összefügg a tudatosabb táplálkozással, ezért feltételezem, hogy az aktív csoport tagjai jellemzően a TTM cselekvés és a fenntartás szakaszaiban tartanak.

A csoportbeszélgetések mindkét esetben informális stílusban zajlottak és másfél órát vettek igénybe. A vizsgálatokról jegyzőkönyv, valamint hangfelvétel készült, amely lehetővé tette a pontos elemzést.

EREDMÉNYEK

Az egészséges életvitel kialakításában szerepet játszó tényezők

Az eredmények ismertetése során a csoportokat „*aktív*” és „*passzív*” csoportelnevezéssel jellemezem, feltárva az adott csoportra jellemző attitűdöket, sajátosságokat. A forgatókönyv első blokkjában arra kerestem választ, milyen hasonlóságok és különbségek mutathatók ki a csoportok közt az egészségesség témakörében. A csoportokról általánosan elmondható, hogy az egészség szubjektív megítélése során az aktív csoport egészségesnek, míg a passzív csoport egészségtelennek tartja életmódját. Az egészséges életvitel kialakításában a vizsgált csoportok

egységesen gondolták létfontosságúnak a megfelelő mennyiségű és minőségű alvást, a helyes táplálkozást, a mentális egészséget, a rendszeres testmozgást.

Ezt követően 15 tényezőt kellett a csoportoknak rangsorolniuk aszerint, hogy az egyes komponensek milyen befolyással rendelkeznek. A kialakult rangsor alapján a csoportok szerinti 5 legfontosabb jellemzőt az első táblázat szemlélteti.

1. táblázat: **Az egészséges életvitel legfontosabb jellemzői**

Rangsor	Aktív csoport	Passzív csoport
1	Egészségvédő élelmiszerek fogyasztása	Tájékozottság arról, mi egészséges és mi nem
2	Rendszeres testmozgás	Hozzáférhetőség minőségi élelmiszerekhez
	Megfelelő vitamin- és ásványianyag bevitel	Megfelelő anyagi helyzet
3	Változatos étrend	Egészségvédő élelmiszerek fogyasztása
4	Káros élvezeti cikkek mellőzése	Változatos étrend
5	Mentális jóllét	Rendszeres testmozgás

Forrás: Saját szerkesztés

A csoportok a második legfontosabb jellemzőt tekintve azonos szintre emeltek 2-2 tényezőt, mivel egyik esetben sem tudták a rangsort ezen a szinten 1 komponensre redukálni. Mindkét csoportban relevánsnak minősül a táplálkozás és a testmozgás, azonban kiemelő, hogy a passzív csoport a legfontosabbnak a tájékozottságot, a hozzáférhetőséget és a megfelelő anyagi helyzetet gondolja. Az egészséges életmódra váltással kapcsolatban a vizsgált csoportoknak érveket kellett felhozniuk amellet, hogy miért lehet könnyű, valamint mi lehet nehéz ebben a folyamatban. Összességében ugyanazokat a tényezőket sorolták fel mind a pro- mind a kontra-érveknél. A csoportok hasonlóan komoly jelentőséget tulajdonítanak a társas környezet befolyásnak, amely véleményük szerint erős hatással van az egyén egészségviselkedésre.

Égészségvédő élelmiszerekkel kapcsolatos vásárlói és fogyasztói szokások, motivációk

A leggyakrabban vásárolt és fogyasztott élelmiszerkategóriák között különbségek találhatók a két csoportban. A passzív csoport magasabb arányban fogyaszt húskészítményeket, gyorsfagyasztott és feldolgozott élelmiszereket. Az aktív csoport a szezonális zöldségeket és gyümölcsöket, tejtermékeket és a friss pékárut részesíti előnyben. Az aktív csoport tagjai saját bevallásuk szerint előre megtervezik vásárlásaikat, míg a passzív csoport körében gyakoribb az impulzusvásárlás.

Az egészségvédő élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói attitűdök vizsgálatát megelőzően a csoporttagokkal tisztáztuk azok fogalmát: „Olyan élelmiszerek, amelyek kiváló ízérték mellett egy vagy több táplálkozásbiológiai előnnyel is rendelkeznek. Ilyen előny pl. az energiaszegényítés, főleg a zsírtartalom csökkentése és a cukor elhagyása révén, egyes ásványi anyagokban dúsítás (Ca, Se, Mg), másokban szegényítés (Na), a multivitaminózás, vagy bélazonos (probiotikus) tejsavbaktériumok alkalmazása különböző élelmiszerekben.” A vizsgált alanyok közül mindannyian vásárolnak és fogyasztanak egészségvédő-hatású élelmiszereket. Az aktív csoport tagjai számára fontos a „valamitől mentesség”, ami leginkább a zsír-, a só- és a cukor kerülésében nyilvánul meg. A passzív csoport jellemzően a „valamivel dúsított” termékeket preferálja inkább. Az aktív csoport gyakrabban és több típusú egészségvédő élelmiszert vásárol, mint a passzív csoport.

Mindkét csoportban jellemző, hogy a vizsgálati alanyok változtattak táplálkozási szokásainkon az elmúlt egy évben. Ennek oka valamilyen érzékenység / allergia kialakulása, valamint

megjelent az életmódváltás és a diéták kipróbálása iránti igény. A táplálkozási trendek az aktív csoportra hatnak, azonban általában utána néznek egy-egy diétának, mielőtt kipróbálnák azt. A passzív csoport tagjairól általánosságban elmondható, hogy érdektelenek a különböző típusú trendek, valamint az étrendi ajánlások iránt.

Az élelmiszerek vásárlásával és fogyasztásával kapcsolatban az aktív csoport a legfontosabb tényezőnek az élelmiszerek egészségességét, míg a passzív csoport a termékek ár-érték arányát gondolja. Az aktív csoport tagjai különös jelentőséget tulajdonítanak a tápanyagösszetételnek, és a „valamitől mentes” termékeknek. A passzív csoportban a könnyű beszerezhetőség mellett a korábbi pozitív tapasztalat hat az élelmiszervásárlási szokásokra.

Savanyított tejtermékekkel (probiotikus joghurt, kefir) kapcsolatos fogyasztói szokások

A savanyított tejtermékek kategóriájában a vásárlás és a fogyasztási gyakoriság - heti rendszeresség - között nem volt különbség a két csoportban. Azonban a vásárlás szempontjai eltérőnek bizonyultak.

Az aktív csoport számára a termék zsírszázaléka a legfontosabb, melyet annak állaga és az íze követ. A csoport egységesen kiemelte, hogy savanyított tejtermékek esetén fontos számukra, hogy azok magyar gyártású és alapanyagú termékek legyenek. Kiemelték továbbá a csomagolás és kiszereles szerepét.

A passzív csoport számára a termék íze jelenti a vásárlás fő szempontját. Emellett az ár és a szavatossági idő, ami befolyásolja őket. A csoporttagok bizonyos ismert márkáknak nagyobb bizalmat szavaznak, szemben az aktív csoporttal, akik közül csupán egy személy márka-tudatos. A passzív csoportnak ebben a termék kategóriában fontos a kiegészítő termék jelenléte.

Az egészséges táplálkozásra való áttérés különbségei a TTM alapján

A TTM alapján SOÓS et al. (2016) által kidolgozott állítások segítségével megvizsgáltam, hogy a csoportok hol tartanak az általuk egészségesebbnek vélt táplálkozásra való áttérésben. A viselkedésváltozás egyes szakaszait az alábbiakban ismertetem, az elhangzott állítások példáival:

- bezárkózás: *A következő hat hónapban nem szándékozom áttérni egy általam egészségesebbnek vélt táplálkozásra.*
- szemlélődés: *Erős késztetést érzek arra, hogy áttérjek egy általam egészségesebbnek vélt táplálkozásra.*
- felkészülés: *A következő egy hónapban lépéseket fogok tenni, hogy áttérjek egy általam egészségesebbnek vélt táplálkozásra.*
- cselekvés: *Az elmúlt hat hónapban során áttértem egy általam egészségesebbnek vélt táplálkozásra.*
- fenntartás: *Már több mint hat hónapja egészségesebben táplálkozom.*

Az egészségesnek vált táplálkozásra való áttérésben az aktív csoport 30%-a a cselekvés, míg 70%-a a fenntartás fázisában van. Ezzel szemben a passzív csoport 70%-a a bezárkózás és a szemlélődés, míg 30%-a a felkészülés szakaszában tart. Ennek alapján megállapítható, hogy a passzív csoport kevésbé nyitott az egészségtudatos táplálkozás kialakítására és fenntartására.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Az egészséges életvitel kialakításában az aktív csoport szerint a legfontosabb tényező az egészségvédő élelmiszerek fogyasztása, míg a passzív csoport szerint a tájékozottság arról, hogy mi egészséges, és mi nem.

Az elmúlt egy évben mindkét csoport tagjai közt jelen volt olyan, aki változtatott a táplálkozásán. Ennek oka valamilyen érzékenység / allergia kialakulása, életmódváltás, a tudatosság növekedése.

Mindkét csoport rendszeresen vásárol és fogyaszt egészségvédő hatású, funkcionális élelmiszereket. Az aktív csoport jellemzően gyakrabban és tudatosan vásárol egészségvédő élelmiszereket, valamint figyeli a termékek összetevőit. Az élelmiszervásárlást számukra a termék egészségsége befolyásolja legerősebben, hatnak rájuk a különböző trendek. Ezzel szemben a passzív csoportra inkább az impulzusvásárlás jellemző, a termék ára bír meghatározó szereppel. Mindkét csoport jellemzően vitaminnal és ásványi anyagokkal dúsított, valamint energiaszegény (zsír és cukor) termékeket preferál.

Probiotikus joghurt és kefir fogyasztási gyakoriságában nem tapasztalható különbség a két csoport között. A savanyított tejtermékek esetében az aktív csoportnak a legfontosabb vásárlási szempont a termék zsírszázaléka, míg a passzív csoport esetében a termék íze a legmeghatározóbb.

A TTM alapján a passzív csoport kevésbé nyitott az egészségtudatos táplálkozás irányában.

Az egészségvédő élelmiszerek, specifikusan a savanyított tejtermékek vásárlása eltérő szempontok alapján történik az aktív és a passzív életmódú fogyasztók közt. A gyártók számára javasolt ezeknek a csoportnak az ismerete. Feltáró kutatásom megalapozó jelleggel bír további vizsgálatok kivitelezéséhez, amelyek eredményeképp differenciált marketingüzenetek alakíthatók ki.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) ÁCS P. – PRÉMUSZ V. – MORVAY-SEY K. – KOVÁCS A. – MAKAI A. – ELBERT G. (2018): A sporttal, testmozgással összefüggésben lévő mutatók változása Magyarországon és az Európai Unióban az elmúlt évek eredményeinek nyomán. Sport- és egészségtudományi füzetek. 2. évf. 1. szám, pp. 61-76. (2) ÁDÁNY R. (2011): Megelőző orvostan és népegészségtan, Medicina Könyvkiadó Zrt, Budapest (3) CSÁNYI T. (2010): A fiatalok fizikai aktivitásának és inaktív tevékenységeinek jellemzői. Új pedagógiai szemle. 60. évf. 3-4 szám 115–129. (4) CSAPÓ J., ALBERT Cs. (2016) Funkcionális élelmiszerek, múlt, jelen, jövő. Acta Scientiarum Transylvanica, Vol. 23–24. No. 3. pp. 55-64. (5) CZEGLÉDI E. (2012): A viselkedésváltozás tranzsteoretikus modelljének alkalmazási lehetőségei az elhízás kezelésében. Mentálhigiéne és Pszichoszomatika 13. évf. 4. szám 411-434. (6) DOBBS R. – SAWERS C. – THOMPSON F. – MANYIKA J. – WOETZEL J. – CHILD P. – MCKENNA S. – SPATHAROU A. (2014): How The World Could Better Fight Obesity. McKinsey&Company <https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/how-the-world-could-better-fight-obesity> (Letöltve: 2019. 12. 10.) (7) HORVÁTHNÉ SZ.K. – TORMA D. – BÖRÖNDI-FÜLÖP N. – SZENDRŐ K. – SZIGETI O. – SZENTE V. A probiotikus joghurtok marketingkommunikációs lehetőségei Táplálkozásmarketing 1. évfolyam, 1-2. szám pp. 103-108. (8) JOHNSON, S.S. – PAIVA, A.L. – CUMMINS, C.O. – JOHNSON, J.L. – DYMENT, S.J. – WRIGHT, J.A. (2008): Transtheoretical model-based multiple behavior intervention for weight management: Effectiveness on a population basis. Preventive Medicine, Vol. 46 No.3, pp. 238-246. (9) NEFI (2017): Egészségjelentés 2016. Információk a népegészségügyi beavatkozások célterületeinek azonosításához a nem fertőző betegségek és az egészségmagatartási mutatók elemzése alapján. Nemzeti Egészségfejlesztési Intézet, Budapest. (10) PANYOR Á. (2019): A táplálkozás és a civilizációs betegségek kapcsolata. Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok. 14. évf. 2. szám, pp. 99-107. (11) PAPP-BATA Á. – CSIKI Z. – SZAKÁLY Z. (2018): Az egészségvédő élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói magatartás - A hiteles tájékoztatás szerepe. Orvosi Hetilap 159.évf. 30. szám pp. 1221-1225. (12) PROCHASKA, J.O. – DiCLEMENTE, C.C. (1982): Transtheoretical therapy: Toward a more integrative model of change. Psychotherapy: Theory, Research and Practice, Vol. 19. No.3, pp. 276-288. (13) PROCHASKA, J.O. – DiCLEMENTE, C.C. – NORCROSS, J.C. (1992): In search of how people change: Applications to addictive behaviors. American Psychologist, Vol. 47 No. 9, pp. 1102-1114. (14) PROCHASKA J.O. – ROCHASKA J.M. (2011): Behavior change. In: D.B. Nash, J. Reifsnnyder, R.J. Fabius, V.P. Pracilio (Eds.), Population Health: Creating a culture of wellness pp. 23-41. (15) SOÓS M. – KOVÁCS B. – SZAKÁLY Z. (2016): A viselkedésváltozás szintjein a testtömeg-menedzselés folyamatában – élelmiszerfogyasztás és fizikai aktivitás, Táplálkozásmarketing 3. évfolyam, 2. szám, pp. 19-28. (16) SZAKÁLY Z. (2011): Táplálkozásmarketing. Mezőgazda Kiadó, Budapest.

SZERZŐ:**Nábrádi Zsófia**

PhD hallgató

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar

nabradi.zsofia@econ.unideb.hu

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

A GYÓGYNÖVÉNYTURIZMUS VIZSGÁLATA ÉS NYOMON KÖVETÉSE

INVESTIGATION AND MONITORING OF HERBAL TOURISM

Oláh Regina Szidónia

ÖSSZEFOGLALÁS

Bükkszentkereszt gyógyhatású levegőjéről és elbűvölő gyógynövényvilágáról híres ország-szerte. Jelenleg a település egy jelentős turisztikai kínálattal rendelkező gyógynövény-nagyhatalom, melyet évről évre turisták tízezrei látogatnak meg. Kutatásom tárgya a Bükkszentkeresztben jelen lévő gyógynövény-turizmus elemzése. Célom volt, hogy átfogó képet adjak Bükkszentkereszt aktuális turisztikai, gazdasági és társadalmi helyzetéről, erősségeiről, gyengeségeiről, esetlegesen fejlesztésre váró területeiről.

A kutatás eredményei alapján és a turizmus globális trendjeit figyelembe véve elmondható, hogy Bükkszentkeresztben többek között az egészségtudatosság, a szabadidő aktív eltöltésére való növekvő igény, a fenntartható turizmus megatrend egyaránt megjelenik. Az eredmények megerősítik, hogy Bükkszentkereszt magyarországi viszonylatban gyógynövényturisztikai szempontból nagy jelentőséggel bír, a település ugyanis nagymértékben hozzájárul a régió egészség- és gyógyturizmusához. Annak ellenére, hogy a térségben sok fejlesztés történt az idegenforgalom ezen ágában, néhány kihasználatlan lehetőség vélhető fel például a kulturális rendezvények esetében, a szálláshelyek kihasználtsága és felszereltsége terén, illetve a szezonálitással kapcsolatban.

Kulcsszavak: turizmus, egészségturizmus, gyógyturizmus, Bükkszentkereszt

ABSTRACT

Bükkszentkereszt is famous throughout the country for its healing climate and fascinating herbs. Today, the city is a major herbal-power with a significant tourist offer and is visited by tens of thousands of tourists each year. The subject of my research is the analysis of herb tourism in Bükkszentkereszt. My aim was to give a comprehensive report of the current tourism, economic and social situation, strengths, weaknesses and areas of potential development in Bükkszentkereszt.

Based on the results of the research and taking into account the global trends of tourism, it can be stated that, among other things, Bükkszentkereszt includes the megatrend of health awareness, the growing need for active leisure time and the sustainable tourism. The results confirm that Bükkszentkereszt is of great importance for herbal tourism in Hungary. The settlement contributes significantly to the health and medical tourism of the region. In spite of the many developments in this area of tourism in the region, there are some unexploited opportunities for example for cultural events, accommodation and facilities, and seasonality.

Keywords: tourism, health tourism, medical tourism, Bükkszentkereszt

BEVEZETÉS

A 20. század második felében az egészséggel összefüggésben megjelentek az életminőségre irányuló vizsgálatok. Az elmúlt évek gazdasági folyamatainak köszönhetően átalakult a társadalom szerkezete, amely a népi gyógyítás hagyományát is érintette. A gyógynövények helyett megnövekedett a szintetikus gyógyszerek piaca, hiszen olcsóbb volt a forgalmazásuk, valamint könnyebb megoldásnak látszott a gyógyszerek használata, mint a gyógynövények körülményes alkalmazása. Az évtizedeken át tartó tablettaszedés azonban sok millió embernél mellékhatást váltott ki, ezért a 21. század elejétől újra növekszik a természetes gyógymódok iránti érdeklődés. Bár egyre kevésbé ismerik a fiatalok a hagyományos gyógyítás tudományát, a természetes

gyógymódok alkalmazása virágkorát éli ma, s új erőre kapott az érdeklődés az ősi gyógyítás hatékonysága iránt.

Hazánkban a turisztikai fejlődés oka az egészségturizmus effajta változásával magyarázható. Ezt jól támogatja az is, hogy hazánk gyógytényezőkben bővelkedik. Gondoljunk csak a termálvizekre vagy a mofettára, a gyógyiszaplelőhelyeinkre. Földrajzi viszonylatban kedvező feltételeknek felel meg az ország, így jó táptalaja a gyógynövényeknek. A gyógynövény ágazat hatásos van a vidékfejlesztésre. Bükk-szentkereszt országos szintű elismertsége vitathatatlan a gyógynövény turizmus kapcsán. Szabó Gyuri bácsi ma már rendkívül ismert gyógykészítményeiről, és ő az, aki a népi gyógyászatot széles körben elterjesztette. A kutatás témáján belül célokom, hogy az említett településen a népi gyógyászat és a gyógynövények népszerűségét és vonzerejét vizsgáljam a turizmusban, annak hatását a falu imázsára, illetve a gyógynövény-turisták fogyasztási szokásait és turisztikai magatartását.

SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A turizmussal foglalkozó szakirodalmak egyértelműen rávilágítanak arra, hogy az egészségnek egyre nagyobb a szerepe a nemzetközi utazásokban, ugyanis meghatározóvá válik a helyváltoztatás során a regenerálódás, a gyógyulás, az egészség fenntartása, és megőrzése szempontjából. Az emberek célcsoportja egyre nagyobb igénnyel és érdeklődéssel fordul az egészségturizmus különféle termékei és kínálati elemei felé (CSAPÓ, 2016; ZSARNÓCZKY, 2019). Az egészségturizmus szerepe pedig ezáltal nő a betegség megelőzésében (prevenció), az egészség megőrzésében (wellness), illetve a gyógyításban (terápia), az utókezelésekben (rehabilitáció), és nem utolsósorban a szervezet fizikai kondicionálásában (fitness). A különféle betegségek gyógyítása során az orvosi tudás, a diagnosztizálás képessége, az adekvát terápia elvégzése, a természeti vonzerőkhöz tartozó gyógytényezők hasznosítása mellett végzett kezelések mára már az egészségturizmus meghatározó vonzerejét jelentik (ÁRPÁSI, 2014).

A különféle egészségturisztikai szolgáltatók közötti szorosabb helyi és regionális együttműködés egyre fontosabbá vált az egészségturizmus területén, és kulcsfontosságú előfeltétele lesz az egészségturisztikai célpontok jövőbeni fejlesztésének (LOCHER et al., 2014; PFORR et al., 2014).

MICHALKÓ et al. (2015) kutatásuk során a balkáni országokban elemezték azokat a turisztikai erőforrásokat, amelyek a „jólétnövelő” turizmus csoportjába tartoznak. Az eredmények azt mutatták, hogy a szűk értelemben az egészségturizmushoz kapcsolódó attrakciók (pl. termálfürdők, wellness szolgáltatások) a teljes látnivaló kevesebb, mint 20%-át tették ki. Ha azonban beleszámították a gasztronómiai-, vallási- és spirituális erőforrásokat, a természetes eredetű, rekreációs és gyógyító gyógynövények is, akkor a százalékarány jelentősen növekedett.

A gyógynövények tudatos termesztésének kezdetei a középkorba nyúlnak vissza, amikor is a kolostorok körül a szerzetesek a világtól elzártan termesztették és kutatták a növényekben rejlő gyógyhatásokat (KAPRONCZAY, 2016). Azóta pedig a gyógynövények felhasználási területei egészen széleskörben ismertek: aromaterápia, élelmiszeripar, kozmetikai ipar, háztartásvegyipar, gyógyszeripar, vegyipar, bőripar, dohányipar, állatorvoslás (BORBÉLYNÉ – KUTASY, 2012). A gyógynövények felhasználási területei az Európai Unión belül hasonlóan alakulnak (BÍRÓ, 2015): egészséges életmódot és étrendet kiegészítő készítmények, fitogyógyszerek alapanyaga, gyógyszeripari nyersanyagok, nyersanyagok a vegyipar bizonyos ágazataiban (illatszeripar, kozmetika), élelmiszeripar (hús-, konzerv-, fűszer- és édesipar).

ANYAG ÉS MÓDSZER

A vizsgált település bemutatása

Bükk-szentkereszt a Bükk-hegységben, Északkelet-Magyarországon, Borsod-Abaúj-Zemplén megyében fekszik. A megye területe 7247,23 km². Bükk-szentkereszt ennek mindössze 0,37%-át

teszi ki a maga 26,97 km²-ével. A falu 583 m átlagmagasságban helyezkedik el, tehát Magyarországon egyik legmagasabban fekvő települése. Bükkzentkereszt – a Miskolci-Bükkalja kistáj részeként – Miskolctól 20 km-re nyugati irányba található. A kistáj hévizekkel és bő karsztforrásokban bővelkedik. Bükkzentkereszt természetes növénytakarója mindenhol erdő, tengerszint feletti magasságának betudhatóan a bükkösök és tölgyesek övében fekszik.

A magyar-szlovák határ mente északi oldalán található 5 megyében a természeti adottságok a gyógynövények előfordulására és termesztésére kedvezőek (HERBALAND, 2018). A határ déli oldalán nagy a vadon termő gyógynövények jelentősége; az előállított drogtömeg több mint 50%-a és a gyógynövény fajok 60-70%-a kerül ki innen, a természetes lelőhelyéről (BERNÁTH et al., 2014).

A terület éghajlatát tekintve a magasabban (250 m felett) fekvő helyeken mérsékelt hűvös, mérsékelt száraz. Bükkzentkeresztet a domborzati viszonyok védik hideg szelektől. A település fekvésének köszönhetően a hőmérsékleti viszonyok aránylag mentesek a szélsőségektől (I3). A község szubalpesi klímával rendelkezik. A tiszta, gyógyhatású hegyi levegő rengeteg betegségre van gyógyító hatással (pl. különböző pajzsmirigy megbetegedések, a vérszegénység és a légúti betegségek, idegi kimerültség).

A települést azért tartják különlegesnek, mert a Bükk középhegység közzettanilag specifikus területnek számít, és ásványokban meglehetősen gazdag. A középhegység sugárzó energiákkal bír: a rádium mértéke Bükkzentkeresztben a legmagasabb az ország viszonylatában, másik ilyen sugárzó energia pedig az urán.

Az alkalmazott módszerek ismertetése

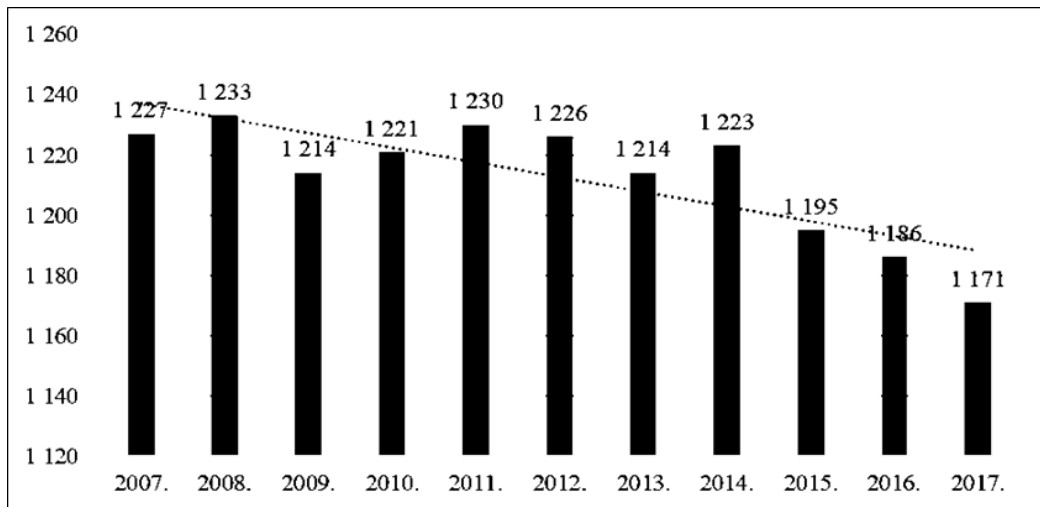
A bükkzentkereszt turisztikai rendszerének vizsgálatához szekunder adatgyűjtést és primer kutatást végeztem. A szekunder adatgyűjtés során hazai és nemzetközi szakirodalmat dolgoztam fel a turizmus témakörén belül. A térség gazdasági- és szociális helyzetét pedig a Központi Statisztikai Hivatal „Éves településstatisztikai adatok 2017-es településszerkezetben” c. adatbázisa és statisztikai alapján elemeztem.

A primer kutatás során esettanulmány, interjú és kérdőív módszereket alkalmaztam. Jelen tanulmány a kérdőíves vizsgálat eredményeit ismerteti. A saját összeállítású online kérdőívben szerepeltek kérdések a falura és a gyógynövényturára vonatkozóan, valamint kitértem a válaszadók gyógynövény-fogyasztási szokásaira is. A megfelelő szűrés és szelektálás után 105 db értékelhető kérdőív adatait dolgoztam fel. A válaszadás anonim és önkéntes volt. A demográfiai adatok alapján a kitöltők között kimagasló többségben (82,9%) voltak jelen a nők. A korcsoportokat tekintve a 36-55 éves korúak által volt leglátogatottabb a gyógynövénytura (57,1%). Az 56-65 évesek körébe tartozók voltak a második legnagyobb arányban (15,2%).

EREDMÉNYEK

Bükkzentkereszt társadalmi-, gazdasági sajátosságai

2019-ben Bükkzentkereszt népsűrűsége 43 fő/km². A kis község – Borsod-Abaúj-Zemplén megye 91,15 fő/km²-es népsűrűségéhez képest – ritkásan benépesültnek tekinthető. A település népességét az 1. ábra szemlélteti. Az adatokból igazolható Bükkzentkereszt népességének lassú, de permanens csökkenése.



1. ábra: **Bükkszentkereszt állandó népességének száma (M.e.: fő)**

Forrás: Saját szerkesztés KSH (2017) alapján

Az állandó népesség csökkenésének egyik magyarázata lehet, hogy a faluban történő elveszületések száma 2010-2017 között minden évben alacsonyabb, mint a halálozásoké, tehát természetes fogyásról van szó. Másik kiváltó ok lehet, hogy a községből való elvándorlások száma az említett évek szinte mindegyikében magasabb, mint az odavándorlásoké. A vándorlási egyenleg negatív értékei Bükkszentkereszt népességvonzó hatásának elmaradását fejezi ki.

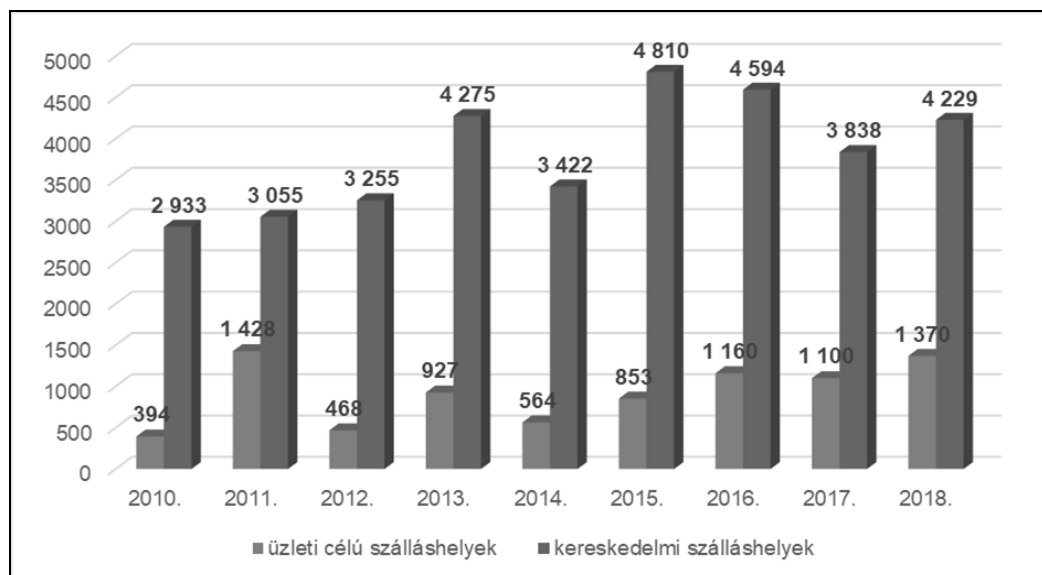
Az első, 2001-es KSH adat 498 lakást említ Bükkszentkeresztben, 2010-ben 510 db, majd 2017-ben 519 db lakás szerepelt az adatbázisban. A stabilan növekvő lakásállomány érdekesnek tűnhet a folyamatosan csökkenő lakosság mellett. Ez talán azzal magyarázható, hogy a legtöbb ingatlan csak nyaralóházként épült meg.

A demográfiai trendek közül Bükkszentkeresztben jelentős a népesség előregedése, ugyanis az öregedési index értéke a 2000-es évek második felétől minden évben lényegesen 100 felett van. Ez a trend magyarországi viszonylatban szintén megjelenik.

Bükkszentkereszt nem bővelkedik munkalehetőségekben. Az önkormányzaton és az általa fenntartott intézmények mellett néhány vállalkozó biztosít csak munkalehetőséget. A 2017-es évben a KSH adatai szerint 41 fő közfoglalkoztatottat tartottak számon. A faluban ipari vagy mezőgazdasági üzem nincs, kivéve a gyógynövényüzemet, a Pharmaherb Kft.-t, amely 63-féle Györgytea márkájú terméket állít elő. A cég a korábbi üzemet kinőtte, az új épületkomplexum a tervek szerint 2020-ra készül el (I2).

A régióban a nagy biológiai értékkel rendelkező gyógynövénytermelést segíti az a munkaerőpiaci helyzet is, hogy magas a szabad munkaerő, tehát munkahelyteremtéssel tovább növelhető a térség gyógynövénytermelése. A jövőben ez ötvözhető lehetne az északi szomszédságban levő szlovák régiók adottságaival és hagyományaival (I1).

Bükkszentkereszt jelenleg 32 szálláshellyel rendelkezik, megközelítőleg 1200 férőhellyel. A szálláshelyek közül 18 magán-, 13 kereskedelmi- és egy egyházi szállásként szolgál. A KSH adatbázisában a szálláshelyekkel kapcsolatban egészen 2018-ig található adatok, melyet a 2. ábra szemléltet.



2. ábra: Bükkzentkereszt szálláshelyek vendégéjszakáinak alakulása (M.e.: db)

Forrás: Saját szerkesztés KSH (2018) alapján

Ezek alapján arra lehet következtetni, hogy a kereskedelmi szálláshelyek a meghatározóak a turizmus szempontjából. Bár a vendéglátó iparnak fontos szerepe van, és az idegenforgalom jelentős szereppel bír a településen, mégis az utóbbi időszakban Bükkzentkereszt szálláshelyeinek vendégforgalma csökkenést mutat.

A kérdőíves vizsgálat eredményei

A turisták megoszlása aszerint, hogy a gyógynövénytúrát megelőzően jártak-e Bükkzentkeresztben, szinte pontosan fele-fele arányban történik: 49,5% már jár előzetesen a faluban, 50,5%-uk még nem. Az 53 főből, aki először érkezett a községbe, 34% úgy nyilatkozott Bükkzentkerestről, hogy a jövőben talán újra meglátogatják majd, a többiek (66%) pedig biztosan állították, hogy vissza fognak térni a településre. Ez bizonyítja a tényt, hogy a turisták jellemzően visszatérő vendégek, mind a településen, mind az ilyen típusú rendezvényeken.

A gyógynövény-turisták zöme (53,3%) 2-3 napot, míg 28,6%-uk 4 vagy annál több napot töltött a településen. Ebből levonható a következtetés, hogy a gyógynövénytúrák miatt ide érkezők szívesen időznek a faluban, és látogatják meg annak attrakciót. A faluban eltöltött idő tekintetében megfigyelhető, hogy az egyének nettó havi kereslete nincs szignifikáns hatással a tartózkodási időre.

A válaszadók közül sokan a Bükkzentkereszt községnevet automatikusan az egészséggel, valamint a természettel és gyógynövényekkel vonják párhuzamba, ugyanis a település nevének hallatán a kérdőívet kitöltők 15,2%-a a Gyógynövénynapokra, 10,5%-uk pedig a gyógynövénytúrákra asszociál. A túlnyomó többségnek Bükkzentkerestről legelőször Szabó Gyuri bácsi (65,7%) jut eszébe, aki különleges gyógynövényes teái által vált híressé, és a Bükkzentkeresztben jelen lévő gyógynövényturizmus megteremtőjeként tartják számon. A településen működő rendszeres gyógynövény témájú programokhoz hasonló rendezvényeket csak nagyon kevesen ismernek. A 105 válaszadóból 61-en voltak azok, akik nem ismertek semmilyen, a bükkzentkereszt-hez hasonló komplex gyógynövényes programokat. Mindezekből következik, hogy a község a gyógynövény-turizmusban kimagasló desztinációnak számít.

A turisták az esetek 49,52%-ában csakis a gyógynövénytúrán vettek részt. A válaszadók másik fele olyan egyéb programokat nevezett meg, melyek ugyancsak egészséggel és a természettel kapcsolatosak (pl. Gyógynövénynapok, Gombanapok, kirándulás, életmódtábor stb.), ami szintén igazolja a Bükk-szentkeresztről alkotott imázst, miszerint az az egészség és a természetes gyógymódok otthona.

Szabó Gyuri bácsi gyógy-készítményeinek népszerűségét mutatja, hogy a válaszadók 93,3%-a ismerte a termékeit, és ebből 92,86% vásárolt is már tőle valamilyen készítményt. A válaszadók 83,8%-a maximum 5.000 Ft összegben költ havonta gyógynövényekre, 12,7% 5.000-10.000 Ft között, 3,8%-uk pedig még ennél is többet hajlandó kiadni a gyógynövényes termékekért. Az adatok alapján megállapítható, hogy a gyógynövényalapú készítmények iránt ugyanúgy érdeklődnek a relatíve alacsony, mint a magas keresetű fogyasztók, vagyis nem a fogyasztók nettó jövedelme határozza meg azt, hogy mennyit hajlandók költeni gyógynövényekre.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Bükk-szentkereszt kulturális programokban, attrakciókban bővelkedik, melyekben leginkább annak történelmére épülő hagyományok jelennek meg. Itt fontos megemlíteni a gyógynövénytúrákat, a Gyógynövényházat, a Gombanapokat, a Boldogasszony követ, valamint a Bükk-szentkereszt-i Üvegművesház és Múzeumot, mint kulturális vonzerőket. Bükk-szentkereszt rendezvényeinek látogatottsága folyamatosan növekszik. Ezzel kapcsolatban az a javaslatom, hogy az egy napos rendezvényeket, ahogy azt a lehetőségek engedik, bővítsék több naposakká. Ez lényegi bevétel-növekedést jelentene a helyi vendéglátóegységeknek és szálláshelyeknek, és egyúttal a kisebb vállalkozóknak, kézműveseknek is. Cserébe az egyes vendéglátó- és szálláshelyek, illetve vállalkozók szponzorálhatnák a kulturális rendezvények létrejöttét. Gyengességként emelném ki a szezonalitást, mivel a téli hónapokban a gyógynövényes programok a hideg időjárás miatt kénytelenesen szünetelnek.

Bükk-szentkereszt szubalpin klímájának köszönhetően turisták tízezrei látogatnak a községre. Az egészségtudatos életmód, a természetes gyógymódok iránti igény nagy hatással van a desztináció kiválasztására. Az egészségtudatossággal szorosan összefügg a szabadidő aktív eltöltése. Az aktív turizmus iránt érdeklődők számára Bükk-szentkereszt ideális desztináció lehet. Esetleges fejlesztéseket javasolnék az aktív turizmushoz köthető tevékenységek, programok szervezésében, különösképpen a téli sportokra irányulva (pl. bobszánk, sípálya, jégkorcsolyapálya). Ezáltal a szezonális csökkenés, és a vendéglátóegységek kapacitása a téli hónapokban is ki lenne használva.

Az eredmények alapján kijelenthető, hogy hazánkban Bükk-szentkereszt gyógynövény-nagyhatalomnak számít. Kérdőíves kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy komolyabb vetélytársa nem akad a régióban, de még országszerte sem. Szabó Gyuri bácsi és a bükk-szentkereszt-i gyógynövények hatalmas hírnévre tettek szert, mely pozitív hatással van a falu látogatottságára, turizmusára és gazdaságára. Bükk-szentkereszt nagymértékben hozzájárul a régió egészség- és gyógyturizmusához. Annak ellenére, hogy a térségben sok fejlesztés történt az idegenforgalom ezen ágában, a turizmus teljes hasznosítása nem tökéletes, és vannak kihasználatlan lehetőségek.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) ÁRPÁSI Z. (2014): Wellness turisztikai szolgáltatások fejlesztésének lehetőségei a dél-alföldi régióban. Doktori értekezés. Szent István Egyetem, Gödöllő. p. 188. (2) BERNÁTH J. – CZIRBUS Z. – NÉMETH É. (2014): Gyógynövények gyűjtése és termesztése. Képzési segédlet. Gyógynövény Szövetség és Terméktanács, p. 107 (3) BÍRÓ G. (2015): A gyógynövények szerepe az egészségmegőrzésben. Miskolci Egyetem, Egészségügyi Kar, 44 p. (4) BORBÉLYNÉ HUNYADI E. – KUTASY E. (2012): Gyógynövények termesztése és feldolgozása. DE AGTC, Debrecen. ISBN: 978-615-5138-32-4 (5) CSAPÓ J. (2016): Az aktív turizmus keresletének vizsgálata a turizmus legújabb trendjeinek tükrében. In: START 2016, 1. évf. 2. sz.,

pp. 13-22. (6) HERBALAND (2018): Gyógynövény-támogatási politikák Szlovákia és Magyarország határ menti régióiban. Európai Regionális Fejlesztési Alap, p. 288, ISBN 978-615-00-4211-4 (7) KAPRONCZAY K. (2016): A magyar gyógyszerészeti szakirodalom múltjából. In: Kapronczay K. – Kapronczay K. (szerk.): A magyar tudománytörténeti intézet tudományos közleményei 95. Fejezetek a magyar gyógyszerészet történetéből. Budapest, p. 239., ISBN 978-615-5365-18-8 (8) LOCHER, C. – VOIGT, C. – PFFORR, C. (2014): The Kneipp philosophy – a 'healthy' approach to destination development'. In: Voigt, C. – Pforr, C. (eds): Wellness Tourism. London, Routledge, pp.188-199 (9) MICHALKÓ G. – JANCSIK A. – TEVELI-HORVÁTH D. – KISS K. – SULYOK J. – SMITH M. – PUCZKÓ L. – SZIVA I. (2015): A "balkánság" turisztikai értelmezése a TripAdvisor utazási portál tartalomlemezése alapján. Marketing és Menedzsment. 49. évf. 2. sz., pp. 61–72. (10) PFFORR, C. – PECHLANER, H. – LOCHER, C. – JOCHMANN, J. (2014): Health regions: building tourism destinations through networked regional core competencies. In: Voigt, C. – Pforr, C. (eds): Wellness Tourism. London, Routledge, pp. 99-111 (11) ZSARNÓCZKY M. (2019): Az egészségturizmus folyamatainak terminológiai változásai. In: Turizmus Bulletin 19. évf. 1. sz., pp. 36-44. (12) I1: Magyar gyógynövény ágazati stratégia 2014. https://uni-eszterhazy.hu/public/uploads/gyogynoveny-strategia-2014_58123569d94f7.pdf (letöltve: 2019.09.01.) (13) I2: Új gyártóegységet épít a Pharmaherb Bükkszentkereszten. <https://boon.hu/helyi-kozelet/uj-gyartoegyseget-epit-a-pharmaherb-bukkszentkereszten-2293486/> (letöltve: 2019.09.10.) (14) I3: Bükkszentkereszt természeti környezete. <http://bukkszentkereszt.hu/temeszeti/> (letöltve: 2019.08.03.)

SZERZŐ

Oláh Regina Szidónia

Emberi erőforrás tanácsadó MA szakos hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
olahreginaszidonia@gmail.com

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

A MUNKAVÁLLALÓI EGÉSZSÉGFEJLESZTÉS VÁLLALATI SZINTŰ MEGJELENÉSE

EMPLOYEE HEALTH DEVELOPMENT IN THE COMPENIES

Pázmán-Iski Alexandra

ÖSSZEFOGLALÁS

A 21. századi rohanó világában az emberek egyik legnagyobb kincse az egészség, ezért legfontosabb feladataink közé tartozik annak védelme és megőrzése. Az emberi egészség fenntartása nem csupán az egyén szintjén fontos, hanem vállalati szinten is. Ezen felismerés hatásaként mind társadalmi, mind pedig gazdasági oldalról egyre több figyelmet fordítanak az egészséges életmódot és táplálkozást segítő kezdeményezésekre. Az egészség megőrzésének és fejlesztésének feladata manapság már túlmutat az egészségügyi szektoron, az egészségfejlesztés színterét már nem csak az egészségügy jelenti, hanem azon helyek, ahol az emberek idejüknek nagy részét töltik. Ebből adódóan a vállalati szektornak napjainkban nagy szerepe van az emberek egészségi állapotának megőrzésében és védelmében, hisz a munkavállalók meghatározó időtartamot töltenek munkahelyeiken. Az egészségfejlesztés és megőrzés vállalati szintű fontosságát támasztja alá azon megállapítás is, miszerint az egészségnek és a gazdaságnak nyilvánvaló, egymásra gyakorolt hatásai vannak. A gazdasági helyzet befolyásolja az emberek egészségügyi állapotát, az emberek egészségi állapota pedig befolyással bír a gazdaságra, valamint annak teljesítőképességére.

Kulcsszavak: egészség, gazdaság, vállalat, munkavállaló

ABSTRACT

In the rushed world of the 21st century, one of the greatest treasures of the people is health, so one of our most important tasks is to protect and preserve it. Maintaining human health is important not only at the individual level, but also at the corporate level. As a result of this recognition, more and more attention is being paid to initiatives that promote healthy lifestyles and nutrition, both socially and economically. The task of maintaining and improving health nowadays goes beyond the health sector, and the scene of health promotion is no longer just health care, but places where people spend most of their time. As a result, the corporate sector today has a major role to play in preserving and protecting people's health, as employees spend a significant amount of time in their workplaces. The importance of health promotion and preservation at the enterprise level is also supported by the finding that health and the economy have obvious interactions. The economic situation affects the health status of people, and the health status of people has an impact on the economy as well as its performance.

Keywords: health, economy, company, employee

BEVEZETÉS

Egy adott ország gazdasági és egészségügyi helyzete között szignifikáns kapcsolat figyelhető meg. A társadalom javuló egészségi állapota közvetve javuló gazdasági mutatókhoz vezethető. A társadalom aktív munkavállalói rétege a mindennapjaik meghatározó részét munkahelyükön töltik. Épp ezért az egészségtudatosság népszerűsítésében nagy szerepet játszhat a vállalati szektor, mely az esetleges lehetőségeit kihasználva lépéseket tehet a munkavállalói réteg egészségügyi állapotának megtartása és javítása érdekében. Az egészség megőrzése hosszú távon mind a munkavállaló, mind a munkáltató számára kifizetődő tevékenység. A munkáltatók egyre inkább felismerik azon ténytet, hogy a szervezeti egység és teljesség megvalósításához a figyelem köz-

pontjába kell helyezni az egyéni egészséget, teljességet is, hiszen az egyének összessége adja a szervezet egészét.

Manapság a vállalatok nagy részét érintő munkaerőhiány kezelésére, megfelelő munkaerő megtartására már nem elegendő módszer csupán a megfelelő javadalmazás biztosítása, mellette olyan lehetőségek biztosítását is érdemes felajánlani a dolgozók részére, melyek segítenek a szellemi és fizikai egészség fenntartásában, megőrzésében (DÉL-DUNÁNTÚLI GAZDASÁG, 2019).

ANYAG ÉS MÓDSZER

Kutatásom során azt vizsgáltam, hogy a 21. században a társadalom munkavállalói oldalát milyen mértékben jellemezi az egészségtudatosság, azon belül is az egészséges táplálkozás iránti érdeklődés. Jelen tanulmány központi témája, hogy jelenleg milyen kidolgozott módszereket alkalmaznak a vállalatok a munkavállalók egészségi állapotának megőrzésének érdekében és hogy milyen lehetőségek adódnak az egészségtudatos táplálkozás vállalati szintű népszerűsítésére, és a foglalkoztatottak egészségi állapotának megőrzésére. A tanulmány másodlagos kutatáson alapszik, a hazai és nemzetközi szakirodalmak feldolgozása egyúttal támpontot adott a kutatáshoz, valamint a továbbgondolásra érdemes területek kereséséhez. Kutatásom során a szekunder módszereket alkalmazva lehetőségem nyílt nagy adathalmazokból, több évre visszanyúló statisztikai adatsorokat feldolgozni. Magyar, valamint idegen nyelvű felmérések, statisztikák feldolgozását egyaránt végeztem.

EREDMÉNYEK

Az egészségnek több formáját is megkülönböztethetjük. Biológiai egészségünk jelenti a szervezetünk megfelelő működését, a testi egészség mellett azonban legalább olyan fontos lelki egészségünk, mely személyes világnézetünk, magatartásbeli alapelveink, illetve az önmagunkkal szembeni békének a jele. Mentális egészségünk jelenti a tiszta és következetes gondolkodásra való képességet. Emocionális egészségünk az érzések felismerésének, azok megfelelő kifejezésének képessége, míg szociális egészségünk a másokkal való kapcsolatok kialakításának megfelelő képességét jelenti. Ezen egészség „dimenziók” együttes megléte szükséges az ember teljes egészségének fenntartásához (KISHEGYI – MAKARA, 2004).

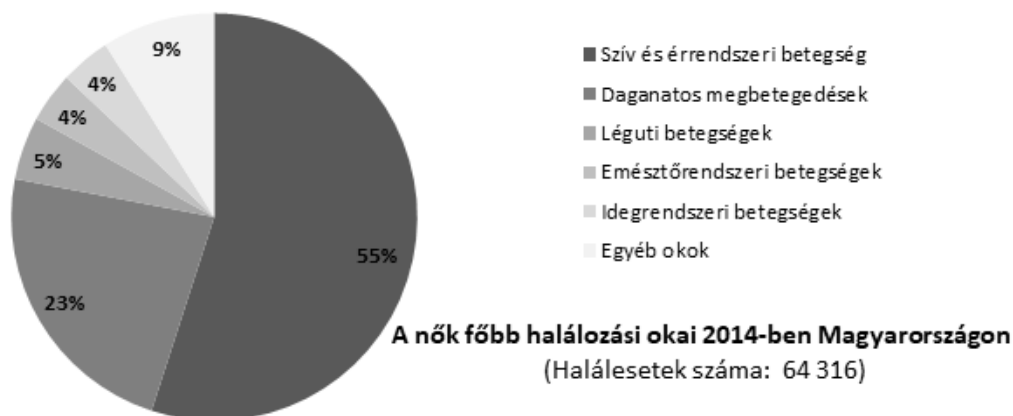
Egészségünk megőrzése nem egy alkalmoszerű cselekvés kell, hogy legyen, hanem az egész életünket végig kísérő egészségtudatos magatartásforma. Az emberek egészségi állapotának javításában és fenntartásában a megfelelő alapot az egészséges életmód kialakítása képi. Az életmód szokásokon alapszik, ezért annak megváltoztatása hosszú időt vesz igénybe. Az egészséges életmód két legfontosabb összetevője a rendszeres testmozgás és a helyes táplálkozás (PAPP-BATA et al., 2018).

Az egészséges táplálkozás fogalmi meghatározása nem egyszerű feladat. Alapelve a változatoság, az egyoldalú táplálkozás elkerülése. A különféle ételeket és italokat megfelelő mennyiségben és arányban, kellő változatossággal szükséges bejuttatnunk szervezetünkbe. Az egészséges életmódot követő étrendnek megfelelő mennyiségben tartalmaznia kell a szervezetünk energia szintjét biztosító szénhidrátokat, zsírokat, fehérjéket továbbá vitaminokat, nyomelemeket és ásványi anyagokat (HIDVÉGI et al., 2015). Továbbá rendkívüli fontossággal bír a megfelelő szintű folyadékbevitel a mindennapjaink során. A víz életünk lételeme, biztosítja sejtjeink homeosztázisát, fogyasztása nélkül csupán néhány napig maradhatnánk életben (BARRY et al., 2010). A szükséges napi folyadékbevitel 25 ml testtömeg kilogrammonként (nyári időszakban ez növekedhet), ami azt jelenti, hogy egy 60 kg-os embernél a napi minimum folyadékbevitel 1,5 litert jelent (MINERAL CENTER, 2020).

A helyes táplálkozás mellett az egészséges életmód másik alappillére a rendszeres testmozgás, mely minden korcsoport esetében igen fontos jelentőségű. A rendszeres testmozgás jóté-

kony hatásai közé tartozik például oxidatív stressz elleni védekezőképesség erősítése, a lelki egészség fenntartásának segítése továbbá különösen hatékony módszere a testsúlycsökkentésnek is (PFAU, 2019).

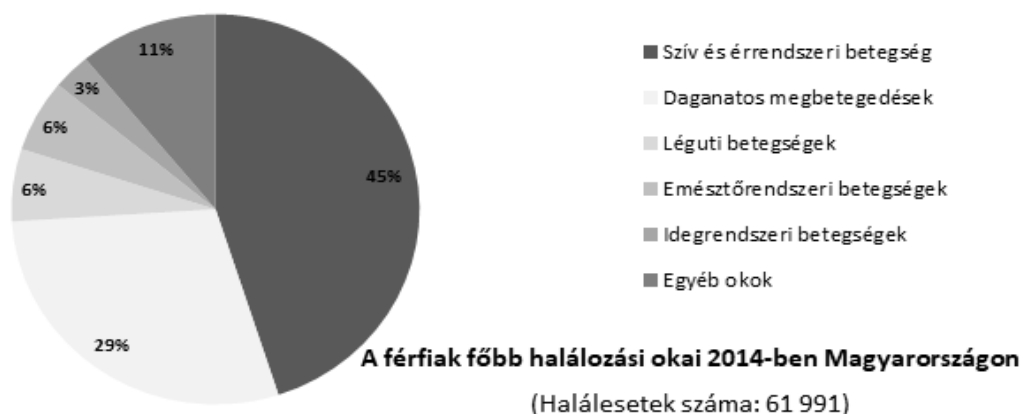
Az OECD 2017-es Magyarország egészségügyi állapotáról írt ország profilja alapján országunkban a fő halálzási okot a szív és érrendszeri betegségek jelentik, mely betegségek fő kiválto oka az egészségtelen életmódban keresendő (OECD, 2017).



1. ábra: A nők főbb halálzási okai 2014-ben Magyarországon

Forrás: OECD: Magyarország Egészségügyi ország profil, 2017

A 2014-es évben ezen betegségek okozták a női halálesetek 55%-át (1. ábra), valamint a férfi halálesetek 45%-át (2. ábra). A szív és érrendszeri betegségeken túl a halálesetek nagy száma a magyar emberek körében a rákos megbetegedéseknek köszönhető, 2014-ben a női halálesetek 23% (1. ábra), illetve a férfi halálesetek 29%-a (2. ábra).



2. ábra: A férfiak főbb halálzási okai 2014-ben Magyarországon

Forrás: OECD: Magyarország Egészségügyi ország profil, 2017

A halálzási okokat vizsgálva megállapítható, hogy Magyarországon a halálesetek nagy része olyan kockázati tényezőkhöz kapcsolódik, melyek életmódbeli változtatásokkal, az egészsé-

gesebb életmód követésével, egészséges táplálkozási szokások követésével csökkenthetőek lennének (OECD, 2017).

Az életmódbeli szokásaink pozitív irányba történő mozdítása az élet azon színterein a leginkább szükséges, ahol az időnk nagyobb részét töltjük életünk során. Az egyik ilyen színtér a munkahely, hiszen az emberek idejük meghatározó részét munkahelyükön töltik és az ott lévő lehetőségeik nagymértékben befolyásolhatják életmódbeli szokásaikat. Egy egészséges dolgozó, szemben egy rosszabb egészségi állapottal rendelkező munkavállalóval nagyobb egyéni teherbírással rendelkezik, így egy adott munkát rövidebb idő alatt, hatékonyabban és jobb minőségben képes elvégezni. Ezen túl az egészségi állapot javulásával nő a várható élettartam, ami hatással bír az aktív munkavállalók számára. A munkavállalók egészségtudatos magatartásra és táplálkozásra történő „nevelése” és ösztönzése vállalati szinten nem egyszerű feladat, azonban a nehézségek ellenére semmiképp sem elhanyagolható.

A munkahelyi egészségvédelem manapság már túlmutat a hagyományos munkavédelmi alapelveken, jelenleg a munkavédelem területén leginkább az egészség védelem és fejlesztés kerül előtérbe (DAJNOKI – HÉDER, 2017). Magyarország alkotmányának 70/D § (1) bekezdése alapján „A Magyar Köztársaság területén élőknek joguk van a lehető legmagasabb szintű testi és lelki egészséghez, a (2) bekezdés ezt a jogot a Magyar Köztársaság a munkavédelem, az egészségügyi intézmények, és az orvosi ellátás megszervezésével, a rendszeres testedzés biztosításával, valamint az épített és a természetes környezet védelmével valósítja meg.” Országunkban a kötelezően alkalmazandó munkavédelem feladatait, az Európai Unióban alkalmazott alapelvek mentén, az 1993. évi XCIII. Törvény a munkavédelemről fogalmazza meg. A munkavédelem alapján a munkaáltatónak kötelezettsége biztosítani az egészséges és biztonságos munkavégzés feltételeit munkavállalója számára. A manapság előtérbe kerülő munkahelyi egészségvédelem nem helyettesíti a klasszikus értelemben vett munkavédelem szabályait, hanem egyfajta módon kiegészíti azt, a figyelem középpontjába állítva az egyén egészségi állapotának javítását, az egészséget fenyegető veszélyek kiküszöbölését (GALGÓCZY et al., 2004). Amennyiben egy vállalat hatékony munkavállalói egészségfejlesztést szeretne elérni az esetben az alábbi táblázatban szereplő 4 lépést kell követnie:

1. táblázat: Az Európai Munkahelyi Biztonsági és Egészségvédelmi Ügynökség által javasolt vállalati egészségfejlesztés megvalósításának 4 alaplépése

1. A <i>felkészülés</i> fázisában tanácsos munkacsoportot létrehozni a vállalati egészségfejlesztés tervezésére, szervezésére és végrehajtására, valamint ajánlatos az aktuális helyzet felmérése.
2. Ezt követően a <i>tervezés</i> fázisában szükséges felmérni az egészségfejlesztéssel kapcsolatos munkavállalói igényeket és elvárásokat, a felmerülő lehetőségek között ajánlatos sorrendet állítani.
3. A <i>megvalósítás</i> szakaszában fontos a vezetőség aktív és látható támogatásának megléte és a munkavállalók minél nagyobb szintű bevonása a feladatokba.
4. Az <i>ellenőrzés és folyamatos végrehajtás</i> szakaszában szükséges elemezni a megvalósított egészségfejlesztési módszerek hatásait, pénzügyi előnyeit. Tájékoztatni szükséges az érintetteket az elért eredményekről és a pozitív és negatív eredményeket egyaránt felhasználva a módszerek tovább fejleszthetőek.

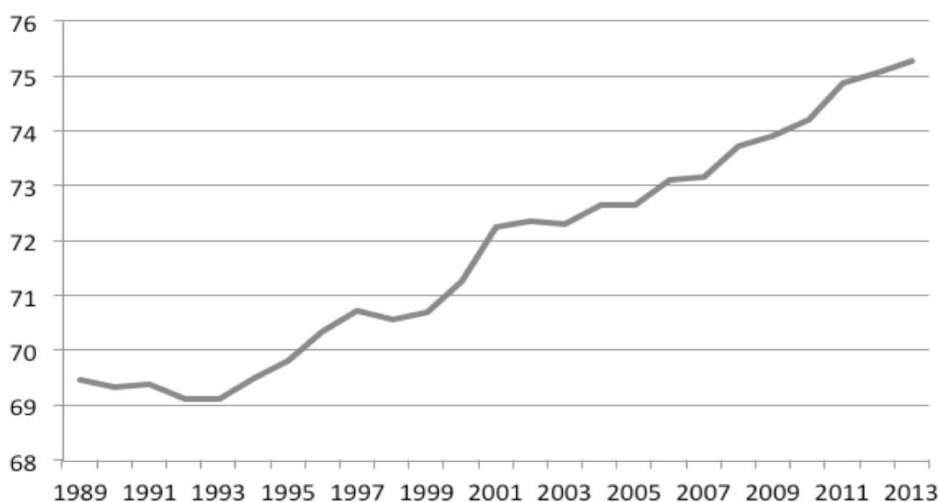
Forrás: Európai Munkahelyi Biztonsági és Egészségvédelmi Ügynökség, 2020

A megfelelő vállalati egészségfejlesztés a mentális és fizikai állapot együttes megőrzésére és javítására törekszik, hiszen ezen állapotok együttesen adják a dolgozók megfelelő egészségi állapotát (Európai Munkahelyi Biztonsági és Egészségvédelmi Ügynökség, 2010).

A mentális egészségfejlesztés érdekében egyre több külföldi és hazai cég alkalmazza a coachingok és tréningek nyújtotta lehetőségeket az egyéneket érő stressz csökkentésére és kezelésére érdekében. A hazai és külföldi vállalatok által alkalmazott fizikai egészség megőrzést segítő

gyakori eszközök között említhető meg a munkavállalók részére rendszeresen biztosított gyümölcs és vitamin csomagok, a munkahelyi masszázs nap bevezetése, vállalati edzőterem vagy edzőtermi bérlet biztosítása vagy a munkahelyi menzán lévő egészséges menü bevezetése, mint opcionális egészségtudatos étkezési lehetőség.

Az embereket egészségüket illetően egyre inkább a növekvő felelősség és tudatosság jellemzi, mely jelenség táplálkozási és életmódbeli szokásaikat egyaránt nagymértékben befolyásolja. Fokozatosan nő az egészségre odafigyelő, fenntartható táplálkozást követő fogyasztói réteg, melynek hatásaként az emberek várható élettartamában is növekedés figyelhető meg. Az emberek várható élettartama az Európai Unióban a 2006-tól 2016-ig tartó időszakban 78 évről 81 évre növekedett (EUROSTAT, 2018). Ezzel párhuzamosan a magyarországi eredmények is hasonlóan pozitív növekedést mutatnak a születéskori várható élettartam tekintetében. A Központi Statisztikai hivatal adatai alapján Magyarországon a születéskor várható élettartam az elmúlt több, mint 3 évtizedben lassú de biztos és folyamatos növekedést mutat (SZEPESI, 2015).



3. ábra Születéskor várható élettartam alakulása Magyarországon 1989 és 2013 között (év)
Forrás: <http://osszkep.hu/2015/07/felegeszseg/>

Az egészségtudatos táplálkozás adja a legerősebb alapját az egészséges élet lehetőségének. A szekunder kutatás eredményei alapján a vállalatok az egészségtudatosság ösztönzése során az egészséges táplálkozás népszerűsítésének egyik népszerű módja a vállalati étkeztetési szolgáltatások esetében a dietetikusok által is javasolt "egészséges menü" választásának lehetősége. Azonban az is elmondható, hogy a vállalatok az egészséges táplálkozás népszerűsítése helyett inkább a sportos életmódra helyezik a hangsúlyt, ezért ezen terület még további fejlesztésekre szorul.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Az egészségtudatosság munkahelyi szintű népszerűsítése fontos feladat mind gazdasági, mind pedig társadalmi szempontból. Az egészséges munkavállaló eredményesebb munkát végez és több munkaórát képes ledolgozni, mint az a munkavállaló, aki egészségügyi problémákkal küzd. A munkáltatóknak fel kell ismerniük azt a tényt, hogy a szervezeti egység és teljesség megvalósításához a figyelem központjába kell helyezni az egyéni egészséget, teljességet is, hiszen az egyének összessége adja a szervezet egészét (BÁCSNÉ et al., 2017; MADARASZ – BÁCSNÉ, 2016). A vállalatoknak számtalan lehetősége adódik az egyén egészségtudatosságának fejlesztésére, segítségére azonban lehetőségeket hazánkban napjainkban kevésbé használnak

ki, nem fektetnek rá elegendő hangsúlyt. A vállalatnak a dolgozók egészséges táplálkozásra történő ösztönzésére az „egészséges menü” nyújtotta opción túl is számtalan lehetősége adódik. Például kitűnő lehetőség lehet számukra a vállalati dietetikus alkalmazása, a munkahelyi étel és ital automaták egészséges verzióra történő cseréje, víz automaták kihelyezése a munkahelyi közös tereken, mely a megfelelő folyadékbevitelben segíthetné a munkavállalókat. Tovább re-mek lehetőséget jelentenek még a béren kívüli juttatásokba beépített egészséges táplálkozást, életmódot ösztönző kezdeményezések vagy a CSA/AMAP rendszer vállalati szektoron keresztül történő megismertetése a munkavállalókkal, mely kezdeményezés a fenntartható táplálkozás ösztönzését is szolgálja. A felsorolt javaslatok alkalmazásával hosszútávon a vállalat gazdasági eredményeinek pozitív irányba történő előremozdulása idézhető elő (RÉTHY – DEZSÉNY, 2013).

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) BÁCSNÉ, BÁBA É. – SZABADOS GY.N. – MADARÁSZ T. (2017): Munkavállalók fizikai állapot-felmérésének tapasztalatai a KKV szektorban, Taylor gazdálkodás és szervezéstudományi folyóirat a virtuális intézet Közép-Európa kutatására közleményei, 2017. évf., 2 sz. p. 28 (2) BARRY M.P. – KRISTEN E.D. – IRWIN H.R. (2010): Water, Hydration and Health, Nutrition Reviews, Volume 68, Issue 8, pp. 439-458 (3) DAJNOKI K. – HÉDER M. (2017): „Új szelek fújnak” – a HR válasza a globalizáció és a változás kihívásaira, Hadtudomány, 2017. évi elektronikus lapszám, pp 84-92. (4) Dél-Dunántúli Gazdaság (2019): Egyéni egészség- Szervezeti teljesség, Dél-Dunántúli Gazdaság, XXI. évf. 3. szám (5) Európai Munkahelyi Biztonsági és Egészségvédelmi Ügynökség (2010): Munkahelyi egészségfejlesztés munkáltatók számára, ISSN 1725-7034 (6) EUROSTAT (2018): <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/> (7) GALGÓCZY G. – FÜZESSY ZS. – TISTYÁN L. – HAZAY B. – PÁLFI I. – KAPÁS ZS. – KERÉK J. – SKRABSKI Á. (2004): A munkahelyi egészségfejlesztés jelene és jövője, Országos Egészségfejlesztési Intézet, Budapest p. 54. (8) HIDVÉGI P. – KOPKÁNÉ PLACHY J. – MÜLLER A. (2015): Az egészséges életmód. (9) KISHEGYI J. – MAKARA P. (2004): Az egészségfejlesztés alapelvei. (10) MADARÁSZ, T. – BÁCSNÉ BÁBA É. (2016): Survey on the Employees' Fitness Condition and the Employers' Health Preservation Possibilities in Case of small and medium-sized Enterprises. SEA: Practical Application of Science IV: 2 (11) pp. 205-212. (11) MINERAL CENTER (2020): Milyen problémákat idézhet elő a nem megfelelő mennyiségű és összetételű folyadékbevitel? <https://www.mineralcenter.hu/milyen-problemakat-idezhet-elo-a-nem-megfelelo-mennyisegu-es-osszetetelu-folyadekbevitel/> (letöltve: 2020.01.15) (12) PFAU S.C. – PETŐ K. – BÁCSNÉ BÁBA É. (2019): A fizikai aktivitás, mint egészségbefektetés, Egészségfejlesztés Folyóirat, 1. évf. 60. szám (13) PAPP-BATA Á. – CSIKI Z. – SZAKÁLY Z. (2018): Az egészségvédő élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói magatartás. A hiteles tájékoztatás szerepe. Orvosi Hetilap, 159 (30). pp. 1221-1225. (14) SZEPESI B. (2015): Félégészség, <http://osszkep.hu/2015/07/felegesseg/> (letöltve: 2020.01.15) (15) OECD (2017): Magyarország Egészségügyi ország profil.

SZERZŐ:

Pázmán-Iski Alexandra

Vállalkozásfejlesztés MSc szakos hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
pazman.alex@gmail.com

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

A TESTTÖMEGINDEX ÉS TESTMOZGÁS VIZSGÁLATA A 3-14 ÉVES KOROSZTÁLY KÖRÉBEN

ANALYSIS OF THE BODY MASS INDEX AND THE EXERCISE AMONGST THE 3-14 YEAR OLDS

Tarnóczi Dominika, Bauerné Gáthy Andrea

ÖSSZEFOGLALÁS

A fejlődő szervezet számára az egészség megőrzése céljából a megfelelő tápanyagbevitel és a rendszeres testmozgás elengedhetetlen feltétel. A szélsőséges testtömeg, mely megjelenési formája lehet a túlsúly és az elhízás is jellemző a fejlett társadalmak tagjaira, sajnálatos módon ezt már egyre inkább tapasztalhatjuk gyermekkorban is. Az elhízás gyakorisága a 6-9 éves korosztályban a WHO adatai alapján Magyarország esetében átlag feletti értéket jelez, s a tendencia is azt mutatja, hogy ez a probléma következő időszakban egyre jelentősebbé válik majd. Jelen tanulmányban kutatásunk négy hipotézisét vizsgáljuk az egészséges táplálkozás és rendszeres testmozgás összefüggéseit elemezve. Kiemelten kezeljük a szülői magatartás hatásának a vizsgálatát, a nassolási szokások elemzését. Kutatásunkban a 3-14 éves korosztályt vizsgáltuk, a debreceni közoktatási óvodák és általános iskolák intézményeiben.

Kulcsszavak: percentilis testtömegindex, testmozgás

ABSTRACT

Proper nutrition intake and regular exercise are essential for the developing body to maintain health. Extreme body weight, which may be a symptom of overweight and obesity in members of developed societies, is, unfortunately, increasingly evident in childhood. The prevalence of obesity in the 6-9 years age group is above average in Hungary, according to WHO data, and the trend shows that this problem will become more important in the next period. In this study, we examine the four hypotheses of our research by analyzing the relationship between healthy eating and regular exercise. Special attention is paid to the examination of the effect of parental behavior and the analysis of snacking habits. In our research we examined the age group of 3-14 years in the institutions of kindergartens and primary schools of Debrecen.

Keywords: percentiles, body mass index, exercise

BEVEZETÉS

A gyermekkorban megfigyelhető elhízás és túlsúly gyakorisága 1975 óta folyamatosan növekszik Európában. A folyamat elemzésére a WHO létrehozott egy elhízást monitorozó rendszert, mely által az összegyűjtött és kiértékelt adatok segítségével a gyermekek elhízásból adódó problémái időben észrevehetővé válnak. Így az adatok nemzetközileg is összehasonlíthatók, mely segítségével megfelelő terveket, rendszereket tudnak kialakítani a probléma kezelésére. A magyar gyermekekre vonatkozó értékek az európai átlag felett helyezkednek el (KOVÁCS et al., 2018). A rendszeres és megfelelő testmozgással és a megfelelő étkezéssel az elhízás megfékezhető lehetne. A kutatásban a következő négy hipotézist vizsgáljuk:

- (H1) hipotézis H0: A gyermekek több mint fele valamilyen szélsőséges, rosszul táplált BMI kategóriába tartozik (elhízott vagy sovány).
- (H2) hipotézis H0: Gyermekek sportolási szokásai és az intézmény típusa között nincs összefüggés.
- (H3) hipotézis H0: A szülők és a gyermekek sportolási szokása és gyakorisága között nincs összefüggés.

- (H4) hipotézis H0: Nassolás és a vizsgált korosztályon belüli intézmény típus között nincs összefüggés.

A percentilis testtömegindex

A testtömegindex, másnéven BMI (body mass index) segítségével mérhetjük a felnőttek esetében, hogy egy egyén milyen BMI kategóriába sorolható. Ez a mutató az egyén testsúlyát és a magasságát veti össze, amely segítségével kapott értéket a BMI táblázatba behelyettesítve megkaphatjuk, hogy testsúlyunk milyen kategóriába esik. Képlete a következő:

$$\text{BMI} = \text{testtömeg [kg]} / \text{testmagasság}^2 [\text{m}^2]$$

A gyermekek esetében az előbbieken bemutatott BMI index értékét egy percentilis görbére vetítjük rá (WHO, 2007).

A percentilis esetében nemenként egy-egy görbe található melyre a gyermekek testmagasságát, életkorát és testtömegét rávetítve megkapjuk, hogy az azonos nemű és korú gyermekek hány százalékának kisebb a percentilis értéke a vizsgált gyermek értékénél. Ehhez egy percentilis táblázatot használunk, melyben a kapott százalékos értéket behelyettesítve kapjuk meg az adott gyermek testsúlyosztályozási állapotát. Így a szülők követhetik gyermekük fejlődését viszonyítva azt az azonos korú és nemű gyermekekhez viszonyítva.

1. táblázat: **Percentilis értékelés értelmezése**

Percentilis	Testsúlyosztályozás
< 3%	súlyhiányos
3% – 10%	sovány
10% – 75%	egészséges
75% – 90%	súlyfölsleg
90% – 97%	túlsúlyos
> 97%	kóros elhízás

Forrás: I1 (2015)

Ideális testsúly

A gyermekek ideális testsúlyára a megfelelő étkezés és a rendszeres testmozgás is hatással van. A WHO ajánlásai szerint: az 5-17 éves korosztálynak napi 1 óra mozgásra van szükségük (BOROS, 2017). Egy a TÉT Platform Egyesület 2017-es Magyarországon végzett kutatásának eredménye, hogy a 11-18 éves gyerekek 80%-a hetente egyszer, kétharmada hetente többször sportol, iskolán kívül is. Három fő az ötből heti rendszerességgel sportol, versenyszerűen pedig minden negyedik. A 11–18 éves magyar korosztály 3%-a tartja egészségtelennek az életmódját, viszont 70%-a tartja egészségesnek azt (BOROS, 2017). „Mindeközben a felnőtt lakosság negyötöde nem teljesíti az egészség megőrzését szolgáló testmozgást, például a napi 10.000 lépést” (SZŰCS – KUBÁNYI, 2017). Mivel a gyermekek a szüleik által nyújtott mintákat követik ez sajnos áttételesen a vizsgált korosztályt is érinti és jellemezheti. A testtömeget energiaegyensúllyal jól tudjuk kontrollálni, azaz meghatározó az elfogyasztott folyadék és élelmiszer mennyisége és minősége. (SZŰCS – KUBÁNYI, 2017). Felmérések alapján az egészség a magyar lakosság legfontosabb értéke. Az emberek nagy része tájékozottnak gondolja magát egészséges életmódot tekintve. Ezt azonban sem egészségi állapot, sem a várható élettartam nem tükrözi, mivel a lakosság 10%-a cukorbeteg és kétharmada túlsúlyos (KOHLNÉ-PAPP, 2017).

A tanulmányok alapján ezen betegségek már gyermekkorban megalapozódnak a helytelen táplálkozással és a mozgásszegény életmóddal. Mind a sovány, mind a túlsúlyos emberek rosszul táplált kategóriába tartoznak. A rosszul tápláltság a világ népességének 34%-át érinti

(MANNING, 2017). A 6,7 milliárd fő népességből 2008-as adatok szerint 1,4 milliárd ember túlsúlyos és 0,9 milliárd ember alultápláltnak becsültek (FAO, 2013). 2016-ban az 5 éves kor alatti gyermekek száma a WHO kutatása alapján körülbelül 41 millió fő, mely gyermekek több mint fele Ázsiában és egynegyede Afrikában él. Ezek a gyerekek nagyobb valószínűséggel küzdenek felnőtt korukban túlsúllyal és nagyobb valószínűséggel diagnosztizálnak náluk cukorbetegséget, illetve szív- és érrendszeri betegségeket (WHO, 2016).

Az elmúlt 30 évben a 2 és 4 év közötti gyermekek körében az elhízás gyakorisága több, mint duplájára nőtt (WASHINGTON et al., 2009). Azok a szülők, akik tudatában vannak azzal, hogy a gyermekük túlsúlyos, nagyobb valószínűséggel hajtanak végre változást a gyermekük súlycsökkentése érdekében, mint azok a szülők, akik nem észlelik gyermekük túlsúlyát (LEARY et al., 2013). Azoknak a szülőknek a gyermekei, akik több időt töltenek együtt a gyermekükkel, hatásosabban érik el a számukra normális testsúlykategóriát (ORBAN et al, 2014).

ANYAG ÉS MÓDSZER

Primer kutatáson belül kvantitatív módszerrel, mégpedig kérdőíves megkérdezéssel mértük fel a fogyasztói preferenciákat a vizsgált korosztály étkezési szokásaira vonatkozóan, különösen a közétkeztetés keretein belül és a testmozgásra vonatkozóan. A kérdőív kitöltése online formában, anonimán történt.

A kérdőív által nyert adatokat SPSS statisztikai program és MS Office Excel segítségével dolgoztuk fel. A kérdőív 46 kérdésből állt, mely 4 témakört ölelt fel, ezek a témakörök a következők: gyermek étkezésére vonatkozó kérdések, gyermek folyadékfogyasztására vonatkozó kérdések, gyermekre vonatkozó demográfiai adatok és a szülőre vonatkozó kérdések. Jelen tanulmányban a testmozgásra és az étkezésre vonatkozó kérdésekre adott válaszok kerülnek feldolgozásra. A kérdőív kérdései válaszlehetőség szerint: nyitott, azaz rövid és hosszú válaszlehetőségű, ezek mellett zárt és skála típusú kérdések voltak.

Összesen 154 kitöltés érkezett, ebből 2 kitöltés törlésre került, mivel azok régióban nem feleltek meg a kutatás területi kritériumának. A kérdőívezés lefolytatása érdekében engedélyeket kellett beszereznünk az intézményfenntartóktól, majd az intézményvezetőktől. Az óvodák megkereséséhez szükség volt a Debreceni Polgármesteri Hivatal engedélyére. Általános iskolák vonatkozásában az intézmények megkereséséhez szükséges volt a Debreceni Tankerületi Központ engedélye. Az iskolatitkárok és osztályfőnökök segítségével eljutott az információ a szülőkhöz a kérdőíves felmérésről, s ezáltal számukra is elérhetővé vált az online kérdőív.

Az intézmények elérhetőségeit az oktatás.hu Oktatási Hivatal weboldalán található „intézmény adatai” segítségével gyűjtöttük össze.

A vizsgált régió Debrecen. A vizsgált korosztály a 3-14 éves korú gyermekek, akik állami fenntartású óvodába és általános iskolába járnak. Gyermekek esetén a kérdőíveket a szülők töltötték ki, gyermekeik véleménye alapján, így biztosítva a szülői hozzájárulást is az adatok anonim módon történő felhasználására.

A felmérés adatai az alapsokaságra vonatkozóan az alábbiak, melyek minden esetben önkormányzati intézmények, 2018/2019 tanévre vonatkozóan:

Debreceni óvodákba összesen 6938 fő jár, ebből leány: 3299, fiú: 3639 fő.

Debreceni általános iskolákba összesen 15180 fő jár, ebből leány: 7296, fiú: 7884 fő.

A kutatás alapadatainak megoszlása

A felmért minta nemek arányában és óvodába-iskolába járó gyermekek arányában meggyezik a valódi sokasággal, azaz a két szempont szerint reprezentatív, de a minta szám nem éri el a reprezentativitáshoz szükséges minimális darabszámot. A kutatásban felmért minta alapján a háttérváltozókat százalékos megoszlás szerint láthatjuk a 2. táblázatban.

2. táblázat: A minta megoszlása háttérváltozók szerint (N=152) (%)

Megnevezés		A minta megoszlása	
		N	%
Összesen		152	100,0
Neme	Leány	77	50,7
	Fiú	75	49,3
Intézménytípus	Óvoda	46	30,3
	Általános iskola	106	69,7
Kora	3-5	36	23,7
	6-8	38	25,0
	9-11	44	28,9
	12-14	34	22,4
Család szubjektív anyagi helyzete	Nagyon jól megélnék, félre tudnak tenni.	40	26,3
	Megélnék belőle, de keveset tudnak félretenni.	45	29,6
	Megélnék belőle, de nem tudnak jelentős összeget félretenni.	49	32,2
	Nehezen élnek meg belőle.	9	5,9
	Megélhetési gondjaik vannak.	3	2,0
	Nem tudja/Nem válaszol	6	3,9
Település típusa	Megyeszékhely	123	80,9
	Kisváros	18	11,8
	Község/ falu	9	5,9
	Tanya, külterület	2	1,4
Mozgás gyakorisága	Aktív	49	32,2
	Mérsékeltén aktív	87	57,2
	Ülő	16	10,5

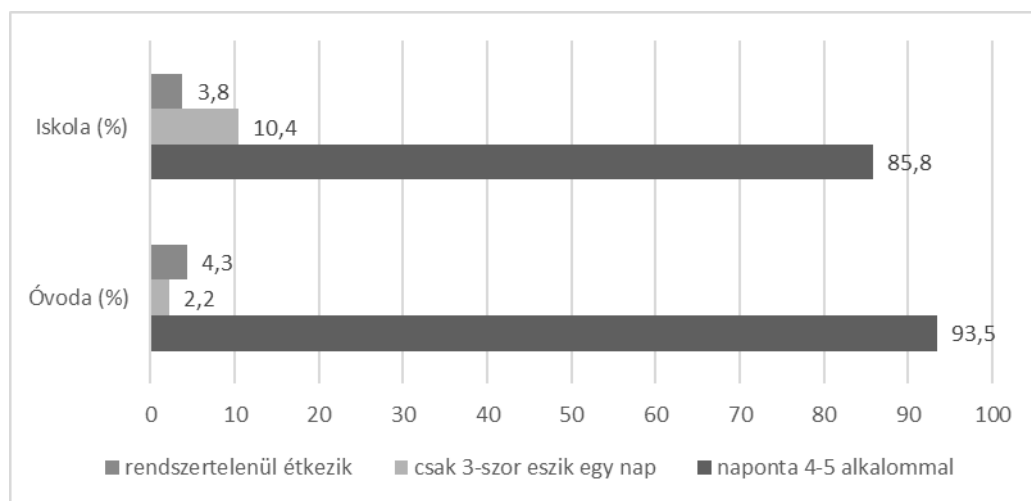
Forrás: Saját számítás a kérdőívek eredményei alapján, 2019

Települést tekintve a vizsgált gyermekek 80,9%-a (123 fő) debreceni, 11,8% (18 fő) Debrecen közelében található város lakója, további 7,3% (11 fő) kisebb településen lakik és ingázik a debreceni intézményekbe. Anyagi helyzetet tekintve a legnagyobb arány 32,2% (49 fő), aki véleménye szerint megélnék a jövedelmükből, de nem tudnak jelentős összeget félretenni, míg további 29,6% (45 fő) megélnék belőle, de keveset tudnak félretenni, 26,3% (40 fő) családja nagyon jól megél a havi jövedelmükből. 7,9% (12 fő) családja él meg nehezen a havi jövedelmükből. A mozgás gyakoriságát tekintve a három kategóriába soroltuk a gyermekeket, aktív kategória (32,2%), akik versenyszerűen vagy egyesület szinten sportolnak, mérsékeltén aktív kategória (57,2%), akik hobbiból vagy minden nap játszás közben mozognak és ülő kategória (10,5%), akik csak testnevelés óra keretein belül mozognak.

EREDMÉNYEK

Az étkezések gyakorisága és fontossága az intézményekben

Intézmény típus szerint az étkezések gyakoriságának megoszlását az 1. ábrán szemléltettük. Az óvodások 93,5%-a (43 fő) az ajánlásoknak megfelelően, napi 4-5 alkalommal étkezik, ez a nagy arány köszönhető valószínűleg annak, hogy az óvodában egész napos felügyelet mellett vannak, étkezéskor kötelező legalább megkóstolniuk az ételt minden esetben. Általános iskolás korban a megoszlás aránya változik, a napi 4-5 étkezés az óvodásokhoz képest 7,7%-kal csökken. Az egészséges étkezési szokások kialakítása fontos szerepet játszik a gyermekek ideális testsúlyának megtartásában, a gyakori és azonos időben történő étkezés mellett fontos, hogy elegendő időt hagyjunk az étkezésre (I2, 2017).



1. ábra: Étkezés gyakorisága intézmények szerint (%) (N=152) (6. kérdés)

Forrás: Saját számítás a kérdőívek eredményei alapján

A 3. táblázatban szemléltetjük azt, hogy a gyermekek szerint a napi étkezések esetében melyiket milyen fontosnak tartják. Megfigyelhető, hogy a három főétkezést, a reggelit, ebédet és vacsorát tartják kiemelten fontosnak, ezekben az esetekben 4 feletti átlagértéket kaptunk.

3. táblázat: A napi étkezések fontossága a gyermekek szerint (1-5 skálán) (n=152)

Étkezés	Fontosság átlaga	Szórás
Reggeli	4,07	1,413
Tízórai	3,32	1,295
Ebéd	4,39	1,303
Uzsonna	3,57	1,264
Vacsora	4,36	1,198

Forrás: Saját számítás a kérdőívek eredményei alapján

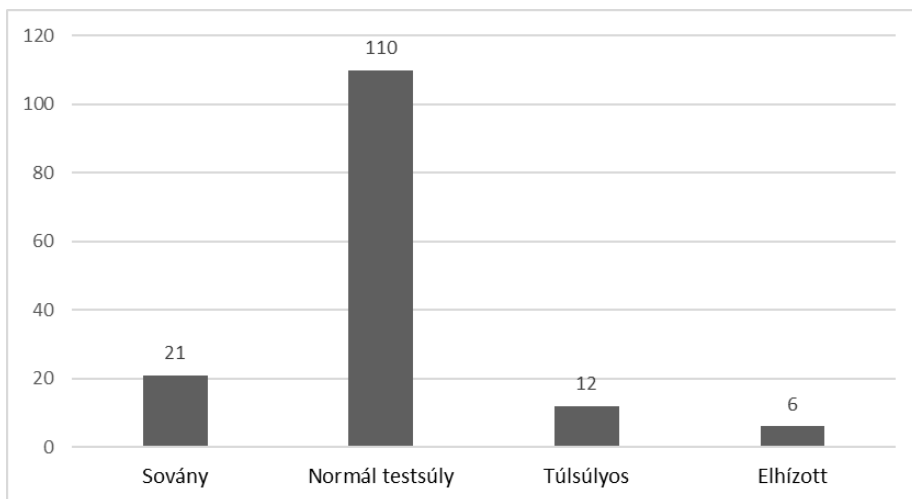
A testsúlyosztályozás vizsgálata

Felállítottunk egy (H1) hipotézist, miszerint H0: A gyermekek több mint fele valamilyen szélsőséges, rosszul táplált BMI kategóriába tartozik (elhízott vagy sovány).

Mivel a szakirodalmi áttekintésben említett gyermekek BMI indexét nem lehet szám érték intervallum alapján kategorizálni, hanem több tényezőtől függően, ilyen a nem, kor, magasság, testsúly, percentilis görbére kell vetíteni, így az ehhez szükséges besorolást az alábbi weboldal segítségével kalkuláltuk, minden gyermek esetében:

<https://www.cdc.gov/healthyweight/bmi/calculator.html> (I3, 2019).

A 152 fő vizsgált mintából 3 fő (2%) nem válaszolt, így a BMI-percentilis testtömegindex további számításai N=149 fővel végeztük. Az így kapott eredmények a 2. ábrán láthatóak.



2. ábra: **Testsúlyosztályozás eloszlása a vizsgált mintában (fő) (N=149)**
(27., 28., 29. kérdések)

Forrás: Saját számítás a kérdőívek eredményei alapján

A mintában a vizsgált gyermekek körülbelül háromnegyede, 73,8%-uk (110 fő) normál testsúlykategóriába tartozik, 14,1%-a (21 fő) tartozik sovány kategóriába, 8,1% (12 fő) túlsúlyos, 4% (6 fő) elhízott kategóriába.

Az első (H1) hipotézisünket a következők szerint vizsgáltuk, H0: A gyermekek több mint fele valamilyen szélsőséges, rosszul táplált BMI kategóriába tartozik (elhízott vagy sovány). A gyermekek testsúlyosztályozásuk szerint kódoltuk, 1 – sovány, 2 – normál testsúlyú, 3 – elhízott vagy túlsúlyos. A minta vizsgálata során a kapott átlag 2,02, a medián 2, azaz normál testsúly kategória. Így a felállított hipotézist elutasítjuk. Azonban azt kiemeljük, hogy a gyermekek jelentős része, az egynegyede 26,2%-a szélsőséges testsúlykategóriába tartozik, vagyis sovány, túlsúlyos vagy elhízott. A gyermekek neme és testsúlyosztályozása között nincs összefüggés.

4. táblázat: **Testsúlyosztályozás eloszlása intézmények szerint (N=149)**

Testsúly kategória	Óvoda (fő)	Iskola (fő)	Óvoda (%)	Iskola (%)
Sovány	9	12	20,5	11,4
Normál testsúly	29	81	65,9	77,1
Túlsúlyos	4	8	9,1	7,6
Elhízott	2	4	4,5	3,8

Forrás: Saját számítás a kérdőívek eredményei alapján

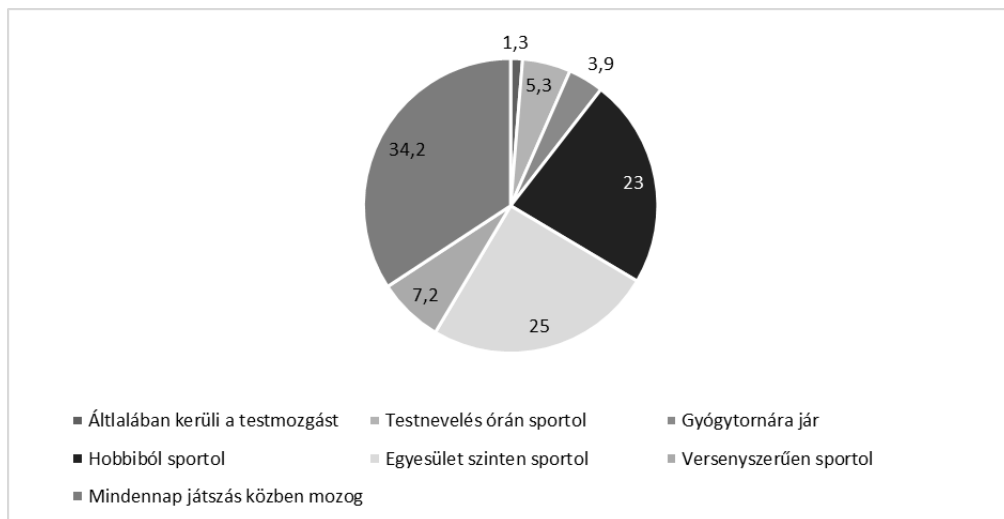
A 4. táblázatban összefoglalt eredmények alapján, az óvodás korú gyermekek között nagyobb arányban található szélsőséges testsúlykategóriába, azaz sovány, elhízott vagy túlsúlyos

gyermek, a vizsgált óvodások 20,5%-a sovány, míg az iskolásoknál ez az arány 11,4%. Normál testsúly feletti testsúlyosztályozásba az óvodás gyermekek 13,6%-a, az iskolás gyermekeknek a 11,4%-a tartozik.

Gyermekek fizikai aktivitása

A gyermekek testsúlyát és fizikai állapotát nagymértékben befolyásolja a sportolási aktivitásuk, a testmozgási szokásaik. De vajon adódik-e különbség abból, hogy az iskolákban napi rendszerességű testnevelés foglalkozások kerültek bevezetésre.

Felállítottunk egy nullhipotézist, H₀: Gyermekek sportolás szintje és az intézmény típusa között nincs összefüggés. Mely vizsgálatát az alábbiakban mutatjuk be.



3. ábra: **Gyermekek fizikai aktivitásának formája (N=152) (4. kérdés)**

Forrás: Saját számítás a kérdőívek eredményei alapján

A 3. ábrán szemléltettük a gyermekek fizikai aktivitását. A gyermekek legnagyobb része, körülbelül fele, 52 fő, ami a minta 34,2%-a mindennap játszás közben mozog. A második legnagyobb arány 38 fő, a minta 25%-a, aki egyesület szinten sportol, 11 fő, azaz 7,2% versenyszerűen sportol. Továbbá 23%, azaz 35 fő hobbiból sportol. Csak 2 fő, 1,3% kerüli a testmozgást.

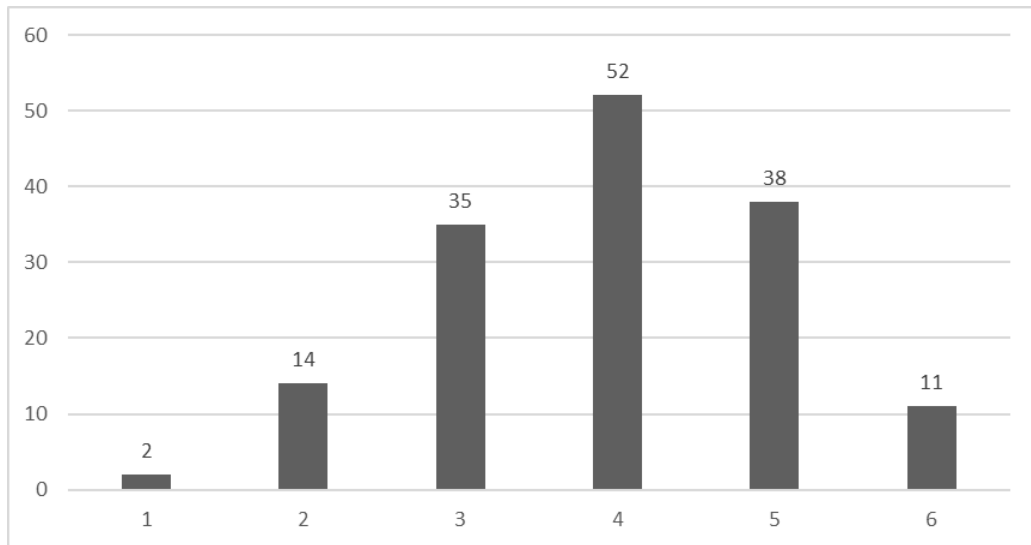
Ezeket az értékeket az 5. táblázatban foglaljuk össze.

5. táblázat: **Gyermekek fizikai aktivitása**

Gyakoriság	Megnevezés	Válaszó (fő)	Válaszó (%)
1	Általában kerüli a testmozgást	2	1,3
2	Testnevelés foglalkozás keretein belül mozog. Gyógytornára jár.	14	9,2
3	Hobbiból sportol	35	23,0
4	Mindennapi játszás közben mozog (futkározás, biciklizés stb.)	52	34,2
5	Egyesület szinten sportol	38	25,0
6	Versenyszerűen sportol	11	7,2

Forrás: Saját számítás a kérdőívek eredményei alapján

A 4. ábrán szemléltettük a sportolás gyakoriságának eloszlását az 5. táblázat gyakoriság megnevezései szerint, amely egy balra ferde, jobbra csúcsos eloszlást mutat.



4. ábra: **Sportolás gyakorisága (N=152) (4. kérdés)**

Forrás: Saját számítás a kérdőívek eredményei alapján

A korábban megfogalmazott (H2) hipotézisünk szerint: A gyermekek sportolás szokásai és az intézmény típusa között nincs összefüggés.

A vizsgálatot khi négyzet, keresztábla elemzéssel végeztük, két kategorikus változó között. Az első kategorikus változó a gyermek fizikai aktivitása: 1 – verseny szerű, 2 – hobbi, 3 – egyéb. A második kategorikus változó az intézmény típusa: 1 – óvoda, 2 – iskola.

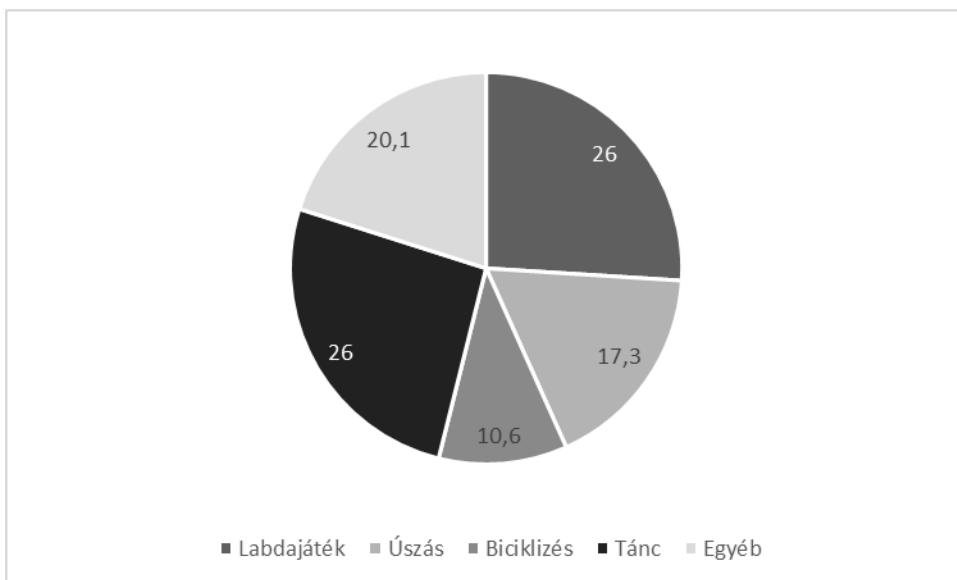
A vizsgálat során kapott szignifikancia szint $P=0,000$, a P érték kisebb, mint $0,05$, így a két változó között szignifikáns összefüggés van, az eloszlások nem egyeznek meg. Így a nullhipotézisünket elutasítjuk. A munkahipotézisünket, miszerint „H1: Gyermekek sportolási szokásai és az intézmény típusa között összefüggés van.”, elfogadjuk. Az iskolás gyermekek többet sportolnak, mint az óvodás gyermekek.

A szülői minta hatása a gyermekek sportolási szokására

A gyermekek mindennapi viselkedésére nagy hatással van a szülők szokásai, mintája, különösen igaz ez a testmozgás tekintetében.

Hipotézisünk (H3) szerint a szülők és a gyermekek sportolási szokásai között nincs összefüggés. A hipotézist a khi négyzet próbával, keresztábla elemzéssel vizsgáltuk. Kategorikus változóként a következőket állítottuk be a gyermek fizikai aktivitása tekintetében: 1 – aktív, akik versenyszerűen vagy egyesület szinten sportolnak, 2 – mérsékelten aktív, akik mindennap játszás közben, vagy hobbiból sportolnak, 3 – ülő, akik kizárólag testnevelés keretein belül mozognak vagy kerülnek a testmozgást. Míg a szülők esetében kategorikus változóként jelenítettük meg a szülő sporttevékenységének gyakoriságát: 1 – rendszeresen sportol, 2 – alkalmanként sportol, 3 – nem sportol. Szignifikancia szint $P=0,005$, a kapott P érték kisebb, mint $0,05$, így a két változó között szignifikáns összefüggés van, eloszlások nem egyeznek meg. Nullhipotézist így elutasítjuk, vagyis a munkahipotézist elfogadjuk, miszerint: H1: A szülők és a gyermekek sportolási szokása és gyakorisága között összefüggés van. A rendszeresen sportoló szülők gyermekei is gyakrabban mozognak, sportolnak.

Következtethetünk arra, hogy a sportos életmód és az egészséges életmód között összefüggés van. Így az egészséges életmódú szülők gyermeke is egészségesebb.



5. ábra: **Gyermekek sportolásának formája (%) (N=104) 5. kérdés.**

Forrás: Saját számítás a kérdőívek eredményei alapján.

A rendszeresen sportoló 104 gyermeket vizsgálva a sportágakat tekintve két népszerű tevékenység jelenik meg, magas arányban 26-26%, azaz 27-27 fő valamilyen táncos mozgásformát követ vagy labdajátékot folytat. Továbbá 18 fő úszik, ez 17,3%-a a mintának, 10,6% pedig rendszeresen biciklizik. Mint látható, a gyermekek fizikai aktivitási aránya kiemelkedően jó.

A gyermekek nassolási szokásai

A gyermekek által fogyasztott nem egészséges étel és ital minősége hozzájárul a gyermekek elhízásához. A megfogalmazott (H4.) hipotézisünk, H₀: Nassolási szokások és az intézménytípus között nincs összefüggés, melynek vizsgálatát az alábbiakban mutatjuk be.

Napi rendszerességgel a gyermekek 42,1%-a (64 fő), heti rendszerességgel a gyermekek 46,7%-a (74 fő) nassol, ami kiemelkedően magas arány. 12 fő, 7,9% havonta 1-2 alkalommal, a maradék 5 fő egyáltalán nem, vagy évente 1-2 alkalommal nassol. A nassolás gyakorisága a vizsgált mintában kiemelkedően magas. A nassolás formájára nem tért ki a kérdőív.

6. táblázat: **Nassolás gyakorisága (N=152)**

Gyakorisági kategória	Válaszadó (fő)	Válaszadó (%)
egyáltalán nem	4	2,6
évente 1-2 alkalommal	1	0,7
havonta 1-2 alkalommal	12	7,9
hetente 1-2 alkalommal	71	46,7
naponta	64	42,1

Forrás: Saját számítás a kérdőívek eredményei alapján

A bevezetésben megfogalmazott hipotézisünk (H4) szerint az intézmény típusa és a nassolás gyakorisága között nincs összefüggés. A hipotézist a khi négyzet próbával, kereszttábla elemzéssel vizsgáltuk, két kategorikus változót tekintve.

Az elsőkategorikus változó a nassolásának gyakoriságát tekintve: 1 – egyáltalán nem, 2 – évente 1-2 alkalom, 3 – havonta 1-2 alkalom, 4 – hetente 1-2 alkalom, 5 – naponta. A második kategorikus változó az intézmények típusa, melybe a gyermek jár: 1 – óvoda, 2 – iskola.

Az eredményként kapott szignifikanciaszint értéke: $P=0,665$ azaz a szignifikanciaszint értéke nagyobb, mint 0,05, nincs szignifikáns összefüggés, így elfogadjuk a nullhipotézist. Azaz nincs összefüggés intézmény típusa és a nassolási szokások között, vagyis attól független, hogy óvodába vagy iskolába jár a gyermek, de általában jellemző a nassolás, ahogy az a 6. táblázatban is látható napi vagy heti rendszereséggel.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A vizsgált hipotéziseink eredményei az adatok kiértékelése alapján az alábbi:

(H1) hipotézist, miszerint H_0 : A gyermekek több mint fele valamilyen szélsőséges, rosszul táplált BMI kategóriába tartozik (elhízott vagy sovány). Elutasítjuk mivel a gyermekek 73,8%-a (110 fő) normál testsúlykategóriába tartozik.

(H2) hipotézist H_0 : Gyermekek sportolás szokásai, annak gyakorisága és az intézmény típusa között nincs összefüggés, elutasítjuk. A munkahipotézis, miszerint „ H_1 : Gyermekek sportolás szintje és az intézmény típusa között összefüggés van.”, elfogásra került. Az iskolás gyermekek a gyakoriságot tekintve többet sportolnak, mint az óvodás gyermekek.

(H3) hipotézist H_0 : A szülők és a gyermekek sportolási szokása és gyakorisága között nincs összefüggés, elutasítjuk. Így a munkahipotézist elfogadjuk, miszerint H_1 : A szülők és a gyermekek sportolási szokása és gyakorisága között összefüggés van. A rendszeresen sportoló szülők gyermekei is magasabb szinten sportolnak, így következtethetünk rá, hogy a szülő életvitelének hatással van a gyermekük életvitelére.

(H4) hipotézist H_0 : Nassolás és intézmény között nincs összefüggés, elfogadjuk. Nincs összefüggés intézmény és nassolás között, vagyis attól független, hogy óvodába vagy iskolába jár a gyermek, de általában jellemző a nassolás.

Ugyan a gyermekek nagy része (73,8%-a) normál testsúly kategóriába tartozik, azt azonban kiemeljük, hogy a gyermekeknek még így is jelentős része, az egynegyede 26,2%-a szélsőséges testsúlykategóriába tartozik, vagyis sovány, túlsúlyos vagy elhízott. Amely elkerülésére a szülő életmódja is hatással lehet, mivel 3. hipotézisünkkel alátámaszthatjuk, hogy a rendszeresen sportoló szülők gyermekei is magasabb szinten sportolnak. Következtethetünk arra, hogy a sportos életmód és az egészséges életmód között összefüggés van. Így következtethetünk rá, hogy az egészséges életmódú szülők gyermeke is egészségesebb. A gyermekek 46,7%-a hetente, míg 42,1%-a napi szinten nassol, mely kimagaslóan magas arány tekintetében egészségtudatosságra intenek a szülőket és az intézményekben található büféket. Mindezeknek fontosságát célszerű lenne megismertetni a gyermekekkel, és a szülőkkel is egyaránt. A felmérés alátámasztja azt is, hogy a szülők részéről lenne igény az egészséges táplálkozása, folyadékfogyasztásra vonatkozó információra, akár előadások, akár ismeretterjesztő anyagot formájában.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) BOROS SZ. (2017): Testmozgás, (nem versenyszerű) sport. A magyar lakosság életmódja: táplálkozás, testmozgás és lélek. Fehér könyv, a TÉT Platform Egyesület kutatásainak adatai alapján. Felelős kiadó: Dr. Fazekas Ildikó, 93 p. ISBN 978-963-12-9996-0. (2) FAO (2013): Hunger and food security. /www.fao.org/hunger/en/ (letölve: 2019.04.23.) (3) KOHLNÉ-PAPP I. (2017): Az egészséges étrend fogyasztói szempontjai. A magyar lakosság életmódja: táplálkozás, testmozgás és lélek. Fehér könyv, a TÉT Platform Egyesület kutatásainak adatai alapján. Felelős kiadó: Dr. Fazekas Ildikó, 77 p. ISBN 978-963-12-9996-0. (4) KOVÁCS V. – ERDEI G. – SARKADI-NAGY E. (2018): A magyar gyermekek és fiatalok

életmódja: táplálkozás, testmozgás és lélek. Fehér könyv, a TÉT Platform Egyesület kutatásainak adatai alapján. Felelős kiadó: Dr. Fazekas Ildikó, 46p. ISBN 978-615-00-4014-1. (5) LEARY J. – ICE C. – NEAL W. – COTTRELL L (2013): Parent and child weight status predict weight-related behavior change, *Journal of Communication in Healthcare Strategies, Media and Engagement in Global Health* vol. 6, issue 2, pp. 115-121. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1179/1753807612Y.0000000021> (letöltve: 2020.05.04.) (6) MANNING L. (2015): Categorizing food-related illness: Have we got it right?, *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 57, 9 <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10408398.2015.1038776> (letöltve: 2019.03.05.) (7) ORBAN K. – EDBERG A. – THORNGREN-JERNECK K. – ÖNNERFÁLT J – ERLANDSSON L (2014): Changes in Parents' Time Use and Its Relationship to Child Obesity, *Journal Physical & Occupational Therapy In Pediatrics*. vol. 34, issue 1, pp. 44-61. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.3109/01942638.2013.792311> (letöltve: 2020.05.04.) (8) SZÚCS ZS. – KUBÁNYI I. (2017): Az egészséges étrend fogyasztói szempontjai. A magyar lakosság életmódja: táplálkozás, testmozgás és lélek. Fehér könyv, a TÉT Platform Egyesület kutatásainak adatai alapján. Felelős kiadó: Dr. Fazekas Ildikó, 48 p. ISBN 978-963-12-9996-0. (9) WASHINGTON P. – REIFSNIDER E. – BISHOP S. – ETHINGTON M. – RUFFIN R. (2009): Changes in Family Variables Among Normal and Overweight Preschoolers, *Issues in Comprehensive Pediatric Nursing* vol. 33, issue 1, pp. 20-38. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.3109/01460860903486531> (letöltve: 2020.05.04.) (10) WHO (2007): Growth reference 5-19 years. BMI-for-age (5-19 years). https://www.who.int/growthref/who2007_bmi_for_age/en/ (letöltve: 2019.10.08.) (11) WHO (2016): Childhood overweight and obesity, <https://www.who.int/dietphysicalactivity/childhood/en/> (letöltve: 2020.05.04.) (12) I1 (2015): Mi az a BMI? <https://mennyikaloria.hu/blog/2015/01/19/mi-az-bmi-es-mi-az-idealis-testsuly-szamodra/> (letöltve: 2019.04.22.) (13) I2 (2017): A gyermekkori elhízás kivizsgálása és gyakorlati tanácsok <https://gyogyhirek.hu/gyermekkori-elhizas-korhazi-kivizgalasa/> (letöltve:2020.04.29.) (14) I3 (2019): BMI Percentile Calculator for Child and Teen. Centers For Disease Control And Prevention, CDC.gov. <https://www.cdc.gov/healthyweight/bmi/calculator.html> (letöltve: 2019.06.24.)

SZERZŐK:

Tarnóczy Dominika

Gazdálkodási és menedzsment BSc szakos hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
dominika.tarnoczy@gmail.com

Bauerné Dr. Gáthy Andrea

adjunktus
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
bauerne.gathy.andrea@econ.unideb.hu

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

