

AZ ÉDES ÍZZEL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI PREFERENCIÁK VIZSGÁLATA



EXAMINATION OF CONSUMER PREFERENCES OF THE SWEET TASTE



¹ANTAL, EMESE

²SOÓS, MIHÁLY

²BERENCSEI, ALEXA

²KISS, VIRÁG ÁGNES

¹PILLING, RÓBERT



¹TÉT Platform, Semmelweis Egyetem, Egészségtudományi Doktori Iskola
(TÉT Platform, Semmelweis University, Doctoral School of Health Sciences)
H-1088 Budapest, Vas u. 17.

E-mail: antal.emese@tetplatform.hu

²Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézet
(University of Debrecen, Faculty of Economics and Business, Institute of Marketing and Commerce)
H-4032 Debrecen, Bószörményi út 138.

The aim of this study was to explore the sugar, sweetener, confectionery consumption habits of the Hungarian population. The online questionnaire survey was conducted in June 2024 with a sample of 1,000 individuals. Quota sampling ensured representativeness of the adult population by age, gender, region, and settlement type. In addition to consumption habits, the questionnaire also addressed consumer knowledge and demographic characteristics. Findings reveal that most respondents continue to consume sugar primarily due to taste and habit, while the main reasons for avoiding sugar are the desire to reduce empty calorie intake and health-related concerns. The use of sweeteners is mostly linked to weight control, diabetes, and health consciousness, though taste is a less influential factor in their use. Confectionery consumption is widespread, with 99.1% of respondents consuming such products to some extent. Among “free-from” sweets, sugar-free options are the most sought-after, particularly among women, urban dwellers, and individuals with chronic health conditions. Compared to 2022, confectionery consumption has increased, and weight control has become the leading motivation for using sweeteners. While consumer decisions remain primarily driven by taste and habit, health awareness is gaining importance—reflected in the growing interest in sugar-free products.

KULCSSZAVAK: cukor, édesítőszer, preferencia, egészség tudatosság

KEYWORDS: sugar, sweetener, preference, health awareness

JEL-KÓDOK (JEL CODES): D11, D12, M31

DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/12/2/2>



1. BEVEZETÉS – INTRODUCTION

A cukor és cukorhelyettesítők kérdésköre a kortárs táplálkozástudomány egyik központi témájává vált, különös tekintettel az elhízás, a cukorbetegség, valamint egyéb anyagcsere-zavarok világszintű növekedésére. Az édes íz – az öt alapíz egyike – mély kulturális beágyazottsággal bír, és történeti szempontból is jelentős: kezdetben növényi nedvek, majd a természetes méz szolgálták ennek kielégítését. Napjainkban a legszélesebb körben alkalmazott édesítőszer a szacharóz, illetve annak különböző formái, amelyeket a fogyasztók az édes íz standardjaként értelmeznek (Wang et al., 2022).

A cukros ételek és italok fogyasztásának csökkenése mellett a cukormentes és alacsony kalóriatartalmú édesítők iránti kereslet növekvő tendenciát mutat, különösen a gyermekek körében. Ez a tendencia különösen fontos a fiatal fogyasztók egészség tudatossága szempontjából, mivel a cukormentes alternatívák iránti érdeklődés segíthet a túlsúly és az elhízás megelőzésében. A cukormentes termékek iránti kereslet növekedése tükrözi a társadalmi tudatosságot az egészséges táplálkozás iránt, és a jövőbeli kutatásoknak érdemes lenne részletesebben megvizsgálniuk ezt a jelenséget. A cukormentes alternatívák iránti kereslet növekedése különösen a női fogyasztók körében figyelhető meg, akik egyre inkább érdeklődnek az egészségesebb élelmiszerek iránt (PIERNAS et al., 2013; KISS és KATHY, 2022).

A szacharóz mellett számos más természetes eredetű cukorfajta – például glükóz (szőlőcukor), fruktóz (gyümölcs-cukor), laktóz (tej-cukor) és maltóz (malátacukor) – is elterjedt. E cukorfélék gyors vércukorszint-emelkedést idéznek elő, ami jelentős metabolikus kockázatokat hordoz. A túlzott fogyasztásuk összefüggést mutat olyan nem fertőző krónikus betegségek kialakulásával, mint a 2-es típusú diabetes mellitus, kardiovaszkuláris megbetegedések, valamint dentális problémák (TEYSEIRE et al., 2024; GARCÍA-CORDERO et al., 2024).

Az élelmiszertechnológiai innovációk révén megjelentek az alacsony vagy zéró energiátartalmú édesítőszerke, amelyek új szemléletet kínálnak az édesítés terén. Ide sorolhatók a mesterséges édesítőszerke – így az aszpartám és a

szukralóz is –, amelyek nem emelik a vércukorszintet, ezért különösen relevánsak diabeteses egyének számára (MOON et al., 2024; ANGE-LIN et al., 2024). Ugyanakkor bizonyos kutatási eredmények felvetik e szerek hosszú távú alkalmazásának lehetséges negatív következményeit, például a bél mikrobiom módosulása révén kialakuló inzulinrezisztencia (ZHANG, 2024; FENG et al., 2024).

A természetes édesítőszerke, mint a stevia és eritrit, szintén egyre népszerűbbek, különösen az egészségudatos fogyasztók körében. Ezek kalóriatartalma elenyésző, és alkalmazásukat az EFSA (Európai Élelmiszer-biztonsági Hatóság) által meghatározott ADI (Acceptable Daily Intake) értékek szabályozzák, melyek terméktípusonként eltérnek (MDOSZ, 2022; VERESNÉ, 2006).

A cukorpótlók funkcionálisan eltérnek az édesítőszerkektől: tömegüknél és fizikai tulajdonságaiknál fogva nélkülözhetetlenek bizonyos élelmiszerkészítmények pl. cukrászati termékek előállításához. Bár energiátartalmuk alacsonyabb, édesíthetőségük gyakran kisebb, így azonos édes íz eléréséhez nagyobb mennyiség alkalmazása szükséges. Például a természetes fruktóz édesítőereje csupán 0,4-szeres, így korlátozottan alkalmazható fogyókúrás étrendekben (MDOSZ, 2011; VERECZKEI et al., 2011).

A cukorhelyettesítők globális piaca az elmúlt időszakban dinamikus bővült, amit az egészségorientált táplálkozási attitűdök erősödése és a nem fertőző betegségek növekvő prevalenciája generált. A nem táplálkozó édesítőszerke (NNS) különösen jelentős térnyerést mutatnak, azonban a mesterséges komponensekkel szembeni fogyasztói bizalmatlanság előtérbe helyezte a természetes alternatívákat (RUSSELL et al., 2022; YIN, 2023; KOSSIVA et al., 2024; WANG és LIN, 2025).

Mindemellett a kutatások arra is rávilágítanak, hogy az édes íz preferenciája összefügg a túlsúlyos emberekkel szembeni társadalmi attitűdökkel, amelyek már jellemzően gyermekkorban megjelennek és hozzájárulhatnak a stigmatizációhoz és a diszkriminációhoz. A sztereotípiák és a társadalmi elvárások felerősítik a negatív attitűdöket, amelyek a túlsúlyosak mentális és testi egészségére is kihatnak. A tudatos fogyasztói magatartás előmozdítása ér-

dekében fontos, hogy a társadalmi elvárások és a környezeti szempontok is figyelembe legyenek véve a vásárlási döntések során (MALECKA-TENDERA et al., 1989; PAPP et al., 2011; NAGY és TESSÉNYI, 2024).

2. ANYAG ÉS MÓDSZER – MATERIAL AND METHOD

Az országos kérdőíves felmérést 2024. június 15. és 2024. július 2. között végeztük el 1000 fogyasztó bevonásával egy online panelkutatás keretében. A minta kor (18-34/35-49/50+), nem, régió (NUTS1) és településtípus (Budapest, városok, községek), szerint reprezentatív a 18+ éves hazai lakosságra (kvótás mintavétel).

Az online panelkutatás során a kérdőív linkje egy több mint 140 000 főt számláló, lakossági célcsoportot jelentő panel tagjaihoz kerül eljuttatásra, majd a kitöltött kérdőívek adatbázisba rendezve szolgáltatják a kutatási mintát.

A felmérés során alkalmazott kérdőív kérdésblokkjai a következők voltak:

- Cukor- és édesítőszer-fogyasztás
- Édességfogyasztás
- Ismeretek
- Demográfia

A kérdőívek feldolgozása az SPSS 25.0 statisztikai szoftverrel történt. Az elemzés során a táblázatok a teljes minta gyakorisági megoszlásait mutatják be. A háttérváltozók közül azonban kizárólag azokat ismertetjük részletesen, amelyek esetében 95%-os megbízhatósági szint mellett szignifikáns összefüggést azonosítottunk.

A skálás kérdések esetében (mindenhol 1-től 5-ig terjedő értékelési skálán, ahol az 1 a legkedvezőtlenebb, az 5 pedig a legkedvezőbb választ jelenti) átlagértékeket, szórást, relatív szórást (a szórás és az átlag arányát), valamint százalékos megoszlásokat számoltunk.

3. EREDMÉNYEK – RESULTS

A következőkben az ezer fős, országos, fogyasztói felmérés legfontosabb eredményeit mutatjuk be.

3.1. Cukorhasználat – Sugar Consumption

Az eredmények azt mutatják, hogy a válaszadók 61,7%-a elsősorban az édes ízeletet részesíti előnyben. A második helyen a sós ízelet állnak 27,4%-os aránnyal, amelyet a savanykás ízelet követnek 8,7%-kal. A kesernyős ízelet iránti kedveltség rendkívül alacsony, mindössze 2,2%-os. Az édes íz kedveltsége a korábban vizsgált évhez képest 3,6 százalékpontot emelkedett, 2023. évben az édes ízelet kedvelők aránya 58,1 % volt (SZAKÁLY et al., 2023). A háttérváltozók elemzése során statisztikailag szignifikáns különbséget találtunk a nemek között ($p < 0,05$). A nők körében magasabb arányban jellemző az édes ízelet kedvelése (64,5%), míg a férfiak esetében ez az arány alacsonyabb (58,6%). Ugyanakkor a férfiak inkább a savanykás és kesernyős ízeletet preferálják. Emellett életkori összefüggés is kimutatható: minél idősebb valaki, annál inkább kedveli az édes ízeletet, kivétel a 60 év felettiek körében akiknél inkább a savanykás ízelet preferálása jellemző ($p < 0,01$). A különböző korcsoportokban az arányok az alábbiak szerint alakultak az édes ízelettel kapcsolatban: 18–29 évesek – 60,4%; 30–39 évesek – 63,4%; 40–49 évesek – 65,1%; 50–59 évesek – 67,6%; 60 évesek vagy idősebbek – 55,4%. A 2022-es felmérésben a fiatalabb korcsoportokra volt jellemző az édes íz preferálása (SZAKÁLY et al., 2023). A sós ízelet preferenciája életkor szerint fordított tendenciát mutat az édes ízelettel szemben: minél fiatalabb a válaszadó, annál inkább kedveli a sós ízeletet, ugyanakkor a 60 év felettiek ez alól kivételt képeznek ($p = 0,008$). Az olyan betegségek jelenléte, amelyek hatással lehetnek a cukorfogyasztásra, nem befolyásolják az ízpreferenciákat.

Vizsgálat tárgyát képezte az is, hogy azok, akik ízesítik italaikat (pl. teát vagy kávé), milyen típusú édesítőszerrel használnak. A válaszadók körében a leggyakrabban használt készítmény a fehércukor (42,3%), ezt követi az édesítőszer (31,5%), a méz (22,7%) és a barnacukor (18,3%). Az „egyéb” válszkategóriában a következő alternatívákat említették: tej, eritrit, nyírfacukor és sztívia.

A háttérváltozók vizsgálata alapján megállapítható, hogy a fehércukor fogyasztása szignifikánsan alacsonyabb azok körében, akik magasabb iskolai végzettséggel, fokozott egészségtudatossággal rendelkeznek, illetve nagyobb településen élnek.

A kutatás során arra is kerestük a választ, hogy a válaszadók milyen okból használnak cukrot. Az eredmények alapján egyértelmű-

en az ízlésmény bizonyult a legmeghatározóbb tényezőnek. A 2022-as adatok alapján a megszokás dominált a megkérdezettek több, mint felénél (SZAKÁLY et al., 2023), míg jelen kutatásban a legfőbb indokként azt jelölték a válaszadók, hogy jobb ízűnek tartják a cukrot, mint az édesítőszeret (44,0%). Ez után következik a megszokás 39,0%, az édesítőszerrel szemben érzett elutasítás (26,5%). Az egészségesség, mint szempont mindössze 6,5%-ben jelent meg. Ezek alapján kijelenthető, hogy az egészségtudatosság messze alulmarad az ízpreferencia mögött a lakosság cukor és édesítőszer fogyasztása esetében.

A felmérés során vizsgáltuk, hogy a válaszadók miért nem használnak cukrot (1. táblázat).

1. TÁBLÁZAT

A cukorfogyasztás kerülésének indokai (*Reasons to Avoid Sugar Consumption*)

TABLE 1

A használat elkerülésének indokai (<i>Reasons for avoiding use</i>)	Válaszok megoszlása (<i>Distribution of responses</i>) 2022 (n=245)		Válaszok megoszlása (<i>Distribution of responses</i>) 2024 (n=223)	
	Fő (<i>person</i>)	%	Fő (<i>person</i>)	%
Felesleges energia-bevitel, üres kalória (<i>Excess energy intake, empty calories</i>)	85	34,7	84	37,6
Cukorbeteg vagy a családtagja cukorbeteg (<i>Diabetic or a family member with diabetes</i>)	67	27,3	70	31,4
Egészségtelennek tartja a cukrot (<i>Considers sugar unhealthy</i>)	97	39,6	66	29,6
Fogyókúrázik (<i>Dieting</i>)	30	12,2	26	11,6
Egyéb indok (<i>Other reasons</i>)	24	9,8	36	16,1

Forrás (*Source*): Saját szerkesztés SZAKÁLY et al. (2023) és saját kutatás alapján (2024) (*Authors' own compilation by SZAKÁLY et al. (2023) and own research (2024)*)

A cukorfogyasztás elhagyásának leggyakoribb oka, hogy a válaszadók egy része azt szükségtelen energia-bevitelnek tartja (29,7%). Ezt követi a cukorbetegség, mint korlátozó tényező (24,8%), valamint az a meggyőződés, hogy a cukor egészségtelen (23,4%). Kisebb arányban a fogyókúra célok is megjelentek indokként. Az „egyéb” válszkategóriában leggyakrabban a következő érvek szerepeltek: nem főz vagy nem süt, nem kedveli az édes ízt, egészségügyi aggodalmak vannak, vagy egyszerűen csak nem tesz cukrot olyan ételekbe, amelyek azt nem igénylik.

Összevetve az adatokat a 2022-es eredményekkel (SZAKÁLY et al., 2023), kitűnik, hogy

a minta arányában kevesebben kerülnek a cukrot, azonban az indokok sorrendjében jelentős elmozdulás figyelhető meg, az egészségtelenséget, mint fő érvet leváltotta az üres kalória bevitel.

3.2. Édesítőszer-használat – *Sweetener Consumption*

A kutatás során az édesítőszer használatára is kitértünk. A kapcsolódó kérdés így hangzott: ha „használna édesítőszerrel, akkor azt miért teszi?” Legtöbbször a testtömegük kontrollálása (41,7%), ami plusz 7 százalékpontnyi változás a 2022-es adatokhoz képest (SZAKÁLY

et al., 2023) és cukorbetegség (30,6%) miatt használnak édesítőszeret. Az édesítőszer használata indokai között viszonylag magas arányban jelent meg azok egészségesebb voltára való hivatkozás (25,9%), valamint a cukor egészségtelen mivoltára utaló vélemény (20,0%). Az édesítőszer ízét mindössze a válaszadók 8,0%-a jelölte meg döntő szempontként. Az „egyéb” válaszlehetőséget 9,9%, míg a „nem tudja” opciót 5,2% választotta, tehát ezek is viszonylag alacsony arányban fordultak elő.

A kérdésközpont utolsó eleme arra irányult,

hogy megtudjuk: az alábbi alternatív cukorféleségeket egészségesebbnek tartják-e a válaszadók a hagyományos kristálycukorhoz képest (2. táblázat).

Az eredmények alapján az első három termék megítélése között nem mutatkozott jelentős eltérés. A kókuszvirág-cukor azonban kisebb arányban került megjelölésre, mint egészségesebb alternatíva, ami elsősorban annak tudható be, hogy a válaszadók több mint 40%-a nem tudott határozott véleményt alkotni annak egészségességéről.

2. TÁBLÁZAT

TABLE 2

Ön szerint egészségesebb választást jelentenek-e a felsorolt cukrok a hagyományos kristálycukorral szemben? (n = 1000)
(Do You Think the Sugars Listed Above Are a Healthier Choice Over Traditional Granulated Sugar?) (n = 1000)

Cukorfajták (Types of sugar)	Válaszok megoszlása (Distribution of responses)			
	2022		2024	
	Fő (person)	%	Fő (person)	%
Nyírfacukor (Birch sugar)	569	56,9	672	67,2
Barna cukor (Brown sugar)	546	54,6	633	63,3
Nádcukor (Cane sugar)	545	54,5	612	61,2
Kókuszvirág-cukor (Coconut blossom sugar)	365	36,5	581	58,1

Forrás (Source): Saját szerkesztés SZAKÁLY et al. (2023) és saját kutatás alapján (2024) (Authors' own compilation by SZAKÁLY et al. (2023) and own research (2024))

3.3. Édességfogyasztás – Confectionery Consumption

A kérdőív harmadik egysége az édességfogyasztási szokások feltérképezésére irányult. Ennek

keretében arra voltunk kíváncsiak, milyen gyakran fogyasztanak a válaszadók különböző típusú édességeket, illetve mely kategóriákat részesítik előnyben. A fogyasztási gyakoriság adatait a 3. táblázat tartalmazza.

3. TÁBLÁZAT

TABLE 3

Az édességfogyasztás gyakoriságának alakulása (n = 1000)
(Changes in the Frequency of Confectionery Consumption) (n = 1000)

Fogyasztási gyakoriság (Consumption frequency)	Válaszok megoszlása (Distribution of responses)			
	2022		2024	
	Fő (person)	%	Fő (person)	%
Naponta egyszer, vagy többször (Once or more a day)	329	32,9	277	27,7
Hetente egyszer, vagy többször (Once a week or several times a week)	446	44,6	458	45,8
Havonta egyszer, vagy többször (Once or more a month)	163	16,3	175	17,5
Ritkábban, mint havonta (Less than once a month)	56	5,6	81	8,1
Soha (Never)	6	0,6	9	0,9

Forrás (Source): Saját szerkesztés SZAKÁLY et al. (2023) és saját kutatás alapján (2024) (Authors' own compilation by SZAKÁLY et al. (2023) and own research (2024))

Az eredmények szerint a válaszadók 99,1%-a valamilyen rendszerességgel fogyaszt édességet, és mindössze 0,9% tartózkodik teljesen az édességek fogyasztásától. Ez az arány 5,1 százalékponttal magasabb a 2022-es adatokhoz képest. Ez az eredmény rendkívül pozitív és inspiráló lehet az édességgyártók számára.

Az édességválasztást befolyásoló tényezők közül a válaszadók közel fele (44,7%) elsősor-

ban a jobb minőséget tekinti döntő szempontnak, míg 23,0%-uk az ár alapján választ. Jelentős azok aránya is (31,9%), akiknél az ár és a minőség váltakozó jelentőséggel bír a döntési folyamatban.

A „vásárol-e a válaszadó bármilyen mentes édességet?” kérdésre kapott válaszok eredményeit a 4. táblázat mutatja be.

4. TÁBLÁZAT

TABLE 4

**Az édességfogyasztás gyakoriságának alakulása
(Changes in the Frequency of Confectionery Consumption)**

Mentes kategória (Free category)	Gyakoriság (Frequency) 2022 (n=994)		Gyakoriság (Frequency) 2024 (n=1000)	
	Fő (person)	%	Fő (person)	%
Egyik sem (None)	541	54,4	490	49,0
Cukormentes (Sugar-free)	325	32,7	353	35,3
Laktózmentes (Lactose-free)	159	16,0	206	20,6
Gluténmentes (Gluten-free)	101	10,2	115	11,5
Fontosabb allergénektől (pl.: földimogyorótól) mentes (From major allergens (e.g.: peanuts) free)	36	3,6	35	3,5

Forrás (Source): Saját szerkesztés SZAKÁLY et al. (2023) és saját kutatás alapján (2024) (Authors' own compilation by SZAKÁLY et al. (2023) and own research (2024))

Ahogy a táblázatban látható, a válaszadók közel fele (49,0%, 5,4 százalékpontos csökkenés 2022. évhez képest) nem vásárol „mentes” jelölésű édességeket. Ugyanakkor a megkérdezettek 35,3%-a kifejezetten keresi a cukormentes termékeket – ez a célcsoport különösen releváns lehet az édességgyártók számára. A laktózmentes édességeket a válaszadók 20,6%-a részesíti előnyben (4,6 százalékpontos növekedés 2022 évhez képest), a gluténmentes termékeket 11,5% (1,3 százalékpontos növekedés), az egyéb fontosabb allergénektől mentes édességeket pedig csupán 3,5% választja vásárlásai során. Bár a válaszadók csaknem fele a hagyományos, csökkentést vagy mentesítést nem érintő változtatásokat keresi, növekvő tendencia figyelhető meg a cukormentes, a laktózmentes, a gluténmentes és a főbb allergénektől mentes édességek piacán.

3.4. Általános ismeretek – General Knowledge

A kutatás következő szakaszában a lakosság cukorra és édességekre vonatkozó ismereteit térképeztük fel. Arra voltunk kíváncsiak, mennyire ismerik a válaszadók az ezekre a termékekre vonatkozó táplálkozási ajánlásokat, valamint hogyan vélekednek azok táplálkozás-élettani szerepéről. Ez releváns lehet a fentebb bemutatott eredmények értelmezésében, vagyis, hogy releváns információkon, vagy feltevéseken, esetleg tévhiteken alapulnak a lakossági preferenciák.

Felmerül a kérdés: a válaszadók tisztában vannak-e azzal, hogy milyen gyakran lehet édességet fogyasztani a táplálkozási ajánlások szerint? Az eredményeket a 6. táblázat mutatja be.

5. TÁBLÁZAT

TABLE 5

**Az édességfogyasztás gyakoriságára vonatkozó, táplálkozási ajánlások (n = 1000)
(Knowledge of Nutritional Recommendations for the Frequency of Confectionery Consumption) (n = 1000)**

Fogyasztási gyakoriság (Consumption frequency)	Válaszok megoszlása (Distribution of responses) 2024	
	Fő (person)	%
Naponta (Daily)	161	16,1
Hetente egyszer-kétszer (Once or twice a week)	424	42,4
Hetente egyszer (Once a week)	250	25,0
Ritkábban, vagy soha (Once a week)	166	16,6
Nem tudom (I don't know)	n.a.	n.a.

Forrás (Source): Saját szerkesztés saját kutatás alapján (2024) (Authors' own compilation by own research (2024))

Az eredmények alapján látható, hogy a válaszadók 42,4%-a gondolja úgy, hogy a táplálkozási ajánlásokban a hetente egyszer-kétszer történő édességfogyasztás szerepel. 25,0% szerint hetente egyszer, 16,6% szerint ritkábban, vagy soha nem szabad édességet fogyasztani a táplálkozási ajánlások szerint és 16,1% arányt képviselnek azok a válaszadók, akik szerint napi fogyasztást ajánlanak ezekből a termékek-ből a szakemberek.

A háttérváltozókkal végzett vizsgálatok során szignifikáns eltérést tapasztaltunk a nemek esetében. A férfiak a gyakoribb (naponta és a hetente egyszer-kétszer) kategóriákat nagyobb arányban vélik ajánlottnak, mint a nők. A ritkább gyakorisági kategóriáknál kivétel nélkül a nők vannak nagyobb arányban a férfiakhoz képest ($p < 0,001$).

Az egészségtudatosság mértékétől függetlenül minden csoportnál a heti két alkalomra érkezett a legtöbb szavazat. A nagyon egészségtudatosak jelölték legnagyobb arányban a soha ajánlást (29,1%) ($p < 0,05$).

4. KONKLÚZIÓ – CONCLUSION

Az eredmények alapján úgy tűnik, hogy a válaszadók döntően a megszokott íz miatt ragaszkodnak a cukorfogyasztáshoz. Többeknél egyértelmű ellenállás mutatkozik az édesítőszerrel szemben, ami már eleve kizárja azok használatát. A cukor mellőzésének leggyakoribb indoka az, hogy a válaszadók egy része szerint a cukor csupán fölösleges energiabevi-

telt jelent, lényegében üres kalóriaként van jelen az étrendben. Emellett szorosan megjelenik az a vélekedés is, hogy a cukor egészségtelen. A cukorbetegség kockázata szintén fontos viszsztatartó tényezőként szerepel, míg kisebb mértékben, de kimutatható a fogyókúrás megfontolásokból eredő elutasítás is. A cukor melletti legfőbb érvek az íz és a megszokás, amelyekből sokan nem kívánnak eltérni.

Ezzel szemben a válaszadók mintegy kettőötöde fogyaszt, míg háromötöde nem fogyaszt édesítőszerrel. Az édesítőszer használók elsősorban a testsúlyuk kontrollálása és a cukorbetegség miatt döntenek e lehetőség mellett. Jelentős arányban jelenik meg az a meggyőződés is, hogy az édesítőszerrel egészségesebbek, illetve, hogy a cukor káros hatással van az egészségre. Az ízélmény ugyanakkor kevésbé meghatározó szempont, csupán kevesen nyilatkoztak úgy, hogy kifejezetten az édesítőszerrel ízt kedvelik.

Az eredmények szerint a magyar fogyasztók számára kiemelt szerepe van az édességeknek, hiszen a megkérdezettek 99,1%-a valamilyen rendszerességgel fogyaszt ilyen termékeket, míg mindössze 0,9%-uk tartózkodik ezek fogyasztásától. Általánosságban elmondható, hogy a válaszadók többsége nem részesíti előnyben a „mentes” édességeket, ugyanakkor a cukormentes termékek kiemelkednek a keresett kategóriák közül. Ez az irányvonal meghatározó lehet a gyártók számára is. A glutén- és egyéb allergénektől mentes termékek iránti kereslet alacsony, csupán kisebb rés piacokra korlátozódik, miközben a laktózmentes termékek iránti érdeklődés növekvő tendenciát mutat.

A cukormentes termékeket jellemzően a nők, a nagyobb városok lakói, valamint a szénhidrát-anyagcserét érintő betegségekben szenvedők és az egészségtudatos fogyasztók keresik. Egyértelműen kirajzolódik, hogy a megkérdezettek többsége a „hetente egyszeri-kétszeri” édességfogyasztást tartja a szakemberek által javasoltnak.

Összevetve a 2022. évi adatokat a 2024. éves kutatással megállapítható, hogy az édességfogyasztás 5,1 százalékponttal nőtt (99,1%). Az édesítőszerhasználat tekintetében első helyre került a testtömegkontroll, mint fogyasztási érv, 7,1 százalékponttal megemelve a 2022. évi arányt. A cukor nem fogyasztással kapcsolatban az „egészségtelenség”, mint indok, az évek során hátrébb sorolódott és az üres kalória bevétel fölöslegessége bizonyult döntő érveknek.

Összefoglalva, a kutatás eredményei alapján a cukorfogyasztás fő mozgatórugója az íz és a megszokás, míg az elutasítás mögött leggyakrabban az üres kalóriák kerülése és egészségi megfontolások állnak. Az édesítőszerket főként egészségtudatos nők, városlakók és krónikus betegséggel élők használják, jellemzően testsúlykontroll céljából. Az édességek fogyasztása rendkívül elterjedt Magyarországon, a „mentes” termékek közül a cukormentes változatok a legkeresettebbek.

A szakirodalmi háttér alapján mindez jól illeszkedik ahhoz a trendhez, hogy az édes ízhez való ragaszkodás kulturálisan erősen beágyazott (WANG et al., 2022), miközben a mesterseges és természetes édesítőszer iránti bizalom differenciáltan alakul a fogyasztók körében (RUSSELL et al., 2022; YIN, 2023). Gyakorlati szempontból ez hangsúlyozza az egészségkommunikáció szerepét a lakosság edukációjában – különösen az édesítők működéséről, hatásairól és kockázatairól –, valamint irányt mutat a termékfejlesztésnek is, amelyben a természetes eredetű, biztonságosnak ítélt alternatívák további térnyerése várható. A kutatás korlátai közé tartozik, hogy önbevalláson alapul, és nem tér ki a hosszú távú fogyasztói viselkedésváltozás mérésére; ezért jövőbeli vizsgálatokban célszerű lenne kísérleti vagy longitudinális módszerekkel is feltárni, miként alakul az édes ízpreferencia és a „mentes” termékek iránti bizalom időben.

IRODALOMJEGYZÉK – REFERENCES

- Angelin, M. – Kumar, J. – Leela, K. V. – Satheesan, A. – Chaithanya, V. – Murugesan, R.:** Artificial Sweeteners and Their Implications in Diabetes: A Review. *Frontiers in Nutrition*. 2024. **11** DOI: <https://doi.org/10.3389/fnut.2024.1411560>
- Feng, J. – Peng, J. – Hsiao, Y.-C. – Liu, C. – Yang, Y. – Zhao, H. – Teitelbaum, T. – Wang, X. – Lü, K.:** Non/Low-Caloric Artificial Sweeteners and Gut Microbiome: From Perturbed Species to Mechanisms. *Metabolites*. 2024. **14** (10) 544. DOI: <https://doi.org/10.3390/metabo14100544>
- García-Cordero, A. L. – Ibarra, I. S. – Ferreira, A. – Rodríguez, J. A. – Domínguez, R. – Santos, E. M.:** Sugar Reduction and Sweeteners to Improve Foods. Strategies to Improve the Quality of Foods. 2024. 87–120. DOI: <https://doi.org/10.1016/b978-0-443-15346-4.00004-5>
- Kiss, M. – Kathy, F.:** A magyar nők csokoládéfogyasztási szokásai és a cukormentes csokoládéval kapcsolatos fogyasztói magatartásuk. *Táplálkozásmarketing*. 2022. **9** (2) 3–20. DOI: <https://doi.org/10.20494/tm/9/2/1>
- Kossiva, L. – Kakleas, K. – Christodouli, F. – Soldatou, A. – Karanasios, S. – Karavanaki, K.:** Chronic Use of Artificial Sweeteners: Pros and Cons. *Nutrients*. 2024. **16** (18) 3162. DOI: <https://doi.org/10.3390/nu16183162>
- Malecka-Tendera, E. – Koehler, B. – Ramos, A. – Dobrowolska-Wiciak, B. Drzewiecka, B.:** Effect of Marked Obesity on the Emotional Status of Children. *Wiadomości Lekarskie (Warsaw Poland)*. 1989. **42** (4) 234–238.
- MDOSZ:** Táplálkozási Akadémia Hírlevél. 2011. 4 (5) (Letöltés dátuma: 2022.12.15.)
- MDOSZ:** Gyermekek Egészsége Program. Legyen az Ön gyermek is egészséges! Édességek, desszertek - Mit, mennyit, mikor? 2022. (Letöltés dátuma: 2025.04.15.)

- Moon, S. – Kim, S. K. – Choi, J. H. – Song, Y. – Lim, J. H. – Cho, J. W. – Kim, S. S.:** The Impact of Non-Sugar Sweetener on Health Outcomes in the General Population and Patients with Diabetes. *The Journal of Korean Diabetes*. 2024. **25** (4) 211-216. DOI: <https://doi.org/10.4093/jkd.2024.25.4.211>
- Nagy, C. – Tessényi, J.:** A fogyasztói tudatosság vizsgálata a textiltermékek piacán. *Gradus*. 2024. **11** (2) 1–8. DOI: <https://doi.org/10.47833/2024.2.eco.008>
- Papp, I. – Czeglédi, E. – Túry, F.:** The Association between Sociocultural Effects and Bias Against Obese People at Preadolescence Ages. 2011. **12** (2) DOI: <https://doi.org/10.1556/MENTAL.12.2011.2.3>
- Piernas, C. – Ng, S. W. – Popkin, B. M.:** Trends in Purchases and Intake of Foods and Beverages Containing Caloric and Low-calorie Sweeteners Over the Last Decade in the United States. *Pediatric Obesity*. 2013. **8** (4) 294–306. DOI: <https://doi.org/10.1111/J.2047-6310.2013.00153.X>
- Russell, C. – Baker, P. J. – Grimes, C. A. – Lindberg, R. – Lawrence, M.:** Global Trends in Added Sugars and Non-nutritive Sweetener Use in the Packaged Food Supply: Drivers and Implications for Public Health. *Public Health Nutrition*. 2022. **26** (5) 952–964. DOI: <https://doi.org/10.1017/S1368980022001598>
- Szakály, Z. – Soós, M. – Gál, T. – Antal, E. – Pilling, R. – Szilágyi C.:** Az édes íz fogyasztói preferenciái. *Új Diéta*. 2023. **32** (1) 22–25.
- Teysseire, F. – Bordier, V. – Beglinger, C. – Wölnerhanssen, B. K. – Meyer-Gerspach, A. C.:** Metabolic Effects of Selected Conventional and Alternative Sweeteners: A Narrative Review. *Nutrients*. 2024. **16** (5) 622. DOI: <https://doi.org/10.3390/nu16050622>
- Wang, S. – Dermiki, M. – Methven, L. – Kennedy, O. B. – Cheng, Q.:** Interactions of Umami with the Four Other Basic Tastes in Equi-intense Aqueous Solutions. *Food Quality and Preference*. 2022. **98** (June) 104503. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104503>
- Vereczkei, A. – Szalay, C. – Aradi, M. – Schwarcz, A. – Orsi, G. – Perlaki, G. – Horváth, Ö. P.:** Ízstimulációval kiváltott agyi tevékenység funkcionális MR-vizsgálata elhízásban. *Magyar Sebészet*. 2011. **64** (6) 289–293. DOI: <https://doi.org/10.1556/maseb.64.2011.6.4>
- Veresné, B. M.:** Gyakorlati dietetika. Budapest, Semmelweis Egyetem Egészségügyi Főiskolai Kar. 2006.
- Wang, Y. – Lin, L.:** Naturally Occurring and Artificial Nonnutritive Sweeteners: Potential Impacts on Metabolic Diseases. *eFood*. 2025. **6** (1) e70028. DOI: <https://doi.org/10.1002/efd2.70028>
- Yin, Y.:** The Use and Health Effects of Sugar Substitute. 2023. **24** 157–162. DOI: <https://doi.org/10.54254/2753-8818/24/20231147>
- Zhang, Y.:** Influence of Sweeteners on Gut Microbiota. *Medscien*. 2024. **2** (10) DOI: <https://doi.org/10.61173/mvf8fp68>

JEGYZETEK ✦ NOTES

JEGYZETEK ♣ NOTES