

TARTALOMJEGYZÉK CONTENTS

3 CZINE PÉTER – SZAKÁLY ZOLTÁN – BALOGH PÉTER
**MARGARINNAL KAPCSOLATOS PREFERENCIÁK VIZSGÁLATA
EGYETEMISTA FOGYASZTÓK KÖRÉBEN**
EXAMINATION OF MARGARINE PREFERENCES AMONG COLLEGE CONSUMERS

13 KÁSLER TIMEA
**EATING BEHAVIORS OF PRESCHOOL-AGED CHILDREN –
GENDER-LINKED DIFFERENCES**

27 HOLCZER ADÉL JUDIT – KISS VIRÁG ÁGNES
**A SZÜLŐI EGÉSZSÉGTUDATOSSÁG ÉS AZ ÉTKEZÉSI PREFERENCIÁIK
VIZSGÁLATA A GYERMEKKORI ELHÍZÁS TÜKRÉBEN**
PARENTAL HEALTH CONCIIOUSNESS AND EXAMINATION OF EATING PREFERENCES
IN REFLECTION OF CHILDHOOD OBESITY

39 KARNAI LAURA – SZŰCS ISTVÁN
**TÁPLÁLKOZÁSI SZOKÁSOK VIZSGÁLATA A DEBRECENI EGYETEMISTÁK
KÖRÉBEN**
INVESTIGATING THE DIETARY PRACTICE OF STUDENTS AT THE UNIVERSITY OF DEBRECEN

51 FEHÉR ILONA
**THE COMPETITIVENESS OF HUNGARIAN MICRO-ENTERPRISES
IN THE PASTA MARKET**

61 MARKOS ATTILA – KISS VIRÁG ÁGNES
**AZ EGÉSZSÉGTUDATOS ÉLETMÓD TÉNYEZŐINEK VIZSGÁLATA
AZ AMATŐR FÉRFISPORTOLÓK KÖRÉBEN**
INVESTIGATING THE FACTORS OF A HEALTHY LIFESTYLE AMONG AMATEUR SPORTSMEN

MARGARINNAL KAPCSOLATOS PREFERENCIÁK VIZSGÁLATA EGYETEMISTA FOGYASZTÓK KÖRÉBEN



EXAMINATION OF MARGARINE PREFERENCES AMONG COLLEGE CONSUMERS



¹CZINE, PÉTER
²SZAKÁLY, ZOLTÁN
¹BALOGH, PÉTER



¹Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Statisztika és Módszertani Intézet
(University of Debrecen, Faculty of Economics and Business, Institute of Statistics and Methodology)
H-4032 Debrecen, Böszörményi út 138.
e-mail: czine.peter@econ.unideb.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, Böszörményi út 138.

The purpose of this study is to investigate the applicability of discrete choice experiment and thereby assess consumer preferences for margarine among students of the University of Debrecen Faculty of Economics and Business. The questionnaire was based on a focus group interview where the most important product attributes (price, fat, salt and sunflower oil content) and their levels were determined. Based on the estimates of the multinomial logit model, we concluded that increasing fat and salt content among participants reduced the sense of utility and hence willingness to pay, while we cannot found significant effect in respect of sunflower oil content.

KULCSSZAVAK: diszkrét választási kísérlet, fogyasztói preferenciák, margarin fogyasztás, szív- és érrendszeri megbetegedések

KEYWORDS: discrete choice experiment, consumer preferences, margarine consumption, cardiovascular diseases

JEL-KÓDOK (JEL CODES): I12, M31

DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/6/2/1>

1. BEVEZETÉS – INTRODUCTION

A tanulmány a margarinnal kapcsolatos fogyasztói preferenciákat kísérli meg felmérni a diszkrét választási kísérlet alkalmazásán keresztül. A téma választását elsősorban a módszertan jelen területen való tesztelése és a termék egészségre gyakorolt hatásaival összefüggésben született, kétes kutatási eredmények indokolták. A vizsgálat célja megállapítani, hogy a mintát képező csoport tagjai mely tulajdonságok meglétét tartják a leginkább fon-

tosnak a választáskor. Feltételezésünk szerint, a hazai fogyasztók fontosnak tartják az egészség megőrzését, a civilizációs megbetegedések megelőzését szolgáló terméktulajdonságok meglétét döntéseik során.

A fejlett társadalmakban manapság egyre inkább előtérbe kerülő tényezőként kap helyet az egészségtudatosság. Ennek mozgatói legfőképpen az egészség fenntartására, a különböző betegségek megelőzésére, a már meglévő kezelésére vonatkozó újabbnál újabb kutatási eredmények, vagy szimplán csak az emberek között megjelenő és terjedő trendek (GFK,

2016; BARCS és JENES, 2017). Ezen terület egyik legnagyobb része a táplálkozással foglalkozik és olyan kérdéseket boncolgat, hogyan is ajánlott megosztani a tápanyagok arányát étkezéseink során; milyen makro- és mikroelemek bevitelére kell különösen nagy figyelmet fordítanunk; mi az, aminek célszerű elkerülnünk a fogyasztását. Többféle megközelítés és diéta terjedt el az elmúlt években, melyek elsődlegesen a civilizációs betegségek (szív- és érrendszeri megbetegedések, elhízás, cukorbetegség stb.) ellen kívánják felvenni a harcot, a helyes beviteli arányok meghatározásán keresztül (HAWKES, 2004; JUHÁSZ, 2014; WHO, 2018). Néhányuk az energia-, a zsírbevitel vagy a szénhidrátok csökkentésében és azok megfelelő formájának megválasztásában, míg mások a tejcukor, tejfehérje vagy az állati eredetű élelmiszerek elhagyásában látják a megoldást (SZAKÁLY et al., 2014; BARNA et al., 2018). Ezek hatékony működéséhez, nagy feladat hárul a gyártókra, a megfelelő és részletes tájékoztatáson keresztül. KREUTER et al. (1997) is arra jutottak, hogy az élelmiszercímkék olvasása és a táplálkozás között összefüggés van. Eredményeik alapján, akiknek magas vérnyomásuk, vagy emelkedett koleszterinszintjük volt tudatosan követték nyomon vásárlásuk során a termékek só és telített zsírsav tartalmát.

A górcső alá vett termék hazai megítélése meglehetősen megosztott, amit HUSZKA (2005) kérdőíves felmérése alapján, faktor- és klaszteranalízisen keresztül létrehozott négy csoportja is alátámaszt. Ebből kiderül, hogy a magyar fogyasztók között vannak, akik tévesen tejterméknek gondolják a margarínokat. Ezen tények ismeretében érdemes kitérni a termék fogalmára. A margarínokat mint vaját helyettesítő, finomított növényi olajokból vagy olajok és zsírok kombinációjából álló készítményként definiálják. Már ebből a megfogalmazásból is jól kivehető, hogy tápanyag tekintetében túlnyomó többségben zsírokból tevődnek össze. Fontos eltérésük a vajjal szemben, hogy kizárólag vagy nagyrésztben növényi eredetűek, így telített zsírsav tartalmuk csekély. Ez egy meglehetősen lényeges szempontot képvisel, mivel a vizsgálatok hangsúlya manapság azon van, hogy ez a különbség milyen hatással bír a fogyasztók koleszterinszintjére és ezen keresztül a szív-és érrendszeri megbetegedések

kockázatára (GUNNARS, 2018). JUDD et al., (1998); FRANSEN et al. (2007); GAGLIARDI et al. (2010); HARCOCOMBE és BAKER (2014); RAMSDEN et al. (2016); és TRAUTWEIN et al. (2018) kivétel nélkül levonják azt a következtetést, hogy a margarínok fogyasztása a vajjal szemben jobb koleszterinszintet eredményez. Viszont többségük arra is kitér, hogy mindez nem jár együtt a szív- és érrendszeri megbetegedések kockázatának mérséklődésével. Ezen kétértelmű hatások, a növényi szterol, sztanol, továbbá az omega 6 zsírsavak (linolsav-származékok, melyek fő forrásai között a napraforgóolaj van) jelenlétéből erednek. Szintén a szív- és érrendszeri megbetegedések jelentős előidézői között szerepel a sóbevitel, ami így ugyancsak fontos termékattribútumot reprezentál. MENETON et al. (2005), STRAZZULLO et al. (2009), BIBBINS-DOMINGO et al. (2010), AARON és SANDERS (2013) és MOZAFFARIAN et al. (2014) írásaikban egytől-egyig arra jutottak, hogy a magas nátriumbevitel a vérnyomásemelkedésen keresztül, kardiovaszkuláris megbetegedéseket idézhet elő. WIJGA et al. (2003) és BOLTE et al. (2005) tanulmányukban a margarínfogyasztás és az asztma kialakulásának összefüggését vizsgálták logisztikus regresszióval. Előbbi szerző arra a következtetésre jutott, hogy a vaj és tejszír alapú élelmiszerek csökkentik az asztma kialakulásának esélyét, míg a margarín tekintetében nem talált összefüggést. Utóbbi szerzők felnőttek körében kapott eredményei szerint az alacsony zsírtartalmú margarínok fogyasztása összefüggésbe hozható az asztmás megbetegedésekkel. TRICHOPOULOU et al. (1995) szintén logisztikus regresszió alkalmazásával vizsgáldott. Modellje alapján az olívaolaj használata csökkent, míg a margaríné növeli az emlőrák kialakulásának kockázatát. BOLTE et al. (2001) és SAUSENTHALER et al. (2006) ugyanazon módszertanon keresztül a margarínfogyasztás és az allergiás megbetegedések, valamint a gyermekek körében megjelenő ekcéma közötti szignifikáns kapcsolatra hívta fel a figyelmet.

Ezen tények ismeretében nem túlzás azt mondani, hogy a jelenkor fogyasztóinak nincs könnyű dolga döntést hozni azzal kapcsolatosan, akarnak-e margarínt fogyasztani és ha igen, akkor milyen tulajdonságokat várnak el a terméktől. Továbbá a másik oldalról néz-

ve, a gyártók is meglehetősen nehéz feladattal néznek szembe, amennyiben minél több szegmenst akarnak meggyőzni a termék fogyasztásáról.

Mindemellett említést kell tenni az alkalmazni kívánt módszerről, a diszkrét választási kísérletről (DCE). A módszer egy kinyilvánított preferenciaértékelési eljárás, amely egy hipotetikus helyzetben vizsgálja az egyének választásait. A véletlen hasznosság feltételezésén alapul, miszerint minden személy a számára legnagyobb hasznossági értékkel bíró alternatívát választja egy döntési helyzetben belül. Továbbá LANCESTER (1966) karakterisztika elmélete szerint, a termékek/szolgáltatások hasznosságát azok tulajdonságainak szintjeiből eredezteti. Végül pedig a hasznosságfüggvényt egy szisztematikus és egy nem megfigyelhető részre bontja fel (BAJI, 2012).

2. ANYAG ÉS MÓDSZER – MATERIAL AND METHOD

A primer kutatást a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karának hallgatói körében

végeztük, melyet egy fókuszcsoporthoz interjú előzött meg néhány aktuális termékfogyasztóval, a diszkrét választási kísérlet (DCE) módszertanának megfelelően. Ez alapján kerültek meghatározásra a vizsgálatba bevinni kívánt attribútumok és azok szintjei, melyek között az ár (450-500 grammos kiszerelesre vonatkoztatva, Ft-ban meghatározva), a zsír (%-os formában), a só (%-os formában), és a napraforgóolaj-tartalom szerepeltek (1. táblázat). A kérdőív elkészítéséhez szükséges pontos termékinformációkat egy Spar szupermarket kínálatából nyertük. Jól látható, hogy a korábbiakban már említett, civilizációs megbetegedések előidézéséhez hozzájáruló tényezők is bekerültek az elemzésbe. Kódolás terén „dízajn” formát alkalmaztunk, amelyből az következik, hogy lineáris hatásokat feltételeztünk. Fontos említést tenni arról, hogy a kitöltőknek abban az esetben is választaniuk kellett a felkínált termékalternatívák közül, amennyiben nem fogyasztanak margarint. Ebben az esetben arra kértük őket, hogy mérlegeljék a tényezőket és aszerint döntsenek, melyik alternatíva jár legközelebb ahhoz, hogy meggyőzze őket a vásárlásról.

1. TÁBLÁZAT

**Attribútumok, azok szintjei és kódolásuk a diszkrét választási kísérletben
(Attributes, Their Levels and Coding in the Discrete Choice Experiment)**

TABLE 1

Attribútum (Attribute)	Attribútum szint (Attribute level)	Kódolás (Encoding)
Ár (Price)	350 Ft	Folytonos változó (Continuous variable)
	450 Ft	
	550 Ft	
Zsirtartalom (Fat content)	<31%	1
	31-50%	2
	50%<	3
Sótartalom (Salt content)	<0,51%	1
	0,51-0,8%	2
	0,8%<	3
Napraforgóolaj-tartalom (Sunflower oil content)	Tartalmaz (Contain)	1
	Nem tartalmaz (Does not contain)	0

Forrás (Source): Saját szerkesztés (Own compilation)

A következő fázisban a „kísérleti design” meghatározása következett. A DCE gyakorlatában két megközelítés tekinthető a leginkább elterjedtnek. Az első a „full factorial design”, melyben a lehetséges kombinációk mindegyike helyet kap a kérdőívben. Ez jelen esetben $2^1 + 3^3 = 29$ kártyát (terméket) jelentett volna. Mivel ezt a számot túl nagyoknak ítéltük (mind

a válaszadási idő, mind pedig a válaszadás során történő koncentráció tekintetében), így az úgynevezett „D-efficient design” alkalmaztuk, ahol a döntési szituációk mennyisége csökken. A redukálási folyamatot az Ngene 1.2 szoftverrel végeztük. A végső kérdőív 8 döntési szituációt tartalmazott, melyek mindegyike 3 kártyát foglalt magába (2. táblázat).

2. TÁBLÁZAT

TABLE 2

**Példa a döntési szituációra
(An Example of a Decision-making Situation)**

	Alternatíva 1 (Alternative 1)	Alternatíva 2 (Alternative 2)	Alternatíva 3 (Alternative 3)
Ár (Price)	450 Ft	350 Ft	550 Ft
Zsírtartalom (Fat content)	50%<	<31%	<31%
Sótartalom (Salt content)	<0,51%	0,51-0,8%	0,51-0,8%
Napraforgóolaj-tartalom (Sunflower oil content)	Tartalmaz (Contain)	Tartalmaz (Contain)	Nem tartalmaz (Does not contain)
Az Ön választása (Is Your choice) (X)			

Forrás (Source): Saját szerkesztés (Own compilation)

A kérdőív elkészítését követően annak előzetes tesztelésére került sor annak érdekében, hogy visszajelzést kapjunk az esetleges hibákról, nehezen értelmezhető részekről. A végleges felmérés 2019 októberében történt, a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karának hallgatói körében. Fontos már itt említést tenni arról, hogy a vizsgálatba bevont minta (hozzáférhetőségi mintavételi eljáráson keresztül) nem reprezentatív, az elemzés elsődleges célja a diszkrét választási kísérlet módszerének jelen kontextusban történő tesztelése volt.

3. EREDMÉNYEK – RESULTS

A kérdőív három részből állt össze. Az elsőben a vásárlással és fogyasztással kapcsolatos szokások kerültek megkérdezésre (vásárlási és fogyasztási gyakoriság, márkahűség stb.). A másodikba maga a diszkrét választási kísérlet döntési szituációi (8 darab) kerültek be. Míg

az utolsóban a demográfiai kérdések kaptak helyet, melyek leíró statisztikáit a 3. táblázat szemlélteti.

Az adatok feldolgozása az R szoftver Apollo 0.0.6-os verziójával történt. A választott módszer a Mcfadden nevéhez köthető Multinomiális logit modell (MNL) volt, melynek alapfeltevételezése a véletlen hasznosság elméletéhez köthető. Eszerint az egyének a számukra legnagyobb hasznossággal bíró alternatívát választják. Meglehetősen kényelmes alkalmazhatósága miatt gyakran használják hasonló kísérletek elemzéséhez, ám fontos kitérni arra, hogy két korláttal is rendelkezik. Az egyik, hogy a válaszadókra azonos koefficiens értéket becsül, tehát homogén preferenciákat feltételez. A másik pedig az úgynevezett irreleváns alternatívák függetlensége, miszerint az alternatívák között nincs korreláció egy döntési halmazon belül (BAJI, 2012). Jelen kontextusban a hasznosság szisztematikus részének leírását az 1. egyenlet mutatja be.

$$V_{ij} = ASC + \beta_1 X_{\text{Ár}} + \beta_2 X_{\text{(Közepes zs.)}} + \beta_3 X_{\text{(Magas zs.)}} + \beta_4 X_{\text{(Közepes s.)}} + \beta_5 X_{\text{(Magas s.)}} + \beta_6 X_{\text{(Napraforgóolaj-tart.)}} \quad (1)$$

ahol V_{ij} az i-edik személy, j alternatívára vonatkozó hasznosságának szisztematikus része; ASC az alternatíva specifikus konstans érték,

zs. a zsírtartalomra, s. a sórtartalomra, tart. pedig a napraforgóolaj-tartalomra utal.

**MARGARINNAL KAPCSOLATOS PREFERENCIÁK VIZSGÁLATA
EGYETEMISTA FOGYASZTÓK KÖRÉBEN**

A modell becsléseinek bemutatása előtt, a kérdőív első részét képező vásárlással és fogyasztással összefüggésben született eredményeket ismertetjük. A kitöltők körében havonta 1-2 alkalom (37%), ritkábban mint havonta (27%), nem fogyaszt (17%), nem tudja (11%), hetente 1-2 alkalom (6%), hetente 3-4 alkalom (2%) jellemezte a vásárlási gyakoriságot. Fogyasztás terén: havonta 1-2 alkalom (23%), hetente 3-4 alkalom (22%), nem fogyaszt (19%), hetente 1-2 alkalom (17%), ritkábban mint havonta (7%), naponta (7%), nem tudja (4%), illetve naponta többször (1%). A fizetett ár szempontjából: 4-500 Ft között (26%), 3-400 Ft között (24%), nem fogyaszt (19%), nem tudja

(15%), 5-600 Ft között (11%), 300 Ft alatt (3%), 600 Ft felett (2%). A vásárlási hely szerint: diszkontüzlet (31%), szupermarket (19%), nem fogyaszt (19%), hipermarket (15%), kiskereskedelmi társulás (10%), vegyes kereskedés (6%). Míg márkahűség esetében: ritkán tér el (37%), nem törődik vele (20%), nem fogyaszt (19%), mindig ugyanazt választja (13%), gyakran eltér (11%) alakultak az arányok. Nyitott kérdésként a leginkább preferált márkák is megkérdezésre kerültek, amire a megkérdezettek 63%-a adott választ. Megoszlás szerint Rama (52%), Delma (22%), Flora (12%), Vénusz (7%), Bords eve (7%) eredmény született.

3. TÁBLÁZAT

TABLE 3

**A válaszadók demográfiai jellegű adatai
(Demographic Data of Respondents)**

Változók (Variables)	Minta (Sample) (N=150)
Nem (Gender) (%)	
Férfi (Man)	34,7
Nő (Woman)	65,3
Lakhely (Residence) (%)	
Község (Township)	19,0
Kisváros (Small town)	25,2
Középváros (Medium city)	11,6
Nagyváros (Big city)	44,2
Legmagasabb iskolai végzettség (Highest education level) (%)	
Érettségi (Graduation)	86,4
Érettségi és további képzés (Graduation and further qualification)	13,6
Havi nettó jövedelem a háztartásban (1 főre jutó) (Monthly net income (per capita)) (%)	
<150 000	21,2
150 000-250 000	35,7
250 005-350 000	21,9
350 000<	21,2
Családi állapot (Marital status) (%)	
Egyedülálló (Single)	80,1
Élettárs / Házastárs (Life partner / Married)	19,9

Forrás (Source): Saját szerkesztés (Own compilation)

A 4. táblázat az MNL modell becslés eredményeit mutatja be. A táblázat adataiból jól látható, hogy a zsír- és sótartalom növekedésével arányosan csökken a fogyasztói hasznosságérzet a termékkel kapcsolatban. Ezen esetekben a t-értékek szerint már szignifikáns hatás

van jelen. Szintén jelentős befolyással bír az ár attribútum is, ami ugyancsak negatív koefficiens értékkel szerepel. Ez arra enged következtetni, hogy az ár emelkedése szintén redukálja a hasznosságot.

4. TÁBLÁZAT

A modell becslés eredményei
(Results of Model Estimation)

TABLE 4

	Becslés (Estimate)	Standard hiba (Standard error)	t-teszt (t-test)
ASC_alternatíva2 (ASC_alternative2)	0,1011	0,0714	1,42
ASC_alternatíva3 (ASC_alternative3)	-0,2274	0,0778	-2,92
Ár (Price)	-0,0019	0,0005	-4,20
Közepes zsírtartalom (Medium fat content)	-0,1028	0,1276	-0,81
Magas zsírtartalom (High fat content)	-0,7132	0,0912	-7,82
Közepes sótartalom (Medium salt content)	-0,1447	0,0929	-1,56
Magas sótartalom (High salt content)	-0,4195	0,0970	-4,32
Tartalmaz napraforgóolajat (Sunflower oil content)	-0,0647	0,0703	-0,92
Megfigyelések (Observations)		1 200 db	
R ²		0,0658	
AdjR ²		0,0597	
LL		-1231,59	
AIC		2479,18	
BIC		2519,9	

Forrás (Source): Saját szerkesztés az R Apollo 0.0.6 becslései alapján (Own compilation based on the estimation of R Apollo 0.0.6)

Megjegyzés (Notes): Az ASC_alternatíva1, Alacsony zsírtartalom, Alacsony sótartalom és a Nem tartalmaz napraforgóolajat változók jelentették a bázis szintet a becslések során (The variables of ASC_alternative1, low fat content, low sugar content and it not consists of sunflower oil meant the basis during the estimations)

Az 5. táblázat a WTP (willingness to pay) számítások eredményeit szemlélteti.

A fizetési hajlandóságra vonatkozó becslések paraméterei alapján azokat a feltételezéseket tehetjük, hogy a mintában szereplő fogyasztók, a zsír- és sótartalom növekedésével arányosan egyre kevesebbet hajlandók fizetni margarinért. 31-50% közötti zsírtartalmú

margarinért megközelítőleg 53 Ft-tal, míg az 50% feletti termékért 370 Ft-tal alacsonyabb a fizetési hajlandóság a legalacsonyabb, 31% alattihoz képest. Sótartalom tekintetében a 0,51-0,8% közötti margarinért hozzávetőlegesen 75 Ft-tal, míg a 0,8% felettiért 218 Ft-tal fizetnének alacsonyabb összeget a bázis szintet reprezentáló 0,51% alattihoz viszonyítva.

**A WTP számítások eredményei
(Introduction of the Tables Formal Condition)**

Attribútum (Attribute)	Fizetési hajlandóság (Willingness to pay)
Közepes zsírtartalom (Medium fat content)	-53,35
Magas zsírtartalom (High fat content)	-370,11
Közepes sótartalom (Medium salt content)	-75,11
Magas sótartalom (High salt content)	-217,67

Forrás (Source): Saját szerkesztés az R Apollo 0.0.6 becslései alapján (Own compilation based on the estimation of R Apollo 0.0.6)

4. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK – CONCLUSIONS AND PROPOSALS

Kutatásunk eredményei bizonyítják, hogy a választott módszertan sikeresen alkalmazható az élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói preferenciák elemzésére. A diszkrét választási kísérlet outputjai alapján, a felmérésben résztvevők között egyértelmű tudatosság van jelen a zsír- és sófogyasztással kapcsolatban. Fontos még szót ejteni arról, hogy kitöltők nincsenek teljesen tisztában, vagy nem ismerik el a napraforgóolaj jótékony hatásait. Ezt mi sem bizonyítja jobban, mint a negatív előjel és a szignifikancia hiánya az attribútummal összefüggésben.

Meglátásunk szerint érdemes lenne megpróbálni a diszkrét választási modellek (a hagyományos MNL modellel túl, akár komplexebbek is) gyakoribb használatát ezen a területen. Továbbá az eredmények alapján a gyártók nagyobb figyelmet fordíthatnának a zsír- és sótartalom csökkentésére és arra, hogy fogyasztóikban tudatosítsák a napraforgóolaj egészségre gyakorolt jótékony hatásait.

5. ÖSSZEFOGLALÁS – SUMMARY

Kutatásunk középpontjában a diszkrét választási kísérlet alkalmazhatóságának vizsgálata volt, az élelmiszerekkel (jelen esetben margarinnal) kapcsolatban. A módszertan hatékonyságának felmérése mellett szerettünk volna képet kapni arról, hogyan is ítélnék meg a hazai

fogyasztók egy olyan egészség szempontjából megosztó terméket, mint a margarin. Azaz milyen tulajdonságokat várnak el és melyek azok, amelyek növelik/csökkentik hasznosságérzetüket. Továbbá ezek összhangban vannak-e a civilizációs megbetegedések megelőzésével. A válaszok megtalálásához a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karának hallgatói körében vittük végig a diszkrét választás kísérletét, a szakirodalomban leírt részletességgel.

Modellünk becslései a módszertan jelen területen történő sikeres alkalmazhatóságát igazolják. A kapott eredmények alapján megállapítható, hogy a zsír- és sótartalom növekedésével arányosan csökken a fizetési hajlandóság (WTP), valamint az előzetes elvárásokkal ellentétben a fogyasztói hasznosságérzetet nem befolyásolja jelentős mértékben a napraforgóolaj-tartalom. A nyert információkból hasonló konzekvenciára jutottunk, mint a bevezetőben hivatkozott irodalmak szerzői. Következtetésünk szerint a mintában szereplő fogyasztók között részben jelen van az egészségtudatosság és a civilizációs megbetegedések megelőzését szolgáló döntéseket hoznak meg választásaik során.

Kutatásunk korlátai között említést kell tenni újfent arról, hogy a tanulmány elsődleges célja a módszertan tesztelése volt, a bevont minta nem reprezentatív, így az eredmények nem alkalmasak általánosításra. Emellett az alkalmazott modell magyarázóereje (R^2) csekély. Ezen tényezőkből adódóan, jövőbeni kutatási irányokat jelenthet egy reprezentatív minta vizsgálata, valamint további modellek tesztelése.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS –

ACKNOWLEDGEMENT

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

IRODALOMJEGYZÉK – REFERENCES

Aaron, K. J. – Sanders, P. W.: Role of Dietary Salt and Potassium Intake in Cardiovascular Health and Disease: A review of the Evidence. *Mayo Clinic Proceedings.* 2013. 88 (9) 987–995. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.mayocp.2013.06.005>

Baji, P.: A diszkrét választás módszere. *Statistikai Szemle.* 2012. 90 (10) 944–963.

Barcs, J. – Jenes, B.: Funkcionális élelmiszerek növekvő népszerűsége – a hazai cereáliapiac fogyasztói megítélése. *Táplálkozásmarketing.* 2017. 4 (1-2) 23–37. DOI: <https://doi.org/10.20494/tm/4/1-2/3>

Barna, F. K. – Bauerné, G. A. – Kovács, B. – Szakály, Z.: Az alternatív étrendet követők helyi termékek vásárlásához kapcsolódó attitűdjei. *Táplálkozásmarketing.* 2018. 5 (2) 3–15. DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/5/2/1>

Bibbins-Domingo, K. – Chertow, G. M. – Coxson, P. G. – Moran, A. – Lightwood, J. M. – Pletcher, M. J. – Goldman, L.: Projected Effect of Dietary Salt Reductions on Future Cardiovascular Disease. *New England Journal of Medicine.* 2010. 362 (7) 590–599. DOI: <https://doi.org/10.1056/nejmoa0907355>

Bolte, G. – Frye, C. – Hoelscher, B. – Meyer, I. – Wjst, M. – Heinrich, J.: Margarin Consumption and Allergy in Children. *American Journal of Respiratory and Critical Care Medicine.* 2001. 163 (1) 277–279. DOI: <https://doi.org/10.1164/ajrccm.163.1.2006004>

Bolte, G. – Winkler, G. – Hölscher, B. – Thefeld, W. – Weiland, S. K. – Heinrich, J.: Margarine Consumption, Asthma, and Allergy in Young Adults: Results of the German National Health Survey 1998. *Annals of Epidemiology.* 2005. 15 (3) 207–213. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annepidem.2004.04.004>

Fransen, H. P. – de Jong, N. – Wolfs, M. – Verhagen, H. – Verschuren, W. M. M. – Lutjohann, D. – von Bergmann, K. – Plat, J. – Mensink, R. P.: Customary Use of Plant Sterol and Plant Stanol Enriched Margarine Is Associated with Changes in Serum Plant Sterol and Stanol Concentrations in Humans. *The Journal of Nutrition.* 2007. 137 (5) 1301–1306. DOI: <https://doi.org/10.1093/jn/137.5.1301>

Gagliardi, A. C. M. – Maranhao, R. C. – de Sousa, H. P. – Schaefer, E. J. – Santos, R. D.: Effects of Margarines and Butter Consumption on Lipid Profiles, Inflammation Markers and Lipid Transfer to HDL Particles in Free-Living Subjects With the Metabolic Syndrome. *European Journal of Clinical Nutrition.* 2010. 64 (10) 1141–1149. DOI: <https://doi.org/10.1038/ejcn.2010.122>

GFK csoport: Trenddé válhat az egészségtudatosság. 2016.11.17. URL: http://medicalonline.hu/eu_gazdasag/cikk/trendde_valhat_az_egeszsegtudatosság (Letöltés dátuma: 2019.07.11.)

Gunnars, K.: Butter vs. Margarine: Which Is Healthier? In: *Healthline.* 2018.04.17. URL: <https://www.healthline.com/nutrition/butter-vs-margarine#what-are-butter-and-margarine> (Letöltés dátuma: 2019.07.11.)

Harcombe, Z. – Baker, J. S.: Plant Sterols Lower Cholesterol, but Increase Risk for Coronary Heart Disease. *Online Journal of Biological Sciences.* 2014. 14 (3) 167–169. DOI: <https://doi.org/10.3844/ojbsci.2014.167.169>

Hawkes, C.: Nutrition Labels and Health Claims: The Global Regulatory Environment. *World Health Organization, Geneva,* 2004, 1–88.

- Huszka, P.:** Faktor- és klaszterelemzés a hazai tejtermékpiacon. Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing. 2005. 2 (1-2) 39–44.
- Judd, J. T. – Baer, D. J. – Clevidence, B. A. – Muesing, R. A. – Chen, S. C. – Weststrate, J. A. – Meijer, G. W. – Wittes, J. – Lichtenstein, A. H. – Vilella-Bach, M. – Schaefer, E. J.:** Effects of Margarine Compared with Those of Butter on Blood Lipid Profiles Related to Cardiovascular Disease Risk Factors in Normolipemic Adults Fed Controlled Diets. The American Journal of Clinical Nutrition. 1998. 68 (4) 768–777. DOI: <https://doi.org/10.1093/ajcn/68.4.768>
- Juhász, L.:** Egészségtudatos táplálkozás közgazdasági értelmezése. Gazdaság & Társadalom. 2014. 6 (2) 16–30. DOI: <https://doi.org/10.21637/GT.2014.2.02>.
- Kreuter, M. W. – Brennan, L. K. – Scharff, D. P. – Lukwago, S. N.:** Do Nutrition Label Readers Eat Healthier Diets? Behavioral Correlates of Adults Use of Food Labels. American Journal of Preventive Medicine. 1997. 13 (4) 277–283. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0749-3797\(18\)30175-2](https://doi.org/10.1016/S0749-3797(18)30175-2)
- Lancaster, K. J.:** A New Approach to Consumer Theory. Journal of Political Economy. 1966. 74 (2) 132–157. DOI: <https://doi.org/10.1086/259131>
- Meneton, P. – Jeunemaitre, X. – de Wardener, H. E. – Macgregor, G. A.:** Links Between Dietary Salt Intake, Renal Salt Handling, Blood Pressure, and Cardiovascular Diseases. Physiological Reviews. 2005. 85 (2) 679–715. DOI: <https://doi.org/10.1152/physrev.00056.2003>
- Mozaffarian, D. – Fahimi, S. – Singh, G. M. – Micha, R. – Khatibzadeh, S. – Engell, R. E. – Lim, S. – Danaei, G. – Ezzati, M. – Powles, J.:** Global Sodium Consumption and Death from Cardiovascular Causes. New England Journal of Medicine. 2014. 371 (7) 624–634. DOI: <https://doi.org/10.1056/nejmoa1304127>
- Ramsden, C. E. – Zamora, D. – Majchrzak-Hong, S. – Faurot, K. R. – Broste, S. K. – Frantz, R. P. – Davis, J. M. – Ringel, A. – Suchindran, C. M. – Hibbeln, J. R.:** Re-Evaluation of the Traditional Diet-Heart Hypothesis: Analysis of Recovered Data from Minnesota Coronary Experiment (1968–73). BMJ. 2016. 353 i1246. DOI: <https://doi.org/10.1136/bmj.i1246>
- Sausenthaler, S. – Kompauer, I. – Borte, M. – Herbarth, O. – Schaaf, B. – Berg, A. – Zutavern, A. – Heinrich, J. – LISA Study Group:** Margarine and Butter Consumption, Eczema and Allergic Sensitization in Children. The LISA Birth Cohort Study. Pediatric Allergy and Immunology. 2006. 17 (2) 85–93. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1399-3038.2005.00366.x>
- Strazzullo, P. – D’Elia, L. – Kandala, N. B. – Cappuccio, F. P.:** Salt Intake, Stroke, and Cardiovascular Disease: Meta-Analysis of Prospective Studies. BMJ. 2009. 339 (1) b4567. DOI: <https://doi.org/10.1136/bmj.b4567>
- Szakály, Z. – Kiss, M. – Jasák, H.:** Funkcionális élelmiszerek, fogyasztói attitűdök és személyre szabott táplálkozás. Táplálkozásmarketing. 2014. 1 (1-2) 3–17. DOI: <https://doi.org/10.20494/tm/1/1-2/1>
- Trautwein, E. A. – Koppenol, W. P. – de Jong, A. – Hiemstra, H. – Vermeer, M. A. – Noakes, M. – Luscombe-Marsh, N. D.:** Plant Sterols Lower LDL-Cholesterol and Triglycerides in Dyslipidemic Individuals with or at Risk of Developing Type 2 Diabetes; a Randomized, Double-Blind, Placebo-Controlled Study. Nutrition and Diabetes. 2018. 8 (1) 1–13. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41387-018-0039-8>

Trichopoulou, A. – Katsouyanni, K. – Stuver, S. – Tzala, L. – Gnardellis, C. – Rimm, E. – Trichopoulos, D.: Consumption of Olive Oil and Specific Food Groups in Relation to Breast Cancer Risk in Greece. *JNCI Journal of the National Cancer Institute*. 1995. 87 (2) 110–116. DOI: <https://doi.org/10.1093/jnci/87.2.110>

WHO: World Health Statistics 2018: Monitoring Health for the Sdgs, Sustainable Development Goals. World Health Organization, Geneva, 2018. URL: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/272596/9789241565585-eng.pdf?ua=1> (Letöltés dátuma: 2019.07.14.)

Wijga, A. H. – Smit, H. A. – Kerkhof, M. – de Jongste, J. C. – Gerritsen, J. – Neijens, H. J. – Boshuizen, H. C. – Brunekreef, B.: Association of Consumption of Products Containing Milk Fat with Reduced Asthma Risk in Pre-School Children: The PIAMA Birth Cohort Study. *Thorax*. 2003. 58 (7) 567–572. DOI: <https://doi.org/10.1136/thorax.58.7.567>

JEGYZETEK NOTES

EATING BEHAVIORS OF PRESCHOOL-AGED CHILDREN – GENDER-LINKED DIFFERENCES



KÁSLER, TIMEA



Corvinus University of Budapest, Institute of Marketing and Media
H-1093 Budapest, Fővám tér 8.
email: tina.toth@yahoo.com

A growing popularity in the consumption of foods with low nutritional value is increasing amongst the preschool age groups worldwide, which is partially responsible for the increase of childhood obesity rates globally. Thus, it is vital to examine the eating behavior of preschool aged children, as these are known to effect the daily energy intake. On the contrary, gender differences could possibly also influence the food intake and therefore health-related outcomes in children. In order to investigate the relationship between the children's eating behavior and their gender, a survey was conducted amongst the parents of children aged between 3-7 in Hungary, which included Wardle et al.'s (2001a) 35-item instrument, the Children's Eating Behavior Questionnaire, together with questions concerning possible food allergies and demographics. The sample of size N=365 was then analyzed using SPSS via the INDSICAL method. The initial creators of the Child Eating Behavior Questionnaire found only one gender difference, namely that the incidence of eating fussiness was slightly higher in boys, the findings of the current study were able to verify this result together with other dissimilarities. The findings indicate that other eating behaviors can be linked to gender, including that girls' desire to drink, which is generally higher than that of boys and that boys tend to eat slower than girls. Boys also lean towards emotional undereating, while girls have a tendency towards emotional overeating. The information above can be of great use to marketers in the food and beverage industry as well as the healthcare industry.

KEYWORDS: eating behavior, preschool-aged children, gender, Children's Eating Behavior Questionnaire, consumer behavior

JEL-KÓDOK (JEL CODES): I12, M31

DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/6/2/2>

1. INTRODUCTION

As foods with low nutritional value are demanded at a higher rate by small children, childhood obesity rates increase. There are also concerns about what other long-term health consequences this new trend may have. Whilst children themselves cannot be held accountable for this unfortunate development, not all factors influencing eating behavior are modifiable, such as the environmental factors and food-related experiences (DECOSTA et al., 2017). Studying the eating behaviors, however can lead to a better understanding of

various types of eating disorders as well as food preferences and can therefore increase the overall health of children at such a young age. Certain differences in behavior can be traced back to gender differences, even at this age; however, what relation gender has with eating behaviors in this age group remains to be studied in detail. Connecting eating behavior with gender studies is a rather understudied subject, especially in the preschool age range, even though studies have found that children's eating habits can be subjected to an age-related decline in dietary quality (LYTLE et al., 2000). It is vital to understand how children's

preferences and behaviors are shaped, as different behaviors, such as eating pace and eating fussiness can have drastic consequences such as poor dietary variety and energy intake during early childhood. This, in turn, can lead to poor nutrition and thus to possibly adverse health-related outcomes (TAYLOR et al., 2015).

2. LITERATURE REVIEW

Firstly, it is vital to define gender as well as pre-school children's consumer behavior. VALKENBURG and CANTOR (2001) have attempted to do so from infancy to 12 years of age. Although there is no single definition of consumer behavior in the literature, those that have been employed, seem to entail at least four characteristics. According to Valkenburg and Cantor, young consumers are able to feel desires and preferences, they are also able to search to fulfil them, they are able to choose and make a purchase, and finally they are able to evaluate the product and its alternatives. The development of consumer behavior occurs in four phases, in each phase, one of the four characteristics of consumer behavior emerges.

Gender has a long history in marketing, and it is an important segmentation variable. Culturally, gender describes behavior seen as being applicable to the sexes in a given society at a given time (LERNER, 1986). Initial research on the gender differences in the eating behaviors of children showed eating habits in an early age are similar, regardless of the child's gender (LYTLE et al., 2000; PEREZ-RODRIGO et al., 2003; SVENSSON et al., 2011; WILSON, 2000). However, numerous other studies were able to find minor differences between the eating behaviors of the children.

In regards to fussy eating, a study done by RYDELL et al. (1995) found, that approximately one third of both boys and girls are fussy eaters. This was also underlined by HOLM-DENOMA et al. (2005), who found, that boys and girls exhibit similar levels of pickiness, however, fathers reported that boys refused food more often. COOKE and WARDLE (2005) on the other hand, found that younger boys disliked more foods than girls, whereas in the older groups, this effect was reversed. MARCHI and

COHEN (1990) found that fussy eating and fixating on weight is more common in girls than boys. However, MOROSHKO and BRENNAN (2013) found that picky eating affects girls and boys equally. In addition, another study found that boys identified as fussy eaters were more likely to throw tantrums than both fussy girls and non-picky children. Picky eaters were reported to eat a limited variety of foods, require food to be prepared in specific ways, be less likely to accept new foods, and have strong likes and dislikes in food. Furthermore, parents of fussy boys were more likely to offer a reward to encourage eating than parents of fussy girls were (MASCOLA et al., 2010). The creators of the Child Eating Behavior Questionnaire found that the only gender difference amongst children was that eating fussiness was slightly more frequent in boys than in girls (WARDLE et al., 2001a).

A study regarding emotional overeating found that girls with low mother/child relationships were prone to emotional overeating. This was not the case for girls with high mother/child relationships or for boys with either high or low mother/child relationships (ESCOBAR et al., 2014). A Canadian study of 3-year-olds suggested, that girls had a significantly greater ability than boys did to delay responding to eating impulse. The girls' impulsive responding toward a sweet reward predicted increased consumption of palatable fat and higher body mass index. The study's findings suggest that in girls, the quality of fetal growth may contribute to impulsive eating. This may promote an increased intake of fats (SILVEIRA et al., 2012). According to SALVY et al. (2007), overweight girls consumed more kcal when they ate with an overweight peer compared to when they ate with a normal-weight peer.

A study by COOKE and WARDLE (2005) on food preferences in children showed that girls liked fruit and vegetables more than boys did, whereas boys liked fatty and sugary foods, meat, processed meat products and eggs more than girls did. The first part of these findings was supported by other studies, such those conducted by WARDLE et al. (2001b) and LE BIGOT MACAUX (2001). There was a significant age-by-gender interaction in the

number of foods disliked, with younger boys disliking more foods than girls, whereas in the older groups this effect was reversed (COOKE and WARDLE, 2005).

DEL TORO and GREENBERG (1989) surveyed high school students on television behaviors, particularly those related to television commercials, in conjunction with food preferences, consumption, and buying behaviors. Girls expressed more desire than boys for TV-advertised foods and had more positive attitudes toward television commercials. YAVAS and ABDUL-GADER (1993) also confirmed that Saudi grade 5-8 girls liked food adverts significantly more than boys did. KELLER et al. (2012) also found that girls ate about 100 calories more when the meals were branded compared to unbranded. It has been concluded, that regarding boys, television viewing while eating a meal contributes to increased energy intake by delaying normal mealtime satiation and reducing satiety signals from previously consumed foods (BELLISSIMO et al., 2007). Boys' and girls' brand knowledge seemed to be alike as both genders received the same exposure to information and entertainment (MCNEAL, 1992). A study by ROMERO et al. (2009) found that girls exposed to the large serving size video consumed more cookies compared to those exposed to the small serving size video.

Eating behaviors and attitudes to eating, dieting and body image were studied in 7-year-old Swedish girls. The results indicate that one-quarter of 7-year-old girls have concerns regarding their body weight and that they make attempts to lose weight (EDLUND et al., 1996). Similar results were found in an Israeli study by SASSON et al. (1995).

An investigation of the parental feeding habits of 3-year-old children showed, that parents often report the eating habits of children differently, depending on the gender of the child (HOLM-DENOMA et al., 2005). A study on parental controlled feeding practices showed that only for boys was pressure to eat positively associated with eating in the absence of hunger (HARRIS et al., 2014). Another study found that, for boys, significant predictors of body weight were family food insecurity and

conflicts during mealtime. Healthy eating was predicted by food insecurity, mealtime conflicts, and sedentary behaviors. For girls, none of the variables predicted body weight; however, food insecurity predicted less healthy eating (TREMBLAY and RINALDI, 2010). Also due to differing parental perception of offspring body size, the feeding habits of parents can differ, too. Mothers reported that their daughters ate enough food, but not that their sons did. Finally, mothers worried about their sons being underweight, but not that their daughters were underweight. Fathers also worried about their sons, but not their daughters, being underweight (HOLM-DENOMA et al., 2005). Girls were rated as significantly more emotional than boys and significantly more active than girls (HAYCRAFT et al., 2011). Girls are also more likely to be responsive towards peer models compared to boys, where new foods presented with enthusiastic teacher modelling and enthusiastic peer modelling for a competing food (HENDY and RAUDENBUSH, 2000).

A study by GUELINCKX et al. (2015) described the intake of water and all other beverages in children in 13 countries on three continents. The findings showed that water and hot beverage intake was slightly higher for girls than boys, whereas total intake of milk, juices and soda was higher for boys. There were also significant differences within certain countries, i.e., boys in the UK and China had a significantly higher soda contribution to their total fluid intake than girls.

It has to be noted, that the current study was conducted in Hungary, thus the general eating behavior of the country might alter the results of the outcomes slightly. Still a study conducted by BARTA and SZÚCS (2015) underlined, that Hungarian children are also exposed to a great amount of brand-related cartoon characters, logos and slogans through television advertisements, while their remembering rate is shockingly high. The children's favorite ads were food advertisements and games (e.g. LEGO). The most popular advertisement was however Jófogás (a special Hungarian advertisement with a plush toy), yet it was closely followed by Paula Pudding, Milka, and Coca-Cola. Though no similar study was

yet conducted to the current one, KELLER et al. (2016) looked into the differences in the eating behaviors of grownups in Hungary, also looking into gender related differences using the Three Factor Eating Questionnaire (TFEQ). The study found that Emotional eating (EE) and cognitive control eating are typical eating styles among women and that cognitive control eating is typical for people belonging to Y generation, however children were not included in the study. Still, according to HOFMEISTER-TÓTH (2016) health is the most important value to Hungarians, however in terms of achievement it is only ranked 14th for the general population. Thus healthy eating and food shopping is not a significant factor for Hungarians, although a small segment was detected who are health-conscious and seek healthy nutrition characteristics (DÖRNYEI et al., 2014). Namely, young couples and empty-nest households proved to have the most health-conscious eating habits. Full-nest and single-parent groups also reported a high level of awareness of healthy food intake. Young singles, delayed nest and elderly singles/couples have the least healthy lifestyles, ignoring most aspects of healthy living (NEULINGER and SIMON, 2011). In fact, 19% of the Hungarian children aged 8-12 and 27% of 13-14 year-olds visit fast-food chains at least once a month (NEULINGER, 2015). Reflecting on past Hungarian studies highlights, that the eating behavior in Hungary is close from seamless, thus it is essential to examine the eating behavior of children in specific, as wrong embedded behaviors can accompany a person through their entire life.

3. MATERIAL AND METHOD

The present study aims to analyze the relationship between eating behavior and gender among preschool-aged children. Past theoretical frameworks suggest that while differences do exist, they are minimal. However, past research only focused on one eating behavior at a time, such as food selection or fussy eating; whereas the purpose of this study is to evaluate what types of eating behaviors are different between genders. Based

on existing work, it is hypothesized further, that gender differences in eating behavior are most profound in relation to emotional eating as well as fussy eating. Finally, the present study aims to examine how much of the gender differences in eating behavior are left unexplained regarding the preschool age group.

Numerous psychometric instruments have been developed in the past in order to assess the eating behavior in children, including the Children's Eating Behavior Inventory (ARCHER et al., 1991), the Bob and Tom's Method of Assessing Nutrition (BABBITT et al., 1995) and the Children's Eating Behavior Questionnaire (WARDLE et al., 2001a). The latter is generally regarded as one of the most comprehensive instruments in assessing children's eating behavior, therefore it was also selected for the current study. The questionnaire was developed and validated in the United Kingdom. It has been used for different research purposes, such as to examine the relationship between obesity and eating behaviors (CARNELL and WARDLE, 2007; RODGERS et al., 2013), the relationship with body mass index (POWERS et al., 2006; VIANA et al., 2008) to examine continuity in children's eating behaviors across time (ASHCROFT et al., 2007) and to examine the relations between children's maternal feeding practices (AINUKI and RIE, 2011; BLISSETT et al., 2010).

WARDLE et al.'s (2001a) Children's Eating Behavior Questionnaire has 35-items with eight scales, this survey was taken as a basis for the current study for the reasons stated above. The survey was first translated into Hungarian and then back into English, to make sure the translations were appropriate. The 35-item Children's Eating Behavior Questionnaire was therefore the first section of the survey, followed by questions concerning possible food allergies and finally demographic questions regarding the children and their parents. The survey was conducted online in 2016 with parents whose children were between 3 and 7 years old. It is important to note, that the differences in the eating behaviors of genders has not been analyzed in Hungary so far, however, it is vital to do so, as the eating preferences can

EATING BEHAVIORS OF PRESCHOOL-AGED CHILDREN – GENDER-LINKED DIFFERENCES

influence the future choice of brands related to foods and beverages of the children. The sample of size $N=365$ was then analyzed using SPSS via the INDSCAL method to investigate the relationship between the children's eating behaviors and their gender.

The sample consisted of 365 parents of preschool children aged 3-7 years. Regarding the socio-demographic characteristics of the children and their mothers, 190 respondents lived in or around the capital of Hungary, i.e., the majority did so. 177 respondents claimed to have an "average" income, while the second most common income level was "good". Only 16 respondents claimed to have a "below average"

or "poor" income. The mean age of the children was 4.51 years. Apart from the 35-item Child Eating Behavior Questionnaire, the survey included numerous questions regarding the children's media consumption habits as well as any form of possible allergies or illnesses the children might have regarding their daily food consumption. The most common food allergy was lactose intolerance, which affected 6.8% of the children in the sample. The average television viewing time for the children was "between 1-2 hours" daily. The demographic characteristics of the participants are summarized in *Table 1*.

TABLE 1
Selected Demographic Characteristics of the Sample Participating in the Survey

Characteristics		Frequency	Percentage (N=365)
Gender	Boy	200	54.8
	Girl	165	45.2
	Total	365	100.0
Age	3	119	32.6
	4	74	20.3
	5	77	21.1
	6	58	15.9
	7	37	10.1
	Total	365	100.0
Family income	Poor	2	0.5
	Below average	14	3.8
	Average	177	48.5
	Good	116	31.8
	Very good	33	9.6
	Total	342	100.0
Region	Central Hungary (Budapest)	190	52.1
	Northern Hungary	29	7.9
	Northern Great Plain	59	16.2
	Western Transdanubia	13	3.6
	Southern Great Plain	23	6.3
	Southern Transdanubia	9	2.5
	Central Transdanubia	19	5.2
	Total	342	100.0

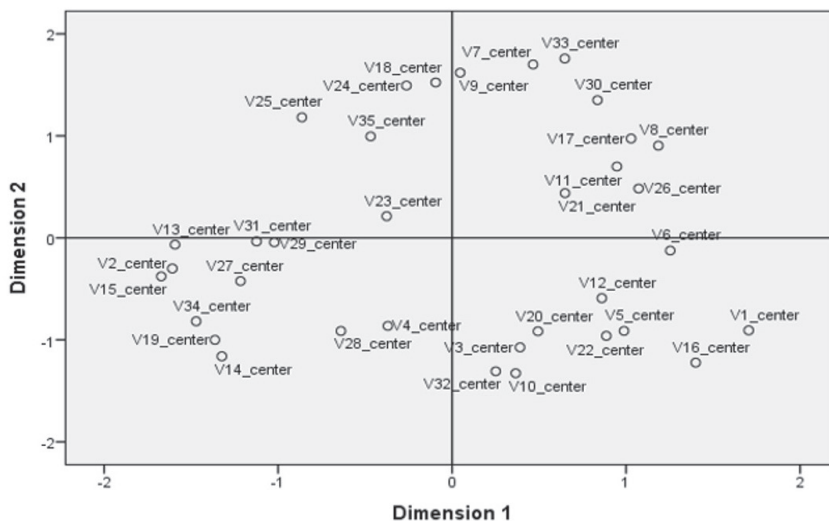
Source: Own compilation

3. RESULTS

The results were explored via multidimensional scaling, and a Euclidean two-dimensional distance model was created using SPSS. Figure 1 provides a graphical depiction of the relationships between the items by placing them in two-dimensional space. A dimension reduction algorithm calculates locations of the

items in space according to the “similarity” or “dissimilarity” of responses among the items. If two items are placed close together, this indicates that parents who reported a high score on one item were likely to report a high score on the other. The distance model reveals a total of three eating behaviour clusters. The three clusters produced are overeating, fussy eater and enjoys nourishment.

FIGURE 1
Perceptual Map of the Euclidean Distance Model Showing the Relationship Between Eating Behaviors and Genders



Source: Own compilation using SPSS

Notes: Derived Stimulus Configuration Individual differences (weighted) Euclidean distance model

The results of the analysis concluded that there are substantial differences in the genders regarding eating behavior; however it remains to be clarified which of the items are specifically true for a certain gender at this point. A common approach to interpreting the results is simply to observe the clusters on the perceptual map. However, to get a clearer picture, the exact weights of the variables were analyzed separately.

Examination of the weights reveal that four items from the CEBQ can be associated

with boys (9, 18, 32 and 24) and six with the girls (31, 29, 13, 6, 23 and 2). The distances of all items selected for the respective genders were between 0 and 0.3 from the dimension axes. The exact results are summarized in Table 2. Boys are fussier eaters, they have a slow eating pace and have tendency towards emotional undereating. At the same time, they are interested in tasting new foods. On the other hand, girls tend to engage in emotional overeating and drink more often.

TABLE 2

Differences in Eating Behavior Between Girls and Boys

Boys	Girls
v18: My child takes more than 30 minutes to finish a meal	v31: If given the chance, my child would always be having a drink
v9: My child eats less when angry	v29: If given the chance, my child would drink continuously throughout the day
v32: My child is interested in tasting food s/he hasn't tasted before	v13: My child eats more when annoyed
v24: My child is difficult to please with meals	v6: My child is always asking for a drink
	v23: My child eats more when she is happy
	v2: My child eats more when worried

Source: Own compilation

4. CONCLUSIONS AND SUGGESTIONS

Interestingly the results are rather diverse, i.e., many of the results obtained can be validated with past findings, not all findings are in line with past research in this field, and some of the results have not really been discussed to this point. As mentioned, fussy eating amongst children is a highly a debated subject and past research results in this particular field are rather inconsistent.

Even one of the present findings regarding the boys' sample is slightly contradictory, as one of the results state that boys are interested in tasting food that they have not tasted before, while they are also difficult to please. However, together with the other two findings, namely, that they are slow eaters and eat less when experiencing negative emotions, this result underlines that boys have a higher tendency towards fussy eating; this was also underlined by past research (COOKE and WARDLE, 2005; MASCOLA et al., 2010). At the same time, according to the present results, they are open to tasting new foods; nevertheless, this does not mean that they like the new foods they taste. This specific finding is definitely worth investigating further, perhaps even as part of a qualitative study. Another possible explanation for the current findings can be linked to the study of MASCOLA et al. (2010), who found that parents of fussy boys, were more likely to offer a reward to encourage eating, giving these children an incentive to try new foods. The same study also found that boys identified

as fussy eaters were more likely to have tantrums, which could explain why boys tend to eat less when angry according to the current findings. Finally as WARDLE et al. (2001a) and COOKE and WARDLE (2005) pointed out, younger boys dislike more foods than girls, which explains why they are so hard to please at mealtime. The finding regarding the slower eating pace of boys is new and cannot be neither confirmed nor refuted, and this slower pace might well be linked to boy's fussiness.

The findings for the girls are divided into two groups, with the results being linked to either to fluid consumption or emotional overeating. Past research has not only found that girls are more emotional than boys (HAYCRAFT et al., 2011) but it has also linked emotional eating with girls (ESCOBAR et al., 2014; SILVEIRA et al., 2012). The new insight gained from this study is that girls tend towards emotional overeating when they are annoyed or worried, but can exhibit the behavior even when they are happy. Furthermore, the current study found that girls ask for drinks more than boys and prefer drinking throughout the day. However, it should to be noted that the findings do not reflect on the total fluid consumption of the children, only on how often they ask for drinks. Studies on this specific issue are highly scarce, as papers focus mainly on the eating, and not the drinking behavior of the children. Still, the current results are partially in line with the findings of GUELINCKX et al. (2015), who found that water and hot beverage intake is slightly higher for girls yet there are differences between countries. Unfortunately,

no past papers focused on the frequency of fluid consumption in young children; however, three different survey items regarding drinking were true for girls, not boys, highlighting the relevance of the subject.

Evidently, the reasons behind certain gender differences regarding eating behaviors are vast and could extend back to the infant stage. A study found that, for example, breastfeeding and the introduction of complementary foods after 6 months of age reduced the odds of picky eating during early childhood (SHIM et al., 2011), while another study found a positive association between breastfeeding for less than 6 months and picky eating in 7-year-old girls (GALLOWAY et al., 2005). Furthermore, other factors can also influence eating behaviors, such as the presence of siblings. Findings have indicated the presence of older siblings may affect picky eating; boys who had older siblings were less likely to be picky eaters, whereas girls with older siblings had a higher risk of being picky eaters at the age of 5 years (JACOBI et al., 2003). Finally, parental feeding practices and perception are also known to influence eating behavior. Society holds diverse body ideals for men and women. Girls are usually encouraged to look thin, whereas boys are encouraged to be muscular and robust. These expectations have existed for over decades; thus, they are partially embedded in parents, who then raise their children accordingly, affecting their eating habits (HOLM-DENOMA et al., 2005). The hypothesis of the present study can be accepted, namely that gender differences exist in regards to emotional eating as well as fussy eating. Furthermore, there are differences in the beverage consumption behaviors of the genders, too, an aspect not covered by the hypothesis.

To conclude, the findings above can be extremely useful in a wide range of industries. Today, capturing preschool children's brand loyalties has become just as important as capturing adults', as this can be a significant market advantage in the long run. Children's brand loyalties start evolving at an extremely young age, which later on has an effect on their entire lives. The information above can therefore be of great use to marketers in the food and beverage industry, as they will be able

to target children according to their genders more specifically. Healthcare professionals can use the findings to increase the awareness of certain techniques parents can use to improve their children's food consumption habits and reduce their energy intake, when necessary. For example, DECOSTA et al. (2017) looked into strategies that changed the eating behaviors of children and found that hands-on approaches, such as gardening and cooking programs, may encourage greater vegetable consumption and may have a larger effect compared to nutritional education. Providing children with free, accessible fruits and vegetables has been experimentally shown to positively affect long-term eating behavior. It is essential to educate the parents of the children, as well, primarily by not only showing them the possible negative consequences of certain eating habits, but also by coaching them on what a healthy diet should consist of and what healthy eating behaviors are ideal. Furthermore, a study by VAN STRIEN et al. (2013) has shown that emotional eating moderates the relationship between mood and food intake, especially in the case of sweet foods. It is the responsibility of the media, in conjunction with public health policymakers, to take specific measures so that the content of food advertisements during children's TV programs promotes healthy food choices. It should also be noted, that future nutritional policies could be more effective if they aim to install a positive association between healthy foods and deriving pleasure from eating in children. It has been assumed that providing nutritional information, i.e., pointing out which types of foods are "good" or "bad" for health, would drive healthier food choices; however, according to MARTY et al. (2018), such strategies have a limited impact on healthy choices and can even be counter-productive, leading children to avoid healthy foods.

To deepen the understanding of the differences in eating behaviors of preschool children, it would be vital to conduct this study internationally as well, as the findings of GUELINCKX et al. (2015) suggested that there are numerous differences between countries when it comes to eating and drinking behaviors in children. Furthermore, the study

could be combined with a study on the media consumption of these children, as differences in eating habits as well as obesity have all been associated with the media consumption of children in past literature. Additionally, the link between different parenting styles and eating behaviors could also be analyzed further by extending this study; there are some studies that have been done, but there is still room for further analysis in this area, as is true for the presence of siblings, as well. In addition, any possible links between food allergies and other intolerances and eating behavior could be analyzed. Finally, the current study's results could further be validated with numerous types of qualitative studies, such as observations and in-depth interviews with parents as well as children.

Unfortunately, this paper is also not without limitations. The sample is rather unbalanced regarding the regional heritage of the respondents. More than half of the results (55.6%) are from the central region of Hungary (including the capital, Budapest), whilst, up to this point, eating habits have hardly been studied in smaller suburbs and villages. Thus, more proportional sampling could have resulted in interesting insights in this specific field. Furthermore, the study of HOLM-DENOMA et al. (2005) on parental feeding habits regarding 3-year-old children showed, that parents often reported on the eating habits of children differently, depending on the gender of the child, thus the answers received by the respective parents may be biased depending on their child's gender. Also

the questions asked in the Children's Eating Behavior Questionnaire could be clarified further, for example eating fussiness is a term with no single widely accepted definition (TAYLOR et al., 2015); therefore, different parents could perceive the eating fussiness of their child in completely different ways.

5. SUMMARY

The findings indicated that differences between the eating behaviors of genders do exist. According to the results above, boys willingness to try new foods differs that of girls', as well as their pace of food intake, they also tend to show emotional under-eating. At the same time, girls tend to emotional over-eating; furthermore, their desire to consume fluids differs from the opposite gender. Regrettably, some of these eating behaviors can have serious long-term effects on the children. For instance, fussy eating, especially a decreased willingness to try new foods, can often result in a lack of food variety intake. Amongst others, vegetable and fruit intake are lower within picky eaters (HORODYNSKI et al., 2010) and thus a lower consumption of vitamins (CARDONA et al., 2015), while they often consume a higher amount of snacks and sweets that are mainly higher calories (THARNER et al., 2015). All of these can lead to eating disorders (MARCHI and COHEN, 1990) as well as obesity (DEMIR and BEKTAS, 2017; FINISTRELLA et al., 2012).

REFERENCES

- Ainuki, T. – Rie, A.:** Association Between Children's Appetite Patterns and Maternal Feeding Practices. *Food and Nutrition Sciences*. 2011. 2 (3) 228. DOI: <https://doi.org/10.4236/fns.2011.23032>
- Archer, L. A. – Rosenbaum, P. L. – Streiner, D. L.:** The Children's Eating Behavior Inventory: Reliability and Validity Results. *Journal of Pediatric Psychology*. 1991. 16 (5) 629–642. DOI: <https://doi.org/10.1093/jpepsy/16.5.629>
- Ashcroft, J. – Semmler, C. – Carnell, S. – Van Jaarsveld, C. H. M. – Wardle, J.:** Continuity and Stability of Eating Behavior Traits in Children. *European Journal of Clinical Nutrition*. 2007. 62 (8) 985–990. DOI: <https://doi.org/10.1038/sj.ejcn.1602855>
- Babbitt, R. L. – Edlen-Nezien, L. – Manikam, R. – Summers, J. – Murphy, M.:** Assessment of Eating and Weight-Related Problems in Children and Special Populations: Measures, Theory, and Research. *Handbook of Assessment Methods for Eating Behaviors and Weight-Related Problems*. Edited by: Allison, D. B. Thousand Oaks, California, Sage Publications, 1995.
- Barta, B. – Szűcs, R. S.:** Reklámozás, szlogen és szuperhősök – A gyermekek meggyőzésének eszközei. *Táplálkozásmarketing*. 2015. 2 (2) 47–57. DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/2/2/4>
- Bellissimo, N. – Pencharz, P. B. – Thomas, S. G. – Anderson, G. H.:** Effect of Television Viewing at Mealtime on Food Intake After a Glucose Preload in Boys. *Pediatric research*. 2007. 61 (6) 745–749. DOI: <https://doi.org/10.1093/peds/112.5.945>
- Blissett, J. – Haycraft, E. – Farrow, C.:** Inducing Preschool Children's Emotional Eating: Relations with Parental Feeding Practices. *The American Journal of Clinical Nutrition*. 2010. 92 (2) 359–365. DOI: <https://doi.org/10.3945/ajcn.2010.29375>
- Cardona Cano, S. – Tiemeier, H. – Van Hoeken, D. – Tharner, A. – Jaddoe, V. W. – Hofman, A. – Hoek, H. W.:** Trajectories of Picky Eating During Childhood: A General Population Study. *International Journal of Eating Disorders*. 2015. 48 (6) 570–579. DOI: <https://doi.org/10.1002/eat.22384>
- Carnell, S. – Wardle, J.:** Measuring Behavioral Susceptibility to Obesity: Validation of the Child Eating Behavior Questionnaire. *Appetite*. 2007. 48 (1) 104–113. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2006.07.075>
- Cooke, L. J. – Wardle, J.:** Age and Gender Differences in Children's Food Preferences. *British Journal of Nutrition*. 2005. 93 (5) 741–746. DOI: <https://doi.org/10.1079/BJN20051389>
- DeCosta, P. – Møller, P. – Frøst, M. B. – Olsen, A.:** Changing Children's Eating Behavior – A Review of Experimental Research. *Appetite*. 2017. 113 327–357. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.03.004>
- Del Toro, W. – Greenberg, B. S.:** Television Commercials and Food Orientations Among Teenagers in Puerto Rico. *Hispanic Journal of Behavioral Sciences*. 1989. 11 (2) 168–177. DOI: <https://doi.org/10.1177/07399863890112006>
- Demir, D. – Bektas, M.:** The Effect of Children's Eating Behaviors and Parental Feeding Style on Childhood Obesity. *Eating behaviors*. 2017. 26 137–142. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2017.03.004>
- Dörnyei, K. – Gyulavári, T. – Hofmeister-Tóth, Á. – Jenes, B. – Jentetics, K. – Neumann Bódi, E. – Neulinger, Á. – Simon, J. – Zsótér, B.:** Marketing az egészségtudatosságért – a marketing pozitív szerepe az egészség-tudatosságtól a termékválasztásig. Tomesányi Pál akadémikus 90 éves: Az életminőség anyagi és szellemi igényeinek kielégítése fogyasztási marketing szemlélettel: Felolvasó ülés és tanulmánykötet. MTA Agrár-közgazdasági Bizottság Agrármarketing Albizottság, Budapest, 2014. 65–91.

- Edlund, B. – Halvarsson, K. – Sjödén, P. O.:** Eating Behaviors, and Attitudes to Eating, Dieting, and Body Image in 7-year-old Swedish Girls. *European Eating Disorders Review*. 1996. 4 (1) 40–53. DOI: [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0968\(199603\)4:1<40::AID-ERV100>3.0.CO;2-6](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0968(199603)4:1<40::AID-ERV100>3.0.CO;2-6)
- Escobar, R. S. – O'Donnell, K. A. – Colalillo, S. – Pawlby, S. – Steiner, M. – Meaney, M. J. – MAVAN Study Team.:** Better Quality of Mother–Child Interaction at 4 Years of Age Decreases Emotional Overeating in IUGR Girls. *Appetite*. 2014. 81 337–342. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2014.06.107>
- Finistrella, V. – Manco, M. – Ferrara, A. – Rustico, C. – Presaghi, F. – Morino, G.:** Cross-Sectional Exploration of Maternal Reports of Food Neophobia and Pickiness in Preschooler-Mother Dyads. *Journal of the American College of Nutrition*. 2012. 31 152–159. DOI: <https://doi.org/10.1080/07315724.2012.10720022>
- Galloway, A. T. – Fiorito, L. – Lee, Y. – Birch, L. L.:** Parental Pressure, Dietary Patterns, and Weight Status Among Girls Who Are “Picky Eaters”. *Journal of the American Dietetic Association*. 2005. 105 541–548. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jada.2005.01.029>
- Guelinckx, I. – Iglesia, I. – Bottin, J. H. – De Miguel-Etayo, P. – González-Gil, E. M. – Salas-Salvadó, J. – Abdollahi, M.:** Intake of Water and Beverages of Children and Adolescents in 13 Countries. *European Journal of Nutrition*. 2015. 54 (2) 69–79. DOI: <https://doi.org/10.1007/s00394-015-0955-5>
- Harris, H. – Mallan, K. M. – Nambiar, S. – Daniels, L. A.:** The Relationship Between Controlling Feeding Practices and Boys’ and Girls’ Eating in the Absence of Hunger. *Eating behaviors*. 2014. 15 (4) 519–522. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2014.07.003>
- Haycraft, E. – Farrow, C. – Meyer, C. – Powell, F. – Blissett, J.:** Relationships Between Temperament and Eating Behaviors in Young Children. *Appetite*. 2011. 56 (3) 689–692. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.02.005>
- Hendy, H. M. – Raudenbush, B.:** Effectiveness of teacher Modeling to Encourage Food Acceptance in Preschool Children. *Appetite*. 2000. 34 (1) 61–76. DOI: <https://doi.org/10.1006/appe.1999.0286>
- Hofmeister-Tóth, Á.:** Fogyasztói értékek, trendek és magatartás: Korreferátum Törőcsik Mária: A fogyasztói magatartás új tendenciái című tanulmányához. *Vezetéstudomány*. 2016. 47 (4) 26–29. 21.
- Holm-Denoma, J. M. – Lewinsohn, P. M. – Gau, J. M. – Joiner, T. E. – Striegel-Moore, R. – Otamendi, A.:** Parents' Reports of the Body Shape and Feeding Habits of 36-Month-Old Children: An Investigation of Gender Differences. *International Journal of Eating Disorders*. 2005. 38 (3) 228–235. DOI: <https://doi.org/10.1002/eat.20180>
- Horodynski, M. A. – Stommel, M. – Brophy-Herb, H. – Xie, Y. – Weatherspoon, L.:** Low-Income African American and Non-Hispanic White Mothers' Self-Efficacy, “Picky Eater” Perception, and Toddler Fruit And Vegetable Consumption. *Public Health Nursing*. 2010. 27 408–417. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1525-1446.2010.00873.x>
- Jacobi, C. – Agram, W. S. – Bryson, S. – Hammer, L. D.:** Behavioral validation, precursors, and concomitants of picky eating in childhood. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*. 2003. 42 (1) 76–84. DOI: <https://doi.org/10.1097/00004583-200301000-00013>

- Keller, K. L. – Kuilema, L. G. – Lee, N. – Yoon, J. – Mascaro, B. – Combes, A. L. – Halford, J. C. G.:** The Impact of Food Branding on Children's Eating Behavior and Obesity. *Physiology and Behavior*. 2012. 106 (3) 379–386. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2012.03.011>
- Keller, V. – Dernóczy-Polyák, A. – Ercsey, I.:** A háromfaktoros évesi kérdőív alkalmazási lehetőségei a marketingkutatásban – Nem és generációk közötti eltérések. *Táplálkozásmarketing*. 2016. 3 (1) 1–20. DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/3/1/1>
- Le Bigot Macaux, A.:** Eat to Live or Live to Eat? Do Parents and Children Agree? *Public Health Nutrition*. 2001. 4 141–146. DOI: <https://doi.org/10.1079/PHN2000109>
- Lerner, G.:** *The Creation of Patriarchy*. 1986. New York: Oxford University Press.
- Lyle, L. A. – Seifert, S. – Greenstein, J. – McGovern, P.:** How Do Children's Eating Patterns and Food Choices Change Over Time? Results from a Cohort Study. *American Journal Health Promot*. 2000. 14 222–228. DOI: <https://doi.org/10.4278/0890-1171-14.4.222>
- Marchi, M. – Cohen, P.:** Early Childhood Eating Behaviors and Adolescent Eating Disorders. *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*. 1990. 29 (1) 112–117. DOI: <https://doi.org/10.1097/00004583-199001000-00017>
- Marty, L. – Chambaron, S. – Nicklaus, S. – Monnery-Patris, S.:** Learned pleasure from eating: An opportunity to promote healthy eating in children? *Appetite*. 2018. 120 265–274. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.09.006>
- Mascola, A. J. – Bryson, S. W. – Agras, W. S.:** Picky Eating During Childhood: A Longitudinal Study to Age 11years. *Eating behaviors*. 2010. 11 (4) 253–257. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2010.05.006>
- McNeal, J. U.:** *Kids as Customers: A Handbook of Marketing to Children*. 1992. Lexington Books.
- Moroshko, I. – Brennan, L.:** Maternal Controlling Feeding Behaviors and Child Eating in Preschool-Aged Children. *Nutrition & Dietetics*. 2013. 70 (1) 49–53. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1747-0080.2012.01631.x>
- Neulinger, Á.:** Born to buy? The Influence of Consumer Kids on Family Consumption. 2. Kids and Retailing Colloquium: Future trends. 2015. Budapest, 18–19 June.
- Neulinger, Á. – Simon, J.:** Food Consumption Patterns and Healthy Eating Across the Household Life Cycle In Hungary. *International Journal of Consumer Studies*. 2011. 35 (5) 538–544. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2011.01015.x>
- Perez-Rodrigo, C. – Ribas, L. – Serra-Majem, L. – Aranceta, J.:** Food Preferences of Spanish Children and Young People: The Enkid Study. *European Journal of Clinical Nutrition*. 2003. 57 Suppl. 1. 45–48. DOI: <https://doi.org/10.1038/sj.ejcn.1601814>
- Powers, S. W. – Chamberlin, L. A. – Van Schaick, K. B. – Sherman, S. N. – Whitaker, R. C.:** Maternal Feeding Strategies, Child Eating Behaviors, and Child Bmi in Low-Income African-American Preschoolers. *Obesity*. 2006. 14 (11) 2026–2033. DOI: <https://doi.org/10.1038/oby.2006.237>
- Rodgers, R. F. – Paxton, S. J. – Massey, R. – Campbell, K. J. – Wertheim, E. H. – Skouteris, H. – Gibbons, K.:** Maternal Feeding Practices Predict Weight Gain and Obesogenic Eating Behaviors in Young Children: A Prospective Study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*. 2013. 10 (1) 24. DOI: <https://doi.org/10.1186/1479-5868-10-24>
- Romero, N. D. – Epstein, L. H. – Salvy, S. J.:** Peer modeling influences girls' snack intake. *Journal of the American Dietetic Association*. 2009. 109 (1) 133–136. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jada.2008.10.005>

- Rydell, A. M. – Dahl, M. – Sundelin, C.:** Characteristics of School Children Who Are Choosy Eaters. *The Journal of Genetic Psychology*. 1995. 156 (2) 217–229. DOI: <https://doi.org/10.1080/00221325.1995.9914818>
- Salvy, S. J. – Romero, N. – Paluch, R. – Epstein, L. H.:** Peer Influence on Preadolescent Girls' Snack Intake: Effects of Weight Status. *Appetite*. 2007. 49 (1) 177–182. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2007.01.011>
- Sasson, A. – Lewin, C. – Roth, D.:** Dieting Behavior and Eating Attitudes in Israeli Children. *International Journal of Eating Disorders*. 1995. 17 (1) 67–72. DOI: [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(199501\)17:1<67::AID-EAT2260170109>3.0.CO;2-B](https://doi.org/10.1002/1098-108X(199501)17:1<67::AID-EAT2260170109>3.0.CO;2-B)
- Shim, J. E. – Kim, J. – Mathai, R. A. – STRONG Kids Research Team:** Associations of Infant Feeding Practices and Picky Eating Behaviors of Preschool Children. *Journal of the American Dietetic Association*. 2011. 111 (9) 1363–1368. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jada.2011.06.410>
- Silveira, P. P. – Agranonik, M. – Faras, H. – Portella, A. K. – Meaney, M. J. – Levitan R. D.:** Preliminary evidence for an impulsivity-based thrifty eating phenotype. *Pediatric Research*. 2012. 71 293–298. DOI: <https://doi.org/10.1038/pr.2011.39>
- Svensson, V. – Lundborg, L. – Cao, Y. – Nowicka, P. – Marcus, C. – Sobko, T.:** Obesity Related Eating Behavior Patterns in Swedish Preschool Children And Association With Age, Gender, Relative Weight And Parental Weight-Factorial Validation of the Children's Eating Behavior Questionnaire. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*. 2011. 8 (1) 134. DOI: <https://doi.org/10.1186/1479-5868-8-134>
- Taylor, C. M. – Wernimont, S. M. – Northstone, K. – Emmett, P. M.:** Picky/Fussy Eating in Children: Review of Definitions, Assessment, Prevalence and Dietary Intakes. *Appetite*. 2015. 95 349–359. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.07.026>
- Tharner, A. – Jansen, P. W. – Kiefte-de Jong, J. C. – Moll, H. A. – Hofman, A. – Jaddoe V. W. V.:** Bidirectional Associations Between Fussy Eating And Functional Constipation in Preschool Children. *Journal of Pediatrics*. 2015. 166 91–96. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jpeds.2014.09.028>
- Tremblay, L. – Rinaldi, C. M.:** The Prediction of Preschool Children's Weight from Family Environment Factors: Gender-Linked Differences. *Eating Behaviors*. 2010. 11 (4) 266–275. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2010.07.005>
- Valkenburg, P. M. – Cantor, J.:** The Development of a Child Into a Consumer. *Journal of Applied Developmental Psychology*. 2001. 22 (1) 61–72. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0193-3973\(00\)00066-6](https://doi.org/10.1016/S0193-3973(00)00066-6)
- van Strien, T. – Cebolla, A. – Etchemendy, E. – Gutierrez-Maldonado, J. – Ferrer-García, M. – Botella, C. – Baños, R.:** Emotional Eating and Food Intake After Sadness and Joy. *Appetite*. 2013. 66 20–25. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2013.02.016>
- Viana, V. – Sinde, S. – Saxton, J. C.:** Children's Eating Behavior Questionnaire: Associations with BMI in Portuguese Children. *British Journal of Nutrition*. 2008. 100 (2) 445–450. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0007114508894391>
- Wardle, J. – Guthrie, C. A. – Sanderson, S. – Rapoport, L.:** Development of the Children's Eating Behavior Questionnaire. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*. 2001a. 42 (7) 963–970. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0021963001007727>

Wardle, J. – Sanderson, S. – Gibson, E. L. – Rapoport, L.: Factor-Analytic Structure of Food Preferences in Four-Year-Old Children in the UK. *Appetite*. 2001b. 37 217–223. DOI: <https://doi.org/10.1006/appe.2001.0423>

Wilson, J. F.: Lunch Eating Behavior Of Preschool Children: Effects of Age, Gender, and Type of Beverage Served. *Physiology & Behavior*. 2000. 70 (1) 27–33. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0031-9384\(00\)00230-4](https://doi.org/10.1016/S0031-9384(00)00230-4)

Yavas, U. – Abdul-Gader, A.: Impact of TV Commercials on Saudi Children’s Purchase Behavior. *Marketing Intelligence & Planning*. 1993. 11 (2) 37–43. DOI: <https://doi.org/10.1108/02634509310027837>

JEGYZETEK ✪ NOTES

A SZÜLŐI EGÉSZSÉGTUDATOSSÁG ÉS AZ ÉTKEZÉSI PREFERENCIÁIK VIZSGÁLATA A GYERMEKKORI ELHÍZÁS TÜKRÉBEN



PARENTAL HEALTH CONCIIOUSNESS AND EXAMINATION OF EATING PREFERENCES
IN REFLECTION OF CHILDHOOD OBESITY



HOLCZER, ADÉL JUDIT
KISS, VIRÁG ÁGNES



Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézet
(University of Debrecen, Faculty of Economics and Business, Institute of Marketing and Commerce)
H-4032 Debrecen, Böszörményi út 138.
e-mail: holczeradel@outlook.hu

AOne of the 21st century's well-known megatrend is the healthy lifestyle and eating which is the basis of this research. We have already known some aspects of this topic, but the parental health consciousness and the examination of eating preferences is not as well known as it has to be, so this makes this study relevant. The goal of this exploratory research was to get to know more about the parental health consciousness, their eating preferences and attitudes, so Hungarian parents were asked who have children under 14 years old to tell more about their habits and lifestyle. In the primer research an online questionnaire was used which reaches 206 people so we could make some consequences about the lifestyle and the preferences of the families in Hungary. The main parts of this research were: the importance of health and the healthy lifestyle, the form of the parental research about the topic, which sources they find the most relevant and authentic, the parental eating habits, family health, the responsibility of the parents. During the statistical analysis some segments of people could be separated whose different attitudes and preferences were shown very clearly. It reveals of the results for example that the groups have different eating habits and researching systems.

KULCSSZAVAK: egészség, egészséges életmód, szülői étkezési preferenciák, egészségtudatosság

KEYWORDS: health, healthy lifestyle, parental eating preferences, health consciousness

JEL-KÓDOK (JEL CODES): I12, M31

DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/6/2/3>

1. BEVEZETÉS – INTRODUCTION

A kutatásunk alapjának a szülői nevelési attitűdök, valamint étkezési szokásaik, preferenciák vizsgálatát választottuk, kiegészítve a gyermekkori obezitás prevenciójával, amely napjainkban nagyon aktuális témának számít. A jelenkor gyermekei már beleszületnek egy rohanó világba, melynek fundamentumát az okostelefonok, tabletek, laptopok jelentik. Egy idő után arra lehetünk figyelmesek, hogy egyre inkább kimarad az a minőségi idő, amely jelen-

tős részét a közös étkezések, szabadidős tevékenységek, családi programok és beszélgetések alkotják.

Ha azt szeretnénk, hogy egy helyesen gondolkodó és cselekvő, egészségtudatos társadalomban éljünk mi is és családunk tagjai is, a változást legszűkebb mikrokörnyezetünkben érdemes elkezdeni. Minél hamarabb találkozik egy gyermek a helyes étkezési és életmódbeli szokásokkal, annál hamarabb válik számára természetessé, mindennapossá.

Ha a táplálkozáshoz kapcsolódó betegsé-

geket elhelyezzük egy skálán, egyik oldalán a túlsúly és elhízás, másik végpontjában pedig az alultápláltság foglal helyet, amelyet bármely irányból is közelítünk meg, komoly problémának minősül, főleg a kisgyermekek körében. A téma relevanciáját alátámasztja, hogy bizonyítottan sokkal több napjainkban az elhízott, túlsúlyos, étkezési zavarral küzdő gyermek az előző generációkhoz képest. Bár a témához kapcsolódóan sok kutatást végeztek az elmúlt időben, mégis nagyon kevesen vizsgálták a betegségek kialakulásának kiindulópontját, a szülői preferenciákat, valamint attitűdöket. Feltétlenül szükséges lenne a szülők vásárlási szokásainak vizsgálata, hiszen minden bizonynyal ez a probléma egyik kiindulópontja. Fontos megismerni mit vásárolnak, milyen példát mutatnak, milyen felfogások, hiedelmek, egészséggel kapcsolatos elköteleződések figyelhetők meg náluk. A gyerekek tájékoztatása ezzel kapcsolatban épp olyan fontos lenne, mint a szorzótábla megismerése első osztályban. A probléma felismerése, megoldása elméleti síkon kevés. Csupán cselekedeteinkkel és akaratunkkal tudjuk megváltoztatni a berögződött rossz szokásokat, amelyek jótékony következményei hosszú távon lesznek érzékelhetők.

Kutatásunk célja, hogy rávilágítsunk arra, milyen fontos a gyerekek egészségtudatos életmódra való nevelése és megfelelő tájékoztatása a témával kapcsolatban, már egészen kiskortól kezdődően. Ezen belül kiemelten fontos a táplálkozás szerepe már kora gyerekkorban. Sokkal könnyebb lenne a gyerekeket már kiskortól kezdődően a helyes táplálkozásra, mértékletességre sarkallni, mint a már makacs, túlsúlyos tinédzsereket fogyókúrára fogni. Sajnos napjaink tapasztalata inkább az utóbbi, amelyben felmerül a szülői felelősség kérdése.

Céljaink között szerepel még felmérni a szülők vásárlási szokásait, preferenciáit és ezáltal betekintést nyerni egy átlagos magyar család hűtőszekrényébe. Továbbá feltérképezni a véleményeket a gyerekek helytelen táplálkozási szokásait tekintve, mind a szülők és mind a szakemberek részéről, ennek fizikai, lelki és mentális hátterét egyaránt vizsgálva.

2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS – LITERATURE REVIEW

Az egészséget különböző dimenziókra oszthatjuk, mely dimenziók jól elkülöníthetők egymástól, még sincs teljes jóllét az egyik, vagy másik hiányában.

Ugyanez a szegmentálhatóság figyelhető meg a szülői nevelési attitűdökre is, melyet – a probléma összetettségét tekintve – érdemes részletesebben is megvizsgálni.

2.1 Az egészség dimenziói – *Health Dimensions*

Egyes szakirodalmak szerint az egészséget öt külön egységre oszthatjuk, ám együttesen tekinthetjük őket egy egésznek (HIDVÉGI et al., 2015):

- Biológiai egészség, amely magába foglalja szervezetünk hibátlan működését, melyet szerveink összehangolt munkája tesz lehetővé.
- Lelki egészség, amely akár egy mérleg, ha kibillen egyensúlyából, hatást gyakorol egész testi jóllétünkre.
- Mentális egészség, amely lehetővé teszi tiszta, következetes gondolkodásunkat és segíti gondolataink helyes megfogalmazását.
- Emocionális egészség, amelynek segítségével képesek vagyunk nem csak gondolati síkon felismerni érzéseinket, hanem verbális, illetve nonverbális úton ezeket környezetünk tudtára adni.
- Szociális egészségünk pedig segíti a társadalomba való beilleszkedésünket, illetve társas kapcsolataink kialakítását.

Mások hat dimenziót állapítottak meg: az intellektuális, érzelmi, társadalmi, környezeti, szellemi, valamint a fizikai jóllétet, amelyek kölcsönösen hatnak egymásra (FAHEY et al., 2010).

Mindezek azt mutatják, hogy egy rendkívül komplex fogalomról beszélünk, amelyet különböző elemek összességének megléte jellemez és befolyásol. Habár fontossága elvitathatatlan, sokszor csak hiányakor észleljük.

2.2 A család szerepe a táplálkozásban és a szülői attitűdök vizsgálata – *The Role of the Family in Nutrition and the Study of Parenting Attitudes*

A gyermek szocializációjának egyik legfontosabb színtere a család, amely egy olyan komplex rendszer, melyben a tagok kölcsönösen hatást gyakorolnak egymásra (SALLAY és MÜNNICH, 1999), illetve jelentős feladatot lát el az egyének személyiségfejlődésében (BUSI, 2004).

Az egészséges életmódra való nevelés egy olyan dolog, amit nem lehet elég korán elkezdni, viszont sosem késő belevágni. Az egyének gondolkodásmódja, magatartása, attitűdje, értékrendje és normarendszere az, amelyet már gyermekkorban elsajátít és később továbbadja a következő generációknak (PIKÓ, 2002). A gyermekkorban kialakult és rögzült táplálkozási és életmódbeli szokások csak nagyon minimális mértékben és nagy nehézségek árán változtathatók meg a későbbiekben (ÁBRAHÁM és CSATORDAI, 2006).

SZŰCS és SZÉLL (2013) szerint a szülők, közülük is leginkább az édesanyák az iránymutatók a gyermekek életében, így a szülői szerepvállalás felelősségének is talán ez a legfőbb oka. Életmódjuk, szokásaik, viselkedési formáik követendő példaként állnak gyermekeik előtt. Bár erre talán nem is gondolnánk, de rendkívül fontos tényezőnek minősül a születési sorrend is (SUTTON-SMITH és ROSENBERG, 1966).

HOLDEN és EDWARDS (1989) a szülő és gyermek kapcsolat két dimenzióját különböztette meg. Az egyik a szülő és gyermek közti emocionális kapcsolatra vonatkozik, a másik dimenzió pedig a kontroll fontosságát emeli ki a gyermeknevelésben.

A szülői bánásmód, nevelési szokások vizsgálatában uralkodó módszer a szülői-nevelői attitűdökre vonatkozó kérdőívek használata, például a PARI (SCHAEFER és BELL, 1958), CRPR (BLOCK, 1965) és MAS (COHLER et al., 1970) tesztek. Ezek szinte minden esetben általános nevelési elvekre és konkrét viselkedésformákra, illetve viselkedési szándéokra kérdeznek rá (TÓTH – GERVAI, 1999).

A BAUMRIND (1971) modell alapján három különböző szülői nevelési attitűdöt különböztethetünk meg. Az első az autoritativ,

amelyben a szülő nem szab túl nagy korlátokat gyermekének, de jól meghatározott elvárásokat támaszt gyermeke felé azokon a területeken, amelyben ő maga is jártas. Segítik a gyermekük egészséges énképének kialakulását és megfelelő önértékelését. A második az autoritáriánus, amelyben erőteljesebben megmutatkozik az alá-, fölérendelt viszony szülő és gyermeke között. A szülő ésszerűtlen, túlzottan magas elvárásokat támaszt gyermeke felé, sokszor bünteti, ugyanakkor szükségleteit nem veszi figyelembe. A harmadik pedig az engedékeny szülői attitűd, melyben a kapcsolat érzelemmenteli, de a nevelési módszerekben nincs következetesség (SALLAY és MÜNNICH, 1999). Ezt a három nevelési attitűdöt Baumrind 1971-ben kiegészítette még az elhanyagoló, illetve involváltságtól mentes nevelési formával (SALLAY és MÜNNICH, 1999).

LANTOS és INÁNTSY-PAP (2012) a család hatása az étkezési szokásokra témában írt elemzést, melynek eredményeképp három szintet különböztethetünk meg. Az első szint a táplálkozáshoz közvetlenül kapcsolódó viselkedésmódok, a második szint a szülők viselkedése általánosan az étkezés kapcsán, a harmadik szint a globális szülői viselkedés.

Marketing szempontból viszont érdemes a gyerekeket is figyelembe vennünk, hiszen manapság már speciális szerepet töltenek be a vásárlási és fogyasztási folyamatokban (HORVÁTH, 1996), ugyanis egyre inkább gazdaságformáló erőként jelennek meg társadalmunkban (SULYOKNÉ GUBA, 2000). Egy felmérések szerint már az óvodások is, mint önálló vásárlóerő és saját tudattal rendelkező fogyasztó jellemezhetőek (LIPI, 2000).

Ezek alapján jól látszik, hogyha egy egészségtudatosabb társadalomban szeretnénk élni, már az egészen kicsi gyermekek nevelésénél érdemes elkezdenuk a megfelelő szokások kialakítását. Ha pozitív példát mutatunk gyermekeinknek, remélhetőleg ők is ezt az értékrendet fogják továbbörökíteni a következő generációra.

3. ANYAG ÉS MÓDSZER – MATERIAL AND METHOD

Feltáró kutatásunk (LEHOTA, 2001) célját képezte a különböző szülői attitűdök, illetve preferenciák vizsgálata, melynek keretein belül olyan Magyarországon élő édesanyákat és édesapákat kérdeztünk meg, akiknek 0-14 év közötti gyermekei vannak. A kutatást országos szinten végeztük, csupán egy régióból nem érkezett kitöltés, illetve egy régióban egy kitöltésünk lett, mégis fontosnak tartottuk, hogy eszerint is megvizsgáljuk a mintasokaságot (1a és 1b. táblázat).

Online, anonim kérdőíves megkérdezést alkalmaztunk, amelyet 2016-ban töltöttek ki, így bár nem minősül reprezentatívnak a kutatás, mégis úgy gondoljuk a főbb gondolatok, irányelvek már tetten érhetők a szülők étkezési és nevelési szokásaikat tekintve. A kérdőív túl-

nyomó többségben az anyukákat érte el.

Összesen 29 kérdést fogalmaztunk meg, melyből nyolc a háttérváltozók feltárására irányult. A kérdések között zárt, illetve skála típusúak szerepeltek, melyek megfogalmazásakor direkt és indirekt módszert is alkalmaztunk. A zárt kérdések között egy, illetve többvátozós, a skála típusúaknál pedig nominális, ordinális típusú, valamint Likert skálák is szerepeltek.

Kutatásunk főbb témakörei: az egészség és az egészséges életmód fontossága, a szülői tájékozódás formái és módja a témát illetően, a használt források hitelessége, a családok étkezési szokásai, a szülők és gyermekeik egészségi állapota, a szülői felelősségvállalás, illetve az elhízással kapcsolatos kérdéskörök.

Az eredmények feldolgozásához az SPSS program statisztikai elemzéseit használtunk, ezen belül is jellemzően leíró, megoszlási mutatók, keresztábra elemzés készítettünk.

1a. TÁBLÁZAT

A válaszadók megoszlása a háttérváltozók szerint (N=206)
(Demographical Background of the Sample)

TABLE 1a

	Fő (Capita)	%
A válaszadók megoszlása nemek szerint (Gender)		
Nő (Woman)	195	94,7
Férfi (Man)	11	5,3
A válaszadók megoszlása korcsoport szerint (Age groups)		
18-25	11	5,3
26-30	24	11,7
31-35	42	20,4
36-40	52	25,2
41-45	60	29,1
46-50	9	4,4
50 felett (Over 50)	8	3,9
A válaszadók megoszlása lakóhely szerint (Settlement type)		
Főváros (Capital city)	10	4,9
Megyeszékhely (County seat)	52	25,2
Város (City)	84	40,8
Község (Village)	60	29,1

Forrás (Source): Saját szerkesztés, kérdőíves felmérés alapján, 2018 (Own compilation based on questionnaire survey, 2018)

**A SZÜLŐI EGÉSZSÉGTUDATOSSÁG ÉS AZ ÉTKEZÉSI PREFERENCIÁIK VIZSGÁLATA
A GYERMEKKORI ELHÍZÁS TÜKRÉBEN**

1b. TÁBLÁZAT

TABLE 1b

**A válaszadók megoszlása a háttérváltozók szerint (N=206)
(Demographical Background of the Sample, N=206)**

	Fő (Capita)	%
A válaszadók megoszlása iskolai végzettség szerint (Educational level)		
Maximum 8 általános (Elementary school)	0	0
Szaktanácsképző/ Szakiskola (Voluntary school)	22	10,7
Gimnázium (High school)	39	18,9
Felsőfokú végzettség (Higher education)	145	70,4
A válaszadók megoszlása családi állapot szerint (Marital status)		
Egyedülálló (Single)	10	4,9
Élettársi kapcsolatban élő (Woman)	37	18,0
Házas (Married)	146	70,9
Elvált vagy külön él (Divorced)	13	6,3
A válaszadók megoszlása régió szerint (Regions)		
Nyugat-Dunántúl (Western Transdanubia)	48	23,3
Közép-Dunántúl (Central Transdanubia)	74	35,9
Dél-Dunántúl (Southern Transdanubia)	1	0,5
Közép-Magyarország (Central Hungary)	23	11,2
Észak-Magyarország (Northern Hungary)	12	5,8
Észak-Alföld (Northern Great Plain)	48	23,3
A válaszadók megoszlása a háztartás mérete szerint (Household size - capita)		
1	1	0,5
2	10	4,9
3	78	37,9
4	73	35,4
5	37	18,0
5+	7	3,4
A válaszadók megoszlása havi jövedelem szerint (Income)		
Jövedelmemből mindenre futja, sőt félre is tudok tenni (Can live on it very well and can also save)	104	50,5
Nincsenek anyagi gondjaim, de félre már nem tudok tenni (Can live it well, but cannot save)	84	40,8
Jövedelem éppen csak fedezi a költségeimet (Just enough to make ends meet)	16	7,8
Jövedelem még a költségeimet sem fedezi (Sometimes cannot make ends meet)	2	1,0
Jövedelmemből mindenre futja, sőt félre is tudok tenni (Can live on it very well and can also save)	104	50,5

Forrás (Source): Saját szerkesztés, kérdőíves felmérés alapján, 2018 (Own compilation based on questionnaire survey, 2018)

3. EREDMÉNYEK – RESULTS

Úgy gondoljuk, hogy feltáró kutatásunk eredményei jó alapját képezhetik egy nagyobb mintaszámú, reprezentatív kutatásnak, amelyben árnyaltabban lehetne az alábbi kérdésköröket megvizsgálni.

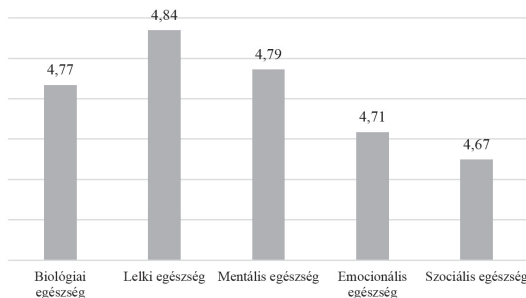
3.1 Az egészség dimenzióinak fontossága és a saját egészségi állapot szubjektív megítélése – *The Importance of Health Dimensions and Subjective Judgment of One's Own Health*

Kutatásunk egyik legérdekesebb eredményének az egészségdimenziók fontosságának eltérő megítélését tartjuk. Bár a módusza mindegyiknek öt, a válaszadók mégis a lelki egészséget ítélték a legfontosabbnak, amely az elmúlt évtizedekhez képest nagy eltérést mutat. A biológiai, vagyis fizikai egészséget megelőzi továbbá a mentális egészség fontossága, amely két eredmény jól mutatja, hogy az emberek többsége már nem kizárólag a fizikai jólléttel azonosítja az egészség fogalmát (1. ábra).

3.2 A szülői tudatosság – *Parental Consciousness*

A 2. táblázat állításait Likert skálán értékelték a kitöltők egyetértésük mértéke szerint, ahol az 5 a teljesen mértékben egyetért, az 1 pedig a nem ért egyet kategóriák voltak.

A 2. táblázat alapján jól megmutatkozik a



1. ÁBRA

Az egészségdimenziók fontosságának megoszlása, átlagérték
(*Importance of Health Dimensions, mean*)

FIG. 1

Forrás (Source): Saját kutatás alapján, 2018 (Based on own research, 2018)

Megjegyzés (Notes): biológiai egészség (*biological health*), lelki egészség (*psychical health*), mentális egészség (*mental health*), emocionális egészség (*emotional health*), szociális egészség (*social health*)

szülői felelősségvállalás és példamutatás fontosságának mértéke, melyet a legmagasabbra értékelték. A tudatosság fokát mutatja továbbá, hogy a szülők többségét érdekli, valamint fel is használja az egészséges életmóddal kapcsolatban olvasottakat és hallottakat. További reményre ad okot, hogy sokan már a terhességük előtt is egészséges életmódot folytattak, akik pedig nem, azok többsége életmódot váltott várandóssága alatt, valamint a legtöbben különös figyelmet szenteltek a megfelelő vitaminok fogyasztására ebben az időszakban. Elenyésző arányban fordultak csak elő olyanok, akik bolti babaételt vásároltak, tehát az édesanyák közül szinte mindenki jellemzően saját maga készítette/készíti a babapépeket a hozzátáplálás során. Kiemelten fontosnak tartják továbbá a szűrővizsgálatokat, valamint felismerik a gyermekkori elhízás prevenciójában rejlő hasznosságot, amely a problémamegoldás kiindulópontjának tekinthető. Ugyanakkor az is megfigyelhető, hogy a szülők nincsenek teljes mértékben megelégedve az iskolai tájékoztatás mértékével a témát illetően.

**A SZÜLŐI EGÉSZSÉGTUDATOSSÁG ÉS AZ ÉTKEZÉSI PREFERENCIÁIK VIZSGÁLATA
A GYERMEKKORI ELHÍZÁS TÜKRÉBEN**

2. TÁBLÁZAT

TABLE 2

**A válaszadók megoszlása az egészségtudatosságukkal kapcsolatos állítások alapján (N=206)
(Health-Conscious Attitudes of the Respondents, N=206)**

Állítások (Statements)	Átlag (Mean)	Medián (Median)	Módusz (Mode)
Fontos a példamutatás az egészséges életmódban is a gyermekek számára (Leading role models for children is very important)	4,75	5,00	5,00
Egy gyermek egészséges életmódjának kialakítása a szülő felelőssége (It is the parent's responsibility to develop a healthy lifestyle for their child)	4,72	5,00	5,00
A gyermekem nevelésénél szem előtt tartom az egészséges életmód kérdéskörében hallott, olvasott ajánlásokat (I follow the recommendations I have heard and read about healthy living)	4,24	4,00	4,00
Nagyon érdekelnek az egészséges életmód lehetőségei és kérdéskörei (I am very interested in the opportunities and issues of a healthy lifestyle)	3,96	4,00	4,00
Már a gyermekvállalás előtt is egészséges életmódot folytattam (Even before I had a baby, I had had a healthy lifestyle)	3,65	4,00	4,00
Várandóságom alatt életmódot váltottam, egészségesebben kezdtem el táplálkozni, mint előtte (During my pregnancy I changed my lifestyle and started eating healthier than before)	3,51	4,00	4,00
Gyermekeimnek általában boltban vásároltam a babaételt (I usually bought the baby food for my child)	2,45	2,00	2,00
Gyermekeimnek a hozzátápláláskor inkább saját magam készítettem a babaételt (I usually made or cooked the baby food for my child myself)	3,91	4,00	5,00
Terhességem alatt különösen figyeltem a megfelelő vitaminok fogyasztására (During my pregnancy I paid particular attention to get the right vitamins)	4,28	5,00	5,00
Fontos a gyermekek egészségtudatosságra való nevelése (It is important to educate children on health awareness)	4,82	5,00	5,00
A gyermekek az iskolában megfelelő tájékoztatást kapnak az egészséges életmód fontosságáról (Children at school are properly informed about the importance of a healthy lifestyle)	3,07	3,00	3,00
Fontosak a szűrővizsgálatok a gyermekek számára is (Health tests are also important for children)	4,65	5,00	5,00
Kiemelten fontos a gyermekkori elhízás prevenciója (The prevention of childhood obesity is of paramount importance)	4,63	5,00	5,00
A gyermekek és szüleik alulértékelik az elhízás következményeit (Children and their parents underestimate the consequences of obesity)	4,30	5,00	5,00
A túlsúlyos gyermekek általában nehezebben illeszkednek be egy közösségbe (Obese children are generally more difficult to integrate into a community)	3,81	4,00	4,00

Forrás (Source): Saját kutatás alapján, 2018 (Based on own research, 2018)

3.3 A szülők információszerzésének módja és preferenciáik – *Parents' Information Sources and Preferences*

A 3. illetve az 4. táblázat keretein belül megvizsgáltuk a szülői preferenciákat, az információ forrását, illetve azok hitelességét tekintve.

A két táblázatot összehasonlítva jól látszik, hogy toronymagasan vezetnek az orvosok, ha a forrás helyét, illetve a szavahihetőségének mértékét vizsgáljuk. Ez azért fontos eredmény, mivel ők számítanak a legelhallgatottabb csoportnak az egészséges életmódot, valamint táplálkozást tekintve. A kutatás alapján viszont megállapíthatjuk, hogy e témához kapcsolódó termékek, illetve szolgáltatások népszerűsítésében az orvosok szakvéleménye a termék vagy szolgáltatás megbízhatóságát, hitelességét jelenti a nagyközönség számára. Ugyanebbe a kategóriába sorolhatók a szakkönyvek is, hiszen második helyen jelennek meg a felhasználást, illetve az információ minőségét tekintve. Érdekes megfigyelni, hogy a szintén szakembernek számító dietetikusok az információ forrását tekintve a középmezőnyben foglalnak helyet, míg a megbízhatóságukat nézve az előkelő harmadik helyet érték el. Ennek oka lehet, hogy a legtöbb dietetikus magánpraktizál, így a szolgáltatásuk költségét nem mindenki tudja magának megengedni. Még mindig az élboly-

ba sorolandók a védőnők, illetve a saját szülők véleménye.

A középmezőnyben helyet foglaló, manapság nagyon divatosnak számító táplálkozási tanácsadók, megbízhatóságukat tekintve visszacsúsztak a lista utolsó harmadába. Ennek oka a szolgáltatás magas ára lehet. Egy jól menő táplálkozási tanácsadó akár 20-30 ezer forintot is elkér egy étrend megírásáért, amely minden bizonnyal nem tekinthető reálisnak, mivel a legtöbb képesítést nyújtó tanfolyam mindössze pár alkalmat vesz igénybe. Természetesen általánosítani nem lehet, mivel sokan egészségügyi tanulmányaikat egészítik ki ezzel a végzettséggel.

Mindkét lista végén a közösségi fórumok, rendezvények, illetve a bloggerek, vloggerek foglalnak helyet. Az utóbbiak rangsorban elfoglalt helye, információforrásként való működésüket tekintve, meglepőnek mondható, hiszen egyre népszerűbbek a már influenccernek számító blogot, illetve Youtube csatornát vezető közösségi média szereplők. A megbízhatóságuk alacsony mértéke azonban nem okozott túl nagy meglepetést (4. táblázat). Ennek oka lehet, hogy a mostani fiatal felnőttek és a gyerekek körében örvendenek igazán nagy népszerűségnek és véleményvezérnek ezek az online médiaszereplők.

**A SZÜLŐI EGÉSZSÉGTUDATOSSÁG ÉS AZ ÉTKEZÉSI PREFERENCIÁIK VIZSGÁLATA
A GYERMEKKORI ELHÍZÁS TÜKRÉBEN**

3. TÁBLÁZAT

**A válaszadók megoszlása információszerzésük alapján, N=206
(Sources of Information About Healthy Lifestyle, N=206)**

TABLE 3

Információforrás (Information source)	Fő (Capita)	Információ felhasználásának mértéke, % (The extent of information usage, %)
Orvos (Practitioner)	183	89,7
Szakkönyvek (Professional literature)	174	85,3
Saját szülő véleménye (Own parent's opinion)	165	80,9
Védőnői vélemény (Nurse's opinion)	149	73,0
Gyermekpedagógus véleménye (Teacher's opinion)	108	52,9
Gyógyszerész véleménye (Pharmacist's opinion)	102	50,0
Újságcikk (Article)	102	50,0
Más anyukák véleménye (Other mother's opinion)	100	49,0
Dietetikus véleménye (Dietitian's opinion)	99	48,5
Táplálkozási tanácsadó véleménye (Dietetic consultant's opinion)	83	40,7
Közösségi rendezvények (Events)	77	37,7
Közösségi fórumok (Social Media)	73	35,8
Természetgyógyász véleménye (Naturopath's opinion)	62	30,4
Bloggerek, Vloggerek véleménye (Bloggers, Vloggers)	35	17,2

Forrás (Source): Saját kutatás alapján, 2018 (Based on own research, 2018)

4. TÁBLÁZAT

**A válaszadók megoszlása az információforrások megbízhatóságának
szubjektív megítélését tekintve
(Distribution of Respondents in Terms of Subjective Judgment of Reliability
of Information Sources)**

TABLE 4

Információforrás (Information source)	Átlag (Mean)	Medián (Median)	Módusz (Mode)
Orvosi szakvélemény (Practitioner)	4,22	5,00	5,00
Szakkönyvek (Professional literature)	3,98	4,00	5,00
Dietetikus véleménye (Dietitian's opinion)	3,92	4,00	5,00
Védőnői vélemény (Nurse's opinion)	3,85	4,00	5,00
Saját szülő véleménye (Own parent's opinion)	3,75	4,00	4,00
Táplálkozási tanácsadó véleménye (Dietetic consultant's opinion)	3,74	4,00	4,00
Gyógyszerész véleménye (Pharmacist's opinion)	3,55	4,00	4,00
Gyermekpedagógus véleménye (Teacher's opinion)	3,28	3,00	3,00
Természetgyógyász véleménye (Naturopath's opinion)	3,07	3,00	3,00
Más anyukák véleménye (Other mother's opinion)	2,92	3,00	3,00
Közösségi rendezvények (Events)	2,90	3,00	3,00
Újságcikk (Articles)	2,75	3,00	3,00
Közösségi fórumok (Social Media)	2,51	3,00	3,00
Bloggerek, Vloggerek véleménye (Bloggers, Vloggers)	2,33	2,00	3,00

Forrás (Source): Saját kutatás alapján, 2018 (Based on own research, 2018)

4. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK – CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

Az eredmények alapján megállapítható, hogy már nem olyan drámai a helyzet a helytelen életmódot és táplálkozást tekintve, mint az ezt megelőző években az tapasztalható volt. Egyre többekben tudatosul, hogy mekkora súlyú nemzeti problémáról van szó. Bár még mindig sokan vannak, akik kifogások mögé rejtőznek, ha a felelősségvállalás szóba kerül, mégis úgy véljük kezd kirajzolódni az emberek előtt az a bizonyos út, amin járniuk kéne, annak érdekében, hogy egy egészségesebb, tudatosabb társadalomban élhessünk.

Viszonylag meglepő eredménynek számított, hogy a kitöltők a lelki egészséget értékelték az egészség dimenziói közül a legfontosabbnak. Ez nagyfokú nyitottságra utal, hiszen korábban az egészség fogalmát kifejezetten a biológiai egészséggel azonosították. Jó látni, hogy az emberek ilyen jelentőséget tulajdonítanak mind a lelki, a mentális, az emocionális, illetve a szociális egészségnek egyaránt.

A kapott válaszokat összegezve, a kitöltők szinte egybehangzó véleménye, hogy a szülők felelőssége egy gyermek egészséges életmódjának kialakítása. Felismerik a helytelen táplálkozás okozta problémákat és hisznek a megelőzés, a példamutatás és a szűrővizsgálatok fontosságában. Ugyanakkor úgy gondolják, hogy általában más családok nem veszik elég komolyan például a gyermekkori elhízás prevencióját, valamint az iskola se nyújt kellő információt a gyermekek számára az említett kérdésköröket tekintve, amelyet korábban is tapasztaltunk. Változtatni mások vagy akár a saját magunk életmódján, illetve berögzült szokásain nem a legkönnyebb dolog, így sokszor egyszerűbb, ha a szőnyeg alá söpörjük problémáinkat. A berögzült rossz szokások korai kiküszöbölésén segíthetnénk azzal, ha az általános iskolák és gimnáziumok meghívnanak az egészséges életmódban jártas szakembereket, vagy a fiatalok számára jól ismert, a témával foglalkozó életmódtanácsadót, bloggert vagy youtube videóst, például az osztályfőnöki óra keretein belül. Egyrésztől így sok új információval lennének gazdagabbak a gyerekek egy

kötelező óra alkalmával, másrészt egy kötetlen információcserére, beszélgetésre is alkalmat adna.

Kiderült, hogy a szülők többsége bár általában ösztönösen, intuitív módon cselekszik, fontosnak tartja a szakirodalomban leírtakat és ezeket egyaránt alkalmazza gyermeknevelésük során. Ezt az összehasonlító elemzés is alátámasztotta, hiszen a felhasználást és hitelességet tekintve a szakkönyvek az első kettő között szerepeltek mindkét táblázatban.

Fény derült arra is, hogy a legtöbben a szakorvosok véleményében hisznek, és ezt használják fel leggyakrabban. Ennek alapján úgy véljük, ha az egészségiparban szeretne egy vállalat új terméket bevezetni, a legjobb stratégiát akkor választja, ha nyilvánosságra hoz egy objektív szakorvosi véleményt érthető formában, mely alátámasztja a termék létjogosultságát és kiemeli annak előnyeit. Ezzel hitelességet kölcsönöz az adott fogyasztási cikknek és az emberek tudatában egy megbízható kategóriába pozícionálja azt.

Bár a minta nem reprezentatív, pont azt a fizetőképes és tudatoság szempontjából érzékeny csoportot sikerült összegyűjteni, akik véleménye nagyon fontos lehet mind a vállalkozások, mind a döntéshozók szempontjából.

5. ÖSSZEFOGLALÁS – SUMMARY

Kutatásunk témájának kiválasztásában az inspirált minket, hogy feltérképezzük, melyek azok a kérdéskörök, amelyek most egyrészt divatosnak számítanak, esetleg az aktuális megatrendek közé sorolhatók.

Célunk volt, hogy rávilágítsunk arra, milyen fontos a gyerekek egészségtudatos életmódra való nevelése és megfelelő tájékoztatása a témával kapcsolatban már egészen kiskortól kezdődően. Ezen belül kiemelten fontos a táplálkozás szerepe már kora gyermekkorban. Megvizsgáltuk azt is, hogy a szülők vállalják-e a felelősséget gyermekük megfelelő életmódjának és napi rutinjának kialakításában.

Az adatgyűjtés során szekunder és primer kutatási módszertant használtuk.

Szekunder információforrásoknak szakkönyveket, folyóiratokat, illetve statisztikai adatbázisokat használtunk fel. A további elemzéshez

a Google Scholar és a Science Direct online felületein található szakirodalmakat hívtuk segítségül. Főbb vázlatpontoknak a következőket választottuk: az egészséges életmód alappillérei, fogyasztói attitűdök, egészséges életmód a családban/szülői hatás az étkezésre, a szülői felelősség kérdése. Mindezt leszűkítettük a magyar lakosságra, ezen belül is azokra a szülőkre, akiknek gyermekei 0-14 év közöttiek. Az adatgyűjtés során külföldi, illetve magyar szerzőktől származó szakirodalmat egyaránt felhasználtunk, hogy minél hitelesebb képet kapjunk a választott témában és ezzel alátámaszunk kutatásunk létjogosultságát. A lakosság átlagos fogyasztói kosarának elemzését a Központi Statisztikai Hivatal adataira alapoztuk, melynek során fény derült arra mennyit költ egy átlagos magyar család élelmiszerre havonta, és mely élelmiszerekre költik a legtöbbet. Az egészség fogalmának változási folyamatát tekintve, a WHO által közreadott információkat is körültekintően megvizsgáltuk és felhasználtuk a cikk megírása során.

Feltáró kutatásunk során kérdőíves megkérdezést alkalmaztunk, melynek során 206 kitöltőt sikerült elérnünk (célcsoport-orientáltan), így releváns képet kaptunk a feltett kérdésköröket illetően. Primer kutatásunk célja egy olyan mélyreható kép kialakítása volt a szülői attitűdök, preferenciák, valamint nevelési szokásokat illetően, melyre az eredmények feldolgozása lehetőséget nyújtott.

Elemzéseinkhez az SPSS statisztikai programot használtuk, ezen belül is jellemzően leíró, megoszlási mutatókat, keresztábra elemzéseket alkalmaztunk.

Úgy gondoljuk sikerült hiteles információkat gyűjteni, melyek talán egy újabb kutatás alapjául szolgálhatnak, hiszen az egészséges életmód egy olyan témakör melynek rengeteg aspektusát lehet újra és újra megvizsgálni.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS –

ACKNOWLEDGEMENT

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

IRODALOMJEGYZÉK – REFERENCES

- Ábrahám, Á. – Csatornai, S.:** Óvodások iskolások táplálkozási szokásai. Védőnő. 2006. 16 (6) 35–39.
- Baumrind, D.:** Current Patterns of Parental Authority. *Developmental Psychology Monographs*. 1971. 4 (1 pt.2) 1–103. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0030372>
- Block, J. H.:** The Child-Rearing Practices Report (CRPR): A Set of Q Items for the Description of Parental Socialization Attitudes and Values. University of California, Institute of Human Development, Berkeley, 1965.
- Busi, E.:** Nevelési szinterek I. A család. ELTE TTK Multimédiapedagógia és Oktatástechnológia Központ, Apertus Közalapítvány, Budapest, 2004.
- Cohler, B. J. – Weiss, J. L. – Grunebaum, H. U.:** Child Care Attitudes and Emotional Disturbance Among Mothers of Young Children. *Genetic Psychology Monographs*. 1970. 82 (1) 3–47.
- Hidvégi, P. – Kopkáné, P. J. – Müller, A.:** Az egészséges életmód. Eszterházy Károly Főiskola, Sporttudományi Intézet, Eger, 2015.
- Holden, G. W. – Edwards, L. A.:** Parental Attitudes Toward Child Rearing: Instruments, Issues, and Applications. *Psychological Bulletin*. 1989. 106 (1) 29–58.
- Horváth, Á.:** A fogyasztói magatartás és az élelmiszerfogyasztás jellemzői. Doktori értekezés, Gödöllő, 1996.
- Fahey, T. D. – Insel, P. M. – Roth, W. T.:** Fit and well: Core Concepts and Labs in Physical Fitness and Wellness. New York, McGraw-Hill, 2010.
- Lantos, K. – Ináncsy-Pap, J.:** A család hatása az étkezési szokásokra a gyermekkori elhízás szempontjából. *Acta Sana*. 2012. (1) 19–23.
- Lehota, J.:** Élelmiszergazdasági marketing. Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 2001.
- Lipi, Sz.:** A 2000. év fogyasztói társadalma. *Marketing & Menedzsment*. 2000. 5 45–49.
- Pikó, B.:** Egészségtudatosság serdülőkorban. Akadémia Kiadó, Budapest, 2002.

- Sallay, H. – Münnich, Á.:** Családi nevelési attitűdök percepciója és a self-fejlődéssel való összefüggései. Magyar Pedagógia. 1999. 99 (2) 157–174.
- Schaefer, E. S. – Bell, R. Q.:** Development of a Parental Attitude Research Instrument. Child Development. 1958. 29 339–361.
- Sulyokné Guba, J.:** Kis emberek, nagy piac, avagy a gyermek fogyasztóvá válása. In Marketing & Menedzsment. 2000. 34 (2) 39–44.
- Sutton-Smith, B. – Rosenberg, B. G.:** Sibling Consensus on Power Tactics. In: Goslin, D.B (Szerk.): Handbook of Socialization Theory and Research. McNally College Publishing Co., Chicago, 1966. 791–821.
- Szűcs, R. S. – Széll, E.:** Az anyai szerepkör a gyermekek egészségtudatos fogyasztói szocializációjában. Economica – különszám. 2013. 6 (ksz) 58–66.
- Tóth, I. – Gervai, J.:** Szülői Bánásmód Kérdőív (H-Pbi): A Parental Bonding Instrument (Pbi) Magyar Változata. Magyar Pszichológiai Szemle. 1999. 54 (4) 551–566.

JEGYZETEK ✪ NOTES

TÁPLÁLKOZÁSI SZOKÁSOK VIZSGÁLATA A DEBRECENI EGYETEMISTÁK KÖRÉBEN



INVESTIGATING THE DIETARY PRACTICE OF STUDENTS
AT THE UNIVERSITY OF DEBRECEN



KARNAI, LAURA
SZŰCS, ISTVÁN



Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Gazdálkodástudományi Intézet
(University of Debrecen, Faculty of Economics and Business, Institute of Applied Economics Sciences)
H-4032 Debrecen, Böszörményi út 138.
e-mail: karnai.laura@econ.unideb.hu

Nowadays, the importance of food in the preservation and restoration of health has become more and more important, as the number of people suffering from diabetes, cardiovascular disease and various food allergies is increasing. In many cases, there is a problem with what is the recommended range of foods, and what is (the meaning of) a healthy and health-conscious diet. The focus of our study is on the nutritional habits of young university students, as the health consciousness of this age group plays a prominent role at both domestic and international level. The primary purpose of the research is to map the daily dietary habits university students in Debrecen to the recommendations of the nutritional pyramid of dietary nutrition and good nutrition created by dietitians. The basis of our primary study was the observational procedure by creating a food diary and fill it with the randomly chosen students, during which we could observe the quality and quantity of food consumed by them during their daily meals. On the basis of the results, the dietitians expected and actual food consumption in the case of the target group were able to be compared, on the basis of which it can be concluded that the eating habits of the university students of Debrecen fall short of the healthy eating recommendation.

KULCSSZAVAK: egészségtudatos táplálkozás, fogyasztói szokások, táplálkozási piramis

KEYWORDS: healthy diet, consumer behaviour, healthy diet pyramid

JEL-KÓDOK (JEL CODES): A13, P56

DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/6/2/4>

1. BEVEZETÉS – INTRODUCTION

Az élelmiszeripar globális jelentősége manapság egyre inkább felértékelődik, köszönhetően a világméretű élelmiszerigény ugrásszerű növekedésének. Világviszonylatban a fogyasztói igények terén is változás figyelhető meg, melyet a civilizációs betegségek rohamos terjedése hívott életre, hiszen nő a cukorbetegséggel, szív- és érrendszeri betegséggel és különböző ételallergiával küzdők száma. Ezt bizonyítja az is, hogy hazánkban a cukorbetegek száma egy

évtized alatt megduplázódott, s mára már eléri az 1 millió főt, de hasonló tendencia figyelhető meg az ételallergiától és/vagy intoleranciától szenvedők száma tekintetében is (KSH, 2019). Napjainkban egyre inkább előtérbe került az étkezés fontossága az egészség megőrzésében és helyreállításában, hiszen a táplálkozásunk közvetlenül befolyásolja egészségünket (WHO, 2006; POPKIN, 2006). Életmódunk és fogyasztási szokásaink gyermekkorunktól kezdve kihatnak a szervezetünkre, a táplálkozási szokások változása különböző táplálkozási zava-

rokat idézhet elő, melyek főként felnőttkorban okoznak problémát, ezért egész életünk során figyelniük kell arra, hogy mit eszünk és iszunk (MORENO et al., 2014). Ugyanakkor az elfogyasztott étel és az egészség közti szoros összefüggést már időszámításunk előtt is ismerték („Gyógyszered legyen az ételed, s ételed legyen a gyógyszered” -Hippokratész). Az egészségtelen táplálkozás és a mozgásszegény életmód napjainkban a Föld összlakosságát tekintve a legjelentősebb rizikófaktorrá vált, ezért a szakterületi nemzetközi kutatásokban is prioritást élvez (LIM et al., 2012). Mindezen tények új kihívások elé állítják az élelmiszeripart, hiszen olyan élelmiszerek kifejlesztése és gyártása szükséges, melyek egészségvédő hatásuknál fogva lassítják a társadalmat sújtó civilizációs betegségek térnyerését. A boltok polcain ennek köszönhetően nő azon termékek száma, melyek a kiváló élvezeti érték mellett az egészségre jótékony hatással bírnak, mint például az ásványianyag-tartalom növelése (pl. Mg, Ca), az energia csökkentése cukortartalom vagy zsírtartalom csökkentés által, az egészségre jótékony hatású fűszerek, vitaminok alkalmazása az élelmiszerekben. Ezeket az élelmiszereket a szakirodalom funkcionális élelmiszereknek nevezi (SZAKÁLY, 1994; BIRÓ, 2004; HAWKES, 2004). A funkcionális élelmiszerek piaci részesedése évről évre növekszik, s egyre inkább az élelmiszeripar húzótermékeivé válnak (MENRAD, 2003; PISKÓTI et al., 2006). A fejlődés oka, hogy az emberek többsége úgy véli, hogy az általa fogyasztott élelmiszerek közvetlenül hozzájárulnak az egészsége megőrzéséhez, javításához (MOLLET és ROWLAND, 2002; YOUNG, 2000; BARNA, 2007; MENDIS et al., 2011).

Manapság a folyamatos változásnak köszönhetően sokszor problémát jelent, hogy mit ajánlott és mit nem ajánlott enni, vagy hogy mit is jelent az egészséges táplálkozás. Fontos tisztázni azt a tényt, hogy az egészséges táplálkozás alatt nem a köztudatban egészségesnek titulált ételek fogyasztását értjük, hiszen manapság a forgalomba hozott ételek többsége egészségesnek tekinthető. HIDVÉGI et al. (2015) megfogalmazása szerint: „Az egészséges táplálkozás a különféle ételek és italok megfelelő arányban és mennyiségben, kellő változatossággal történő rendszeres fogyasztását jelenti. Ezáltal a beteg-

ségek kockázatát minimálisra csökkenthetjük. Az egészséges étrendnek megfelelő mennyiségben kell tartalmaznia a szervezetünk számára fontos energiát adó tápanyagokat (fehérjéket, zsírokat, szénhidrátokat) és energiát nem adó tápanyagokat (vitaminokat, ásványi anyagokat és nyom-elemeket). Próbáljunk változatosan táplálkozni minél többféle nyersanyag felhasználásával, a lehető legtöbbféle készítési módot alkalmazva” (HIDVÉGI et al., 2015:39). Mindemellert a táplálkozás és az élelmiszer-biztonság szorosan összefügg, mely az elmúlt évtizedekben a különböző élelmiszerbotrányok hatására a fogyasztói bizalom megrendülését okozta. A „nem biztonságos ételek” fogyasztása egészségügyi kockázatot jelent, éppen ezért a WHO folyamatosan arra törekszik, hogy mindenki számára elérhetővé tegye a biztonságos élelmiszereket (BÁNÁTI, 2011; WHO, 2019).

A táplálkozási ajánlások szemléltetésének egyik általánosan elterjedt formája a táplálkozási piramis, mely táplálkozás-élettani szempontból az élelmiszereket 4 különböző táplálékcsoportba sorolja. Az egészséges étrend fő alapelve, hogy a szervezetünk megfelelő arányban kapja az alapvető tápanyagokat. A piramis lényege abban áll, hogy a helyes és kiegyensúlyozott étrendet kell kialakítani a különböző tápanyagok megfelelő kombinációjával azért, hogy megőrizzük egészségünket. Fontos hangsúlyozni, hogy az elmúlt évtizedekben számos táplálkozási piramis látott napvilágot, s a legtöbbet emlegetett az USA Mezőgazdasági Minisztériuma (USDA) által alkotott táplálkozási piramis, melyet 1992-ben ábrázoltak először, majd 2005-ben átdolgoztak, s 2011-ben táplálkozási „okostányér” formájában aktualizáltak. A piramis alapja, hogy az étkezésünket leginkább meghatározó élelmiszercsoportok a piramis alján található, s ahogy egyre haladunk a csúcs felé, annál inkább ajánlott a takarékos felhasználás, ahol például a zsírok, olajok, édességek található (WELSH et al., 1992). A 2005-os koncepció már több mint egy iránymutatás, hiszen lényegében az elmúlt 30 évben nem változtak az alapelvek, csak más üzenetet hordoz. A tányérkonceptió is a gyakorlati megvalósítást segíti, hiszen megmutatja, hogy mi van a tányérunkon, s szemlélteti a kenyér és gabonafélék, zöldségek, gyümölcsök, fehérjék és tejtermékek egészséges arányát a mindennapi

étkezési szokásainkban, valamint ajánlásokat is tartalmaz (HAVEN et al., 2006). Az alappiramis mellett napjainkban egyre inkább elterjedt az 1990-ben kifejlesztett speciális, mediterrán étkezési piramis is, melynek leggyakoribb elemei közé tartoznak a gyümölcsök, a zöldségek, a gabonafélék, az olívaolaj, a bab, a hüvelyesek, a diófélék, a magvak, a gyógynövények, a fűszerek, valamint a halak és haltermékek. Miután a

halak és a tenger gyümölcsei az egészségtudatos életmódban fontos szerepet töltenek be, kiemelt elemként jelennek meg itt is, melyet hetente többször fogyaszthatnak, a baromfiús, a tojás, a joghurt és tejtermékek mérsékeltbben, míg a vörös húsok, és az édességek csekélyebb mértékben fogyasztandók (BACH-FAIG et al., 2011; DAVIS et al., 2015).



1. ÁBRA

Táplálkozási piramisok (Healthy Diet Pyramids)

Forrás (Source): Harvard School of Public Health, 2013; Rang, 2016

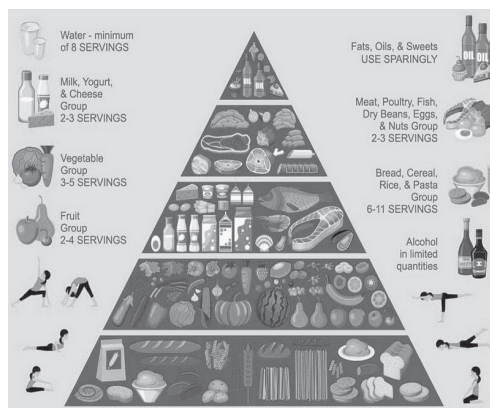


FIG. 1

Kutatók szerint az egészséges táplálkozás kialakításához és annak fenntartásához a testmozgás és a napi rendszeres étkezések megléte egyaránt hozzájárul. A globális sportpiac növekedése évről-évre meghaladja a GDP növekedés ütemét, s hazánkban is a sportolás és a mindennapi testmozgás iránti igény növekedése figyelhető meg (BÁCSNÉ et al., 2018). Azt is fontos hangsúlyozni, hogy általában nem az ételek mennyisége, hanem a minősége kap kiemelt szerepet a mindennapi kiegyensúlyozott, egészséges táplálkozás során. Az étrend alapját a rostban gazdag gabonafélék alkotják, hiszen a gabona alapvető fontossággal bír az egészségünket illetően. A finomított liszt, fehér rizs, fehér kenyér helyett inkább teljes kiőrlésű tészta vagy barna rizs fogyasztása a célszerű. Az étkezések során sok zöldségnek és gyümölcsnek, valamint teljes kiőrlésű gabonának, magoknak és az egészséges zsiradékoknak hetente többször is szerepelnie kell, ezen túl törekedni kell a változatosságra. Emellett előnyben kell részesíteni az egészséges fehérjeforrásokat is,

mint pl. a fehér húsokat vagy halat a vörös húsok helyett. A piramis csúcsán az édességek és a zsiradékok szerepelnek, melynek fogyasztását a többi táplálékhoz viszonyítva a legalacsonyabb szinten kell tartani (RODLER, 2005; BALÁZS, 2010; HUSZKA, 2012; SÓLYOM, 2014).

Az ember fejlődése során, sajnálatos módon, jelentős részben elveszítette a táplálék kiválasztásának természetes ösztönét. Étrendjét alapvetően a szűkebb és tágabb környezet szokásai, szabályai, a társadalmi értékrend, hiedelmek határozzák meg. Ezért táplálkozni is meg kell tanulni. A megváltozott és felborult táplálkozási szokások helyes mederbe való visszatereléséhez fontos lenne az egészségtudatos táplálkozás széles körű megismertetése a lakossággal, melyben nagy szerepe lehetne az egészséges, illetve egészségvédő (funkcionális) élelmiszereknek. Mindezen információk birtokában a fejlett országok fogyasztói egyre több gondot fordítanak egészségük megőrzésére, mind több információt szereznek az egészséges életmódról, s a gyógykezelés helyett a betegség-

gek, az egészségi állapot leromlásának megelőzésére törekednek (ENSER, 2001).

A táplálkozás vizsgálata során fontos megjegyezni azt aényt, hogy a szakirodalom által helyesnek vélt ételek rendszeres vagy kevésbé rendszeres fogyasztását sok más tényező is befolyásolja, mint például a különböző ételérzékenység, ételallergia, vagy akár a vallás. Az európai kultúrában a kereszténység nem ír elő élelmiszerfogyasztásra vonatkozó tiltásokat, azonban vannak olyan kultúrák, ahol jelentős korlátozások vannak egyes ételek tekintetében, főként a húsfogyasztásra vonatkozóan (VIDA és SZÚCS, 2016).

Táplálkozásunkat és egészséges életmódunkat nagyban befolyásolja a szülői minta, vagyis a szülők példamutatása, hozzáállása az egészséges életmódhoz, mely főként fiatalokban alakul ki. Emellett a fiatal korosztály sokat tehet ezen kívül is egészségéért és annak megőrzéséért (BERKE et al., 2012). Éppen ezért vizsgálatunk középpontjába a fiatal egyetemisták táplálkozási szokásait helyeztük, hiszen ezen korosztály egészség tudatosságának vizsgálata kitiüntetett szerepet kap mind hazai, mind nemzetközi szinten egyaránt. A téma aktualitását a felgyorsult világunknak köszönhető rohanó életmódból eredő hektikus táplálkozási metódus jelenti. Nemzetközi szinten komoly problémát jelentenek a fiatalok körében megjelenő betegségek, melyek egyaránt összefüggenek a táplálkozásukkal és az életmódjukkal. Egyre több kutatás igazolja, hogy a fiatalok étkezési szokásai komolyabb egészségügyi problémákat eredményeznek, mint például a túlsúly, a cukorbetegség, a szívbetegség, a keringési problémák, az emésztőrendszeri betegségek, vagy esetleges rákos megbetegedés, melyeket tovább fokoz a mozgáshiány, a dohányzás, valamint az alkoholfogyasztás is (SZAKÁLY, 2011; MCGINNIS et al., 2006). Magyarországon a teljes népesség körében egyre magasabb az elhízottak aránya, mely megfigyelhető már a fiatalok körében is. A túltápláltság kialakulása az öröklött hajlam mellett döntőképp a helytelen táplálkozásban és a mozgásszegény életmódban keresendő. Hazánkban elmondható, hogy – a WHO által használt, a testmagasság és a testtömeg alapján meghatározott testtömeg index (BMI=Body Mass Index) alapján, mely szerint 30 kg/m²

érték felett tekintünk valakit elhízottnak – minden második ember tekinthető túltápláltnak (NÉPEGÉSZSÉGÜGYI JELENTÉS, 2015). Éppen ezért az egészséges és kiegyensúlyozott (megfelelő minőségű és mennyiségű tápanyagbevitelt tartalmazó) táplálkozás ösztönzése és figyelemfelkeltése az egyik legfőbb feladat (MARJAINÉ et al, 2012). A különböző kutatások megfigyelései alapján indokolttá válik az egyetemisták (20 és 30 év közöttiek) táplálkozási szokásainak felmérése, megismerése, hiszen ez a korosztály már önálló választást hoz saját étkezéseit illetően. Fontos megvizsgálni, hogy ezen korosztály tagjai saját döntéseik birtokában mennyire tekinthetők egészség tudatosnak, hiszen még vélhetően nem esetek át komoly betegségeken (kivételt képeznek a valamilyen ételérzékenységben szenvedők). E korosztály esetében megfigyelhető, hogy sokkal inkább az örömforrás céljából esznek, az ízvilág, a divathóbort, a reklámok erősen befolyásolják az élelmiszer-preferenciáikat. Az étel nemcsak tápanyagforrást jelent számukra, hanem egyre inkább státuszszimbólummá is válik (PAPP és LUGOSI, 2018).

Napjainkban változás figyelhető meg az étkezés tekintetében, hiszen a rohanó életmódnak köszönhetően megváltozik a mindennapi ritmusunk, átalakul a hagyományos 3 alkalmat magában foglaló napi étkezés jelentősége, valamint fontosabbá válnak a gyorsan elfogyasztható ételek. Új rendszerek alakulnak ki, hiszen az étkezések tartalma mellett annak fogyasztási helye is megváltozik, melynek egy részét különféle divatörületek, reklámok vagy blogerek trendjei határozzák meg. Éppen ezeknek köszönhetően a food-trendek sorában egyre nagyobb szerepet kap a nagyobb csoportok elkülönítése, olyan tényezők mentén, mint a gyorsaság és a kényelem, a környezet és a felelősség, az egészség és az élmény által vezérelt ételek fogyasztása (TÖRŐCSIK, 2007). A food-trendek rendszere a csoportosítás alapján néhány népszerűbb trend:

1. gyorsaság, kényelem:

- a. fast food (valamit gyorsan),
- b. street food (utcán gyorsan beszerezhető ételek),
- c. call food (gyorsan házhoz),
- d. finger food (kézzel fogyasztható gyorsétel),

- e. convenience food (otthon elkészíthető kényelmi ételek pl. fagyasztott, félkész termékek) (BERRY, 1979; TÖRŐCSIK, 2007).
2. *környezet, felelősség (egészség- és környezettudatosság):*
- bio-food (vegyszermentes, természetességet biztosító ételek),
 - authentic food (a termelő hitelessége),
 - trusted food (azt fogyasztja a vásárló, amit ígértek neki),
 - SOS food (Save Your Society) és harmony food (fenntartható fejlődés érvényesítésével készült ételek),
 - local food (lakóhely közelében termelők alapanyagainak felhasználásával készült ételek) vagy a slow food (adott területre tradicionális ételek készítése és fogyasztása) (PETRINI, 2002).
3. *egészség, tudomány:*
- healthy food (természetes eredetű, egészségünkre jótékony hatású élelmiszerek),
 - superfood (természetes funkcionális hatású élelmiszer),
 - functional food (funkcionális élelmiszer),
 - clean food (allergiát okozó tényezők kiszűrésével készített élelmiszer)
4. *élmény, szakértelem:*
- mood food (pozitív érzelmi többletet adó élelmiszer) (BOSCH et al., 2005),
 - wellness food (életérzés közvetítése az étkezés mellett),
 - show food (egyfajta élménytöbbletet biztosító ételek pl. mesterszakácsok ételei, ételkülönlegességek),
 - fúziós konyha (különleges ételek beépítése a hétköznapi étkezésekbe),
 - retro food (nosztalgikus ételek),
 - strange food (általunk nem fogyasztott különlegességek fogyasztásának trendje) (TÖRŐCSIK, 2007).

A kutatásunk elsődleges célja tehát feltérképezni azt, hogy debreceni egyetemisták mindennapos étkezési szokásai mennyire követik a dietetikusok által megalkotott egészségtudatos és helyes táplálkozáshoz szükséges élelmiszerek táplálkozási piramisának ajánlásait, különös tekintettel az étkezések gyakoriságára és

minőségére. Kutatásunk során a célkitűzéssel összefüggésben megfogalmazott kérdéseink, melyek megválaszolására törekszünk:

- Mi jellemzi a hallgatók étkezési gyakoriságát?
- Milyen alapanyagok fogyasztása jelenik meg a debreceni egyetemisták táplálkozása során?
- Mennyire követi a hallgatók táplálkozása a szakemberek által megalkotott táplálkozási piramis ajánlásait?

A kérdések megválaszolásához rendelt feladatok a következők voltak:

- A hallgatók mindennapos fogyasztási szokásainak felmérése és értékelése.
- A hallgatói táplálkozási gyakorlat táplálkozási piramissal való összevetése.

2. ANYAG ÉS MÓDSZER – MATERIAL AND METHOD

Kutatómunkánkat az általános módszertani ajánlásokat követve szekunder adat- és információgyűjtéssel kezdtük, melynek során a témához kapcsolódó szakirodalmak összegyűjtését és feldolgozását, rendszerezését végeztük el. A kutatási téma vizsgálatához a legjobban illeszkedő, legfrissebb, releváns forrásokat kutattuk fel, hazai és nemzetközi modelleket és kutatási eredményeket elemeztünk. A célkitűzés érdekében a szekunder kutatás kiegészítéseként primer vizsgálat elvégzése is szükséges volt.

Először a kutatások során az egyik leggyakrabban alkalmazott kvalitatív (minőségi) kutatási módszert alkalmaztuk, a Debreceni Egyetem hallgatóinak egy csoportjával egy fókuszcsoportos interjút készítettünk, mely során olyan véleményeket, észrevételeket, problémákat tártunk fel, mely a kutatásunk előmenetelét segítette. Az interjúalanyok véleménye számos esetben segítette egy-egy kérdés válaszlehetőségeinek módosítását, esetleges bővítését. A fókuszcsoport vizsgálat során a Debreceni Egyetem minden karáról kiválasztásra került 1-1 ember, véletlenszerűen a neptun kód alapján. A fókuszcsoportos interjúra 2019 elején került sor 14 fő bevonásával. A vizsgálat során főként az alapvető fogyasztói szükségletek kérdéskörét elemeztük, különös tekintettel a hallgatói

célcsoportra. A fókuszcsoporthoz interjú során közel azonos, egymással összevethető kérdéseket tettünk fel a kiválasztott hallgatóknak. A kérdéseket 4 fő kérdéscsoportba soroltuk, melyek által minden résztvevő elmondhatta a véleményét és tapasztalatait a hallgatói korosztály étkezéseiről, az étkezések gyakoriságáról, a bevitt folyadékok mennyiségéről és minőségéről, valamint a fogyasztott élelmiszerek elkészítésének módjáról, beszerzési helyéről. A vizsgálat során elhangzott megállapításokat, konklúziókat a beszélgetés során rögzítettük, majd a kiértékelésüket papíralapon végeztük el.

A további kutatást egy leíró kutatási módszerrel, a megfigyeléses eljárással folytattuk le, mely során véletlenszerű kiválasztással ételfogyasztási napló/étkezési napló készítését tartottuk indokoltnak annak érdekében, hogy megfigyelhessük, hogy milyen minőségű és mennyiségű ételeket fogyasztanak a hallgatók étkezéseik során. A hallgatók kiválasztása során a véletlenszerű mintavétel alapját a Debreceni Egyetem hallgatóinak egyedi azonosítója (neptun kódja) jelentette, hiszen a 6 karakterből álló kód (szám és betű különböző kombinációja) esetében előre meghatároztunk 3 karaktert, s olyan hallgatók kerültek bele a vizsgálatunkba, akiknek az általunk kiválasztott karakterek szerepeltek az egyedi azonosítójukban. Így az egyetem hallgatói közül 25 fő került kiválasztásra, akik étkezési szokásait étkezési naplóval mértük. A kiválasztott hallgatók nem szerinti megoszlásáról elmondható, hogy 9 férfi/fiú és 16 nő/lány került kiválasztásra. A napló vezetése során a hallgatók 1 héten keresztül minden nap az általuk fogyasztott élelmiszereket vezették, valamint külön feltüntették az ételek elfogyasztásának idejét, az étel mennyiségét részegységekre bontva, annak beszerzési helyével együtt. Az ételek feltüntetése esetében meg kellett határozni az élelmiszer pontos márkanevét, terméknevét, valamint a főtt ételek esetében az étel nevét úgy, hogy következtetni lehessen az ételt alkotó nyersanyagok fajtájára és a készítési módjára. Az elfogyasztott italok esetében fel kellett tüntetni gyümölcsle esetén annak gyümölcsstartalmát: szűrt, 12%, 25%, 50%, 100%; üdítőitalok esetén, hogy light, zéró vagy normál; szörpök esetén, hogy bolti vagy otthon készített; továbbá az ásvány-

vizek esetében, hogy savas, mentes vagy ízesített, valamint a márkát is. A napló vezetése során külön fel kellett tüntetni az édesítéshez használt cukrot, mézet és ezek mennyiségét, az ételkészítéskor felhasznált zsiradék típusát, a kenőzsiradék típusát, márkáját, zsirtartalmát és a felhasználás mennyiségét, a kenyér, péksütemény típusát és vastagságát, a nassolásokat, étkezések között elrágcsált falatokat. Az ételek, élelmiszerek közvetlen fogyasztása során történő sózás mennyiségét, a felhasznált ételízesítő anyagokat és a felhasznált kényelmi termékeket (pl. levespor). Az egyes étkezések esetén külön meg kellett határozni, hogy otthon, étteremben, gyorsétteremben, büfében, munkahelyi étteremben, iskolai étteremben, házhoz szállító cégnél vagy egyéb helyen készítették az elfogyasztott ételeket.

Az összegyűjtött adatok és információk rendszerezését a Microsoft Excel programban végeztük el, ahol a fogyasztott élelmiszerek mennyiségét és fogyasztásának gyakoriságát először minden hallgatóra külön-külön, majd összevontan is meghatároztuk. A naplóban egyaránt ki kellett mutatni az ételek mellett a fogyasztott italok körét is. A begyűjtött adatok által meghatározhatóvá vált számunkra, hogy a kiválasztott hallgatók milyen rendszeresen és milyen időközönként étkeznek. Emellett pedig a begyűjtött és rendszerezett lista a fogyasztott élelmiszerekről lehetővé tette számunkra, hogy a táplálkozási piramisban elkülönített 4 csoport szerint osztályozva elkülöníthessük az ételeket, s ezáltal a mindennapos fogyasztási szokásokat értékelni tudjuk. Fontos megjegyezni, hogy a bemutatott eredmények egy nagyobb, folyamatban lévő kutatás egy részét képezik.

3. EREDMÉNYEK – RESULTS

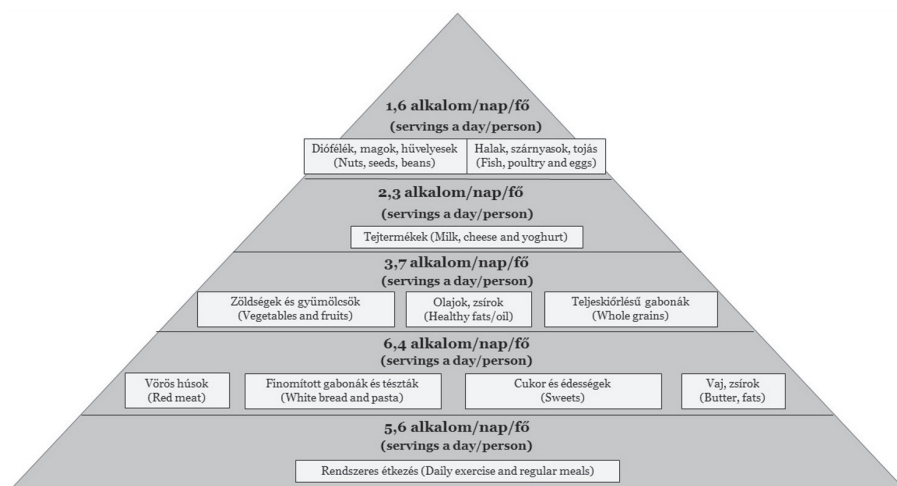
A fókuszcsoporthoz interjú alapján kiderült, hogy a hallgatók két csoportját célszerű elkülönítenünk, hiszen teljesen más a megítélése táplálkozás szempontjából az otthon élő és a családjától külön élő (albérlésben vagy kollégiumban élő) diákoknak. A családjával élő hallgató esetében a szülők gondoskodnak többségében az ételek elkészítéséről, a külön élők pedig a saját maguk által készített ételt fogyasztják. Többen úgy vélekedtek, hogy a

többszöri étkezés ugyan megvalósul a hallgatók mindennapjaiban, azonban azok minősége már nem megfelelő, s nem tekinthető rendszeresnek. Ezt alátámasztja, hogy az interjúalanyok egyöntetűen megállapították, hogy a diákok hetente legalább 2-3 alkalommal fogyasztanak gyorséttermi ennivalót, emellett pedig kevés alkalommal fogyasztanak meleg ételt, azon belül is legkevésbé leveseket.

A hallgatói lét másik nagyobb kérdésköre a rendszeres és minőségi étkezés mellett az elfogyasztott innivalók minősége. A résztvevők egyöntetűen úgy vélekedtek, hogy a hallgatók mindennapi folyadékbevitel nem megfelelő, hiszen főként cukros üdítőitalokat fogyasztanak. Ezen felül rendszeres az alkohol fogyasztása is, valamint a kávé vagy energiatalok

kiemelten megjelennek a mindennapjaikban. Fontos hangsúlyozni, hogy a hallgatói lét egy szemeszter esetében két részre osztható, hiszen a szorgalmi- és a vizsgaidőszak kettőssége jellemzi. A kutatásunk főként a szorgalmi időszakra vonatkozott, hiszen úgy gondoljuk, hogy a rendszeres és általánosnak tekinthető étkezési magatartás ebben az időszakban vizsgálható a leghitelesebben.

A fókuszcsoporthoz interjú kiegészítéseként az étkezési naplóból származó adatok és információk segítséget nyújtanak számunkra, hogy a kutatásunkban megfogalmazott kutatási kérdéseket meg tudjuk válaszolni. Az étkezési naplóból begyűjtött adatok alapján megalkotott táplálkozási piramist a 2. ábra illusztrálja.



2. ÁBRA

FIG. 2

Debreceni egyetemisták táplálkozási piramisa
(Healthy Diet Pyramid of Students at the University of Debrecen)

Forrás (Source): Saját szerkesztés (Own compilation)

A helyes táplálkozás elvei alapján, ahogy haladunk a táplálkozási piramis csúcsa felé, az egyes szinteken feltüntetett élelmiszereket minél ritkábban kell heti rendszerességgel fogyasztani. Azonban a kapott adatok azt mutatják, hogy a debreceni egyetemisták körében pont ellentétes tendencia figyelhető meg, hiszen a napi étkezésben legtöbbször vörös húsok, tésztafélék, finomított gabonák, cukrok, só, valamint az alkohol van jelen. Kijelenthető, hogy a hallgatók táplálkozási piramisa jelentősen eltér a szakirodalom, illetve a dietetiku-

sok ajánlásaitól. Ezen belül is az édességek és cukrok tekintetében figyelhetünk meg kiugró értékeket, hiszen egy hét alatt 14,7 alkalommal voltak jelen egy egyetemista étkezésében valamilyen formában, s ennek döntő többsége fehércukor volt, nem méz vagy édesítőszer. A megkérdezett hallgatók közül 4 esetben tapasztaltuk, hogy mézet használ, míg 7 hallgató az édesítőszer preferálja édesítés céljából. Emellett a kávé fogyasztása változó képet mutat, hiszen átlagosan mintegy 7,4 alkalom/fő/hét értéket kaptunk, mely hozzávetőlegesen

napi 1 kávét jelent, azonban ha figyelembe vesszük, hogy a megkérdezettek egy része nem, vagy alig fogyaszt kávét, úgy kijelenthető, hogy a kávét fogyasztók napi 1-nél több alkalommal isszák azt. A hallgatók fele úgy nyilatkozott, hogy 8 kávénál többet fogyaszt egy hét alatt, azonban volt olyan hallgató, aki a vizsgált egy hét alatt mintegy 18 kávét fogyasztott, így ezt kiugró értéknek tekinthetjük.

A szakirodalom alapján a helyes táplálkozás érdekében gyümölcsökből, zöldségekből, egészséges olajokból, valamint a teljes kiőrlésű gabonából kellene a legtöbbet fogyasztani (például naponta legalább háromszor kellene fogyasztani zöldség- és főzelékféléket, valamint gyümölcsöket). Ezzel szemben az eredményeink azt mutatták, hogy ez a kategória 42%-kal kevesebbszer jelenik meg a fogyasztásban, mint a legkevésbé ajánlott élelmiszerek. A vizsgált kategóriában a zöldségek fogyasztása volt a kiemelkedő, mintegy 10,1 alkalom/fő/hét érték alapján, melyek közül is a paradicsom, a paprika és az uborka fogyasztása jellemző. Azonban szembetűnő tény az is, hogy a fiatalok kevés gyümölcsöt fogyasztanak, egy főre vetítve henteente mindössze 5,6 alkalommal. A fogyasztott gyümölcsök közül meghatározó a banán, alma és a narancs.

A következő kategória a tej- és tejtermékek, mely a kutatásunk alapján főként a kávé mellett jelenik meg, s ezenkívül jelentős még a különböző sajt készítmények fogyasztása is, mely együttesen heti 16,1 alkalom/fő értéket képvisel. A mennyiség tekintetében alkalmanként 1-2 dl között változik a tejfogyasztás, mely lemarad a WHO ajánlásától, mely szerint minden nap kellene szerepelnie az étrendünkben. Naponta 0,5 liter tejet, illetve rendszeresen alacsony zsírtartalmú sajtokat, túrót, joghurtot kellene fogyasztani.

Megfigyelhető, hogy a fogyasztott húсок főként a szárnyasokra koncentrálnak, hiszen az összes hús tekintetében a szárnyasoknál jött létre a legmagasabb eredmény, mintegy 7,0 alkalom/fő/hét fogyasztással. Emellett azonban magas a sertéshús fogyasztása is. A húсок fontos szerepet töltenek be az egészséges táplálkozásban, emiatt ajánlott naponta 2-3 alkalommal húst, húskészítményt fogyasztani. A halak fogyasztása a diákok körében nagyon alacsonynak mondható, hiszen a heti 1 alkalmat sem éri

el egy főre vetítve (0,6 alkalom/fő/hét), amely a dietetikusok ajánlásának megfelelő érték.

Az ajánlással megegyezően az olajos magvak fogyasztására a heti 2-3 alkalom értéket realizáltuk, mely esetében 1-1 kis maréknyi nem szózott olajos magvat, például mandulát, diót, tökmagot jelentett, mely kiegészíti a tízórait vagy uzsonnát.

A megkérdezettek étkezéseinek gyakoriságáról elmondható, hogy a kimutatott átlagos napi 5,6 étkezés megfelelő, azonban rendszeretlen étkezéseket mutatott a napló, mely a szervezet számára megterhelő.

Az ételek fogyasztása mellett a folyadékbevitel is meglehetősen alacsony értékeket mutat, hiszen 1,8 liter/fő/nap fogyasztást mutattak a naplók az ajánlott 2,5 liter/fő/nap helyett, mely képet tovább rontja, hogy ez az érték magában foglalja az üdítők és a víz fogyasztását is. Az elfogyasztott folyadék tekintetében elmondható, hogy 73,4%-a víz, 16,7%-a cukros üdítő, 9,5%-a tea és csupán 0,4%-a az energiatartalomból álló italok. Az irányelv szerint szomjúság oltására inkább víz, ásványvíz fogyasztása ajánlott a cukrozott italok helyett. A folyadékbevitelhez csupán 3,1 alkalommal társul még heti szinten 1 főre vetítve a levesfogyasztás, mely összességében nem elegendő egy egészséges szervezet fenntartásához.

A folyadékbevitel mellett az alkoholfogyasztás 1,9 alkalom/fő/hét, mely alapján megállapítható, hogy a vizsgált hallgatók átlagosan 2-szer fogyasztanak alkoholt egy héten, s a megkérdezett hallgatók 56%-a esetében volt alkoholfogyasztás tapasztalható. Az alkoholfogyasztás tekintetében megfigyelhető volt, hogy a fogyasztott alkoholféleségek közül a röviditalok fogyasztásának a gyakorisága volt kimagasló, mintegy 17 alkalom/hét/megkérdezettek száma mértékben. Mindemellett a bor fogyasztásának gyakorisága megelőzte a sör fogyasztását, azonban csak csekély mértékben. Elmondható tény az is, hogy a borfogyasztás jellemzően a nők alkoholfogyasztási szokását jellemzi, hiszen a bort fogyasztó hallgatók 75%-a ehhez a nemhez tartozik.

A kutatás alapján beigazolódott, hogy a hallgatók többször esznek „szárazat”, meleg étel helyett, azonban a fókuszcsoporthoz tartozók elhangzottakkal ellentétben heti szinten nem tudunk kimutatni magas gyorséttermi fo-

gyasztást. A vizsgált hallgatók közül mindössze 4 számolt be gyorséttermi fogyasztásról, de ezek is csak egy-egy alkalmat jelentettek a vizsgált időszakban. A gyorsétterem mellett viszont egyre népszerűbb a házhozszállítási lehetőség, mely főként pizzára, gyrosra és hamburgerre összpontosul.

4. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS

JAVASLATOK – CONCLUSIONS AND PROPOSALS

A fókuszcsoporthoz tartozó interjú és az étkezési napló eredményét összevetve megállapítható, hogy a hallgatók rendszertelen, de átlagosan megfelelő mennyiségű napi étkezése főként a rosszabb minőségű élelmiszerekre csoportosul. Mindazonáltal a fókuszcsoporthoz tartozó interjú elhangzottakhoz képest az étkezési naplóból begyűjtött adatok azt mutatták, hogy a hallgatók fogyasztásában nem jelennek meg hetente több alkalommal a gyorséttermi láncok termékei, sokkal inkább az otthon előállított ételekre koncentrálódnak. Ezen eredményekre alapozva javasoljuk a rendszeres étkezés fontosságának fokozottabb hangsúlyozását az egyetemi hallgatói korosztály egészségesebb életvitelében. Ennek egyik módja a büfékben, egyetemi éttermekben a „fitness” vagy egészséges ételek kínálatát növelni, így a hallgatók is könnyebben juthatnának hozzá ezekhez a termékekhez.

Az étkezések rendszertelensége mellett a folyadékbevitelt illetően figyelhető meg probléma, hiszen az átlagos napi 1,8 liter/fő folyadékbevitel elmarad az ajánlottól, bár ez egyénenként nagy eltéréseket mutatott, napi 0,7 liter és 3,4 liter közötti intervallumban ingadozott a megkérdezettek esetében. Elmondható az is, hogy a vizsgálatban részt vevők 56%-a napi 2 liternél kevesebb folyadékot fogyaszt, s csupán csak 19%-a, akik az ajánlott 2,5 liternél több folyadékot fogyasztanak. Az összefogyasztás esetében a víz mellett (73,4%) legnagyobb mértékben, 26,6%-ban a cukros üdítők jelennek meg, ezen felül elenyésző részben az energiatalok. A folyadékbevitel elősegítésének egy módszere, hogy a leves formájában történő folyadékpót-

lást is hangsúlyozni kellene, hiszen az optimális mennyiségű folyadékbevitel a szervezet megfelelő működéséhez elengedhetetlen.

Az étkezések részelemeit vizsgálva magas érték mutatkozott az édességek tekintetében, mely többek között magas cukorfogyasztásra is utalhat. Ezen érték gyakoriság szempontjából legfőképp a koffeintartalmú italok fogyasztása (kávé, tea) mellett számít rendszeresnek, azonban a megkérdezettek gyakran fogyasztanak édességeket is (sütemény, édes keksz). A megkérdezettekre vetítve átlagosan 2,1 alkalommal fogyasztanak napi szinten valamilyen magas cukortartalmú terméket. Ezen italok esetében a megkérdezettek többsége nem természetes édesítőszeret alkalmaz, mint például a méz. Az egészséges életmód kialakítása érdekében a természetes édesítőszeresek térnyerése különösen fontos kritérium lenne.

5. ÖSSZEFOGLALÁS – SUMMARY

Összességében megállapítható, hogy a begyűjtött és elemzett adatok alapján a vizsgált korosztály étkezési szokásai elmaradnak a szakirodalom által egészségesnek vélt táplálkozási struktúrától. A hallgatók fogyasztása szerint összeállított táplálkozási piramis elemei a fogyasztási gyakoriság alapján felcserélődnek, hiszen a legtöbbet fogyasztott élelmiszerek a vöröshúsok, finomított gabonák, tészta és édességek kategóriái, melyek az ajánlás alapján a legkisebb mértékben fogyasztandók. A fogyasztási struktúra alapján a gyakoriság tekintetében következnek a zöldségek, gyümölcsök és teljeskiőrlésű gabonák, majd ezt követik a tejtermékek, s a legkevésbé fogyasztott kategória a diófélék, magok, hüvelyesek, valamint a halak, szárnyasok és a tojás. A teljes piramist nézve megállapítható, hogy az elfogyasztott ételeket illetően a kiugró értéket mutató alsó szegmens mellett a többi érték is elmarad az ajánlott gyakoriságtól. A fogyasztás esetében a hal és haltermékek, a baromfihús-, hústermékek, valamint a tojás esetén tapasztalható alacsony érték meglepő, hiszen mindegyik termék egészségügyileg jótékony hatású, s fogyasztása kiemelten fontos.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS –

ACKNOWLEDGEMENT

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

IRODALOMJEGYZÉK – REFERENCES

- Bach-Faig, A. – Berry, E. M. – Lairon, D. – Reguant, J. – Trichopoulou, A. – Dernini, S. – Medina, F.X. – Battino, M. – Belahsen, R. – Miranda, G. – Serra-Majem, Ll.:** Mediterranean Diet Pyramid Today. Science and Cultural Updates. Mediterranean Diet Foundation Expert Group. Public Health Nutrition. 2011. 14 (12A) 2274–2284.
- Bácsné Bába, É. – Balogh, R. – Bács, Z. – Fenyvesi, V. – Dajnoki, K.:** Sportszolgáltatások keresleti, kínálati oldalának elemzési lehetőségei. Studia Mundi - Economica 2018. 5 (3) 19–33.
- Balázs, A.:** Gyógynövények szerepe az elhízás megelőzésében és kezelésében. Orvosi Hetilap. 2010. 151 (19) 763–773. DOI: <https://doi.org/10.1556/OH.2010.28812>
- Bánáti, D.:** Consumer Response to Food Scandals and Scares. Trends in Food Science & Technology. 2011. 22 (2–3) 56–60. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2010.12.007>
- Barna, M.:** A táplálkozás és az egészség szempontjai az élelmiszeripar fejlődésében. Az élelmiszeripar jövője. ÉFOSZ, Élelmiszertechnológiai Platform, Földművelési és Vidékfejlesztési Minisztérium, Budapest 2007.06.20.
- Berke, Sz. – Huszka, P. – Laki-Lukács, A. – Iglói, N.:** Az egészséges életmód és a testmozgás megítélése kaposvári fiatalok körében. Vállalkozói és gazdasági trendek a Kárpát-medencében I. kötet (Szerk.: Fejér-Király, G., Lázár, E.). Státus Kiadó, Csíkszereda, 2012. 86–97.
- Berry, Leonard L.:** The Time-Buying Consumer. Journal of Retailing. 1979 55 (4) 58–69.
- Biró, Gy.:** Új funkcionális élelmiszer alkotórészek – A rosszindulatú daganatok és az oxidatív degradáció. Édesipar. 2004. 50 (4) 137–146.
- Bosch, C. – Schiel, S. – Winder, T.:** Emotionen im Marketing. Transfer. 2005. (1-2) 20–25.
- Davis, C. – Bryan, J. – Hodgson, J. – Murphy, K.:** Definition of the Mediterranean Diet; A Literature Review. Nutrients. 2015. 7 (11) 9139–9153. DOI: <https://doi.org/10.3390/nu7115459>
- Enser, M.:** „Hústermékek az egészséges táplálkozás szolgálatában” Beszámoló a hústudomány és Technológia 46. Nemzetközi Kongresszusáról. Buenos Aires, Argentína, 2000. augusztus 27. - szeptember 1. In: A Hús. 2001. 11 (1) 9–30.
- Harvard School of Public Health:** Healthy Eating Plate. 2013. URL: https://www.shape.hu/27778_egeszseges_taplalkozasi_piramis_a_harvard_kutatoitol_es_https://www.hsph.harvard.edu/nutritionsource/healthy-eating-plate/ (Letöltés dátuma: 2019.07.06)
- Haven, J. – Burns, A. – Britten, P. – Davis, C.:** Developing the Consumer Interface for the MyPyramid Food Guidance System. Journal of Nutrition Education and Behavior. 2006. 38 124–135. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2006.08.002>
- Hawkes, C.:** Nutrition Labels and Health Claims: The Global Regulatory Environment. World Health Organization. 2004. 1–88.
- Hidvégi, P. – Kopkáné Plachy, J. – Müller, A.:** Az egészséges életmód (szerk: Hidvégi P.). Eszterházy Károly Főiskola, Sporttudományi Intézet, Eger, 2015.
- Huszka, P.:** Néhány gondolat a 13-14 éves korosztály táplálkozási szokásairól. „A marketing új tendenciái”. A Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar és a Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola konferenciája. Győr, 2012. 12 (11) 236–253.

- KSH:** Egészségi állapot (2004-2018). 2019. URL: https://www.ksh.hu/thm/2/ind12_8_1.html (Letöltés dátuma: 2019.10.10.)
- Lim, S. S. et al.:** A Comparative Risk Assessment of Burden of Disease and Injury Attributable to 67 Risk Factors and Risk Factor Clusters in 21 Regions, 1990–2010: A Systematic Analysis for The Global Burden of Disease Study 2010. *Lancet*. 2012. 380 (9859) 2224–2260. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(12\)61766-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(12)61766-8)
- Marjainé Szerényi, Zs. – Zsóka, Á. – Kocsis, T. – Széchy, A.:** A fiatalok fogyasztási és életmódbeli szokásai a környezeti nevelés tükrében. Új Pedagógiai Szemle. 2012. 62 (11-12) 15–36.
- McGinnis, J. M. – Appleton Gootman, J. – Kraak, V. I.:** Food marketing to children and youth. Threat or Opportunity. The National Academies Press, Washington, 2006.
- Mendis, S. – Puska, P. – Norrving, B.:** Global Atlas on Cardiovascular Disease Prevention and Control. World Health Organization. Geneva, 2011. URL: http://whqlibdoc.who.int/publications/2011/9789241564373_eng.pdf (Letöltés ideje: 2019.05.20)
- Menrad, K.:** Market and Marketing of Functional Food in Europe. *Journal of Food Engineering*. 2003. 56 181–188. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0260-8774\(02\)00247-9](https://doi.org/10.1016/S0260-8774(02)00247-9)
- Mollet, B. – Rowland, I.:** Functional foods: At the frontier between food and pharma. *Current Opinion in Biotechnology*. 2002. 13 (1) 483–485.
- Moreno, L. A. – Gottrand, F. – Huybrechts, I. – Ruiz, J. R. – González-Gross, M. – DeHenauw, S.:** Nutrition and Lifestyle in European Adolescents: The Helena (Healthy Lifestyle in Europe By Nutrition in Adolescence) Study. *Advances in Nutrition*. 2014. 5 (5) 615–623. DOI: <https://doi.org/10.3945/an.113.005678>
- Népegészségügyi Jelentés:** Észak-Magyarországi Regionális Népegészségügyi jelentés 2015. URL: www.kormanyhivatal.hu/.../Regionalis...Jelentes_2015.pdf (Letöltés dátuma: 2019.07.02)
- Papp, A. – Lugasi, A.:** Finom, egészséges és népszerű – gasztronómiai kihívások gyermek és fiatalkorban. In: A magyar gyermekek és fiatalok életmódja: táplálkozás, testmozgás és lélek (Szerk.: Antal, E. – Pilling, R.). TÉT Platform Egyesület, 2018.
- Petrini, C. (szerk.):** A lassúság dicsérete. Egy könyv a zamatokról, a hagyományokról és az ételek élvezetéről. HVG könyvek, Budapest, 2002.
- Piskóti, I. – Nagy, Sz. – Kovács, A. T.:** Fogyasztói magatartás a funkcionális élelmiszerek piacán. In: Marketing Kaleidoszkóp, Miskolc, 2006. 117–127.
- Popkin, B. M.:** Global Nutrition Dynamics: The World Is Shifting Rapidly Toward a Diet Linked with Noncommunicable Diseases. *American Society for Clinical Nutrition*. 2006. 84 (2) 289–298. DOI: <https://doi.org/10.1093/ajcn/84.2.289>
- Rang, V.:** Food Pyramid. 2016. URL: <https://viralrang.com/food-pyramid/> (Letöltés dátuma: 2019.07.03)
- Rodler, I. (szerk.):** Új tápanyagtáblázat. Medicina Könyvkiadó Rt., Budapest, 2005.
- Sólyom, A.:** Múlt, jelen, jövő, avagy a tacit tudás-transzfer vállalati dimenziói. Idresearch Kft. - Publikon Kiadó, Pécs, 2014.
- Szakály, Z.:** Korszerű állati eredetű alapélelmiszerek piacképességének vizsgálata. Kandidátusi Értekezés, PATE, Állattenyésztési Kar, Kaposvár. 1994. 1–200.
- Szakály, Z.:** Táplálkozásmarketing. Mezőgazda Kiadó, Budapest, 2011.
- Törőcsik, M.:** Food-trendek és trendi vásárlói csoportok. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2007.
- Vida, V. – Szűcs, I.:** Társadalmi-kulturális kérdések és a tradíciók szerepe a sertéshúsfogyasztásban. *Táplálkozásmarketing*. 2016. 3 (2) 79–89. DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/3/2/6>

Welsh, S. – Davis, C. – Shaw, A.: Development of the Food Guide Pyramid. Nutrition Today. 1992. 27 (6) 12–23.

World Health Organization: Nutrition and Food Security. 2019. URL: https://www.who.int/foodsafety/areas_work/nutrition/en/ (Letöltés dátuma: 2019.06.02)

World Health Organization: Working together for health. The World Health Report 2006. URL: http://www.who.int/whr/2006/whr06_en.pdf (Letöltés dátuma: 2019.05.31)

Young, Y.: Functional Foods and the European Consumer. In: Functional foods. II. Claims and evidence. (Szerk.: Buttriss, J. – Saltmarsh, M.). London, UK: The Royal Society of Chemistry. 2000. 25–34.

JEGYZETEK ✪ NOTES

THE COMPETITIVENESS OF HUNGARIAN MICRO-ENTERPRISES IN THE PASTA MARKET

FEHÉR, ILONA

Szent Istvan University, Faculty of Economics and Social Sciences,
SZIU Doctoral School of Management and Business Administration Hungary
H-2100 Gödöllő, Páter Károly u. 1.
e-mail: fehetilio223@gmail.com

A By analysing the long-term competitiveness of Hungarian dry pasta making micro and small businesses, I intend to explore its strategic potential. The changes in the competitiveness of the dry pasta sector in Hungary between 1969 and 2019 were analysed with the help of contemporary periodicals from the database of the Hungarian Agricultural Museum and Library. The changes in the competitiveness of the Hungarian dry pasta market over the period 1969-2019 were analyzed according to the six aspects of diamond model: factor conditions, demand conditions, corporate strategy, structure and rivalry, relating and supporting industries, government regulations, change. Looking at future trends in the dry pasta market, the bidirectional impact on the competitiveness of the pasta market will be affected. One effect is to move towards horizontal networking as a result of globalization, making the pasta company that is able to negotiate better in the food supply chain more competitive. The other effect is the trend of local patriotism, which stimulates the development of micro-regions and originates in the initiative of the locals: innovation of flavours, innovation in raw materials, possibilities of Hungarian ethnocentrism. In addition, retail brands are expected to grow further. As retail chains do not pass on any gains from the increase of their export volume to the processors, the manufacturers' own brand is weakened. The study provides a long-term overview of the changes in the competitiveness of companies operating in the dry pasta market. There has been a tremendous change over the last eighty years with the innovative transformation of the pasta industry. At that time, almost all pasta products were made at home, and today the pasta group is competing for housewives by employing industrial designers.

KEYWORDS: entrepreneurial strategy, competitiveness, Porter's Diamond-model, pasta industry innovation

JEL-KÓDOK (JEL CODES): M31, M39

DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/6/2/5>

1. INTRODUCTION

The Hungarian pasta industry is currently saturated, with high concentration and fierce competition. Viable strategic decisions for micro and small businesses in smaller regions are becoming more and more important. I was curious about the entrepreneurial spirit in the dry pasta sector today and how the long-term competitiveness of the business has been

changing (PORTER, 1980). Finally, I want to help viable pasta making micro and small businesses with innovative strategic decisions.

The proportion of Hungarian micro-entrepreneurs in the production of pasta is 72.2%. Small businesses own 23.8%. Medium and large companies are 6%. (89 firms) But in 2013, large companies accounted for 63.5% of the industry's revenue (HUNGARIAN NATIONAL REGISTRY, 2019).

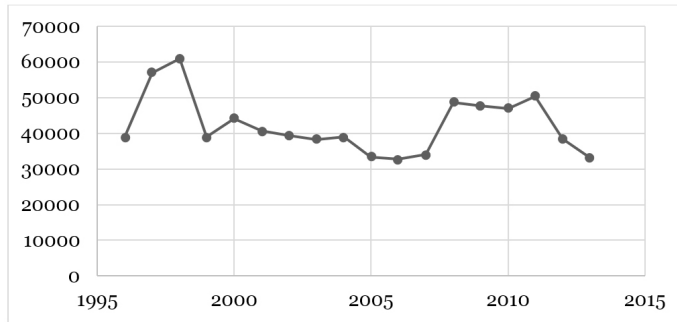


FIGURE 1

Number of Dry Pasta Companies in Hungary

Source: Author's own compilation from the Hungarian National Registry

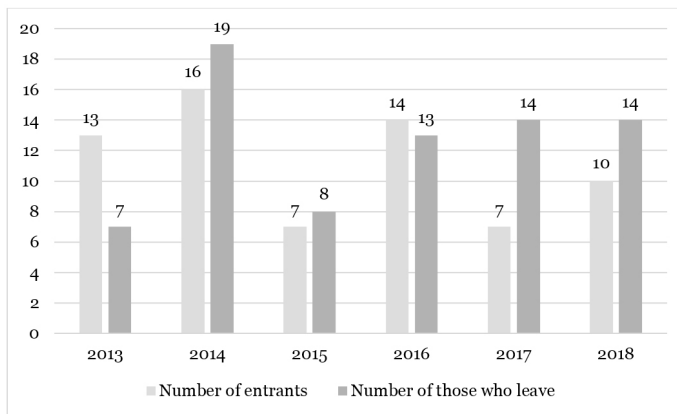


FIGURE 2

Number of Business Start-Ups and Terminations (2013-2018)

Source: Author's own compilation from the Hungarian National Registry

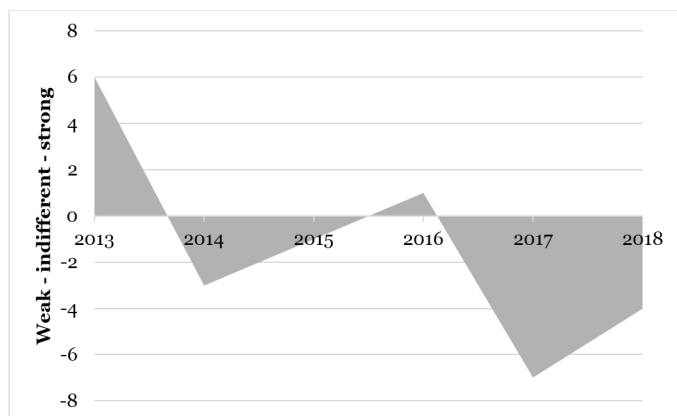


FIGURE 3

Entrepreneurial Trends in the Pasta Sector (2013-2018)

Source: Author's own compilation from the Hungarian National Registry

Figure 1 shows that the number of pasta entrepreneurs in the Hungarian dry pasta market has been decreasing between 2013 and 2019; in addition, the number of new entrants has been decreasing since 2014 and the number of exiting enterprises has been increasing (Figure 2). The motivation of entrepreneurs is reduced (Figure 3).

The third figure shows the volatility of weak, indifferent and strong entrepreneurship (entrepreneurial motivation). The decline in the entrepreneurial spirit of dry pasta is due to the fact that pasta production is one of the concentrated sectors in Hungary. In 2013, there were 151 companies in the industry, the first five companies accounting for 70.3% of the industry's revenue. In the same year, the top 10 companies accounted for 80.9% of sales in 2013. According to the Agriculture Report, this value in 2016 is CR5 68-72% and CR 10 80-82% (DORFMANN, 2018).

2. MATERIAL AND METHOD

Innovation opportunities that are so important for strategic decisions are considered in the long term from manual technology to future trends. The changes in the competitiveness of the dry pasta sector in Hungary between 1950 and 2019 were analysed with the help of contemporary periodicals from the database of the Hungarian Agricultural Museum and Library. In the first phase, I observed quantitative changes in pasta products in the socialist deficit economy (1950-1989). In the second part I noticed the differentiation of dry pasta varieties (1970-1989) (LEHOTA, 2001). In the third phase, the pasta market became saturated (1990-2006), competition intensified, and the black and grey economy appeared. In the last phase (2008-2019), the market share of the noodle brands of the retail chains increased, and this phenomenon was first called "brand cannibalism" in the report on the Hungarian agricultural economy.

Competitiveness became the subject of analysis around 1980, when economic competition between national economies intensified (LEHOTA, 2010). Several models have been described at the micro, meso,

and macro levels, and this study explores the decades-long process of competition in the pasta industry. For its presentation, the diamond model (PORTER, 1998) is considered to be the most appropriate, which presents competitiveness as the five components of regional competitiveness: resources, demand conditions, industry structure, strategy, related industries, role of economic governance, and incidental events are taken into account. I supplemented the methodological analysis of sources (Hungarian Agricultural Library) with relevant articles of the Food and Trade Magazines. These articles are subjective reports and therefore the source cannot be considered as a classic scientific background.

3. RESULTS

3.1. Factor Conditions

The resources of the pasta sector have been changing from time to time from natural, physical, human and research and development aspects (LUKOVICS, 2008).

In the age of planned economy (1950-1969) the dough was made in households, in addition to the purchase of automatic production lines from the French company Demaco, but also hand kneading technology is present in large industrial companies. The number of people employed in the food industry fell from 52% to 28% in ten years. During the "merry barrack" period. (1970-1989) a high degree of automation started, and in addition, more and more cooperatives were processing their own raw material (KAPALYAG, 1970). During the change of the regime period (1990-2006) the concentration of the food industry is high. Companies in the pasta sector had serious management problems (MOHÁCSI, 1994). Big companies spend high sums on development (CSODÓ, 1998). In the fourth period (2007-2019), investments in the pasta industry are aimed at capacity building and higher sales. The big companies are setting up their own quality management system (SZÉKELYHIDI, 2016:168) and Gyermely Zrt., which is building a new plant, stands out to be the most efficient pasta factory in Central Europe.

3.2. Demand Conditions

I was curious about how pasta market demand and consumer income had changed. In the age of planned economy (1950-1969) consumers' income increased by 6 percent till 1969. Demand for dry pasta has increased rapidly. The export of dry pasta was conducted by four companies with government approval (TANÁCS, 1965). Local border trade is significant, where dry pasta is a significant import product. In the era of the merry barracks (1970-1989) over 12 years the consumption of dry pasta increased significantly, and the range of dry pasta rose by more than 60 percent. Supply improved. Foreign trade is still characterized by small-scale trade in goods across borders. The Hungarian-Yugoslavian and Hungarian-Romanian border trade is expanding, and the import of pasta is significant. In the Hungarian - Soviet trade, dry pasta is already an export item.

At the time of the change of regime (1990-2006), inflation was galloping, production fell, unemployment and booming trade (black economy) rose (LAKATOS, 1992). The annual domestic pasta consumption increased from 2-3 kg / person / year to 6-7 kg, and the long-forgotten raw materials, millet, corn, brown rice were replacing dry pasta.

By the end of the eighties, as a result of rising energy, water and sewage charges, 40 percent of the population was no longer able to pay the cost of housing (T. Á. 1992). Competition in the saturated pasta market was intensifying as large quantities of pasta come from the EU (MOLNÁR, 2005). In the fourth period (2007-2019) pasta was one of the most popular Hungarian dishes. 87 percent of those surveyed are particularly happy to consume it (CZAUNER and SOMOGYI, 2008). Energy and food prices are high, but inflation is slowly declining, but we still had to pay 24.2 percent more for dry pasta than last year.

Until the 1970s, the manufacturer's industrial brands dominated the consumer market. With the concentration of retail chains, the retailers' own brands, which were initially of lower quality, entered the pasta market. However, the third, fourth generation, due to the higher quality assurance system,

is of similar quality and cheaper than the manufacturers' brands. Nowadays, brand has become a symbol that is a tool for competition in the retail industry gaining more and more significance. The dry pasta market is further differentiated by the fact that the retail brand makes a higher profit than the manufacturers' brand because the retail network does not return the extra profit from the sale to the manufacturer (SZÉKELYHIDI, 2016:152).

3.3. Corporate Strategy, Structure and Rivalry

Examining the dough industry by its structure, concentration, capacity, entry barriers, corporate strategies, and brand change, half of the pasta production was in Budapest. ABONYINÉ (1988) in the planned industry phase (1950-1969), with the structure of the industry dominated by great canning cereal trusts and smaller cooperatives. The range of dry pasta is expanding at 14 factories in the Canned Food Trust.

At the time of the "merry barrack" (1970-1989), the use of eggs in the additional branch of the cooperative provided an idea for the preparation of dry pasta, (CSERKUTI, 1986), and in addition, council companies also appeared. A pasta factory was built in Dunakeszi and Békéscsaba (K. I. 1971). The pasta industry had sixteen sites at that time (ISTÓKNÉ, 1981). During the change of the regime (1990-2006) the structure of the dry pasta industry was monopolized, many people lost their jobs in the early 1990s, and many began producing dry pasta (BOGNÁR, 2000). In the fourth period (2007-2019) the concentration of the pasta industry in Hungary was further strengthened (CR5 68-72%, CR 10 80-82% (R/8386 REPORT, 2016). Four-egg pasta dominates the market (38%) and the demand for pasta is also constantly increasing (CZAUNER and SOMOGYI, 2008).

3.4. Relating and Supporting Industries

The Bánkút wheat variety served as the basis for suppliers, which was used for the production of dry pasta during the planned economy period (1950-1969). During the "merry barrack" era

(1970-1989), the Minaret and Basa varieties of winter wheat were grown (NAGY, 1985). The Hungarian pasta industry did not require durum wheat at that time (BEDŐ, 1979).

A decade later, durum flour appeared as a new ingredient (MOHÁCSI, 1988). During the change of the regime (1990-2006) the dry pasta made from wholemeal flour became popular, and the colourful pasta enriched with vegetables also became popular. In the fourth period (2007-2019) the popularity of carb-light products increased. The most popular are organic food, followed by reduced allergen dry pasta, and gluten-free pasta (BARTELME, 2019).

3.5. Government Regulations

In the era of planned economy (1950-1969), the economic development programmes of five-year plans regulated the entire national economy, including the pasta industry. The selling price (official price) was fixed, the production price was also fixed together with the average wage. During the “merry barracks” (1970-1989) period, free prices were introduced in addition to official prices, which proved to be a major barrier to innovative (e.g. diabetic dietary) product development (BÚZÁSI, 1972). The most characteristic feature was scarcity of products, which resulted in poor quality: eggshells and wood shavings were found in the dough (K. I., 1971).

At the time of the change of the regime (1990-2006), the food book, which tightened quality control and modernized the laboratory background, was being translated (V. I., 1992). In the fourth period (2007-2019), government decisions take into account climate changes, changes in market demands, and the fact that the sector is undergoing a generation change (NAGY, 2019).

3.6. Change

At the time of the planned economy, the Cold War and the economic crisis also caused great problems in the pasta industry (1950-1969). During the “merry barracks” period (1970-1989), the oil crisis forced economic governance into a new direction. Hungary became indebted, which led to austerity measures that resulted in a price explosion. Even during the period of the regime change (1990-2006) the enterprises were shaken by the economic crisis. In August 1998, the Soviet-Hungarian pasta market stopped. The outstanding balance of the members of the Hungarian Pasta Manufacturers’ Association in Russia exceeded one billion forints, which resulted in the stoppage of deliveries. The Russian crisis, which erupted in August, was a serious blow to the lives of about thirty larger and 80-100 smaller companies (CSODÓ, 1998). In the fourth period (2007-2019), the economic crisis of 2007 eroded the financial position of pasta companies. In addition, toxin contamination also occurred and one of the fusarium fungus toxins was found in food safety investigations.

4. CONCLUSION AND SUGGESTIONS

Table 1 summarizes the changes in the competitiveness of the Hungarian dry pasta market over the period 1960-2019 according to the six aspects of Porter’s diamond model. Initially (Period 1), resources were characterized by both manual and mechanical technology and the purchase of automatic production lines. The construction of a large canning concern (Period 2) was followed by the disintegration of the food structure (Period 3). Nowadays (Period 4) the pasta technology revolution is in the field of pasta drying, and the future trend is the experimental production with 3D pasta printers.

TABLE 1

Changes in the Competitiveness of the Hungarian Dry Pasta Industry Can Be Summarised on The Basis of Porter's Diamond Model as Follows

	Planned economy 1950-1969	"Merry barracks" 1970-1989	Regime change 1990-2006	Brand cannibalism 2007-2019
1. Factor conditions	Automated and manual technology	Large-scale investments	Breaking up of concerns	Technological revolution
		Pasta trusts	Privatisation	Gyermely the most modern 3D technology
2. Demand conditions	Bad quality	Greater scale exchange rate along the border. Better quality and range of products	Decreasing solvency	Explosion in pasta price
	Small-scale exchange trade along the border		Greater role for supplementary cereals	Higher retail trade market share over the producers' brand „Brand cannibalism”
	Scarcity of foreign exchange			
3. Corporate strategy, structure and rivalry	There is only one national canning organisation in the market with its 14 factories running	New entrants Dunakeszi, Békéscsaba,	Market share of the durum pasta increases	The market share of “healthy” pasta is increasing
		New raw materials	Revenue decreases below the profitability level	Offering innovative products with oriental orientation (rice, pasta)
		“Durica” brand appears		
4. Relating and supporting industries	Bánkút wheat becomes widespread	Autumn wheat varieties spread	Experimental production of Durum wheat	Dough industry supply chains globally
	Pasta making secondary plants utilise the egg production of cooperatives	Curcuma appears to make eggs more yellow	Application of beta carotene that makes eggs more yellow	Vertical micro-regional cooperation, locally
5. Government regulations	Forced industrialization, collectivization, and forming cooperatives	Planned economy, five-year plans, brigade competitions	Introduction of the Hungarian Food Book	EU-level food quality expectations
	Mandatory reporting	Family models with two breadwinners.	Developing a quality controlling laboratory network	Three-level quality control (mandatory, optional, recommended)
	Centrally planned economic system			
6. Change	The grave and constant scarcity of basic food also characterises the dry pasta market	Early 1970's: oil price explosion	1998 the trust in Békéscsaba disintegrates as a result of the	2009 fusarium disease
	Introduction of a new economic mechanism	1981 asking for World Bank loan to avoid the financial crash	Russian crisis	Egg price explosion as a result of the EU's cage regulation
				Pasta industry debts endanger production

Source: Own compilation

At first (Period 1), the domestic consumer demand is characterized by a large deficit economy, the dry pasta product is of poor quality. Foreign trade is limited to small-scale barter trade. In the second period, the quality of pasta and the range of dried pasta products have increased, but small-scale barter trade continues to dominate foreign trade until the mid-1970s. After the change of regime (1990-2007), the supply side of the pasta market is depressed at prices, on the demand side the solvency of consumers decreased. At the beginning of Period 4 there was a 24% pasta price explosion. Retail brands have continued to gain market share at the expense of manufacturer brands, and future trends signal an increase in "brand cannibalism."

The pasta industry structure and entrepreneurial strategy in the first period belonged to a single canning trust, and some small cooperatives produced dry pasta. As a result of the large investments made in the seventies, more and more new entrants appeared on the pasta market, as well as the pasta brands and the supply of durum pasta. After the change of regime, the revenue of the pasta industry fell below the profitability level, and as a result, the structure of the pasta industry was reorganized. In the fourth period, the supply of the pasta industry became transparent from farm to fork. The entrepreneurial strategy focuses on 'healthy' products.

The related and supporting pasta industries were initially based on a single wheat variety and the eggs were utilised by the secondary branches of the cooperatives. In the second period, winter wheat varieties also appeared, and durum wheat production began. In the fourth period, due to globalization, the pasta industry was integrated into the food supply chain (horizontal cooperation), and in the local environment, vertical cooperation at the subregional level is increasing.

Initially, economic management was based on centrally organized plan management; in the second period, foreign trade in dry pasta was still characterized by trade to the socialist countries. In the third period, the quality control laboratory network was developed, and the Hungarian Food Book was published,

which, in line with European requirements, established the mandatory requirements for the production of dry pasta. In the fourth stage, the state set the quality requirements for the pasta manufacturers in three stages, the mandatory requirements, the optional solutions, and finally the recommended one, which serves the premium quality.

A series of accidental events were caused by the economic crisis. In 1960, there was a huge shortage of products. In the early seventies, the explosion of oil prices shook the Hungarian economy, which the World Bank borrowed. In the third period, the Russian market came to a standstill as a result of the recent economic crisis, when several pasta factories closed down. The fourth era was influenced by food-related scandals, in 2009 a flour-infesting fusarium infection raised the price of raw materials, followed by an egg price surge due to EU hen animal welfare regulations, and finally the fipronil scandal raised the price of eggs on the European pasta market.

Looking at future trends in the dry pasta market, the bidirectional impact on the competitiveness of the pasta market will be affected. One effect is to move towards horizontal networking as a result of globalization, making the pasta company that is able to negotiate better in the food supply chain more competitive. The other effect is the trend of local patriotism, which stimulates the development of micro-regions and originates in the initiative of the locals (LENGYEL, 2000).

4.1. Product Innovation Strategy Recommended for Pasta Companies

Innovation of Flavours

In Germany, in November 2015, injection-based pasta entered the market, bringing new flavours such as tomato-basil pasta, chanterelle-parsley and lemon-chives (SHOUKAS, 2013). Flavour innovation stimulates the emergence of premium products and generates the needs of sophisticated tastes of consumers (WITHAM, 2016).

Innovation in Raw Materials

Innovative raw materials such as ancient cereals and gluten-free variants are gaining

popularity. Research into the need for gluten-free foods and ethnic influences will also have an innovative effect on rice noodle sales (SHOUKAS, 2013).

Possibilities of Hungarian Ethnocentrism

I did primary research between 1995 and 2016 in different regions of Hungary, looking for home-made pasta products that are not

in the pasta market but are made in today's households (*Table 2*) (FEHÉR, 2016).

There has been a tremendous change over the last eighty years with the innovative transformation of the pasta industry. At that time, almost all pasta products were made at home, and today the pasta group is competing for housewives by employing industrial designers.

TABLE 2

Innovative Pasta Forms: “Old-New” Products (The Original Hungarian Names Were Not Translated)

	gala soup pasta	everyday soup, stuffed pasta	garnish pasta	baked pasta
from kneaded dough, rolled	macskatalp, tészta-gomba, rest csiga	kötött tészta, pacsirta tészta, göcs tészta	cifragaluska, rest köret csiga, süni tészta	forrácsfánk, gyűszűfánk, sulyom tészta, rózsafánk, hólabda
from rolled dough, folded	tyúkfül, papgallér, rucatalp, gyűszűfánk	táska tészta, batyu tészta, párnácska tészta		ugrófánk, virágfánk, rózsafánk.

Source: Own compilation

5. SUMMARY

This study explores the decades-long process of competition in the pasta industry. I supplemented the methodological analysis of sources (Hungarian Agricultural Library) with relevant articles of the Food and Trade Magazines.

The competitiveness of the dough-making micro-enterprises will be reduced, viable businesses adapt to the market faster. The decline in the entrepreneurial spirit of dry pasta is due to the fact that pasta production is one of the concentrated sectors in Hungary. The article presents the six elements of competitiveness: resources, demand conditions, industry structure, strategy, related industries, role of economic governance, and incidental events are taken into account.

Between 1950-2019, the development of the Hungarian pasta industry is divided into four periods, planned economy (1950-1969);

“merry barracks” (1970-1989); regime change (1990-2007); brand cannibalism (2007-2019). In the pastry market, there are two-way network development, vertical and horizontal. The other effect is the trend of local patriotism, which stimulates the development of micro-regions and originates in the initiative of the locals.

Product innovation strategy recommended for pasta micro-companies, innovation of flavours, innovation in raw materials, possibilities of Hungarian ethnocentrism, innovative pasta forms: “old-new” products.

ACKNOWLEDGEMENTS

I would like to thank the staff of the Agricultural History Library of the Hungarian Agricultural Museum for their help and the guidance of my supervisor, Dr. József Lehota, Professor of the Hungarian Academy of Sciences.

REFERENCES

- Abonyiné, P. J.:** Az élelmiszeripar fejlődésének és térbeli szerkezet változásának főbb vonásai. Földrajzi Közlemények. 1988. 112 (3-4) 185–196.
- R/8386 Report:** R/8386 számú Jelentés az agrárgazdaság 2014. évi helyzetéről. I-II. kötet. Fazekas, S. (szerk.) Budapest, 2016. (január)
- Bartelme, M. Z.:** The Future of Pasta, Rice and Noodles: 2019. MINTEL Food and Drink. 2019. <https://store.mintel.com/the-future-of-pasta-rice-and-noodles-2019> (The date of the download: 2019.11.15.)
- Bedő, Z.:** Búzafajták tény észidejének stabilitása. (Az Acta Agronomica kerekasztala) Agrártudományi Közlemények. 1979. 38 (3-4) 255–308.
- Bognár, Z.:** Családi költségvetés. Népszabadság. 2000. (február 10.) 24.
- Búzási, J.:** Ezt a tésztát! Népszabadság. 1972. (augusztus 5.)
- Cserkúti, F.:** Érdemes fejleszteni az élelmiszerfeldogzásban. Népszabadság. 1986. (július 10.) 3.
- Csodó, T.:** Nyomott árak a tésztapiacra. Népszabadság. 1998. (november 24.) 22.
- Czauner, P. – Somogyi, E.:** Vendéglőkben dagasztják a tésztapiacot. Népszabadság. 2008. (április 16.) 19.; 356.
- Dorfmann, H.:** Report on the Future and Farming. Committee on Agriculture and Rural Development. (2018/2037(INI)), 2018.
- Fehér, I.:** Magyar Tésztakultúra. Kárpát-Medencei Közművelődési Szervezet. Magyar Kollégium Kiadó, Budapest, 2016. 88–98.
- Hungarian National Registry:** Interaktív grafikon. 2019. <https://nemzeticegtar.hu/interaktiv-grafikon> (The date of the download: 2019.05.06.)
- Istókné, N. M.:** Az Alsó-Duna mente élelmiszeriparjának gazdaságföldrajzi elemzése. Földrajzi Közlemények. 1981. 105 (3) 241–250.
- K. I.:** Újszárzástésztagyárak a IV. ötéves tervben. Nincs elég szárzástésztá, importálni is kell. Népszava. 1971. (március 7.) 1.
- K. I.:** Faforgács a tarhonyában. Népszava. 1971. (szeptember 1.)
- Kapalyag, I.:** Nőtt az önállóság, bővült a választék. Valóban kereskednek, Zala és Somogy megyei tapasztalatok. Népszabadság. 1970. (február) 9.
- Lakatos, M.:** Galopp. Népszabadság. 1992. (január) 76.
- Lehota, J.:** A hagyományos és tájjellegű élelmiszerekre irányuló marketing helye az agrármarketingben. In.: Szakály, Z. – Pallóné Kisérdi, I. – Nábrádi, A. (szerk.): Marketing a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek piacán. Kaposvári Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Kaposvár, 2010.
- Lehota, J.:** Élelmiszeripari marketing. (Food industry marketing) Budapest, Műszaki Kiadó, 2001.
- Lengyel, I.:** A regionális versenyképességről. Közgazdasági Szemle. 2000. 47 (12) 962–987.
- Lukovics, M.:** Térségek versenyképességének mérése. JATE-press, Szeged, 2008.
- Mohácsi, K.:** A Magyar Gabonaexport kérdőjelei. Közgazdasági Szemle. 1988. 35 (10) 1230.
- Mohácsi, K.:** Az átfőmálódó élelmiszeripar – gabonaipari tapasztalatok. Külgazdaság. 1994. 38. (5) 56–66.
- Molnár, S.:** Átalakul a szárzástészták piaca. Világgazdaság. 2005. (május 30.) 11.
- Nagy, I.:** Komoly döntés a gabonavertikumban. Trade Magazin. 2019. 6.
- Nagy, L.:** Fagyveszélyes területek figyelembevétele az őszibúza-fajták területi ajánlásánál. Földrajzi értesítő. 1985. 34 (1-2) 133–136.
- Porter, M. E.:** Competitive Strategy, Free Press, New York, 1980.
- Porter, M. E.:** Clusters and the New Economics of Competition. Harvard Business Review. 1998. (Nov-Dec) 77–90.
- Shoukas, D.:** Innovations in Pasta, Noodles, Grains and Rice. Specialty Food Magazine. 2013. <https://www.specialtyfood.com/news/article/innovations-pasta-noodles-grains-and-rice/> (The date of the download: 2019.01.25.)

Székelyhidi, K.: Pékáru, tésztafélék gyártása. In.: Kürthy, Gy. – Dudás, Gy. – Felkai, B. (szerk.): A magyarországi élelmiszeripar helyzete és jövőképe. Agrárgazdasági Tanulmányok sorozat. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest, 2016. 147–172.

T. Á.: Kétmillióan a létminimum alatt. Népszabadság. 1992. (július 31.) 4.

Tanács, I.: Mi a siker titka. Külkereskedelem. 1965. 93.

V. I.: Minden tizedik élelmiszer hibás. Világgazdaság. 1992. (március 12.) 7.

Witham, K.: Innovative Flavours Pep Up the Dry Pasta Market. 2016. <http://www.mintel.com/blog/food-market-news/innovative-flavours-pep-up-the-dry-pasta-market-in-germany> (Letöltés dátuma: 2017.10.11.)

JEGYZETEK ✪ NOTES

AZ EGÉSZSÉGTUDATOS ÉLETMÓD TÉNYEZŐINEK VIZSGÁLATA AZ AMATŐR FÉRFIGSPORTOLÓK KÖRÉBEN



INVESTIGATING THE FACTORS OF A HEALTHY LIFESTYLE
AMONG AMATEUR SPORTSMEN



MARKOS, ATTILA
KISS, VIRÁG ÁGNES



Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézet
(University of Debrecen, Faculty of Economics and Business, Institute of Marketing and Commerce)
H-4032 Debrecen, Böszörményi út 138.
e-mail: markos.attila97@gmail.com

A Worldwide, there is a growing demand for health-conscious lifestyles and, according to GfK's surveys, this trend is becoming increasingly prevalent in Hungary. In this study, middle-aged hobby sportmen were asked about their attitudes towards a health-conscious lifestyle with particular emphasis on eating and consuming functional foods. This research is based on in-depth interviews with four amateur athletes on the topics above. When preparing the interviews, great emphasis was put on the spontaneous responses and reactions of the subjects. According to our results, amateur athletes who take part in a training session several times a week, pay special attention to healthy eating and the appropriate exercise activities, which are complementary to training. They eat and maintain the functional foods required for a given workout, and they have serious professional knowledge. However, their main sources of information are typically not personal consultations with professionals but information available on the Internet.

KULCSSZAVAK: egészség, táplálkozás, funkcionális élelmiszerek, sport, rekreáció

KEYWORDS: health, nutrition, functional foods, sports, recreation

JEL-KÓDOK (JEL CODES): I12, M31

DOI: <https://doi.org/10.20494/TM/6/2/6>

1. BEVEZETÉS – INTRODUCTION

A gazdaság növekedésével, az életszínvonal fejlődésével egyre több fogyasztó választja az egészséges életmódot, egészségtudatos táplálkozást, s méreti meg magát különböző sportrendezvényeken (MÜLLER és BÁCSNÉ, 2018).

Vizsgálódásunk célcsoportja azon sportolóból került ki, akik életében jelentős szerepet töltenek be a különböző mozgásformák. A cél feltárni döntéseik motivációját, sporttal való kapcsolatukat, táplálkozási szokásaikat és információszerzési módjukat. A verseny vagy szabadidős sportolók táplálkozásának egyik

főbb jellemzője, hogy a magas intenzitású edzésből kifolyólag nagyobb az energiaszükségletük, melyhez az energianyeréshez szükséges további tápanyagokat (vitaminok, ásványi anyagok) is biztosítani kell (GÁBOR, 2008). Több kutatás beszámol az élsportolók táplálkozásának vizsgálatáról (PUCSOK és TÉGLÁSSY, 1996; VOLPE, 2007; LEBLANC et al., 2002).

A téma aktualitását bizonyítja, hogy az elmúlt években robbanásszerű növekedés következett be az egészségpiac sporttal foglalkozó területén. Szabó Tünde a sportért felelős államtitkár nyilatkozata alapján a 2011-es adatokhoz

képest a látvány csapatsportágak népszerűsége kapcsán 72 százalékkal, a 16 kiemelt sportág 31 százalékkal, a 20 felzárkóztatási sportág 16 százalékkal, valamint egyéb sportágak tekintetében 87 százalékos a növekedés (KORMANY, 2018).

A sport és a táplálkozás kéz a kézben jár egymással, ezért fontos együtt vizsgálni ezeket. A helyes étrend és az adott sportban elért eredmény, legyen az egyéni vagy különböző versenyeken elért helyezések, között szoros kapcsolat van (PUCSOK és TÉGLÁSSY, 1996). A célcsoport tagjai számára a sport nemcsak kötelező testmozgás, napi rutin, hanem életforma.

2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS – LITERATURE REVIEW

A szakirodalmi áttekintésben röviden azon fogalmak kerülnek bemutatásra, melyek a primer kutatás alapját adják.

2.1. Egészség – Health

Az Egészségügyi Világszervezet szerint az egészség egy olyan, a betegségen vagy fogyműködésén túlmutató kívánatos állapot, amely során szociális és mentális szükségleteink is ki vannak elégítve (KISHEGYESI és MAKARA, 2004).

2.2. Táplálkozás – Nutrition

A táplálkozás alapvető életszükséglet, amely során az egyén a test felépítéséhez, működésének fenntartásához szükséges tápanyagokat juttat a szervezetébe (RODLER, 2008). Ahhoz, hogy szervezetünk egészségesen és megfelelő hatásokkal működjön a tápanyagok megfelelő mennyiségére van szükségünk, ugyanakkor arra is figyelniünk kell, hogy az elfogyasztott élelmiszerek élettani követelményeink szerint megfelelő arányban legyenek. A táplálkozásban nem érvényes az az axióma, hogy ami előnyös az minden mennyiségben az. Ebben az esetben inkább az „ami sok az egészségtelen”

elv érvényesül (BÍRÓ, 2002).

TIHANYI (2016) szerint étrendünknek egészségi állapotunkhoz, tápláltsági állapotunkhoz és fizikai aktivitásunkhoz kell igazodnia. Tápláltsági állapotunk meghatározásához célszerű a BMI index meghatározása, olyan más adatok mellett, mint a részletes testösszetétel elemzés, felkar-körfogatok, fizikális vizsgálatok és biokémiai mutatók.

2.3. Funkcionális élelmiszerek – Functional Food

A tudományos szakirodalom nem rendelkezik egységes definícióval a funkcionális élelmiszerekről. A különböző felfogások azonban többnyire elfogadják a fogalmat, amelynek értelmében a funkcionális élelmiszerek azon termékek gyűjtőneve, amelyek pozitív hatással vannak szervezetünkre, közérzetünkre (PISKÓTI et al., 2006).

2.4. Sport és rekreáció – Sport and Recreation

A sportolás, mint tevékenység definiálása társadalmanként, sőt személyenként eltérő. (SZABÓ, 2009). NAGY (1996) szerint a sport szabadidős tevékenység, fizikai tevékenység, testmozgás, fizikai erőfejlesztés lehet (SZABÓ, 2009).

TIHANYI (2016) úgy véli, hogy az Európai Sport Charta alapján meghatározott definíció a legkézenfekvőbb a sport mai jelentésének leírására, amely értelmében: „Sport minden olyan fizikai tevékenység, amelynek célja esetenként vagy szervezett formában a fizikai és szellemi erőnlét kifejezése vagy fejlesztése, társadalmi kapcsolatok teremtése, vagy különböző szintű versenyeken eredmény elérése” (EURÓPA TANÁCS, 2011).

A rekreáció latin „recreatio” szóból származik, melynek eredeti jelentése: üdülés, pihenés, felfrissülés (RÉVÉSZ et al., 2015).

Gyakorlatiasabb megközelítés szerint: önként végzett szabadidős tevékenység, szórakozás, elsősorban fizikai mozgás, tevékeny pihenés stb. (SZABÓ, 2002).

3. ANYAG ÉS MÓDSZERTAN – MATERIAL AND METHOD

A vizsgálat során a marketingkutatás két alapvető módszerét alkalmaztuk.

A szekunder kutatásunk során a témához szorosan kapcsolódó releváns szakirodalmat dolgoztunk fel, amelyekből későbbi primer vizsgálatainkat alátámasztó adatokat és információkat gyűjtöttünk.

Majd a szekunder források eredményét felhasználva egy rugalmas interjúvázlatot állítottunk össze, figyelembe véve nemzetközileg elfogadott modelleket. A mélyinterjú során ragaszkodtunk LEHOTA (2001:24) meghatározásához, amelynek értelmében: „A mélyinterjú négy szemközt készülő kvalitatív eljárás, amelynek – amiként a neve is jelzi – a fogyasztó legmélyebb motivációinak, tudattalan (nem tudatos) indítékainak megismerése a célja.” A vizsgálat a miértekre és a hogyanokra keresi a válaszokat. Célunk volt a vizsgált személy csoportbefolyástól mentes, egyedi piaci szemléletéből adódó véleményének, tapasztalatának megismerése.

Az interjú során az alábbi témakörökre tértünk ki kérdéseinkkel: demográfiai adatok, életmód, egészséges életmódhoz való hozzáállás, aktív sport szerepe a mindennapokban, funkcionális élelmiszerek fogyasztása, illetve árérzékenység ezen termékek esetében. A kérdéseknél minden esetben a válaszadók spontán említéseit összegeztük, törekedtünk rá, hogy ne adjunk túl sok példát számukra, hogy az elsődleges asszociációik kerüljenek kiemelésre.

A kutatásunk során összeállított interjúvázlatunk segítségével feltártuk az amatőr sportolók mozgáshoz, táplálkozáshoz való hozzáállását. Az interjúalanyokat egyenként hallgattuk meg, a megkérdezés egészére kötetlen hangulat volt a jellemző. Az interjúban résztvevő személyek sportágtól függetlenül olyan 27 és 39 közötti férfiak, akik heti legalább 4 alkalommal végeznek testedzést. A válaszadók kényelmi mintavétel alapján lettek kiválasztva.

A válaszok értelmezését segítő demográfiai adatok a következők (1. táblázat).

1. TÁBLÁZAT

TABLE 1

**A megkérdezettek főbb demográfiai háttérváltozói
(Demographical Background of the Respondents)**

	Dénes	Ádám	Tamás	Levente
Nem (Sex)	Férfi (Male)	Férfi (Male)	Férfi (Male)	Férfi (Male)
Életkor (év) (Age)	39	33	32	27
Végzettség (Education)	Felsőfokú (Master Degree)	Felsőfokú (Master Degree)	Felsőfokú (Master Degree)	Középfokú (Medium)
Családi állapot (Family status)	Házas (Married)	Élettársi kapcsolat (Relationship)	Élettársi kapcsolat (Relationship)	Egyedülálló (Single)
Jövedelem (Income)	Kiemelkedő (High)	Megfelelő (Medium)	Megfelelő (Medium)	Elégséges (Low)
Sportág (Sport)	Ju Jitsu/Judo	Labdarúgás/testépítés (Football/Body Building)	Testépítés (Body Building)	Kyokushin karate

Forrás (Source): Saját szerkesztés (Own compilation)

4. EREDMÉNYEK – RESULTS

4.1. A megkérdezettek sporthoz fűződő kapcsolata – Respondents' Attitudes to Sport

A kérdések első csoportja a megkérdezettek sporthoz fűződő emocionális és racionális kapcsolatát vizsgálta.

Vajon mi a tetteik mozgatórugója? A kérdésre a választ gyerekkorban gyökerezik. A válaszadók egyetértettek abban, hogy fiatalon, legkésőbb tinédzser korban kezdték el a testmozgást, s akkori lendületük a mai napig kitart. Szülők, testvérek, barátok, vagyis szociális környezetük alapvetően meghatározta és egyben kijelölte érdeklődési körüket.

4.1.1. A sportolás célja, a sportolás elkezdésének ideje és motivációja – Aims of Their Sport Habits and Theirs Motivations

Sok kutatás foglalkozik a sport és fizikai aktivitás motivációival (FEHÉR et al., 2019a,b), mely a mi kutatásunkban is kiemelt kérdés volt. Dénes (39) egészsége, fittsége megőrzése érdekében sportol. Szülői ösztönzésre már kisgyermek kora óta végez különféle mozgásformákat. Ádám (33) szórakozás, kikapcsolódás céljából sportol. Gyerekkori környezete hatására kezdte el a labdarúgást. Tamás (32) egészségmegőrzés- és javítás, izomtömeg növelés, testkompozíció fejlesztése céljából sportol. 18 éves korában kezdett ismerkedni a súlyzós edzéssel, baráti, környezeti indíttatásra. Levente (27) versenyzés céljából sportol, későbbiekben szeretne profivá válni, majd saját egyesületében edzői tevékenységet folytatni. Szülői motivációra kezdte el a karatét, amelynek célja az önvédelem volt.

Többnyire fittségük, egészségük megőrzése érdekében sportolnak, mely több hazai kutatás esetében is fő motivációs tényezőnek bizonyult (KOVÁCS, 2011; MOSONYI et al., 2013; BOCSI és KOVÁCS, 2018; LAOUES-CZIMBALMOS et al., 2019), de nem elhanyagolható a verseny szerepe sem a sportmotivációban. Az interjúalanyok zömével gyermek, illetve, fiatal felnőtt korban ismerkedett meg a testmozgással, szülői, baráti ösztönzésre. Hazai kutatások is megerősítik a család és a kortárs csoport sze-

repét a sportolás elkezdésében és üzésében (KERESZTES et al., 2005; HERPAINÉ LAKÓ et al., 2017).

4.1.2. A szociális közeg hatása a sporttal és az egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdökre – The Impact of Society on Attitudes Towards Sport and Healthy Eating

Dénes (39) úgy véli, szűk környezetében mindenki számára fontos a rendszeres mozgás és az egészséges táplálkozás. Igyekszik egész családjá számára jó példával szolgálni és ösztönözni őket a helyes étkezés és sportolás felé. Ádám (33) véleménye szerint családjában fontos a sport és egészséges táplálkozás. Tágabb családjára ez nem jellemző, de megemlítette, hogy vannak próbálkozások az egészségtudatos étkezésre. Tamás (32) hasonlóan Déneshez és Ádámmal szűk környezetében fontos szerepet tölt be a sport és egészséges táplálkozás, tágabb családjában viszont nem élvez prioritást. Levente (27) környezetében kiemelkedően fontos a sport és az egészséges táplálkozásra is próbálnak tudatosan figyelni.

A válaszadók szűk környezetében hangsúlyos a sport és az egészséges táplálkozás. Igyekszik jó példával szolgálni és családtagjaikat az egészségtudatos életmód felé terelni.

Az első két kérdésre adott válaszokat összegezve látszik, hogy a szociális közeg nagyon erős hatással van mind a sportolás megkezdésére, mind annak hosszú távú fenntartására, ahogyan az egészséges táplálkozás iránti elköteleződésre is.

4.1.3. A sport és a rekreáció jelentősége a mindennapokban – The Importance of Sport and Recreation in Everyday Life

Mivel csak a heti rendszerességgel vagy annál sűrűbben sportoló alanyokat kérdeztünk meg, így egyértelmű volt, hogy minden alanyuk kiemelt szerepet tölt be a sport a mindennapjaikban a munkájuk mellett.

Dénes (39) véleménye szerint a sport az ember teljes személyiségét meghatározza, hozzájárul a mindennapi állóképességhez, kitartáshoz, koncentrációhoz. Ádám (33) és Tamás (32) is ugyanígy fogalmazott. Továbbá kiemel-

ték, hogy mindennapi gondolataik, döntéseik egy nagyobb részét ez tölti ki. Levente (27) mindennapjaiban a sport az élen jár, elmondása szerint gondolatai 70%-át teszi ki a testmozgás.

A rekreáció fontossága kapcsán is nagy volt az egyetértés, de az egyes rekreációs lehetőségek használata eltért.

Dénes (39) elmondása szerint, lehetőségeihez mérten minden rekreációs tevékenységet kipróbált már. Nagyon érdeklik a hagyományos és az alternatív rekreációs lehetőségek is. Jelenleg heti kétszer kriosaunás (hidegterápiás) kezeléssel vesz részt és heti rendszerességgel jár fasciális jógaterápiára. Az előbbieken túl megemlítette még a kineziológiai tapaszt. Ádám (33) rekreáció szempontjából mindent jónak tart, ami a sporttal kapcsolatos. Megemlítette a masszázst, tangenteros kezelést, súlyfürdőt. Továbbá idesorolta még különböző sportelőadások látogatását ismeretei bővítésének céljából. Tamás (32) kétheti rendszerességgel hátmasszázst vesz. Rendszeresen látogatja a helyi termálfürdőt, ahol igénybe veszi a fürdő által kínált gyógyvíz és szauna szolgáltatást. Továbbá szellemi rekreáció gyanánt megemlítette a mozit. Levente (27) heti rendszerességgel jár masszázssra, Tamáshoz (32) hasonlóan szívesen látogatja a helyi termálfürdőt. Szellemi rekreáció gyanánt megemlítette az olvasást, filmnézést és mozit. A kutatásunk igazolja, hogy a rekreációban az egészségmegőrzéssel kapcsolatos wellness kínálati elemek, mint a masszázs, balneoterápiás kezelések és fürdő szolgáltatások is markánsan beépülnek, melyet többkorábbi hazai kutatás is megerősít (KERÉNYI et al., 2009; MÜLLER et al., 2016; BÍRÓ et al., 2019; HIDVÉGI et al., 2019).

A válaszadók közül mindenki fontosnak tartja a rekreáció valamilyen formáját, szívesen próbálják ki a környezetükben fellelhető lehetőségeket. Ez azt mutatja, hogy a munkájuk melletti rendszeres sporton túl még további rekreációs tevékenységeken vesznek részt, melyek sok esetben pont a sportoláshoz kapcsolódó szolgáltatások. Azaz maga a sportolás motiválja a további rekreációs tevékenységek igénybevételét.

4.2. Táplálkozási ismeretek – *Knowledge of Nutrition*

Az interjú második felében a kiválasztott személyek táplálkozási ismereteire voltunk kíváncsiak. Vajon hogyan étkeznek? Mit tartanak egészségesnek?

4.2.1. Napi étkezés rendszeressége – Daily Eating Habits

A válaszadóknak egészen eltérő szokásaik vannak táplálkozásukat érintően. Dénes (39) 2 alkalommal étkezik egy nap, viszont ezt szakemberrel való konzultáció alapján teszi. Testsúlyának csökkentése céljából tartja a napi kétféle étkezést. Ádám (33) napi 4-5 alkalommal étkezik. Tamás (32) napi 5-6 alkalommal étkezik. Levente (27) lehetőségeihez mérten 3-5 alkalommal étkezik egy nap.

Az interjúalanyok ismerik az ajánlásokat, melyek a napi többszöri étkezést javasolják, így lehetőségeik szerint igyekeznek legalább három alkalommal étkezni, kivéve Dénes, aki szakemberrel történő konzultáció alapján eszik kevesebb alkalommal.

4.2.2. Egészségesnek vélt élelmiszerek és tulajdonságaik a megkérdezettek véleménye alapján – Healthy Foods and Their Properties Based on The Opinion of The Respondents

Dénes (39) véleménye szerint bármit lehet enni, a lényeg, hogy tudjuk a mértéket, és amit fogyasztunk, illetve az legyen jó minőségű. Ádám (33) úgy véli a húsfélék, azon belül szárnyasok, hal, marha, továbbá növényi eredetű tejek, gabonafélék (zab, bulgur, köles) és szezonális zöldség-gyümölcs az egészséges étrend alapjai. Tamás (32) Ádámhoz hasonlóan egészséges élelmiszernek tartja a sovány húsokat (szárnyasok, halak, marha), olajos magvakat, zöldségeket, gyümölcsöket, valamint az összetett szénhidrátok, úgymint rizs, zab, bulgur, hajdina, köles, édesburgonya. Levente (27) a többiekkel ellentétben szkeptikusan ítéli meg az adott élelmiszer egészséges mivoltát. Igyekszik minél több káros anyagot kiszűrni

étrendjéből. Véleménye szerint elsődlegesen a zöldség- és gyümölcsféléket, zab és ellenőrzött körülmények között nevelt állatokból származó soványhúsok (pl.: csirkemell) tartoznak az egészséges élelmiszerek közé.

Az interjúban részt vevő személyek a sovány húsokat, zöldség- és gyümölcsféléket, valamint az összetett szénhidrátforrásokat tartják egészségesnek. Minden, ami jó minőségű, az egészséges. Továbbá a sportolási környezetükből is rengeteg információt kapnak ehhez kapcsolódóan.

4.2.3. Funkcionális élelmiszerekkel kapcsolatos hozzáállás – Attitude Towards Functional Foods

Dénes (39) olyan táplálékkiegészítőket fogyaszt, amelyek a regenerációban segítik. Ezen belül megemlítette az amiosavakat, proteint, MSM (Metil-szulfonil metán) és különböző ízületivédőket (pl.: kollagén). Ádám (33) étkezésének jelentős részét, csaknem 50%-át adják a funkcionális élelmiszerek. Különböző fehérjekészítményeket, ásványi anyagokat, vitaminokat fogyaszt. Tamás (32) napi szinten fogyaszt táplálékkiegészítőket, leginkább tejsavó fehérjét, illetve vitaminokat, ásványi anyagokat. Levente (27) a többi interjúalanyhoz hasonlóan használ táplálékkiegészítőket. Megemlítette a fehérjét, BCAA-t, vitaminokat, ásványi anyagokat.

A vizsgált amatőr sportolók körében a funkcionális élelmiszerek kiemelt szerepet töltenek be. Nagyon tájékozottak, önmaguktól számos funkcionális élelmiszeralapanyagot tudtak megnevezni, és ezeknek élettani hatásait is ismerték. Állításuk szerint jövedelmi helyzetük nem befolyásolja a funkcionális élelmiszerekre költött pénzüsségeket, mert elengedhetetlennek tartják azokat a jó fizikum és az egészségük megőrzésében. Hazai kutatások ezzel szemben arról számolnak be, hogy a nem sportoló alanyok nem ismerik a funkcionális élelmiszerek fogalmát, hiányos ismeretekkel rendelkeznek ezen termékekkel kapcsolatban (KISS et al., 2016). Az USA-ban 1000 fős mintán végzett kutatásban olyan nagyfokú hiányosságot bizonyítottak a táplálkozással kapcsolatos ismeretekben, hogy a válaszadók 47%-a még azzal sem volt tisztában, hogy mennyi a számára szükséges energiabevitel. Akik azt nyilatkozták, hogy tudják, azok egy része pedig helytelenül válaszolt (20%). Az amerikai nem sportoló emberek 94%-a pedig egyáltalán nincs tisztában azzal, hogy az élelmiszereken feltüntetett címkék adatai mit jelentenek (IFIC, 2007).

rettekben, hogy a válaszadók 47%-a még azzal sem volt tisztában, hogy mennyi a számára szükséges energiabevitel. Akik azt nyilatkozták, hogy tudják, azok egy része pedig helytelenül válaszolt (20%). Az amerikai nem sportoló emberek 94%-a pedig egyáltalán nincs tisztában azzal, hogy az élelmiszereken feltüntetett címkék adatai mit jelentenek (IFIC, 2007).

4.3. Információgyűjtési szokások – Routines of Information Collecting About Health and Sport

4.3.1. Sporttal, étkezéssel kapcsolatos információik forrása – Their Sources About Sport and Nutrition

Dénes (39) túlnyomó részben környezetéből gyűjti ismeretét. Edzőpartnerektől, edzőktől, de volt rá példa, hogy dietetikus tanácsát is kikérte. Nála elsősorban személyes és szakértői vélemények a meghatározók életmódját illetően. Ádám (33) sporttal és a sport-étkezéssel kapcsolatos információinak jelentős részét, legalább 90%-át az internetről, különböző sporthoz kapcsolódó blogok, oldalak, tanulmányok olvasásával szerzi. Tamás (32) szinte kizárólag internetről, azon belül többnyire egy weboldalt látogat (body.builder.hu), valamint különböző Facebook linkek alapján olvas olyan cikkeket, amelyek felkeltették az érdeklődését. Levente (27) többnyire internetről szerzi étkezéssel, sporttal kapcsolatos információinak jelentős részét, amelyekre általában konkrétan rákeres.

A vizsgált négy személy az internetről szerzi sporttal, étkezéssel kapcsolatos információikat, de nem elhanyagolható, a másodlagos forrásként is kiemelhető edző vagy edzőpartner szerepe sem. Ebből is látszik, hogy a szakemberek véleményét bár nagyra tartják, hárman mégis a kényelmes internetes keresések képezik legtöbbször az életmód irányelvek alapját. Több kutatás igazolja, hogy napjainkban a hagyományos marketingkommunikációs eszközök háttérbe szorúlnak és helyette az online-marketing erősödik, hiszen a termékekkel-szolgáltatásokkal kapcsolatos információkat leginkább onnét szerezzük (RÁTHONYI, 2013; RÁTHONYI et al., 2016; MÜLLER, 2018).

4.3.2. Információforrás hitelességének kritériumai – Criteria for The Credibility of Information Source

Dénes (39) fontosnak tartja, hogy az a személy, akitől az információ származik látható szakértelemmel rendelkezzen. Legyen szó lexikális tudásból, vagy empirikusan szerzett ismeretről. Megemlítette a professzionális és sikeres sportolókat, illetve az egészségügyi speciális területekhez értő szakembereket. Ádám (33) azokat az információkat tartja hitelesnek, akik tudásukat képesek reprezentálni, vagy olyan sportmúlttal, eredményekkel rendelkeznek, amelyek alátámasztják a tőlük származó információkat. Tamás (32) az információforrásokat az eredményei, illetve kommunikációjának minőségéből, szintjéből ítéli hitelesnek. Levente (27) az információforrást elért eredményei alapján tartja hitelesnek.

Fontosnak tartják, hogy az információforrás eredményei, fizikuma alátámassza a tőle származó ismereteket. Nem elhanyagolható a kommunikációjának minősége sem.

Azaz a hitelességet nem annyira a professzionizmus vagy a szakmai kvalifikáció, hanem inkább a látható eredmények adják.

5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK – CONCLUSIONS AND PROPOSALS

Kutatásunk során igazolást nyert az a feltevésünk, habár a vizsgálat négy alanya nem hivatásos sportoló, heti több órát töltenek testmozgással. Sportolói tevékenységük nem merül ki az edzésben, ugyanis gondolataik jelentős részét, akár 70%-át is a napi edzés megszervezése, lebonyolítása, új módszerek, technikák kialakítása teszi ki. Az interjú során megbizonyosodtunk a rekreáció után felmerülő igény nagyságáról, amely két akadályba ütközik a vizsgált személyek körében, ez pedig az idő és a pénz. Továbbá kiderült, hogy a vizsgált sportolók nagy hatással vannak környezetükre. Minden bizonnyal, ez jó hír az egészségpiac vállalati szereplőinek, mert biztos vevőkört je-

lentenek, sőt egyes sportoló – személyiségétől függően – nagy szerepet tölthet be a vevőreemtés folyamatában.

A négy vizsgált sportoló a kívánt eredmény elérésében jelentős szerepet tulajdonít az egészséges táplálkozásnak. Rendszerint tudatosan étkeznek, rövidtávú céljaiknak megfelelően és szeretnek tisztában lenni az élelmiszerek élet-tani hatásával. A vélemények megegyeznek abban, hogy mértékkel jó minőségű élelmiszereket fogyasztanak. Étrendjük összeállításában törekednek a magas fehérjebevitel mellett, kevés szénhidrátot és zsírt fogyasztani. A vizsgált alanyok étkezésében kiemelkedő szerep jut a funkcionális élelmiszereknek. Választott sport, életkor és testkompozíció függvényében fogyasztanak különböző táplálékkiegészítőket. A funkcionális élelmiszerek piaca egy folyamatosan bővülő szegmens, amely által kínált termékekre a fogyasztó jövedelmétől függetlenül szívesen áldozna, amennyiben az árucikk minősége, összetétele indokolja. Továbbá a kutatásban részt vevő személyek szabadidejük kapcsán jellemzően igyekeznek minden főbb ehhez kapcsolódó magatartási tényezővel is tisztában lenni, így a táplálkozási ajánlásokat is szívesen veszik.

A vizsgált alanyok legtöbbször internetről szerzik sporttal, táplálkozással kapcsolatos információikat. Másodlagos forrás lehet az edző, esetleg edzőpartner. A vélemények megegyeztek abban, hogy azokat az információforrásokat tartják hitelesnek: amelyek szakmaisággal alá vannak támasztva, valamint a szerző vagy forrás releváns sportmúlttal és eredményekkel rendelkezik, vagy jelenlegi fizikuma, eredményei alátámasztják a tőle származó információkat.

Az eredmények alapján kijelenthetjük, hogy míg a vizsgálatban részt vevő két személy, aki testépítést, súlyzós edzést végez, táplálkozással, sporttal kapcsolatos információforrásokban bővelkednek, addig a vizsgált két küzdősportolónak be kell érniük saját és közvetlen környezetük tapasztalataiból származó információkkal. Valós piaci igény van egy sportág specifikus szakportálra, ahol hiteles információkhoz juthatnak táplálkozás témakörében az amatőr sportolók.

6. ÖSSZEZÉS – SUMMARY

A tanulmány célja egy olyan feltáró jellegű kutatás elvégzése volt, amelynek segítségével közelebbi képet kaphatunk a vizsgált négy amatőr sportoló, mint egészségpiaci szereplők sporthoz, táplálkozáshoz való hozzáállásáról.

A tanulmány első felében szekunder kutatás került bemutatásra, olyan releváns szakkönyvek, szakfolyóiratok feldolgozása végett, amelyek alátámasztják primer kutatásunkat. A primerkutatás alapja mélyinterjúk megkérdezés volt. A cél az alanyok befolyásolástól mentes véleményének megismerése volt, így megkérdezésükkor igyekeztünk számukra komfortos légkört biztosítani.

Az interjú végeztével világossá vált, hogy milyen jelentős szerepet tölt be a mozgás a kutatásban szereplő amatőr sportolók körében, és mekkora hatással vannak közvetlen környezetükre, illetve, hogy kiemelten fontosnak tartják az egészséges táplálkozást. Ehhez minden információt igyekeznek összegyűjteni.

A megkérdezett személyek heti legalább négy alkalommal vesznek részt edzésen, de a sport, életükben nem merül ki ennyiben: gondolataikat, döntéseiket, egész személyiségüket meghatározza. A vizsgált négy amatőr sportoló nagy hatással van szűk környezetükre, példájukat gyakran követik a velük egy háztartásban élő egyének is. Itt továbbá érdemes megemlíteni, hogy középkorú alanyaink egészséges életmódjához környezetük is támogatóan hat, ami segíti ezen életmód fenntartását. Igyekeznek napi legalább három alkalommal étkezni, de kívánatosnak a napi ötszöri étkezést említették. Törekednek táplálkozásuk során egészséges, jó minőségű élelmiszer fogyasztására, valamint nagy szerepet töltenek be étrendjükben a funkcionális élelmiszerek is a megfelelő ajánlások mentén.

Összegzésképpen fontos kiemelni, hogy az internet nagyon lényeges számukra, így az ajánlások és vásárlásukat befolyásoló személyek véleményét is innen nyerik a legjellemzőbben. Fontos lehet tehát a cégeknek megjelenni az interneten minél érthetőbb, átláthatóbb és szakmailag megalapozott ismeretekkel, hogyha ezt a szegmenst célozzák meg, illetve megnyerni maguknak azokat a sport-influenszereket,

akiket hitelesnek tartanak és elismernek ezen sportolók. Náluk a saját információgyűjtés jóval dominánsabb, mint a professzionális sportolók körében, ahol a klub vagy egyesület biztosítja számukra a megfelelő szakembereket, információforrásokat.

Az előbb elhangzott információkon túl mégis javasoljuk a további sportágankénti selektálást az amatőr sportolók szükségleteinek feltérképezésére, igényeinek kielégítésére és a vizsgálat nagyobb mintán történő lefolytatását.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS – ACKNOWLEDGEMENT

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

IRODALOMJEGYZÉK – REFERENCES

- Bíró, Gy.:** A táplálkozás társadalmi jelentősége. Semmelweis Egyetem. Budapest, 2002.
- Bocsi, V. – Kovács, K.:** A szabadidő mintázatai a középiskolákban. *Metszetek - Társadalomtudományi Folyóirat*. 2018. 7 (3) 64–78. DOI: <https://doi.org/10.18392/metsz/2018/3/3>
- Bíró, M. – Molnár, A. – Hídvégi, P. – Mikhárdi, S. – Pucskó, J. M. – Lenténé Puskás, A.:** The Role of Massage in Tourism, and the Hotels Offerings in Hungary. In: Šimonek, J. – Dobay, B. (szerk.): *Sport Science in Motion: Proceedings from the Scientific Conference Zborník Vedeckých a Odborných Prác z Vedeckej Konferencie = Válogatott tanulmánykötet: Válogatott tanulmányok a tudományos konferenciáról*. Komárno, Szlovákia, Komárno, Szlovákia: Univerzita J. Selyeho V Komárne, 2019. 27–36.
- Európa Tanács:** Európai sport charta és sport etikai kódexe. Európa Tanács IDK, Budapest. 2001. 16.

- Fehér, A. – Bácsné, B. É. – Müller, A. – Szakály, Z.:** MPAM-R modellekkel kapcsolatos kutatások rendszerezése – Szakirodalmi áttekintés. In: Fehér, A. – Szakály, Z. (szerk.): Egészségügyi kutatások. Debrecen, Magyarország: Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, 2019a. 173–183.
- Fehér, A. – Bácsné, B. É. – Müller, A. – Szakály, Z.:** Fizikai aktivitás motivációival kapcsolatos modellek rendszerezése II. – Szakirodalmi áttekintés. In: Fehér, A. – Szakály, Z. (szerk.): Egészségügyi kutatások. Debrecen, Magyarország: Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, 2019b. 164–172.
- Gábor, A.:** A táplálkozás sport-specifikus aspektusai – a táplálkozás, mint teljesítményoptimalizáló tényező. Phd disszertáció. Semmelweis Egyetem. Nevelés- és Sporttudományi Doktori Iskola. Budapest, 2008. 124.
- Herpainé Lakó, J. – Simon, I. Á. – Nábrádi, Zs. – Müller, A.:** Családok sportolási szo-kásainak szocioökonómiai hátterére. Képzés és Gyakorlat: Training And Practice 2017. 15 (4) 37–52.
- Hidvégi, P. – Biró, M. – Lenténé Puskás, A. – Pucskó, J. M. – Tatár, A. – Bárdos, K.:** Wellness szolgáltatást igénybevevők felmérése az Észak-alföldi régióban. In: Balogh, L. (szerk.): Sokoldalú sporttudomány. Debrecen, Magyarország: Debreceni Egyetem Sporttudományi Koordinációs Intézet, 2019. 1–8.
- IFIC:** International Food Information Council Foundation: Food & Health Survey, Consumer attitudes toward Food, Nutrition & Health. A Benchmark Survey, 2007. <http://ifc.org> (Letöltés dátuma: 2018.02.23.)
- Keresztes, N. – Pluhár, Z. – Pikó, B.:** Társas hatások szerepe a serdülők fizikai aktivitási magatartásában. Mentálhigiéné és Pszichoszomatika. 2005. 6 (1) 35–51. DOI: <https://doi.org/10.1556/Mental.6.2005.1.3>
- Kerényi, E – Müller, A – Szabó, R – Mosonyi, A.:** Analysis of Agárd, Komárom and Papa's Thermal and Experiences Bath According to the Guest's Satisfaction. In: Kerényi, E. (szerk.): Egészségügyi marketing és telekommunikáció. Mátraháza, Magyarország, 2009. 56–67.
- Kiss, M. – Szakály, Z. – Soós, M. – Kontor, E.:** Az egészségtudatosság megjelenése a magyar lakosság táplálkozási szokásaiban koresoportonként. Magyar Táplálkozástudományi Társaság XVI. Vándorgyűlése, Esztergom, 2016.
- Kishegyesi, J. – Makara, P.:** Az egészségfejlesztés alapelvei. Országos Egészségfejlesztési Intézet, Budapest, 2004. 53.
- Kormány.hu (2018):** Több, mint félmillió sportoló Magyarországon. <http://www.kormany.hu/hu/emberi-eroforrasok-miniszteriuma/sportert-felelos-allamtitkarsag/hirek/tobb-mint-felmillio-sportolo-magyarorszagon>. (Letöltés dátuma: 2018.09.12.)
- Kovács, K.:** Szabadidő és Sport a Debreceni Egyetemen. Iskolakultúra. 2011. (10-11) 147–162.
- Laoues-Czimbalmos, N. – Bácsné, B. É. – Szerdahelyi, Z. – Müller, A.:** Sportmotivációs tényezők vizsgálata a 8-18 éves fogyatékossgal élő korosztály körében. Acta Carolus Robertus. 2019. 9 (1) 121–132. DOI: <https://doi.org/10.33032/acr.2019.9.1.121>
- Leblanc, JCh. – Le Gall, F. – Grandjean, V. – Verger, P.:** Nutritional Intake of French Soccer Players at the Clairefontaine Training Center. International Journal of Sport Nutrition and Exercise Metabolism. 2002. 13 (3) 268–280. DOI: <https://doi.org/10.1123/ijsnem.12.3.268>
- Lehota, J.:** Marketingkutatás az agrárgazdaságban. Mezőgazda Kiadó, Budapest, 2001.

- Mosonyi, A. – Könyves, E. – Fodor, I. – Müller, A.:** Leisure Activities and Travel Habits of College Students in the Light of a Survey. *Apstract*. 2013. 7 (1) 57–61. DOI: <https://doi.org/10.19041/Apstract/2013/1/10>
- Müller, A. – Bácsné, B. É.:** Az egészséges életmód és a sport kapcsolata. Létavértes, Magyarország, Létavértes SC '97 Egyesület, 2018. 96.
- Müller, A. – Barcsák, B. – Boda, E. J.:** Health Tourism the Cavebath of Miskolctapolca. In: Juhász, Gy. – Korcsmáros, E. – Huszárik, E. (szerk.): *Korszerű szemlélet a tudományban és az oktatásban. Gazdaságtudományi szekció: Zborník medzinárodnej vedeckej konferencie Univerzity J. Selyeho – 2016 „Súčasné aspekty vedy a vzdelávania”.* Sekcie ekonomických vied. Komárno, Szlovákia, Selye János Egyetem, 2016. 233–245.
- Müller, A.:** Health Tourism in Hungary. In: Šimonek, J. – Dobay, B. (szerk.): *Sport Science in Motion: Proceedings from the Scientific Conference. Športová Veda V Pohybe: Recenzovaný Zborník Vedeckých a Odborných Prác z Konferencie. Mozgásban a sporttudomány: válogatott tanulmányok a konferenciáról.* 2018. Komárno, Szlovákia, Univerzita J. Selyeho, 2018. 8–15.
- Nagy, P.:** A sport és a rekreáció közgazdaságtana. Oktatási segédanyag, BKE, 1996.
- Rodler, I.:** Élelmezés- és táplálkozás egészségtan. Medicina Könyvkiadó Zrt, Budapest, 2008.
- Piskóti, I. – Nagy, Sz. – Kovács, A. T.:** Fogyasztói magatartás a funkcionális élelmiszerek piacán. *Marketing Kaleidoszkóp.* Gazdász Elasztik Kft., Miskolc, 2006. 117–127.
- Pucsok, J. – Téglássy, Gy.:** Sportolók táplálkozása. In: *Sportorvosi ismeretek.* OSEI, (Interpress) Budapest, 1996. 13.
- Ráthonyi, G. – Ráthonyi-Odor, K. – Várallyai, L. – Botos, Sz.:** Influence of Social Media on Holiday Travel Planning. *Journal of Ecoagritourism*. 2016. 12 (1) 57–62.
- Ráthonyi, G.:** Influence of Social Media on Tourism – Especially Among Students of the University of Debrecen. *Apstract*. 2013. 7 (1) 105–112. DOI: <https://doi.org/10.19041/Apstract/2013/1/18>
- Révész, L. – Müller, A. – Herpainé Lakó, J. – Boda, E. – Bíró, M.:** A rekreáció elmélete és módszertana. EKF Líceum Kiadó, Eger, 2015.
- Rodler, I.:** Élelmezés- és táplálkozás egészségtan. Medicina Könyvkiadó Zrt, Budapest, 2008.
- Szabó, Á.:** A szabadidő sport alapfogalmai és kutatott területei. 115. Műhelytanulmány. Budapesti Corvinus Egyetem Vállalatgazdaságtan Intézet, Budapest, 2009.
- Szabó, J.:** Rekreáció: az elmélet és gyakorlat alapjai. JGYF Kiadó, Szeged, 2002.
- Tihanyi, A.:** Sportágspecifikus sporttáplálkozás. Krea-Fitt Kft, Budapest, 2016.
- Volpe, S. L.:** Micronutrient Requirements for Athletes. *Clinics in Sports Medicine*. 2007. 26 (1) 119–130.

JEGYZETEK ✦ NOTES

JEGYZETEK ✦ NOTES

A large, empty rectangular box with rounded corners, intended for writing notes. The box is defined by a thin black border and occupies most of the page below the header.

JEGYZETEK ✦ NOTES

A large, empty rectangular box with rounded corners, intended for writing notes. The box is defined by a thin black border and occupies most of the page below the header.