

Miért esszük azt, amit eszünk? A magyar fogyasztók étkezési motivációi

Kiss Marietta - Szakály Zoltán

Debreceni Egyetem

DOI:10.15170/MM.2022.56.KSZ.01.03

A TANULMÁNY CÉLJA

Az étkezési szokások javítását célzó programok eddig nem voltak túl hatásosak. A lakosság egészségesebb táplálkozás irányába történő elmozdításához érdemes megismerni, hogy mi motiválja a fogyasztókat ételválasztásuk során. Tanulmányunk célja ezért feltárni a magyar fogyasztók étkezési motivációit, az egyes motivációk relatív fontosságát, esetleges eltéréseit az egészségesebb táplálkozásra való áttérés szakaszai, valamint háttérváltozók mentén, továbbá a lakosság szegmentálása evési motivációik alapján.

ALKALMAZOTT MÓDSZERTAN

Célunk elérése érdekében egy országos reprezentatív kérdőíves felmérést végeztünk, melynek során az étkezési motivációkat az étkezési motiváció kérdőívvel (TEMS), az egészséges táplálkozásra való áttérést pedig a változás transzteoretikus modellje (TTM) segítségével mértük. Az étkezési motivációk relatív fontosságát egyszerű leíró statisztikákkal jellemeztük, majd az étkezési motivációk alapján faktor- és klaszterelemzést is végeztünk.

LEGFONTOSABB EREDMÉNYEK

Eredményeink szerint a magyar fogyasztók számára kiemelten fontos motivációt jelent az ételválasztásban az étel kedvelése, a fogyasztásából származó élvezet, az éhség, valamint a megszokás, a tradíció és a kényelem, ezzel szemben az étel egészségessége, természetessége és a testsúlykontrollban játszott szerepe sokkal ritkábban motivál. Ez utóbbi motivátorok inkább jellemzőek a nőkre, a magasabb iskolai végzettségűekre és az alacsonyabb BMI-vel rendelkezőkre. Megállapítottuk továbbá, hogy az egészségesebb táplálkozásra való áttérés folyamatának elején jelentős motiváló erővel bír a szükséglet, a kényelem, a tradíció és az ár, ám ezek szerepe jellemzően csökken a folyamat során. A magyar fogyasztók étkezési motivációi nyolc faktorba tömörülnek, melyek alapján a fogyasztók négy szegmensét sikerült azonosítanunk.

GYAKORLATI JAVASLATOK

Eredményeink hozzájárulhatnak a fogyasztók ételválasztási preferenciáira épülő, az étkezési szokások javítását célzó programok kidolgozásához. A TTM egyes szakaszainak jellemző motivátorai rávilágítottak arra, hogy az egészségesebb táplálkozásra való áttérést érdemes lenne olyan programokkal elősegíteni, melyek azt hangsúlyozzák, hogy az egészséges táplálkozás éhezés és kényelmetlenségek nélkül is megvalósítható. Az azonosított négy klaszter közül a „tudatos evők” szegmensének azon része képezheti egy viselkedésváltozást célzó program célcsoportját, mely a TTM szakaszai közül a szemlélődés, a felkészülés vagy a cselekvés szakaszában van. Míg az első csoportot informáló, a másodikat meggyőző, a harmadikat megerősítő üzenetekkel lehetne az egészségesebb táplálkozás felé elmozdítani.

Kulcsszavak: étkezési motiváció, TEMS, változás transzteoretikus modellje, szegmentáció

Köszönetnyilvánítás: A tanulmány elkészítését az EFOP-3.6.2-16-2017-00003 számú projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.

BEVEZETÉS INTRODUCTION

Az elmúlt évtizedek táplálkozási szokások javítására tett erőfeszítései nem voltak túl hatásosak: a fejlett országokban az emberek még mindig túl sok felített zsírt, hozzáadott cukrot és söt esznek, viszont kevés zöldséget, gyümölcsöt és halat. Ennek következtében a táplálkozással összefüggő betegségek előfordulási gyakorisága világszerte nő. A krónikus betegségek jelenleg globálisan az összes haláleset 71%-áért felelősek, ami 41 millió főt jelent évente (WHO 2018), ugyanakkor az étkezés és az életmód javításával a betegségek 80%-át meg lehetne előzni (Fallaize *et al.* 2013). Ez felveti új, hatásosabb stratégiák kidolgozását a táplálkozási szokások megváltoztatására (Bouwman *et al.* 2005, Fallaize *et al.* 2013), az egyének egészségesebb táplálkozás irányába történő elmozdítására. Ehhez első lépésként érdemes megvizsgálni, mi motiválja az egyént ételválasztásában, étkezési szokásaiban; ezt ismerve lehetséges ugyanis az étkezési szokások javítását célzó, sikerrel kecsegtető programokat kidolgozni.

Az ember étkezési magatartását számos motiváció befolyásolja. Az olyan fiziológiai tényezők, mint az éhség hatása az ételválasztásra megkérdőjelezhetetlen (Renner *et al.* 2012). Emellett az étkezés öröme szintén fontos étkezési motiváció lehet (Jackson *et al.* 2003, Roininen *et al.* 1999), csakúgy, mint a pozitív vagy negatív érzelmi állapotok (Step-toe *et al.* 1995, van Strien *et al.* 1986), valamint az étel külső jegyei, úgymint az illata vagy látványa (Pollard *et al.* 2002, Steptoe *et al.* 1995, van Strien *et al.* 1986). Sőt, társasági okok szintén ösztönözhetnek bizonyos étkezési magatartásokat, mivel az együttes étkezés gyakran a társasági alkalmak szerves részét képezi (Jackson *et al.* 2003, Pollard *et al.* 2002). Ehhez kapcsolódóan az étkezést a társadalmi normáknak és a másoknak való megfelelés is motiválhatja (Renner *et al.* 2012). Egyéb tényezők, úgymint az étel egészségessége (Roininen *et al.* 1999, Steptoe *et al.* 1995), ára, kényelme, természetessége és a súlykontrollban játszott szerepe (Step-toe *et al.* 1995, Renner *et al.* 2012) szintén fontos tényezőnek bizonyultak; fontosságuk pedig az életkortól is függ (Sproesser 2016).

Az egészséges életmódra és ezen belül az egészséges táplálkozásra való áttérés azonban nem egy automatikus folyamat, hanem hosszú időt igényel, mivel az egyén több szakaszon keresztül jut el a fenntartható egészségmagatartásig. Az úgynevezett transteoretikus modell (Transtheoretical Model – TTM) a legnépszerűbb modell az egészségmagatartás-változás egyes szakaszainak meghatározására.

A modell az egyének hajlandóságát értékeli egy új, egészségesnek tartott magatartás irányába öt szakaszon keresztül (bezártság, szemlélődés, felkészülés, cselekvés, fenntartás) (Prochaska & Diclemente 1984). A TTM azon a feltevésen alapul, hogy egy beavatkozás akkor a leghatékonyabb, ha illeszkedik az egyén aktuális helyzetéhez. Horwath (1999) a modellt speciálisan az evési magatartás változásának felmérésére alkalmazta.

Kutatásunk célja volt a fentieknek megfelelően feltárni a magyar fogyasztók ételválasztási motivációit, az egyes motivációk relatív fontosságát, az esetleges eltéréseket az egészséges táplálkozásra való áttérés szakaszai, valamint háttérváltozók mentén, továbbá a lakosság szegmentálása ételválasztási motivációik alapján, mely ismeretek hozzájárulhatnak a fogyasztók ételválasztási preferenciáira épülő preventív és az étkezési szokások javítását célzó programok kidolgozásához.

ANYAG ÉS MÓDSZER MATERIAL AND METHODS

A magyar lakosság étkezési motivációinak feltárására irányuló primer kutatás során egy országos reprezentatív kérdőíves felmérést végeztünk 2019 novemberében. A kérdőív felvételére a válaszadók otthonában személyesen került sor. A kvótás mintavétel során a reprezentativitás régiók és településtípus szerint biztosított volt; az egyes régiókban és a településtípusokon rétegzett véletlen mintavétel történt, születésnapki kulcs módszerrel. A minta így a régió ($\chi^2(6)=6,997$; $p=0,321$) és a településtípus ($\chi^2(2)=3,409$; $p=0,182$) mellett nem ($\chi^2(1)=0,760$; $p=0,383$) és kor ($\chi^2(5)=0,421$; $p=0,520$) szerint is reprezentatív. A tisztított minta 1000 fős, és mivel a magyar felnőtt lakosság megközelítőleg 8 millió fő (KSH 2019a), 95%-os konfidencia-szinttel és 5%-os hibahatárral számolva Gill és Johnson (2010) alapján a minimális mintanagyság 385, így a mintánk megfelelő a kutatási célok elérésére. Az 1. táblázat a minta megoszlását mutatja szociodemográfiai változók szerint, összevetve a teljes népesség összetételével a négy, reprezentatív változó szerint.

1. táblázat: A minta megoszlása a legfontosabb háttérváltozók szerint (N=1000) és a népesség összetétele a reprezentatív változók szerint

Table 1. Distribution of the sample according to the most important background variables (N=1000) and composition of the population according to the representative variables

Változó	Minta megoszlása		Népesség megoszlása
	Fő	%	%
Férfi	471	47,1	47,8
Nő	529	52,9	52,2
18-29 év	169	16,9	17,2
30-39 év	161	16,1	16,0
40-49 év	196	19,6	19,6
50-59 év	152	15,2	15,1
60-69 év	163	16,3	16,3
70- év	159	15,9	15,8
Budapest	181	18,1	17,9
Többi város	550	55,0	52,6
Község	269	26,9	29,5
Nyugat-Dunántúl	100	10,0	10,1
Közép-Dunántúl	109	10,9	10,8
Dél-Dunántúl	94	9,4	9,0
Észak-Alföld	148	14,8	14,8
Közép-Magyarország	298	29,8	31,0
Észak-Magyarország	119	11,9	11,5
Dél-Alföld	132	13,2	12,7
Általános iskola	109	10,9	
Szakmunkásképző, szakiskola	394	39,4	
Középiskola	364	36,4	
Felsőoktatás	133	13,3	
Nagyon jól megél jövedelméből és félre is tud tenni	78	7,8	
Megél jövedelméből, de keveset tud félretenni	392	39,2	
Elegendő a jövedelme, de félretenni már nem tud	427	42,7	
Jövedelme néha arra sem elég, hogy megéljen belőle	74	7,4	
Rendszeres anyagi problémái vannak	9	0,9	
Nem tudja / Nem válaszolt	20	2,0	

Forrás: saját szerkesztés és KSH (2019a, 2019b)

A kérdőív első részében az egészséges táplálkozásra való áttérés 5 szakasza szerepelt a változás transzteoretikus modellje alapján, kiegészítve a „Mindig is egészségesen táplálkoztam” kategóriával. Ezt követően a Renner *et al.* (2012) által kidolgozott és validált étkezési motiváció kérdőív (The Eating Motivation Survey – TEMS) rövidebb változatának 45 állítása szerepelt véletlenszerű sorrendben, melyek az eredeti kutatásban 15 faktorba csoportosulnak (szükséglet, kedvelés, élvezet, érzelemszabályozás, látvány, kényelem, ár, szokások, tradíció, természetesség, egészségesség, testtömeg-kontroll, társasági élet, társadalmi normák, társadalmi imázs). A kérdőívben a válaszadóknak az „Azért eszem, amit eszem, mert...” kezdetű mondat 45 étkezési motivációt jelentő befejezését kellett értékelniük egy 7-fokozatú Likert-skálán az alapján, hogy milyen gyakran játszanak szerepet ezek a motivációk az ételválasztásukban (1=soha, 7=mindig). A kérdőív végén szocio-demográfiai kérdések kaptak helyet (nem, életkor, iskolázottság, szubjektív jövedelmi helyzet, illetve testmagasság és testtömeg a BMI kiszámításához).

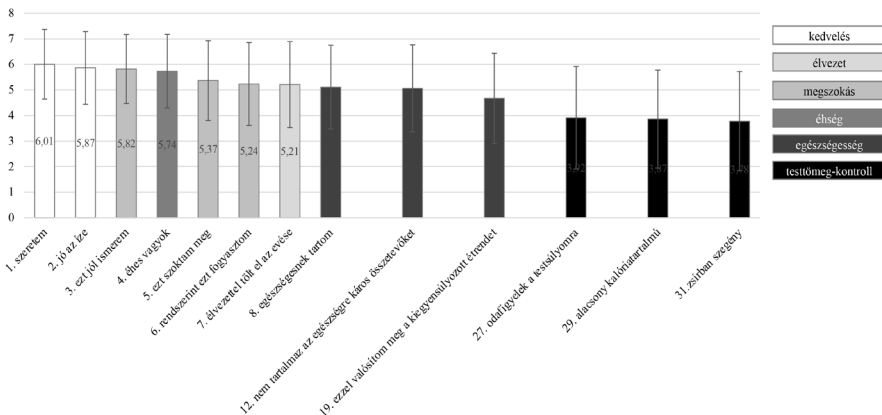
Az elemzés során először egyszerű gyakorisági megoszlásokat, számtani átlagot és szórást számoltunk, a háttérváltozók szerinti eltéréseket t-próbával és varianciaanalízissel, az összefüggéseket

korrelációszámítással vizsgáltuk. A változók közti szignifikáns korrelációk arra utaltak, hogy lehetséges mögöttes faktorok feltárása, az adatok mind a Bartlett-teszt ($p < 0,001$), mind a KMO kritérium ($0,921 > 0,9$, azaz kiváló) szerint alkalmasak a faktorelemzésre (Sajtos - Mitev 2007). A faktorelemzés módszere a főkomponens-elemzés volt Varimax rotációval. Végül a minta klaszteranalízisét is elvégeztük az evési motivációk feltárt faktora alapján hierarchikus, összevonó klaszterezéssel, Ward-eljárással, és mivel az eltérések hangsúlyozása volt a célunk, a távolságok mérésére négyzetes euklideszi távolságot használtunk. A klaszterek jellemzésére kereszttábla-elemzést, varianciaanalízist és t-próbákat végeztünk.

EREDMÉNYEK RESULTS

A 45 evési motiváció közül az étel kedveléséhez és élvezeti értékéhez kötődők vezetnek a listát, emellett még a megszokás és az éhség is fontos motiváció. Az étel egészségessége és különösen a testtömeg-kontroll jóval hátrébb helyezkedik el az átlagos értékelések alapján (1. ábra).

1. ábra: A legfontosabb étkezési motivációk (átlagok, szórások, sorrend; N=1000)
Figure 1. The most important eating motivations (means, standard deviations, order; N=1000)

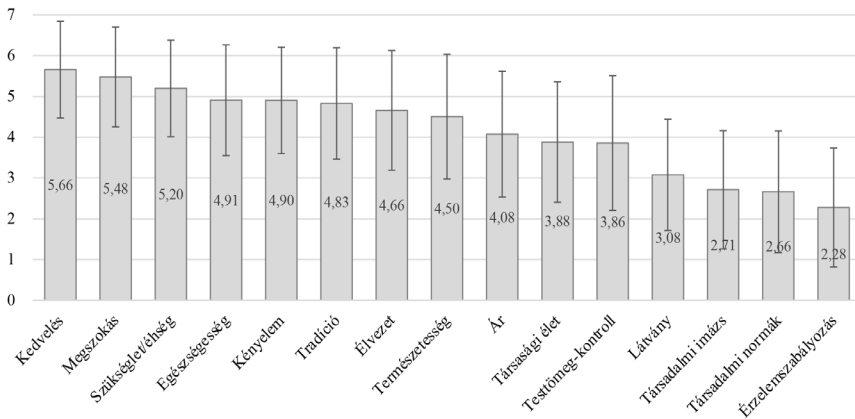


Forrás: saját szerkesztés

Az eredeti faktorok vizsgálata
Examination of the original factors

A Renner *et al.* (2012) által meghatározott étkezési motivációs faktorokat tekintve elmondható, hogy az étel kedvelése, a megszokás, illetve az éhség kiemelt fontosságú motivációt jelent a magyar fogyasztók ételválasztásánál (2. ábra). Az egészségesség – bár az étel kedvelésénél és a megszokásnál lényegesen alacsonyabb átlagértékkel – a negyedik legfontosabb tényező. A testtömeg-kontroll viszont csak a 11. helyen jelenik meg, a közepes (4-es érték) szintnél is kevésbé motivál. Érdemes azonban itt megjegyezni, hogy ez az átlagérték a legmagasabb szórás mellett adódott, azaz a válaszadók jelentős mértékben megosztottak e motivációs faktor tekintetében.

2. ábra: Eredeti étkezési motivációs faktorok (átlagok, szórások; N=1000)
Figure 2. Original eating motivation factors (means, standard deviations; N=1000)



Forrás: saját szerkesztés

A szocio-demográfiai háttértényezők tekintetében néhány esetben találtunk szignifikáns eltéréseket az étkezés motivációiban. Jelentős ($p < 0,001$) eltérés van a két nem között abban, hogy a testtömeg-kontroll mekkora szerepet játszik az étkezésben: míg a férfiaknál az átlag csupán 3,57, a nőknél 4,11; látszik tehát, hogy az előbb említett megosztottság jelentős mértékben a nemek eltéréseire vezethető vissza. Ugyan csak 10%-os szignifikancia-szinten, de eltérés van a két nem között a következő motivációk esetén is: szükséglet (férfiak átlaga=5,26; nők átlaga=4,14; $p=0,097$), természetesség (férfiak átlaga=4,42; nők átlaga=4,58; $p=0,089$), ár (férfiak átlaga=3,99; nők átlaga=4,15; $p=0,083$).

A kor előrehaladtával – várakozásainknak megfelelően – enyhén nő a megszokás ($r=0,105$, $p=0,001$) és a tradíció ($r=0,104$, $p=0,001$) szerepe az ételválasztásban, például a 18-29 év közöttiek esetén a megszokás faktor átlagértéke 5,31, míg

a 70 év fölöttiek esetén 5,84; a tradíciók esetén a két korcsoport átlagértéke 4,57 és 5,1. A társasági élet ($r=-0,069$, $p=0,029$), a testtömeg-kontroll ($r=-0,117$, $p < 0,001$), a látvány ($r=-0,144$, $p < 0,001$), a társadalmi imázs ($r=-0,184$, $p < 0,0001$), a társadalmi normák ($r=-0,133$, $p < 0,001$) és az érzelmszabályozás ($r=-0,098$, $p=0,002$) szintén gyenge, de negatív kapcsolatban áll a korrall.

Az egészségesség ($p < 0,001$), a természetesség ($p < 0,001$), a testtömeg-kontroll ($p < 0,001$) és a társasági élet ($p=0,021$) szignifikánsabban erősebb motivációt jelent magasabb iskolai végzettség esetén (az átlagértékek felsőfokú végzettségűeknél rendre 5,23; 5,08; 4,32; általános iskolai végzettségűeknél 4,6; 4,1; 3,44), míg a megszokás ($p=0,003$), a kényelem ($p=0,002$) és az ár ($p < 0,001$) motiváló ereje az iskolai végzettséggel együtt csökken (felsőfokú végzettségűeknél rendre 5,25; 4,8; 3,71; általános iskolai végzettségűeknél 5,73; 5,23; 4,56).

A szubjektív jövedelmi helyzet javulásával az étel kedvelése ($p=0,042$), természetessége ($p=0,008$) és a társasági élet ($p=0,031$) motivációs szerepe nő (a legalsó jövedelmi kategóriában az átlagértékek rendre 5,34; 4,04; 3,47; a legfelsőben 5,69; 4,6; 3,87), míg a megszokásé ($p=0,042$), a kényelemé ($p=0,005$) és az áré ($p<0,001$) csökken (a legalsó jövedelmi kategóriában 5,69; 5,25; 4,81; a legfelsőben 5,39; 4,78; 3,58). Érdekes módon a tradíció ($p=0,015$) és a látvány ($p=0,009$) a középső jövedelmi csoportot jobban motiválja (tradíció átlag: 4,97; látvány átlag: 3,22), mint az alsót (rendre 4,73; 3,08) és a felsőt (4,71; 2,94).

Várakozásainknak megfelelően az étel kedvelése ($r=0,109$, $p=0,001$), a megszokás ($r=0,127$, $p<0,001$), a kényelem ($r=0,063$, $p=0,047$) és a tradíció ($r=0,085$, $p=0,007$) mint motivátor a BMI-vel

pozitív, bár gyenge korrelációt mutat (a legalsó, BMI<18,5 csoportban az átlagok rendre 4,72; 4,56; 4,28; 4,14; a legfelső, BMI \geq 30 csoportban 5,86; 5,73; 5,08; 5,06). Ezzel szemben az egészségesség ($r=-0,107$, $p=0,001$), a természetesség ($r=-0,073$, $p=0,023$) és a testtömeg-kontroll ($r=-0,112$, $p<0,001$) motivációja gyengén negatívan korrelál a BMI-vel (a BMI<18,5 csoportban az átlagok 4,81; 4,48; 3,96; a BMI \geq 30 csoportban 4,71; 4,41; 3,68).

Az egészségesnek vélt táplálkozásra való áttérés egyes szakaszaiban lévő fogyasztókat szignifikánsan eltérő motivációk vezérlik az ételválasztásban (3. ábra); a szükséglet, a kényelem, a tradíció és az ár motiváló szerepe jellemzően csökken az egészségesebb táplálkozás felé vezető folyamatban, ezzel szemben az egészségesség, a természetesség és a testtömeg-kontroll egyre jobban motivál.

3. ábra: Az étkezési motivációk sorrendjének változása az egészségesebbnek vélt táplálkozásra való áttérés szakaszaiban

Figure 3. Changes in the order of eating motivations during the stages of the transition to a diet perceived to be healthier

Rang	Bezártság	Szemlélődés	Felkészülés	Cselekvés	Fenntartás
1	Kedvelés			Egészségesség	
2	Megszokás				Kedvelés
3	Szükséglet/éhség			Kedvelés	Megszokás
4	<i>Kényelem</i>		Egészségesség	Természetesség	
5	<i>Tradíció</i>		Természetesség	Szükséglet/éhség	
6	Élvezet		Tradíció	Testtömeg-kontroll	
7	Egészségesség		Kényelem		Élvezet
8	Ár	Természetesség	Élvezet		Tradíció
9	Természetesség	Társasági élet	Testtömeg-kontroll	Tradíció	Kényelem
10	Társasági élet	Testtömeg-kontroll	Ár		Társasági élet
11	Testtömeg-kontroll	Ár	Társasági élet		Ár
12	Látvány				
13	Társadalmi imázs	Társadalmi normák		Társadalmi imázs	
14	Társadalmi normák	Társadalmi imázs		Társadalmi normák	
15	Érzelemszabályozás				

Megjegyzés: Az üres cellák esetén nem történt változás a rangsorban az előző szakaszhoz képest. A nyílakkal a leglátványosabb változások kerültek kiemelésre.

Forrás: saját szerkesztés

Faktor- és klaszteranalízis Factor and cluster analysis

A faktoranalízis során az alacsony faktorsúlyok miatt három változót („ez a legkényelmesebb”; „esztétikus a megjelenése (pl. csomagolás)”; „szük-

ségem van energiára”) ki kellett zárni. A megmaradt 42 változó 8 faktorba rendeződött (2. táblázat), melyek a variancia 64,307%-át magyarázzák. A létrejött faktorok nem teljesen adják vissza az eredeti modell 15 faktorát, de logikus struktúrába rendeződnek. Az 1. faktor a társadalmi imázshoz, a társadalmi normákhoz, az érzelemszabályozáshoz

és a látványhoz kapcsolódó változókat tartalmazza, azaz az érzelmi és külső hatásokra történő evés motivációit, ezért az „*inger-evés*” elnevezést kapta. A 2. faktor a szükséglet, a kedvelés, a kényelem és az élvezet változóit foglalja magába, azaz olyan motivációkat, melyek mintegy hüvelykujszabályként működnek ételválasztáskor, leegyszerűsítve, lerövidítve a döntést, ezért a „*rövid mentális út*” nevet kapta. A 3. faktor az étel természetessége, egészségessége és a testtömeg-kontroll változóit

tartalmazza, így az a „*tudatos evés*” elnevezést kapta. A 4. faktor csak az árhoz, az 5. faktor a társasági élethez, a 6. faktor az élvezethez kapcsolódó változókat tartalmazza, így ezek elnevezése az eredeti elnevezéseket követi („*ár*”, „*társasági élet*”, „*élvezet*”). A 7. faktorban a tradícióhoz és a megszokáshoz kapcsolódó változók szerepelnek, együtt a „*szokások*” nevet kapták. A két változót (az étel étvágygerjesztő, kellemesen eltölt) tartalmazó 8. faktor a „*kellemesség*” elnevezést kapta.

2. táblázat: Az evési motivációk faktorstruktúrája faktorsúlyokkal (N=979)
Table 2. Factor structure of eating motivations with factor loadings (N=979)

Azért eszem, amit eszem, mert...	Faktorok							
	1	2	3	4	5	6	7	8
jó színben akarok feltűnni mások előtt.	0,802							
nem lenne udvarias másokkal szemben nem megenni azt.	0,773							
elvárják, hogy megegyem.	0,765							
szomorú vagyok.	0,749							
egyedül érzem magam.	0,744							
csalódott vagyok.	0,721							
ez az étel trendi.	0,721							
az ismerős a reklámokból és láttam a televízióban.	0,696							
el akarom kerülni, hogy csalódást okozzak valakinek, aki boldoggá akart tenni.	0,695							
az spontán vonz engem (pl. szemmagasságban helyezkedik el a polcokon, vonzó színösszetétel a csomagoláson).	0,564							
az étel másoknak is bejön.	0,561							
ezt jól ismerem.		0,798						
éhes vagyok.		0,787						
szeretem.		0,758						
ezt szoktam meg.		0,647						
jó az íze.		0,632						
gyorsan elkészíthető.		0,572						
élvezettel tölt el az evése.		0,542						
könnyű elkészíteni.		0,521						

Folytatás a következő oldalon.

2. táblázat folytatása: Az evési motivációk faktorstruktúrája faktorsúlyokkal (N=979)
Table 2, part 2. Factor structure of eating motivations with factor loadings (N=979)

Azért eszem, amit eszem, mert...	Faktorok							
	1	2	3	4	5	6	7	8
az nem tartalmaz az egészségre káros összetevőket (pl. növényvédő szerek, szennyező anyagok, antibiotikum maradványok).			0,735					
alacsony kalóriatartalmú.			0,729					
egészségesnek tartom.			0,726					
odafigyelek a testsúlyomra.			0,694					
az étel zsírban szegény.			0,682					
ezzel valósítom meg a kiegyensúlyozott étrendet.			0,663					
az étel természetes eredetű (pl. nem tartalmaz genetikailag módosított összetevőket).			0,661					
a termék bio minősítésű.			0,628					
ez formában tart (pl. energikus, motivált leszek).			0,490					
nem kerül sokba (anyagilag).				0,789				
nem akarok rá több pénzt költeni.				0,757				
le van árazva.				0,665				
hangulatosabbá teszi a társasági összejöveteleket.					0,712			
az evés egy társasági esemény.					0,660			
ezáltal időt tölthetek más emberekkel.					0,631			
ez bizonyos alkalmakhoz jól illeszkedik.					0,572			
kényeztetni akarom magam.						0,715		
ezzel jutalmazom magam.						0,696		
az a hagyományaimhoz hozzátartozik (pl. családi tradíciók, speciális alkalmak).							0,691	
rendszerint ezt fogyasztom.							0,653	
ezzel együtt nőtem fel.							0,455	
az étel étvágygerjesztő.								0,712
az étel kellemesen eltölt.								0,649

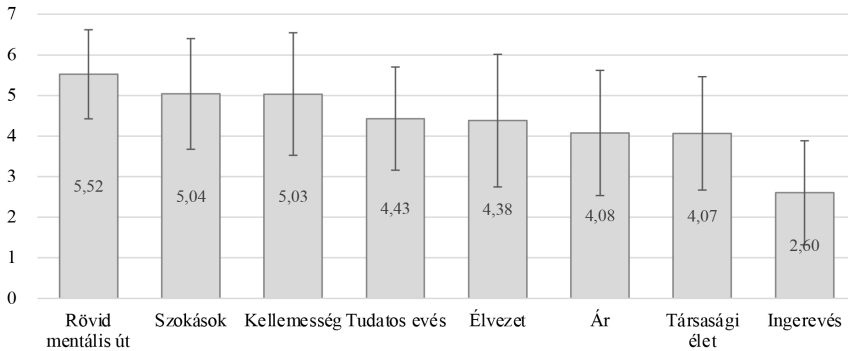
Megjegyzés: Főkomponens-elemzés, Varimax rotációval.

Forrás: saját szerkesztés

A kapott faktorok átlagértékeit megvizsgálva (4. ábra) elmondható, hogy az eredeti faktorstruktúrából levont következtetések ez alapján is helytállóknak tűnnek a magyar fogyasztókra nézve: leginkább az éhséggel, az étel kedvelésével, a kényelemmel

kapcsolatos „rövid mentális út”, a megszokást és a tradíciót tükröző „szokások”, valamint az étel okozta „kellemesség” érzése az, amely motiválja az ételválasztást. A „tudatos evés” jelentős mértékben lemaradva csak a negyedik legfontosabb motiváció.

4. ábra: Étkezési motivációs faktorok (átlagok, szórások; N=979)
Figure 4. Eating motivation factors (means, standard deviations; N=979)

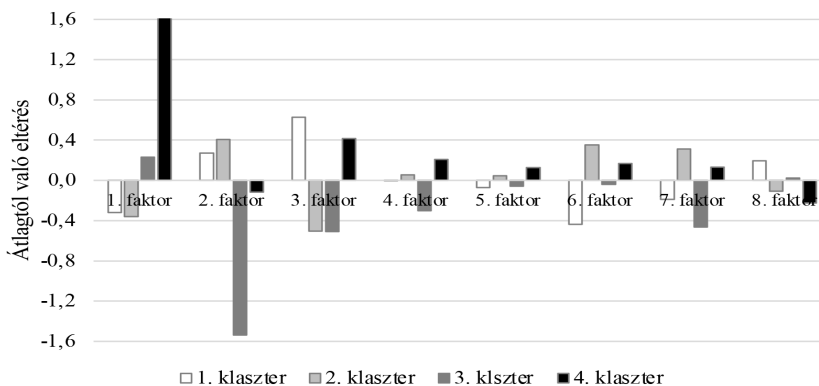


Forrás: saját szerkesztés

A kialakult faktorstruktúra felhasználásával következő lépésben klaszteranalízis segítségével négy klaszterrel sikerült azonosítani. A faktorok jelenlétét az egyes klaszterekben az 5. ábra mutatja. Ez alapján látható, hogy az 1. klaszter az összes faktor esetén közel semleges képet mutat, kivéve a 3. faktort, azaz a tudatos evést, ezért a klaszter a „tudatos evők” elnevezést kapta. Ők ellenállnak a kísértésnek, szerintük az étkezést kontrollálni kell, a testük áll a figyelem középpontjában. A klaszter 334 főt számlál (34,1%), a tagok között szignifikánsan nagyobb arányban vannak jelen a nők (60,5%, adj.st.res.=3,4), mint a férfiak (39,5%) ($\chi^2(3)=11,978$, $p=0,007$; Cramer $V=0,111$, $p=0,007$). Várakozásainknak megfelelően az iskolai végzettség emelkedésével nő a klaszterbeli reprezentáció a mintabelihez képest; a szakmunkás, szakiskolai végzettségűek a vártnál szignifikánsan kisebb arányban (33,8%; adj.st.res.=2,4%), míg a felsőfokú végzettségűek a vártnál szignifikánsan magasabb arányban (18,6%; adj.st.res.=3,4) vannak jelen a klaszterben ($\chi^2(9)=26,789$, $p=0,002$; Cramer $V=0,095$, $p=0,002$). Szubjektív jövedelmi helyzet tekintetében a klaszter eloszlása nem tér el szignifikánsan a mintától; az átlagos életkor és BMI sem tér el szignifikánsan a mintaátlagtól.

A 2. klaszter az alapján, hogy mindegyik faktor esetében inkább semleges, vagy ahhoz közeli értékeket képviselt, a „neutrálisak” nevet kapta. A szegmens tagjai befolyásolhatatlanok, elérhetetlenek, semlegesek. A klaszter a négy közül a legnagyobb (372 fő, 38,0%), és benne enyhén (de szignifikánsan) felülreprezentáltak a férfiak (51,2%, adj.st.res.=2,0; nők: 48,8%). Az iskolai végzettség emelkedésével a mintához képest kisebb arányban vannak jelen a klaszterben a fogyasztók; a maximum 8 általános iskolai osztályt elvégeztek a klaszter 13,7%-át teszik ki (adj.st.res.=3,3). Szubjektív jövedelmi helyzet tekintetében a klaszter eloszlása nem tér el szignifikánsan a mintától. Kor tekintetében elmondható, hogy a fiatal korosztályok a vártnál alacsonyabb (18-29 évesek: 13,4%; adj.st.res.=2,0), míg az idősebb korosztályok a vártnál magasabb arányban (50-59 évesek: 19,4%; adj.st.res.=2,8; 70+ évesek: 20,2%; adj.st.res.=2,9) vannak jelen a klaszterben ($\chi^2(15)=30,621$, $p=0,010$; Cramer $V=0,102$, $p=0,010$); a klaszter átlagéletkora (51,4 év) szignifikánsan magasabb a többi klaszter átlagéletkoránál (1. klaszter: 47,19 év, 3. klaszter: 47,34 év, 4. klaszter: 47,08 év; $F(3)=4,681$, $p=0,003$). A klaszter átlagos BMI-je szignifikánsan magasabb (27,56), mint a többi klaszteré (1. klaszter: 26,39; 3. klaszter: 26,22; 4. klaszter: 26,48; $F(3)=3,906$, $p=0,009$).

5. ábra: Étkezési motivációs faktorok jelenléte (átlagos eltérések) az egyes klaszterekben (N=979)
Figure 5. Presence (average deviations) of eating motivation factors in individual clusters (N=979)



Forrás: saját szerkesztés

A 3. klaszter szinte mindegyik faktor esetén semleges vagy negatív értékeket mutat, így semmilyen étkezési motiváció nem hat rájuk, különösen nem a kedvelés, a kényelem és az élvezet; csak azért esznek, hogy éljenek, az evés egy alapvető funkcionális eszköz a számukra, így a „*funkcionális evők*” elnevezést kapták. A klaszter 148 fős (15,1%), a férfiak enyhén, de nem szignifikánsan felülreprezentáltak (52%; nők: 48%), a felsőfokú végzettséggel rendelkezők pedig szignifikánsan alulreprezentáltak (7,4%, adj.st.res.=2,3) benne. Szubjektív jövedelmi helyzet, átlagéletkor és átlagos BMI tekintetében a klaszter nem tér el szignifikánsan a mintaátlagtól.

Végül a 4. klaszterre egyértelműen jellemző az 1. faktor mint motiváció, azaz az érzelmi és külső hatásokra történő evés. Tehát ők esznek, ha szomorúak, esznek, ha látják az ételt, esznek, ha úgy vélik, ezt várják el tőlük; kontroll, tudatosság nincs az evési magatartásukban. Ezért a csoport neve az „*inger-evők*” lett. A klaszterbe 125 fő (12,8%) került, a nemek aránya kiegyensúlyozott (férfi: 49,6%; nő: 50,4%), iskolai végzettség tekintetében a maximum 8 általános iskolai osztályt végzettek szignifikánsan alul- (5,6%, adj.st.res.=2,0), míg az érettségivel rendelkezők szignifikánsan felülreprezentáltak (45,6%, adj.st.res.=2,3). Kor tekintetében elmondható, hogy a klaszterben az 50–59 évesek alulreprezentáltak (7,1%; adj.st.res.=2,7). BMI tekintetében viszont a klaszter nem tér el a mintaátlagtól.

Az egészségesebbnek vélt táplálkozásra való áttérés szakaszai szerint szignifikáns eltérések mutatkoznak a klaszterek között ($\chi^2(15)=131,148$,

$p<0,001$; Cramer $V=0,214$, $p<0,001$) (3. táblázat). A „tudatos evők” klaszterében várakozásainknak megfelelően alulreprezentáltak azok, akik elzárkóznak az egészséges táplálkozástól (30%, adj.st.res.=5,5), illetve még csupán az elhatározásnál tartanak, hogy a következő fél évben áttérnek egy egészségesebbnek vélt táplálkozásra (4,5%, adj.st.res.=2,5). Felülreprezentáltak viszont azok, akik már egészségesebben táplálkoznak maximum 6 hónapja (10,6%, adj.st.res.=3,9), vagy legalább 6 hónapja kis visszaesési eséllyel (12,4%, adj.st.res.=3,8), vagy mindig is így táplálkoztak (22,1%, adj.st.res.=3,4). A „neutrálisak” klaszterében a statisztikailag vártnál szignifikánsan nagyobb arányban vannak jelen az elzárkózók (58,6%; adj.st.res.=8,2), szignifikánsan kisebb arányban pedig azok, akik már a felkészülés (4,4%, adj.st.res.=2,9), a cselekvés (3,0%, adj.st.res.=3,4) vagy a fenntartás (3,8%, adj.st.res.=3,6) szakaszában vannak, illetve akik mindig is egészségesebben táplálkoztak (12,0%, adj.st.res.=2,9). A „funkcionális evők” klaszterében szignifikánsan felülreprezentáltak azok, akik a következő egy hónapban terveznek áttérni egy egészségesebbnek vélt táplálkozásra (17,1%, adj.st.res.=4,7), alulreprezentáltak azok, akik mindig is egészségesebben táplálkoztak (9,3%, adj.st.res.=2,5). Az „inger-evők” klaszterében a vártnál szignifikánsan kisebb arányban vannak azok, akik a közeljövőben nem terveznek áttérni egy egészségesebbnek vélt táplálkozásra (26,2%, adj.st.res.=3,8), a vártnál nagyobb arányban pedig azok, akik mindig is egészségesebben táplálkoztak (23%, adj.st.res.=2,1).

3. táblázat: A klaszterek megoszlása a TTM szakaszai szerint (% , N=959)
Table 3. Distribution of clusters according to TTM stages (% , N=959)

	Bezártság	Szemlélődés	Felkészülés	Cselekvés	Fenntartás	Mindig is egészségesen
„Tudatos evők”	30,0	20,3	4,5	10,6	12,4	22,1
„Neutrálisak”	58,6	18,3	4,4	3,0	3,8	12,0
„Funkcionális evők”	40,7	17,9	17,1	7,9	7,1	9,3
„Inger-evők”	26,2	25,4	13,9	3,3	8,2	23,0
Összesen	42,0	19,8	7,5	6,4	7,8	16,5

Forrás: saját szerkesztés

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

Primer kutatásunk eredményeiből kitűnik, hogy a magyar fogyasztók számára kiemelten fontos motivációt jelentenek az ételválasztásban az olyan, döntést leegyszerűsítő jellemzők, mint az étel kedvelése, a fogyasztásból származó élvezet, az éhség, valamint a megszokás, a tradíció és a kényelem. Ez utóbbi motivációk különösen jellemzőek az idősebbekre, az alacsonyabb iskolai végzettségűekre és jövedelműekre, valamint a magasabb BMI-vel rendelkezőkre. Ezzel szemben az étel egészségesége, természetessége és a testsúlykontrollban játszott szerepe sokkal ritkábban motiválja a magyar fogyasztók ételválasztását; e motivátorok inkább jellemzőek a nőkre, a magasabb iskolai végzettségűekre és az alacsonyabb BMI-vel rendelkezőkre. Eredményeinket összehasonlítva egy korábbi, magyar középiskolások körében végzett kutatással (Szabó & Pikó 2017) megállapítható, hogy a legjellemzőbb motivátorok szinte megegyeznek a két kutatásban, az életkori eltérésekből fakadóan azonban jelen kutatásban a megszokás és a tradíció, a középiskolásoknál pedig az étel élvezete némileg fontosabbnak bizonyult.

Az egészségesebbnek vélt táplálkozásra való áttérés szakaszaiban mutatott eltérő motivációk lehetőséget adnak a következő szakaszokba való átlépést elősegítő stratégiák kidolgozására. A viselkedésváltozás folyamatának elején, azaz a bezárt-

ság és a szemlélődés szakaszában jelentős motiváló erővel bír a szükséglet és a kényelem, melyek szerepe a későbbi szakaszokban jelentősen csökken; ezért érdemes lenne az egészséges táplálkozásra való áttérést olyan programokkal elősegíteni, melyek azt hangsúlyozzák, hogy az egészséges táplálkozás nem egyenlő az éhezéssel és a kényelmetlenségekkel; az egészséges ételek ugyanúgy alkalmasak arra, hogy az éhséget csillapítsák, illetve a kényelmet sem kell feláldozni az egészségesség oltárán.

A magyar fogyasztók körében étkezési motivációik alapján négy szegmensen sikerült azonosítani, melyek jellemzőikben szinte teljesen lefednek egy korábbi, a holland evési viselkedés kérdőív (Dutch Eating Behavior Questionnaire – DEBQ) segítségével magyar egyetemisták körében elvégzett szegmentáció során létrejött öt klaszter közül négyet (Dernóczy-Polyák & Keller, 2017). Mivel a már kialakult fogyasztói attitűdöket igen nehéz befolyásolni, könnyebb azokhoz alkalmazkodni (Szakály 2009), a négy szegmens közül elsődlegesen a „tudatos evők” szegmense jelenthet célcsoportot az egészségesebb táplálkozásra való áttérést célzó beavatkozás számára, hiszen őket már eleve jelentős mértékben motiválja az étkezésben az egészségesség, a természetesség, a testtömegkontroll. A szegmens belüli a bezárkózók meggyőzése valószínűleg sok energiát igényelne és kevés sikerrel kecsegtetne; akik már a fenntartás szakaszában vannak, illetve mindig is egészségesen táplálkoztak, nem igényelnék beavatkozást. Ezért a szegmens tagjai közül azokat lenne érdemes megcélozni, akik a szemlélődés, a felkészülés vagy a cselekvés sza-

kaszában vannak (116 fő, a teljes minta 12,07%-a). E csoportra jellemző, hogy benne a nők, a fiatalab-
bak, a magasabb iskolai végzettségűek és a legma-
gasabb jövedelmi státuszúak felülreprezentáltak. A
szemlélődőket informáló, a felkészülés szakaszában
lévőket meggyőző, míg a cselekvés szakaszánál
tartó fogyasztókat megerősítő üzenetekkel lehetne a
következő szakaszokba átgépitni.

ÖSSZEFOGLALÁS SUMMARY

A táplálkozással összefüggő betegségek megelőzé-
sére, az egészség megőrzésére szolgáló preventív
programok kidolgozásához, illetve a már kialakult
helytelen táplálkozási szokások megváltoztatásá-
hoz fontos tudni, hogy az egyének miért választják
azokat az ételeket, amiket fogyasztanak. Primer
kutatásunk eredményei alapján elmondható, hogy a
magyar fogyasztók számára kiemelten fontos moti-
vációt jelentenek az ételválasztásban az étel kedve-
lése, a fogyasztásból származó élvezet, az éhség,
valamint a megszokás, a tradíció és a kényelem;
ezzel szemben az étel egészségessége, természetes-
sége és a testsúlykontrollban játszott szerepe sokkal
ritkábban motivál. Az egészségesebb táplálkozásra
való áttérés folyamatának elején jelentős motiváló
erővel bír a szükséglet és a kényelem, ezért érde-
mes lenne azt olyan programokkal elősegíteni,
melyek azt hangsúlyozzák, hogy az egészséges
táplálkozás éhezés és kényelmetlenségek nélkül is
megvalósítható. A magyar fogyasztók körében étke-
zési motivációk alapján négy szegmensen sikerült
azonosítanunk, melyek közül a „tudatos evők” szeg-
mensének azon része képezheti viselkedésváltozást
célzó program célcsoportját, mely az egészséges
táplálkozásra való áttérés TTM szerinti szakaszai
közül a szemlélődés, a felkészülés vagy a cselekvés
szakaszában van. Míg az első csoportot informáló,
a másodikat meggyőző, a harmadikat megerősítő
üzenetekkel lehetne az egészségesebb táplálkozás
felé elmozdítani.

¹ Bezártság: Az egyén nem tervezi magatartásának
megváltoztatását a következő 6 hónapban. Szemlé-
lődés: Az egyén elkötelezett magatartásának meg-
változtatására a következő 6 hónapban. Felkészülés:
Az egyén kész a cselekvésre a közeljövőben (jellem-
zően a következő hónapban). Cselekvés: A maga-
tartásváltozás megkezdődött legfeljebb 6 hónapja.
Fenntartás: A cselekvés már több mint 6 hónapja
megkezdődött, és a visszatérés esélyei a régi maga-
tartáshoz csekélyek (Prochaska *et al.* 1994).

HIVATKOZÁSOK REFERENCES

- Bouwman, L., Hiddink, G. J., Koelen, M. A., Korthals,
M., van Veer, P., van Woerkum, C. (2005), “Person-
alized nutrition communication through ICT appli-
cation: how to overcome the gap between potential
effectiveness and reality”, *European Journal of
Clinical Nutrition*, 59(Suppl. 1), S108-S116 DOI:
10.1038/sj.ejcn.1602182
- Dernöczy-Pólyák, A., Keller, V. (2017), „Klaszter-
képzés evési magatartás alapján – fókuszban a
generációk”, *Vezetéstudomány*, 48(5), 28-38 DOI:
10.14267/VEZTUD.2017.03.03
- Fallaize, R., Macready, A. L., Butler, L. T., Ellis, J. A.,
Lovegrove, J. A. (2013), “An insight into the pub-
lic acceptance of nutrigenomic-based personalised
nutrition”, *Nutrition Research Reviews*, 26(1),
39-48 DOI: 10.1017/S0954422413000024
- Gill, J. & Johnson, P. (2010), *Research Methods for
Managers*, 4th edition, London: SAGE Publica-
tions Ltd.
- Horwath, C. C. (1999), “Applying the transtheoretical
model to eating behaviour change: challenges and
opportunities”, *Nutrition Research Reviews*, 12(2),
281-317 DOI: 10.1079/095442299108728965
- Jackson, B., Cooper, M. L., Mintz, S. L., Albino, A.
(2003), “Motivations to eat. Scale development
and validation”, *Journal of Research in Per-
sonality*, 37(4), 297-318 DOI: 10.1016/S0092-
6566(02)00574-3
- Pollard, J., Kirk, S. F. L., Cade, J. E. (2002), Factors
affecting food choice in relation to fruit and vegeta-
ble intake. A review”, *Nutrition Research Reviews*,
15(2), 373-387 DOI: 10.1079/NRR200244
- Prochaska, J. O. & DiClemente, C. C. (1984), *The
transtheoretical approach: Crossing the tradi-
tional boundaries of change*, Homewood: J. Irwin
- Prochaska, J. O., Norcross, J. C., DiClemente, C. C.
(1994), *Changing for good: the revolutionary pro-
gram that explains the six stages of change and
teaches you how to free yourself from bad habits*,
New York: W. Morrow
- Renner, B., Sproesser, G., Strohbach, S., Schupp, H.
T. (2012), “Why we eat what we eat. The Eating
Motivation Survey (TEMS)”, *Appetite*, 59(1), 117-
128 DOI: 10.1016/j.appet.2012.04.004
- Roininen, K., Lähteenmäki, L., Tuorila, H. (1999),
“Quantification of consumer attitudes to health and
hedonic characteristics of foods”, *Appetite*, 33(1),
71-88 DOI: 10.1006/appe.1999.0232
- Sajtos, L. - Mitev, A. (2007), *SPSS kutatási és
adatelemzési kézikönyv*, Budapest: Alinea Kiadó

- Sproesser, G. (2016), Why we eat what we eat: Psychological influences on eating behavior, *Dissertation*, Konstanz, Germany: Universität Konstanz, Mathematisch-Naturwissenschaftliche Sektion, Fachbereich Psychologie
- Stepoe, A., Pollard, T. M., Wardle, J. (1995), "Development of a measure of the motives underlying the selection of food. The food choice questionnaire", *Appetite*, 25(3), 267-284 DOI: 10.1006/appe.1995.0061
- Szabó, K., Pikó, B. (2017), „Az étkezési magatartás összefüggése az ételválasztási motivációkkal és egyes személyiségbeli jellemzőkkel középiskolások körében”, *Egészségfejlesztés*, 58(2), 5-16 DOI: 10.24365/ef.v58i2.152
- Szakály, Z. (2009), „Egészségmagatartás és funkcionális élelmiszerek: hogyan vélekednek a hazai fogyasztók?”, *Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing*, 6(1-2), 9-18
- van Strien, T., Frijters, J. E. R., Bergers, G. P. A., Defares, P. B. (1986), "The Dutch Eating Behavior Questionnaire (DEBQ) for Assessment of Restrained, Emotional, and External Eating Behavior", *International Journal of Eating Disorders*, 5(2), 295-315 DOI: 10.1002/1098-108X(198602)5:2<295::AID-EAT2260050209>3.0.CO;2-T

Internetes hivatkozások

Online references

- KSH (2019a): Táblák (STADAT) – Idősoros éves adatok – Néesség, népmozgalom / 1.2. Néesség a település jellege szerint, január 1. (1980–2018); 1.3. Néesség korév és nem szerint (1980–2018) http://www.ksh.hu/stadat_eves_1. (Utolsó letöltés: 2019.09.01.)
- KSH (2019b): Táblák (STADAT) – Idősoros éves, területi adatok – Néesség, népmozgalom / 6.1.1. A lakónéesség nem szerint, január 1. (2001–2018) http://www.ksh.hu/stadat_eves_6_1. (Utolsó letöltés: 2019.09.01.)
- WHO (2018): Noncommunicable diseases. <http://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/noncommunicable-diseases> (Utolsó letöltés: 2018.06.01.)

*Kiss Marietta, PhD, egyetemi docens
kiss.marietta@econ.unideb.hu*

*Szakály Zoltán, CSc, egyetemi tanár
szakaly.zoltan@econ.unideb.hu*

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar

Why do we eat what we eat? Eating motivations of Hungarian consumers

THE AIMS OF THE PAPER

Programs to improve eating habits have not been very effective so far. To move the population towards a healthier diet, it is worth knowing what motivates consumers in their food choices. The aim of our study is therefore to explore the eating motivations of Hungarian consumers, the relative importance of each motivation, possible differences in motivations along the stages of the transition to a healthy diet and background variables, and to segment the population based on their eating motivations.

METHODOLOGY

In order to achieve our goal, we conducted a nationwide representative questionnaire survey, in which we measured eating motivations with The Eating Motivation Survey (TEMS) and the transition to healthy eating with the Transtheoretical Model of Change (TTM). The relative importance of eating motivations was described by simple descriptive statistics, and then factor and cluster analyses were performed based on eating motivations.

MOST IMPORTANT RESULTS

According to our results, the liking and enjoyment of food, hunger, as well as habit, tradition and comfort are extremely important motivations for Hungarian consumers, while the health, naturalness and role of food in weight control are less likely to motivate them. The latter motivators are more common among women, those with higher education, and those with lower BMI. It was also found that need, convenience, tradition, and price have a significant motivating power at the beginning of the transition to a healthier diet, but their role typically decreases in the process. The eating motivations of Hungarian consumers are grouped into eight factors, based on which we were able to identify four segments of consumers.

RECOMMENDATIONS

Our results may contribute to the development of programs aiming to improve eating habits based on consumers' food choices. The typical motivators of subsequent stages of TTM have highlighted the fact that the transition to a healthier diet should be facilitated by programs that emphasize that a healthy diet can be achieved without starvation and discomfort. Of the four clusters identified, the part of the "conscious eaters" segment that is in the contemplation, preparation, or action stages of TTM can be the target group of a behavior change program. While the first group could be moved towards a healthier diet by informative messages, the second one by persuasive messages, and the third one by reinforcing messages.

Keywords: eating motivation, TEMS, Transtheoretical Model of Change, segmentation

Acknowledgments: This work was supported by grant EFOP-3.6.2-16-2017-00003. The project was supported by the European Union, co-financed by the European Social Fund.