

A húsfogyasztási szokások összefüggése az evési attitűdökkel a fiatal felnőtt korosztályban

Nábrádi Zsófia – Kovács Sándor – Szakály Zoltán

Debreceni Egyetem

A TANULMÁNY CÉLJA

Az elmúlt évtizedekben a fogyasztói kultúra és a vásárlói magatartás jelentős mértékben átalakult a világon, így Magyarországon is. A fogyasztók egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek arra, hogy az egészséges táplálkozás révén elkerülhetővé váljanak azok a krónikus betegségek, amelyek a helytelen életmóddal hozhatók kapcsolatba. Célunk egy olyan összehasonlító tanulmány elkészítése volt, amely a húsfogyasztásra vonatkoztatva vizsgálja a fiatal felnőtt korosztály vásárlási- és fogyasztói magatartását, valamint étkezési attitűdjeit. Kutatásunkban egy 5 évvel korábbi felmérést ismételtünk meg egyetemi hallgatók körében.

ALKALMAZOTT MÓDSZERTAN

A kutatás során a kérdőíves megkérdezés személyes formáját alkalmaztuk. A felmérésben összesen 961 egyetemi hallgató vett részt, 2011-ben 461, 2016-ban pedig 500 fő. Az egyénileg összeállított kérdéscsk mellett a Rosenberg-féle önértékelési skálát, valamint az EAT teszt rövidített változatát alkalmaztuk. Az egyénileg összeállított kérdéssorra és az EAT tesztre főkomponenseket képeztünk, melyeket további tényezők összefüggésében vizsgáltunk a teljes mintán, valamint a nemek szerinti almintákon.

A LEGFONTOSABB EREDMÉNYEK

A minta teljes nagyságát tekintve megállapítható, hogy a fogyasztók számára a húsfélék frissessége a legfontosabb választási szempont. A 2016. évi mintában a nők számára lényegesen fontosabb a vásárlást befolyásoló tényezők közül az egészségesség. A húsfélék vásárlása során a 2011. évi vizsgálatban az ár és az állatok tartási körülményei megelőzték az egészséges táplálkozás fontosságát. 2016-ban viszont a férfiak körében a második, a nők körében pedig az első befolyásoló tényező az egészséges táplálkozás. Ez egyértelműen jelzi, hogy napjainkban az egészség-trend a táplálkozás területén erős befolyásoló hatással bír a fiatal felnőttek magatartására.

GYAKORLATI JAVASLATOK

A 2016. évi felmérés igazolja az egészség-paradoxon társadalmi jelenlétét. Annak ellenére, hogy a fiatal felnőttek körében – saját bevallásuk szerint – az egészségtudatos táplálkozás fontos, nőtt a túlsúlyosak és az elhízottak száma a 2011. évi eredményekhez képest. A fiatalok fogékonyak az egészségtudatos táplálkozás kialakítására, azonban a fogyasztói tévhitet paradox viselkedést eredményeznek náluk. A megfelelő tájékoztatási csatorna kiválasztásával, s azon keresztül hiteles információk nyújtásával ez az ellentmondásos magatartás lényegesen csökkenthetővé válna.

Kulcsszavak: húsfogyasztás, evési attitűd, étkezési tendenciák

BEVEZETÉS

Az elmúlt évtizedekben a fogyasztói kultúra jelentős mértékben változott a világon. Különböző táplálkozási formák jöttek létre (pl.: vegán, lakto-vegán, vércsoport diéta), amelyek az egészségesebb élet ígérését hirdetik. Egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a fogyasztók arra, hogy az egészséges táplálkozás révén elkerülhetővé váljon a krónikus betegségek kialakulása. A krónikus betegségek kialakulásának kb. 20-50%-áért a táplálkozás tehető felelőssé (egyéb életmódbeli, genetikai tényezők mellett) (Antal – Rodler 2005).

Az ételek társadalmi és kulturális meghatározottsággal is bírnak, azonban a globalizáció hatására rendkívüli változás ment végbe. A fejlett országokban általánosan jellemző az értékválság és az orientációs krízis, ami az ételválasztásban is megmutatkozik (Türy K. 2008). Az egészséges életmód gyakorlata lassan terjed el a köztudatban. A társadalomban megfigyelhető az ún. egészségparadoxon, mely szerint egyre többet tudunk a helyes táplálkozásról, egyre többet beszélünk róla a mindennapokban, azonban mégis keveset teszünk érte (Lantos 2010).

Napjainkban jellemző, hogy a hagyományos étkezési keretek felbomlottak, új szokások és rendszerek jöttek létre. Kialakultak úgynevezett food-trendek, melyek a szerint kategorizáltak, hogy az ételfogyasztás értékorientációja modern vagy tradicionális, illetve lassú vagy gyors tempóban történik (Töröcsik 2007). Az egészséges életmód egyre inkább a primer prevenció irányába mozdul, egyfajta trendként érvényesül a társadalomban. Maga az *egészség* inára hatékony eladási hívószóvá vált, érintve a legtöbb élet- és fogyasztási területet. Töröcsik kiemeli, hogy az egészségmagatartást meghatározó tényezők közt hangsúlyos a táplálkozás témaköre, és az ételek funkcionális oldala is több figyelmet kap (Töröcsik 2015). Ugyanakkor Aikman *et al.* (2006) korábbi kutatásokkal összhangban azt állítják, hogy a fogyasztók nincsenek tisztában az ételek tápanyag-összetételével, továbbá nem foglalkoznak vele egy étel egészségességének meghatározásakor. Jelentős probléma, hogy a fogyasztók egészségtudatossága szelektívnek mondható. Általában meg tudnak nevezni néhány egészségesnek vélt élelmiszert, azonban kevesen tudják megindokolni, hogy azok miért egészségesek (Fürediné Kovács 2008). Bár az egészség trendje Magyarországon is megjelent, azonban az egészségvédő élelmiszerek csak tudatos élelmiszerfogyasztói magatartás mellett képesek kifejteni pozitív hatásukat (Rác 2013).

Magyarországon, 2010-ben 1000 milliárd forintban kifejezhető veszteséget okozott az egészségtelen étrend és a dohányzás (Vitrai – Varsányi 2015). A testtömeg-index alapján a felnőtt magyar lakosság közel kétharmada túlsúlyos, vagy elhízott. A 18-34 éves korosztály esetében a férfiak 32%-a, a nőknek pedig 33%-a tartozik e kategóriába, s az életkor előrehaladtával ez az arány egyre magasabb (Otáp 2014). A GfK Étkezési szokások tanulmányának legutóbbi adatai szerint az élelmiszervásárlásnál a legfontosabb szempont a jó minőség és az ár. A minőségi paraméterek közül az élelmiszerek egészségessége iránti igény határozottan jelenik meg pl. az adalékanyagok (mesterséges színezékek, tartósítószer) elutasításában. Ezzel egyidejűleg a fogyasztóknak kevésbé számít a zsír- és a szénhidrát-tartalom, továbbá a biotermékeket is kevesen keresik (GfK 2016).

Az egy főre jutó baromfihús-fogyasztás aránya az összes húsfogyasztásból 45% volt 2013-ban (KSH 2015). 2014-ben 58,6 kg-ot tett ki az egy főre jutó hús- és 3,7 kg-ot a halfogyasztás, ami az elmúlt évtizedhez képest folyamatosan csökkenő tendenciát mutatott (KSH 2016).

Kutatásunk legfontosabb célkitűzése az volt, hogy feltárjuk, vajon miként változtak a fogyasztói preferenciák és attitűdök a húsfogyasztással kapcsolatban a fiatal felnőtt korosztály körében. A húsfogyasztási szokások vizsgálatával megfigyelhetőek bizonyos étkezési tendenciák, melyek összefüggést mutatnak a testtömeg-indexszel, valamint az általános önértékeléssel. Felmerésünk alapján megállapítható a húsfélék egészségességének, valamint a krónikus betegségekkel kapcsolatos összefüggésének fogyasztói megítélése. Feltárára kerül a különböző húskészítmények iránti preferencia, valamint a húsfogyasztók évesi attitűdjeinek jellemzői az adott korosztályban.

A MINTA ÉS A MÓDSZERTAN

Kvantitatív kutatásunkat kérdőíves megkérdezéssel végeztük, egyetemi hallgatók körében, személyes megkérdezéssel. Vizsgálati mintánkban 500 fő vett részt. Az adatok elemzése után ősszehasonlítást végeztünk a korábbi kutatás (2011) eredményeivel, amelyben 461 fő válaszolt a kérdéseinkre. A minta mindkét esetben reprezentatív volt a Debreceni Egyetem hallgatóinak nem szerinti megoszlására, továbbá a 2016. évi vizsgálat során rétegzett mintavételi eljárást alkalmaztunk az egyes szakokra vonatkoztatva. A kérdőíves megkérdezés anonim módon történt.

Az egyénileg összeállított kérdéssorban döntően már korábban validált állításokat, ún. „itemeket” használtunk fel, melyeket a hús fogyasztásra vonatkozóan fogalmaztunk át (Szakály 2009, Balogh 2010). Néhány demográfiai adat mellett rákérdeztünk a válaszadók testmagasságára és testtömegére, melyből testtömeg-indexet számoltunk. A továbbiakban a húsfélék vásárlása során fontos szempontokra, majd a húsérintmények és húsfélék fogyasztásának gyakoriságára kérdeztünk rá. Ezek után egy 1-től 7-ig terjedő skálán állításokat fogalmaztunk meg a húsfélék egészségességére, eredetére, krónikus betegségekre gyakorolt hatására, és magára az egészséges táplálkozásra vonatkozóan.

A kérdőív következő részét a Rosenberg-féle önértékelési skála alkotta, ami az általános önértékelést méri, az önelfogadásra és önmagunk értékességére vonatkozó állítások segítségével. A pozitív és negatív oldalról megfogalmazott tételek egymást kiegészítve adnak kiegyensúlyozott képet a válaszadó globális önértékeléséről. A válaszadás négyfokozatú Likert-típusú skálán történt (teljesen egyet ért; egyet ért; nem ért egyet; egyáltalán nem ért egyet). A skála 10 állítást foglal magában, 5 normál pontozású és 5 fordított pontozású tétellel (Keller 2009). Ez a kérdésblokk nem tekinthető a vizsgálat alappilléreinek, azonban az eredmények interpretálása során bemutatott összefüggések szempontjából hasznos eleme kutatásunknak.

A kérdőív harmadik részét az Evési Attitűdök Tesztje (rövidített változat) [EAT] képezte. Az eredeti 40 tétel változatban szerepel egy a menstruációra vonatkozó állítás, s mivel a férfiak szempontjából e kérdés felesleges, a rövidített változatot alkalmaztuk. A kérdőív 26 állítást tartalmazott. A válaszok egyenes pontozásúak, egyetlen fordított tétel szerepel az állítások között. A maximális pontszám a tesztben 78 pont, a patológias attitűdöket jelentő tartomány > 19 pont. Ez alapján két csoportot különíthetünk el: < 20 pont alacsony kockázatúak, ≥ 20 pont magas kockázatúak (Túry, 2005).

Eredményeink feldolgozása során az egyénileg összeállított kérdésekre és az EAT tesztre főkomponenseket képeztünk, s ezeket további tényezők összefüggésében vizsgáltuk. Az egyénileg összeállított kérdéssorban azon állításokra, melyekre főkomponenseket képeztünk, megvizsgáltuk, vajon hogyan alakulnak a válaszadási átlagok mind a teljes mintán, mind a nemek szerinti almintákon. A változók normális eloszlását Kolmogorov-Smirnov próbával vizsgáltuk. Amely változók normális eloszlásának bizo-

nyultak, varianciaanalízis segítségével, amelyek nem, Mann-Whitney próbával kerültek elemzésre. A nemek szerinti almintákat Spearmann-féle korrelációs vizsgálattal analizáltuk. A számítások elvégzéséhez az SPSS 22.0. programot használtuk.

EREDMÉNYEK

A vizsgálati minta 56%-a nő (N=279), 44%-a férfi (N=221) volt, amely összhangban van a korábbi felméréssel, ahol 60-40%-os arányban oszlott meg a két nem. A testtömeg-index eloszlását tekintve az egyének 72%-a normál testsúlyúnak, 9%-a soványnak, 16%-a túlsúlyosnak, illetve 3%-a elhízottnak vallotta magát. A túlsúlyosok aránya a 2011. évi mintához képest nőtt, míg a soványaké csökkent. A húsfélékből készült ételek fogyasztási gyakorisága alapján megállapítható, hogy a válaszadók több mint fele napi rendszerességgel fogyaszt húskételeket. A férfiak mind a 2011., mind a 2016. évi felmérésben gyakrabban fogyasztottak húsfélékből készült ételeket, mint a nők.

Fogyasztói preferenciák, attitűdök a húsfogyasztással kapcsolatban

A minta teljes nagyságát tekintve megállapítható, hogy átlagosan a húsfélék frissessége a legfontosabb szempont a fogyasztók számára. Ezt követi az egészséges táplálkozás és az ár, negyedik helyen pedig az állatok tartási körülménye jelenik meg. A fogyasztókat saját bevallásuk szerint a reklám befolyásolja legkevésbé a vásárlás során. A 2011. évi felmérésben az ár és a tartási körülmények még megelőzték az egészséges táplálkozás fontosságát.

A női és a férfi almintára lebontva megállapítható, hogy mindkét szegmens a húsfélék frissességét figyeli elsősorban vásárláskor. A nőknél második szempont az egészséges táplálkozás, amit a megfelelő ár követ. A férfiak inkább árérzékenyek, náluk az egészséges táplálkozás figyelembe vétele a harmadik helyen áll. A rangsort tekintve mindkét nemnél a húsfélék „marketingje” (kiszérelés-csomagolás, majd a reklám) áll az utolsó helyen.

A húsfélék vásárlását alapvetően 3 dimenzió határozza meg: a termék egészségessége, a marketing (reklám és csomagolás), és az ár, ez utóbbi egy külön tényezőt alkot. A vásárlást befolyásoló tényezőket az 1. táblázat szemlélteti.

1. táblázat: A vásárlást befolyásoló tényezőkre kialakított főkomponensek

Tényező	Főkomponens		
	1	2	3
Egészséges táplálkozás	0,801		
Frissesség	0,717		
Zsírosság	0,714		
Hazai termék	0,646		
Reklám		0,870	
Kiszerelés, csomagolás		0,654	
Ár(Ft/kg)			0,918

Kaiser-Meier-Olkin mutató: 0,728; Magyarózott varianciarányad: 65,27%; Varimax rotáció alkalmazása
 Forrás: Saját szerkesztés

A következőkben megvizsgáltuk, hogy a válaszadók milyen gyakorisággal fogyasztanak a kiskereskedelmi forgalomban kapható húskészítményekből. A húskészítmények közül a sonka fogyasztása bizonyult a legnépszerűbbnek, majd ezt követte a szalámi, a kolbász és a virsli. Amíg 2011-ben a megkérdezettek a szalonnát fogyasztották a legkisebb gyakorisággal, addig 2016-ban mindkét nem a párizsit jelölte meg a legkevésbé preferált terméknek. A férfiak és a nők különböző gyakorisággal fogyasztanak húskészítményeket. A férfiaknál a szalámi bizonyult a legnépszerűbb

terméknek. a nők körében viszont a sonka. A nők a sonka mellett átlagosan többet fogyasztanak virsli és májkrémet, mint a férfiak. Ugyanez a tendencia érvényesült a 2011. évi felmérésben is. Főkomponensek képzésével megállapítottuk, hogy a sonka különálló csoportot képez a fogyasztásban, míg a kolbász, a szalonna és a szalámi önálló komponensbe kerültek. akárcsak a felvágottak, a májasok és a virsliféle. A húskészítmények fogyasztási gyakoriságára kialakított főkomponensek a 2. táblázatban láthatók.

2. táblázat: A húskészítmények fogyasztási gyakoriságára kialakított főkomponensek

Termék	Főkomponens		
	1	2	3
Parizer, párizsi	0,834		
Felvágottak	0,744		
Virsli	0,654		
Májasok, májkréme	0,529		
Kolbász		0,889	
Szalonna		0,808	
Szalámi		0,650	
Sonka			0,920

Kaiser-Meier-Olkin mutató: 0,679; Magyarózott varianciarányad: 62,65%; Varimax rotáció alkalmazása
 Forrás: Saját szerkesztés

A továbbiakban a húsfélék egészségességére vonatkozó fogyasztói attitűdöket elemeztük. Mindkét nem közel azonos arányban a halat tartja a leg-egészségesebb kategóriának. A nők kis mértékben egészségesebbnek ítélik a csirkehúst, mint a férfiak, de ugyanez érvényes a pulykahúsról is. Jellemzően a férfiak a vörös húsokat egészségesebbnek

vélik, mint a nők. A húsfélék egészségességének megítélésére vonatkozóan főkomponenseket képeztünk, mely alapján három csoportot különítettünk el. Külön tényezőt alkotnak a vörös húsok, valamint a szárnyasok és a hal. A húsfélék egészségére kialakított főkomponensek összetartozását a 3. táblázat mutatja.

3. táblázat: A húsfélék egészségességének megítélésére kialakított főkomponensek

<i>Húsféle</i>	<i>Főkomponens</i>		
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Sertéshús	0,899		
Marhahús	0,878		
Csirkehús		0,898	
Pulykahús		0,816	
Hal			0,971

Kaiser-Meier-Olkin mutató: 0,606; Magyarozott varianciarány: 81,09%; Varimax rotáció alkalmazása
 Forrás: Saját szerkesztés

A következő kérdés arra irányult, hogy megtudjuk: vajon a válaszadók hogyan vélekednek bizonyos húsfélék fogyasztása és a különböző krónikus betegségek kockázatának kapcsolatáról. A válaszadók szerint a megfelelő mértékű halfogyasztás

csökkenti leginkább a krónikus betegségek kockázatát, míg a vörös húsokról kevésbé gondolják ugyanezt. A főkomponens elemzés eredményeként az előző táblázatban már tapasztalt hármastagot kaptuk, amelyet a 4. táblázat szemléltet.

4. táblázat: A különböző húsfélék fogyasztása és a krónikus betegségek közötti kapcsolat alapján képzett főkomponensek

<i>Húsféle</i>	<i>Főkomponens</i>		
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Sertéshús	0,920		
Marhahús	0,898		
Csirkehús		0,900	
Pulykahús		0,859	
Hal			0,955

Kaiser-Meier-Olkin mutató: 0,600; Magyarozott varianciarány: 85,15%; Varimax rotáció alkalmazása
 Forrás: Saját szerkesztés

Arányait tekintve változást tapasztaltunk a hús-fogyasztásban az öt évvel ezelőtti felmérés eredményeihez képest. A válaszadók saját bevallásuk szerint leginkább csirkehúst, ezt követően sertéshúst, halat, valamint marhahúst fogyasztanak. A pulykahús fogyasztása az összes megkérdezett és nemek szerinti bontásban is utolsó helyen áll, míg 2011-ben

ez csak a férfi almintára volt érvényes. A korábbi kutatással megegyezően a férfiak inkább a vörös, míg a nők a fehér húsokat preferálják. Az egyes húsfélék komponensek szerinti összetartozását fogyasztási arányuk alapján az 5. táblázat szemlélteti.

5. táblázat: Az egyes húsfélék fogyasztási arányára kialakított főkomponensek

<i>Húsféle</i>	<i>Főkomponens</i>		
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Pulykahús	0,713		
Marhahús	0,689		
Hal	0,667		
Sertéshús		0,918	
Csirkehús			0,943

Kaiser-Meier-Olkin mutató: 0,5; Magyarozott variacionhányad: 73,18%; Varimax rotáció alkalmazása
Forrás: Saját szerkesztés

Evésí attitűdök vizsgálata

Az évési attitűdök részletes vizsgálata érdekében az Evési Attitűdök Tesztjére (rövidített változat) főkomponenseket alakítottunk ki az összetartozó válasz csoportok alapján. Minden egyes csoport 1-1 tendenciának tekinthető az étkezéssel kapcsolatban. A teljes tesztből három állítás („Ételemet apró darabokra vágom”, „Szeretek tápláló ételűjdságokat kipróbálni”, „Evés után hányok”) kimaradt, mert

a főkomponensek együttesen véve nagyon kevés információt magyaráztak meg ezekből a változók-ból. A változók kommunalitása nagyon alacsony volt. Ennek következményeként a főkomponensek által megmagyarázott információ mennyiség kevesebb lett volna. E három tétel nem függött össze erősen egyik főkomponenssel sem, a kivételük után javult a modell magyarázó ereje. Az (EAT) rövidített változatára kialakított főkomponensek az alábbi módon alakultak (6. táblázat).

6. táblázat: Az (EAT) rövidített változatára kialakított főkomponensek

Kérdés	Főkomponens				
	eat1	eat2	eat3	eat4	eat5
Soványabb szeretnék lenni.	0,796				
Rettegek az elhízástól.	0,784				
Aggaszt a gondolat, hogy hájas a testem.	0,744				
Sportolás közben kalóriát égetek el.	0,703				
Aggodalom a táplálkozás.	0,495				
Kerülöm az evést, ha éhes vagyok.	0,487				
Kerülöm a cukortartalmú ételeket.		0,805			
Diétás ételket eszem.		0,802			

Magas szénhidrát tartalmú ételek kerülése.		0,755			
Diétázom.		0,682			
Ismerem a kalóriatartalmakat.		0,627			
Van önuralmam az étkezéssel kapcsolatban.		0,468			
A táplálkozás uralja az életemet.			0,681		
Falási rohamok.			0,662		
Túl sok időt szentelek a táplálkozásnak.			0,623		
Több időt vesz igénybe az evés, mint másnak.			0,536		
Evés után erős büntudatom van.			0,457		
Szeretem, ha a gyomrom üres.				0,689	
Evés után hányási késztetésem van.				0,652	
Nyomást gyakorolnak rám, hogy egyem.					0,427
Mások azt szeretnék, ha többet ennék.					0,806
Mások szerint túl sovány vagyok.					0,760

Kaiser-Meier-Olkin mutató: 0,828; Magyarázott varianciarány: 53,33%; Varimax rotáció alkalmazása
 Forrás: Saját szerkesztés

Az eredmények szerint 5 dimenzió alakítható ki az evési attitűdökre vonatkozóan. Az egyes főkomponensek elnevezései a következők:

Eat1= anorexiás tendenciák

Eat2= diétás tendenciák

Eat3= ritualizált evési tendenciák

Eat4= bulimiás tendenciák

Eat5= külső kontrollós tendenciák

Érdeemes megjegyezni, hogy amíg a 2011. évi felmérésben a teljes minta mindössze 5%-ában lehetett kimutatni patológiás jellemzőket (a teszt összpontszáma ≥ 20), addig jelen kutatásban a kockázati csoport a minta 15%-át tette ki. A szakirodalom eltérő adatokat mutat az evési rendellenességek gyakoriságáról, mégis figyelemre méltó az arány növekedése.

Nemek közötti eltérések és sajátosságok

A vizsgálat során összesen 20 főkomponenst képeztünk a fogyasztási szokások, és az egyes húsfélék egészségi szempontból történő megítélése alapján. Ezen tényezőkhöz hozzávettük a testtömeg-indexet, az önbizalom skálán elért értéket, továbbá

azt, hogy a fiatalok milyen gyakran fogyasztanak húseleket, valamint fontos-e számukra az eredet a csomagoláson (így összesen 24 tényezőt vizsgáltunk). A következőkben leválogattuk a mintát két almintára a nemek alapján. Az almintákra vonatkozóan két típusú elemzést végeztünk. Először a nemek között vizsgáltuk a 24 tényező (főkomponensek és a BMI, az önbizalom skálán elért érték, húsfogyasztás gyakorisága, eredet fontossága a csomagoláson) átlagértékeinek különbségeit. A főkomponensek normális eloszlású változók, ezért ezek vizsgálatára paraméteres ANOVA elemzést használtunk. A Rosenberg-féle önbizalom skála értéke nem bizonyult normális eloszlásúnak az egymintás Kolmogorov-Szmirnov féle próba szerint, ezért erre nem paraméteres elemzést alkalmaztunk (Mann-Whitney próba). Annak érdekében, hogy feltárjuk a nemek szerinti különbségeket, az összes tényezőre Spearman-féle korrelációs vizsgálatot végeztünk külön-külön a nemek szerint almintákban. A korrelációs vizsgálat a 24 tényező egymás közötti összefüggéseire is rávilágított nemenkénti bontásban.

A kutatás legfontosabb megállapításai a nemek közötti eltérés alapján

1. A nők BMI értéke alacsonyabb, ritkábban fogyasztanak húsételt, fontosabb számukra a húsfélék eredetének megjelölése.

2. A férfiak általános önbizalma magasabb, kevésbé jellemzőek rájuk az anorexiás tendenciák.

3. A fogyasztást befolyásoló tényezők közül a nők számára sokkal fontosabb az egészséges táplálkozás, a termék frissessége, zsirtartalma, valamint annak eredete (hazai termék).

4. A kolbász, a szalonna és szalámi fogyasztása gyakoribb a férfiaknál.

5. A férfiak szerint a marha- és a sertéshús az egészségesebb húsfélék, míg a nők ezt inkább a baromfi-húsfélékről gondolják.

6. A nők szerint a krónikus betegségek kockázatát a csirke- és a pulykahús fogyasztása inkább csökkenti, mint a férfiak szerint.

7. A nők inkább csirkeételeket fogyasztanak éves átlagban, míg a férfiak a többi húsféléből esznek többet.

A női alminta sajátosságai

Az étkezési attitűdök szempontjából az anorexiás tendenciák megnyilvánulása (az elhízástól való félelem miatt) magasabb BMI-indexszel jár együtt a vizsgálati mintában. Ugyanez a megállapítás érvényesült az öt évvel ezelőti felmérés során is. Az anorexiás tendenciák megjelenése akkor alacsonyabb önbizalommal, valamint kevésbé gyakori húsfogyasztással is kapcsolatban állt. A 2016. évi vizsgálatban ilyen összefüggés nem volt kimutatható. A külső kontrollos étkezési tendenciák esetén alacsonyabb testtömeg-index jellemző. Ez annak tudható be, hogy ezek a személyek az étkezéssel kapcsolatosan külső nyomást éreznek. Megállapítható továbbá, hogy minél fontosabb a válaszadóknak a vásárlás során a termék egészségessége, frissessége, zsirtartalma, valamint eredete, annál erőteljesebben jelenik meg a diétás tendencia.

Azok a válaszadók, akik a sertés- és marhahúst egészségeseznek tartják, magasabb arányban fogyasztanak kolbászt, szalámit és szalonnát, valamint éves átlagban sertéshúst. Azok a nők, akik gyakrabban fogyasztanak sertéshúst, nagyobb arányban vélekednek úgy, hogy a sertéshúsnak protektív szerepe van a krónikus betegségek kialakulásával szemben.

3.3.3. A férfi alminta sajátosságai

A férfiaknál megállapíthatjuk, hogy minél magasabb az önbizalmuk, annál kevésbé jellemző rájuk a ritualizált étkezési tendencia, azaz, hogy a táplálkozás egyfajta ritusként jelenik meg az életükben. A nőkkel megegyezően, külső kontrollos étkezési tendenciák esetén alacsonyabb testtömeg-indexszel jellemezhetőek. Azok, akik több felvágottat, májkrémet és virslit fogyasztanak, nem vagy kevésbé jellemezhetőek diétás tendenciákkal az étkezési attitűd alapján. Ezt a csoportot a vásárlást meghatározó tényezők közül kevésbé befolyásolja a termék frissessége, egészségessége, zsirtartalma, valamint eredete. Akiknél a vásárlást meghatározó tényezők közül a fent említett szempontok fontosak, azok inkább gondolják egészségeseznek a csirke- és pulykahúst. A kolbász, a szalonna és a szalámi fogyasztása magasabb sertéshús-fogyasztással jár együtt. A nőkkel megegyezően azok a férfiak, akik gyakrabban fogyasztanak sertéshúst, inkább vélekednek úgy, hogy a sertéshúsnak protektív szerepe van a krónikus betegségek kialakulásával szemben.

A 2011. évi felmérésben a ritualizált étkezési tendenciák korreláltak a legtöbb tényezővel a férfiak esetén. Pozitív kapcsolat volt kimutatható a húsfogyasztás gyakoriságával, ami két tényező miatt is érdekes. Egyrészt azok a férfiak, akik gyakrabban ettek húsféléket (naponta többször), azok több időt szántak az étkezésre, másrészt kevésbé volt uralmuk az étkezés fölött. A ritualizált évi tendenciák negatívan korreláltak az összes többi évi attitűdre kialakított komponenssel, de különösen a bulimiás tendenciákkal és a külső kontrollos tendenciákkal. Mindez azt jelenti, hogy aki eleve több időt szentel az evésre, és kevésbé van önuralma az evés felett, azokat kevesebb külső nyomás éri az irányba, hogy egyen. Jelen felmérésben ilyen összefüggés nem volt kimutatható.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A kutatás eredményei alapján általánosságban megállapítható, hogy a húsfogyasztási szokások, a húsfélék preferenciái és az egyéb változók, mint a nem, a BMI, a Rosenberg- és EAT skálákon elért pontszám között különböző szignifikáns összefüggések voltak kimutathatók.

A felmérés igazolja az egészség-paradoxon társadalmi jelenlétét. Annak ellenére, hogy a fiatal felnőttek körében az egészségtudatos táplálkozás fontossága – saját bevallásuk alapján – hangsúlyosan megjelenik, nőtt a túlsúlyosak és az elhízottak

száma. A termékek ára jelentős tényező a vásárlások során, azonban a hűskészítmények/hűsítőitalok fogyasztói megítélésével nem mutatott összefüggést. A fogyasztók továbbra is a halfogyasztást ítélik meg leginkább pozitívan az egészségmegőrzés szempontjából, azonban a korábbi mintában egységesebben nyilvánult meg ez az attitűd.

Nemek szerint vizsgálva az eredményeket kijelenthető, hogy a nők számára lényegesen fontosabbak a vásárlást befolyásoló tényezők közül az egészségesség, a termék frissessége, zsírtartalma és eredete. Érdemes megjegyezni, hogy a korábbi felmérésben az ár, valamint a „marketing” (kiszere-lés-csomagolás és reklám) meghatározóbb szerepet bírt a nők számára. Mindkét felmérésből (2011 és 2016) az derül ki, hogy a férfiak testtömeg-indexe átlagosan magasabb. Jellemző rájuk, hogy a nőknél gyakrabban fogyasztanak hűsítőitalokat. Mindemellett az általános önértékelésük is jobb, csakúgy, mint az öt évvel ezelőtti mintában. A nők inkább fehér húsokat fogyasztanak, míg a férfiak asztalára gyakrabban kerül sertés- és marhahúsból készült étel.

Elgondolkodtató továbbá, hogy az elhízás növekedése mellett a vizsgált mintában magasabb az EAT teszt kockázati csoportjának aránya is. A későbbiek során érdemes lenne megvizsgálni, hogy a kockázati csoport attitűdjei miként különböznek a vásárlást meghatározó tényezők, valamint a fogyasztási preferenciák tükrében. Mivel a kockázati csoport viszonylag alacsony elemszámú, ezért jelen kutatásban e kérdéskör nem került tárgyalásra.

HIVATKOZÁSOK

Aikman, S. N., Min, K. E., Graham, D. (2006), „Food attitudes, eating behavior, and the information underlying food attitudes” *Appetite*, 47 pp.111-4

Antal M. – Rodler I. (2005), „Táplálkozással összefüggő krónikus megbetegedések” In: Rodler I. (szerk.): *Élelmész- és táplálkozás-egészségtan, Medicina Könyvkiadó, Budapest, 141-185. old.*

Balogh V. (2010), „Sertéshús fogyasztással kapcsolatos fogyasztói preferenciák, attitűdök elemzése az észak-alföldi régióban”, *Élelmiszer, táplálkozás és marketing*, 7 1, 27-31. old.

Fürediné Kovács A. (2008), *A fogyasztók egészségügyi kockázatelemzése és kockázat-redukciós magatartásának vizsgálata*, Doktori értekezés, Szent István Egyetem, Gazdaság és Társadalomtudományi kar, Marketing intézet, Gödöllő.

GfK (2016), *Növekszik az egészségesnek tartott élelmiszerkategóriák fogyasztása*, Sajtóközlemény, URL: <http://www.gfk.com/> (Letöltés dátuma: 2016. ápr. 30.)

Jakopánecz E. – Töröcsik M. (2015), *Az egészség negatrendje, A kardiovaszkuláris betegek mai képe*, Trendtanulmány, Pécsi Tudományegyetem

Keller T. (2009), *Nemcsak a tudás számít – a pszichológiai tőke szerepe a kereseti egyenlőtlenségek magyarázásában*, Doktori értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Szociológiai PhD program.

KSH (2015), *Pillanatkép a magyar baromfiágazatról, Statisztikai tükör*; 2015. 90 1-5. URL: <https://www.ksh.hu/> (Letöltés dátuma: 2016. máj. 17.)

KSH (2016), *Élelmiszerek egy főre jutó hazai fogyasztása (1970-)* URL: <http://www.ksh.hu/> (Letöltés dátuma: 2016. máj. 17.)

Lantos Z. (2010), „Az egészséges és az egészségesnek gondolt táplálkozás trendjei”, *Élelmiszer, táplálkozás és marketing*, 7 1, 37-40. old.

Országos Táplálkozás és Tápláltsági Állapot Vizsgálat 2014 URL: https://www.ogyei.gov.hu/otap_2014/ (Letöltés dátuma: 2016. máj. 20.)

Rácz G. (2013), *Az értékek változásának és a fenntartható fejlődés trendjének hatása a hazai élelmiszerfogyasztásra*, Doktori értekezés, Szent István Egyetem, Gazdálkodás és Szervezésstudományok Doktori Iskola

Szakály Z. (2009), „Egészségmagatartás és funkcionális élelmiszerek: hogyan vélekednek a hazai fogyasztók?” *Élelmiszer, táplálkozás és marketing*, 6 1, 9-19. old.

Töröcsik M. (2007), „Food-trendek és vásárlói trendsoportok” *Acta Oeconomica Kaposvariensis* 1 1-2, 51-65. old.

Türy F. (2005), *Anorexia – bulimia Az evés zavarai* Lap- és Könyvkiadó

Türy K. (2008), „Étel, evés és nemzeti identitás”, In: Türy F. - Pászty B. (szerk.): *Evés és testkép-zavarok*, Pro Die Kiadó, Budapest, 377-85. old.

Vitrai J. – Varsányi P. (szerk.), *Egészségjelentés 2015*, Nemzeti Egészségfejlesztési Intézet, Budapest, 2015

Nábrádi Zsófia, ügyvivő szakértő
nabradi.zsofia.ildiko@med.unideb.hu

Szakály Zoltán, PhD, intézetigazgató egyetemi tanár
szakaly.zoltan@econ.unideb.hu
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar
Marketing és Kereskedelem Intézet

Dr. habil. Kovács Sándor, PhD, adjunktus
kovacs.sandor@econ.unideb.hu
Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar
Kutatásmódszertan és Statisztika Tanszék

Connection between meat consumption habits and eating attitudes of the young adult age group

THE PURPOSE OF THE STUDY

In the last decades consumer culture and shopping behaviour have significantly transformed in the whole world, including Hungary. Consumers are increasingly careful about having healthier diets to avoid chronic diseases connected to improper way of life. Our aim was to prepare a comparative study to explore the young adults' shopping- and consumption habits, as well as eating attitudes with respect to meat consumption. In our research a survey that was carried out five years ago was repeated among university students.

APPLIED METHODOLOGY

In the research the personal variety of questioning by questionnaire was applied. Altogether 961 students were involved in the survey, 461 students in 2011 and 500 students in 2016. Besides the individually compiled questions, the Rosenberg's self-assessment scale and the short version of the EAT test were applied. Main components were formed for the individually compiled questions and the EAT test which were examined in the context of other factors on the whole sample, as well as on the subsamples according to genders.

THE MOST IMPORTANT RESULTS

Considering the total size of the sample, it can be stated that for the consumers it is the freshness of the different types of meat that is the most important aspect in their choice. In the sample of 2016, the most important factor influencing the purchase of women is healthiness. According to the results of the survey in 2011, price and animal welfare (the conditions in which animals are kept) came before the importance of healthy nutrition. But in 2016, healthy nutrition became the first influencing factor among women and the second one among men. This result clearly shows that today's health-trend has a significant influence on the behaviour of the young adults.

PRACTICAL PROPOSALS

The survey of 2016 justifies the social presence of the health-paradox. Although young adults claim that health-conscious diet is important to them, the number of overweight and fat adults has increased compared to 2011. Young people are susceptible to having a health-conscious diet, but consumer misconceptions result in paradoxical-behaviour with them. If we find the appropriate information channel and give them trustworthy information, then this contradictory attitude could be decreased significantly.

Keywords: meat consumption, eating attitudes, eating trends