

Az egészség- és környezettudatosság, valamint az értékrend hatása a bioélelmiszer-fogyasztásra

Gergely Éva – Szabó Bernadett – Balázs Katalin
Debreceni Egyetem

A tanulmány célja a bioélelmiszerek fogyasztását befolyásoló pszichológiai és demográfiai tényezők vizsgálata. A bioélelmiszer-fogyasztásra vonatkozó attitűdöket, hiedelmeket egyetemisták körében vizsgáltuk párhuzamosan a környezettel, az egészségtudatossággal és az értékekkel. A megkérdezettek a bio-élelmiszereket egészségesebbnek, jobb minőségűnek, inkább környezetbarátnak, de drágábbnak tekintik, mint a hagyományos élelmiszereket. A fogyasztás gátjának a bioélelmiszeres ára, az előállítási módban való hitetlenkedés minősül. A válaszadók alapvetően pozitív általános környezeti attitűdőkkel rendelkeznek. A Rokeach-féle értékrend-vizsgálat alapján a tradicionális értékek, önbecsülés, eredményesség és a belső harmónia a legfontosabbak a megkérdezettek számára.

Kulcsszavak: bio-élelmiszer, egészségtudatosság, környezettudatosság, célérték

BEVEZETÉS

Napjainkban az egészség- és környezettudatosság szempontjából kiemelt téma a bioélelmiszerek fogyasztásának ösztönzése (Tóth 2009). Egyelőre csak egy szűk réteg fogyasztja rendszeresen ezeket az élelmiszereket, viszont fogyasztásuk növekvő tendenciát mutat (Gyarmati 2004). Fontos szerepet játszhat a jövőben a fiatal fogyasztók csoportja, ugyanis ők már kora gyermekkoruktól hallhattak a bioélelmiszerekről. Valószínűleg könnyebb is őket meggyőzni, ugyanis értékrendjük még formálódik. A jövő szempontjából a fiatalok hozzáállása nagyon fontos, fogyasztásuk fogja befolyásolni környezetünket hosszabb távon, ők a fenntarthatóság felelősei.

Sok esetben a bioélelmiszer-fogyasztás háttérben nem a megelőzés, hanem a gyógyítás motivációja áll. Olyan betegségekkel kell napjainkban szembenézni, aminek háttérben – a lelki okok mellett – sokszor a komplex környezeti hatások és a helytelen életvitel állnak és ezek már a fiatalabb korosztályt is érintik. Tudatossággal, megfelelő táplálkozással, a bioélelmiszerek előnyben részesítésével kisebb valószínűséggel alakulnának ki ezek a betegségek.

Jelen tanulmány egy nagyobb kutatás részeredményeit mutatja be. Az egész kutatás a bioélelmiszerek fogyasztása iránti motivációkat, attitűdöket és hiedelmeket, a környezet- és egészségtudatosságot, az innovációra való hajlandóságot vizsgálta egyetemisták körében, kiegészülve értékrend-kutatással. Jelen tanulmány tájékoztató jelleggel minden területet érint, de a fókuszában a mintában szereplő egyetemisták bioélelmiszer-fogyasztása áll, a környezet- és egészségtudatosság, illetve az értékrend függvényében.

A BIOÉLELMISZEREK FOGYASZTÁSI TENDENCIÁJA

A biotermékeket fogyasztók száma növekvő tendenciát mutat, egyre fontosabbá válik az emberek számára a kiegyensúlyozott táplálkozás, az egészséges életmód,

melyen keresztül a betegségek kockázata csökkenthető (Hofer 2009). Ugyanakkor Magyarországon az ellenőrzött ökológiai gazdálkodás alá vont terület nagysága mindössze a mezőgazdasági terület 2%-át teszi ki, ami 119 ezer hektárt jelent (NVS 2012, Roszik 2013). Kedvező tendenciát várhatunk az elkövetkező években, hiszen a 2012-2020-as évekre elkészített Nemzeti Vidékstratégiában szereplő Ökológiai gazdálkodási programban 350 ezer hektár az ökológiai gazdálkodás alá vont területek tervezett nagysága hazánkban (NVS, 2012). A megtermelt biotermékek értékesítésének aránya növekszik, de ennek több, mint 80%-a exportra kerül. Ennek oka a szűk fogyasztói réteg (Tóth 2009). A Nielsen (2010) piackutató vállalat online megkérdezéssel készült felmérése a biotermékek vásárlásáról a világon a legnagyobb ilyen jellegű kutatás. 2010-ben 54 országban, köztük Magyarországon is végeztek kutatást. Megállapították, hogy bioterméket minden nyolcadik magyar fogyasztó (13%) szokott vásárolni, míg Európában átlagosan minden harmadik (35%). Az eredményeik alapján a megkérdezett magyar biovásárlók 84%-ának véleménye szerint a biotermékek egészségesebbek; 70%-uk úgy tartja, hogy a bioélelmiszerekkel elkerüli a növényvédő szereket és más mérgeket. Hazánkban a vásárlók további motívumai közé sorolható, hogy a biotermékek mentesek a génmódosítástól; termelésük kedvezőbb a környezet számára; vásárlásukkal is segítik a kistermelőket és a vidéki településeket; a bio-élelmiszereket táplálóbálnak és ízletesebbnek ítélik.

A vásárlók több mint 91%-át befolyásolja az ár vásárlásai során. A megkérdezettek közel egyharmada nem vásárol bioélelmiszert, akik vásárolnak, azoknak döntő többsége havonta, illetve hetente tesz a kosarába bioterméket (Tóth 2009). Egy korábbi vizsgálat adatai alapján a megkérdezettek 35%-a fogyaszt legalább havi rendszerességgel bioélelmiszert, a rendszeres fogyasztók viszont az összes megkérdezettnek csak az egy ötödét teszik ki (Lengyel 2008).

A FOGYASZTÓI MAGATARTÁST BEFOLYÁSOLÓ FŐBB TÉNYEZŐK A VIZSGÁLAT SZEMPONTJÁBÓL

A fogyasztói magatartást befolyásolják kulturális és társadalmi tényezők, illetve személyes és pszichológiai jellemzők (Kotler 2001, Kotler és Keller 2006).

A *kultúra* az emberek viselkedését, igényét és magatartását döntően meghatározza. Az értékek kifejezik, hogy adott kultúrában mit tartanak fontosnak, jónak vagy éppen rossznak. Az értékek és azok sorrendje társadalmanként eltérő lehet. A *társadalmi tényezők* közül a referenciacsoport szerepének vizsgálatára is sor kerül a bioélelmiszerek fogyasztásával kapcsolatban. Egy személy referenciacsoportjai azok a csoportok, amelyek közvetve, vagy közvetlenül hatással vannak attitűdjeire vagy magatartására (Kotler és Keller 2006). Referenciacsoport például lehet a család, barátok, munkatársak csoportja.

A *személyes jellemzők* további befolyásolóerőt jelentenek a fogyasztás során, jelen esetben ezen tényezők közül a korra és a családiélet-ciklusra fókuszálunk, hiszen vannak olyan életszakaszok, amikor az egészség védelme érdekében is előtérbe kerülhet a bioélelmiszer-fogyasztás. A bioélelmiszer-fogyasztás szempontjából fontos lehet figyelemmel kísérni, hogy valaki a szüleivel él egy háztartásban, vagy önálló háztartásban él, mert ez hatással van arra, hogy a háztartásra vonatkozó döntésekre mekkora befolyása van. Indokolt egy harmadik kategória létrehozása is, mely a szülőktől független háztartás, de még nem független teljes mértékben a családi háztól (Máder 2009, Vaskovics 2000). A posztadoleszcens életszakaszban lévő fiatal felnőttek (30 éves kor alatt) még nem függetlenek teljes mértékben a szülői háztól (Máder 2009). A felnőttektől magatartásuk, értékeik eltérnek, viszont szociális, politikai és gazdasági státusuk mentén már felnőttek tekinthetők.

A *pszichológiai jellemzők*ön belül elemzésre kerül a motiváció és az attitűd szerepe a bioélelmiszerek fogyasztásában.

Az embereknek számos igénye van, ami biológiai és lelki eredetű, de motivációvá akkor válik, ha megfelelő intenzitási szintet ér el. Attitűdöknek nevezik az egyénnek azt a lelki és szellemi készségét, hogy bizonyos tárgyakra, személyekre, helyzetekre meghatározott módon reagáljon. Az attitűdök háttérben értékek állnak. Az attitűd inkább konkrét helyzetre vonatkozik, az érték inkább az általános kérdésekre (Kotler és Keller 2006).

Környezettel és egészséggel kapcsolatos attitűd megjelenése a bioélelmiszerek fogyasztásában

A környezettudatosság fogalmát fogyasztói oldalról közelítettük meg. Ottman (2011) a környezettudatos fogyasztóknak három szegmensét különítette el: földvédők, egészségfanatikusok és állatvédők. A szerző szerint az egészségfanatikusok a környezeti problémák egészségre gyakorolt hatásaira koncentrálnak, ők a biotermékek és a palackozott víz tipikus vásárlói. A környezettudatos fogyasztás célja, hogy az egyén vásárlása során legalább olyan mértékben kielégítse a szükségleteit, mintha a hagyományos fogyasztói magatartást követné, ugyanakkor hozzájáruljon a hulladékok csökkentéséhez, az alacsonyabb környezetterheléshez (Hofmeister-Tóth és tsai. 2006). Székely (2003) 1000 fős magyarországi felmérést végzett a környezetszennyezéssel kapcsolatban. A megkérdezettek a környezetszennyezést a harmadik legveszélyesebb problémának tartják Magyarországon. A felmérésben résztvevők több mint fele azt nyilatkozta, hogy az egyénnek is van lehetősége arra, hogy a világméretű gondokat enyhíteni tudjon.

Ugyanitt egyetemista fiatalok környezethez való hozzáállását is vizsgálták. Megállapították, hogy a fiatalok ismerik a környezettudatosság fogalmát, érdeklődnek a környezettel kapcsolatos problémák iránt. Ugyanakkor nem minden esetben tudnak környezettudatosan élni, mert rendkívül elfoglaltak, elriasztja őket a tevékenységgel együtt járó kényelmetlenség, többen úgy

gondolják, hogy Magyarországon még különösképpen számít a környezettudatos tevékenység (Schäfferné Dudás 2008).

Bálint (2006) szerint alapvetően három motiváció készítheti a fogyasztókat biotermékek vásárlására: a betegségtudat, az egészségmegőrzés, és a környezet iránt érzett felelősségtudat. A jövőben közös felelősségünk a környezettudatos magatartás-formák ismertté tétele, ami magába foglalja az ökoélelmiszerek fogyasztásának népszerűsítését is (Fürediné Kovács és tsai. 2006). Sokan leginkább egészségügyi okok és a hagyományos termékek veszélyei miatt fogyasztanak bioélelmiszereket, de kiemelve, hogy közepesen fontos szerepet tulajdonítanak a környezet védelmének, így tisztában vannak az ökológiai gazdálkodás környezeti jelentőségével (Lengyel 2008).

Pozitív kapcsolatot tártak fel a környezettel kapcsolatos attitűdök és a környezettudatos magatartás között (Corraliza és Berenguer 2000, Cottrell 2003). Egy magyar kutatás a pszichodráma módszerét alkalmazta hasonló vizsgálat elvégzéséhez. Eredményei szerint a magyar lakosság pozitív környezeti hozzáállása nem tükröződik a környezetbarát tevékenységekben, a környezeti attitűdök gyenge közepes hatással vannak a magatartásra (Schäfferné Dudás 2008).

Jelen tanulmány a környezettel és egészséggel kapcsolatos általános attitűdöket is vizsgálja, illetve azok szerepét a bioélelmiszerek fogyasztásában.

Értékrend és bioélelmiszer-fogyasztás

A fogyasztói magatartás egyik legmeghatározóbb eleme az egyén értékrendje. Az értékek tartós koncepciók vagy meggyőződések és a kívánt viselkedési módra vonatkoznak. Az értékek különböző szituációkban érvényesülnek az események értékelésében irányító szerepük van. Ugyanakkor az értékek relatív fontosság szerint rendezettek (Hofmeister-Tóth és tsai. 2006).

Mik a legfőbb különbségek az attitűd és az érték között? Az értékek tárgyon és szituáción kívüliek, míg az attitűd valamilyen

speciális tárgyra vagy szituációra koncentrálni. Míg az embereknek több ezer attitűdjük lehet, az értékek száma viszonylag kevés. Fontos különbség, hogy az értékeknek központosabb helyük van az egyén kognitív rendszerében, mint az attitűdöknek, ezáltal az értékek meghatározzák az attitűdöt és a viselkedést, tehát az attitűd a már létező társadalmi értékektől függ (Rokeach 1973).

Rokeach azt az álláspontot képviselte, hogy az egyén, nem pedig a dolog bír valamilyen értékkel. Az érték a személy vélekedése arról, milyen a helyes életvitel. Az értékek motivációs feladatokat is ellátnak, hiszen az általunk helyesnek tartott célok elérését ösztönzik. Rokeach (1968) két különböző értékészleletet különböztet meg, a célértékeket és az eszközértékeket. A célértékek egyén- vagy társadalomközpontúak. Az eszközértékek lehetnek erkölcsi vagy kompetenciaértékek. Az embereknek sokkal kevesebb célértékük van, mint eszközértékük. Az értékeknek a fentiekben bemutatott csoportosítási módjával azonosulunk, vizsgálatok során ezeket vettük alapul.

Egy bioélelmiszer fogyasztók körében készült értékrend-vizsgálat eredménye alapján megállapították, hogy a tradicionális értékek (boldog családi élet, jó emberi kapcsolatok) és az egészség a legfontosabbak a megkérdezettek számára. Továbbá kiemelték a kutatók, hogy az egészség iránti igény összekapcsolódik a biztonság más dimenzióival, a szociális háló, az anyagi biztonság és a nyugodt, kiegyensúlyozott élet fontosságával (Fürediné Kovács és tsai. 2006).

KÉRDÉSFELVETÉS

A tanulmány célja, a bioélelmiszerek fogyasztását befolyásoló, korábbiakban vizsgált tényezők hatásának vizsgálata. Kiterjed kulturális, pszichológiai és személyes tényezők vizsgálatára; a bioélelmiszerek fogyasztására vonatkozó motivációkat, attitűdöket, a környezettudatosságot és célértékeket vizsgálja. A vizsgálat fókuszában azonban az értékrend, egészségtudatosság

és környezettudatosság áll. Célunk feltérképezni, hogy ezek a tényezők hogyan befolyásolják a bioélelmiszerekhez való hozzáállást.

Összehasonlítjuk a hagyományos és a bioélelmiszerekkel szembeni attitűdöket. A bioélelmiszer fogyasztás okát tekintve különbséget feltételezünk a szülőkkel közös és a szülőktől független, de még nem önálló háztartást vezető hallgatók esetén. Feltételezzük, hogy az önálló háztartást vezető gyermekes hallgatók általános attitűdje a bioélelmiszerekről eltérő összehasonlítva más élethelyzetben lévő hallgatókkal. Egészség- és környezettudatosságra és az értékrendre vonatkozó célkitűzéseink:

1. A mintában szereplő hallgatók egészségtudatosságának megítélése, mely során feltérképezzük a bioélelmiszerfogyasztás szerepét, jelentőségét a többi egészségtudatos magatartáshoz viszonyítva.
2. Az egyetemisták környezeti attitűdjének megítélése, különbségek feltárása a bioélelmiszert fogyasztók és nem fogyasztók között.
3. Célérték vizsgálatot végzünk, mely során a gyermekes, önálló háztartást vezető hallgatók és a szülőkkel közös és a szülőktől független háztartást vezető hallgatók közötti lehetséges különbségeket keressük.

A VIZSGÁLATI ESZKÖZ BEMUTATÁSA

Az adatok felvétele egy online elérhető kérdőív segítségével történt. A kérdőív a demográfiai kérdésekkel kezdődik, majd rátér a bioélelmiszerek fogyasztási szokásaira, illetve tartalmazza az „Új Környezeti Paradigma” skálát és a Rokeach által megfogalmazott célértékeket, melyek értékelése volt a válaszadók feladata.

A demográfiai kérdések a nemre, korra, iskolai végzettségre, élethelyzetre, az interjúalany gyermekeinek számára és korára térnek ki. Az élethelyzetre azért kérdeztünk rá, mert döntően befolyásolhatja az egyént a bioélelmiszer vásárlásában. A kutatás

szempontjából élethelyzet alatt azt értjük, hogy az egyetemista egyén a szüleiével él-e, vagy külön háztartásban él, illetve létezik egy harmadik kategória is, mely szerint külön háztartásban él, de nem független teljesen a szülőktől.

A kérdőív második része a bio-élelmiszerekkel kapcsolatos attitűdökre, fogyasztási szokásokra, tévhitre tér ki. Az interjúalanyok feladata, hogy ítélik meg a bioélelmiszereket a hagyományos élelmiszerekhez viszonyítva. A viszonyítási alap az élelmiszerek íze, környezetterhelése, ára, színe, minősége, egészségre gyakorolt hatása és a divatban betöltött szerepe. Tulajdonképpen ezzel a kérdéscsoporttal mérjük az általános attitűdjeit a megkérdezetteknek a bioélelmiszerekkel kapcsolatban. Egy további kérdés a bioélelmiszerek vásárlásának okait térképezi fel. A kérdőív kitér arra is, hogy mik akadályozzák meg egy esetleges vásárlást és milyen befolyásoló tényezők lehetnek a bioélelmiszerekről kialakult véleményeknek. Fontosnak tűnt megkérdezni, hogy milyen információk alapján alakítják ki és formálják véleményüket a megkérdezettek a bioélelmiszerekkel kapcsolatban. A megkérdezettek egy 7 fokú skála segítségével fejezhették ki a véleményüket.

A kérdőív harmadik része az „Új Környezeti Paradigma” (NEP) skála, melyet Dunlap és Van Liere (1978) dolgozott ki és Gulyás (2004) fordította le magyarra és adaptálta először Magyarországon. A skála „a növekedés hatáiraival kapcsolatos hiedelmeket, a környezettel, ember-természettel kapcsolatos nézőpontokat, valamint az emberiség azon képességét vizsgálja, amely felborítja a természet egyensúlyát” (Kotogán 2011, 24). Az eredeti skálán a vizsgálati személyek egy 5 fokú Likert-skálán jelezhették álláspontjukat az adott szemléleti kérdésekben. Értelemszerűen a legkörnyezetkímélőbb válaszkapott 5 pontot, a legkevésbé környezetbarát válasz pedig 1 pontot. Kérdőíven annyit változtattunk, hogy 7 fokú skálát építettünk be, elszakadva a hagyományos osztályozási rendszerre emlékeztető 5 fokú skálától, ezáltal nagyobb

differentiálási lehetőséget adva az interjúalanyoknak. A skála 12 állítást tartalmaz. A maximum pontszám (84 pont) a legkörnyezetbarátabb világszemléletet jelenti.

A kérdőív negyedik komponense a Rokeach által megfogalmazott célértékeket tartalmazza. Az interjúalanyok feladata ezen értékek értékelése egy 7 fokozatú skála segítségével, aszerint, hogy mennyire tartják fontosnak. 18 célérték kerül értékelésre, melyek az egyén által helyesnek, elérendőnek tartott életcélokat írják körül. Az eredeti változat a rangsorolás elvén működött, viszont jelen kérdőív a skálázás módszerét alkalmazza. Többen is kritizálták a rangsorolás elvét, így ezeket is figyelembe véve döntöttünk a módszer változtatásán. A bírálatok szerint „az eljárással nyert adatok ipsatívak (nem függetlenek), így statisztikai feldolgozásra, a vizsgálati személyek összehasonlítására csak korlátozott mértékben alkalmasak. Csak abban az esetben ad megbízható eredményt, amikor a megkérdezetteknek szigorú, hierarchikus értékrendje van. Egyforma fontosságú értékek létezését nem engedi meg” (Mérei és Szakács 1988, 406). Jelen kérdőívben 7 fokozatú skálán kellett az interjúalanyoknak megjelölniük, hogy mennyire fontosak a feltüntetett értékek az életükben.

A MINTA BEMUTATÁSA

A kérdőív kitöltését 319 fő kezdte meg, 312-en végig kitöltötték a kérdőívet. A további adatelemzés a kérdőívet végig kitöltők adatainak figyelembevételével történt. A kérdőív kitöltői mind a Debreceni Egyetem Bölcsészettudományi és Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Karának hallgatói, 217-en nappali tagozatos, 94-en levelező tagozatos hallgatók (2 fő nem válaszolt). Közülük 253 nő és 59 férfi (1 fő nem válaszolt), a legfiatalabb kitöltő 18 éves, a legidősebb 53 éves, az életkor nem követ normál eloszlást (Kolmogorov-Szmirnov próba: $D=0,233$, $p<0,001$) mediánja 22.

A megkérdezettek legmagasabb iskolai végzettségéről elmondható, hogy érettségi-

vel 157 fő, OKJ-val 65 fő rendelkezik, 48 főnek főiskolai, 39 főnek egyetemi végzettsége, míg 4 főnek doktori fokozata van.

Az élethelyzetükről megállapítható, hogy 162 fő szülővel közös háztartást vezet, 73 fő a szülőktől független háztartás vezet, de még nem független teljes mértékben a családi háztól, 77 fő önálló háztartást vezet (1 fő nem adta meg). A megkérdezettek közül 120 fő egyedülálló, 109 párkapcsolatban, 44 élettársi kapcsolatban, 36 házasságban él, 4 elvált. A gyermekek számát tekintve kiderült, hogy 278 főnek nincs gyereke, 11 főnek egy, 21 főnek kettő, 2 főnek három és 1 főnek négy gyermeke van.

A vizsgálat bizonyos részeinél érdemes lehet külön megfigyelni a bioélelmiszer fogyasztók és nem fogyasztók véleményét, ennek megfelelően a minta megoszlása a következő: 48 fő nem fogyaszt bioélelmiszert, 264 fő bioélelmiszer fogyasztónak minősül (1 fő nem válaszolt).

EREDMÉNYEK ÉS AZOK ÉRTÉKELÉSE

A bioélelmiszerrel kapcsolatos attitűdök, fogyasztási szokások, tévhitek összefoglalása

A megkérdezettek bioélelmiszerekkel kapcsolatos attitűdjeinek felmérése hagyományos élelmiszerekkel párhuzamba állítva történt. Az értékelést hétfokú skálán kellett a válaszadóknak megadniuk. A magasabb pontszám pozitívabb attitűdöt jelent a bioélelmiszerekre vonatkozóan.

A vizsgálat eredményei tovább erősítik azon szakirodalmi adatokat (Fürediné Kovács és tsai. 2006, Tóth 2009), melyek szerint a megkérdezettek a bioélelmiszereket egészségesebbnek, jobb minőségűnek, környezetbarátabbnak, ízletesebbnek tekintik, mint a hagyományos élelmiszert. Jelen kutatásban is kimutatható (Gyarmati 2004, Szente 2006 kutatásaihoz hasonlóan), hogy a bioélelmiszereket drágábbnak ítélték meg az interjúalanyok. Összességében pozitív attitűdőkkel rendelkeznek a megkérdezettek a bioélelmiszerekkel kapcsolatban.

Ettől függetlenül a minőség ($W=10544,5$, $p<=0,022$) és az egészség ($W=10366$, $p<=0,049$) szempontjából volt csak szignifikáns eltérés. Az önálló háztartást vezető gyermekes egyetemisták jobb minőségű és egészségesebb ($M=1$) jelzőkkel illették a bioélelmiszereket, mint a szülővel közös háztartásban élők és a külön háztartásban élők, de még nem függetlenek ($M=2$).

A megkérdezett hallgatókat döntően a személyes tapasztalat ($M=6$) befolyásolja attitűdjei kialakításában, illetve hagyatkoznak a család ($M=5$) és a szakértők ($M=5$) véleményére is. Mann-Whitney próba segítségével hasonlítottuk össze a gyerekes, önálló háztartást vezető és az egyéb kategóriába tartozó (szülővel közös és a szülőktől független, de még nem önálló háztartást vezető) hallgatók véleményét. Különbség tartható fel a család befolyásoló hatásával kapcsolatban ($W=10861$, $p<=0,009$), ugyanis a bioélelmiszerekről alkotott véleményt a szülővel közös és a szülőktől független, de még nem önálló háztartást vezető hallgatók esetén a család valamennyivel jobban befolyásolja (átlag = 4,9), mint az önálló háztartást vezető, gyerekes megkérdezettek esetén (átlag = 4,2). A különbség bár statisztikailag kimutatható, nem annyira minősül jelentősnek, ezért kellett az átlagok megállapítása.

Kiemelendő, hogy nem jellemző a biotermékek divat és presztízfogyasztása ($M=1$) az önbevallás alapján. A bioélelmiszerfogyasztást, úgy tűnik, hogy más tényezők motiválják. A gyermekes, független háztartást vezető megkérdezettek esetén a többi kategóriához képest azt találjuk, hogy a „gyermeke(i)m egészsége miatt” elnevezésű motivációs tényező szignifikáns különbséget eredményez ($W=7236$, $p<=0,005$), az önálló háztartást vezető gyermekesek a gyermekeik egészsége érdekében motiváltabbak a bioélelmiszerek vásárlásában ($M=4$), mint az egyéb kategóriába tartozók ($M=2$ a Mann-Whitney próba alapján).

A fogyasztás legnagyobb gátjának a bioélelmiszerek ára minősül ($M=6$), közepes akadályozó tényező, hogy nem hisznek

az előállítási módban (M=4), illetve, hogy kevés biobolt működik (M=4). A biotermékeket fogyasztó és nem fogyasztó válaszadók mediánjai eltérnek, amikor azt ítélik meg, hogy mennyire akadályozza őket, hogy kevés a biobolt (Mann-Whitney próba: $W=4585$, $p \leq 0,002$), az értékek rendre 2,5 és 4. Azaz tulajdonképpen a biotermékeket fogyasztók érzik inkább akadálynak a bioboltok számát. Ez logikus is, hiszen ha hajlandóak megvásárolni a bioélelmiszert, szeretnék, ha könnyebben elérhető lenne a számukra. Abban a tekintetben is van szignifikáns különbség a két csoport között, hogy fontosnak tartják-e a bioélelmiszerek fogyasztását (Mann-Whitney próba: $W=7501$, $p \leq 0,045$). Természetesen azok, akik nem fogyasztanak bioélelmiszert, azzal indokolják, hogy eddig nem is tartották fontosnak a bioélelmiszerek fogyasztását (M=4), szemben a fogyasztókkal (M=3), ők egyébként nem is tesznek semmit egészségük megőrzése céljából.

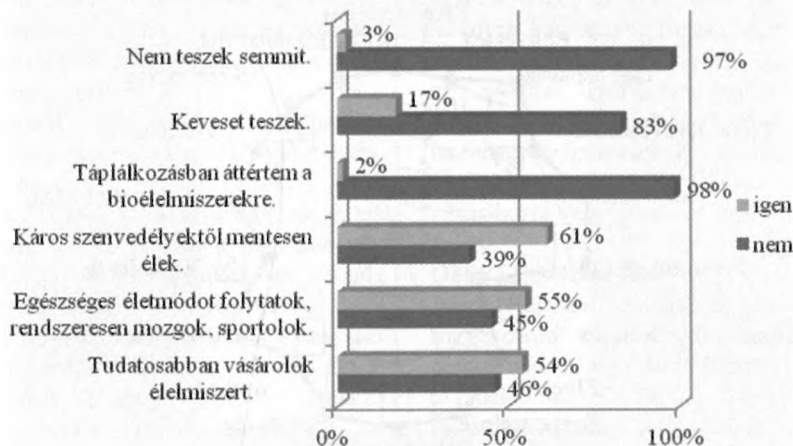
A bioélelmiszerek fogyasztását befolyásoló egyéb tényezők

Az eddig bemutatott pszichológiai tényezőkön túl az egészség- és környezettudatosság hatását elemeztük, az ezzel kapcsolatos attitűdöket, és a kulturális faktorokon belül a célértéket vizsgáltuk.

Egészségtudatosság és bioélelmiszer-fogyasztás

Egészségtudatosság esetén azt vizsgáltuk, hogy a megkérdezettek mit tesznek meg egészségük érdekében. Egészségtudatos magatartást tanúsít az, aki káros szenvedélyektől mentesen él, rendszeresen sportol, tudatosan vásárol, és a vizsgálat szempontjából fontos tényező, hogy bioélelmiszert fogyaszt. A kapott eredményeket a 1. ábra szemlélteti. A legkiugróbb értéket „A táplálkozásban áttértem a bioélelmiszerekre” elnevezésű változó esetén kaptuk. A megkérdezetteknek csupán 2%-a tért át teljes mértékben bioélelmiszereire. Nagyon alacsony ez a szám, Magyarországon mindenképpen növelésre szorul ez a fogyasztói réteg. A megkérdezetteknek több mint a fele káros szenvedélyektől mentesen él és egészséges életmódot folytat saját bevallása szerint, illetve tudatosabban vásárol élelmiszert. A tudatos élelmiszervásárlást sokan kiemelték, de ez még nem tartalmazza a bioélelmiszerek előnyben részesítését. A cselekvésekről megállapítható, hogy csak kevesen vannak, akik egyáltalán nem tesznek semmit egészségük érdekében, többen vannak, akik keveset tesznek, azaz döntő többségük valamivel próbálkozik, hogy egészségét megőrizze.

1. ábra: A megkérdezettek egészségtudatos magatartása



Forrás: Saját szerkesztés, 2013

A bioélelmiszert fogyasztók és nem fogyasztók között abban van jelentős eltérés, hogy a nem fogyasztók döntően nem tesznek semmit egészségük megőrzése érdekében (Fisher próba: $p \leq 0,021$). Ez az a réteg, akit nagyon nehezen lehetne meggyőzni a bioélelmiszerek előnyéről, hiszen az egészségükkel kapcsolatban semmilyen lépést nem tesznek.

Egyéb kategóriát is megadhattak a vizsgálati személyek. Olyan egészségtudatos magatartásokat adtak meg, mint főz a maga választott alapanyagokból; amit és amennyit lehet, megtermel; táplálék-kiegészítőket használ; nagy dózisú komplex vitaminokkal támogatja a szervezetet; rendszerben tartja a lelkét; igyekszik nem többet enni annál, mint amennyire szüksége van; diétázik; igyekszik vágyait beteljesíteni; pihen.

Környezettudatosság és bioélelmiszer-fogyasztás

A megkérdezettek környezethez való hozzáállását a NEP-skálával mértük. A legkörnyezetkímélőbb válasz kapta a skálán szereplő legmagasabb pontot, a legkevésbé környezetbarát válasz pedig a legalacsonyabb, 1 pontot. A maximum pontszám 84 volt. A kérdéssor kiértékelésének eredményeként megállapítható, hogy a medián 72,

ami magas értéknek számít a maximális 84 ponthoz viszonyítva. A létrejött minta nagyon környezettudatos, kis különbségek vannak. Schäfferné Dudás (2008) is hasonló eredményekre jutott egyetemista mintán.

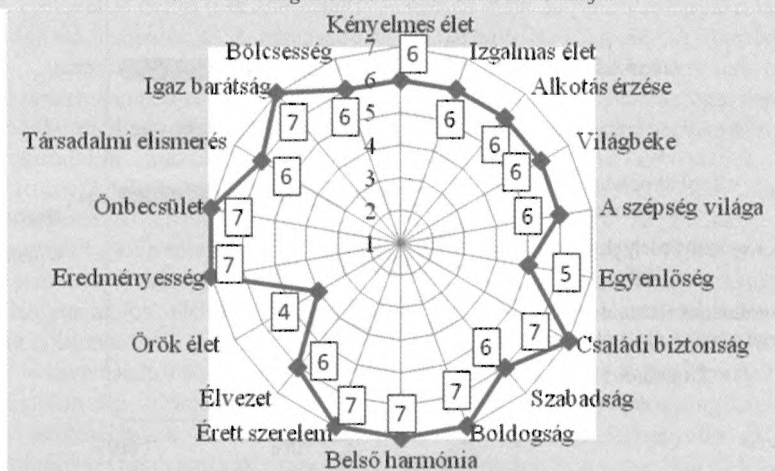
Ugyanakkor nem kaptunk különbséget a biovásárlók és nem vásárlók mediánjai között a környezettudatossággal kapcsolatban (Mann-Whitney: $W=6055,5$, $p \leq 0,597$). Attól függetlenül, hogy valaki fogyaszt, vagy sem bioélelmiszert, környezettudatos magatartást tanúsít. Talán ezen az úton el lehetne indulni a nem fogyasztók meggyőzésé érdekében, hiszen láthatunk, hogy az egészségmegőrzés kevésbé fontos a számukra, viszont a környezet védelme saját bevallása szerint jobban érdekli ezt a célcsoportot. A bioélelmiszert nem fogyasztók körét azzal lehetne motiválni a fogyasztásra, hogy figyelemfelkeltő kampányok segítségével tájékoztatni kellene őket a bioélelmiszerek és a környezettudatosság közti kapcsolatról.

A célértékekkel kapcsolatos vizsgálatok

A Rokeach által megfogalmazott 18 célérték mediánjait a 2. ábra szemlélteti.

Megállapítható, hogy a válaszadók szerint a megadott célértékek mindegyike közepes értékelésnél fontosabb. Az örök élet

2. ábra: A megkérdezettek célértékeinek mediánjai



Forrás: Saját szerkesztés, 2013

és az egyenlőség esetén kaptunk viszonylagosan alacsonyabb értékeket. Az értékrend-vizsgálat eredménye alapján kiderült, hogy a tradicionális értékek (családi biztonság, boldogság, barátság) a legfontosabbak a megkérdezettek számára. A kapott eredmények jól illeszkednek Fürediné Kovács és tsai. (2006) által publikált eredményekhez. Ezekon kívül szintén nagyon fontosnak ítélték meg az önbecsülés, eredményesség és belső harmónia szerepét.

A bioélelmiszer fogyasztásának növelésére úgy lehetne ezeket az információkat használni, hogy a marketingkommunikáció során vegyék figyelembe a családi és szerelmi élet biztonságának kiemelkedő fontosságát. A bioélelmiszerek hosszú távú előnyös hatásait ebben a kontextusban is lehet demonstrálni, akkor megértik, hogy családjuk egészsége szempontjából fogyasztásuk kiemelkedő jelentőséggel bír. Minőségi, káros anyagoktól mentes élelmiszerek használatával betegségek kialakulásától menthetik meg családjukat. Az értékrendjükkel megegyező indokokat kommunikálva nagyobb esély lenne a fogyasztás növelésére.

A célértékek alakulása az önálló háztartást vezető gyermekesek és az egyéb kategóriák esetén

A mintában 33 fő él önálló háztartásban és gyermekes, 280 fő alkotja az egyéb, ettől eltérő kategóriát. Mann-Whitney próbával hasonlítottuk össze a két kategóriát a célértékek szempontjából.

Rokeach felmérését alkalmazva azt feltételezzük, hogy a gyermekes, önálló háztartást vezető hallgatók és a szülőkkel közös és a szülőtől független háztartást vezető hallgatók más-más célértékeket részesítenek előnyben. Azok, akik önálló háztartásban gyermekkel élnek ($M=5$), bár fontosnak tartják a *kényelmes* életet, de mégsem annyira, mint az egyéb kategóriába ($M=6$) tartozók (Mann-Whitney próba: $W=5853$, $p \leq 0,009$). Az *izgalmas* élet, szintén a szülőkkel közös háztartásban élők és a szülőtől független

háztartást vezetőik, de még nem teljesen függetlenek számára fontosabb ($M=6$) mint a másik csoportban ($M=5$, Mann-Whitney próba: $W=6369$, $p \leq 0,001$). A *világbéke* (nincs háború) az önálló háztartásban gyermekkel élők számára fontosabb ($M=7$), attól függetlenül, hogy az egyéb kategóriába tartozók is fontosnak vélik ($M=6$). Az *élvezet (szórakoztató élet)* kapcsán különbséget tártunk fel az élethelyzet függvényében (Mann-Whitney próba: $W=6626$, $p \leq 0,001$). Szintén mindegyik kategóriába tartozó fontosnak ítélte meg, de a szülőkkel közös háztartásban élők és a szülőtől független háztartást vezetőik, de még nem teljesen függetlenek számára fontosabb faktor ($M=7$), míg az önálló háztartást vezetőik esetén ($M=5$). A *társadalmi elismerés (tisztelet, csodálat)* (Mann-Whitney próba: $W=5609,5$, $p \leq 0,038$) az önálló háztartást vezető gyermekeseknek is fontos ($M=5$), az egyéb kategóriába tartozó egyének számára mégis fontosabb tényezőnek számít ($M=6$).

A kapott eredmények szintén segíthetik motiválni az egyéneket bioélelmiszer fogyasztásra, hiszen a már fogyasztókat eleve motiválja az egészséges táplálkozás, így érdemes lehet ettől elszakadni és más oldalról is megcélozni a fogyasztás növelését. A szülőkkel közös háztartásban élők és a szülőtől független háztartást vezetőik, de még nem teljesen független fiatal egyetemisták számára motiváló lehetne, ha olyan kampányok készülnének, melyek a bioélelmiszer-fogyasztást összekötnék az izgalmas, aktív, szórakoztató étellel. A társadalmi elismerés, a tisztelet, a csodálat tényét pedig az önálló háztartást vezető gyermekesek esetében lehetne összefüggésbe hozni a bioélelmiszer fogyasztásával.

ÖSSZEFOGLALÁS

Jelen vizsgálat témája a bioélelmiszer fogyasztását befolyásoló pszichológiai, demográfiai tényezők. A kérdőív kiterjedt a bioélelmiszerek fogyasztásával kapcsolatos motivációkra, attitűdökre, vizsgálatra került a környezet- és egészségtudatosság és a megkérdezettek értékrendje is feltérké-

pezésre került. Összehasonlításra kerültek a bioélelmiszert fogyasztók és nem fogyasztók csoportjai, az önálló háztartást vezetők és szüleikkel élők csoportjai. Kérdőíves vizsgálat keretein belül 312 fő, Debreceni Egyetemen tanuló egyetemista megkérdezése történt.

A megkérdezettek a bioélelmiszereket egészségesebbnek, jobb minőségűnek, környezetbarátabbnak, ízletesebbnek tekintik, mint a hagyományos élelmiszert. Összességében pozitív attitűdökkel rendelkeznek a megkérdezettek a bioélelmiszerekkel kapcsolatban. Ettől függetlenül az önálló háztartást vezető gyermekes egyetemisták jobb minőségűnek és egészségesebbnek ítélték meg a bioélelmiszereket, mint a szülőkkel közös háztartásban élők és a külön háztartásban élők, de még nem függetlenek.

A megkérdezett hallgatókat döntően a személyes tapasztalat befolyásolja attitűdjei kialakításában, illetve hagyatkoznak a család és a szakértők véleményére is. A család befolyásoló szerepe a szülőkkel közös és a szülőktől független, de még nem önálló háztartást vezető hallgatók esetén nagyobb. Kiemelendő, hogy nem jellemző a biotermékek divat és presztízfogyasztása. Az önálló háztartást vezető gyermekek gyermekeik egészsége érdekében fogyasztanak bioélelmiszert.

A fogyasztás legnagyobb gátjának a bioélelmiszerek ára minősül, közepes akadályozó tényező, hogy nem hisznek az előállítási módban, illetve, hogy kevés biobolt működik. A bioboltok száma főleg a biofogyasztókat akadályozzák meg a bioélelmiszerek fogyasztásának növelésében. A megkérdezettek környezethez való hozzáállását a NEP-skálával mértük. Megállapítottuk, hogy a mintában szereplő egyetemisták alapvetően pozitív általános környezeti attitűdökkel rendelkeznek. Ugyanakkor egyértelművé vált, hogy ezt a felfogást még nem tudják összekapcsolni a bioélelmiszerek előnyben részesítésével. A két terület közötti kapcsolat nem természetes a számukra.

Az értékrend-vizsgálat eredménye alapján kiderült, hogy a tradicionális értékek,

az önbecsülés, az eredményesség és a belső harmónia a legfontosabbak a megkérdezettek számára. Az önálló háztartásban gyermekkel élők bár fontosnak tartja a kényelmes, izgalmas, élvezetes életet és a társadalmi elismerést, de mégsem annyira, mint azok, akik a szülőkkel egy háztartásban élnek, illetve külön háztartásban élnek, de még nem is függetlenek tőlük. Mivel a megkérdezettek értékrendjében kitüntetett szerep jut a család számára ezt fel lehetne használni a marketingkommunikáció során hangsúlyozni kellene, hogy a bioélelmiszereket fogyasztva egészségesebb életet biztosíthatnak családjuknak.

A vizsgálat korlátai a kis területi lefedettségéből és a homogén mintából fakadnak, érdekes lenne látni, hogy mekkora különbségek adódhatnak.

HIVATKOZÁSOK

- Bálint A. (2006), *Az ökológiai gazdálkodás virtuális piaca*, PhD-értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Letöltve: http://phd.lib.uni-corvinus.hu/8/1/balint_andras1.pdf
- Corraliza, J. A., Berenguer, J. (2000), „Environmental Values, Beliefs, and Actions. A Situational Approach”, *Environment and Behavior*, 32 6, pp.832-48
- Cottrell, S. P. (2003), „Influence of Sociodemographics and Environmental Attitudes on General responsible Environmental Behavior among Recreational Boaters”, *Environment and Behavior*, 35 3, pp.347-75
- Dunlap, R. E., Van Liere, K. D. (1978), „The New Environmental Paradigm: A Proposed Measuring Instrument and preliminary Results”, *Journal of Environmental Education*, 9 pp.10-9
- Fürediné Kovács. A., Gelencsér M., Miklay G. (2006), *A magyar ökoélelmiszerek iránti kereslet az ökopiacokon és a szupermarketekben vásárlók körében*, A Magyar Biokultúra Szövetség 2006. évi fogyasztói megkérdezése
- Gulyás M. (2004), *A környezeti nevelés és a személyiség-tényezők hatása a környezeti attitűdre*, Szakdolgozat, ELTE BTK
- Gyarmati G. (2004), *A hazai biolíztek fogyasztásának időbeli és területi sajátosságai*, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kara, Regionális Politika és Gazdaságtan Doktori Iskola, Évkönyv 2004. 1. kötet, 176-182. old.
- Hofer M. (2009), *Bioélelmiszerek fogyasztásának tendenciája Magyarországon*, Doktori értekezés, Győr Hofmeister-Tóth, Á. – Töröcsik M. (1996), *Fogyasztói magatartás*, Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó
- Hofmeister-Tóth Á. – Simon J. – Bódi E. (2006), „A fogyasztók társadalmi felelősségének kérdései”, in:

Innováció, társadalmi felelősség, fenntartható fejlődés – marketing megközelítésben, a Magyar Marketing Szövetség – Marketing Oktatók Klubjának 12. Országos Konferenciája, Budapest, 2006. augusztus 24-25

Kotler, P. (2001), *Marketing menedzsment*, Budapest: Műszaki Könyvkiadó

Kotler, P. – Keller, K. L. (2006), *Marketingmenedzsment*, Budapest: Akadémia Kiadó

Kotogán R. (2011), *A környezeti tudatosság személyiségtényezői. A környezeti attitűd – környezetterhelési mutatók és a Big Five személyiségdimenziók összefüggés vizsgálata*, Szakdolgozat, Szeged

Lengyel P. (2008), „Biomarketing” *A bioélelmiszerpiac bemutatása, a kategória iránti kereslet alakulása a fiatal felnőttek körében*, Budapesti Gazdasági Főiskola, Szakdolgozat

Máder M. P. (2009), „A szülőktől való elszakadási dimenziók mentén létrejött alcsoportok”, *Új Ifjúsági Szemle, Ifjúság és Környezet*, 2009/tél, 109-14. old. Letöltve: http://www.uisz.hu/archivum/uisz_25_mader.pdf

Mérei F. - Szakács F. (1988), *Pszichodiagnosztikai Vademecum*. I. Explorációs és biográfiai módszerek, tünetbecslő skálák, kérdőívek. 2. rész, Budapest: Tankönyvkiadó

Nielsen piackutató vállalat (2010), *Bioterméket csak minden nyolcadik magyar szokott vásárolni*. Letöltve: <http://hu.nielsen.com/site/20100819.shtml>

NVS (2012), *Nemzeti Vidékstratégia 2012-2020*, „a magyar vidék alkotmánya”, Vidékfejlesztési Minisztérium, 76, 124. Letöltve: <http://www.kormany.hu/download/8/ff/70000/Nemzeti%20Vid%C3%A9kstrat%C3%A9gia.pdf>

Ottman, J. A. (2011), *The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*, Online Edition, Letöltve: http://www.greenmarketing.com/files/NRoGM_ch1REVIEW-COPY-FOR-FREE-DOWNLOAD.pdf

Rokeach, M. (1968), *Beliefs, Attitudes and Values*, San Francisco: Jossey Bass

Rokeach, M. (1973), *The Nature of Human Values*, New York: The Free Press

Rozsik P. (2013), *Jelentés a Biokontroll Hungária Nonprofit Kft 2012. évi tevékenységéről*, Budapest, 2013, 2

Schäfferné Dudás K. (2008), *A környezettudatosság többszintű értelmezése és a környezettudatos fogyasztói magatartás vizsgálata*, Doktori értekezés, Pécs

Székely M. (2003), *Világproblémák és a környezet. Zölden és Nyereségesen*, 6 3, 20-21. old.

Szente V. (2006): *Tendenciák az ökoélelmiszerek fogyasztásában és értékesítésében. Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing*, 3 31-36. old.

Tóth H. (2009), *Innováció az életmódban – avagy a hosszú élet titka*. ECOSTAT Kormányzati Gazdaság- és Társadalom-stratégiai Kutató Intézet Műhely. 2009 július

Vaskovics L. (2000), „A posztadoleszcencia szociológiai elmélete”, *Szociológiai Szemle*, 10 4,

Gergely Éva, PhD, tanársegéd

gergelyeva@agr.unideb.hu
 Debreceni Egyetem
 Gazdálkodástudományi és
 Vidékfejlesztési Kar
 Vezetés- és Szervezéstudományi Intézet

Szabó Bernadett, PhD, egyetemi docens

bszabo@agr.unideb.hu
 Debreceni Egyetem
 Gazdálkodástudományi és
 Vidékfejlesztési Kar
 Vidékfejlesztési és Funkcionális
 Gazdálkodási Intézet

Balázs Katalin, PhD, adjunktus

balazs.katalin@arts.unideb.hu
 Debreceni Egyetem
 Bölcsészettudományi Kar
 Pszichológiai Intézet

The Effects of Health and Environmental Consciousness and Values on Consuming Bio Foods

The study focuses on the psychological and demographic factors influencing bio food consumption. A survey study was applied on a student sample. The respondents regard the bio foods healthier, of higher quality, more environmental friendly but more expensive than conventional foods. Factors hindering consumption are the price of bio foods and the lack of trust in the production method. On the basis of Rokeach's the target value examination, the most important factors to respondents include traditional values, self-respect, efficiency and internal harmony.

Éva Gergely – Bernadett Szabó – Katalin Balázs