

**A MAGYAR ÉS A PARTIUMI KÖZÉPISKOLÁSOK
ÉLELMISZERFOGYASZTÓI SZOKÁSAINAK ÖSSZEHASONLÍTÓ
VIZSGÁLATA, PRIMER KUTATÁS ALAPJÁN**

BAKOS IZABELLA MÁRIA
TAMUS ANTALNÉ

Összefoglalás

A magyar élelmiszer-gazdaságnak számos kihívással kell szembenéznie. Megítélésünk szerint az iparág versenyképességének egyik lehetséges módja a teljesen új vagy még részben kiaknázatlan piaci rések felkutatása és egyedi igényeik magas hozzáadott értékű kiszolgálása. Ilyen potenciális, kisméretű szegumentumoknak tekintjük a Partiumban élőket, ezért célul tűztük ki a magyar és a partiumi középiskolások élelmiszerfogyasztói magatartásának vizsgálatát.

Kitértünk a táplálkozásukat befolyásoló tényezőkre, étkezéseik rendszerességére és minőségére, az egyes élelmiszerek és italok fogyasztási gyakoriságára, a házon kívüli étkezési szokásaikra és az egészséges táplálkozáshoz való viszonyulásukra.

Végül annak feltárására törekedtünk, hogy az egyes demográfiai jellemzők milyen mértékben determinálják a fiatalok étkezési szokásait és hogy érdemes-e őket etnikai tulajdonságaik alapján szegmentálni.

Kulcsszavak: piackutatás, standard interjú, fogyasztói magatartás, táplálkozás, egészség, fiatalok

JEL: M31, D10, C10, Q13

Comparative study of food consumption habits at high schools in Hungary and Partium, based on primary research

Abstract

The Hungarian food industry has to face a lot of challenges. We believe that one possible way of being competitive in this field is to explore totally new or only partially exploited market niches and to satisfy individual needs at a high-value-added level. Those living in Partium are considered to be such potential small segments, that is why we have aimed at examining high school students' food consumption habits in Hungary and Partium as well.

We also deal with those factors that influence their food consumption, with the regularity and quality of their eating, with the frequency of certain foods and beverages consumed, with eating out habits and with their attitude towards healthy diet.

Finally, we tried to identify to what extent particular demographic characteristics determine young people's eating habits and whether it is worth segmenting them on ethnic features.

Keywords: market research, standard interview, consumer behavior, nutrition, health, the young

JEL: M31, D10, C10, Q13

Bevezetés

Az EU-ban bár az agrár-ételmeiszeripari rendszerek és az ételmeiszerfogyasztói szokások globalizálódása figyelhető meg, nem hagyható figyelmen kívül, hogy Európában, sőt országain belül régióként is fennállnak a regionális és kulturális különbségek az étkezési szokásokat és preferenciákat illetően. Pontosabb információkat nyerhetnek a vállalatok, ha régiókat hasonlítanak össze és azok alapján képeznek piaci szegmentumokat és dolgoznak ki marketingstratégiákat (Gil–Gracia, 2000).

Magyarországon a külföldi szakirodalomban „*etnomarketingnek*” nevezett, etnikai, kulturális ismérvek alapján történő piacszegmentáció és célpiacképzés még gyerekcipőben jár, ezért nagy hangsúlyt fektettünk annak elemzésére, hogy érdemes-e ilyen szempontok alapján differenciálni a célcsoportunkat. Ezen módszer alkalmazása akkor vallhat indokoltá, amikor a kisebbségben élő fogyasztóknak olyan sajátos igényeik vannak, amelyeket egyáltalán nem, vagy csak részben elégítenek ki a többségnek szánt termékek és szolgáltatások (Pires–Stanton, 2005).

Anyag és módszer

Kérdőíves felmérésünk kiindulópontját a korábbi fókuszcsoporthos interjúink (3x6 fős) megállapításai jelentették. *Célcsoportunk* a 14-19 éves, Heves- és Szatmár megyei középiskolások voltak. Nem reprezentatív, önkényes mintavételt és standardizált kérdőívet alkalmaztunk. A megkérdezettek száma nemzetiségenként 100 fő volt. A kérdőívek statisztikai feldolgozására a STATISTICA 10 programot használtuk. A leíró statisztikák mellett korrelációs összefüggés vizsgálatokat és ANOVA féle variancia-analíziseket készítettünk. Az utóbbi módszer abból a nullhipotézisből indul ki, hogy a válaszok átlagai minden mintában azonosak. Ha a vizsgálat során a magyarázó változók (pl. életkor, nem) és a magyarázandó változók (pl. étkezési szokások) közötti szignifikanciaszint < 0,05 akkor elvetjük a nullhipotézist, mivel statisztikailag alátámasztható, hogy pl. a demográfiai jellemzők szerinti csoportok étkezési szokásai között különbségek vannak (Székelyi–Barna, 2004).

Eredmények

Tanulmányunkban primer kutatásunk fontosabb eredményei, megállapításai kerülnek bemutatásra. A következő rövidítések jelölik a válaszadókat, nemzetiségek szerint: HU: magyar, RO: román, RM: romániai magyar.

Étkezési szokások a kulturális tényezők vonatkozásában

Az egyén viselkedését nagymértékben befolyásolják a kulturális és a társadalmi jellemzők. Valamennyi meghatározás szerint a kultúra azon értékek, normák és szokások összessége, melyek meghatározzák az egyén viselkedését egy adott társadalomban a szocializációja során (Kotler, 1991; Hofmeister–Töröcsik, 1996). A kultúra részét képezi az *ételmeiszer-kultúra* is: „[...] amely a konyhai és étkezési rend azon jellemvonásait tartalmazza, amelyek bizonyos embercsoportok között általánosak.” (Lehota, 2001, 50. o.)

Kíváncsiak voltunk, hogy ezen alakító tényezők mennyire jellemzőek a globalizáció korában nevelkedő válaszadók étkezési szokásaira. Az eredmények alapján több hasonlóság is mutatkozik a nemzetiségek étkezési hagyományai és szokásai között.

Minden ünnepnek meg vannak a *jellegzetes ételei* a családjukban illetve különbséget tesznek a *hétköznapi és ünnepi étkezéseik* között, viszont szülőktől/nagyszülőktől tanult és vallási étkezési hagyományaik nincsenek.

A válaszadók szerint (1-5 Likert skálán mérve) a gyermekkorban kialakult ízlésvilág idővel változik (RO: 3,29, HU: 3,80, RM: 3,92) viszont a szülőktől való elkerülést követően nem szeretnék változtatni táplálkozási szokásaikon. Ennek valószínűleg az oka, hogy már *most is maguk döntenek arról, hogy mit esznek* (RO: 3,96, HU: 4,10, RM: 4,11) és a válaszok átlagai alapján nem nagyon vannak *étkezési szabályaik* sem. Marketing szempontból ez igen kedvező, mivel étkezési döntéseikben szüleiktől „független” vagy éppen szüleiket befolyásoló potenciális szegmenseként tekinthetjük őket, viszont a szülői kontroll hiánya gyakran az egészségtelen táplálkozási szokások kialakulásához vezethet.

Táplálkozási szokásokat befolyásoló személyek és tényezők

A romániai magyar fiatalok táplálkozási szokásait befolyásolják a legkevésbé a különféle tényezők és személyek (*1. táblázat*). A magyar és román válaszadókra a *szülők*, majd az *időbeosztás* gyakorolja a legnagyobb hatást az étkezési szokásaikat illetően. A romániai magyarokat inkább az *időbeosztás*, majd az *érzelmek* és a *szülők*. A reklámok abszolút nem befolyásolják a válaszadókat, viszont a magyar középiskolásoknak számítanak a *korábbi tapasztalatok* is.

1. táblázat: Táplálkozási szokásokat befolyásoló tényezők, nemzetiségek szerint

Befolyásoló személyek és tényezők	HU (N=86)		RO (N=80)		RM (N=84)	
	Sorrend	Átlag	Sorrend	Átlag	Sorrend	Átlag
Szülők	1	3,65	1	3,40	3	2,83
Nagyszülők	7	2,42	5	2,44	9	1,77
Egyéb családtag	11	1,78	8	2,25	11	1,49
Barátok	9	1,95	11	1,99	10	1,71
Anyagi helyzet	6	2,70	4	2,47	7	2,38
Időbeosztás	2	3,51	2	3,00	1	3,29
Évszakok	4	2,88	7	2,36	5	2,52
Érzelmek	5	2,73	3	2,84	2	2,99
Környezeti hatások	8	2,34	9	2,19	6	2,50
Korábbi tapasztalatok	3	3,17	6	2,38	4	2,74
Reklámok	10	1,87	10	2,06	8	2,06

(1=egyáltalán nem befolyásol... 5=teljes mértékben befolyásol)

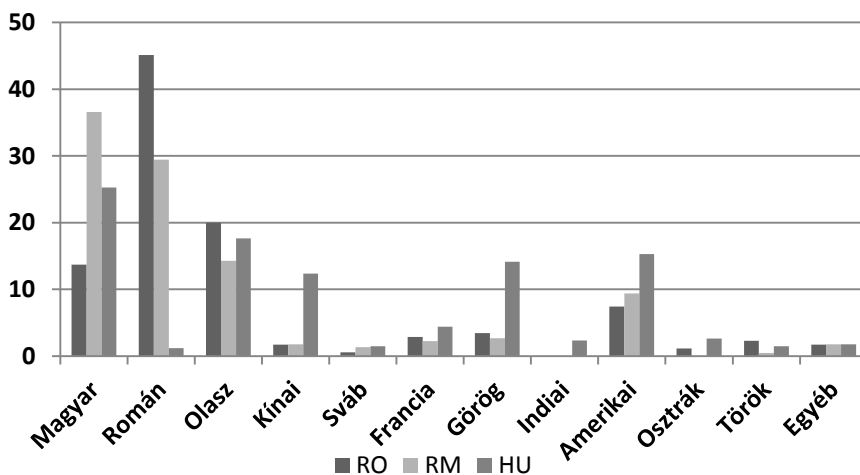
Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés

A varianciaanalízis alapján statisztikailag igazolható, hogy az életkor előrehaladtával egyre kevésbé befolyásolják a szülők a fiatalok étkezési szokásait és hogy a lányok táplálkozása jobban függ az érzelmektől és a környezeti hatásoktól, mint a fiúké.

Étkezések rendszeressége és minősége

A partiumi fiatalok a meleg vacsorát (RO: 67,50%, RM: 73,81%), a magyar válaszadók pedig a meleg ebédet (HU: 91,86%) preferálják inkább. Ennek az lehet az oka, hogy a partiumi minta iskolájában nincs menza, csak büfé így a meleg étel fogyasztása a vacsoraidőre tolódik ki. Rendszerességét és minőségét tekintve a lány válaszadók és a 14–16 éves korosztály táplálkozik a legmegfelelőbbben.

A partiumi fiatalok étrendjében fontos szerepet töltenek be a magyar ételek (1. ábra), tehát reális javaslatnak tűnik a magyar élelmiszerek intenzívebb bevezetése az erdélyi piacra.



1. ábra: Otthon fogyasztott nemzetközi ételek, nemzetiségként (%)

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

A válaszadók legnagyobb hányada az új és megszokott ízekeket egyaránt kedveli (RO: 68,75%, HU: 76,74%, RM: 70,24%). Kifejezetten új ízekeket leginkább a román válaszadók (17,50%) szeretnek kipróbálni.

Az egyes élelmiszerek és italok fogyasztási gyakorisága

A válaszadók fele napi rendszerességgel fogyaszt gyümölcsöt, viszont zöldséget csak a magyar és román fiatalok. A tejtermékfogyasztás tekintetében a szekunder statisztikáknak ellentmondva a magyar középiskolások fogyasztják a legtöbb tejterméket napi rendszerességgel (RO: 35,00%, HU: 75,59%, RM: 42,86%). Jelentős különbség mutatkozik a válaszadók húsfogyasztása között is, mivel a partiumi minta a magyarral szemben nagyobb arányban csak heti rendszerességgel fogyaszt húskészítményeket, felvágottakat (RO: 53,75%, RM: 50,00% hetente; HU: 72,09% naponta). A szekunder adatokat igazolja a partiumi fiatalok magas napi pékáru fogyasztása (HU: 63,96%-a,

RO: 70,00%, RM: 83,34%). A legnagyobb arányban a romániai magyar minta eszik *édességet* (RO: 53,75%, HU: 46,51%, RM: 60,72%) és *rágcsálnivalót* (RO: 23,75%, HU: 33,72%, RM: 57,14%) napi rendszerességgel. A *konzervfogyasztás* a partiumi mintára a legjellemzőbb (RO: 47,50%, RM: 42,86%, HU: 23,25% hetente). *Gyorsfagyasztott ételeket* a román válaszadók 61,25%-a, a magyar csupán 27,91%-a és a romániai magyar 28,58%-a fogyaszt heti rendszerességgel. *Tojást* a magyar válaszadók (83,72%) fogyasztanak a leggyakrabban heti rendszerességgel a román (62,50%) és a romániai magyar (66,67) mintával szemben. A „*zacskós*” *ételek* szintén a magyar válaszadók (HU: 89,53%, RO: 60,00%, RM: 67,86%) asztalára kerülnek a leggyakrabban heti rendszerességgel. Érdekes eredmény továbbá, hogy *vásárolt készételek* a magyar válaszadók egyáltalán nem fogyasztanak otthon napi és heti rendszerességgel.

A 2. táblázat szemlélteti, hogy a különféle italokat milyen arányban fogyasztják napi rendszerességgel a megkérdezettek.

2. táblázat: Az egyes italok fogyasztási gyakorisága, nemzetiségenként (%)

Fogyasztás gyakorisága		Csapvíz	Savas ásványvíz	Mentes ásványvíz	Tej	Savas üdítő
HU	Naponta	0,00	66,28	43,02	43,02	52,32
RO	Naponta	35,00	66,25	38,75	31,25	33,75
RM	Naponta	3,57	64,29	55,96	20,24	30,95
Fogyasztás Gyakorisága		Rostos üdítő	Tea	Energiaital	Alkohol	Kávé
HU	Naponta	15,11	16,28	52,33	2,32	2,33
RO	Naponta	36,25	27,50	40,00	11,25	1,25
RM	Naponta	51,19	25,00	40,47	14,28	5,95

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

Az ANOVA féle varianciaanalízisünk alapján szignifikánsan nagyobb arányban fogyasztanak gyümölcsöt és zöldséget a lány válaszadók, ugyanakkor édességet és rágcsálnivalót is, mint a fiúk. A kevesebb zsebpénzzel rendelkező válaszadók ritkábban fogyasztanak szénsavas üdítőket. A fiúk rendszeresebb energiaital- és alkoholfogyasztók, mint a lányok, akik gyakrabban hódolnak a kávénak.

Házon kívüli étkezési szokások

A 3. táblázat szemlélteti, hogy a különféle házon kívüli étkezési formák közül, melyiket választják a leggyakrabban a válaszadók. Hagyományos étteremben a megkérdezettek többsége havonta 2-3-szor illetve ennél ritkábban étkezik (RO: 85% HU: 96,5% RM: 83,34%). A *gyorséttermi tendencia* jellemzőbb a partiumi fiatalokra, mivel 34,32%-uk a magyar minta 12,79%-kal szemben heti rendszerességgel jár gyorsétterembe. *Menzán* a magyar válaszadók 31,40%-a naponta étkezik, míg az erdélyi válaszadóknak csak a 2,50%-a. Vendégségben az erdélyi válaszadók étkeznek a leggyakrabban, mely igazolja a kvalitatív kutatásunk eredményeit is.

3. táblázat: A házon kívüli étkezési formák kedveltsége, nemzetiségenként

Megnevezés	RO	RM	HU
	Rangsor		
Gyorsétterem	1	1	3
Vendégség	2	2	4
Hagyományos étterem	3	4	5
Büfé	4	3	1
Menza	5	5	2

Forrás: Saját kutatás (2011), kérdőíves megkérdezés (N=250)

A gyorséttermi étkezések gyakorisága a demográfiai jellemzők közül a zsebpénztől (modell magyarázó ereje: 87,59%), a büfés étkezéseké (modell magyarázó ereje: 76,47%) pedig a nemzetiségektől szignifikánsan függ.

Egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdök

A megkérdezettek többsége (RO: 65%, RM: 42%, HU: 55%) *teljesen normálisan* étkezik, tehát nem szentel kiemelt fontosságot az egészséges táplálkozásnak. A válaszadók szerint leginkább *egyén függő* az egészséges táplálkozás kérdése (RO: 3,78, RM: 3,93, HU: 4,55). A magyar válaszadók úgy gondolják, hogy sok múlik a *családon* is (4,06).

Következtetések, javaslatok

Felmérésünk legfőbb következtetése, hogy a partiumi fiatalok a magyar feldolgozott élelmiszerek potenciális célcsoportja lehetne és hogy *differenciáltan kell kezelni a román és a partiumi magyar fogyasztókat*. Kutatási eredményeink bár nem reprezentatívak, de jelzésértékűek és hasznos információkkal szolgálnak a magyar és a partiumi fiatalok étkezési hagyományairól, illetve, hogy mely élelmiszercategóriákban érdemes nyitni ezen fiatal szegmens felé. A statisztikailag is alátámasztható összefüggés vizsgálataink eredményei pedig kiindulási pontot jelenthetnek egy további reprezentatív, nagy mintán történő kutatás lebonyolításához.

Hivatkozott források

- Gil, J.M.–Gracia, A. (2000): Regional food consumption patterns in the EU. http://upcommons.upc.edu/e_prints/bitstream/2117/2407/1/6-2-44.pdf (letöltve: 2011.08.13.)
- Hofmeister–Tóth Á. – Töröcsik M. (1996): Fogyasztói magatartás. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 232 o.
- Kotler P. (1991): Marketing management, Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 625 o.
- Lehota J. (szerk.) (2001): Élelmiszer-gazdasági marketing. Műszaki Kiadó, Budapest, 327 o.
- Pires, G. D. – Stanton, P.J. (2005): *Ethnic Marketing. Accepting the Challenge of Cultural Diversity*. London, Thomson Learning, 274. o.

Székelyi M. – Barna I. (2004): Túlélőkészlet az SPSS-hez. Typotex Kiadó, Budapest, 453 o.

Szerzők:

Bakos Izabella Mária

Vállalkozásfejlesztés (MA)

I. évfolyam

bakosizabella@citromail.hu

Tamus Antalné Dr. PhD

Főiskolai tanár

Károly Róbert Főiskola

Üzleti Tudományok Intézete

tamusne@karolyrobert.hu

