

TESTTÖMEG-MENEDZSELÉSI ATTITŰDÖK KVALITATÍV ÉS KVANTITATÍV VIZSGÁLATA HAZÁNKBAN

SOÓS Mihály¹
SZAKÁLY Zoltán²

¹Kaposvári Egyetem,
GTK,
Marketing és Kereskedelem Tanszék
H-7400 Kaposvár, Guba S. u. 40.

²Debreceni Egyetem,
AGTC, GVK,
Marketing és Kereskedelem Intézet
H-4032 Debrecen, Böszörményi út 138.
e-mail: soos.mihaly@ke.hu

QUALITATIVE AND QUANTITATIVE RESEARCHES ON BODY WEIGHT MANAGEMENT ATTITUDES IN HUNGARY

In this study about different habits of food buying, consumption and body weight management among the Hungarian adult population, the authors wanted to know which food and food ingredients are fully accepted and which are fully rejected during the consumer's body weight management. The physical exercise and the lifestyle of the population were also examined with qualitative and quantitative methods. A nation-wide representative questionnaire was administered to 1000 persons; based on the results, different groups were formed and they were examined by the method of focus group interview. Before it started, the height, weight, age and waist circumference of the group members were recorded, then with the aid of an Omron Body Fat Monitor their BMI (Body Mass Index) and body fat ratio were also calculated. With the analysis of the questionnaire and the three focus group interviews, the researchers established (besides the food buying and consumption habits) the amount of money spent on food and the attitudes, preferences and habits toward self-image, lifestyle and physical activity.

1. BEVEZETÉS – INTRODUCTION

Az élelmiszerfogyasztás és a testtömeg-menedzselés szoros kapcsolatára és kiemelkedően fontos területeire történő vizsgálatok lebonyolításának időszerűségét az elmúlt évtized bizonyította. A világviszonylatban nagy arányban megjelenő mortalitás a hazai gazdaságot és az egyéni költségvetést is terhelő egészségügyi kiadások megnövekedésével jártak. A WHO (Egészségügyi Világszervezet) 1998-ban betegséggé nyilvánította az elhízást, ami a morbiditás és a mortalitási rizikófaktorok között az első helyeken szerepel. A magyar államháztartás túlsúly és elhízás okozta megbetegedések miatt keletkezett kiadásai csaknem elérték az 1 900 milliárd forintot 2012. évben, emellett a háztartások a jellemzően szénhidrátban és cukrokban gazdag élelmiszerek vásárlása során 2012 első felében 1 330 milliárd forintot költöttek élelmiszere. A táplálkozási szokások megváltozása mellett a közelmúltban végbe ment munkakörülmények változásainak hatására a lakosság nagy arányban ülő munkát végez, emellett a fizikai aktivitása is lecsökkent. A fenti hatások mellett megfigyelhető a társadalmon belüli, egyéni szinten jelentkező megfelelési kényszer is, ami akár anyagi oldalról, akár más területről keletkezik, stresszt idéz elő. Ezt a stresszt az egyén a nem megfelelő mennyiségű élelmiszer-fogyasztásban, alkoholfogyasztásban, cigarettázásban, drogok használatá-

ban és egyéb, betegségek kialakulásához vezető káros tevékenységekben próbálja levezetni, viszont nagy arányban morbiditáshoz vezet ez a folyamat. A betegségek kialakulásának csaknem 40%-át tartják számon a megfelelési kényszer miatt végzett cselekvések következtében kialakuló betegségek között. A fenti folyamat hatására jelentkező egészségparadoxon szerint a hazai lakosság egészségi állapota 2000-ben megközelítőleg olyan szinten volt, mint az 1930-as években. A kutatás célja a hazai lakosság élelmiszer-fogyasztásának és testtömeg-menedzselésének primer vizsgálatán belül meghatározni a magyarok vélt egészségi állapotát és saját testtömegük megítélését, emellett azokat az élelmiszereket, élelmiszer-összetevőket, amiket a magyarok egészségesnek tartanak és nincs ellenérzésük velük kapcsolatban, valamint azokat az élelmiszereket, amiket kimondottan hizlaló hatásúnak vélnék.

2. ANYAG ÉS MÓDSZER – MATERIALS AND METHODS

A kutatás során primer és szekunder adat- és információgyűjtés egyaránt történt. A primer kutatás során kvalitatív és kvantitatív kutatást is alkalmaztunk, melyek során a kvalitatív vizsgálatot megalapozó 1000 fős országos reprezentatív kérdőíves felmérést

hajtottunk végre, majd az eredményeiből demográfiai összetételre és országos megoszlási arányait tekintve is reprezentatív csoportokon belül (testtömegükkel elégedettek, hízni vágyók és fogyni vágyók) végrehajtott fókuszcsoporthoz tartozókat vizsgálta a kutatás e szakaszát. A fókuszcsoporthoz tartozókat megkezdése előtt rögzítettük a mintában szereplők testmagasságát és testtömegét, majd egy Omron Body Fat Moditor műszerrel kalkulált BMI és testsírszázalék értéket is feljegyeztünk.

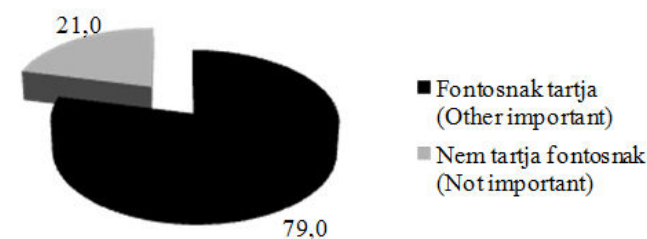
A kvantitatív vizsgálat eredményeinek elemzése az SPSS matematikai-statisztikai elemző program segítségével történt. Az adatok rögzítése után a program gyakoriság, kereszttábla, átlag és szórás számítási funkcióit vettük igénybe, valamint a Chi² próbával és ANOVA teszttel kiszűrt szignifikáns eredményeket tartottuk meg és mutatjuk be közleményünkben is.

3. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK – RESULTS AND DISCUSSION

Ebben a fejezetben a hazai lakosság saját testtömegének megítélése, a testtömeggel kapcsolatos elégedettség, a testtömeg változtatásának okai, a különböző élelmiszerek és élelmiszer-összetevők megítélése, az élelmiszer vásárlását befolyásoló tényezők, valamint az élelmiszer-fogyasztás gyakoriságának vizsgálatával kapcsolatos eredmények bemutatása szerepel.

3.1. A testtömeg megítélése – The perception of body weight

A magyar lakosság körében végzett felmérés szerint a válaszadók 79%-ának fontos, hogy hogyan alakul a testtömege. Az eredmények alapján megállapítható, hogy minden tízből 8 magyarnak fontos a testtömegének alakulása (1. ábra).



1 ábra

A testtömeg alakulásának fontossága
(Importance of body weight), (N=1000)

Fig. 1

Szignifikáns kapcsolat mutatkozott a testtömeg alakulásának fontossága és a válaszadók neme között. A nők körében 84,6% arányban jelentkezték azok, akik fontosnak tartják a testtömegük alakulását. Kimagaslóan magas, 91,7%, az élettársuktól külön élők

között azok aránya, akik számára fontos a testtömegük alakulása. Szintén szignifikáns kapcsolat mutatkozott a testtömeg alakulásának fontossága és a megkérdezettek munkavégzése között. A GYES-en, GYED-en lévők 91,2%-a tartja kiemelkedően fontosnak testtömege alakulását, az aktív szellemi foglalkozásúaknál ez az arány 89,2%, míg a tanulóknál 86,3% volt.

A vizsgálat kiterjedt a lakosság testtömegével kapcsolatos elégedettségére vonatkozóan is, melynek eredményeit az 1. táblázat mutatja be.

1 táblázat

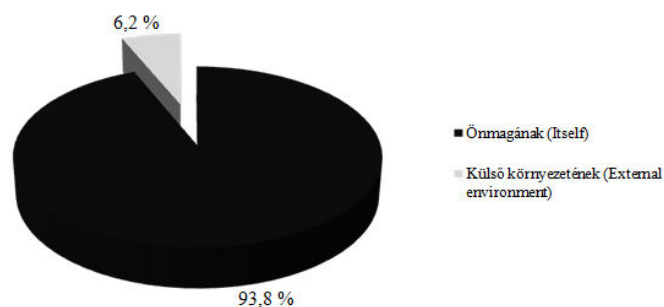
Table 1

Testtömeggel kapcsolatos elégedettség (Satisfaction with body weight), (N=1000)	
Megnevezés (Answer options)	%
Teljes mértékben elégedett (Totally satisfied)	36,9
Nem teljesen elégedett (Not totally satisfied)	17,1
Is-is (So-so)	16,3
Nem teljes mértékben elégedetlen (Not totally dissatisfied)	16,5
Teljes mértékben elégedetlen (Totally dissatisfied)	13,2

A kérdőíves felmérés eredményei szerint a hazai lakosság körében 36,9% teljes mértékben elégedett testtömegének alakulásával, ami alapján megállapítható, hogy 10 magyarból hat változtatna jelenlegi testtömegén. Akik nem elégedettek teljes mértékben, azok között 86,5% arányban jelentkezték azok, akik csökkentenék testtömegüket és csupán 8,9%, akik növelni szeretnék azt. Testtömeget csökkenteni mind a férfiak, mind a nők esetében legnagyobb arányban (50,9%) a has tájékról szeretnének, míg hízni jellemzően az egész testükre, valamint a mell és láb testtájakra szeretnének a megkérdezettek. A testtömeggel kapcsolatos elégedettség és az iskolai végzettség között szignifikáns kapcsolat mutatkozott. Megállapítható, hogy a testtömegükkel teljes mértékben elégedettek között a maximum 8 általános iskolát végzettek aránya a legmagasabb (45,9%). A szakmunkásképzőt, szakiskolát végzettek körében 43,5% válaszolta, hogy teljes mértékben elégedett a testtömegének alakulásával, míg az érettségizettek 32,8%-ban, a felsőfokú végzettségűek pedig 26,4%-ban elégedettek csupán. Az eredmények függvényében megállapítható, hogy az iskolázottság szintjétől függően a testtömeggel való elégedettség változik a lakosság körében, az alacsonyabb iskolai végzettségű válaszadók nagyobb arányban gondolják megfelelőnek a súlyukat, mint a magasabb iskolai végzettségűek. A nem tekintetében is szignifikáns kapcsolat volt megfigyelhető a testtömeggel való elégedettség kapcsán. A férfi válaszadók nagyobb arányban (56,4%) tartják megfelelőnek saját testtömegüket, mint a női válaszadók (43,6%).

3.2. A testtömeg változtatásának okai – The reasons for weight change

A testtömeg változtatásának oka egyértelműen a megfelelési kényszerhez köthető, ezzel kapcsolatban arra kerestük a választ, a lakosság kinek akar megfelelni elsősorban a testtömegének alakításával. Eredményeinket a 2. ábra mutatja be.



2 ábra

Elvárásoknak való megfelelés
(Compliance of expectations), (N=790)

A válaszadók 93,8%-ban önmaguknak, 6,2%-ban pedig a külső környezetüknek próbálnak megfelelni a kérdőíves megkérdezés eredményei alapján. A vizsgálatok szerint a külső környezetükben legmeghatározóbban a barátok és a család véleménye számít a testtömegüket változtatni vágyóknak, majd ezt követik a munkahelyi elvárások, valamint a betegség miatti változtatási vágy. Az orvos ajánlása a legutolsó helyre szorult a testtömeg csökkentési okok külső környezeti tényezői között.

3.3. Élelmiszerek és élelmiszer összetevők megítélése – Judgement of food and food ingredients

Vizsgálatot végzünk arra vonatkozóan, hogy melyek azok az élelmiszerek, élelmiszer-összetevők, amiket a fogyasztók hizlaló hatásának tartanak, illetve melyek azok, amiket nem tartanak kifejezetten hizlaló hatásúnak. Az eredményeket a kérdőíves megkérdezés során kialakult három csoporton keresztül mutatjuk be. A testtömegükkel elégedettek, a testtömegüket csökkenteni, valamint a testtömegüket növelni vágyók csoportjainak attitűdjeit fókuszcsoporthoz vizsgálatok során tártuk fel.

A testtömegükkel elégedettek alapvetően hizlaló hatásúknak tartják a szénhidrátot, a cukrot, a zsírt, valamint a szalonnát, mint élelmiszereket és élelmiszer-összetevőket, míg abszolút nem tartják hizlaló hatásúnak a zöldségeket, gyümölcsöket, a Norbi Update termékeket, a száraz húsokat és a száraz szalámitkat.

A testtömegüket növelni vágyók csoportjában hizlaló hatású tulajdonítottak a zsíroknak, cukroknak, lisztnek és a szénhidrátoknak. A nem hizlaló hatású élelmiszerek között a zöldségeket, gyümölcsöket, a teljes kiőrlésű termékeket, valamint a tofut említették meg.

A testtömegük csökkentésére vágyók egyértelműen nagyobb arányban jelölték meg olyan élelmiszereket, amiket hizlalónak

tartanak, ebből következethetünk arra, hogy az élelmiszerekkel és élelmiszer-összetevőkkel kapcsolatban is nagyobb ismeretekkel rendelkeznek, mint a másik két csoportban lévők. Hizlalónak tartják a lisztet, a sört, a szénhidrátot, a cukrot, a vajat és a sajtot, e két utóbbit a magas zsírtartalma miatt, valamint az édességeket. A testtömegüket növelni vágyókkal ellentétben, ebben a csoportban a szénhidrátfelvételt egyértelműen a fehér kenyérral azonosították a válaszadók, míg a testtömegüket növelni vágyók esetében a tesztafélék azonosultak a szénhidrátforrással. Nem tartják hizlalónak az előző két csoporthoz hasonlóan a zöldségeket és gyümölcsöket, a csökkentett zsírtartalmú tejet, valamint a puffasztott rizst.

3.4. Az élelmiszerek vásárlását befolyásoló tényezők – Factors influencing the purchase of food

A KSH adatai alapján 2010-ben összesen 637,6 kg élelmiszert fogyasztottunk el fejenként. Hús fogyasztásunk 56,7 kg/fő/év mennyiségre csökkent. A szárnyas és a sertéshús a lakosság 10 legkedveltebb élelmiszere közé tartozik. 2011-ben 230 milliárd Ft-ot költött a lakosság friss tőkehúsról, 37%-a ennek csirke, 46%-át pedig a sertéshús tette ki. Friss csirkehúsról 84 milliárd Ft-ot költöttek. Bár a magyar jelentősen árérzékenynek számító nemzet, 2011-ben mégis az átlagosan 1 188 Ft-os kilogrammonkénti csirkemell 20%-át tette ki a csirkehús fogyasztásnak, emellett 40% az átlagosan 635 Ft-os comb. Érdekességként megállapítható, hogy a csirkehús vásárlók a 29 évnél fiatalabb és 50 évnél idősebb háziasszonyok voltak (GFK, 2013a). Halfogyasztásunk az EU átlagtól (24 kg/fő/év) jelentősen elmarad. A táplálkozás-életviteli ajánlások alapján ideális 10 kg/fő/évhez képest alig éri el a 3,5 kg/fő/év mennyiséget. A legnagyobb fogyasztói problémák a hal szagából és szállakosságából adódnak. Legnagyobb arányban a friss hallúst hipermarketben vásárolják a magyarok, a halbolt és a piac csupán a második helyen szerepeltek. Legkedveltebb fajta hazánkban a ponty (SZŰCS, TIKÁSZ és KOVÁCS, 2008).

Tejfogyasztásunk 156,8 kg/fő/év mennyiségben alakult a 2010-es évben, emellett tojásfogyasztásunk is csökkent az előző évek átlagához képest, 13,7 kg/fő/év mennyiségre. Zsíradékfogyasztásunk 34,6 kg/fő/év mértékben alakult, míg liszt és rizsfogyasztásunk 88,2 kg/fő/év mennyiségben alakult (KSH, 2012).

Pékárukra jellemzően 5-6 naponta költenek a magyarok, ekkor 2 kg kenyeret vásárolnak átlagosan. Az árbevétel több mint kétharmada kenyérértékesítésből származik. Erősödött a félbarna kenyerek pozíciója, 100 Ft-ból 21-et erre a típusra költenek a magyarok (GFK, 2013b; HUSZKA és POLERECZKI, 2008).

Burgonyafogyasztásunk jelentősen nem változott, 61,5 kg/fő/év volt 2010-ben, a teljes eladott zöldségmennyiség harmadát tette ki, a cukor- és mézfogyasztásunk pedig 29,2 kg/fő/év volt. Zöldség- és gyümölcsfogyasztásunk 190 kg/fő/év mennyiségben alakult 2010-ben, 2011-ben 93 kg gyümölcsöt és 156 kg zöldséget fogyasztottunk el. A beszerzésükben jellemzően a tradicionális csatornák a mérvadóak (piacok, zöldség és gyümölcs üzletek). Legkedveltebb az alma hazánkban, melyet a barack, dinnye, banán, narancs, mandarin követ a sorban. Az idénygyümölcsök a befőzés időszakában kedveltek. Átlagosan 8 naponta vásárolunk valamilyen gyümölcsöt, és legalább 2 kg-ot. Természetesen a dinnyeszezon megemeli ezt az értéket (GFK, 2013c).

Alkoholfogyasztásunk alakulása tekintetében a legkedveltebb fajták nem változtak, továbbra is sört fogyasztunk legnagyobb arányban. Az ízesített sörök piacra lépésével ez a tendencia valamelyest emelkedett. Borfogyasztásunk legjellemzőbb bora a vörösbor, ám a rozé kedveltsége is emelkedő tendenciát mutat (GFK, 2013d; HUSZKA, 2009; HUSZKA, POLERECZKI és SZAKÁLY, 2005).

A kutatás során megvizsgált csoportokban nem jelentkezett egyezés az élelmiszerek vásárlását befolyásoló tényezők között. Az elégedettek csoportjában az élelmiszer vásárlás során az első helyen az ár szerepelt, mint befolyásoló tényező, ezt követte a márka. A márka kapcsán viszont a fókuszcsoportos vizsgálatok eredményei szerint megállapítható, hogy csupán a csomagolt élelmiszerekkel kapcsolatban tartják fontosnak a válaszadók. A nem csomagolt élelmiszerek esetében, például a felvágottas pult, jellemzőbb a termék színének hatása a fogyasztók vásárlási magatartásának befolyásolására.

A testtömegüket csökkenteni vágyók csoportjában a legmeghatározóbb vásárlást befolyásoló tényező a minőség, ezt követi az ár, valamint az íz és a kiszerelés. A testtömegüket növelni vágyók esetében az ár dominál, ezt a minőség követi közvetlenül, viszont kiemelt figyelmet fordítanak az élelmiszerek származási helyére is. A sorban a márka és az íz követik a származást.

3.5. Az élelmiszerfogyasztás gyakorisága – Food consumption frequency

Vizsgálatot végeztünk az élelmiszer-fogyasztás gyakoriságával kapcsolatban is. Elmondható, hogy a vizsgált csoportokon belül átlagosan öt-hat alkalommal étkeznek a válaszadók egy nap során. Étkezés alatt minden rostot tartalmazó táplálék elfogyasztását értik, például egy délutáni alma elfogyasztása egy étkezést jelent. A reggelizés rendszeres mindhárom csoporton belül, főétkezésnek pedig az ebédet tekintik. A főétkezések során jellemzően otthon készített főtt ételt fogyasztanak a válaszadók, viszont meghatározó a menü fogyasztásának aránya is.

4. KÖVETKEZTETÉSEK – CONCLUSIONS

A kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a magyar lakosság tényleges egészségi állapota a vélt egészségi állapothoz viszonyítva meghatározóan rosszabb képet mutat. A testtömeg csökkentésének okai között a szakember tanácsára történő testtömeg csökkentést az utolsó helyekre sorolták a válaszadók, ami kétséget ébreszt a lakosság tájékoztatásának és ismeretbővítésének sikerességében. A szakember tanácsa helyett jellemzően a család és a baráti kör pozitív tapasztalatai hatnak a legnagyobb arányban a válaszadókra mind az élelmiszer-fogyasztás, mind pedig a fizikai aktivitás területén. A válaszadók étkezési szokásai a primer eredmények alapján alátámasztották a szekunder kutatás során szerzett eredményeket, mi szerint az ebéd a legfontosabb étkezés a magyarok számára. Az étkezések gyakorisága is a szakirodalmi adatok alapján alakul a mintában. Minden vizsgált csoport hízoló hatásúnak tartja a szénhidrátokat, viszont ha élelmiszerral kell társítaniuk, nem egységesek a válaszok. A fehérkenyér dominál a fő szénhidrát beviteli források között, viszont a testtömegüket növelni vágyók esetében a résztafélékkel történt a társítás. Az iskolázottság szintjétől függően a testtömeggel való elégedettség

változik a lakosság körében, az alacsonyabb iskolai végzettségű válaszadók nagyobb arányban gondolják megfelelőnek a tömegüket, mint a magasabb iskolai végzettségűek. A férfi válaszadók nagyobb arányban tartják megfelelőnek saját testtömegüket, mint a női válaszadók.

5. ÖSSZEFOGLALÁS – SUMMARY

A primer kutatással során a lakosság testtömeggel kapcsolatos megítélését, azzal való elégedettségét, az esetleges változtatási vágy irányát és okait, és egyes élelmiszerekkel és élelmiszer-összetevőkkel kapcsolatos attitűdjeit vizsgáltuk. A vizsgálatok során lakossági kérdőíves megkérdezést hajtottunk végre, amely kiértékelését az SPSS programmal végeztük. Legfőbb megállapítások között szerepel, hogy a lakosság bár fontosnak tartja testtömegének alakulását, mégsem elégedett saját testtömegével a megkérdezettek többsége. A testtömeg-változtatás oka leginkább a saját magának történő megfelelés. Mindezek mellett cikkünk tartalmazza a legmeghatározóbb fogyasztói attitűdöket az élelmiszer-fogyasztási szokásokkal kapcsolatban, valamint az egyes élelmiszerek és élelmiszer-összetevőkről alkotott fogyasztói preferenciákat.

A kutatás az Európai Unió és Magyarország támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával a TÁMOP 4.2.4.A/2-11-1-2012-0001 azonosító számú, „Nemzeti Kiválóság Program – Hazai hallgatói, illetve kutatói személyi támogatást biztosító rendszer kidolgozása és működtetése konvergencia program” című kiemelt projekt keretei között valósult meg”.

IRODALOM – REFERENCES

- (1) **GFK (2013a):** A csirke- és sertéshús a magyarok kedvence. www.gfk.com. 2013. április 3.
- (2) **GFK (2013b):** Pékáruk: továbbra is a fehér kenyér hódít. www.gfk.com. 2013. április 3.
- (3) **GFK (2013c):** Egyre több zöldséget és gyümölcsöt eszünk. www.gfk.com. 2013. április 3.
- (4) **GFK (2013d):** A hazai kedvenc a vörösbor, de egyre népszerűbb a rozé. www.gfk.com. 2013. április 3.
- (5) **Huszka P., Polereczki Zs.:** Alapélelmiszerek fogyasztása és vásárlása, valamint a döntést meghatározó tényezők vizsgálata Nyugat-Dunántúlon. Élelmiszer, táplálkozás és marketing 5 (2-3) 47-53 (2008)
- (6) **Huszka P.:** A hazai élelmiszerárak lakossági megítélésének vizsgálata. „Magyar Tudományos Akadémia, Veszprémi Területi Bizottság, Gazdaság-, Jog- és Társadalomtudományi Szakbizottsága, Komárom Város Önkormányzata, XVIII. Komáromi Napok, Komárom, 2009. április 27.
- (7) **Huszka P., Polereczki Zs., Szakály Z.:** A tej és tejtermékek, valamint a margarin vásárlási gyakoriságának vizsgálata Magyarországon. Tejgazdaság 65 (1) 8-14 (2005)
- (8) **KSH:** A háztartások havi fogyasztása, 2012. I. félév. Statisztikai tükrök 6 (86) 1-3 (2012)
- (9) **Szűcs I., Tikász I., Kovács K.:** A hazai halhús-fogyasztási szokások főbb jellemzői. Élelmiszer, táplálkozás és marketing, 5 (1) 53-61 (2008)