

# A teljes kiőrlésű lisztből készült sütőipari termékek fogyasztási szokásainak elemzése

Panyor Ágota

## Összefoglalás

*A teljes kiőrlésű lisztből készült sütőipari termékek különleges minőséget, magas hozzáadott értéket képviselnek. A teljes kiőrlésű termékekkel szemben sokkal magasabbak a fogyasztók elvárásai a minőséggel és az egészségre gyakorolt pozitív hatással kapcsolatban. A helytelen táplálkozási szokások, a civilizációs betegségek rohamos elterjedését eredményezték. Rendkívül fontossá vált tehát, hogy a táplálkozási szokásokban a minőség, és ne a mennyiség játssza a fő szerepet. Az egészségmegőrzésre odafigyelő fogyasztók számára fontos, hogy milyen élelmiszereket, általuk pedig milyen funkcionális alkotórészeket fogyasztanak.*

*Primer kutatásunkban arra kerestünk választ, hogy melyek a fiatal korosztály teljes kiőrlésű sütőipari termékekkel kapcsolatos ismeretei, motivációi. Vizsgáltuk a növényi eredetű funkcionális élelmiszerek fogyasztási szokásait, valamint a konkrét termékcsoporthoz vonatkozóan az egyes termékek fogyasztási hajlandóságát, a vásárlás gyakoriságát, és a vásárlást befolyásoló tényezőket.*

## Bevezetés

Az utóbbi évtizedekben a civilizációs megbetegedések száma világszerte drasztikusan nőtt, különösen a jóléti államokban. Az életmóddal összefüggő betegségekből származó halálozások tehető felelőssé a mortalitás háromnegyedéért. Néhány évvel ezelőtt azonban fény derült arra, hogy a civilizációs betegségek már korántsem kizárólag a jóléti államokat veszélyeztetik, hanem a fejlődő országokban is megtalálhatók.

Valójában nem léteznek jó és rossz ételek, csak a megfelelő táplálkozás kérdéses. A táplálkozási ajánlások alapján az elfogyasztott tápláléknak főleg növényi alapúnak kellene lennie, magas rosttartalommal, alacsony állati eredetű zsiradék bevitellel. Viszont elengedhetetlen szempont az egészséges táplálkozás mellett a megfelelő fizikai aktivitás, a lehetőleg stresszmentes és káros szenvedélyektől mentes életmód.

Munkánkban elsősorban a növényi eredetű funkcionális élelmiszerek, azon belül is a teljes kiőrlésű sütőipari termékek jelentőségére szeretnénk rávilágítani, hiszen a gabona alapú termékek minden ember táplálkozásának legnagyobb részét képezik, így nagyon fontos a minőségi termékek fogyasztása. Ezen termé-

kek jelentős élelmi rost tartalma igen nagy szerepet játszik a civilizációs betegségek megelőzésében, valamint az ideális testsúly megtartásában.

## A funkcionális élelmiszerek szerepe a táplálkozásban

A bevezetőben vázoltak alapján is jól látható, hogy az élelmiszeripar előtt is állnak új kihívások. Olyan új élelmiszereket kell kifejleszteni, amelyek egészségvédő hatásuk révén lassítják az emberiséget sújtó civilizációs betegségek terjedését, egyúttal az idősödő társadalmaknak is hosszabb, egészségben eltöltött élettartamot biztosítanak. Az alkalmazkodási folyamat biztos jele, hogy egyre nő azon élelmiszerek száma a piacon, amelyek a kiváló élvezeti érték mellett még egy, vagy több táplálkozásbiológiai előnnyel is rendelkeznek. Az ilyen típusú élelmiszereket nevezik funkcionális, vagy tervezett élelmiszereknek (Bíró, 2004; Hawkes, 2004).

Harris és Guten (1979) szerint egészségmagatartás minden olyan cselekvés, amelyet a személy azzal a céllal végez, hogy védje, elősegítse vagy fenntartsa egészségét, függetlenül az általa észlelt egészségi állapotától és attól, hogy az adott viselkedés objektíven hatékony-e. Tehát az egészségmagatartás egy olyan komplex rendszer, amelynek része a testmozgás, a lelki egészség, a higiénia, a káros élvezeti cikkek kerülése és nem utolsósorban a tudatos táplálkozás. Hozzájuk kapcsolódik még a rendszeres egészségügyi önellenőrzés és a szűrővizsgálatok igénybevétele.

Kutatások szerint az egészség- és a wellness trend még erőteljesebben fog érvényesülni az elkövetkező években (Mellentin, 2007). A vevők táplálkozási ismeretei bővülnek, a fogyasztók közül egyre többen keresik majd a funkcionális élelmiszereket. A pozitív folyamat még karakteresebbé válik, amikor megjelennek a tápanyag-összetételre és az egészségre vonatkozó állítások (Lugasi, 2007; Singer et al., 2006). Ennek hatására átalakulnak a fogyasztók táplálkozási szokásai.

A legnagyobb kihívás, amivel az élelmiszeripari vállalatoknak szembe kell nézniük, a természetesség előtérbe kerülése. Az egészségtudatos vásárlók egyre jobban figyelik, hogy milyen élelmiszereket fogyasztanak, és főként milyen funkcionális alkotórészeket „visznek be” a szervezetükbe. A tudatos fogyasztó már egyre kevésbé fogja elfogadni az általa mesterségesnek vélt anyagokat, ugyanakkor a természetben előforduló

bioaktívumokat (pl. élelmi rostokat, fitokemikáliákat) szívesen fogyasztja élelmiszerekhez hozzáadva is. A gyártmányfejlesztőknek érdemes figyelembe venniük azt is, hogy a természetesség döntően az ökoélelmiszerekhez kapcsolódik, így az organikus termékek potenciális versenytársai lehetnek a funkcionális élelmiszereknek. A konfliktus feloldásának egyik kézenfekvő módja lehet az öko-funkcionális élelmiszerek megjelenése a fejlett országok piacain (Jonas & Beckmann, 1998; Poulsen, 1999).

Magyarország komparatív mezőgazdasági- és élelmiszeripari előnyei révén hatékony szerepet tölthetne be az olyan új, funkcionális élelmiszerek kifejlesztésében, termelésében, hazai és külföldi forgalmazásában, amelyek hazánknak – követő helyett – piacot alakító pozíciót biztosítanak. Az ilyen pozíciót kielégítő élelmiszereket nevezik új generációs Hungarikumoknak, ami arra utal, hogy valódi, piacképes magyar fejlesztésekről van szó (Szakály, 2008).

### Anyag és módszer

A teljes kiőrlésű lisztből készült sütőipari termékek fogyasztási szokásainak megismeréséhez kérdőíves kutatást végeztünk. Felmérésünk első részében a funkcionális élelmiszerekre vonatkozó fogyasztói ismereteket kívántuk feltárni, a második részben pedig a teljes kiőrlésű sütőipari termékek fogyasztási szokásait vizsgáltuk.

A megkérdezettek köre nem tekinthető reprezentatívnak, viszont jól fedi azt az értékkereső fogyasztói klasztert, akik jellemzően a 18-30 év közötti, többnyire értelmiségi fiatalokból tevődnek össze. Megítélésünk szerint ez a csoport mutatja majd a legnagyobb érdeklődést a teljes kiőrlésű lisztből készült sütőipari termékek iránt.

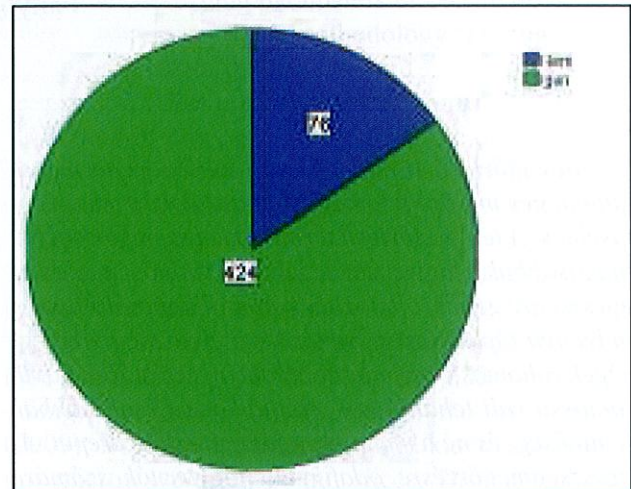
A kérdőíves megkérdezéses vizsgálatunk során 500 értékelhető kérdőívhez jutottunk. Az összeállított kérdőív döntően zárt kérdéseket tartalmazott, egyes kérdéseknél intervallumskála segítségével válaszolhattak a megkérdezettek. A beérkezett kérdőívek válaszait kódoltuk, majd a kapott értékeket az SPSS 16.0 for Windows matematikai-statisztikai program adattáblázataiban kerültek rögzítésre. A kiértékelés szintén ennek a programnak a segítségével történt.

### A fogyasztási szokások vizsgálatának eredményei

#### A funkcionális élelmiszerek ismertsége

A megkérdezettek jelentős többsége (84,8%) már hallott a funkcionális élelmiszerekről (1. ábra). A funkcionális élelmiszerek napjainkban egyre nagyobb

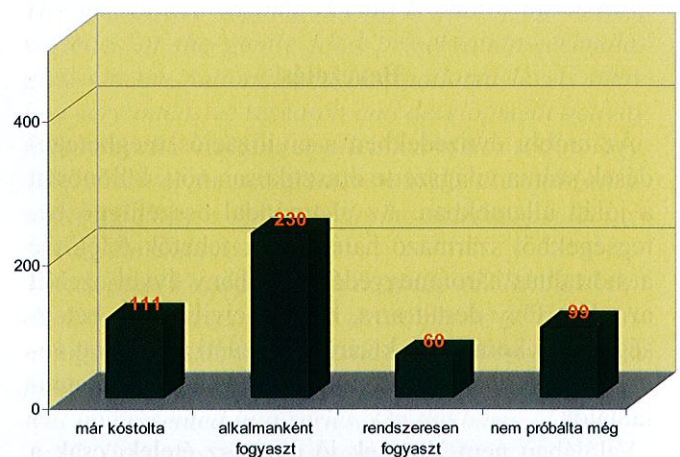
teret nyernek, mivel összetételük a korszerű táplálkozástudományi ismeretek alapján kerül kialakításra, egészségmegőrző és egészségjavító céllal.



1. ábra: A funkcionális élelmiszerek ismertsége

#### A funkcionális élelmiszerek fogyasztásának gyakorisága

A megkérdezettek 19,8%-a még egyáltalán nem fogyasztott funkcionális élelmiszereket. A többség viszont már kóstolta, alkalmanként fogyasztja. Mindösszesen 12% a rendszeres fogyasztó aránya, mely rendkívül alacsonynak mondható (2. ábra).

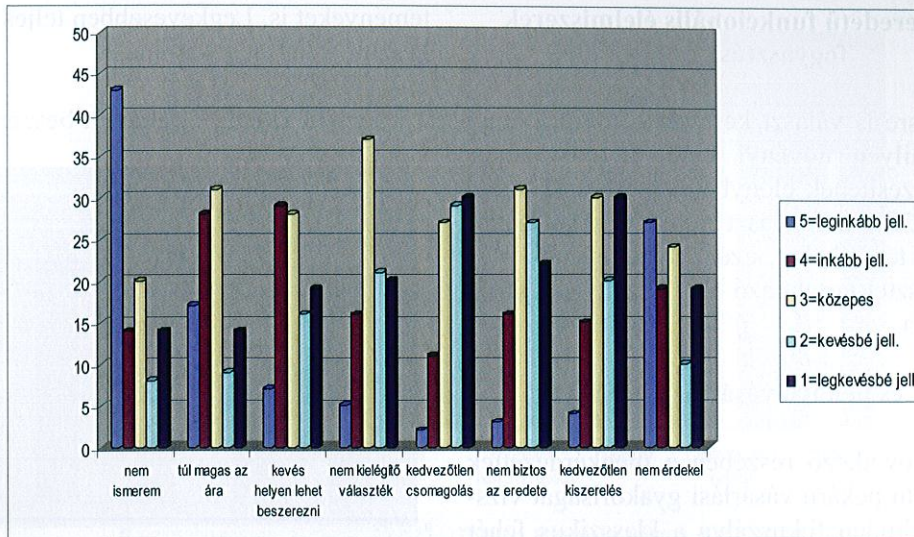


2. ábra: A funkcionális élelmiszerek fogyasztásának gyakorisága

Fontos cél, hogy az alkalmi fogyasztókból minél többen legyenek rendszeres fogyasztók, illetve akik pedig nem próbálták a terméket, azokkal megismertetni és őket fogyasztásra ösztönözni.

#### A funkcionális élelmiszerek nem fogyasztásának okai

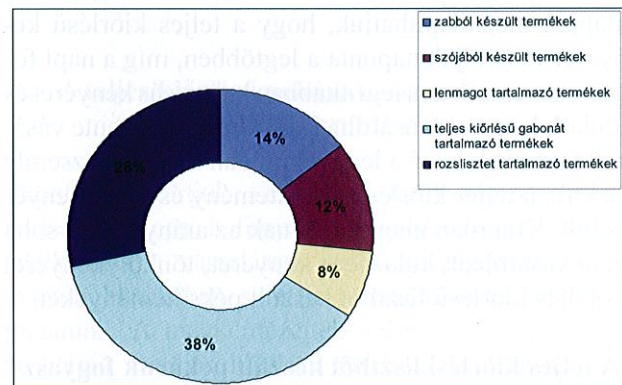
Azoktól, akik még egyáltalán nem fogyasztottak funkcionális élelmiszert, szeretnénk volna megtudni



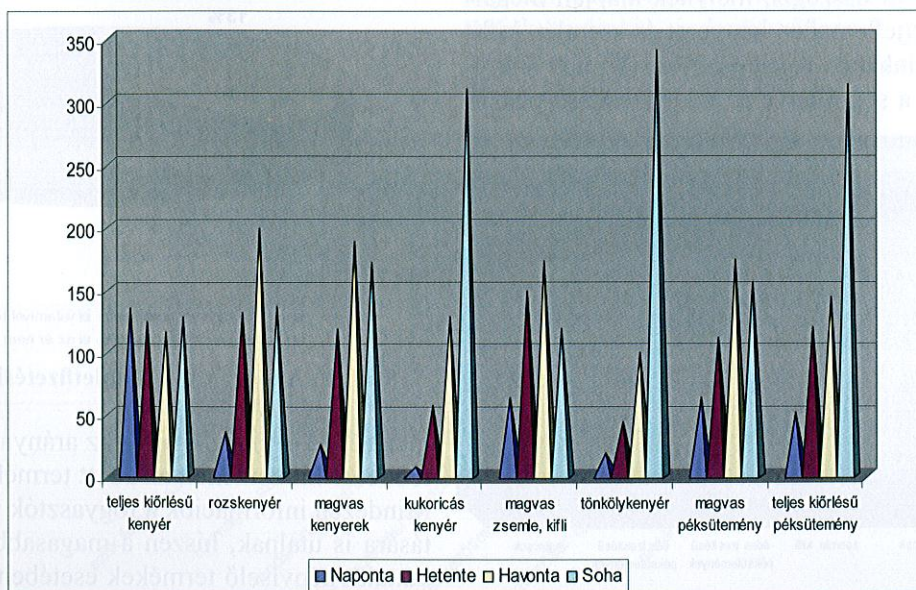
3. ábra: A funkcionális élelmiszerek nem fogyasztásának okai

az okokat, ezért következő kérdésünk erre irányult. A feltett kérdésre a megkérdezettek a különböző tényezőket (ismertség, ár, beszerezhetőség, választék, csomagolás, eredet, kiszerezés, érdeklődés) 1-5-ig terjedő intervallumskálán értékelték. Az iskolai osztályzatoknak megfelelően a legkevésbé jellemző tényező kapta az egyes értéket, a leginkább jellemző pedig az ötös értéket.

A válaszadók legjellemzőbb tényezőként említik meg, hogy nem ismerik a termékeket, túl magasnak találják ezek árát, illetve jelentős azoknak az aránya is, akik nem érdeklődnek ezen termékek iránt. Ezen kívül még meg kell említeni, hogy szintén jelentős problémának találják a beszerezhetőségre vonatkozó korlátozott lehetőségeket, tehát az értékesítési csatornák szükségességét (3. ábra).



4. ábra: A növényi eredetű funkcionális élelmiszerek fogyasztási szokásai



5. ábra: A kenyér- és finom pékáruk vásárlási gyakorisága

### A növényi eredetű funkcionális élelmiszerek fogyasztása

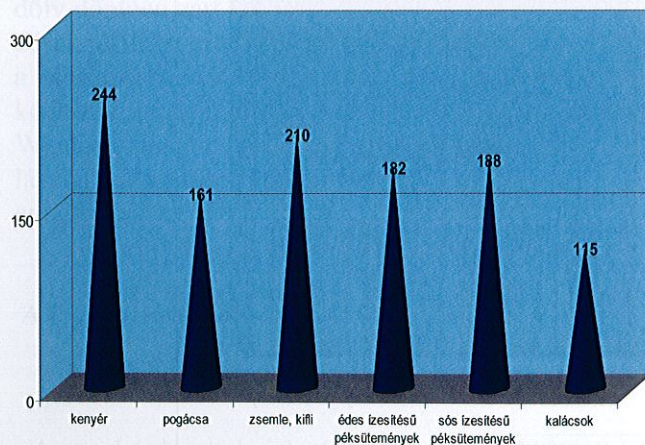
Arra a kérdésre is választ kerestünk, hogy a megkérdezettek milyen növényi eredetű funkcionális termékeket részesítenek előnyben vásárlásaik során. A válaszadók 38%-a fogyaszt teljes kiőrlésű gabonát tartalmazó termékeket, ezen kívül jelentős még (28%) a rozslisztet tartalmazó élelmiszerek fogyasztása is (4. ábra).

### Kenyér- és pékáru vásárlási szokások

A felmérés következő részében a megkérdezettek kenyér- és finom pékáru vásárlási gyakoriságát vizsgáltuk, egyértelműen fókuszálva a klasszikus fehér lisztből készült termékeken kívüli egyéb, különleges minőségű sütőipari termékekre. A válaszadók adatai alapján megállapíthatjuk, hogy a teljes kiőrlésű kenyeret vásárolják naponta a legtöbben, míg a napi fogyasztás esetében a legritkábban kukoricás kenyeret és tönkölykenyeret vásárolnak (5. ábra). A hetente vásárolt termékek közé a leggyakrabban a magvas zsemle és kifli, a teljes kiőrlésű péksütemény és a rozskenyér került. Kiugróan magas azoknak az aránya, akik soha nem vásárolnak kukoricás kenyeret, tönkölykenyeret és teljes kiőrlésű lisztből készült péksüteményeket.

### A teljes kiőrlésű lisztből készült pékáruk fogyasztási hajlandósága

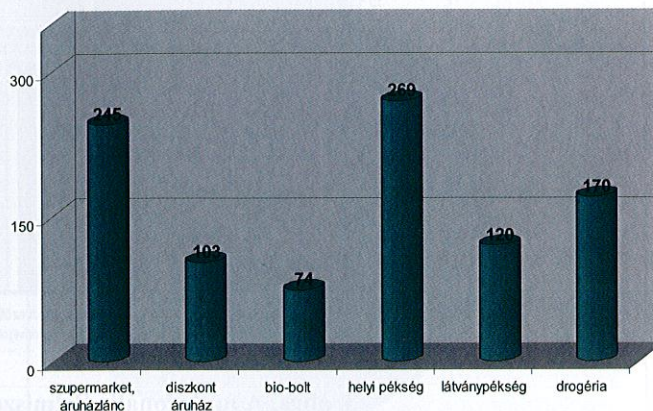
Felmérésünkben arra is választ kerestünk, hogy a teljes kiőrlésű sütőipari termékskálán mely termékek iránt jelentősebb a fogyasztási hajlandóság. A 6. ábra adatai a különböző teljes kiőrlésű pékáruk említéseinek arányát összegzi, melynek alapján megállapítható, hogy jellemzően kenyeret és zsemlet, kiflit vásárolnak leginkább. Továbbá közel azonos arányban említették a sós, illetve az édes ízesítésű péksü-



6. ábra: A teljes kiőrlésű lisztből készült pékáruk fogyasztási hajlandósága

teményeket is. Legkevesebben teljes kiőrlésű lisztből készült kalácsot vásárolnak.

### A teljes kiőrlésű pékáruk beszerzési forrásai

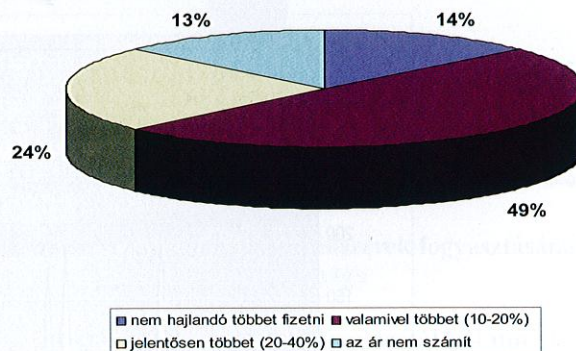


7. ábra: A teljes kiőrlésű lisztből készült pékáruk beszerzési forrásai

A válaszadók jelentős többsége a teljes kiőrlésű lisztből készült termékeket alapvetően a helyi pékségben, illetve a szupermarketekben vásárolja meg (7. ábra). Jelentős még azoknak az aránya is, akik a drogériákban (természetesen előre csomagolt formában) és a látványpékségben vásárol szívesen.

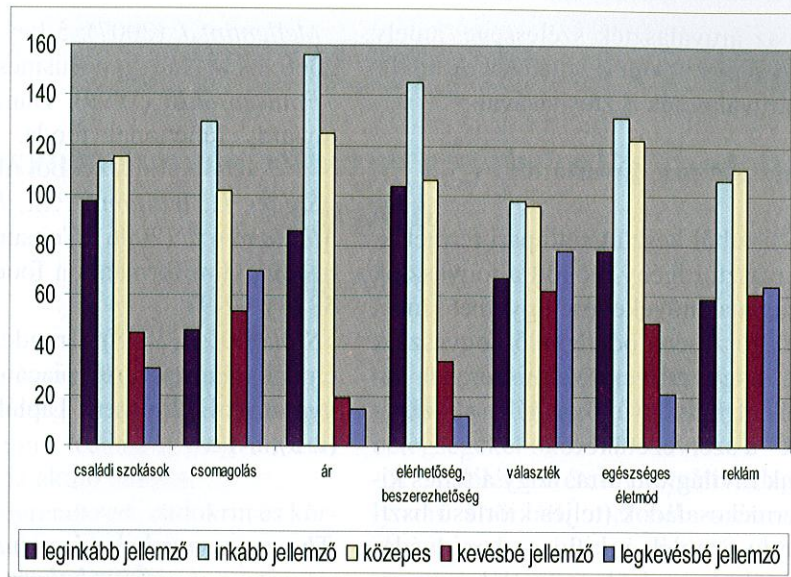
### A teljes kiőrlésű lisztből készült termékekre vonatkozó fizetési hajlandóság

Fontos tényezőként szerepel a fogyasztói döntések szempontjait vizsgálva az adott termékcsoportok ára. Kérdéseink között szerepelt, hogy a megkérdezettek mennyivel hajlandóak többet fizetni a teljes kiőrlésű lisztből készült pékárukért. A válaszadók fele (49%) a 10-20% közötti felárat tartja elfogadhatónak, de ki-



8. ábra: A fogyasztók többletfizetési hajlandósága

magasló (24%) azoknak is az aránya, akik jelentősen többet is kifizetnének az adott termékekért (8. ábra). Mindezen információk a fogyasztók tudatos magatartására is utalnak, hiszen a magasabb minőségi színvonalat képviselő termékek esetében elfogadhatónak tartják a magasabb árat.



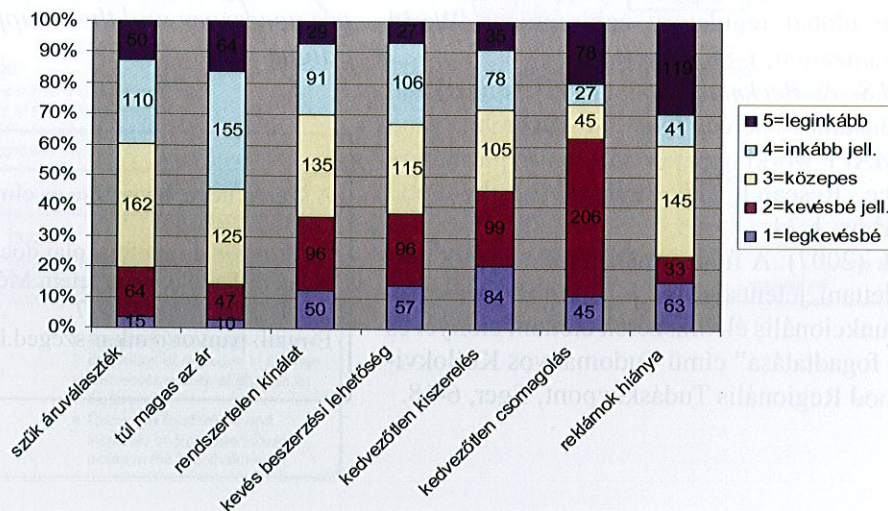
9. ábra: A fogyasztókat befolyásoló tényezők a teljes kiőrlésű pékáruk vásárlásakor

### A teljes kiőrlésű pékáruk vásárlását befolyásoló tényezők

Azok számára, akik valamilyen rendszerességgel fogyasztanak teljes kiőrlésű lisztből készült termékeket, arra vonatkozóan is tettünk fel kérdést, hogy vásárlási döntéseikben, mely tényezők befolyásolják őket a leginkább. A 9. ábra adataiból leolvashatjuk, hogy a válaszadók számára leginkább befolyásoló tényezőként jelenik meg a termékek beszerezhetőségi helye és az árak kérdése. Ezen kívül fontos tényezőként jelenik meg az egészséges életmód iránti igény és a családi szokások, melyek szintén jelentős hatást gyakorolnak vásárlási döntéseikre.

### A teljes kiőrlésű pékáruk vásárlása során felmerülő problémák

Fontosnak tartjuk azoknak a kérdéseknek a tisztázását is, hogy a fogyasztók milyen problémákkal találkoznak a vásárlásaik során, hiszen ezen információk birtokában szintén fontos következtetésekre juthatunk. A megkérdezettek számára a legnagyobb probléma a teljes kiőrlésű pékáruk vásárlásakor az ismeretek alapvető hiánya. A válaszadók részéről erőteljes igény fogalmazódik meg annak érdekében, az ismeretszerzés igen erőteljes reklám támogatással járuljon, ezért véleményünk szerint rendkívül fontos a különböző marketing kommunikációs eszközök széleskörű alkalmazása ezen termékcsoport értékesítése kapcsán. Problémaként merült fel, hogy túl magasnak tartják az árakat, és kedvezőtlennek minősítik a csomagolást is (10. ábra). A válaszadók részéről közepes



10. ábra: A vásárlás során felmerülő problémák

minősítést kapott az áruválaszték szélessége, amely mutatja azt is, hogy a piacnövelési lehetőségek bővíthetők szélesebb áruválaszték biztosításával.

### Következtetések, javaslatok

A teljes kiőrlésű lisztből készült sütőipari termékek iránti növekvő fogyasztói igény mögött a fogyasztók egészség-tudatosságának növekedése figyelhető meg. Az egészségük megőrzésére odafigyelő fogyasztók fontosnak tartják, hogy milyen élelmiszereket fogyasztanak, és főként milyen funkcionális alkotórészeket „visznek be” a szervezetükbe.

Primer kutatásunk rávilágított arra, hogy a teljes kiőrlésű sütőipari termékcsaládok (teljes kiőrlésű lisztből készült kenyerek, zsemlék és kiflik, valamint édes és sós péksütemények) igazodnak a vásárlók igényeihez. Azonban a fogyasztók szívesen fogadnák a meglévő termékkála további bővítését, melyre válaszaikban is utaltak.

Egyértelmű igény mutatkozik meg a válaszadók részéről, miszerint tovább kellene növelni a teljes kiőrlésű élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói tájékoztatást, és az egészségre gyakorolt pozitív hatásaira vonatkozó ismeretek bővítését. Ehhez fontosnak tartjuk a marketingkommunikációs eszközök minél szélesebb körű alkalmazását és ezek országos kampányokkal való támogatását.

### Irodalomjegyzék

Biró, Gy. (2004): Új funkcionális élelmiszer alkotórészek – A rosszindulatú daganatok és az oxidatív degradáció. *Édesipar*, 50 (4), 137-146.

Harris, D.M. & Guten, S. (1979): Health protecting behaviour: An exploratory study. *Journal of Health and Social Behaviour*, 20, 17-29.

Hawkes, C. (2004): Nutrition labels and health claims: the global regulatory environment. *World Health Organization*, 1-88.

Jonas, M.S. & Beckman, S.Z. (1998): Functional foods: Consumer perceptions in Denmark and England. MAPP working paper 55, Centre for market Surveillance, Research and Strategy for the Food Sector, Aarhus, 1-34.

Lugasi, A. (2007): A funkcionális élelmiszerek táplálkozás-élettani jelensége és jogi szabályozásának háttere. „Funkcionális élelmiszerek élettani előnyei és fogyasztói fogadtatása” című Tudományos Kollokvium, Egerfood Regionális Tudásközpont, Eger, 6-18.

Mellentini, J. (2007): 5 key trends in kid's nutrition 2008. *New Nutrition Business, Case Study*

Poulsen, J.B. (1999): Danish consumers' attitudes towards functional foods. MAPP Working Paper No 62, The Aarhus School of Business, 1-44.

Singer, L., Williams, P.G., Ridges, L., Murray, S. & McMahon, A. (2006): Consumer reactions to different health claim formats on food labels. *Food Australia*, 58 (3), 92-97.

Szakály, Z. (2008): Trendek és tendenciák a funkcionális élelmiszerek piacán: Mit vár el a hazai fogyasztó? *Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing*, 5 (2-3), 3-11.

### *The consumer behavior analysis of the whole-grain flour bakery products*

Á. Panyor

*Increasing consumers' health-consciousness can be observed behind the growing customers' demand on the market of whole-grain flour bakery products. Those consumers who pay attention to their health, are attentive to the importance of the food quality, especially about the functional components what they "take in" to their organism/human body. Our primary research revealed, that whole-grain bakery product lines, which contain a variety of products (whole-grain flour bread, bread rolls and crescent rolls, and sweet and salty pastries) meet with the consumers' demand. However, consumers would welcome further expansion of the existing range of products, which was stated in their answers. There is a clear demand by respondents, that they need further whole-grain food-related consumer information, its expansion of relevant knowledge and positive effects on health. For all this, we think that using wide range of marketing-communication tools are necessary and their support by national campaigns.*

A szerző neve, beosztása és címe:

Dr. Panyor Ágota főiskolai docens  
Szegedi Tudományegyetem Mérnöki Kar  
6724 Szeged, Mars tér 7.  
E-mail: panyor@mk.u-szeged.hu