



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Károly Róbert Campus
Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet
Kereskedelem és marketing alapképzési szak
Levelező tagozat

**Fogyasztói és vásárlási szokások vizsgálata a cukormentes
élelmiszerek piacán**

Belső konzulens:	Dr. Szabóné Benedek Andrea
	Egyetemi docens
Belső konzulens intézete/tanszéke:	Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet
	Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék
Készítette:	Sőregi Nikoletta

Gyöngyös
2023

Napjainkban egyre gyakoribb problémák az elhízás, a cukorbetegség, a szív- és érrendszeri betegség, emiatt az egészséges életmód témája előtérbe került. Egyre több ember él élelmiszerallergiával, -érzékenységgel vagy -intoleranciával, például glutén, laktóz, tejfehérje, tojás. Ennek következtében egyre többen figyelnek oda tudatosan arra, hogy mit fogyasztanak.

Tudatosan kerülni szeretnénk vagy kerülnünk kell különböző alapanyagokat, élelmiszereket emiatt előtérbe kerülnek bizonyos helyettesítő termékek. Saját magam és a környezetemben egyre többen követnek speciális étrendet. Manapság az egészségtudatos termékek vásárlása már nem jelent akadályt a fogyasztók számára, még akkor sem, ha ez kevesebb, mint a hagyományos áruk. Szakdolgozatom témája, a fogyasztói és vásárlási szokások vizsgálata a cukormentes élelmiszerek piacán, amit azért választottam, mert személyesen érintett vagyok ebben a témában.

A kutatásom kezdeteként a magyar lakosság egészségügyi állapotával és étkezési szokásaival foglalkoztam a szakirodalmi áttekintésben. Ezután részletesen kifejtettem a cukorbetegséget és annak különböző típusait. A KSH által szolgáltatott adatok alapján bemutattam a Magyarországon élő cukorbetegek helyzetét. Ismertettem a cukormentes élelmiszereket, valamint részletesen kitértem az édesítőszeres különböző csoportjaira. Az élelmiszer fogyasztói magatartás trendjeivel, a marketing mix 4 P-jével és az egészségtudatosság mint megatrenddel is foglalkoztam. A fogyasztói magatartás és élelmiszerfogyasztási modellekkel zártam az irodalmi áttekintést.

A második fejezetben részletesen ismertettem az általam készített primer kutatást, amelyet online kérdőíves megkérdezés formájában hajtottam végre. Ebben a részben tűztem ki a kutatás céljait és fogalmaztam meg a feltételezéseimet. Az elért eredményeket a kérdésekre adott válaszok elemzésével értékeltem ki.

A kutatásom célja az volt, hogy megértsem, mi motiválja a fogyasztókat a cukormentes élelmiszerek vásárlására és fogyasztására. Megvizsgáltam, hányan választják ezeket az élelmiszereket indokolt okokból, például egészségi állapotuk miatt, és hányan saját megfontolásból. Legnagyobb százalékban saját egészségük megőrzése érdekében fogyasztják ezeket az élelmiszereket. Emellett vizsgáltam azokat is, akik nem részesítik előnyben ezeket az élelmiszereket, és próbáltam kideríteni, miért nem. Sokan közülük azzal indokolták, hogy egyszerűen nincs szükségük cukormentes élelmiszerekre. A cukormentes élelmiszerek árát a fogyasztók több mint a fele elfogadhatónak ítéli meg.

A kutatásom során érdekelt, hogy az emberek milyen típusú cukormentes élelmiszereket vásárolnak, hol szokták megtenni ezt, és milyen gyakran. Az eredmények alapján a legtöbben cukormentes üdítőt választották továbbá az édesítőszer közül a természetes eredetű édesítőszeret preferálja jobban. Főként heti rendszerességgel diszkontáruházban vásárolnak cukormentes élelmiszereket a kitöltők. A vélemények alapján könnyen be lehet szerezni ezeket a speciális élelmiszereket.

Választ szerettem volna kapni, hogy pontosan milyen tényezők játszanak szerepet a vásárlási döntéseikben. A válaszadók kielégítőnek tartják a cukormentes élelmiszerek választékát. A három legmeghatározóbb befolyásoló tényező a vásárlási döntésben a kitöltők szerint az íz, az ár és az összetevők. A terméket kínáló üzlet és a csomagolás a legkevésbé befolyásoló tényező a válaszok alapján. A termékek összetevő listáját a kitöltők fele abban az esetben nézi meg, ha új terméket szeretne kipróbálni. Havonta a kitöltők közel fele 0-5.000 Ft között költ ezekre az élelmiszerekre. A két legismertebb márka a Gullon és Dia Wellness. Az válaszok alapján a legtöbb esetben a barátoktól, ismerősöktől, a közösségi médiából illetve az üzletekben tájékozódnak a cukormentes élelmiszerekkel kapcsolatban. Mivel sokan tájékozódnak az üzletekben is ezért különösen fontos lenne az eladó személyzet továbbképzése, mivel a trendek azt mutatják, hogy egyre növekszik az igény a speciális tudásra. Az élelmiszerek és összetevőik részletes ismerete, valamint a fogyasztók körében leggyakoribb betegségek és étrendek ismerete kiemelkedő fontosságú lenne.

Az eredmények értékelése után újra megvizsgáltam a kitűzött célokat és hipotéziseket. Bár minden kitűzött célt sikerült teljesítenem, sajnos a hipotéziseim közül nem mindegyiket tudtam igazolni. A kutatás minta nagysága miatt nem minősül teljesen reprezentatívnak, azonban a válaszok sokfélesége alapján látható, hogy a korosztály széles skálájáról érkeztek kitöltések. Összességében tehát egy átfogó képet kaptam a cukormentes élelmiszerek fogyasztói és vásárlási szokásairól a végzett kutatás során.