

A TEJ „ÉLET, ERŐ EGÉSZSÉG”?! – FOGYASZTÓI MAGATARTÁS VIZSGÁLATA A TEJFEHÉRJE- ÉS A LAKTÓZÉRZÉKENYEK KÖRÉBEN

Kalapos Anett – Lendvai Edina

Absztrakt: Kutatásunk során a táplálkozással összefüggő betegségek közül a tejfehérje-allergia, illetve a laktóz-intolerancia lett a vizsgálatunk tárgya. Munkánk során feltérképeztük ezen betegség biológiai hátterét, majd mind a kvalitatív, mind a kvantitatív módszerek egyikével próbáltuk megközelíteni a problémát, egyrészt értékesítési, másrészt fogyasztói szemszögből. A két kutatás, egymást kiegészítve, nyújtott lehetőséget arra, hogy megismerjük a lakosság ezen szegletének gondjait, fogyasztási-vásárlási szokásait. Igyekeztünk a végén megfelelő következtetéseket levonni, illetve a fogyasztók számára néhány javaslattal éltünk.

Abstract: In our research, we focused on milk protein allergy and lactose intolerance among nutrition-related diseases. During our work, we mapped the biological background of these conditions and then approached the problem using either qualitative or quantitative methods, from both a sales and a consumer perspective. The two studies, complementing each other, provided an opportunity to understand the concerns and consumption-purchasing habits of this segment of the population. We aimed to draw appropriate conclusions at the end and offered some suggestions for consumers.

Kulcsszavak: kérdőív, strukturált interjú, fogyasztási - vásárlási szokások, intolerancia, allergia

Keywords: questionnaire, structured interview, consumption - purchasing habits, intolerance, allergy

1. Bevezetés

Az ételérzékenység napjainkban egyre fontosabb téma, hiszen évről évre egyre többen szembesülnek az ezzel kapcsolatos kihívásokkal. A munkahelyeken is problémás lehet az ott dolgozók étkeztetése. Ez a jövőben olyan kihívások elé állíthatja a munkahelyeket, mint a munkavállalók átlagéletkorának növekedése (Nagy–Gulyás, 2014). A tejfehérje- és laktózérzékenység lehetetlenné teszi, vagy megnehezíti az állati eredetű tejtermékek fogyasztását, emiatt az érintett személyeknek egyedi fogyasztási magatartást kell kialakítaniuk, hogy a lehető legkiegyensúlyozottabb módon tudják élni a mindennapjaikat. A magyar népesség 20-30 százalékát érinti a laktóz intolerancia, viszont sokuk nem tudja magáról, hogy egy speciális étrend követése megszüntetheti a kisebb-nagyobb panaszokat (<https://www.vital.hu/laktozerzekeny-milliok>, é. n.).

Így megállapítható, hogy Magyarországon is jelentős létszámban találhatóak meg az állati eredetű tejtermékeket nem fogyasztó emberek.

Kutatásunk során ezen emberek fogyasztási szokásait vizsgáltuk, hiszen számukra a megfelelő étrend kialakítása kihívásokkal járhat. A kutatások lehetőséget biztosítanak arra, hogy beletekintsünk a mindennapi döntésekbe étkezés és vásárlás során, illetve megértsük a fogyasztásuk mikéntjét, ezzel is javítva helyzetükön.

1.1. Az immunrendszer működése

Ahhoz, hogy megértsük, mi is az allergia, fontos testünk működését is megérteni, ezen belül pedig az immunrendszert. Ez a védelmi mechanizmus alapvetően

felismeri és megvédi a szervezet saját anyagait, azokat az ártatlan sejteket, amelyek a test működéséhez elengedhetetlenek. Amikor valamilyen anyag kerül a szervezetbe, az immunrendszer beazonosítja, ártalmatlannak, vagy ártalmasnak ítéli meg. A káros, testidegen sejteket antigéneknek nevezzük, amelyek lehetnek fertőzések, baktériumok vagy károsult sejtek. Megtörténik a felismerés, majd az ezt következő reakciót nevezzük immunválasznak, amely egy gyors és hatékony folyamat. Ellenséges „betolakodók” esetén a szervezetünk a nyálkahártyán és a véráramon keresztül harcol ellenük (Tóth, 2003). Az antigének felismerése után speciális kódolással rendelkező antitest (ellenanyag) termelése veszi kezdetét (Szatmári, 2018).

Az immunrendszernek alapvetően két csoportja van. Minden embernek van veleszületett immunitása, illetve szerzett immunitása (Szatmári, 2018). A veleszületett védekezést a magzat az anyaméhben kezdi kialakítani, míg a szerzett védekezés a külvilággal való érintkezés után egy egész életén át. Ez lehet az oka annak, hogy egy pollenszezon alatt született gyermek esetében nagyobb az esélye a virágpor érzékenységre, vagy az, hogy azoknál a gyermekeknél, akik természet közelben nőttek fel ritkább a légúti allergia, hiszen az immunrendszer megtanult helyesen reagálni az adott környezetre (Muraközy, 2008).

A veleszületett immunitást a gyermek már az anyaméhben kialakítja. Az anya immunrendszerét védő ellenanyagok (fehérjék) megjelennek a méhben, ezáltal megakadályozzák az esetleges allergiás reakciókat. Később ezek a védő fehérjék a szoptatás során átmeneti immunitást tudnak nyújtani a csecsemő számára, hiszen megtalálhatóak az anyatejben, illetve nyálban is (Tóth, 2003).

Egy adott megbetegedés első előfordulására a szervezet a fentebb ismertetett módon jár el. Az antigén beazonosítása után az immunrendszer megkezd a gyógyítást, valamint a memóriájában eltárolja az antigén információit úgynevezett emlékező sejtek segítségével (Szatmári, 2018). Ez teszi lehetővé a következő megbetegedések esetén, hogy a szervezet már rövidebb reakcióidővel tudjon válaszolni az antigén érkezésére, ezt a folyamatot nevezzük szerzett immunitásnak (Muraközy, 2008).

Összegezve az immunrendszer feladata nem más, mint a test állandó megfigyelése, illetve a szervezetbe bekerülő idegen sejtek, bacilusok és vírusok elleni azonnali hatékony fellépés, eltávolítás.

1.2. Az allergia

Az allergia egy olyan „hibás” reakció, amit az immunrendszer alapvetően ártalmatlan anyagokra ad válaszként. Ez egy szerzett reakció olyan antigénekre, amellyel a szervezet már találkozott korábban. Az allergiát egy bizonyos „T-helper2” sejt okozza közvetetten, ilyenkor allergiát okozó antitestek termelődnek a szervezetben, ezzel egy állandó gyulladást okozva (Szatmári, 2018). A védelmi rendszer már nem csak az antigén anyagokra riasztja a testet, hanem már károsító folyamatokat kezdeményez jótékony, vagy semleges elemek megjelenésekor is (Tóth, 2003). Ekkor gyulladáskeltő és ingerületátvivó anyagok szabadulnak fel a szervezetben (Muraközy, 2008).

Egyes kutatások rávilágítottak arra a tényre, hogy az allergiára való hajlamosság akár örökölhető is. Azon gyermekek, akiknek a közvetlen családjában van allergiás, vagy allergiára hajlamos személy, nagyobb eséllyel lesznek ők is allergiára hajlamosak, állapította meg az Egészségügyi Világszervezet (Tóth, 2003).

Az allergén beazonosítása után javasolt kezelési módszer az adott összetevő hosszabb távon való kerülése, ami sok esetben azt eredményezi, hogy nem lesz szükség a teljes megvonásra a későbbiekben. Ám vannak esetek, amikor az allergén kerülése nem megoldható, ilyenkor antihisztaminok adagolása javasolt allergiagyógyszerek formájában (Ábel, 2020).

1.3. Intolerancia

Természetesen nem minden esetben beszélhetünk ételallergiáról, miközben a tünetek teljes mértékben megfelelhetnek az allergiás tünetek kritériumainak. Létezik egy úgynevezett intoleranciás folyamat, a kettő könnyen összetéveszthető. Ilyenkor az immunrendszer nem gyors válasszal reagál az adott „káros” anyagra, hanem mennyiség-függő módon akkor jelentkeznek ezek a tünetek, ha az ebben szenvedők elérnek a fogyasztásban egy bizonyos határszintet (Solymosi et al., 2020). Ez a folyamat akár több napig is eltarthat, késleltetve jelentkeznek a tünetek (<https://www.allergiakozpont.hu>, 2025). Ennek oka, hogy ebben az esetben nem az immunrendszer reagál, hanem a tüneteket az emésztőrendszer váltja ki, éppen ezért emésztőrendszeri tünetekről beszélünk. Ilyen esetben jelentkezhet hasmenés, puffadás, gyomorfájdalom, akár hányás is (<https://medicover.hu>, 2025). Hosszabb távon ezek a tünetek más jellegűek is lehetnek, például jelentkezhet fejfájás, fáradtság, súlygyarapodás vagy ízületi fájdalom (Muraközy, 2008).

Az ételintolerancia gyakori okai a következő összetevők lehetnek: glutén, tejtermékek, kukorica, tojás, mogyoró, paradicsom, cukor, burgonya, tőkehal stb. (<https://medicover.hu>, 2025).

1.4. A tej, mint allergén

A tej tehát nem mindenki számára jelenti a szocializmusban elterjedt szlogent, miszerint *a tej élet, erő, egészség*, hanem allergiás reakció kiváltó okaként jelenik meg. A tejfehérjék bevitelére a szervezetbe ugyanis ezzel párosul, míg az intoleranciát a laktózt emésztő enzim kismértékű aktivitása, vagy annak hiánya okozza (Kenjeric et al., 2016).

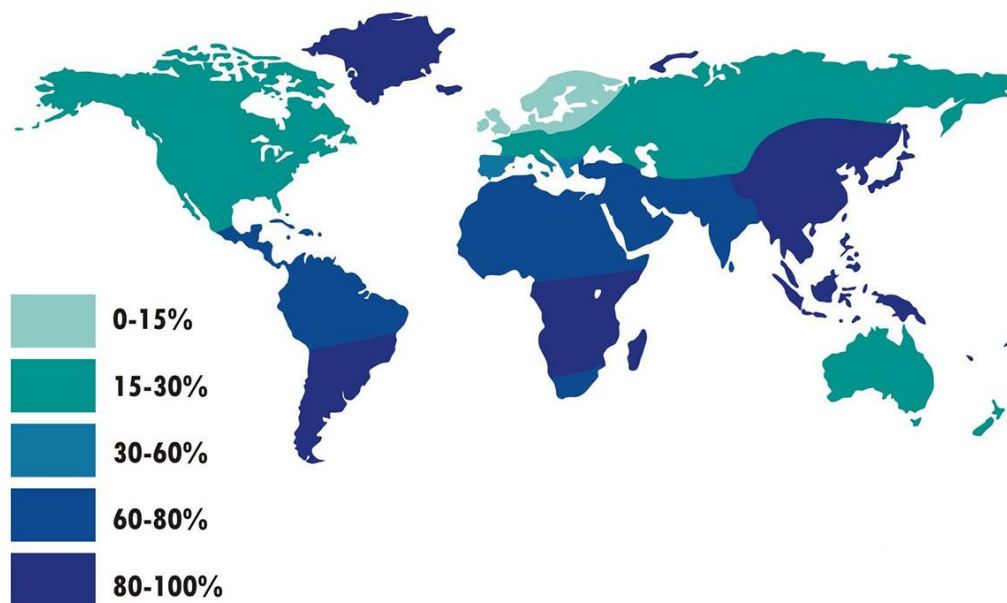
Mint a legtöbb esetben, egy tejfehérjére allergiás ember nehezebben kezelhető, komolyabb lefolyású tüneteket produkál, mint egy intoleranciával rendelkező egyén. Az allergia tünetei ebben az esetben lehet nátha, arcüreggyulladás, szívritmuszavar, asztma, akné, ízületi gyulladás, bélrendszeri gyulladás. Az intolerancia tünetei könnyebben kezelhetőek, ilyenek a hasi puffadás és fájdalom, hasmenés, bőrelváltozások (Lomer et al., 2008).

Az érintett emberek a tünetek elkerülése miatt kétféle megoldást alkalmazhatnak; nagymértékben, vagy teljesen elhagyják a tejtermékeket, illetve dönthetnek úgy, hogy valamilyen helyettesítő terméket vezetnek be az étrendjükbe. Ezek a helyettesítők általában hüvelyesekből, diófélékből, rizsből, zabból, szójából

és kókuszából készülnek. Ám ezeknek előállítása bonyolultabb technológiát igényel, így ára is magasabb a hagyományos tehéntejéhez képest (Pontonio et al., 2021). A laikusok gondolhatják, hogy elég, ha a laktózmentes termékek fogyasztását választják az érintettek, ám ez csak az intoleránsak számára nyújthat tünetmentességet.

A világ minden pontján változó, hogy milyen arányban van jelent a tejfehérje és laktózérzékenység a különböző országok társasalmaiban, ami nagyban függhet a nemzet étkezési szokásaitól. Az *1. ábra* szemlélteti a laktózérzékenyek arányát, a világ egyes területein.

1. ábra: A laktózérzékenység előfordulásának világtérképe



Forrás: a szerzők szerkesztése Zechmann-Khreis (2024) alapján.

1.5. Az egészségtudatos fogyasztói magatartás

A tudomány fejlődésének és az információ megfelelő áramlásának köszönhetően a fogyasztókban kialakult az egészséges táplálkozás iránti vágy, így a vásárlások már egészségtudatos alapokkal is rendelkeznek.

Ebből a piaci állapotból született meg a táplálkozásmarketing, illetve a funkcionális élelmiszerek fogalma. „A kifejezés arra utal, hogy a társadalom hosszú távú érdekeinek figyelembevétele megkívánja olyan élelmiszerek kifejlesztését, amelyek mellett, hogy ízletesek, még egy vagy több táplálkozási (funkcionális) előnnyel is rendelkeznek. Ebből következően a táplálkozásmarketing azokat az élelmiszereket „menedzseli” a piacon, amelyek valamilyen egészségvédő (funkcionális) tulajdonsággal bírnak.” (Szakály, 2017).

Egy országos felmérés (Malota et al., 2019) célja az volt, hogy a kutatók fényt derítsenek a vásárlók egészséges táplálkozással kapcsolatos szokásairól. A reprezentatív kutatás során vegyes eredmények érkeztek az általam vizsgált

kérdéskörben. A válaszadók számára egy „jó étkezést” legkevésbé az étel egészségessége határozza meg, leginkább pedig az íz, illat és megjelenés, ami – például egy gyorséttermi étkezés szempontjából – lehet, hogy az egészségesség ellentétét jelenti. A következő kérdéskörben azt vizsgálták, hogy maguk a fogyasztók mennyire tartják étkezésüket egészségesnek. A válaszadók 29 százaléka gondolja azt, hogy az általuk fogyasztott ételek és alapanyagok 41-60 százaléka egészséges.

Egy másik, hasonló témában készített kutatás (Nábrádi–Szakály, 2021) vizsgálja az információszerzést az egészséges tápanyagok vonatkozásában. Itt az internet jelenléte és használata egyértelműen pozitív hatással van az egészséggel kapcsolatos kommunikációra, mivel gyorsan és egyszerűen lehet az információkat megszerezni, ezek széleskörűen elérhetőek. Viszont ennek a rendszernek hátrányai közé a szemre káros megnövekedett képernyőidőt, a hitelesség megkérdőjelezhetőségét sorolja, illetve megemlíti azt is, hogy a fogyaszt a túl sok, akár egymásnak ellent mondó információkban elvész, nem találja meg a megfelelő megoldást.

A 2019. évi Európai lakossági egészségfelmérés során fény derült arra, hogy a népesség jelentősebben egészségesebbnek tartja magát 2019-ben, mint 2014-ben (A 2024. évi jelentés még nem készült el.). A férfiak 59, a nők 50 százaléka tartotta egészségét jónak, vagy nagyon jónak 2014-ben, valamint a férfiak 12 százaléka, a nők 17 százaléka vallotta rossznak az állapotát. 2019-ben ez az arány jelentősen javult, a férfiak terén 65 százalék jó, míg csupán 8 százalék rendelkezett rossz egészségügyi állapottal. Ezt a javulást a nők esetében is megfigyelhetjük, 8 százalékkal nőtt a jó, 6 százalékkal pedig csökkent a rosszabb egészségűnek vallók aránya (www.ksh.hu).

1.6. Szekunder kutatás, kitekintés más országokba

Egy 2020 decemberében kiadott felmérés keretei között Törökország lakosságát vizsgálták aszerint, hogy a laktózérzékenységük mennyire befolyásolja a mindennapjaikat. A kutatást 18–60 év közötti felnőtteken végezték. A tej és tejtermékek fogyasztása után a résztvevők 62 százalékban bélgázokról és 44 százalékban gyomorpuffadásról számoltak be. 15 százalék azt nyilatkozta, hogy teljesen kizár minden olyan ételt az étrendjéből, ami hasi gázokat és puffadást okoz, valamint kényelmetlenséget okoz nekik. A kutatás eredményeképpen azt állapították meg, hogy az emberek kevesebb tejterméket fogyasztanak emésztőrendszeri problémák miatt. Ezért kiemelten fontos tájékoztatni az embereket a laktózintolerancia hatásairól, mert az intoleranciából adódó kellemetlenségek befolyásolhatják a tápanyagbevitelt és csökkenthetik az életminőséget (Garipoğlu et al., 2021).

2001-ben Reumont készített egy kérdőívet, amivel a laktóz intoleranciát vizsgálta a kanadai lakosok körében. Megállapította, hogy a leggyakrabban fogyasztott helyettesítő termékek a szójatej, szójadesszertek, tejcukor-csökkentő és szójajoghurt. Ezeket a termékeket elsősorban a diagnosztizált laktózérzékenyek fogyasztják. Fontos azonban megjegyezni, hogy a résztvevők 57-76%-a nem fogyaszt laktózmentes terméket. Kutatása során kimutatta, hogy a diagnosztizált kitöltők esetében „nagyon jó”, míg az érzékenynek vélt kitöltők esetében „jó” az oda

tartozó személyek ismeretei a készételek esetében. Úgy tapasztalta, hogy a laktózzintoleranciával élők esetében jellemző az információk és erőforrások megosztása a „társakkal”, ami hozzájárulhat a tünetek kezelésének és a tudás javításának folyamatához (Reumont, 2001).

A 2019-es KSH felmérése alapján a magyar lakosság közel 20 százaléka követ valamilyen speciális diétát, 1,4 százalék a tejfehérjét, 4,1 százalék pedig a laktózt kerüli étrendje összeállításakor (KSH, 2019).

2. Anyag és módszertan

Kutatásunk során törekedtünk arra, hogy mindkét oldalról megközelítsük a problémát. Ennek érdekében kvalitatív és kvantitatív módszereket is alkalmaztunk, melyek jól kiegészítették egymást.

Elsőként strukturált interjút készítettünk a Szeged belvárosában található Mentés Kuckó nevű bolt tulajdonosával, Deák Orsolyával. Az interjúnk egy előre megszerkesztett és leegyeztetett kérdéssoron alapult, s a bolt kávézó részén került rá sor 2023. október 18-án.

A kvantitatív kutatás során először kapcsolatba léptünk olyan közösségekkel, melynek tagjai az általunk vizsgált egészségügyi problémával küszködtek. Így 2023 szeptemberében sikerült csatlakoznunk olyan csoporthoz, amelynek tagjai ilyen jellegű intolerancia-problémával küszködnek, így lehetőségünk volt betekintést nyerni a leggyakrabban felmerülő problémákra, kérdésekre, s ezek segítségével állítottuk össze a kérdőívünket, melyet 3 szakaszra osztottunk fel:

- Az elsőben az érzékenységgel kapcsolatban általános kérdéseket tettünk fel, panaszokra, kezelési módra és az érzékenység felfedezésének módjára kitérve.
- A második szakaszban a kutatásban résztvevők fogyasztói szokásaival kapcsolatos kérdéseket fogalmaztunk meg, mint például a márkahűség, a vásárlások gyakorisága, vagy egyes márkák ismeretségének kérdésköre.
- A kérdőívet demográfiai kérdésekkel zártuk, vizsgáltuk a kitöltők jellemzőit, kitérve az életkorra, a lakhelyre és az iskolai végzettségre is.

A válaszadók olyan 18 év felettiak voltak, akiket a közösségi média felületén kapcsolódhattak be a kérdőív kitöltésébe 2023 novembere és 2024 januárja között.

3. A primer kutatás eredményei

3.1. A kvalitatív kutatás főbb eredményei

Az alábbiakban összefoglaljuk az interjúalanyunk által elmondottakat, illetve idézőjelek közé téve néhány fontosabb gondolatát, igyekszünk ezen kis helyen is még hitelesebbé tenni őt. Mint megtudtuk, megkérdeztünk, Deák Orsolya nehezen talált olyan helyet a városban, ahol biztonságosan vásárolhatna, meglévő a búzaallergiája, valamint laktózzérzékenysége miatt. „legem lett abból, hogy ha el kellett mennem valahova, akkor tele kellett tömnöm a táskámat olyan ételekkel,

amiket én is meg tudtam enni anélkül, hogy rosszul lennék, hiszen a városban nem volt olyan hely, ahova biztonsággal mehettem volna.”

Ennek eredményeként hat éve megnyitotta a boltját, amelynek célja az volt, hogy a vevők alapanyagokat, helyben fogyasztható süteményeket és készételeket találjanak. A „minden mentes” kifejezés alapvetően a glutént, tejet, tojást és szóját foglalja magába, amik közül a tej- és gluténmentes kategória minden termék esetén érvényes.

A termékválasztékot a vásárlói igények alapján alakítja ki, különösen a sütemények esetében. Orsolya figyel arra, hogy az általa készített termékek esetében is gazdaságos legyen az alapanyagok kiválasztása.

Beszállítói között így helyi termelők és nagykereskedések, illetve országos forgalmazók is vannak. „A sütéshez a helyi nagykerektől szerzem be az alapanyagokat, a termékek esetén pedig országos szinten rendelék a forgalmazóktól weben vagy telefonon.”

Vásárlói főleg hölgyek, akik jellemzően a hét vége felé keresik fel üzletét. „A vásárlóim túlnyomóan nők, akik visszatérő vásárlók. A vevőim 20 százaléka nem érzékeny, ők az egészséges táplálkozás, vagy a süteményeim íze miatt vásárolnak nálam.” Megfigyelhető volt egy kismértékű forgalomnövekedés a közösségi médiában történő megjelenése után.

Az értékesítés terén a bolt főként fizikai üzletként működik, de a saját süteményeket elérhetővé teszi a Foodora futárszolgálaton keresztül is. Orsolya tervezi ugyan az online értékesítési lehetőséget is, de ezen a területen lassabb az előrehaladás, mivel egyedül működteti a boltot, és jelenleg a termékek reklámozására, illetve a fenntartásra koncentrál. „Az eladások nagy része bolti, a saját sütik jelen vannak a Foodora-n. Tervben van a bővülés, de mivel egyedül vagyok a boltban, ez a folyamat jóval lassabb. (...) A közösségi média felületeit használom, vannak esetek, amikor egyes törzsvásárlóimat üzenetben értesítem, ha tudom, hogy keresték korábban azt a terméket. (...) Ez egy kis bolt, kis vevői körrel, inkább szájhagyomány útján terjednek a hírek, illetve a vásárlások során én is elmondom a vevőnek, hogy milyen újdonságok, vagy változások vannak.”

Megtudtuk azt is, hogy Orsolya személyes tapasztalata, illetve a mentes ételek és az egészséges táplálkozás iránt elkötelezettsége adja a bolt sikeres működésének alapját.

3.2. A kvantitatív kutatás fontosabb eredményei

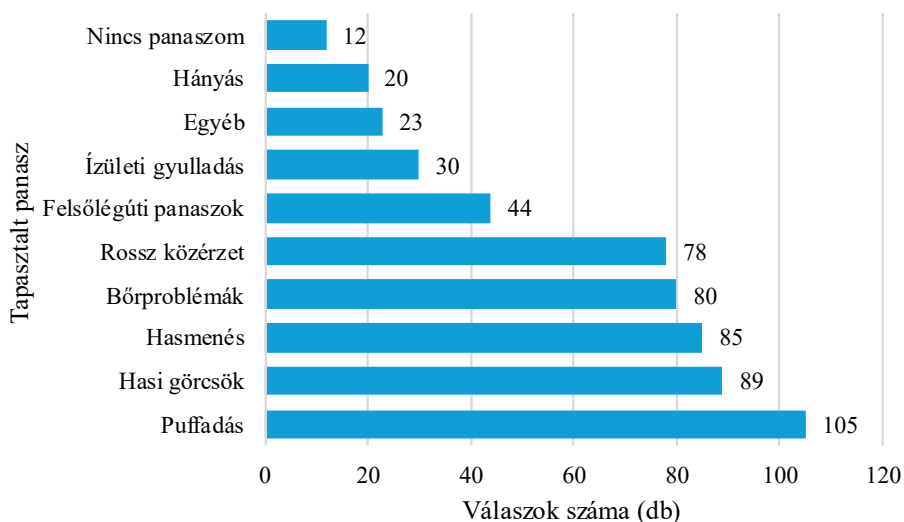
A közzétett kérdőíveket összesen 153 fő töltötte ki. Mivel a kitöltőket nem országos mintából, hanem a fentebb körülírt egészségügyi problémákkal rendelkező személyekből kértük fel, így a mintaszám nagyságát ez magyarázza meg. A kutatásban résztvevők 89%-a nő volt, korosztály szerint pedig az alábbi megoszlást mutatták: a legtöbben, 39 százalékuk a 26-40 éves korba sorolhatók, 38 százalékuk a 41-65 éves tartományba, 16 százalékuk a 18-25 éves tartományba, míg a legkisebb gyakoriságú csoport a 66 év felettiek voltak, 7 százalék. Megállapítható, hogy a kitöltők többsége az anyák és a párjukért aggódó nők voltak.

A legmagasabb iskolai végzettség terén a főiskolai és/vagy egyetemi képzést elvégzettek voltak a legmagasabb arányban, 53 százalékkal, mellettük az érettségivel rendelkezők 31%-kal képviselték magukat.

Az ételérzékenységet vizsgáló szakasz első kérdésében tisztázni kívántam, hogy a kitöltő rendelkezik-e az általam vizsgált érzékenységek valamelyikével. A válaszadók 57%-a tejfehérje érzékenységet jelölt be, míg 31% laktózérzékenységet vallott magáénak. A második kérdésben arra kérdeztünk rá, hogy a kitöltő ismeri és fogyasztja-e az ún. tejpótló-termékeket. 86%-uk ismeri és fogyasztja, 12%-uk ismeri, de nem fogyasztja őket, míg 3 fő nem hallott ezekről a termékekről. Elsősorban a tejfehérje érzékenyek választják ezt a megoldást, míg a laktózérzékenyek más termékekhez nyúlnak. Ez érthető, hiszen számukra más lehetőségek is rendelkezésre állnak, ilyenek például a laktózmentes termékek fogyasztása, vagy a laktáz tabletta bevétele.

A 2. ábrán láthatóak azok a problémák, amiket a tej, illetve tejtermékek okoznak a megkérdezetteknek. Ez az ábra is megmutatja, miért fontos ezzel a problémával foglalkozni, hiszen számtalan tünet keseríti meg ezen emberek életét.

2. ábra: A megkérdezettek egyes panaszai, a jelölések tükrében

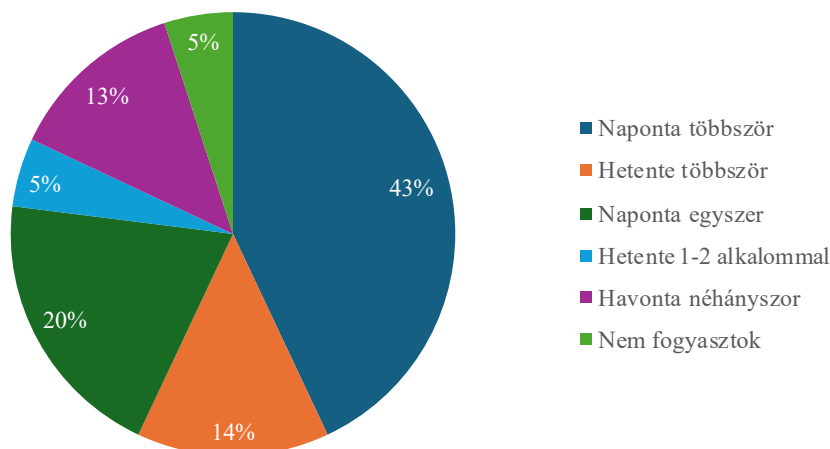


Forrás: saját kutatás adatai alapján a szerzők szerkesztése.

A kérdőív második szakaszában a fogyasztói magatartásra fókuszáltunk, ezen belül az alternatív, helyettesítő termékek kérdéskörére. A 3. ábrán összegeztük az azon eredményeket, melyeket a tejhelyettesítő termékek fogyasztása kapcsán derítettünk ki. A kitöltők 43 százaléka naponta többször fogyaszt alternatív, tehát nem állati tejből készített termékeket. Közülük 40-en tejfehérjére, 19-en pedig laktózra érzékenyek, a fennmaradó 7 fő pedig egészségesnek vallja magát. A második legnagyobb arányú csoportot azok jelentik, akik naponta egyszer fogyasztanak, ők 20 százalékból vannak jelen. Itt jegyeznénk meg, hogy ezen

termékek vásárlását leginkább hetente valósítják meg (61%), havi rendszerességgel 18% szokta beszerezni az árukat, míg naponta csupán 11%.

3. ábra: A megkérdezettek megoszlása az alternatív tejtermékek fogyasztásának gyakorisága alapján



Forrás: saját kutatás adatai alapján a szerzők szerkesztése.

Fontos kérdés - különösen a hazai élelmiszerárak mellett, hogy mennyit költenek pluszban a megkérdezettek, annak érdekében, hogy számukra megfelelő, problémát nem okozó termékekhez jussanak. A válaszadók majdnem fele, 49 százaléka 5000 forint és 15 000 forint között költ az általa választott termékekre, míg negyede, 26 százalék, 15 000 forint felett vásárol. 22 százalék 5 000 forint alatt költ, a fennmaradó 3 százalék pedig egyáltalán nem vásárol ilyen termékeket.

Ugyanakkor, egy másik kérdésre kapott válaszokból kiderült, hogy a kérdőívkitöltők 18 százalékának nem számít az ár, nekik a termék fogyasztása a fontos, vagyis áremelkedés esetén is megvennék az általuk kedvelt márkát. A válaszok többségénél, 54%-nál az áremelkedés már csökkentette a vásárlások mennyiségét, míg 28%-uk még drasztikusabb döntésre kényszerült, teljesen elhagyta egyes márka adott termékét.

A következő kérdés szorosan kapcsolódik az előzőhöz, hiszen azon 82 százalék válaszát vártuk, akiknél a magas ár befolyásolja a vásárlás volumenét. Ezen kitöltők 75%-a keresett alacsonyabb árú helyettesítő terméket rendszeres fogyasztásra, míg a fennmaradó 25% ezt nem tette. 10 fő laktózérzékenységgel, 18 fő tejfehérje érzékenységgel rendelkezik, 3 fő egészséges - ők a terméktípus teljes elhagyása mellett döntöttek.

Megvizsgáltuk a fogyasztói szokásokat, a főbb motivációkat is. Ennek érdekében 5 állítást kellett értékelni 1-3-ig, aszerint, hogy mennyire jellemző az illető viselkedésére. Az eredményeket az 1. táblázatban szemléltetjük.

A kitöltők jelentős részének fontos szerepet játszanak a vásárlás folyamatában az ár és az összetevők, ez az állítás ebben az esetben is igaznak bizonyult, hiszen a válaszadók 80 százaléka jellemzőnek tartotta magára nézve az ár-érték arány szem előtt tartását, ezt mind a négy számított eredmény alátámasztja.

Megállapítottuk, hogy a szórás feltűnően magas, tehát a válaszok (a kisszámú lehetőség ellenére is) feltűnően megoszlanak. Az előző állítás mellett abban értenek egyet leginkább a kitöltők, hogy szeretnek újdonságokat, új ízeket kipróbálni - ez érthető, hiszen sokféle terméktől megfosztva érzik magukat, így legalább ily módon próbálják változatosabbá tenni a lehetőségeiket.

Az utolsó két kijelentés a kényelemmel van összefüggésben, illetve azzal, hogy mennyire elérhető valaki számára a nagyobb termékkínálat. Egy nagyvárosban élő számára természetes a széles választék egy hiper/supermarket esetében, míg a kisebb településen élők számára ez nem biztosított.

1. táblázat: Fogyasztói magatartással kapcsolatos állításokkal való egyetértés mértékének statisztikai értékelése

Állítás	Átlag	Medián	Módusz	Szórás
Szeretek új termékeket/termékcsaládokat kipróbálni	2,90	3,0	3,0	0,58
Számomra fontos, hogy megfizethető áron jó minőségű terméket kapjak	2,76	3,0	3,0	0,51
Előnyben részesítem azokat az üzleteket, amelyeknek nagy a kínálata, így van választási lehetőségem	2,73	3,0	3,0	0,51
Ugyanazért a termékért hajlandó vagyok többet is fizetni, ha számomra könnyebben elérhető helyen van	2,05	2,0	2,0	0,73
Hajlandó vagyok nagyobb távolságot is megtenni, hogy bevásároljak a kedvenc alternatív termékekből	2,04	2,0	2,0	0,75

Forrás: saját kutatás adatai alapján a szerzők szerkesztése.

A továbbiakban arról érdeklődtünk, honnan szereznek tudomást egy-egy új termék megjelenéséről. Túlnyomó részben, 93%-ban, a válaszadók az internetes felületeken, a közösségi médiából értesülnek, míg 28% az ismerőseiktől jut információhoz. 14% újságból, 13% pedig a televízióból szerzi meg a szükséges ismereteket. 18 fő pedig az alábbi egyéb lehetőséget sorolta fel:

- boltokban,
- szórólapokból,
- egyéb hirdetésekből,

- illetve egyáltalán nem informálódnak.

4. Következtetések, javaslatok

A tejfehérje és laktózérzékenyek fogyasztói magatartásának vizsgálata rávilágított arra, hogy ez a specifikus csoport egyedi igényekkel rendelkezik az étrendjükkel kapcsolatban. A laktóz- és a tejfehérje-intolerancia egyaránt kihívások elé állítja ezeket az egyéneket, és befolyásolja a mindennapi étkezési szokásaikat. A kutatás során feltárt eredmények azt mutatják, hogy a laktózmentes vagy az alacsony laktóztartalmú termékek elterjedtek, de további fejlődésre van szükség a fogyasztói magatartás és a tudatosság terén.

Tanulmányunk végén az alábbi fontosabb javaslatokat állítottuk össze:

- Fejlesztés az oktatás és tájékoztatás terén az ételérzékenységekkel kapcsolatban, a közoktatás, az online oktatás és személyes előadások keretein belül.
- Élelmiszeripari és HORECA-szektor fejlesztések, annak érdekében, speciális étrendek még szélesebb körben elérhetőek legyenek mindenki számára.
- Célirányos marketing kialakítása a szegmens számára, kiemelve a laktózmentes és a helyettesítő termékek előnyeit.
- További egészségügyi támogatás dietetikusi és szakorvosi tanácsadás keretein belül.
- Ár-csökkentés annak érdekében, hogy a speciális diétákhoz kapcsolódó alapanyagok kedvezőbb áron juthassanak a fogyasztókhoz.

Irodalomjegyzék

- Ábel T. (szerk.) (2020): *Klinikai dietetika és orvostudomány*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
<https://doi.org/10.1556/9789634545200>
- Budai Allergiaközpont. (2025.) Ételintolerancia. Budapest.
<https://www.allergiakozpont.hu/etelintolerancia> (2023.05.10.)
- Garipoğlu, G., Ersoy, N., Gülşen, M., Özgürtaş, T. (2021): Effect of lactose intolerance severity on food intake and quality of life in adults with lactose intolerance in Turkey. *Journal of Health Research*, 36 (3): 533–540.
- Kenjeric, D., Nieder, D. Stokanovic, M. C., Flanjak, I. (2016): Assessment of fermented dairy products adequacy in diet of lactose intolerant persons. *Food in Health and Disease, scientific-professional journal of nutrition and dietetics*, 5 (1): 1–5.
- KSH (2019a): Tehetünk az egészségünkért.
https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/elef/te_2019/index.html (2023. 05. 09.)
- KSH (2019b): Táplálkozás, tápláltság, 2019.
https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/elef/taplalkozas_2019/index.html#diabetikuslaktzmentesdittartanakalegtbbsen (2023.05.11.)
- Lomer, M. C., Parkes, G. C., Sanderson, J. D. (2008): Review article: lactose intolerance in clinical practice - myths and realities. *Alimentary pharmacology & therapeutics*, 27 (2): 93–103.
<https://doi.org/10.1111/j.1365-2036.2007.03557.x>
- Malota E., Gyulavári T. Bogáromi E. (2019): Az vagy, amit megeszel. *Vezetéstudomány*, 50 (1): 80–88. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2019.01.08>
- Medicover. (é. n.): Ételintolerancia laborcsomag
<https://medicover.hu/laborvizsgalatok/laborvizsgalati->

- csomagok/etelintolerancialaborcsomag> (2023. 05. 08.), <<https://medicare-group.hu/laborvizsgalatok/laborvizsgalati-csomagok/tejcukor-tejfeherje-laborvizsgalat/>> (2025 03 21)
- Muraközy Gy. (2008) *Allergia: Korunk népbetegsége*. Kossuth Kiadó, Budapest.
- Nábrádi Zs., Szakály Z. (2021): Egészségvédő élelmiszerek iránti attitűdök a táplálkozás és a fizikai aktivitás vonatkozásában. *Élelmiszervizsgálati közlemények*, 67 (3): 3507–3524. <https://doi.org/10.52091/EVIK-2021/3-1-HUN>
- Nagy S., Gulyás L. (2014): A munkaerőpiac új kihívása: az idősödő munkavállalók menedzselése. *Taylor: Gazdálkodás- és szervezéstudományok folyóirat*, 6 (1-2): 310–319.
- Pontonio, E. Rizzello, C. G. (2021): Milk Alternatives and Non-Dairy Fermented Products: Trends and Challenges. *Foods*, 10 (2): 222. <https://doi.org/10.3390/foods10020222>
- Reumont, P. (2001) Questionnaire on lactose intolerance <<https://www.medisport.be/lactoseintoleranceeng.htm>> (2023.05.12.)
- Solymosi D., Diczig B., Sárdy M., Pónyai, Gy. (2020): Ételallergia? Intolerancia? – Étel adverz reakciók vizsgálata 406 felnőtt betegen. *Orvosi hetilap*, 161 (25): 1042–1049. <http://doi.org/10.1556/650.2020.31753>
- Szakály Z. (szerk.) (2017): *Élelmiszer-marketing*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789634540250>
- Szatmári Z. (szerk.) (2018): *Sport, életmód, egészség*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/10.1556/9789634541219>
- Tóth G. (2003): *Allergia- és Candida-kalauz*. Pilis-Vet Bt., Pilisvörösvár.
- Vital (é. n.): Három millió magyar lehet laktózérzékeny. <<https://www.vital.hu/laktozerzekeny-millioik>> (2023.11.20.)
- Zechmann-Khreis, M. (2024): Lactose intolerance: worldwide distribution. <<https://www.nahrungsmittel-intoleranz.com/en/lactose-intolerance-worldwide-distribution/>> (2023.05.11.)