

AZ ÉLELMISZERFOGYASZTÁSRA HATÓ FŐBB DEMOGRÁFIAI TÉNYEZŐK ÉS A JÖVEDELMI VISZONYOK

LAJOS ATTILA

ÖSSZEFOGLALÁS

A demográfiai tényezők alakulása az élelmiszerfogyasztást általában abszolút értelemben befolyásolja. A lakosság számának alakulása az élelmiszerfogyasztás mértékét, szintjét határozza meg, a korösszetétel, az átlagéletkor, a nemek aránya stb. pedig az élelmiszerfogyasztás mennyisége mellett annak összetételére is hat. A népmozgások által bekövetkező változások (különösen a strukturális jellegűek) általában csak hosszabb időszakon belül válnak érzékelhetővé. Az élelmiszerfogyasztás – illetve annak elégtelensége (mind mennyiségileg, mind minőségileg) – visszahat a lakosság számára, korösszetételére, valamint átlagéletkorára és egészségi állapotára. A népesség alakulásának meghatározó jellege mellett fontos megemlíteni az élelmiszerfogyasztás sajátosságait, pl. az egyes társadalmi rétegekben, valamint az átlagos családnagyság alakulásában. A különböző társadalmi rétegek háztartásainak élelmiszerfogyasztási szerkezete között jelentős eltérések lehetnek, amelyek a jövedelmek eltérő formáiból, a fogyasztási szokások különbözőségéből, az ellátottsági színvonalból adódnak. Az átlagos családnagyság csökkenése következtében általában növekszik az egy főre fordítható élelmiszervásárlás értéke, ami a keresletet az értékeesebb élelmiszerek irányába mozdíthatja el.

A demográfiai tényezők hatására kialakult élelmiszerfogyasztási szükségletek kielégítését a jövedelmi tényezők biztosítják, amelyek közül legnagyobb jelentőségű az egy főre jutó jövedelmek, illetve a jövedelem-nagyságcsoportok súlyának hatása. Alapvetően az egy főre jutó jövedelmek szabják meg a lakosság kiadásának összetételét, ezen belül az élelmiszerekre fordítható összeget. Ennek megfelelően a jövedelmek nagysága szerint kialakul egy bizonyos fogyasztási szerkezet. Az alacsonyabb jövedelmű háztartásokban kevesebb friss gyümölcsöt, zöldséget, zsírszegény tejet, teljes kiőrlésű kenyeret és halat, ugyanakkor több húst, zsíros tejet, fehérkenyeret, cukrot és burgonyát fogyasztanak, összehasonlítva a kedvezőbb anyagi helyzetben levő fogyasztókkal, akiknek fogyasztásában az értékeesebb, jobb minőségű, valamint az élvezeti jellegű élelmiszerek dominálnak. Az alacsonyabb jövedelmű háztartásokra a mérsékelt ételváltoztatosság is jellemző, amit viszont csak kevésbé megfelelő minőségű élelmiszerek kombinálásával valósítanak meg, főleg jövedelmi helyzetükből következően.

A fogyasztási szokások nagymértékben befolyásolják, sőt egyes esetekben meg is határozzák bizonyos élelmiszerek keresletének mértékét és összetételét. A szokások általában a népesség társadalmi és demográfiai rétegeihez kapcsolódnak, alapvető jellemzőjük, hogy merevek, nehezen befolyásolhatók, ezért hatásuk az élelmiszerfogyasztásra igen tartós.

BEVEZETÉS

A lakosság étel- és ital-fogyasztásának jövőbeli alakulásában, változásában mind a hazai, mind a külföldi szakvélemények megegyeznek abban, hogy az elkövetkezendő években, évtizedekben igen erőteljesen érvényesülnek a korszerű, egészségtudatos táplálkozás követelményei.

1. DEMOGRÁFIAI TÉNYEZŐK

A népesség számának alakulása

A világ fejlett országaihoz hasonlóan hazánkban sem várható a lakosság lét-

számának növekedése, aminek elsődleges oka a meglehetősen alacsony születési arányszám (1. táblázat). Ennek a folyamatnak természetes következménye, hogy az étel- és ital-piacra nem a bővülés, sokkal inkább a „zsugorodás” a jellemző, amely az étel- és ital-ipari vállalatok számára is nagy kihívást jelentett már eddig is. Ezen vállalatok széles köre már korábban felismerte, hogy csak akkor tudnak megmaradni az egyre erősödő versenyben, ha termelésükben, értékesítésükben a mennyiségi szemléletet a minőségi célkitűzések váltják fel.

1. táblázat

Magyarország főbb demográfiai mutatói

Év	Népesség száma (ezer fő)	Élveszületés	Halálozás	Természetes szaporodás (+), fogyás (-)
1970	10 322	151 819	120 197	+31 622
1975	10 501	194 240	131 102	+63 138
1980	10 709	148 673	145 355	+3 318
1985	10 599	130 200	147 614	-17 414
1990	10 375	125 679	145 660	-19 981
1995	10 337	112 054	145 431	-33 377
2000	10 222	97 597	135 601	-38 004
2001	10 200	97 047	132 183	-35 136

Forrás: (KSH 2002)

A lakosság korösszetételének változása

A magyar népesség korösszetétele már hosszú ideje öregedő tendenciát mutat.

Az idősebb korcsoportok arányának jelentős növekedése az ország népességén belül azt eredményezi, hogy a gazdaságilag aktív korúaknak nemcsak egyre több idősebb embert kell eltartaniuk, de alkalmazkodni kell az életkorhoz fűződő, az étel- és ital-fogyasztásra jellemző sajátos igényekhez. Az időskorúak kiadási szerkezetében az étel- és ital- és élvezeti cikkek nagyobb aránnyal szere-

pelnek, mint a fiatalabb korosztályoknál és magasabb arányban találhatóak benne értékesebb, a beltartalmi jellemzőkben gazdagabb étel- és ital-termékek (*Hajdúné – Lakner, 1995*).

Az átlagos családnagyság alakulása

Egy család táplálkozási szokásairól a legtöbbet a vásárlói és a fogyasztói magatartása árulja el (*Paton et al., 1986*), ezért az étel- és ital-fogyasztás változásait vizsgálva különös hangsúly jut a család szerepére, úgy is mint fogyasztó közösségre, mint fogyasztási szokásokat kiala-

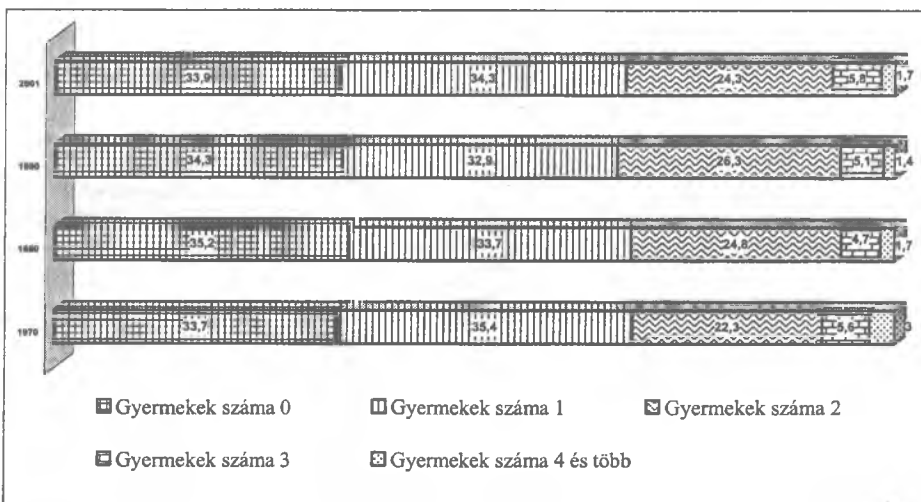
kító közegre és modelle, valamint életmódformáló háttérre (Kunsági, 1996). A tendencia egyértelműen az átlagos családnagyság csökkenésére utal.

2. táblázat

Családok száma és összetétele

Év	Család gyermek nélkül	Család gyermek(ek)kel
1970	974 336	1 623 092
1980	1 065 713	1 620 728
1990	992 494	1 453 847
2001	972 436	1 424 357

Családok a családban élő gyermekek száma szerint (%)



Forrás: KSH, 2002

2. JÖVEDELMI ÉS FOGYASZTÁSI VISZONYOK

Az egy főre jutó jövedelmek változásai

Az élelmiszerfogyasztás mennyisége és szerkezete erőteljesen függ az egy főre jutó jövedelem színvonalától, ugyanis a változó jövedelem hat az étkezési, illetve táplálkozási szokásokra, az elfogyasztott táplálékra és az élelmiszer-preferenciákra (Anderson – Morris, 2000).

Az élelmiszerkeresletet és ezáltal az élelmiszerfogyasztást befolyásoló gazdasági tényezők közül a jövedelem hatását

vizsgálva 1857-ben Engel arra a megállapításra jutott, hogy „minél szegényebb egy család, annál nagyobb az összkiadásának az a hányada, amit élelmiszer beszerzésére költ” (Lehota, 2001). Ennek a megállapításnak az a hibája, hogy az összefüggést a bevétel és a kiadás vonatkozásában vizsgálja, s így nem veszi figyelembe az ízlés, preferencia, szokások hatását az élelmiszerfogyasztás alakulására (Horváth, 1996).

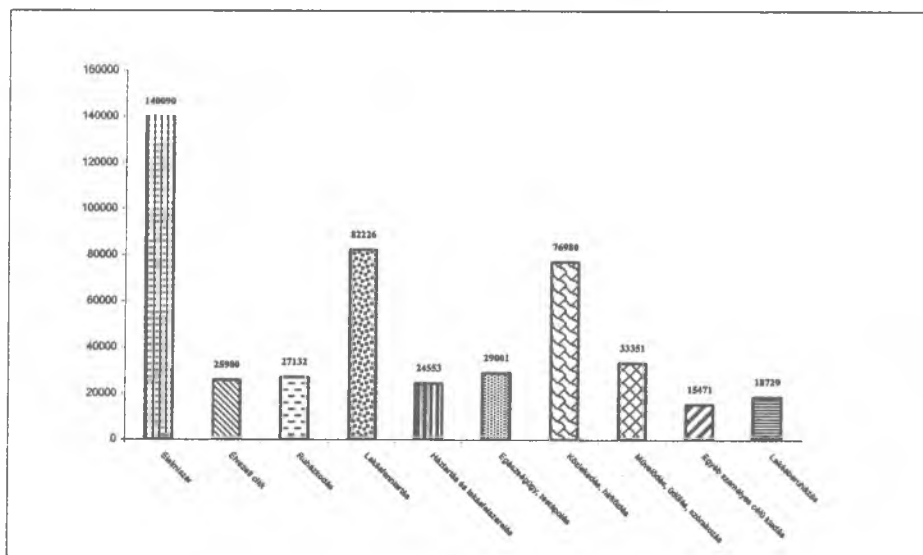
Hasonló eredményre jutott Gregory et al. (1990), akik kiemelik, hogy az élelmiszerfogyasztás a jövedelemtől függően változik, viszont megfigyelésüket nem a

bevételek és kiadások vonatkozásában, hanem az élelmiszerfogyasztás szerkezeti összetételét vizsgálva foglalták össze. Az alacsonyabb jövedelmi szinthez kisebb élelmiszer-változatosság tartozik, amihez viszont csökkent minőségű táplálékok társulnak. A kisebb keresetű háztartások élelmiszerfogyasztói magatartását vizsgálva Forsyth *et al.* (1994) egy komplex kölcsönhatást mutattak ki a gazdasági körülmények, az elfogadható áru termékek korlátozott elérése és a kulturális normák és elvárások között.

A nagyobb jövedelemhez tartozó kisebb élelmiszerfogyasztási arány törvényszerűsége napjainkban éppen úgy érvényesül, mint az elmúlt évtizedek során. Amíg azonban 1955-ben a legkisebb jövedelműeknél 62,5, a legnagyobbaknál 40,5, 1985-ben 37,5, illetve 23,5% volt az élelmiszerek aránya a háztartások összes fogyasztásán belül, addig 2002-ben a legkisebb jövedelműek már csak 18,5, míg a legnagyobb jövedelműek kb. 10%-ot fordítottak élelmiszerek fogyasztására.

1. ábra

A háztartások egy főre jutó éves kiadásai Ft-ban, rendeltetés szerint 2001-ben



Forrás: KSH, 2002

Megállapítható, hogy a háztartások fogyasztási szerkezetében fokozatosan csökken az élelmiszerekre fordított kiadások aránya, az összes személyes célú kiadást tekintve még mindig a legmeghatározóbb fogyasztási tétel. Az is egyértelműen kijelenthető, hogy az Engel törvény érvényesül a magyar háztartásokban, ugyanis a jövedelem növekedésével csökken az élelmiszerekre fordított kiadások aránya.

3. FOGYASZTÁSI SZOKÁSOK

A fogyasztási szokások élelmiszerfogyasztásra gyakorolt hatásának feltárása két szempontból is nagy jelentőségű. Egyrészt a fogyasztási szokásoknak nagy szerepük van a jelenlegi élelmiszerfogyasztási struktúra kialakításában, mert a szokások nagymértékben befolyásolják, sőt, egyes esetekben meg is határozzák bizonyos termékek keresletének mérté-

két és összetételét. Másrészt a fogyasztási szokások ismerete kiinduló alapot szolgáltat azok befolyásolásához, s az azt célul tűző különböző marketing tevékenységek meghatározásához.

A fogyasztási szokások – mivel hosszú történelmi fejlődés eredményeként alakultak ki – általában igen lassan változnak, merevek, nehezen befolyásolhatók, ezért hatásuk az élelmiszerfogyasztásra igen tartós.

A GfK Piackutató Intézet 1989-től folyamatosan készít vizsgálatokat a magyar

háztartások fogyasztói és étkezési szokásairól. Legfrissebb tanulmányukban megállapítják, hogy a fogyasztói, illetve étkezési szokások eltérését leginkább az életkori különbségek okozzák. A fogyasztói szokások minőségi változásával kapcsolatban arra az eredményre jutottak, hogy mivel a felnőtt magyar lakosság kétharmadának fogyasztása tradicionális, így a vásárlói és fogyasztói magatartás csak lassan toródik el a magasabb minőségű élelmiszerek irányába (GfK, 2003).

3. táblázat

A magyar felnőtt lakosság által legkedveltebb 20 élelmiszer a válaszadók %-ában

Élelmiszer	1989	1997	2003
Burgonya	89	91	95
Gyümölcs	---	91	95
Hagyományos főzött leves	82	91	94
Szárnyasok	89	91	94
Zöldség	84	87	91
Tojás	78	79	90
Sajt	67	75	88
Tésztafélék	67	76	88
Rizs	62	70	86
Tea	79	80	85
Tej	71	76	84
Fehér kenyér	87	80	83
Felvágott	---	68	82
Sertéshús	82	78	81
Saláta	80	79	81
Szárazáru	---	---	80
Kávé	72	70	73
Sütemény, torta	53	65	70
Keksz, rágcsálnivaló	48	58	68
Csokoládé	42	56	68

Forrás: GfK, 2003

Az élelmiszerek kedveltségének vizsgálata is alátámasztja a Gfk megállapításait, mert míg a burgonya, mint a legkedveltebb élelmiszer a tradicionális fogyasztást bizonyítja, addig a gyümölcs, zöldség, szárnyashús és a tea a 10 legkedveltebb fogyasztási cikkek közötti említése a modern, egészséges, illetve az ún. ingyenc fogyasztás felé történő elmozdulást igazolja (3. táblázat).

Megfigyelhető, hogy az elmúlt közel másfél évtizedben az élelmiszerfogyasz-

tás a korábbiakhoz képest jobban összefügg az emberek pozitív életérzésével, illetve hogy a szükségletek kielégítése mellett élvezeti értéket is jelent.

A 4. táblázatból jól látható, hogy a leggyakrabban fogyasztott élelmiszerek majdnem felénél kisebb a gyakoriság mutatója, mint 1989-ben, aminek alapvető oka az, hogy a választási lehetőség az élelmiszerek és italok kínálatából másfél évtized alatt rohamosan megnőtt, azaz fokozatosan több cikk között oszlott meg.

4. táblázat

A magyar felnőtt lakosság által leggyakrabban fogyasztott 20 élelmiszer a heti gyakoriság átlaga szerint

Élelmiszer	1989	1997	2003
Fehér kenyér	5,2	5,3	4,9
Kávé	4,5	4,8	4,7
Tea	4,2	4,7	4,5
Hagyományos főzött leves	4,6	4,8	4,3
Tej	4,1	4,2	4,1
Gyümölcs	3,8	4,1	4,0
Zöldség	3,8	3,7	3,6
Felvágott	3,4	3,5	3,5
Burgonya	3,5	3,9	3,4
Tojás	3,1	3,1	3,2
Szárzárú	3,2	---	3,0
Ásványvíz	2,1	1,6	3,0
Sajt	2,7	2,7	2,9
Szárnyas	2,3	2,4	2,4
Szódavíz	---	2,6	2,4
Tésztafélék	2,2	2,5	2,4
Gyümölcsle	1,9	1,9	2,1
Rizs	2,1	1,9	2,1
Saláta	2,4	2,5	2,1
Keksz, rágcálnivaló	2,8	2,1	1,9

Forrás: Gfk, 2003

FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

- (1) Forsyth, A. – Anderson, A. S. – Macintyre, S. (1994): Diets for disease – urban food choices. *Appetite*, Vol. 22., 259-274. pp. – (2) GfK-Hungária (2003): Étkezési szokások 1989-2003. Budapest. – (3) Gregory, J. – Foster, K. – Tyler, H. – Wiseman, M. (1990): The Dietary and Nutritional Survey of British Adults. Social Survey Division. Office of Population Censuses and Surveys, HMSO, London. – (4) Hajdú I.-né – Lakner Z. (1995): Az Európai Unió élelmiszergazdasági marketingjének néhány jellemzője. *Marketing & Menedzsment*, 1995/1, 9-13. pp. – (5) Horváth Á. (1996): A fogyasztói magatartás és az élelmiszerfogyasztás jellemzői. Doktori értekezés, Gödöllő. – (6) Kapitány Zs. (2000): A magyar háztartások változó fogyasztói magatartása. *Marketing & Menedzsment*, 2000/2, 15-19. pp. – (7) Kunsági A. (1996): Életciklusváltás – krízis – marketingakciók. *Marketing & Menedzsment*, 1996/5, 8-10. pp. – (8) Lehota J. (2001): Élelmiszergazdasági marketing. Műszaki Könyvkiadó, Budapest. – (9) Magyar Statisztikai Évkönyv 2002. – (10) Paton, C. – Smith, F. – Fraser, J. – McCormack, E. A. (1996): Shopping for health – food for thought: a programme in public health promotion. *Nutrition & Food Science*, Number 1., January/February 1996, 11-13. pp.

EFFECT OF THE MAIN DEMOGRAPHIC MOMENTS AND INCOME RELATIONS ON THE CONSUMPTION OF FOODS

By:
ATTILA, LAJOS

Extent and composition of food consumption is determined by different factors.

Out of the demographic causes, the multitude of the population sets the extent of food consumption, the age-structure, the mean age, the ratio of sexes, etc. are reflected in the composition of the food consumed. Food consumption, in turn, is reflected in the number, age structure, average age and health of the population.

The satisfaction of food demands is secured by the incomes of the population. Basically, the income per person is decisive in summing up the expenses spent for food. With the increasing incomes diminution of the size of families, the ratio of expenses per person assigned for purchasing food is mounting. This will move the demand in the direction of more valuable foods, however, the ratio of expenses assigned to food will diminish. Those phenomena form the profile of the structure of consumption.

The prevailing customs of consumption are highly responsible for the demand and the composition of certain foods. Their general attribute is a considerable rigidity difficult to change, therefore their effect on food consumption is permanent, on the long run.