

Animal welfare, etológia és tartástechnológia



Animal welfare, ethology and housing systems

Volume 9

Issue 3

Különszám/Special Issue

Gödöllő
2013



TESTTÖMEG-MENEDZSELÉSI ATTITÜDÖK MAGYARORSZÁGON

Soós Mihály^{1,2}, Szakály Zoltán^{1,2}

¹Debreceni Egyetem, AGTC-GVK, Marketing és Kereskedelem Intézet
4032 Debrecen, Böszörményi út 138.

²Kaposvári Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Tanszék
7400 Kaposvár, Guba S. u. 40.
misi.soos@gmail.com

Összefoglalás

A magyar államháztartás kiadásai a túlsúly és az elhízás okozta megbetegedések miatt keletkezett csaknem elérték az 1900 Milliárd Forintot 2012 évben, emellett a háztartások a jellemzően a szénhidrátban és cukrokban gazdag élelmiszerek vásárlása során 2012 év első felében 1330 Milliárd Forintot költöttek élelmiszerre. A kutatás célja a hazai lakosság testtömeg-menedzselésével kapcsolatos attitűdjeinek vizsgálata volt, kiemelt tekintettel az egyén testtömeggel kapcsolatos megítélésére, ami meghatározó az élelmiszer-fogyasztási szokások alakításában. A kutatás során egy 1000 fős országosan reprezentatív kérdőíves megkérdezést hajtottak végre a szerzők, majd a kérdőív eredményei által kialakított csoportokon belül (fogyni vágyók, hízni vágyók és testtömegükkel elégedettek) a kvalitatív kutatási módszerek közül a fókuszcsoporthoz megkérdezéseket végeztek el, amik megkezdése előtt rögzítésre kerültek a válaszadók testmagasság, testtömeg, életkor és házkörfogati adatai, majd egy Omron Body Fat Monitor készülékkel kalkulált BMI (testtömeg index) és testzsírszázalék értékeik is. Az eredményekből kiderül, hogy fontosnak tartják testtömegük alakulását a válaszadók, viszont tíz magyarból csupán minden negyedik elégedett saját testtömegével. Legnagyobb arányban önmaguknak akarnak megfelelni a válaszadók. A testtömeg változtatás alapvető okai között az egészség szerepel, mint meghatározó tényező.

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“.

Kulcsszavak: élelmiszer-fogyasztási szokások, testtömeg, attitűd

Attitudes related to Body Weight Management in Hungary

Abstract

The expenditure of the Hungarian government on illnesses caused by overweight and obesity was just about 1900 billion HUF in 2012, while the households' spending on food rich in carbohydrates and sugar was 1330 billion HUF during the first half of 2012. The aim of the study was to examine the attitudes related to body weight management in Hungary, with special regard to the individual's judgement of body weight, which can be decisive in developing food consumption behaviour. A nation-wide representative questionnaire with 1000 person was carried out; 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 interview, 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. Results show that body weight is considered to be of high importance among the respondents, however every fourth out of 10 Hungarian is satisfied with his or her self-image. The highest proportion of respondents intend to comply themselves. Weight change was driven by health as a primary factor.

Keywords: food consumption behaviour, body weight, attitude