AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
http://ageconsearch.umn.edu
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

Egészségtudatosabb élelmiszer-fogyasztás vizsgálata Zala megyében – A vállalkozások szerepe az egészségmegőrzésben

PÉTER ERZSÉBET – NÉMETH KORNÉL – KASZÁS NIKOLETTA

Kulcsszavak: élelmiszer-alapanyagok, élelmiszer-fogyasztás, prevenció, egészségtudatosság, vállalati kultúra.

ÖSSZEFOGLALÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK, KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Az egészségtudatos élelmiszer-fogyasztás vizsgálatával a keresleti és kínálati oldal elemzésén keresztül szeretnénk rávilágítani arra, hogy mennyire nyitottak a fogyasztók a prevencióra és az elmúlt években hogyan változtak meg étkezési szokásaik országosan és Zala megyében. Egészségközpontú munkaszervezéssel nagy hangsúlyt fektetnek ma már a vállalatok a prevencióra, a munkatársak jó fizikai és mentális egészségi állapotának megőrzésére, mert ezáltal hatékonyabbá válhat a munkavégzés. Az eredmények szerint minél kisebb egy vállalkozás, annál családiasabb a hangulat, annál inkább ismeri a munkáltató a munkavállalók igényeit és problémáit, ezért fontosnak tartja a megfelelő béren kívüli juttatások nyújtását (munkahelyi étkeztetés stb.). Fontos az egymásra történő odafigyelés, ami egy nagyobb multinacionális cégnél is jelentkezik, de ott ez leginkább az előírásoknak való megfelelésre vezethető vissza. A vállalati kultúrán belül ez a premisszák szintjén jelenik meg, mivel az egység megerősítését, a jobb közérzet kialakítását, ezáltal a hatékonyabb munkavégzést célozza meg a primer prevenció révén. Azonban előfordul, hogy a kafetéria egyes esetekben bérhelyettesítő eszköz, az egészségtudatosabb táplálkozásra nincsen közvetett hatása, ezt leginkább az élelmiszertrendek és a fogyasztók jövedelemszintje határozza meg.

Jelen tanulmányban méretkategóriánként és vállalkozási formánként vizsgáljuk, hogy milyen különbség van az egészségmegtartó szemléletben, s ennek kapcsán mekkora támogatást élvezhetnek a munkavállalók. A vizsgálat eredményeit meghatározza a munkahelyi környezet minősége és közvetlen/közvetett hatásai, amelyek számos módon befolyásolják az egészségi állapotot. A munkahelyi egészségfejlesztés egyértelműen kifizetődő tevékenység, hiszen hasznából a munkáltató, a munkavállaló és a szociális ellátórendszer egyaránt részesül. Az egészség hosszabb ideig tartó hiánya ugyanúgy veszteséget okozhat a vállalatnak, mint a teljes távolmaradás. A munkáltatók emiatt egyre fontosabbnak érzik a vállalati egészségfejlesztést az egészségmegőrzést elősegítő béren kívüli juttatások nyújtása révén is.[1]

---

[1] *Dr. Péter Erzsébet* publikációt megalapozó kutatása a TÁMOP 4.2.4.A/1-11-1-2012-0001 azonosító számú Nemzeti Kiválóság Program – Hazai hallgatói, illetve kutatói személyi támogatást biztosító rendszer kidolgozása és működtetése országos program című kiemelt projekt keretében zajlott. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.

BEVEZETÉS

A vizsgálatunkban az elkészített speciális egészségtudatossági szegmentációval – életmód tekintetében – jól elkülöníthető csoportokat azonosítottunk, azonban közös jellemző, hogy a primer prevenció – amelybe beletartozik az egészségtudatos élelmiszer-fogyasztás is – elhanyagolható mértékben jelenik meg a célcsoport mindennapjaiban. Annak ellenére, hogy a marhahús-előállításnak Magyarországon ökológiai adottságainál fogva évszázados hagyományai vannak, a marhahúsfogyasztás sohasem volt jelentős. A hagyományos magyar konyha a sertés- és a baromfihúst részesíti előnyben, ami többek között a megfelelő ár/érték aránnyal és a történelmi múlttal (pl. török uralommal) magyarázható.

Hipotézisünk szerint a mikro-, illetve kisvállalkozások esetén az étkezési hozzájárulások, valamint a vállalati kultúra látható elemei is jobban megmutatkoznak, elősegítve ezzel az egészségtudatosabb élelmiszer-fogyasztást Zala megyében. A tanulmány többek között kitér az élelmiszer-fogyasztási adatokra, ami ezen csoportokra kalkulált élelmiszer-készítményeket alapanyagokra átszámítva tartalmazza, valamint figyelembe veszi a vállalkozások béren kívüli juttatásait a szervezeti kultúra három szintjén. A mikro-, illetve kisvállalkozásoknál az étkezési hozzájárulások, valamint a vállalati kultúra látható elemei is jobban megmutatkoznak, elősegítve ezzel a tudatosabb élelmiszer-vásárlást.

A kutatásba bevont vállalkozások a kafetéria, illetve a béren kívüli juttatások (étkezési hozzájárulás) tekintetében példaértékűek a vizsgált térségben, megelőzve a multinacionális cégeket, valamint a forráshiánnyal küzdő állami fenntartású szervezeteket. Ennek révén a vállalati kultúrába beépítik a megbecsülés ezen formáját, ezáltal hosszú távon jövedelmezőbb munkahelyet teremtve. A vállalati kultúra látható elemei mellett a mikro- és kisvállalkozásoknál a kultúra középső szintje – szervezeti értékek és ideológiák –, valamint harmadik szintje – az alapfeltevések, premisszák – is megmutatkoznak. Fontos, hogy az intézményi kultúra segítse az egészségtudatos fogyasztást, mivel a gyerekek a szülői szemlélet átformálásával taníthatók meg a tudatos vásárlásra. A vállalkozások közvetett módon befolyásolják az egészségtudatosabb fogyasztást a szervezeti kultúra révén. Ezért a prevenciós lépések, akármilyen csekély intézkedésnek tűnnek is, hosszú távon szemléletformáló hatással bírnak, amelyre a munkáltatóknak nagy befolyása lehet. Az étkezéshez kapcsolódó divatirányzatok, a marketing és az élelmiszerárak is nagymértékben befolyásolják a fogyasztói szokásokat. Az egészségtudatos élelmiszer-fogyasztás nem csak lokális, de globális szinten is jó befektetés az állam és a magánszféra számára egyaránt, amely hosszú távon elősegíti a gazdaság élénkítését.

ANYAG ÉS MÓDSZER

A szekunder adatok feldolgozása során vizsgáltuk, hogy az egészségtudatosság mennyire mutatkozik meg mindennapi fogyasztói szokásainkban. Bemutatásra kerültek a szakirodalomban a vállalati kultúra szintjei és azok kapcsolata a vizsgált vállalkozásokkal. Az empirikus vizsgálat két nagy részre bontható: egy fogyasztói és egy vállalkozói kérdőív eredményeire támaszkodik. A primer kutatáson belül az egészségtudatosság mellett a fogyasztói kultúra vizsgálatára Zala megyében a keresleti és kínálati oldal elemzésén keresztül szerettünk volna rávilágítani. A kereslet oldali kvantitatív felmérés alapsokaságát Zala megye 2012. január 1-jén kiadott népességi adatai szolgáltatták. Ebből a mintasokaság 500 fő, amelynek 47%-a férfi és 53%-a nő. A felmérés nemenként és életkor alapján volt reprezentatív. A mintába kerülés során a véletlen kiválasztás módszerét választottuk (*Babbie, 2001*). A lekérdezési arány a

teljes sokasághoz képest fogyasztói oldal tekintetében 1,7%-os volt.

A kínálati oldal elemzése 198 intézmény bevonásával, a vállalati kultúra elemzésén keresztül világít rá arra, hogy az egészség legalább olyan fontos, mint a szervezet által kitűzött gazdasági célok. A lekérdezési arány a teljes sokasághoz képest fogyasztói oldal tekintetében 3,7%-os volt. A vizsgálatba bevont szervezetek 59%-a mikrovállalkozásként működik (1-9 fő), 23%-uk kisvállalkozás, ami 10-49 fő között foglalkoztat munkaerőt, a közepes vállalkozások aránya pedig 11%-os volt. A nagyvállalkozások, 250 fő feletti létszámmal, 7%-kal képviseltették magukat a kutatásban. Az empirikus kutatás során az alapsokaságot a *Központi Statisztikai Hivatal* (KSH) szolgáltatta. A lekérdezés helye Zala megye. A felmérés során a szisztematikus mintavétel módszerét választottuk. A mintasokaság méretkategóriák, valamint az állami és magánszektorhoz való besorolás alapján volt reprezentatív. A lekérdezés 2013 tavaszán zajlott. Az összefüggés-vizsgálat esetén az SPSS 16.0 programcsomag segítségével végeztünk korrelációszámítást.

AZ EGÉSZSÉGTUDATOSSÁG SZEREPE A FOGYASZTÓI SZOKÁSOKBAN

Az élelmiszerpiac fogyasztói oldalán jelentős változások következtek be. A nyolcvanas évek végétől egyre nyilvánvalóbbá vált, hogy a fogyasztás státuszerősítő és demonstratív jelleggel bír, „identitást konstruál" (*Hetesi, 2004*). E folyamat eredményeként az élelmiszer-fogyasztói magatartáskutatások homlokterébe került az érték és értékrendek vásárlást alakító szerepének elemzése. Az élelmiszer korunk fogyasztója számára nem csupán fiziológiai szükségletek kielégítésére szolgál, hanem az élményszerzés forrása és a fontosnak ítélt értékek elérésének eszköze is. Az egyén életmódja, értékrendje visszatükröződik étkezési szokásaiban, éppen ezért az élelmiszer-fogyasztói magatartás az értékrendszer külső vetületeként is értelmezhető, amit hosszabb távon az értéktrendek határoznak meg. Az idő felértékelődése, az egészség fontosságának növekedése és a hedonisztikus aspektusok térnyerése a táplálkozási kultúra számos területén megfigyelhető (*Fodor, 2009*).

A szakértők többsége egyetért abban, hogy az egészségmegőrzésnek két alapvető típusa van: az egyéni és a közösségi. Az egyéni az egyes ember egészségi állapotának közvetlen javítását célozza, amelynek érdekében az egyénnek változtatnia kell viselkedésén, életmódján, környezetének az egészségére ható elemein. Az egyéni szintű megközelítés szorosan kapcsolódik a klinikai beavatkozás, a tanácsadás, a közvetlen nevelés hagyományaihoz. A közösségi megközelítés elsősorban az egészség gazdasági, társadalmi, kulturális, természeti és technikai feltételeinek javítására irányul, tehát a klasszikus közegészségügy, a társadalom-orvostan hagyományaira épül (*Glatz, 2002*).

Az egészség összefügg a prevenció, a megelőzés fogalmával. Magában foglalja a primer, a szekunder és a tercier prevenciót. A primer prevenciós intézkedések arra irányulnak, hogy elkerüljék, az egészségkárosodást, mielőtt az elkezdődik, azaz megpróbálják megelőzni a problémákat a táplálkozás, a járványos betegségek elleni immunizáció, valamint a környezetvédelem révén. Szekunder prevenció célja a betegségek korai, rejtett, még panaszt nem okozó szakban való felismerése. Ezáltal a beteg jó eséllyel, kisebb károsodással, alacsonyabb költséggel gyógyítható. Ide sorolható akár az önvizsgálat is, amely révén eljuthatnak a szűrővizsgálatra is orvosi segítséggel. A tercier prevenció célja a betegségekből fakadó károsodások, a tartós egészségdeficitet okozó, az életminőséget rontó, tartós fájdalmat okozó és ellátást igénylő állapotok megelőzése.

Az elmúlt évtizedekben több kutatás is

rávilágított, hogy a fogyasztók egyre sűrűbben veszik igénybe a háztartáson kívüli étkezést, illetve a házhoz szállíttatást. A növekvő munkaterhelés mellett egyre fontosabbá vált a szabadidő hasznos eltöltése, amelynek érdekében a fogyasztók előtérbe helyezik a kényelmesebb és élvezetesebb vásárlási formákat. A növekvő szabadidő iránti vágy miatt kevesebb idő jut az ételkészítésre és főzésre, így nő a kereslet a könnyen elkészíthető, de egészséges, praktikus élelmiszerek iránt. Az életstílus megváltozásával új étkezési szokások alakulnak ki (*Szabó, 1998; Gaál, 1998; Orbánné, 2006; Fodor, 2009*).

A *Budapesti Műszaki Egyetem* élelmiszerkémia előadásának anyaga szerint *(2014)* egy egészséges ember élelmiszer-fogyasztásának alakulása az alábbiak alapján vázolható fel (1. ábra).

Alapvető a testmozgás, amit főként szabad levegőn ajánlott végezni, a gabonafélék mellett – amelyek az energiaszükséglet nagy részét fedezik – javasolt a vitalitás megtartása miatt a gyümölcs- és zöldségfogyasztás is. Naponta egyféle gyümölcsöt fogyasszunk délelőtt vagy legkésőbb délután 16.00-ig, ugyanis a gyümölcsök erjedésének negatív hatásai miatt, a tévhitekkel ellentétben nem javasolt azt vacsorára fogyasztani. Tejtermékek a csontoknak, az olajok a keringés és a gondolkodás számára nélkülözhetetlenek, de már kisebb mennyiségben. A halfogyasztás az Omega-3 zsírsavak miatt ajánlott, főként édesvízi halakat javasolnak. A sokéves téves tiltás ellenére is bebizonyosodott, hogy a szervezetnek vörös húsokra a vaspótlás miatt, étcsokoládéra a keringés és vértisztítás miatt alkalmanként szüksége van.

Az országos felmérések szerint az élelmiszermérlegekből számított egy főre jutó összes élelmiszer-fogyasztás Magyarországon 2000-ben 701 kg, 2011-ben 618 kg volt, ami a teljes népességet figyelembe véve naponta átlagosan közel 2 kg élelmiszert jelent. Az állati eredetű termékek (hús, hal, tej, tojás) változatlanul az összes élelmiszer-

1. ábra

Egy egészséges ember napi táplálkozáspiramisának felépítése

Forrás: BME, 2011

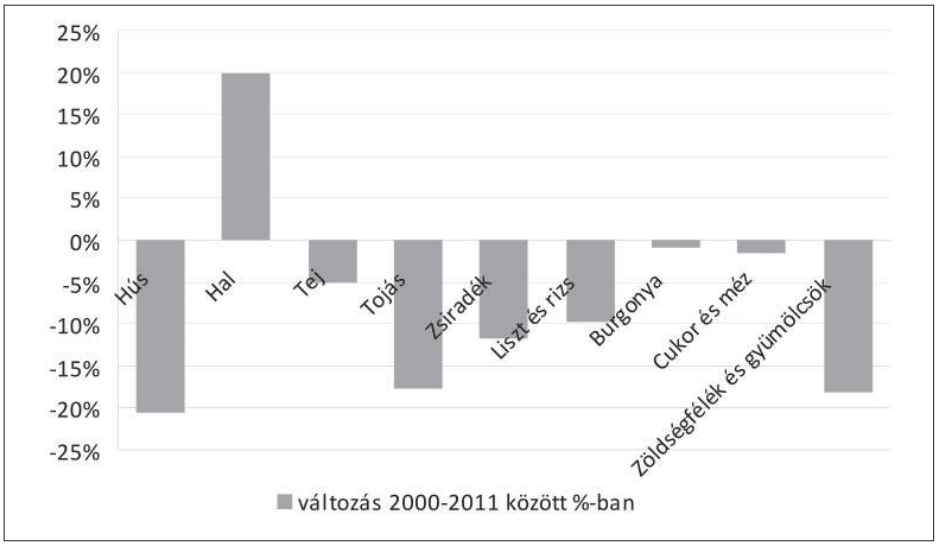
fogyasztás mintegy 40%-át adják. A magyar lakosság 1 főre jutó húsfogyasztása 2000 és 2011 között 20,5%-kal csökkent (2. ábra). A halfogyasztás esetén 20%-os növekedés figyelhető meg, ami egyre inkább megfelel a kívánatos táplálkozási szintnek. A halfogyasztásból 1,5 kg ponty, ez a legkeresettebb édesvízi hal itthon, elsősorban a hungarikumnak számító pontyhalászlé miatt. A hazai halfogyasztás leglényegesebb jellemzője, hogy a halat a magyarok ünnepi ételnek tekintik, az eladások 40%-a karácsonyhoz kapcsolódik.

A debreceni egyetemen (*Szűcs – Tikász, 2008*) végzett kutatás is azt a jól ismert tényt igazolja, hogy a magyarok egy része a szálkát gyűlöli (32%), másik része (32%) kellemetlen szagúnak tartja a halat, ami már kulturális kérdés. A gyermekek nem kedvelik a szálkás ételeket, és a szüleik is féltik őket egy esetleges félrenyeléstől, ami tovább támogatja a halat nem fogyasztó generációk felnövését, az elutasítás szinte öröklődik. A szálkatéma a tengeri halat fogyasztó, tengerparti országokban nem jellemző, a tengeri halak kevésbé szálkásak, ahogy a pisztráng és a harcsa sem az, a szálkától tartó fogyasztókat érdemes ezekkel megkínálni. A hazai fogyasztók szálkára érzékenységét igazolja a gasztronómiai szempontból érdektelen húsminőségű, de szálkamentes afrikai harcsa hazai sikere is. A busa sok esetben jelentősen alulpozícionált a potenciális lehetőségeihez képest. A pontyfélék családjába tartozó halból – mivel kizárólag moszatokkal táplálkozik – kivont olaj kifejezetten jó hatású a keringésre. Az idősebb emberek inkább az ízéért, a hagyományoktól, megszokásoktól vezérelve fogyasztják a halat, míg a fiatalabbak inkább az egészséges életmódra való törekvés miatt.

Táplálkozás-egészségügyi szempontból vegyesen alakult a 2011-es élelmiszer-fogyasztás az egy évtizeddel korábbi adatokhoz képest, ugyanis folytatódott a cukor (–1,51%) visszaszorulása, ezzel szemben bővült a szeszes italok fogyasztása, miközben mérséklődött a tej- és tejtermékeké (–5,16%), és összességében kevesebb fo-

2. ábra

Az egy főre jutó élelmiszer-fogyasztás %-os változása Magyarországon a 2000–2011 közötti időszakban



Forrás: saját szerkesztés KSH-adatok alapján (Statisztikai Tükör, 2013)

gyott zöldségfélékből és gyümölcsökből (–18,05%) is. A tojásfogyasztás hat éve tartó csökkenése a tárgyévben sem állt meg, egy főre vetítve 12,6 kg (kb. 217 db). A csökkenés ellenére a tojásfogyasztás még kissé meghaladja az Európai Unió átlagának szintjét (12 kg/fő). A magyarországi átlagnál több tojást fogyasztanak Dániában, Máltán, Belgiumban, Franciaországban, Ausztriában és Szlovákiában, ugyanakkor a fejenkénti fogyasztás nem éri el a 10 kg-ot Bulgáriában, Portugáliában és Finnországban. Az egy főre jutó zöldség- és gyümölcsfogyasztás 2011-ben 178 kg-ot tett ki, ami a 2000-es évhez képest 17,64%-os csökkenést jelentett, ami többnyire az áremelkedésnek köszönhető.

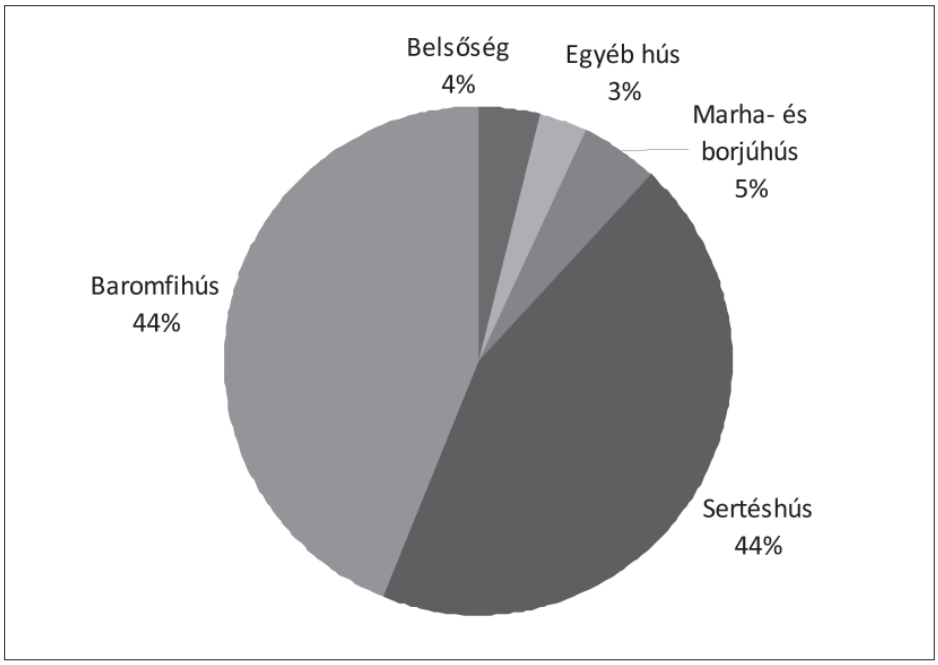
A sertéshús egy főre jutó mennyisége 25 kg volt 2011-ben, ami 2010-hez képest fél kg-mal alacsonyabb. A baromfihús fogyasztása (24 kg) 2010-hez képest gyakorlatilag nem változott (3. ábra).

A sertéshús fogyasztása mindössze 2 kg-mal csökkent, miközben a baromfihúsé 5 kg-mal esett vissza 2000 és 2011 között. Az egészségtudatosság szempontjából a fehér hús fogyasztásának növekedése lenne kívánatos, az átlagos húsfogyasztás csökkenése itt azonban nem a kultúrának, hanem az árak növekedésének tudható be. Magyarországon az elmúlt években bekövetkezett fogyasztáscsökkenés ellenére a baromfi- és sertéshúsfogyasztás átlagosnak számít az Európai Unióban. Ezen belül a baromfihúsból Luxemburgban fejenként 10 kg-mal kevesebbet fogyasztanak, mint hazánkban, míg Portugáliában ugyanennyivel többet. Sertéshúsból Dániában kétszer annyit fogyasztanak, mint Magyarországon, ezzel szemben a hazainak mindössze harmadát Görögországban.

Az EU-csatlakozás következtében csak kiváló minőségű, az egészséges táplálkozás igényeit maradéktalanul kielégítő vá-

3. ábra

Húsfogyasztás megoszlása Magyarországon 2011-ben



Forrás: saját szerkesztés KSH-adatok alapján (Statisztikai Tükör, 2013)

gómarha értékesítése lehet a cél. A nagy mennyiségű olcsó hús előállítására nincsen sok esélyünk a világ nagy marhahústartó régióival (Argentína, Brazília, USA, Kanada) szemben. A piacon csak kiváló minőségű prémiumtermékekkel lehetséges szerephez jutni és jövedelmet termelni az ágazat szereplői számára. A hagyományos magyar konyha a sertés- és baromfihúst részesíti előnyben. Ennek a sajátos szerkezetnek bizonyos mértékig társadalmi gyökerei is vannak, a kisparaszti viszonyok között gazdálkodók önfogyasztása mindenekelőtt a ház körüli baromfifogyasztásra, illetve az évi egyszeri sertésvágásra támaszkodott. A jelenlegi marhahúsfogyasztás 2,8 kg/fő/év, ami igen alacsonynak mondható mind európai, mind világviszonylatban. Az EU25-ök átlagfogyasztása 18-20 kg/fő/év. További sajnálatos tény, hogy a 2004-ben belépő tagállamokat tekintve is az utolsók között vagyunk ebben a tekintetben (*Blaskó et al., 2011*).

Miután az európai egységes piacon az áruknak szabad mozgástere van, hazánkba is nyomott áron érkezik be a zöldség és a gyümölcs, ezzel pedig a magyarországi termelők nem képesek versenyre kelni. Az alkalmazott technológiának és a hozamnak is jelentős árbefolyásoló hatása van. A holland és a spanyol termelők magasabb szintű technológiával tudják előállítani termékeiket. Ezen a téren Magyarország a középmezőnyben foglal helyet mind a zöldség-, mind a gyümölcstermesztést nézve. A hozam pedig értelemszerűen hatással van az árakra. A magyar fogyasztók egy ideje kifejezetten előnyben részesítik a hazai zöldséget és gyümölcsöt, ami elősegíti az egészségtudatos táplálkozást és a prevenciót is. Ennek az örvendetes tendenciának azonban sajnos nem elsősorban a honi termelők a haszonélvezői, hanem inkább a kereskedelmi láncok, amelyek igen magas árrést érvényesítenek. Nemritkán a termelői árhoz képest 2-3-szoros áron kínálják a termékeket. A termelői és a fogyasztói árak között tehát számottevő a szakadék, ami a kereskedői üzletpolitika függvénye, és ezt természetesen nem tudják befolyásolni a termelők. Az alapvető cél, hogy a magyar termelők korszerűbb technológiával termeljenek, magasabb hozamokat legyenek képesek elérni, a kereskedelmi oldalt tekintve pedig arra kell koncentrálni, hogy a termelői szervezetek nagyobb volumenben kínálják az árut a kiskereskedelem felé, így a béralkunál jobb pozícióba kerülhessenek. A termelői szervezetek, a TÉSZ-ek sikeresebb üzleti tevékenységének megvalósulásához azonban még nagyon sokat kell tenni (*Mártonffy, 2013*). Véleményünk szerint azonban a beavatkozás fontos lenne a termékpálya más területein is, összhangot teremtve a termelő, feldolgozó, értékesítő és a fogyasztók között, nyomon követve a disztribúciós csatorna minden szintjét.

A VÁLLALATI KULTÚRA SZINTJEINEK ÉRTÉKELÉSE ZALA MEGYÉBEN

Mind a kultúrának, mind a szervezeti kultúrának számos meghatározása létezik a nemzetközi (*Deal – Kennedy, 1982; Schein, 1985*) és hazai (*Bauer – Berács, 1992; Bakacsi et al., 1991*) szakirodalomban is. E kutatás során *Bakacsi Gyula (2004)* megfogalmazását alkalmazzuk, mely szerint a szervezeti kultúra olyan rendszer, ami magában foglalja a szervezet tagjai által elfogadott, közösen értelmezett előfeltevéseket, értékeket, meggyőződéseket és hiedelmeket. E rendszer elemeit a szervezet tagjai érvényesnek fogadják el, követik és átadják az új tagoknak mint a problémák megoldásának követendő mintáit és kívánatos gondolkodási és magatartásmódot.

Ahogyan a fenti megfogalmazásból is érezhető, a szervezeti kultúra leírja az adott vállalat mindennapi működési elveit. Egyfajta hasonlóságot jelent, ami a közös gondolkodásmódban, magatartási keretekben mutatkozik meg, s melyek meghatározzák az egyének és csoportok cselekedeteit.

A vállalatok életében a kultúrának számos eleme és megjelenési módja van, ide tartoznak a szervezetet körülvevő gazdasági környezet és kulturális hálózatok, a közösen vallott értékek, de a hagyományos szertartások és nagyra becsült hősök is (*Gaál – Szabó, 2008*). Empirikus kutatásunkban vizsgáljuk, hogy a szervezeti kultúra elemei közül melyek milyen formában épülnek be a vizsgált egészségtudatos vagy azt nélkülöző vállalkozások életébe.

A kultúra egyéni szintjei mellett a szervezeti szint is fontos (*Balogh et al., 2011*), az *Edgar H. Schein* által meghatározott kulturális szintek pedig a vállalkozások esetén is értelmezhetők. Az első szinten találhatók azok a látható elemek, melyeket egy kívülálló is érzékelhet, s ezen észlelések alapján alakul ki benne az első benyomás (*Gaál et al., 2009*). Ilyen például a szervezetben alkalmazott nyelvezet, esetleg zsargon, az irodák berendezése vagy akár az egyénre vonatkozó viselkedési és öltözködési szabályok is. Az általunk végzett kutatásban a látható elemek közül a béren kívüli juttatások szerepét vizsgáljuk (*Péter et al., 2013*).

A középső szint a szervezeti értékek és ideológiák szintje, amelyek egyszerre tudatosak és ösztönösek, s a szocializáció során épülnek be. Ide sorolható az egészségtudatosság és az egészségmegőrzés fontosságának elve is. Ezek a szervezeti értékek – kimondva vagy kimondatlanul – megjelennek a szervezet döntéseiben is. Jelen vizsgálatban a munkáltatók által finanszírozott védőoltások, illetve az egészségmegőrzéshez köthető intézkedések jelentőségét vesszük górcső alá.

A harmadik, s egyben legmélyebb szint az alapfeltevések és premisszák szintje, melyek leginkább adottságokként kezelhetők, ösztönösek, s nem kérdőjeleződnek meg az adott kultúrában. Ilyen alapfeltevés a világhoz való viszonyulás, az ember és természet viszonya, az idő- és térorientáció. Bár ezek a premisszák nem mindig azonosíthatók és határozhatók meg egyértelműen, mégis mozgatórugói lehetnek a szervezeti életnek (*Schein, 1985; Varga – Pontyos, 2000*). Az értékek forrása ebben a gondolati megközelítésben a munkavállaló egészségmegőrzése, amely nagyban meghatározza a vállalati légkört.

A kultúratípusok nem tesznek különbséget az állami szervezetek és a magánszférában jelen lévő szervezetek között, s többségük a méretkategóriát sem veszi figyelembe (*Gaál – Szabó, 2008*). A fent felsoroltak közül hazánkban a *Charles Handy-féle* megközelítés a legelterjedtebb, amely négy vállalati kultúratípust különít el.

Az *erő/hatalom típusú* kultúra esetén a hatalom egy pontban koncentrálódik, s szabályozatlansága miatt könnyen és gyorsan képes reagálni a környezet változásaira. Ez a típus elsősorban az egyéni, valamint a kis- és közepes vállalkozásokra jellemző, e szervezetekben működhet hatékonyan.

A *szerep típusú* kultúra erősségei a hatékonyan és szervezetten működő szervezeti egységek. Ez a kultúratípus elsősorban stabil piaci környezetben lehet előnyös, mely napjainkban nagyon kevés területről mondható el, így népszerűsége ellenére a mai piaci környezetben nem célravezető.

A *feladat típusú* kultúra mátrix felépítésű, rendkívül rugalmas, s mint nevéből is adódik, egy-egy feladatra koncentrál. Ez a szervezeti típus rendkívül teljesítményorientált, folyamatos a környezeti adaptív nyomás, s elsősorban kisebb vállalkozás esetén lehet ésszerű.

A *személy típusú* kultúra nagyon ritka, ott figyelhető meg, ahol a vállalati célok közül a vezető személye és célkitűzései állnak az első helyen. Az ezen kultúratípusba tartozó vállalkozások általában kreatívak, innovatívak, s magasan kvalifikált munkaerő-állománnyal rendelkeznek (*Gaál – Szabó, 2008*).

A béren kívüli juttatások rendszere napjainkra az emberi erőforrás-menedzsment széles körben alkalmazott eszkö-

zének számít, annak ellenére is, hogy a hagyományos felfogás szerint a bérezési politika elsősorban az alapbéren és a bérhez kapcsolódó kifizetéseken alapul. Nem szabad figyelmen kívül hagyni ugyanakkor azt a tényt, hogy a munkabér az emberi szükségletek maslow-i rendszerében leginkább a fizikai szükségletek kielégítésére alkalmas. A kafetériarendszer kiváló lehetőség a vállalkozások számára arra, hogy fokozzák a munkatársak elkötelezettségét és elégedettségét, megtartsák az értékes dolgozókat, továbbá növeljék a munkahely vonzerejét (*Poór et al., 2013; Péter et al., 2013*).

TÁPLÁLKOZÁSI SZOKÁSOK ALAKULÁSA ZALA MEGYÉBEN

A bioélelmiszerek és egyéb, funkcionális élelmiszer-kategóriák, márkák fogyasztása még nem szoros része a mindennapi életmódnak, az csak a vizsgálatba bevont lakosság megközelítőleg egytizedére jellemző (*Péter – Molnár, 2011*). A biotermékek fogyasztása divatos, de semmiképpen sem elterjedt. Elsősorban a magas iskolai végzettséggel és társadalmi státusszal rendelkező nők körében jelenik meg a termékkategória iránti nyitottság.

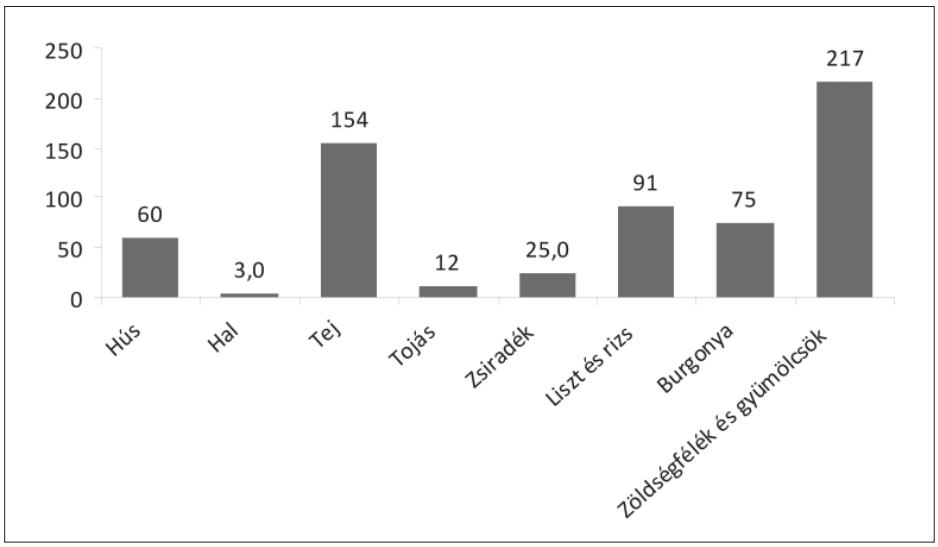
Ugyanakkor előremutató, hogy a felnőtt magyar lakosság alapvetően még alacsony szintű egészségtudatossága ellenére kialakultak azok a csoportok, amelyek hosszú távon egészségtudatos fogyasztókká válhatnak (*Aszmann, 2010*).

Táplálkozás-egészségügyi szempontból 2013-ban az élelmiszer-fogyasztás Zala megyében az országos átlaghoz (kg-ban) hasonlóan alakult (4. ábra). Az egy főre jutó húsfogyasztás átlagosan 10 kg-mal kevesebb, mint az országos átlag, és ahhoz hasonlóan főként a baromfitermékeket vásárolják az itt élők.

A halfogyasztás hasonló az országos adathoz, és főként hazánk halastavaiból, elsősorban a Balatonból kifogott halakat kedvelik. A vásárlási csúcsidőszak továbbra is a karácsony. Tej- és tejtermékekből 6 kg-mal, tojásból 1,7 kg-mal fogyasztanak kevesebbet egy főre vetítve a vizsgált megyében. Zsiradékból 14 kg-mal fogy kevesebb, lisztből 3 kg az elmaradás az országos átlag-

4. ábra

A válaszadók 1 főre jutó élelmiszer-fogyasztása Zala megyében, 2013-ban (kg)



Forrás: saját ábra, 2013

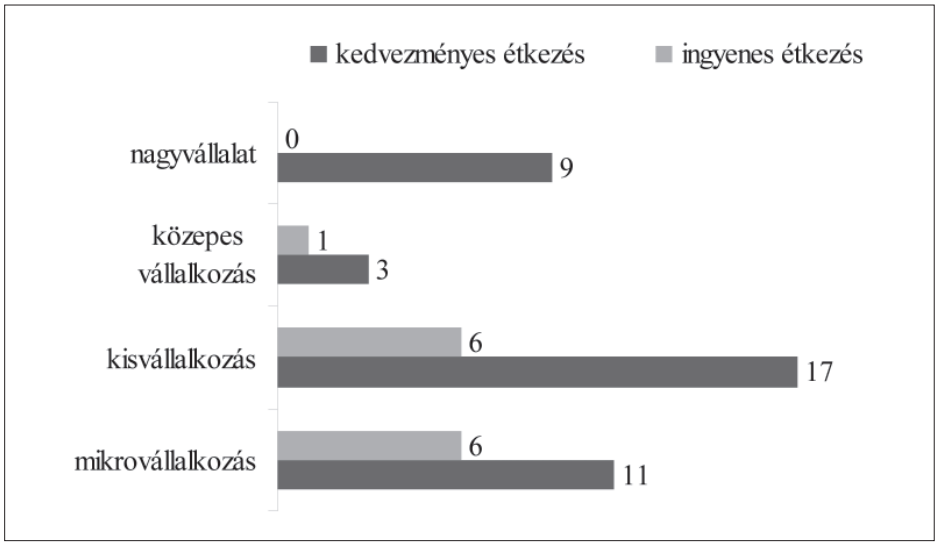
hoz képest. A burgonya azonban nagyon népszerű a zalai konyhákban, csaknem 11 kg-mal fogyasztanak többet az itt élők, mint az országos átlagos érték. Ez többek között a zalai gasztronómiának tudható be, ugyanis a Zala megyei népszerű köret vagy főétel, a dödölle alapanyaga, valamint a krumpliprósza is népszerű magyar népi étel, amelyet az ország különböző pontjain más és más néven ismernek. Van, ahol tócsninak vagy lapcsánkának hívják, de még rengeteg néven ismert. Nemcsak a nevek különböznek az egyes tájakon, hanem az elkészítés is nagyon változó. Zalában krumpliprószaként ismert az étel, amely egykor a szegények ételének számított, ám manapság már az éttermek is szívesen veszik fel kínálatukba előételként. Zöldségből és gyümölcsből jelentős a fogyasztás a megyében, ezt tovább erősítheti a 2012/2013-as tanévben újraindult nagy sikerű és népszerű iskolagyümölcs-program. A cél a korábbi évekhez hasonlóan az általános iskolák alsó tagozatos kisdiákjainak friss gyümölccsel, valamint 100%-os gyümölcslével való ellátása. A *Magyar Zöldség-Gyümölcs Termelők Értékesítő Szervezete* azzal a céllal alakult, hogy az országban működő, zöldség- és gyümölcstermeléssel foglalkozó őstermelőket, családi gazdálkodókat és vállalkozókat összefogja, képviselje. Az ország több megyéjében vannak tagjai, így egész Magyarország területére gyorsan, pontosan és kifogástalan minőségben tudnak szállítani friss zöldség- és gyümölcstermékeikből.

A Zala megyei lakosság étkezési szokásait a szerint is vizsgáltuk, hogy hogyan hatnak az egészségre és rákérdeztünk a leginkább preferált ételekre. Saját bevallásuk szerint 25,5%-uk könnyű ételeket fogyaszt a legtöbbször, de jelentős számban (20,9%) kedvelik a fűszeres magyaros konyhát is. A magas szénhidrát-tartalmú ételek (18,1%) és a zsíros ételek (11,4%) meglehetősen népszerűek a fogyasztók körében. A lakosság egészségtudatos élelmiszer-fogyasztásához közvetetten hozzájárulhatnak a vállalkozások, illetve intézmények mint munkaadók a vállalati kultúra első, azaz a látható elemek szintjén is. Ezt vizsgáltuk a kutatásba bevont 198 intézményen keresztül, melynek 8%-a tevékenykedik az agráriumon belül, amit a következőkben részletezünk.

A munkáltatók 97%-a nagyon fontosnak tartja a munkavállalók egészségmegőrzését, számukra ez többé-kevésbé a vállalati kultúrán belül a szervezeti értékek és ideológiák része. A kultúraelemek közül közösen vallott értékként a munkavállaló egészségmegőrzése jelenik meg. A megfelelő vállalatpolitika alkalmazásánál fontos vizsgálni, hogy a munkahelyi egészségfejlesztés beépült-e a vállalatirányítás rendszerébe, azaz felismerték-e annak fontos szerepét. Fel kell tárni, hogy a munkahely és a munkafolyamatok kialakításakor figyelembe veszik-e a munkavállalók képességeit, beleértve az egészségi állapotot is, azaz a személyzeti munkának és a munkaszervezésnek egészségorientáltnak kell lennie. A sikeres munkahelyi egészségfejlesztésnek kiérlelt, jól megfogalmazott koncepción kell alapulnia, amit szükség esetén (esetleg folyamatosan) módosítani kell. Az Erzsébet-utalvány 2013-tól új célokra is felhasználható. Az étkezési és gyermekvédelmi utalvány megmarad, emellett három új forma jelenik meg: az ajándékutalvány széles termékkörre, az iskolai utalvány tankönyvre, tanszerre, ruházatra, a szabadidő-utalvány pedig sport- és kulturális események belépőjére, bérletre, könyvtári beiratkozásra váltható be. Az elfogadóhelyeken az Erzsébet-utalvánnyal ezentúl is vásárolható meleg étel, a kedvezményes adóteher 8000 Ft-ig 35,7%-os, ami mind a munkáltató, mind a munkavállaló számára vonzóbbá teheti ezt a fajta béren kívüli juttatást. A SZÉP kártya (35), illetve az önkéntes egészségbiztosítási hozzájárulás (kiegészítő, illetve életmódjavító, 28) került említésre a legnagyobb gyakorisággal, az erre vonatkozó szabályok szerint 2013-ban az említett juttatás ese-

5. ábra

A vizsgált cégek hozzájárulásának gyakorisága a vizsgált intézményen belüli élelmiszer-fogyasztáshoz



Forrás: saját ábra Péter et al., 2011; Péter, 2013 alapján

tén a hozzájárulás mértéke 10%-ról 14%-ra nőtt. A vizsgált cégek közül 53 tett említést arról, hogy egyéb béren kívüli juttatásként igyekszik hozzájárulni intézményen belül az élelmiszer-fogyasztáshoz.

A kutatási feltételezésünket támasztja alá, hogy ebben az esetben is főként a mikro-, illetve kisméretű vállalkozások a leginkább érintettek (5. ábra).

A vállalkozások méretkategória szerinti változóit (mikro-, kis-, közepes és nagyvállalkozások) hasonlítottuk össze más változókkal és megfigyeltük a köztük lévő kapcsolat szorosságát, együttmozgását korrelációszámítással, SPSS 16.0-os programcsomag segítségével. A változók esetében 5%-os szignifikancia-hibahatárt engedélyeztünk.

A méretkategóriák, illetve a béren kívüli juttatatások esetén közepes erősségű, de ellentétes irányú kapcsolatot kaptunk (szignifikancia: 0,00; Pearson: –0,317).

Az eredmény szerint minél kisebb egy vállalkozás, annál családiasabb a hangulat, annál inkább ismeri a munkáltató a munkavállalók igényeit és problémáit, ezért fontosnak tartja a megfelelő béren kívüli juttatások nyújtását, a megfelelő ellátást és a védőoltásokat is a kafetérián túl. A vizsgált mikro-, illetve kisvállalkozásoknál a csapatépítő tréningnek is összekovácsoló ereje lehet. A tréningeken a legfontosabb fejlődésre késztető erő az egyén saját tapasztalata, szembesülése a saját és a körülötte lévő emberek jellemvonásaival, kommunikációs és viselkedési stílusával. Elősegíti a csapatszellem és az empátia kialakulását, ami jobb közérzetet és munkakedvet, a későbbiekben lelkileg kiegyensúlyozottabb munkavállalót eredményezhet.

A vállalkozások által felkínált sportolási lehetőség, a kedvezményes étkezés, valamint a céges üdülő felajánlása is hatással van a munkavállaló egészségmegőrzésére.

FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

(1) Aszmann, A. (2010): Fókuszban az egészségtudatosság: merre tartunk? Országos Gyermek egészségügyi Intézet – (2) Babbie, E. (2001): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó, Budapest, 212 p. – (3) Bakacsi Gy. (2004): Szervezeti magatartás és vezetés. KJK, Budapest – (4) Bakacsi Gy. – Balaton K. – Dobák M. – Máriás A. (1991): Vezetés-szervezés. Aula Kiadó, Budapest – (5) Balogh Á. – Gaál Z. – Szabó L. (2011): Relationship between organizational culture and cultural intelligence. Management & Marketing - Challenges for the Knowledge Society. Vol 6, No 1, 95-110. pp. – (6) Bauer A. – Berács J. (1992): Marketing. Aula Kiadó, Budapest – (7) Blaskó B. – Cehla B. – Kiss I. – Kovács K. – Lapis M. – Madai H. – Nagy A. Sz. – Nábrádi A. – Pupos T. – Szőllősi L. – Szűcs I. (2011): Állattenyésztési ágazatok ökonómiája. Debreceni Egyetem, Nyugat-Magyarországi Egyetem, Pannon Egyetem; TAMOP 4.2.5 Pályázat könyvei. – (8) Budapesti Műszaki Egyetem (2011): Táplálkozástudomány. Élelmiszerkémia. A táplálkozás az élet alapja. PPT-előadás. – (9) Deal, T. E. – Kennedy, A. A. (1982): Corporate Cultures. The rites and rituals of corporate life. Addison-Wesley, Reading, MA. – (10) Fodor M. (2009): Az élelmiszerfogyasztói preferenciák elemzése a munkahelyi étkeztetésben. Doktori (PhD-) értekezés tézisei. Szent István Egyetem Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, 2-3. pp. – (11) Gaál B.(1998): A magyar háztartások élelmiszer fogyasztási szokásai. Marketing & Menedzsment, 32. évf., 3. sz., 71-75. pp. – (12) Gaál Z. – Szabó L. (2008): Segédlet a stratégiai menedzsmenthez. Pannon Egyetemi Kiadó, Veszprém – (13) Gaál Z. – Balogh Á. – Bognár F. (2009): Karbantartásmenedzsment a tudásgazdaságban. In: Veresné Somosi M. (szerk.): „Vezetési ismeretek III." Tanulmányok a társtanszékek munkatársaitól. Jubileumi kiadvány a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar Vezetéstudományi Intézet alapításának 50. évfordulójára, Miskolc-Lillafüred, 2009. május 19–20. – (14) Glatz F. (szerk.) (2002): Egészségmegtartás, betegségmegelőzés. Magyar Tudományos Akadémia műhelytanulmánya. Programvezető Vizi E. Szilveszter. Szakmai lektor Bácsy Ernő. Budapest, 8-9. pp. – (15) Hetesi E. (2004): A fogyasztás szociológiája. A szociális identitás, az információ és a piac. SZTE Gazdaságtudományi Kar közleményei, Jatepress, Szeged, 267-281. pp. – (16) Központi Statisztikai Hivatal (2013): Az élelmiszer-fogyasztás alakulása, 2011. Statisztikai Tükör, VI. évf., 42. sz., 1. p. – (17) Mártonffy B. (2013): Miért olcsóbb az egyiptomi zöldpaprika, a spanyol paradicsom vagy a német cseresznye? Beszélgetés dr. Mártonffy Bélával, a Magyar Zöldség-Gyümölcs Szakmaközi Szervezet és Terméktanács elnökével. Online. https://http://www.tesztplussz.hu/miert-olcsobb-az-egyiptomi-zoldpaprika-a-spanyol-paradicsom-vagy-a-nemet-cseresznye, 2013. november 26. – (18) Orbánné N. M. (szerk.) (2006): Az élelmiszeripar strukturális átalakulása (1997–2005). Agrárgazdasági Tanulmányok (3) 1, 35. p. – (19) Péter E. (2013): Mit, merre, mennyiért? – Állami- és magán egészségügyi ellátás értékelése Zala megyében. XVII. Apáczai-nap Tudományos Konferencia – Mobilis in mobili: egyszerűség és komplexitás a tudományokban. 2013. október 25. – (20) Péter E. (2013): Preventív szemlélet munkahelyi környezetben, Zala megye példáján. XVII. Apáczai-nap Tudományos Konferencia – Mobilis in mobili: egyszerűség és komplexitás a tudományokban. 2013. október 25. – (21) Péter E. – Molnár T. (2011): Prevenció vagy gyógyítás? – az egészségtudatosság fogyasztói felmérése Nagykanizsán. LIII. Georgikon Napok 53rd Georgikon Scientific Conference,2011. szeptember 29–30. – (22) Péter E. – Keller K. – Kaszás N. (2013): Egészségtudatosság – része a szervezeti kultúrának? Vezetéstudomány, XLIV. évf., 6. különszám, 52-58. pp. – (23) Péter E. – Molnár T. – Kaszás N. (2011): Egészséges az egészségügy? – elégedettség mérés a nagykanizsai lakosság körében. Változó környezet – Innovatív Stratégiák. Nemzetközi Konferencia – 2011, Sopron, 2011. november 2. – (24) Poór J. – László Gy. – Beke J. – Óhegyi K. – Koble T. (2013): A cafeteria-rendszer továbbfejlesztésének lehetőségei – múlt, jelen és jövő. Vezetéstudomány, XLIV. évf., 1. sz., 2-17. o. – (25) Schein, E. H. (1985): Organizational culture and leadership. San Fransisco, Jossey-Bass – (26) Szabó M. (szerk.) (1998): A hazai élelmiszerfogyasztás szerkezeti változásai és tendenciái. Agrárgazdasági Tanulmányok (12) 1-74. pp. – (27) Szűcs I. – Tikász I. E (2008): A magyarországi fogyasztók halvásárlási és halfogyasztási szokásainak helyzete. Előadás. XXXII. Halászati Tudományos Tanácskozás, Szarvas, 2008. május 14–15. – (28) Varga A. H. – Pontyos T. (2000): A Public Relations. Vajdasági Könyvtári Hírlevél, II. évf., 6. sz.

RESEARCH ON HEALTH-CONSCIOUS FOOD CONSUMPTION IN ZALA COUNTY – THE ROLE OF ENTERPRISES IN HEALTH PROMOTION

By: Péter, Erzsébet – Németh, Kornél – Kaszás, Nikoletta

Keywords: food ingredients, consumption, prevention, health consciousness, organisational culture.

By studying health-conscious consumption through the analysis of demand and supply, we highlight how consumers are open towards how their eating habits have changed in the past few years, both at national level and in Zala County. Nowadays health-minded enterprises put great emphasis on prevention of illnesses and on the preservation of good physical and mental condition of colleagues by applying health oriented work organisation, since it may improve work efficiency. The results show the smaller the enterprise and the more intimate the atmosphere, the better is the employer's understanding of the demands and problems of their employees and the greater is the importance attached to offering fringe benefits (canteen services etc.). Paying attention to co-workers is also important, which may be noted at multinational companies as well, although it seems to be the result of conforming to rules. It is present in the organisational culture on the premises, since it aims to consolidate unity, improve well-being and make working more effective by using primary prevention. However, fringe benefits occasionally serve as substitutes for wages and have no direct impact on health-conscious nutrition; food consumption is mainly influenced by food trends and the income level of the consumers.

The present research evaluates the preventive approaches to health and the amount of financial support received by the employees based on the size class and category of enterprises. The results are determined by the quality and the direct/indirect impacts of the working environment that affect our health in several ways. Workplace health promotion is a profitable activity, since the employer, the employee and the social system all have an interest in the profit. Poor health may cause the very same loss to the companies as permanent absence from work. Owing to these facts, employers consider workplace health promotion important and support it by giving health-related fringe benefits to their employees.

SOME SPECIAL ASPECTS OF AGRICULTURAL EFFICIENCY IN AGRICULTURE

By: Farkasné Fekete, Mária – Balyi, Zsolt – Szűcs, István

Keywords: total factor productivity, R&D activity, social capital, evaluation of agricultural land.

Global agriculture is changing at an accelerated pace and is faced with ever changing new challenges from the supply and demand side alike. These changes also pose new challenges for researchers of this field. We have to seek new and innovative methods for increasing the efficiency of agricultural production, and these require increasing research and development expenses, and thus better effectiveness of these expenditures. It is the responsibility of research workers to draw attention to the dangers hidden in the global trends of agricultural R&D, especially to the consequences of the decline or stagnation of publicly funded R&D activities in high-income countries, and to the dynamics and characteristics of recent years. In order to measure the efficiency, methodological improve-