Miért nem eszik több halat a magyar? Egyes halfogyasztást befolyásoló tényezők vizsgálata

TEMESI ÁGOSTON

Kulcsszavak: fogyasztás kockázatai, halfogyasztási aktivitás, fogyasztói megkérdezés, halfogyasztási attitűd, egészséges táplálkozás.
JEL-kód: Q13.

ÖSSZEFOGLALÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK, KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A magyarországi lakosság halfogyasztását befolyásoló egyes tényezők vizsgálata érdekében végzett fogyasztói megkérdezés eredménye szerint a fogyasztók halfogyasztását hátráltató szempontok közül kiemelkednek a következők: „kellemetlen a halak szálkatartalma", „a hal feldolgozása otthon sok munkát igényel", „nem értek jól a halakhoz".

Az érzékelt kockázattípusok szerint csoportosítva a fogyasztói megkérdezés során vizsgált tényezőket, több mint 1000 fő válaszait összesítve megállapítható, hogy a halfogyasztásra vonatkozó döntést elsősorban funkcionális kockázatok befolyásolják. Emellett nem hagyható figyelmen kívül a fizikai, a pénzügyi és a pszichológiai (kellemetlen emlék vagy érzékszervi tapasztalat) kockázatok szerepe sem, míg a társadalmi kockázatok a leginkább elhanyagolhatók. Elemzésünk rávilágított arra is, hogy a fogyasztás gyakoriságának növekedésével egyidejűleg valamennyi vizsgált funkcionális, társadalmi, pszichológiai és pénzügyi kockázat fogyasztói észlelése csökken, a fizikai kockázatoké viszont érdemben nem változik.

Ezek alapján kijelenthető, hogy a haltermékekhez kapcsolódó marketingtevékenység során indokolt a fogyasztók szegmentálását a fogyasztás gyakorisága alapján végezni, mert a halat különféle rendszerességgel fogyasztók más problémákat és más súllyal érzékelnek. Ugyanez szükségtelenné válik abban az esetben, ha a termékfejlesztés a haltermékek fizikai kockázatainak csökkentésére irányul.

Megállapítottuk továbbá, hogy a nők a funkcionális, a fizikai, a pszichológiai és a pénzügyi kockázatcsoportokat nagyobb problémaként észlelik, mint a férfiak. Kivételt a társadalmi kockázatok jelentenek, amelyeket hasonlóan érzékel mind a két nem. Azaz a haltermékek fogyasztásának társadalmi kockázatait csökkentő termékfejlesztőknek nem érdemes a nemek szerinti szegmentációt választaniuk.

Végül az egyes korcsoportok vizsgálata alapján leszögezhető, hogy a termékfejlesztés során különös figyelmet indokolt fordítani a 18–25 év közötti és az 55 év feletti korosztályra, tekintettel arra, hogy e csoportokat érintették a legintenzívebben az egyes kockázattípusokban felsorolt problémák.[1]

[1] A kutatás a *VKSZ-12-1-2013-0078* számú pályázat támogatásával valósult meg.

BEVEZETÉS

A magyar lakosság halfogyasztása a statisztikai adatok szerint jelentősen elmarad az európai átlagtól: míg Európában az egy főre jutó fogyasztás 2011-ben 21,8 kg/fő/év, addig hazánkban ez a szám 5,3 kg/fő/év, amellyel Magyarország az európai országok között az utolsó helyen áll (*Faostat. fao.org, 2011*).

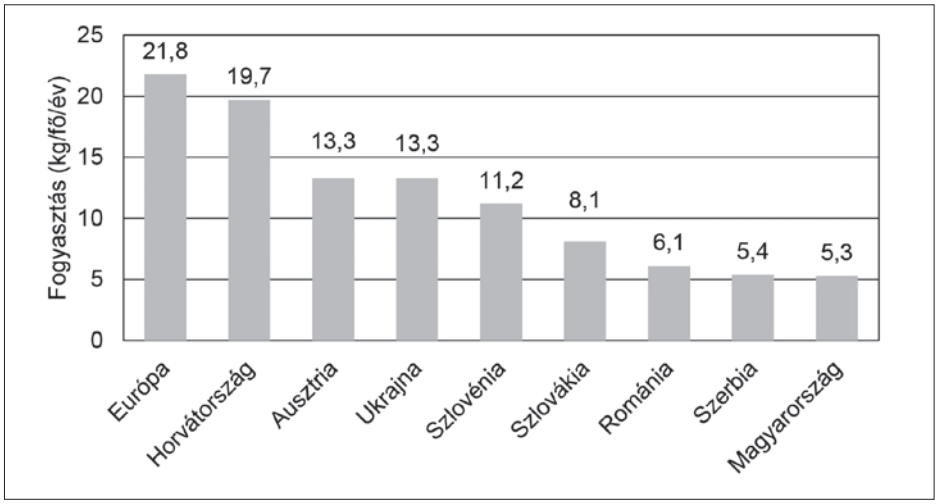
Az alacsony fogyasztási szint okait keresve adja magát néhány leegyszerűsített válasz: Magyarországnak nincsen tengerpartja, a magyar fogyasztónak drága a hal. Ezek az okok azonban nem képesek megválaszolni azt, hogy miért jelentősen nagyobb egy-egy hazánkhoz hasonlóan tengerpart nélküli és gazdasági teljesítményét tekintve sem jelentősen eltérő ország lakosságának halfogyasztása. Az 1. ábrán az európai átlag és Magyarország, valamint a környező országok egy főre jutó halfogyasztását mutatjuk be.

Törőcsik (2014) friss, a halfogyasztással kapcsolatos, de nem kifejezetten a halfogyasztás és -vásárlás akadályait vizsgáló kutatásának eredménye szerint a magyar lakosság számára a hal alacsony áránál fontosabb a megbízható forrás és a hal frissessége (*A ponty, 2014*), tehát kizárólag a termék magas árával nem magyarázhatjuk a fogyasztás visszafogottságát.

A *Magyar Haltermelők és Halászati Vízterület-hasznosítók Szövetsége* 2014. évi jelentése szerint a visszafogott halfogyasztás okai a következők: „a lakosság árérzékenysége, a termék nehéz elérhetősége, személyes tényezők, ízlés, az otthoni feldolgozás munkaigényessége, szezonalitás" (*Mahal, 2015*). *Törőcsik (2014)* kutatási jelentésében a következő akadályokat, fogyasztói „félelmeket" sorolja fel: szálkától való félelem, hal szagától való undor, hal látványától (nyálkás) való undor, allergia, nem friss, nem jók a szállítási körülmények, vízszennyezettség, ami megjelenik a halakban. Ugyanakkor a felsorolt szempontok általános sorrendjét és a különböző fogyasztói csoportok számára jelentett fontosságát nem ismerjük.

Ma, amikor a halfogyasztás növelésére költségvetési forrásból finanszírozott marketingkommunikációs kampányok folynak, és nem is csupán az ágazat számára fontos,

1. ábra
Egy főre jutó halfogyasztás Európában, Magyarországon és a környező országokban



Forrás: saját szerkesztés a Faostat.fao.org, 2011 alapján

hanem már szinte közös érdek, hogy növekedjen a halfogyasztás, hiszen az közismerten jótékony az egészségre, egyre inkább sürgető ismerni azokat az akadályokat és jelentőségüket, amelyek jelenleg hátráltatják a halfogyasztást és -vásárlást. Ezek ismerete ugyanis segíti a fogyasztókhoz igazodó, az ő igényeiket szem előtt tartó marketingtevékenység (a termékfejlesztéstől az elosztási csatorna fejlesztésén keresztül a kommunikáció javításáig) tökéletesítését.

A táplálkozástudomány állása szerint egy teljes adag (kb. 100-150 g) hal elfogyasztása ajánlott heti legalább két alkalommal az egészség megőrzése érdekében. Ezt a mennyiséget azonban nem csupán a magyar társadalom döntő többsége nem teljesíti, de számos tengerparttal, kevésbé árérzékeny lakossággal rendelkező ország számára is távoli cél. Ezért az akadályokat keresve több jelentős kutatás készült az utóbbi évtizedben olyan országokban is, mint a magyarországinál ötször többet fogyasztó Ausztrália vagy a legjelentősebb halfogyasztással rendelkező országok közé tartozó Norvégia. A téma növekvő fontosságát az is jelzi, hogy a 2000-es évek elején *Olsen (2004)* még arra hívta fel a figyelmet, hogy a halfogyasztást a marketing és a fogyasztói magatartáskutatás oldaláról meglepően kis számú kutatás vizsgálta, addig *Carlucci és munkatársai (2015)* már 49, a témával foglalkozó kutatást osztályoztak. E kutatások igen gyakran kifejezetten a halfogyasztás akadályait igyekeztek a lehető legtöbb oldalról megközelíteni, ezáltal átfogó megoldásokat találni a halfogyasztás növelésére (*Leek et al., 2000; Trondsen et al., 2003; Verbeke – Vackier, 2005; Scholderer – Trondsen, 2008; Brunsø et al., 2009; Altintzoglou et al., 2010; Birch – Lawley, 2012; Grieger et al., 2012; Badr et al., 2015*).

A KUTATÁS CÉLKITŰZÉSEI

Kutatásunkban arra kerestük a választ, hogy mely tényezők hátráltatják a magyar lakosság nagyobb halfogyasztását. *Bauer (1960)* érzékelt kockázatokról szóló klaszszikus megközelítését követve a fizikai, funkcionális, társadalmi, pszichológiai és pénzügyi kockázatcsoportokba osztottuk a fogyasztást akadályozó tényezőket, tehát nem csupán egy-egy szempont fontosságát vizsgáltuk, hanem azt is, hogy milyen kockázattípusokat, akadálycsoportokat érzékel leginkább a magyar fogyasztó.

Fontosnak tartottuk annak vizsgálatát, hogy az egyes demográfiai jellemzőkkel bíró fogyasztói csoportok számára mely akadályok jelentősebbek, annak érdekében, hogy a marketingtevékenység ennek megfelelően célcsoport-specifikusan valósulhasson meg az ágazatban.

A kutatásban a fogyasztás gyakoriságára is rákérdeztünk, így ezeket is tudtuk változóként kezelni. Mindezt azért tartottuk fontosnak, mert a kutatás célkitűzései közé tartozott annak megállapítása is, hogy a halat különböző gyakorisággal fogyasztó csoportok halfogyasztását milyen tényezők akadályozzák. Feltételeztük, hogy az alkalmi fogyasztókkal szemben a rendszeres fogyasztók nem csupán kevésbé élik meg akadályként az egyes felsorolt szempontokat, de esetükben más tényezők gátolják a nagyobb fogyasztást.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Fontosnak tartottuk a kutatás megkezdése és különösképpen is a kvantitatív adatgyűjtés alapjainak kidolgozása során, hogy a halfogyasztás nemzetközi irodalmát megismerjük.

Természetesen szükséges és különösen informatív volt számunkra a magyar szakirodalomban szereplő friss és kevésbé friss fogyasztói kutatások megismerése. Meg kell említenünk *Törőcsik (2014)* friss kutatását, a *Szűcs és Tikász (2008)* szerzőpáros publikációját, illetve a *Szűcs és munkatársaihoz (2008)* fűződő cikket.

A kérdőív közvetlen kialakítását segítette *Gaviglio és mtsai. (2014), Pieniak és mtsai. (2007), Pieniak és mtsai. (2011), Pieniak*

és mtsai. (2013), Olsen és mtsai. (2007), Verbeke és Vackier (2005), Trondsen és mtsai. (2003), valamint *Scholderer és Trondsen (2008)* szerzők tudományos cikkei, valamint különösképpen *Birch és Lawley (2012)* kutatása.

A szakirodalom feldolgozását követően, a kutatás első szakaszában kvalitatív kutatási eszközt alkalmaztunk a magyar fogyasztók által érzékelt fogyasztási akadályok feltárására. Két alkalommal szerveztünk fókuszcsoportos interjút Budapesten, 7-7 fővel. Ezt azért tartottuk fontosnak, hogy olyan kérdéseket fogalmazzunk meg a kérdőívben, amelyeket nem csupán a nemzetközi szakirodalomban említenek, de a magyar fogyasztók is érzékelnek.

A kutatás második szakaszában a kvantitatív kutatási eszközök közül a fogyasztói megkérdezést alkalmaztuk: 2014. szeptember 15–30. között szóbeli megkérdezést végeztünk Magyarországon kérdezőbiztosok segítségével, standardizált kérdőívvel, majd 1063 értékelhető kérdőívet dolgoztunk fel. Az adatok kor és nem tekintetében tükrözik az alapsokaság összetételét, reprezentatívnak csak azért nem nevezhetők, mert az adatgyűjtés statisztikai értelemben vett

1. táblázat

A válaszadók demográfiai és jövedelmi jellemzői (n = 1063)

(M. e.: százalék)

Változó		A minta összetétele	Az alapsokaság összetétele*
A válaszadó neme	férfi	46,6	47,6
	nő	53,2	52,4
A válaszadó életkori csoportja	18–25 éves	11,8	12,1
	26–35 éves	17,5	16,3
	36–45 éves	18,3	19,2
	46–55 éves	16,2	15,2
	56 éves és idősebb	36,0	37,1
A válaszadó legmagasabb iskolai végzettsége	maximum 8 általános iskola	6,6	
	szakiskola/szakmunkásképző	16,3	
	érettségi	32,1	
	felsőfokú végzettség	42,7	
A régió, ahol a válaszadó lakóhelye található	Észak-Magyarország	6,9	11,9
	Észak-Alföld	12,5	15,0
	Dél-Alföld	14,6	13,0
	Közép-Magyarország	32,5	30,0
	Közép-Dunántúl	10,1	10,8
	Nyugat-Dunántúl	10,5	10,0
	Dél-Dunántúl	8,6	9,3
A válaszadó háztartásának jövedelmi helyzete	nagyon szűkös	2,5	
	szűkös	12,0	
	átlagos	58,1	
	jó	20,6	
	nagyon jó	4,0	

Forrás: saját összeállítás, illetve * ksh.hu, 2014

véletlenszerűsége nem valósult meg: forgalmas pályaudvarokon, köztereken zajlott a megkérdezés.

A minta összetételét az 1. táblázatban mutatjuk be. Minden esetben találkoztunk hiányzó válaszokkal a változók esetében.

A kérdőívben rákérdeztünk a különféle feldolgozottságú haltermékek vásárlásának és fogyasztásának gyakoriságára, majd 24 attitűdállítással vizsgáltuk a fogyasztás és a vásárlás gyakoriságát. Az attitűdállításokat szekunder információkra támaszkodva, a fókuszcsoportok tanulságai alapján dolgoztuk ki, amiben a szakma két nemzetközileg elismert képviselője (*Prof. Birch* és *Prof. Lawley*) is személyes segítséget nyújtott. A kérdések végigveszik a fizikai, pszichológiai, pénzügyi, társadalmi, funkcionális kockázatokat, és azok mindegyikét több kérdéssel vizsgálják. Az egyes állításokat 1-től 5-ig terjedő Likert-skálán kellett értékelniük a válaszadóknak, ahol az 1-es jelentése „egyáltalán nem értek egyet", az 5-ös jelentése „teljes mértékben egyetértek". Minden esetben lehetősége volt a válaszadónak arra, hogy a kérdést ne válaszolja meg a „nem tudom/nem válaszolok" megjelölésével.

A kutatás során gyűjtött adatok feldolgozása a megfelelő számítógépes matematikai-statisztikai programok segítségével történt. A kitöltött kérdőíveket az SPSS statisztikai szoftvercsomag segítségével értékeltük ki. Átlagot, móduszt és szórást számítottunk, majd szignifikáns különbségeket kerestünk (szignifikanciaszint: $p<0,05$) varianciaanalízis (ANOVA táblák) segítségével.

EREDMÉNYEK

Vizsgáltuk a személyes megkérdezés során a válaszadók halfogyasztási gyakoriságát a következő kategóriákat megadva: élő hal, halpultról választott friss feldolgozott hal, előre csomagolt friss hal, fagyasztott hal, konzervhal, panírozott halkészítmény. Eredményeink szerint a válaszadók mintegy harmada (29%) havi rendszerességgel

2. táblázat

A halfogyasztást akadályozó tényezők

Állítások	N	Művelet	Átlag	Módusz	Szórás
Funkcionális kockázat					
A hal feldolgozása otthon sok munkát igényel	997		3,36	5	1,46
Jól értek a halakhoz	1026	Fordított	3,31	3	1,33
Nem értek a halvásárláshoz	1011		2,85	3	1,34
Nem tudom megállapítani, hogy friss-e a hal	1025		2,62	1	1,42
Aki nálunk főz, nem ért ahhoz, hogyan kell jól elkészíteni a tengeri halakat	958		2,35	1	1,39
Aki nálunk főz, nem ért ahhoz, hogyan kell jól elkészíteni az édesvízi halakat	977		2,12	1	1,36
Funkcionális kockázatok súlyozott átlaga			2,78		
Társadalmi kockázat					
Háztartásom gyerek tagja(i) nem szereti(k) a halat	920		2,25	1	1,48
Háztartásom más felnőtt tagja(i) nem szereti(k) a halat	1001		2,17	1	1,44
Háztartásom más tagjainak ellenállása miatt ritkábban kerül hal az asztalra	972		2,12	1	1,42
Társadalmi kockázatok súlyozott átlaga			2,18		

(folytatás a köv. oldalon)

Állítások	N	Művelet	Átlag	Módusz	Szórás
Fizikai kockázat					
Félek, hogy a tengerből a halakba sok szennyező anyag kerül	1017		3,03	5	1,47
Aggódom azon, hogy higiénikusan kezelték-e a halat	1014		2,92	3	1,44
Félek, hogy az édesvizekből a halakba sok szennyező anyag kerül	1013		2,86	3	1,41
Aggódom azon, hogy romlott halat adnak el nekem	997		2,43	1	1,44
A hal fogyasztása kedvező az egészségre	1030	Fordított	1,27	1	0,71
Fizikai kockázatok súlyozott átlaga			2,50		
Pszichológiai kockázat – kellemetlen emlék					
Jó élményeim vannak a tengeri hal evésről	987	Fordított	2,22	1	1,33
Jó élményeim vannak az édesvízi hal evésről	1013	Fordított	2,10	1	1,28
Pszichológiai kockázat – kellemetlen érzékszervi minőség					
Kellemetlen a halak szálkatartalma	1020		3,44	5	1,41
Nem szeretem a hal szagát elkészítése során	1016		2,69	1	1,55
Az édesvízi halaknak általában kellemetlen utóízük van	967		2,26	1	1,32
A tengeri halaknak általában kellemetlen utóízük van	960		2,02	1	1,19
Nem szeretem az elkészített hal illatát	1017		1,94	1	1,38
Szeretem a hal ízét	1046	Fordított	1,79	1	1,25
Pszichológiai kockázatok súlyozott átlaga			2,31		
Pénzügyi kockázat					
A húsok között a hal számomra megfizethető	1000	Fordított	2,57	3	1,19
A halfogyasztást csak kivételes alkalmakkor engedem meg magamnak (pl.: ünnepek, nyaralás)	1007		2,41	1	1,41
Pénzügyi kockázatok súlyozott átlaga			2,49		

Forrás: saját szerkesztés

fogyasztott otthon halat, 42% ennél ritkábban, míg 29% gyakrabban. Étteremben a válaszadók kevesebb mint egyharmada (27%) évente egy-két alkalommal evett halat, míg a további fontosabb étkezési helyszínek a tó- és tengerpartok, illetve a vendégség. Horgászfogásból minden második (50%) fogyasztónak évente legalább egy alkalommal került hal az asztalára, a válaszadók negyedének (24%) ennél is gyakrabban (évente 6-8-szor vagy még gyakrabban).

Lichtenstein és munkatársai (2006) legalább heti kétszeri halfogyasztást javasolnak. Az egy alkalommal ajánlott, ún. teljes adag hal meghatározása különböző: jellemzően a kb. 100 grammtól indul (*American Heart Association, 2015*) és a mintegy 150 grammig (*National Heart Foundation of Australia, 2015*) terjed. Ennek megfelelően a kérdőívben azt kérdeztük a válaszadóktól, hogy milyen gyakran fogyasztanak teljes adag (10-15 dkg) halat. Számítottunk arra, hogy ez a szám alacsony lesz. Eredményeink szerint mindössze a válaszadók 1,7%-a fogyaszt a táplálkozástudományi ajánlásnak megfelelő mennyiségű halat. Ezzel szemben minden tizedik válaszadó évi egy alkalommal sem fogyasztott teljes adag halat.

A kérdőívben 24 állítást fogalmaztunk meg abból a célból, hogy megállapítsuk, az egyes kockázatok (fizikai, pszichológiai, pénzügyi, társadalmi és funkcionális kockázat) milyen mértékben járulnak hozzá a magyar társadalom visszafogott halfogyasztásához, illetve -vásárlásához. A 2. táblázatban a kockázatok szerint csoportosítva mutatjuk be az egyes állításokra adott válaszokat. Azoknál az állításoknál, ahol pozitívan fogalmaztuk meg a kérdést (annak érdekében, hogy ezzel a válaszadókat a monoton kérdőívkitöltésben megakadályozzuk), a táblázatban megfordítottuk a kapott értéket. Így például annak érdekében, hogy a fogyasztók ismerethiányát számíthassuk, a „jól értek a halakhoz" állításnál kapott 2,69-es átlagértéket formáltuk át 5–2,69+1 = 3,31-es értékre.

Eredményeink arra mutatnak rá, hogy a vizsgált szempontokat kockázattípusok szerint csoportosítva a fogyasztók visszafogott halfogyasztását – bevallásuk szerint – elsősorban funkcionális (2,78-as átlagérték) kockázatok indokolhatják. A funkcionális kockázatokat a fizikai és a pénzügyi kockázatok követik (2,50-es, illetve 2,49-es átlagérték), majd a pszichológiai (2,31-es átlagérték) és végül a társadalmi kockázatok (2,18-as átlagérték). Fontos azonban megjegyezni, hogy a nemzetközi kutatási példa ellenére nem lehetünk biztosak abban, hogy az egyes kockázattípusokba sorolt szempontok lefedik-e a kockázat minden vonatkozását.

Az egyes szempontok közül kiemelkednek a következők:

• kellemetlen a halak szálkatartalma (3,44);

• a hal feldolgozása otthon sok munkát igényel (3,36);

• nem értek jól a halakhoz (3,31).

A halfogyasztás mértékének vizsgálata lehetőséget adott arra, hogy *Birch és Lawley (2012)* kutatásának megfelelően a fogyasztás mértéke szerinti szegmentációt alkalmazva megállapítsuk, hogy a különböző rendszerességgel halat fogyasztók számára mely tényezők jelentik a legfőbb akadályokat. Ez alapján a következő kategóriákat különböztethetjük meg: „nagyfogyasztók", „rendszeres fogyasztók", „alkalmi fogyasztók", „nem/alig fogyasztók". Fontos itt hangsúlyozni, hogy a halfogyasztás szempontjából élen járó országokból (pl. Ausztrália) származó publikációkban használt felosztást vettük alapul.

Az átlagos halfogyasztás mértéke szerinti felosztáshoz az otthon, étteremben/menzán és máshol történő fogyasztások gyakoriságát vontuk össze és számoltuk át „évi adagra". A heti többszöri fogyasztást heti 2-nek, az évi 6-8-szori fogyasztást évi 6-nak vettük, majd a nemzetközi meghatározásokat számítottuk a következők szerint:

• 0–5 adag/év: „nem/alig fogyasztó" (a válaszadók 18%-a);

• 6–24 adag/év: „alkalmi fogyasztó" (a válaszadók 49%-a);

• 25–38 adag/év: „rendszeres fogyasztó" (a válaszadók 13%-a);

• 39 adagtól: „nagyfogyasztó" (a válaszadók 20%-a).

A 3. táblázat a különféle kockázatok súlyát a halfogyasztás gyakorisága szerint tartalmazza.

Eredményeink azt mutatják, hogy valamennyi vizsgált funkcionális, társadalmi, pszichológiai és pénzügyi kockázat fogyasztói észlelése a fogyasztás gyakoriságának növekedésével egyidejűleg csökken, a válaszadók egyre kevésbé érzik azok súlyát. Egyedüli kivételt a fizikai kockázatok jelentenek, amelyek a fogyasztás növekedésével nem csökkennek, hanem ugyanazon a szinten maradnak. Ez – mivel a többi kockázat súlya csökken a fogyasztás mértékének növekedésével – oda vezet, hogy a funkcionális kockázatokhoz hasonló fogyasztási akadályt jelentenek.

A 3. táblázatból az is látszik, hogy a „nem/alig fogyasztóknál" a pénzügyi kockázat átlagértéke eléri a funkcionális kockázat szintjét. Ugyanakkor a funkcionális koc-

3. táblázat

A halfogyasztást akadályozó tényezők a halfogyasztás gyakorisága szerint

Állítások	Halfogyasztás gyakorisága								Szig.
	Nem/alig fogyaszt		Alkalmi fogyasztó		Rendszeres fogyasztó		Nagy-fogyasztó		
	N	átlag	N	átlag	N	átlag	N	átlag	
Funkcionális kockázat									
Jól értek a halakhoz – Fordított!	179	3,85	508	3,37	131	2,95	205	2,94	0,000
Nem értek a halvásárláshoz	181	3,23	502	2,81	129	2,74	196	2,67	0,000
Nem tudom megállapítani, hogy friss-e a hal	181	2,91	509	2,56	128	2,44	204	2,61	0,016
A hal feldolgozása otthon sok munkát igényel	166	3,76	499	3,33	125	3,32	204	3,14	0,001
Aki nálunk főz, nem ért ahhoz, hogyan kell jól elkészíteni az édesvízi halakat	162	2,41	490	2,06	123	2,15	199	1,98	0,013
Aki nálunk főz, nem ért ahhoz, hogyan kell jól elkészíteni a tengeri halakat	158	2,73	475	2,34	122	2,31	200	2,09	0,000
Funkcionális kockázat	189	3,20	520	2,76	133	2,69	210	2,58	0,000
Társadalmi kockázat									
Háztartásom más felnőtt tagja(i) nem szereti(k) a halat	177	2,45	495	2,15	125	2,02	201	2,07	0,029
Háztartásom gyerek tagja(i) nem szereti(k) a halat	164	2,55	452	2,15	115	2,28	186	2,19	0,027
Háztartásom más tagjainak ellenállása miatt ritkábban kerül hal az asztalra	172	2,60	479	2,10	121	1,87	197	1,87	0,000
Társadalmi kockázat	181	2,52	506	2,15	127	2,06	205	2,07	0,001
Fizikai kockázat									
Félek, hogy a tengerből a halakba sok szennyező anyag kerül	176	2,98	508	3,02	131	3,15	200	3,01	–
Félek, hogy az édesvizekből a halakba sok szennyező anyag kerül	175	2,85	507	2,88	131	2,91	198	2,76	–
Aggódom azon, hogy romlott halat adnak el nekem	171	2,45	499	2,44	128	2,19	196	2,52	–
Aggódom azon, hogy higiénikusan kezelték-e a halat	177	2,90	504	2,90	130	2,93	200	2,98	–
A hal fogyasztása kedvező az egészségre – Fordított!	184	1,39	508	1,24	133	1,21	202	1,27	–
Fizikai kockázat	189	2,49	522	2,48	133	2,47	210	2,50	–
Pszichológiai kockázat – kellemetlen emlék									
Jó élményeim vannak a tengeri hal evésről – Fordított!	165	3,19	491	2,13	131	1,91	197	1,79	0,000
Jó élményeim vannak az édesvízi hal evésről – Fordított!	180	2,92	499	2,03	132	1,73	199	1,79	0,000

(folytatás a köv. oldalon)

Állítások	Halfogyasztás gyakorisága								Szig.
	Nem/alig fogyaszt		Alkalmi fogyasztó		Rendszeres fogyasztó		Nagy-fogyasztó		
	N	átlag	N	átlag	N	átlag	N	átlag	
Pszichológiai kockázat – kellemetlen érzékszervi minőség									
Nem szeretem a hal szagát elkészítése során	174	3,34	507	2,66	126	2,45	206	2,38	0,000
Szeretem a hal ízét – Fordított!	186	2,88	516	1,66	133	1,39	208	1,40	0,000
Az édesvízi halaknak általában kellemetlen utóízük van	154	2,51	484	2,31	125	2,01	201	2,10	0,003
A tengeri halaknak általában kellemetlen utóízük van	151	2,35	477	1,99	127	2,03	202	1,81	0,000
Nem szeretem az elkészített hal illatát	176	2,52	506	1,83	130	1,82	202	1,75	0,000
Kellemetlen a halak szálkatartalma	180	3,71	507	3,53	130	3,20	200	3,09	0,000
Pszichológiai kockázat	192	3,01	521	2,29	133	2,08	210	2,02	0,000
Pénzügyi kockázat									
A húsok között a hal számomra megfizethető – Fordított!	165	3,04	503	2,58	127	2,45	202	2,23	0,000
A halfogyasztást csak kivételes alkalmakkor engedem meg magamnak (pl.: ünnepek, nyaralás)	161	3,20	511	2,49	132	1,92	200	1,88	0,000
Pénzügyi kockázat	178	3,13	517	2,54	133	2,17	208	2,06	0,000

Forrás: saját szerkesztés

kázatok közötti szempontokra adott válaszok átlaga minden fogyasztási csoportnál a legnagyobb értéket érte el.

A „nem/alig fogyasztóknál" a legfontosabb (3,00-nál nagyobb átlagértékű) akadályok a következők:

1. Nem értek a halakhoz (3,85).
2. A hal feldolgozása otthon sok munkát igényel (3,76).
3. Kellemetlen a halak szálkatartalma (3,71).
4. Nem szeretem a hal szagát elkészítése során (3,34).
5. Nem értek a halvásárláshoz (3,23).
6. A halfogyasztást csak kivételes alkalmakkor engedem meg magamnak (pl.: ünnepek, nyaralás) (3,20).
7. Nincsenek jó élményeim a tengeri hal evésről (3,19).
8. A húsok között a hal számomra nem megfizethető (3,04).

Az „alkalmi fogyasztóknál" a legfontosabb (3,00-nál nagyobb átlagértékű) akadályok a következők:

1. Nem értek a halakhoz (3,37).
2. Kellemetlen a halak szálkatartalma (3,53).
3. A hal feldolgozása otthon sok munkát igényel (3,33).
4. Félek, hogy a tengerből a halakba sok szennyező anyag kerül (3,02).

A „rendszeres fogyasztóknál" a legfontosabb (3,00-nál nagyobb átlagértékű) akadályok a következők:

1. A hal feldolgozása otthon sok munkát igényel (3,32).
2. Kellemetlen a halak szálkatartalma (3,20).
3. Félek, hogy a tengerből a halakba sok szennyező anyag kerül (3,15).

A „nagyfogyasztóknál" a legfontosabb (3,00-nál nagyobb átlagértékű) akadályok a következők:

1. A hal feldolgozása otthon sok munkát igényel (3,14).

4. táblázat

A halfogyasztás akadályai a nőknél és a férfiaknál

Állítások	A válaszadó neme				Szig.
	Nő		Férfi		
	N	átlag	N	átlag	
Funkcionális kockázat					
Jól értek a halakhoz – Fordított!	542	3,52	482	3,07	0,000
Nem értek a halvásárláshoz	537	2,84	472	2,86	–
Nem tudom megállapítani, hogy friss-e a hal	544	2,72	479	2,50	0,014
A hal feldolgozása otthon sok munkát igényel	526	3,49	469	3,22	0,003
Aki nálunk főz, nem ért ahhoz, hogyan kell jól elkészíteni az édesvízi halakat	515	2,20	460	2,00	0,016
Aki nálunk főz, nem ért ahhoz, hogyan kell jól elkészíteni a tengeri halakat	506	2,43	450	2,25	0,044
Funkcionális kockázatok	559	2,94	494	2,70	0,000
Társadalmi kockázat					
Háztartásom más felnőtt tagja(i) nem szereti(k) a halat	532	2,16	467	2,17	–
Háztartásom gyerek tagja(i) nem szereti(k) a halat	498	2,23	420	2,27	–
Háztartásom más tagjainak ellenállása miatt ritkábban kerül hal az asztalra	518	2,13	452	2,11	–
Társadalmi kockázatok	545	2,20	475	2,17	–
Fizikai kockázat					
Félek, hogy a tengerből a halakba sok szennyező anyag kerül	541	3,16	474	2,88	0,002
Félek, hogy az édesvizekből a halakba sok szennyező anyag kerül	534	3,01	477	2,69	0
Aggódom azon, hogy romlott halat adnak el nekem	530	2,51	465	2,33	0,045
Aggódom azon, hogy higiénikusan kezelték-e a halat	542	3,02	470	2,80	0,015
A hal fogyasztása kedvező az egészségre – Fordított!	546	1,25	482	1,29	–
Fizikai kockázatok	561	2,62	494	2,40	0,001
Pszichológiai kockázat – kellemetlen emlék					
Jó élményeim vannak a tengeri hal evésről – Fordított!	521	2,30	464	2,12	0,043
Jó élményeim vannak az édesvízi hal evésről – Fordított!	531	2,20	480	1,99	0,011
Pszichológiai kockázat – kellemetlen érzékszervi minőség					
Nem szeretem a hal szagát elkészítése során	540	2,89	474	2,47	0,000
Szeretem a hal ízét – Fordított!	557	1,85	487	1,72	–
Az édesvízi halaknak általában kellemetlen utóízük van	506	2,32	459	2,19	–
A tengeri halaknak általában kellemetlen utóízük van	501	2,02	457	2,02	–
Nem szeretem az elkészített hal illatát	541	1,93	474	1,94	–
Kellemetlen a halak szálkatartalma	539	3,59	479	3,25	0,000
Pszichológiai kockázatok	562	2,51	495	2,29	0,000
Pénzügyi kockázat					
A húsok között a hal számomra megfizethető – Fordított!	529	2,71	469	2,39	0,000
A halfogyasztást csak kivételes alkalmakkor engedem meg magamnak (pl.: ünnepek, nyaralás)	531	2,52	474	2,30	0,014
Pénzügyi kockázatok	551	2,76	486	2,47	0,000

Forrás: saját szerkesztés

2. Kellemetlen a halak szálkatartalma (3,09).

3. Félek, hogy a tengerből a halakba sok szennyező anyag kerül (3,01).

A felsorolásból látható, hogy a „nem/alig fogyasztók" még nagyon sok kockázatot tartanak fontos akadálynak, míg ezek száma a fogyasztás mennyiségének növekedésével csökken.

A „nem/alig fogyasztók" és az „alkalmi fogyasztók" számára a legnagyobb probléma, hogy nem értenek a halakhoz, amit a „rendszeres fogyasztók" és természetesen a „nagyfogyasztók" sem érzékelnek. A hal otthoni feldolgozását minden csoport munkaigényesnek tartja, hasonlóképpen a halak szálkatartalmát kényelmetlenségként élik meg. Végül meg kell jegyeznünk, hogy a tengeri halaknál érzékelik a fogyasztók elsősorban, hogy szennyeződhetnek.

A kapott válaszokat nemek szerint csoportosítva is megvizsgáltuk, a kapott eredményeket a 4. táblázatban szemléltetjük.

A táblázaton jól látható, hogy számos attitűdállításnál találtunk különbségeket, illetve a funkcionális, fizikai, pszichológiai és pénzügyi kockázattípusok átlagértékei is szignifikáns eltéréseket mutatnak a válaszadók nemével. Valamennyi kockázattípust a válaszadó nők nagyobb problémaként élik meg, mint a férfiak. Kivételt jelent a társadalmi kockázatok csoportja, amit a nők és a férfiak hasonlóan ítélnek meg.

A nők számára a legnagyobb akadályokat (3,00-nál nagyobb átlagérték) a felsoroltak közül a következők jelentik:

1. Kellemetlen a halak szálkatartalma (3,59).

2. Nem értek a halakhoz (3,52).

3. A hal feldolgozása otthon sok munkát igényel (3,49).

4. Félek, hogy a tengerből a halakba sok szennyező anyag kerül (3,16).

5. Aggódom azon, hogy higiénikusan kezelték-e a halat (3,02).

6. Félek, hogy az édesvizekből a halakba sok szennyező anyag kerül (3,01).

A férfiak számára a legnagyobb kockázatok (3,00-nál nagyobb átlagérték) a felsoroltak közül a következők:

1. Kellemetlen a halak szálkatartalma (3,25).

2. A hal feldolgozása otthon sok munkát igényel (3,22).

3. Nem értek a halakhoz (3,07).

A férfiak tehát kevésbé élik meg problémaként a felsorolt szempontokat, halfogyasztásuk fő akadályai azonban megegyeznek a nőkével.

Az attitűdállításokra adott válaszokat is összevetettük, amit az 5. táblázatban mutatunk be.

Eredményeink szerint a halfogyasztás akadályait a válaszadók közül a 18–25 év közötti és az 55 év feletti korosztály érzékeli a legjobban, míg a 25 és 55 év közötti korcsoportoknál kisebb, a 46–55 év közötti csoportnál a legkisebb kockázatérzékelést állapítottuk meg. Mindez a társadalmi és pszichológiai kockázatcsoportok esetében szignifikáns eltérést is mutatott.

A fiatalok (18–25 éves korosztály) számára a legnagyobb akadályokat (3,00-nál nagyobb átlagérték) a felsoroltak közül a következők jelentik:

1. Nem értek a halakhoz (3,93).

2. Kellemetlen a halak szálkatartalma (3,79).

3. A hal feldolgozása otthon sok munkát igényel (3,50).

4. A húsok között a hal számomra nem megfizethető (3,20).

5. Nem értek a halvásárláshoz (3,04).

Az idősek (55 évnél idősebbek) számára a legnagyobb akadályok (3,00-nál nagyobb átlagérték) a következők:

1. A húsok között a hal számomra nem megfizethető (3,49).

2. Kellemetlen a halak szálkatartalma (3,46).

3. A hal feldolgozása otthon sok munkát igényel (3,34).

4. Félek, hogy a tengerből a halakba sok szennyező anyag kerül (3,26).

5. táblázat

A halfogyasztás akadályai a különféle életkorú válaszadóknál

Állítások	A válaszadó életkori csoportja										Szig.
	18–25 éves		26–35 éves		36–45 éves		46–55 éves		56 éves és idősebb		
	N	átlag	N	átlag	N	átlag	N	átlag	N	átlag	
Funkcionális kockázat											
Jól értek a halakhoz – Fordított!	122	3,93	184	3,53	187	3,19	166	3,11	365	3,15	0,000
Nem értek a halvásárláshoz	120	3,04	182	2,95	185	2,75	165	2,78	357	2,82	–
Nem tudom megállapítani, hogy friss-e a hal	122	2,66	183	2,70	188	2,45	168	2,64	362	2,63	–
A hal feldolgozása otthon sok munkát igényel	117	3,50	176	3,42	179	3,35	162	3,25	362	3,34	–
Aki nálunk főz, nem ért ahhoz, hogyan kell jól elkészíteni az édesvízi halakat	120	1,80	168	2,01	178	2,13	161	2,01	348	2,29	0,005
Aki nálunk főz, nem ért ahhoz, hogyan kell jól elkészíteni a tengeri halakat	120	2,08	168	2,26	174	2,37	154	2,31	340	2,49	0,056
Funkcionális kockázatok	124	2,85	186	2,85	192	2,74	170	2,70	381	2,81	–
Társadalmi kockázat											
Háztartásom más felnőtt tagja(i) nem szereti(k) a halat	118	2,34	178	2,26	187	1,97	164	2,05	352	2,23	–
Háztartásom gyerek tagja(i) nem szereti(k) a halat	109	2,28	154	2,19	167	2,24	157	1,94	331	2,42	0,021
Háztartásom más tagjainak ellenállása miatt ritkábban kerül hal az asztalra	118	2,30	177	2,08	181	2,02	161	1,98	333	2,20	–
Társadalmi kockázatok	123	2,32	179	2,18	190	2,06	168	1,98	360	2,32	0,016
Fizikai kockázat											
Félek, hogy a tengerből a halakba sok szennyező anyag kerül	121	2,91	184	2,76	183	2,90	166	3,05	361	3,26	0,002
Félek, hogy az édesvizekből a halakba sok szennyező anyag kerül	120	2,82	185	2,64	183	2,73	165	2,85	358	3,04	0,02
Aggódom azon, hogy romlott halat adnak el nekem	120	2,61	182	2,35	183	2,46	161	2,40	349	2,40	–
Aggódom azon, hogy higiénikusan kezelték-e a halat	121	3,00	181	2,76	182	2,83	167	3,01	361	2,97	–
A hal fogyasztása kedvező az egészségre – Fordított!	123	1,43	184	1,35	187	1,25	162	1,21	372	1,21	0,011
Fizikai kockázatok	123	2,54	186	2,37	193	2,40	171	2,53	382	2,55	–

(folytatás a köv. oldalon)

Állítások	A válaszadó életkori csoportja										Szig.
	18–25 éves		26–35 éves		36–45 éves		46–55 éves		56 éves és idősebb		
	N	átlag	N	átlag	N	átlag	N	átlag	N	átlag	
Pszichológiai kockázat – kellemetlen emlék											
Jó élményeim vannak a tengeri hal evésről – Fordított!	114	2,31	180	2,12	184	2,34	158	2,06	349	2,24	–
Jó élményeim vannak az édesvízi hal evésről – Fordított!	118	2,35	180	2,24	189	2,13	164	1,90	360	2,02	0,019
Pszichológiai kockázat – kellemetlen érzékszervi minőség											
Nem szeretem a hal szagát elkészítése során	120	2,89	181	2,45	185	2,69	166	2,48	362	2,83	0,015
Szeretem a hal ízét – Fordított!	123	2,09	186	1,89	189	1,82	169	1,61	377	1,71	0,008
Az édesvízi halaknak általában kellemetlen utóízük van	114	2,46	168	2,33	179	2,26	165	2,10	339	2,22	–
A tengeri halaknak általában kellemetlen utóízük van	113	2,16	173	1,96	175	1,94	162	1,88	335	2,10	–
Nem szeretem az elkészített hal illatát	124	2,11	178	1,80	186	1,92	166	1,87	361	1,99	–
Kellemetlen a halak szálkatartalma	120	3,79	182	3,51	186	3,20	166	3,29	364	3,46	0,005
Pszichológiai kockázatok	125	2,58	186	2,31	193	2,33	171	2,17	382	2,35	0,004
Pénzügyi kockázat											
A húsok között a hal számomra megfizethető – Fordított!	116	3,20	179	3,45	180	3,43	162	3,44	361	3,49	–
A halfogyasztást csak kivételes alkalmakkor engedem meg magamnak (pl.: ünnepek, nyaralás)	119	2,35	179	2,27	184	2,51	165	2,33	358	2,49	–
Pénzügyi kockázatok	120	2,58	183	2,40	190	2,56	169	2,44	375	2,51	–

Forrás: saját szerkesztés

5. Nem értek a halakhoz (3,15).

6. Félek, hogy az édesvizekből a halakba sok szennyező anyag kerül (3,04).

A két kiemelt korosztályt vizsgálva megfigyelhető, hogy a legfontosabb halfogyasztási akadályok sok esetben ugyanazok. Ilyen például a halak szálkatartalma. Ugyanakkor az idősebb fogyasztók a komolyabb problémák közé sorolják a halakba (elsősorban tengeri halakba) kerülő szennyező anyagokat is, míg ezt a fiatalabbak sokkal kevésbé érzékelik.

A kockázatokat legkevésbé érzékelő fogyasztói csoport, a 46–55 évesek körében alacsonyabb átlagértékeket találtunk, de a legfontosabb problémák (3,00-nál nagyobb átlagérték) hasonlóak más korosztályokéhoz:

1. A húsok között a hal számomra nem megfizethető (3,44).

2. Kellemetlen a halak szálkatartalma (3,29).

3. A hal feldolgozása otthon sok munkát igényel (3,25).

4. Nem értek a halakhoz (3,11).

5. Félek, hogy a tengerből a halakba sok szennyező anyag kerül (3,05).

6. Aggódom azon, hogy higiénikusan kezelték-e a halat (3,01).

KÖVETKEZTETÉSEK

A magyar fogyasztók elsősorban funkcionális kockázatokat érzékelnek a halfogyasztás akadályaiként. A fizikai és pénzügyi kockázatok csak ezt követően jelennek meg, ami azt mutatja, hogy – legalábbis saját bevallásuk szerint – a válaszadók halvásárlási döntései során nem a pénzügyi kockázatok jelentik a legfontosabb akadályokat. A pszichológiai (kellemetlen emlék vagy érzékszervi tapasztalat) és végül a társadalmi kockázatok kevésbé befolyásolják a megkérdezettek halfogyasztását.

Megállapítottuk, hogy míg valamennyi vizsgált funkcionális, társadalmi, pszichológiai és pénzügyi kockázat fogyasztói észlelése a fogyasztás mennyiségének növekedésével folyamatosan csökken, addig a fizikai kockázatok a fogyasztás növekedésével nem csökkennek, hanem ugyanazon a szinten maradnak.

A funkcionális, fizikai, pszichológiai és pénzügyi kockázatokat a nők komolyabb problémáknak tartják, mint a férfiak. Kivételt csak a társadalmi kockázatok csoportja jelent, amit a két nem egységesen értékel.

Az életkori csoportokat vizsgálva azt látjuk, hogy a legfiatalabb és a legidősebb csoport tartja az akadályokat jelentősebbnek, míg a 46–55 év közöttiek általában kevésbé tartják problémának a felsorolt kockázatokat. Azt is látjuk, hogy az idősebbek tartanak inkább a szennyező anyagok jelenlététől a halakban (elsősorban a tengeri halaknál), míg ez az amúgy sok szempontot komoly akadályként értékelő fiatal korosztályok számára nem jelentős probléma.

Mindez azt jelenti, hogy a marketingtevékenység során (a teljes marketingmix esetében) lehetséges a vállalatok és az ágazat számára a fogyasztók szegmentálását demográfiai alapon vagy a fogyasztás mennyisége alapján elvégezni, mert más problémákat érzékelnek és más súllyal érzékelik azokat.

Egyes problémák egységesen jelentős fogyasztást akadályozó tényezőt jelentenek. Ezek a következők: „kellemetlen a halak szálkatartalma”, „a hal feldolgozása otthon sok munkát igényel”, „nem értek jól a halakhoz”. Ezek a szempontok jelentik ma a legnagyobb kockázatot a megkérdezett fogyasztók számára, ezek azok, amelyekre az iparágnak a legnagyobb figyelmet érdemes fordítania.

Megítélésünk szerint az eredmények az egyes vállalatoknak is segíthetnek, mert amennyiben egy-egy kockázat megoldását képesek kínálni termékükkel, meg tudják határozni, hogy milyen nemű, életkorú és halat milyen gyakorisággal fogyasztók számára relevánsak ezek a vevőértékek és kiknek kommunikálják azokat.

FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

(1) Altintzoglou, T. – Hansen, K. B. – Valsdottir, T. – Odland, J. Ø. – Matrtinsdóttir, E. – Brunsø, K. – Luten, J. (2010): Translating barriers into potential improvements: the case of new healthy seafood product development. *Journal of Consumer Marketing,* 27: 224-235. pp. – (2) *Fish 101.* [Online.] American Heart Association, 2015), www.heart.org/HEARTORG/GettingHealthy/NutritionCenter/Fish-101_UCM_305986_Article.jsp – (3) Badr, L. M. – Salwa, O. – Ahmed, Y. (2015): Perceived barriers to consumption of freshwater fish in Morocco. *British Food Journal,* 117: 274-285. pp. – (4) Bauer, R. A. (1960): Consumer behaviour as risk taking. In Hancock, R.S. (ed.): *Dynamic marketing for a changing world.* Proceedings of the 43rd Conference of the American Marketing Association, Chicago – (5) Birch, D. – Lawley, M. (2012): Buying seafood: Understanding barriers to purchase across consumption segments. *Food Quality of Preference,* 26: 12-21. pp. –

(6) Brunsø, K. – Verbeke, W. – Olsen, S. O. – Jeppesen, L. F. (2009): Motives, barriers and quality evaluation in fish consumption situations. *British Food Journal,* 111: 699-716. pp. – (7) Carlucci, D. – Nocella, G. – De Devitiis, B. – Viscecchia, R. – Bimbo, F. – Nardone, G. (2015): Consumer purchasing behaviour towards fish and seafood products. Patterns and insights from a sample of international studies. *Appetite,* 84: 212-227. pp. – (8) *A ponty Magyarország kedvenc hala.* [Online.] ÉlelmiszerOnline, 2014, www.elelmiszer.hu/cikk/a_ponty_magyarorszag_kedvenc_hala – (9) Faostat (2011): Lekérdezés Európa és Európa országainak hal- és tenger gyümölcsei fogyasztásáról a Faostat adatbázisából. http://faostat.fao.org/site/610/DesktopDefault.aspx?PageID=610#ancor – (10) Gaviglio, A. – Demartini, E. – Mauracher, C. – Pirani, A. (2014): Consumer perception of different species and presentation forms of fish: An empirical analysis in Italy. *Food Quality and Preference,* 36: 33-49. pp. – (11) Grieger, J. A. – Miller, M. – Cobiac, L. (2012): Knowledge and barriers relating to fish consumption in older Australians. *Appetite,* 59: 456-463. pp. – (12) KSH (2014): Lekérdezés a KSH népességi adattábláiból a megkérdezés időszakára (STADAT) – (13) Leek, S. – Maddock, S. – Foxall, G. (2000): Situational determinants of fish consumption. *British Food Journal,* 102: 18-39. pp. – (14) Lichtenstein, A. H. – Appel, L. J. – Brands, M. – Carnethon, M. – Daniels, S. – Franch, H. A. – Franklin, B. – Kris-Etherton, P. – Harris, W. S. – Howard, B. – Karania, N. – Lefevre, M. – Rudel, L. – Sacks, F. – Van Horn, L. – Winston, M. – Wylie-Rosett, J. (2006): Diet and lifestyle recommendations revision 2006: a scientific statement from the American Heart Association Nutrition Committee. *Circulation,* 114: 82-96. pp. – (15) Mahal (2015): *Magyar Haltermelők és Halászati Vízterület-hasznosítók Szövetsége 2014. évi jelentése.* [Online.] www.magyarhal.hu/uploads/files/eves-jelentes/Fehér könyv 2014_.pdf – (16) National Heart Foundation of Australia (2015): *Dietary fats, dietary cholesterol and heart health.* [Online.] https://heartfoundation.org.au/images/uploads/publications/Dietary-Fats-QA.pdf – (17) Olsen, S. O. – Scholderer, J. – Brunsø, K. – Verbeke, W. (2007): Exploring the relationship between convenience and fish consumption: A cross-cultural study. *Appetite,* 49: 84-91. pp. – (18) Olsen, S. O. (2004): Antecedents of Seafood Consumption Behavior: An Overview. *Journal of Aquatic Food Product Technology,* 13: 79-91. pp. – (19) Pieniak, Z. – Kołodziejczyk, M. – Kowrygo, B. – Verbeke, W. (2007): European consumers' use of and trust in information sources about fish. *Food Quality and Preference,* 18: 1050-1063. pp. – (20) Pieniak, Z. – Vanhonacker, F. – Verbeke, W. (2013): Consumer knowledge and use of information about fish and aquaculture. *Food Policy,* 40: 25-30. pp. – (21) Pieniak, Z. – Verbeke, W. – Scholderer, J. – Brunsø, K. – Olsen, S. O. (2011): Consumption patterns and labelling of fish and fishery products in Poland after the EU accession. *Food Control,* 22: 843-850. pp. – (22) Scholderer, J. – Trondsen, T. (2008): The dynamics of consumer behaviour on habit, discontent, and other fish to fry. *Appetite,* 51: 576-591. pp. – (23) Szűcs I. – Tikász I. E. – Kovács K. (2008): A hazai halhús-fogyasztási szokások főbb jellemzői. Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing, 5. évf. 1. sz. 53-61. pp. – (24) Szűcs I. – Tikász I. E. (2008): Fogyasztói attitűdök vizsgálata a haltermékek piacán. Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing, 5. évf. 2-3. sz. 51-56. pp. – (25) Törőcsik M. (2014): *A magyar lakosság halfogyasztási szokásai.* Trendinspiráció Műhely [Online.] halaszat.kormany.hu/download/1/d9/90000/honlapra0220_halfogyasztasi%20szokasok_kutatas_prezi.pdf – (26) Trondsen, T. – Scholderer, J. – Lund, E. – Eggen, A. E. (2003): Perceived barriers to consumption of fish among Norwegian women. *Appetite,* 41: 301-314. pp. – (27) Verbeke, W. – Vackier, I. (2005): Individual determinants of fish consumption: application of the theory of planned behaviour. *Appetite,* 44: 67-82. pp.

animal husbandry workers, garden workers and cheesemakers were coordinated by the Herman Otto Institute (HOI) and its predecessor in title between 2013 and 2015. More than 2400 participants from 106 settlements of 11 counties successfully completed one of the 139 courses and were given the opportunity to find a job in labour intensive animal breeding and horticulture. According to the data, the proportion of the population that is poorly trained is markedly high in the most backward micro regions. However, the target group of the courses coordinated by the HOI overlapped that part of the population. Hungary, similarly to the European Union, is prioritising the expansion of employment and supporting the integration of poorly educated citizens. The presented results of the special education courses of the micro-regions concerned are in accordance with the job creation activity of the Rural Development Programme.

WHY DO NOT HUNGARIAN PEOPLE EAT MORE FISH? FACTORS WHICH INFLUENCE FISH CONSUMPTION IN HUNGARIAN SOCIETY TODAY

By: Temesi, Ágoston

Keywords: risks of consumption, fish consumption activity, consumer survey, attitude to fish consumption, healthy nutrition
JEL-code: Q13.

According to the results of a consumer survey which investigated the factors influencing the consumption of fish by the Hungarian population, among the reasons for low fish consumption the following are the most important: 'the bones in fish are unpleasant', 'preparing fish at home needs a lot of work' and 'I am not well informed about fish'.

Grouping the factors which were investigated in the consumer survey according to the perceived types of risk, based on the answers of more than 1000 respondents, it can be stated that the decisions concerning fish consumption are influenced primarily by functional risks. Others which cannot be ignored are physical, financial, psychological (unpleasant experience or sensory qualities) risks, while social risks are the least important. Our analysis highlighted that while by the increase in consumption, the consumer perception of all the examined functional, social, psychological and financial risks gradually decreased, physical risks did not change essentially.

Based on these findings it can be stated that during marketing activity related to fish products, consumer segmentation is reasonable, based on the quantity of consumption, because consumers with different fish consumption activities experience different barriers and do not experience these barriers to the same extent. However, those product developers which are reducing the physical risks of fish consumption should not use the segmentation based on the scale of consumption.

Women perceive functional, physical, psychological and financial types of risk as more significant barriers than do men. The exceptions are social risks, which are perceived similarly by both genders. Those product developers which are reducing the social risks of fish consumption should not use the segmentation based on gender.

From the research on age groups it can be ascertained that, during product development, special attention should be paid to consumers aged between 18 and 25 and over 55 years old, given that these groups are affected most intensively by the barriers listed in the different types of risk.