

# AZ ÉLELMISZERFOGYASZTÁSSAL KAPCSOLATOS ÉSZLELT KOCKÁZATOK ÉS KOCKÁZATKEZELÉSI ALTERNATÍVÁK

## RISKS OF FOOD CONSUMPTION AND THE ALTERNATIVES OF THEIR MANAGEMENT

LEHOTA, J.

Szent István Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing Intézet  
(Szent István University, Department of Economics, Marketing Institute)  
H-2103 Gödöllő, Páter Károly u. 1.

According to the paradox of food foodstuff is a basic condition of health, but at the same time it is the most important risk factor as well. The consumption risks of foodstuffs rise in case of the usual foods as well but they are much more significant when new products and new technologies are introduced. The food scandals of the last few years played an important role in perceiving the food-risks. Since consumers make their shopping and consumption decisions having little information, the publication shows the features of food consumption when consumers are under informed, and it shows the product qualities based on the type of information, it analyses the connection between the quality of the product and the information, as well as the consumers' risk perception factors about foodstuffs. Referring to foreign special literature, the article shows the types of the consumers' risks and the connection of risk enlarging. It is the common responsibility of the companies and industries to reduce the risk perceived by the consumers. One of the main trends of the food consumers' behaviour is that product qualities which are based on experience and information finding become less important than the ones that are based on confidence. Foodstuffs often reach the consumers through a long and impersonal chain mediated with unknown participants. Together with the increase of complexity and uncertainty the role of confidence/distrust, as well as the role of the controlling and "watch dog" organisations is appreciated.

### 1. BEVEZETÉS - INTRODUCTION

Az élelmiszerekkel kapcsolatos paradoxon második összetevője szerint az élelmiszer alapvető feltétele az egészségnek, de egyben a legfontosabb kockázati tényezője is. Az élelmiszerek kettőssége egyrészt annak hasznosságán, előnyeiben, másrészt ahhoz kapcsolódó kockázatok keretében folyamatosan jelen van az élelmiszerfogyasztói magatartásban. Az élelmiszerekkel kapcsolatos kockázat kétféle, egyrészt valós, ún. tényleges kockázat, másrészt a fogyasztó által észlelt kockázat. A szakirodalmi kutatások szerint az élelmiszerfogyasztó által észlelt kockázat szintje meghaladja a valós kockázat mértékét, a társadalmi arénaelmélet szerint felnagyító, felerősítő szervezetek (pl. aktivista csoportok, média) hatására.

Az észlelt kockázat két részből tevődik össze, egyrészt az a bizonytalanság, amely a fogyasztóban a termék megfelelőségével kapcsolatban merül fel, másrészt az a bizonytalanság, amely a termékhasználat fogyasztási következményeként jelentkezik. Az élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói kockázatok részben a megszokott élelmiszerek esetében is felmerülnek, de jóval erőteljesebben jelentkeznek új termékek, új technológiák bevezetésénél és elterjedésénél (pl. biotechnológiai úton előállított élelmiszerek).

Az élelmiszerkockázatok észlelése során (társadalmi észlelési folyamat) jelentős szerepet játszottak az elmúlt évek

élelmiszer botrányai (pl. a szalmonella, a listeria fertőzések, a BSE, baromfi influenza, az alar, az élelmiszerek kisadagos besugárzással történő tartósítása, a vegyszer maradványok, az adalékanyagok használata, a borhamisítási botrány és a dioxin botrány). A fenti problémák észlelése az ún. morális pánik jelensége keretében történik, amely hat az egyéni fogyasztó észlelt kockázatára is.

### 2. AZ ÉLELMISZERFOGYASZTÓI MAGATARTÁS JELLEMZŐI KORLÁTOZOTT INFORMÁCIÓELLÁ- TOTTSÁG KÖRÜLMÉNYEI KÖZÖTT - THE CHAR- ACTERISTICS OF CONSUMERS' BEHAVIOUR WHEN THEY ARE UNDER INFORMED

Az élelmiszerfogyasztó vásárlási és fogyasztói döntéseit tökéletlen információellátottság mellett hozza meg. A tökéletlen információellátottság fő jellemzői az alábbiak:

- A termékekkel kapcsolatos - a fogyasztói döntésekhez szükséges - összes információ nem áll rendelkezésre (pl. rejtett információk).
- A fogyasztó nem képes az összes rendelkezésre álló információt feldolgozni, döntéseiben integrálni (pl. az információértékelés kognitív korlátai).

- Az eladó és a vevő között az információellátottság aszimmetrikus, ezért a fogyasztó/felhasználó ismerete általában kevesebb az eladónál.
- A fogyasztó és a vásárlási döntések egy része a jövőbeni változásokra és feltételezésekre épül, ezért azok nem determinisztikus, hanem csak valószínűségi információk.

A fogyasztó számára rendelkezésre álló információk, köztük a terméktulajdonságok észlelése, függ az információ típusától is. A terméktulajdonságok az információ típusa alapján a következőképpen csoportosíthatók:

- az információkeresésre épülő terméktulajdonságok (pl. zsírtartalom, fehérjetartalom),
- a tapasztalati terméktulajdonságok (érzékszervi jellemzők, íz, illat, stb.),
- a bizalmi terméktulajdonságok (szabadon tartott állatok termékeinek, bio-, öko-termékek tulajdonságai).

Az információkeresésre épülő terméktulajdonságokat a vásárló a vásárlási folyamat előtti információgyűjtés keretében ismerheti meg. A tapasztalati tulajdonságokat csupán a vásárlást, illetve a fogyasztást követően. A bizalmi tényezők létéről és jellegéről a vásárló nehezen bizonyosodhat meg mind a vásárlási folyamat előtt, mind azt követően. Az egyes tulajdonságtípusok, az információkeresés költsége és a vásárlási magatartásra való hatása eltérő (1. táblázat).

#### 1. táblázat

Table 1

**A terméktulajdonságok és az információkeresés közti kapcsolat (Connection between the quality of the products and information finding)**

Megnevezés (Name)	Előzetes költség (Pre- expenses)	Utólagos költség (Post- expenses)	Vásárlási magatartásra való hatás (Effect on consumer's behaviour)	Példa (Example)
Információkeresésre épülő tulajdonságok (Qualities built on information finding)	Alacsony (Low)	-	Első és ismételt vásárlás (First and repeated shopping)	Sertéshús látható zsírtartalma (Visible fat content of pork)
Tapasztalati tulajdonságok (Experimental knowledge)	Magas (High)	Alacsony (Low)	Ismételt vásárlás (Repeated shopping)	A sertésből készült ételek íze (Taste of food made of pork)
Bizalomra épülő tulajdonságok (Qualities based on confidence)	Magas (High)	Magas (High)	Első és ismételt vásárlás (First and repeated shopping)	Az állati jólét követelményeinek való megfelelés (Suitability to animal welfare)

Forrás (Source): Philipsen és Anderson, 1998.

Az 1. táblázat alapján elmondható, hogy az információkeresésre épülő tulajdonságok esetén alacsony a minőségészlelés előzetes költsége, egyszerű az ellenőrzés, pl. a külső összetevők esetén, szemrevételezés alapján. A tapasztalati tulajdonságok esetén magasak az előzetes költségek, a fontosabb jellemzők csak a vásárlás után derülnek ki. A bizalmi tulajdonságok esetén mind az előzetes, mind az utólagos információszerzés és az ellenőrzés költségei magasak, a kulcstényező az eladó-vevő közötti bizalom (az eladó tisztességében és hozzáértésében).

A bizalmi tulajdonságokat ANDERSON (1994) tovább bontotta alcsoportokra, amelyek a következők:

- a rejtett bizalmi tulajdonságok, amelyek a végtermék esetében nem ellenőrizhetők (etikai jellemzők, állati jóléti követelmények),
- a standardizált bizalmi tulajdonságok, amelyek szintén bizalomra épülnek és nem ellenőrizhetők, de szabványosíthatók (pl. élelmiszerbiztonsági minimum követelmények),
- a sztochasztikus bizalmi tényezők (valószínűségi elosztásra épülő tulajdonságok).

A fogyasztó élelmiszerekkel kapcsolatos kockázateszlelése több tényező függvénye, többek között:

- A fogyasztó észlelését a tudományos tények mellett a saját attitűdje, illetve hiedelmei is befolyásolják (SHEPHERD és RAATS, 1996).
- A fogyasztó észlelése függ az észlelés körülményeitől (ADAMS, 1995) és a kockázat típusától (FREVER et.al., 1994.)
- A fogyasztó a saját veszélyeztetettségét leértékeli másokéhoz képest (SPARKS és SHEPHERD, 1994).
- A fogyasztó kockázateszlelése inkább a következmény mértékétől, kevésbé annak valószínűségétől függ (MITCHELL, 1998).
- A fogyasztó kevésbé törekszik a hasznosság maximalizálására, inkább a kockázatok csökkentésére.

### 3. A FOGYASZTÓI KOCKÁZATOK TÍPUSAI ÉS A KOCKÁZAT-FELNAGYÍTÁS ÖSSZEFÜGGÉSEI - CONNECTION BETWEEN THE TYPES OF CONSUMERS' RISKS AND RISK ENLARGEMENT

A fogyasztói kockázatokat a szakirodalom (MITCHELL, 1998) a következő csoportokba sorolja:

- a fizikai kockázat (pl. negatív egészségügyi hatások),
- a funkcionális, teljesítménykockázat,
- a pénzügyi kockázat,
- a társadalmi kockázat,
- a pszichológiai kockázat,
- az idő kockázat.

A fizikai kockázat a termék mérgező jellegével (pl. bizonyos gombafélék), romlott jellegével (pl. toxinok), illetve allergia keltő jellegével függ össze, amelyet együttesen egészségügyi kockázatnak szokás nevezni. A

funkcionális kockázat a téves vásárlási döntéshez kapcsolódik, a termék funkcionális meg nem felelését jelöli (pl. krémsajt/ sajtos tészta). A pénzügyi kockázat alapja a minőség és ár arányával kapcsolatos, amikor ugyanazt a minőséget drágábban, vagy ugyanolyan árért rosszabb minőséget kapunk. A társadalmi kockázat saját kultúrától, szubkultúrától eltérő fogyasztás esetében merül fel elsősorban. A társadalmi kockázat másik összetevője döntően az ajándékként vásárolt élelmiszerekkel kapcsolatban jelenik meg (pl. megfelelő virág, bor vásárlása). A pszichológiai kockázat döntően a saját követelményeiknek való meg nem felelést takarja, pl. bizonyos élelmiszerfogyasztással kapcsolatos lelkiismeretfurdalás (tejszínes fagylalt fogyasztása fogyókúra esetén). Az időkockázat alapvetően a termékvásárlási folyamathoz kapcsolódó tényező. A vásárlási döntésünket egyre jobban pontosíthatjuk, ha egyre hosszabb időt töltünk el az információgyűjtéssel, értékeléssel és az alternatívák kiválasztásával, viszont az idővel párhuzamosan az elért előny egyre kisebb lesz (elért előny/időpreferencia hányadosa).

Az élelmiszerek esetén több alkalommal találkozhatunk az előzőtől eltérő kockázatsoportosítással. SMINK és HAMSTRA (1994) a biotechnológiai úton előállított élelmiszerekkel kapcsolatos kockázatokat a következőképpen csoportosította:

- az élelmiszerbiztonsági,
- az egészségügyi,
- a természeti környezeti,
- az erkölcsi,
- az ár, illetve minőségi,
- a társadalmi hasznosság,
- az elosztási (disztribúciós),
- az információs,
- a választás szabadságának fenntartásához kapcsolódó,
- az erőhelyzetben történő döntéshez kapcsolódó kockázatok.

A fogyasztói kockázat összetevőit többféle módon csoportosítják. NESTLE (2003) szerint a kockázat lehet tudásalapú (pl. költség, előny, betegség súlyossága, halál valószínűsége), illetve értékalapú (megértés, megfigyelhetőség, hasonlóság, ellenőrizhetőség). SIEGRIST (2003) szerint az élelmiszerkockázatok két csoportra oszthatók, egyrészt a természeti kockázatokra (koleszterin, listeria, szalmonella), másrészt technológiai kockázatokra (élelmiszerek kisadagú sugárkezelése, antibiotikumok alkalmazása, géntechnológia, stb.). Kutatásai szerint a technológiai kockázatok észlelése magasabb a technológia iránti negatív attitűd miatt.

Az élelmiszerekkel kapcsolatos kockázatok észlelése két szinten zajlik, egyrészt az egyéni kockázateszlelés, másrészt a közösségi kockázateszlelés keretében. Az egyéni kockázateszlelés elemzésére két elmélet alakult ki, egyrészt a kulturális elmélet (DOUGLAS és WILDAVSKY, 1982), másrészt a pszichometrikus elmélet (FISCHHOFF et. al., 1978), a kulturális elmélet, elsősorban a kockázat értelmezésével, a pszichometrikus elmélet a kockázatjellemezőkkel foglalkozik. FLYNN et al. (1996) elemzése szerint az észlelt élelmiszerkockázat magasabb a nők, az idősebbek, a konzervatív

értékrenddel, a több gyermekkel, és a magasabb jövedelemmel rendelkezők körében. NAYGA (1996) szerint az előzőeken túl a nem városi lakosok, a háztartásban speciális kockázatsoporttal rendelkezők (pl. idősek, csecsemők, terhesek) kockázat észlelése magasabb. A pszichometrikus elmélet szerint a termékkel és tevékenységgel kapcsolatos előny léte vagy hiánya, az információ hitelessége és az információforrás iránti bizalom (társadalmi bizalom) jelentős hatással van az egyén kockázateszlelésére. FREVER (2003) szerint az egyéni élelmiszerkockázat észlelés szoros kapcsolatban áll az információval, az információforrással kapcsolatos bizalommal (szavahihetőség), és az intézményekkel kapcsolatos bizalommal (társadalmi bizalom).

Az észlelt kockázat két komponensből áll, egyik a termék kategóriával kapcsolatos (pl. húsfélék), másik a termékspecifikus (marhahús) kockázat (2. táblázat.)

2. táblázat

Table 2

A terméktulajdonságok és az észlelt kockázat típusa közötti kapcsolatok (Connection between product qualities and the perceived risks' types)

<i>Baromfihús terméktulajdonságai (Product qualities of poultry)</i>	<i>Kockázat típusai (Types of risks)</i>
<i>Élelmiszerbiztonság (Food safety)</i> - mikrobiológia és - nem mikrobiológiai tulajdonságok	<i>Fizikai kockázat (Physical risk)</i> - akut és - krónikus megbetegedések
<i>Táplálkozási összetevők (Nutritional components)</i> - energiatartalom, vitaminok, ásványi anyagok, rostok	<i>Fizikai kockázat (Physical risk)</i> - egészség
<i>Érték (Value)</i> - megjelenés, kényelmi tulajdonságok, íz,	<i>Funkcionális kockázat (Functional risk)</i> - előkészítés, elvart íz
<i>Csomagolás (Packaging)</i> - élelmiszercímke, - egyéb termékinformációk	<i>Időkockázat (Time risk)</i> - információkeresés
<i>Folyamat (Process)</i> - állati jóléti, öko, biotechnológiai eljárások	<i>Pszicho-szociális kockázat (Psycho-sociological risk)</i> - saját elvárásoknak, hiedelmeknek való megfelelés
<i>Ár (Price)</i>	<i>Pénzügyi kockázat (Financial risk)</i>

Az élelmiszerek esetében különösen nagy fontosságú a teljesen új termékekre vagy technológiák bevezetésével kapcsolatos fogyasztói kockázat kezelése. A radikálisan új termék és technológia bevezetésének nehézségére jó példa a biotechnológiai úton előállított termékek bevezetése. A szakirodalmi adatok szerint a biotechnológiai úton előállított élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói magatartás a következő fő attitűdökre épül:

- a tudás, az ismeret a technológiáról,
- a környezet és a természet iránti attitűd,
- a tudomány és a technológia iránti attitűd,

- az új élelmiszerekkel, termékekkel kapcsolatos iszony, idegenkedés (neophobia),
- az irányító és ellenőrző szervezetek iránti bizalom,
- az élelmiszertermelésben való érdekeltség,
- és az árzékenységek.

Az ételfogyasztással kapcsolatban a szociológiai és társadalmi vonatkozások egyre újabb és újabb területen jelennek meg. Az előbbi összefüggések közül kiemelkedő szerepe van az egyéni és a közösségi kockázat észlelésének és kezelésének. Az élelmiszerfogyasztással kapcsolatosan megjelenő új termékek, módosított termékek, de főleg a technológiai értékelésében és elterjedésében nagy szerepe van a hozzákapcsolódó kockázatok közösségi észlelésének, amely az egyének kockázati szintjére is kihat. Az információk, köztük az élelmiszerkockázatokkal kapcsolatos információk terjedésének jelentős társadalmi vonatkozásai vannak.

A kockázati információ hatásaival kapcsolatban két elmélet terjedt el az elmúlt időszakban, egyrészt a kockázat társadalmi felerősítésének elmélete, másrészt az ún. társadalmi küzdőtér (aréna) elmélet. Az első koncepció szerint az élelmiszerkockázatok terjedésében olyan speciális csoportok, mint például a média, vagy szakmai érdekcsoportok ékelődnek be, amelyek a kockázat közösségi észlelését felerősítik és azon keresztül az egyénét is. A társadalmi aréna elmélet a társadalmi szereplők közti kölcsönhatásokra és konfliktusokra épül, amely keretében az egymással szembenálló érdekcsoportok hatást kívánnak gyakorolni a döntéshozókra és a politikára, illetve a közkapcsolatokra (1. ábra).

A közösségi kockázat észlelésének fő jellemző vonásai a következők:

- az egyéni kockázat esetében az információ feldolgozása függ a társadalmi csoportokon belüli szerepektől és tagságtól,
- a fogyasztók abszolút biztonságra törekzenek (zéró kockázat), amelyet sem a tudomány sem a fejlett technológia nem garantálhat,
- az előnyök és a kockázatok az egyes társadalmi csoportok és rétegek között általában egyenetlenül oszlanak meg,
- a technológiai folyamat jellege, mint például az új technológiával szembeni alternatív technológia választási lehetőségének fennmaradása, vagy megszűnése,
- egymással nehezen összemérhető kockázatok értékelése (gazdasági/etikai vagy rövid távú, illetve hosszú távú),
- a kutatók és a tudósok közti jelentős véleménykülönbségek,
- a média és az aktivistacsoportok a közösségi kockázat észlelés felnagyításában érdekeltek.

A fenti társadalmi arénaelmélet és modell keretében értékelhető bizonyos táplálkozással kapcsolatos vitatott témák (pl. a kövérség, a bulímia) a különböző élelmiszerbotrányok (a BSE, a dioxin, az élelmiszerfertőzések, stb.), a húsfogyasztás, mint társadalmi probléma (a vegetarizmus), a biotechnológiai termékek elterjedése, valamint a fogyasztói jogok és élelmiszerinformációk biztosítása is.

1. ábra

Fig. 1

#### A társadalmi aréna modell (Model of social arena)

Forrás (Source): Renn, 1992.

#### 4. A FOGYASZTÓ ÁLTAL ÉSZLELT KOCKÁZATOK CSÖKKENTÉSÉNEK ALTERNATÍVÁI ÉS LEHETŐSÉGEI - ALTERNATIVES AND POSSIBILITIES OF REDUCING THE RISKS PERCEIVED BY CONSUMERS

A fogyasztó által észlelt kockázatok csökkentésére különféle lehetőségek, alternatívák állnak fenn, amelyek közül választhat. A lehetséges kockázatsökkentési formák a következők:

- a megszokott márka vásárlása,
- a fogyasztói útmutatók (pl. egészségügyi vagy termékteszt) figyelése,
- a termékinformációk (élelmiszercímke) figyelése,
- a drágább márka választása,
- az értékesítési személyzet tanácsának kikérése (pl. virág és borvásárlás),
- a családtagok és a barátok véleményének figyelembevétele,
- a termékcserle lehetőségének kihasználása,
- a termékimázs, a gyártóimázs figyelembevétele,
- a vásárlási körút szervezése (több bolt felkeresése),
- az olcsóbb márka vásárlása (pénzügyi kockázat csökkentése),
- a termék kipróbálása (pl. a kóstolás),
- a jól ismert márka választása,
- a külső garanciák (minőségi jelekkel, eredetjelzéssel előállított élelmiszerek).

A fogyasztó által észlelt kockázat csökkentése a vállalatok és az iparágak közös felelőssége, amelyben sokat segíthet az ipari elkötelezettség az élelmiszerbiztonság és minőség mellett, a vállalati belső, illetve hatósági ellenőrzés, a megfelelő

technológia, a minőségbiztosítási módszerek alkalmazása, a gyártási, a fogyaszthatósági idők és információk feltüntetése.

A vállalatok és iparágak lehetőségei termékkategóriához kapcsolódó és termékspecifikus kockázatok csökkentésében:

- Vállalati és közösségi márkák, védjegyek kifejlesztése és bevezetése az alapanyag-termelésben, a feldolgozásban és a forgalmazásban (termelői, ipari és kereskedelmi márkák).
- A magán (vállalati) és közösségi minőségbiztosítási, menedzsment rendszerek kifejlesztése, a nyomon követési rendszer kiépítése (ipari és kereskedelmi rendszerek).
- A vállalati és iparági hírnév növelése, a harmadik (semleges) szereplők bekapcsolása.
- A fogyasztókkal és egyéb érdekcsoportokkal kapcsolatos hatékony kommunikáció (termékcímkék, termékinformációk, PR, krízis kommunikáció).
- A hatósági élelmiszerbiztonsági ellenőrzés intézményrendszerének fejlesztése az ellenőrzés és a szankciók hatékony alkalmazása.
- A fogyasztóvédelmi szervezetek, civil fogyasztóvédelmi szövetségek szerepének növelése.

Az élelmiszerfogyasztói magatartás egyik fő trendje, hogy a tapasztalati és az információkeresésre épülő terméktulajdonságokkal szemben a bizalomra épülő terméktulajdonságok szerepe értékelődik fel. Az élelmiszerekkel kapcsolatos kockázatok kezelésében a hatékony kockázatkommunikációban a bizalom kulcsszerepet játszik. A bizalom alapvetően három dimenzióra épül, amelyek a következők:

- a fogyasztó, mint egyén kognitív dimenziója: a kockázat észlelése és a kockázat kommunikáció (a bizalmat és a bizalmatlanságot az információ hiányára vagy hibásan észlelt információra vezeti vissza),
- a kulturális dimenzió: a helyi és a nemzeti kulturális struktúrában a személyközi kapcsolatokban és a társadalmi hálózatokban nyilvánul meg (a bizalom csak lassan, a személyes kapcsolatok és a szocializáció folyamatán keresztül növelhető),
- az intézményi dimenzió: bizalom a kapcsolódó intézmények működésében, illetve a kialakult érték és szabályok hatékony érvényesülésében.

Az élelmiszerellátás egyre inkább összetett és gyorsan változó rendszert alkot. Az élelmiszer hosszú és személytelen láncon keresztül, gyakran ismeretlen, intézményesített szereplők közvetítésével jut el a fogyasztóhoz és ezáltal a fogyasztó függősége megnő. A komplexitás és a bizonytalanság növekedésével párhuzamosan a bizalom/bizalmatlanság szerepe és a felügyelő, ellenőrző, illetve a "watch dog" szervezetek szerepe felértékelődik.

## 5. ÖSSZEFOGLALÁS - SUMMARY

Az élelmiszerekkel kapcsolatos paradoxon szerint az élelmiszer alapvető feltétele az egészségnek, de egyben a legfontosabb kockázati tényezője is. Az élelmiszerek kettőssége egyrészt annak hasznosságán, előnyeiben, másrészt ahhoz kapcsolódó kockázatok keretében folyamatosan jelen van az élelmiszerfogyasztói magatartásban. Az élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói kockázatok a megszokott élelmiszerek esetében is felmerülnek, de jóval erőteljesebben jelentkeznek új termékek, új technológiák bevezetésénél és elterjedésénél. Az élelmiszerkockázatok észlelése során jelentős szerepet játszottak az elmúlt évek élelmiszer botrányai.

Mivel az élelmiszerfogyasztó vásárlási és fogyasztói döntéseit tökéletlen információellátottság mellett hozza meg, a közlemény bemutatja az élelmiszerfogyasztói magatartás jellemzőit tökéletlen információellátottság körülményei között, a terméktulajdonságokat az információk típusa alapján, elemzi a terméktulajdonságok és az információk közötti kapcsolatot, valamint a fogyasztó élelmiszerekkel kapcsolatos kockázateszlelésének tényezőit.

Külföldi szakirodalmakra hivatkozva a cikk részletesen bemutatja a fogyasztói kockázatok típusait, és a kockázat-felnagyítás összefüggéseit. Az élelmiszerekkel kapcsolatos kockázatok észlelése két szinten zajlik, egyrészt az egyéni kockázateszlelés, másrészt a közösségi kockázateszlelés keretében. Az élelmiszerek esetében különösen nagy fontosságú a teljesen új termékekre vagy technológiák bevezetésével kapcsolatos fogyasztói kockázat kezelése.

A kockázati információ hatásaival kapcsolatban két elmélet terjedt el. Az első koncepció szerint az élelmiszerkockázatok terjedésében olyan speciális csoportok, mint például a média, vagy szakmai érdekcsoportok ékelődnek be, amelyek a kockázat közösségi észlelését felerősítik és azon keresztül az egyénét is. A társadalmi aréna elmélet a társadalmi szereplők közti kölcsönhatásokra és konfliktusokra épül, amely keretében az egymással szembenálló érdekcsoportok hatást kívánnak gyakorolni a döntéshozókra és a politikára, illetve a közkapcsolatokra.

A fogyasztó által észlelt kockázat csökkentése a vállalatok és az iparágak közös felelőssége, amelyben sokat segíthet az ipari elkötelezettség az élelmiszerbiztonság és minőség mellett, a vállalati belső, illetve hatósági ellenőrzés, a megfelelő technológia, a minőségbiztosítási módszerek alkalmazása, a gyártási, a fogyaszthatósági idők és információk feltüntetése. Az élelmiszerfogyasztói magatartás egyik fő trendje, hogy a tapasztalati és az információkeresésre épülő terméktulajdonságokkal szemben a bizalomra épülő terméktulajdonságok szerepe értékelődik fel. Az élelmiszerellátás egyre inkább összetett és gyorsan változó rendszert alkot. Az élelmiszer hosszú és személytelen láncon keresztül, gyakran ismeretlen, intézményesített szereplők közvetítésével jut el a fogyasztóhoz, és ezáltal a fogyasztó függősége megnő. A komplexitás és a bizonytalanság növekedésével párhuzamosan a bizalom/bizalmatlanság szerepe és a felügyelő, ellenőrző, illetve a "watch dog" szervezetek szerepe felértékelődik.

## IRODALOM - REFERENCES

1. **Adams, J.:** Risk. London, UCL Press, (1995.)
2. **Anderson, E. S.:** The evaluation of Credence Goods. A transaction Approach to Product specification and Quality Control, MAPP Working paper, No. 21. The Aarhus School of Business (1994)
3. **Frever, L. J., Shepherd, R. et. al.:** The Interrelationship between Perceive Knowledge, Control and Risk Associated with a Range of Food - related Hazards Targeted at the Individual, other People and Society. *Journal of Food Safety* (14) 19-40 (1994)
4. **Frewe, L. J.:** Science, Society and Public - Confidence in Food Risk Management. In: Belton, P. S., Belton, T. (eds.): *Food, Science and Society - Exploring the Gap between Expert Advice and Individual Behavior*. Berlin, Springer (2003)
5. **Douglas, M., Wildavsky, A.:** Risk and Culture. Berkeley, CA: University of California Press (1982)
6. **Fischhoff, B., Slovic, P., Lichtenstein, S.:** How Safe is Safe Enough? A Psychometric Study of Attitudes Towards Technological Risks and Benefits." *Policy Sciences* (8) 127-152 (1978)
7. **Flynn, J., Slovic P., Mertz, C. K.:** Gender, Race, and Perception of Environmental Health Risks, *Risk Analysis* (14) 1101-1107 (1996)
8. **Mitchell, V. W.:** A Role for Consumer Risk Perceived in Grocery Retailing. *British Food Journal* **100** (4) 171-183 (1998)
9. **Nayga, J. R. M.:** Sociodemographic Influences on Consumers' Concern for Food Safety: The Case of Irradiation, Antibiotics, Hormones, and Pesticides. *Review of Agricultural Economics* (18) 467-475 (1996)
10. **Nestle, M.:** Safe Food: Bacteria, Biotechnology, and Bioterrorism. Berkeley: University of California Press (2003)
11. **Renn, O.:** The Social Arena Concept of Risk Debates In: Krimsley, S., Golding, D. (eds): *Social Theories of Risk*. Westport, CT: Praeger 183 (1992)
12. **Philipsen, K. Anderson, E. S.:** Free-Range Pork Innovation and Control of New Credence Good, MAPP Working paper No.33. Aarhus School of Business (1998)
13. **Smink, G. C. J., Hamstra, A. M.:** Impacts of New Biotechnology in Food Production and Consumers. Swoka Research Report 170. The Hague: Swoka Institute for Consumer Research (1994)
14. **Shepherd, R., Raats, M. M.:** Attitudes and Beliefs in food Habits. In: McFie, H. L. M., McFie, H. J. H. (eds.): *Food Choice, Acceptance and Consumption*. London, Chapman and Hall (1996)
15. **Siegrist, M., Cvetkovich, G.:** Perception of Hazards: The Role of Social Trust and Knowledge. *Risk Analysis* (20) 713-719 (2000)
16. **Sparks, P., Shepherd, R.:** Public Perceptions of the Potential Hazards Associated With Food Production and Food Consumption: An Empirical Study. *Risk analysis* **14** (5) 799-806 (1994)