

FOGYASZTÓI VÉLEMÉNYEK ÉS DILEMMÁK AZ ÉLELMISZER ADALÉKANYAGOKKAL KAPCSOLATBAN CONSUMER OPINIONS AND DILEMMAS ABOUT FOOD ADDITIVES

TARNAVÖLGYI, G.

Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar (University of Kaposvár, Faculty of Economics), H-7400 Kaposvár, Guba S. u. 40.

ABSTRACT

Food additives became one of the most important food safety issues in the recent decades. Health concerns regarding food additives are noticeably growing among consumers as well as in the media. In this paper consumer attitudes towards food additives were analyzed using qualitative and quantitative market research methods.

In the focus group survey three focus groups were created: common consumers, doctors and food industry experts.

In the course of the directed conversations it was observed that most consumers knew very little about food additives. Their judgement is basically negative: while recognizing the technological importance of some food additives, they are afraid of their health impairing effects. However, this fear is usually not reflected in the consumers' decision-making; other quality characteristics and the price play a much more significant role when choosing foods.

Doctors are more familiar with the chemical nature and health effects of food additives. Most respondents are aware of the allowance system of food additives as well, and they trust in the effectiveness of the rigorous tests carried out, therefore the doctors' aversion against additives is much less expressed than in the consumers' group. At their food choice process similar tendencies were observed as at the common consumers'.

Through their job food industry experts get in closer relationship with food additives, therefore they generally have detailed knowledge of their technological and health functions as well. In their consumer decision process the food additive content of products is a more important factor than in the other groups: although they consider most additives as harmless, they try to choose foods containing less food additives.

On the basis of observations in our focus group studies, we started a countrywide quantitative market survey focusing on the consumers' judgement of food additives. The goal of the research was to determine how consumers think of the necessity and health risks of the use of food additives, and how they are influenced by the additive content of foods when choosing products.

By this time 300 questionnaires were completed in three shire towns in Southwest Hungary: Kaposvár, Pécs and Szekszárd.

Firstly, respondents were asked how dangerous they think it is if foods contain certain. It deserves attention that most substances usually identified as food additives are thought to be even more harmful than cholesterol, which suggests that the cholesterol-hysteria of the 90s was replaced by the food additive panic. The E-numbers were considered to be the most harmful ingredients while of the expression 'food additives' a more favourable account was given. This suggests that most people do not know that E-numbers and the chemical names of food additives are corresponding marking forms.

The fear of the food additives may be attributed to the lack of information: more than half of the respondents could not properly define in their own words either what food additives or E-numbers mean.

The role of food additives in the decision process of the consumers is diverse. While most consumers do not really care about this issue, the proportion of conscious consumers increases with their level of education. These observations suggest that the consumers' concerns of food additives are usually not reflected in the shopping habits, other product characteristics play a more important role when choosing foods.

Regarding the additive content of certain foods, most people showed greater awareness than we expected from the focus group studies but we discovered some incredibly erroneous views, too.

At the end of the questionnaire we asked the consumers' opinion of 15 statements regarding food additives. The answers confirm the fear of the health impairing effects of additives, at the same time showing that compounds of natural origin are judged more favourably than the artificial ones. Most people think that the authorities do not provide adequate information about food additives. The respondents had various opinions of the technological necessity of additives, but most of them think that some of these compounds are needlessly added to foods. Consumers prefer products containing less additives amongst foods of same quality and price, and there are some who are willing to pay more for them. The vast majority of the interviewed people would support the introduction of an "additive-free food" mark.

It was concluded that there was a strong need for the proper guidance of people to avoid the groundless fear of food additives. The consumers should be informed of the technological necessity and the strict authorization system food additives, including the meaning of E-numbers. Additionally, the list of E-numbers should be more widely available to consumers to make them possible to identify the certain compounds. We regard the information as governmental task, with the active contribution of the media, family doctors, food processors and retailers, as a part of the project for propagating healthy nutrition. Since doctors and food industry experts who may play the most important rule in transmitting information to the public were not interested in this issue, authorities must find ways to involve them in the information project.

We hope that results of our research may help food processors better fulfil the consumers' requirements, and provide ideas to a more effective information strategy to the food authorities.

1. BEVEZETÉS – INTRODUCTION

Az élelmiszeripar a XX. században hatalmas fejlődésen ment keresztül. A technológiai előrehaladás az adalékanyagok egyre szélesebb körű felhasználásával járt együtt (DIEHL, 2002). Az Európai Közösség az 1960-as években létrehozta az élelmiszeripari adalékanyagok ún. pozitív listáját, majd az Európa-számrendszert, amelyben az adalékanyagokat egy E betű után álló három- illetve négyjegyű szám jelöli. A rendszer megalkotóit hármas cél vezérelte. Egyrészt az adalékanyagok egyértelmű és egyszerű azonosítása, ezáltal a bonyolult kémiai elnevezések fordításából adódó félreértések elkerülése, másrészt a bürokrácia csökkentése, harmadsorban pedig a fogyasztók egészségének védelme, ugyanis a listára való felkerülés feltétele egy évekig tartó, széleskörű toxikológiai vizsgálat sorozat elvégzése (SOHÁR és DOMOKI, 1997).

Az adalékanyagok számának és alkalmazási területeinek gyors bővülését a fogyasztók és a különböző érdekképviselői szerveik egyre növekvő bizalmatlansággal szemlélték (ELMADFA et al, 1996). Az E-számrendszer 1991-ben történt átvételével Magyarországon is

felerősödtek az adalékanyagok használatával kapcsolatos félelmek (KALAS, 1997). Ennek legfőbb oka, hogy a rendszer bevezetésekor nem fordítottak kellő figyelmet a fogyasztók tájékoztatására, emiatt az E-számokat ma is a titokzatosság és a bizalmatlanság légköre veszi körül. Az információhiány számos félreértéshez vezet, amely ökonómiai és nemzetgazdasági hátrányt is jelenthet.

Fontos lenne tehát megismerni, hogy mennyire tájékozottak a fogyasztók az adalékanyagok kérdéskörében, hogyan ítélik meg felhasználásuk szükségességét és egészségügyi vonatkozásait, valamint mennyire befolyásolja fogyasztói döntéseiket az élelmiszerek adalékanyag-tartalma. Ebből a célból indítottuk kutatásunkat, amely hazánkban az első széleskörű vizsgálat az adalékanyagok fogyasztói megítélésének tanulmányozására.

Jelen fogyasztói megkérdezés egy PhD kutatómunka része, amelynek célja a világ élelmiszeriparában használt adalékanyagok rendszerének megismerése, humánéletteni hatásainak és az ezen alapuló engedélyezési rendszerének feltárása, és mindezekre építve a leggyakrabban alkalmazott adalékanyagok fogyasztói, piaci és ökonómiai vonatkozásainak közvetlen vizsgálata.

2. ANYAG ÉS MÓDSZER – MATERIALS AND METHODS

Vizsgálatunkhoz kvalitatív és kvantitatív marketingkutatói módszereket egyaránt felhasználtunk.

2.1. Fókuszcsoportos felmérés – Focus group research

Első lépésben a kvalitatív piackutatásra került sor, amelyhez az egyik leghatékonyabb és leggyakrabban alkalmazott technikát, a fókuszcsoportos interjút választottuk. A fókuszcsoportok összeállítása és az interjúk lebonyolítása a nemzetközi ajánlásoknak megfelelően történt (GORDON és LANGMAID, 1997).

Előzetes szondázásaink alapján három fókuszcsoportot alakítottunk ki. Az első csoportot átlagfogyasztók, a másodikat orvosok, a harmadikat pedig élelmiszeripari szakemberek alkották. A megkérdezéseket 2003 tavaszán végeztük. A moderátor szerepkörét a szerző töltötte be, egy alkalommal tudományos témavezetőjével, Prof. Szakály Sándorral közösen. A beszélgetéseket – a kötetlen társalgás fenntartásával – egy előzetesen összeállított vezérfonal mentén irányítottuk. A 45-70 percig tartó interjúkat magnószalagra rögzítettük, ennek segítségével végeztük a kiértékelést.

2.2. Kérdőíves felmérés – Questionnaire research

A kvantitatív felmérés kérdőívét a fókuszcsoportos vizsgálatok eredményei alapján állítottuk össze.

A kérdőív 7 kérdésből áll, amelyek a fogyasztók adalékanyagokkal kapcsolatos ismereteit és véleményét voltak hivatottak felmérni. A válaszadókat nem, kor, iskolai végzettség és jövedelem alapján csoportosítottuk. A kérdőív klaszterazonosító kérdéseket is tartalmaz, amelyek a későbbiekben lehetővé teszik az egyes fogyasztói csoportok elkülönítését.

A nemre és korra való reprezentativitás érdekében kvótás mintavételt végeztünk a 2001. évi népszámlálás adatainak alapján. A felmérés helyszínéül három dél-dunántúli megyeszékhelyet: Kaposvárt, Pécsét és Szekszárdot választottuk, mindhárom városban 100 kérdőív került kitöltésre. A megkérdezésekre az utcán, tereken, bevásárlóközpontokban illetve helyi-, és távolsági autóbussz-állomásokon került sor.

3. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK – RESULTS AND DISCUSSION

3.1. Fókuszcsoportos felmérés – Focus group research

3.1.1. Fogyasztók fókuszcsoportja – Consumers' focus group

A fogyasztói fókuszcsoport résztvevőinek többsége alapvetően negatív érzéseket táplál az adalékanyagok felhasználásával kapcsolatban. Elismerik, hogy bizonyos technológiai funkcióval rendelkeznek, ugyanakkor úgy vélik, hogy a gyártók pusztán azért tesznek adalékanyagokat az élelmiszerekbe, hogy azokat jobban eladhatóvá tegyék, és ezáltal a profitjukat növeljék. A felhasználás szükségessége szempontjából leginkább kifogásolt két adalékanyag-csoport a tartósítószeres és a színezékek. Lényeges ugyanakkor a kényelmi szempont is, hiszen például a hosszabb eltarthatóság a vásárlóknak is előnyös.

Az adalékanyagok felhasználásának egészségügyi kockázatát illetően eltérő véleményekkel találkoztunk. A megkérdezettek többsége kételkedik a fogyasztók egészségét védeni hivatott élelmiszerbiztonsági előírások hatékonyságában. Egyrészt a szerintük túl rövid vizsgálati idő miatt, másrészt azért, mert a sokféle adalékanyag közötti interakciókat szinte lehetetlen vizsgálni. A legnagyobb gondnak azonban azt tekintik, hogy az előírásokat az élelmiszeripari hatóságok pénz hiányában nem képesek betartatni, a gyártók pedig ezt kihasználva megszegik azokat. A fogyasztók előtt tehát gyakorlatilag ismeretlen az a rendkívül szigorú engedélyezési és ellenőrzési rendszer, amelynek alapján egy vegyület élelmiszeripari adalékanyaggá emelkedhet.

Az adalékanyagok konkrét egészségügyi kockázataként elsősorban rákkeltő hatásukat emelték ki. Az adalékanyagok élelmiszerbiztonsági megítélése azonban nem egységes, a természetes adalékokat általában veszélytelenebbnek tartják, mint a mesterségeseket. E megállapítások összhangban állnak a közelmúlt más kutatási eredményeivel is (FOISSY és KRÁSZ, 2003).

Az adalékanyagok felhasználásának legkritikusabb pontja azok feltüntetése a termékeken. Az élelmiszergyártók által elterjedten használt E-számos jelölést az interjúalanyok egybehangzóan negatívan ítélik meg, úgy érzik, hogy valamit el akarnak titkolni előlük. A probléma fő oka, hogy nem áll a fogyasztók rendelkezésére az E-számokat és a hozzájuk tartozó kémiai neveket tartalmazó lista, így nem tudják beazonosítani az egyes adalékanyagokat, ez pedig bizalmatlanságot szül. A megkérdezettekben felmerült, hogy hozzáférhetővé kellene tenni ez E-számos listát, például a nagyobb áruházakban ki kellene függeszteni, esetleg a háziorvosnál is megkaphatnák ezeket. Ha ez megvalósulna, valószínűleg sokkal kevesebben aggódnának az adalékanyagok miatt. Ennek hiányában viszont jobb lenne a konkrét anyagneveket felírni a termékek csomagolására.

A fogyasztók tájékoztatásában a média játssza a főszerepet. Ezzel kapcsolatban a legnagyobb problémát abban látják, hogy „a média arról világosít föl, amit kifizetnek”, vagyis a sok reklám inkább a fogyasztók meggyőzését, megtévesztését célozza. A fogyasztók megfelelő tájékoztatása a gyártóknak nem érdeke, inkább az Egészségügyi Minisztérium feladata lenne. Megfelelő kapacitás hiányában azonban ez nem valósulhat meg, így a tájékoztatásban marad a média és a személyes közlés dominanciája.

A fogyasztók adalékanyagokkal kapcsolatos ellenérzéseivel szöges ellentétben áll az a tény, hogy fogyasztói döntésük meghozatalában elenyésző szerep jut az adalékanyagoknak. Egy terméken először a gyártót, az árat, a szavatossági időt, az energia- és zsírtartalmat nézik meg, általában azt veszik meg, amit megszoktak és szeretnek. Szerepet kap ugyanakkor a kényelmi szempont is, valamint az a feltételezés, hogy ma már minden élelmiszer tartalmaz adalékanyagokat, így nincs lehetőség azok elkerülésére. Ez az attitűd összhangban áll a beszélgetés elején végzett, konkrét élelmiszerek fogyasztására rákérdező vizsgálat

eredményével: az adalékanyagoktól félfő válaszadók többsége is rendszeresen fogyaszt magas adalékanyag-tartalmú termékeket.

Az adalékanyagok jövőjét illetően a válaszadók arra a következtetésre jutottak, hogy az élelmiszeripar két irányba halad. Egyrészt a Föld növekvő lakossága miatt a tömegtermelés fog dominálni, a minél nagyobb tömegű és minél olcsóbb élelmiszerek előállításához pedig egyre több adalékanyagot kell felhasználni. Már napjainkban is érzékelhető viszont az a tendencia, hogy egy szűkebb fogyasztói réteg a természetesebb táplálkozásra törekszik, az ő igényeiket pedig adalékanyag-mentes, esetleg ökotermékekkel lehet majd kielégíteni.

3.1.2. Orvosok fókuszcsoportha – Doctors' focus group

Az orvos fókuszcsoporthat azért hoztuk létre, mert kíváncsiak voltunk, hogy orvosként hogyan ítélik meg az adalékanyagok felhasználásának egészségügyi következményeit, valamint fogyasztóként hogyan viszonyulnak ehhez a kérdéskörhöz.

Az megkérdezésben résztvevő orvosok adalékanyagokkal kapcsolatos tájékozottsága – kémiai, biológiai és humánegészségügyi előképzettségükből kifolyólag – meghaladta a fogyasztói csoportokban tapasztaltakat. Tisztában vannak vele, hogy az E-számok adalékanyagokat jelölnek, és a két jelölési forma ekvivalens, ez a fogyasztói csoport sok részvevője számára nem volt egyértelmű. Meg kell azonban jegyeznünk, hogy interjúalanyaink adalékanyagokkal kapcsolatos ismeretei jelentősen elmaradtak attól a szinttől, amit egy orvostól elvártunk volna.

Az adalékanyagok felhasználásának szükségességéről úgy vélekednek, hogy azok bizonyos termékeknél elengedhetetlenek, másoknál pedig fogyaszthatóbbá teszik az élelmiszert.

Úgy vélik, hogy ha egy engedélyezett hatóság forgalomba engedi ezeket az anyagokat, akkor ezt sokféle kémiai vizsgálat előzte meg, így biztonsággal fogyaszthatóak. Az adalékanyagok ebből a szempontból analógiát mutatnak a gyógyszerekkel. Az orvosok adalékanyagokkal szembeni averziója kevésbé kifejezett, mint a fogyasztóké. Ez annak ellenére így van, hogy ők sokkal részletesebb ismeretekkel rendelkeznek az adalékanyagok okozta egészségügyi problémákról. A karcinogén hatáson túlmenően allergiáról, immunzavarokról, emésztőszervi betegségekről, Alzheimer-kórról számoltak be. Ennek ellenére az élelmiszerek adalékanyag-tartalma az orvosoknál sem játszik fontos szerepet a fogyasztói döntés meghozatalában. Ennek oka hasonló a fogyasztói csoportban is említettékhez.

Az orvosok – a fogyasztókhoz hasonlóan – azon a véleményen vannak, hogy szinte minden élelmiszer tartalmaz adalékanyagokat, de különösen sokat az édesipari termékek, az üdítőitalok, a levesporok és általában a félkész ételek. Sajnálatos tény, hogy a fogyasztókhoz hasonlóan az orvosok is megnevezték a tejtermékeket, mint kimondottan magas adalékanyag-tartalmú élelmiszereket. Ez összhangban van tanszékünk korábbi felméréseivel, amelyek szerint a magyar fogyasztók közel 60%-a hiszi úgy, hogy a tejtermékek tartósítószeret tartalmaznak, 45%-uk szerint pedig a tejtermékekben mesterséges színezékek vannak (BERKE, 2002). A fogyasztók tehát nincsenek tisztában a tejtermékek nemzetközi törvényekben rögzített védelmével.

Az orvosok nem tartják szükségesnek a fogyasztók részletesebb informálását az adalékanyagok kérdésköréről, mivel véleményük szerint ez olyan nagy tömegű információ, amivel úgysem tudnak mit kezdeni. A betegeknek is azt javasolják, hogy ne foglalkozzanak az adalékanyagokkal. Az E-számok jelölésnél jobbnak tartják a kémiai nevek kiírását, mivel ezek számukra ismerős vegyületek, az E-számok pedig nekik is ugyanannyira semmitmondóak, mint a fogyasztók számára. Kompromisszumos megoldásként esetleg az anyagnevek és az E-számok együttes feltüntetését javasolják.

Az adalékanyagok felhasználásának jövőjéről az orvosok hasonlóképpen vélekedtek, mint a fogyasztók: a tömegtermelés továbbra is adalékanyagokat igényel majd, csak a környezettudatosabb fogyasztók, valamint az egyre növekvő számú allergiás betegek fogják a címkét tanulmányozni, illetve az ökoélelmiszereket előnyben részesíteni.

3.1.3. Élelmiszeripari szakemberek fókuszcsoportja – Food industry experts' focus group

Harmadik fókuszcsoportunkat az élelmiszeripar különböző ágaiban dolgozó technológusok, termékfejlesztők és minőségügyi szakemberek alkották. Ők az a réteg, akik munkájuk során mindennap találkoznak az adalékanyagokkal, így ismerik felhasználásuk technológiai okait és előnyeit, másrészt tisztában vannak rendkívül szigorú engedélyezési rendszerükkel is. Ennek tudható be, hogy ellentétben az előző két fókuszcsoporttal az élelmiszeripari szakemberek semmilyen félelmet nem éreznek az adalékanyagokkal szemben, véleményük szerint az adalékanyagok túlnyomó többsége teljesen ártalmatlan. Ennek ellenére általában igyekeznek a kevesebb adalékanyagot tartalmazó élelmiszereket választani, a kényelmi szempont és az élvezeti érték azonban náluk is fontos szerepet játszik.

A fogyasztók jobb tájékoztatását az orvosokhoz hasonlóan ők sem tartják szükségesnek. Ezt azzal indokolták, hogy „aki az iparban dolgozik, az tisztában van az adalékanyagokkal, aki pedig nem, annak úgysem mond semmit az egész”.

Az adalékanyagok jövőjével kapcsolatban a megkérdezettek hasonlóképpen vélekedtek, mint a másik két fókuszcsoportban. A hagyományos termékek mellett ma is léteznek alacsonyabb adalékanyag-tartalmú, ún. prémium termékek, de ezeket egyelőre nem sokan tudják megfizetni. Az ipar nem is érdekelt az „egészségesebb” termékek propagálásában, hiszen ezzel a saját többi termékük imázsán rontanának.

3.2. Kérdőíves felmérés – Questionnaire research

Table 1

1. táblázat

Egyes élelmiszer-összetevők illetve eljárások veszélyessége a válaszadók véleménye alapján (Dangerous nature of certain food ingredients and procedures according to the respondents' opinion)

Összetevő/eljárás (Ingredient/procedure)	Átlag (Average)	Összetevő/eljárás (Ingredient/procedure)	Átlag (Average)
Növényi zsírok/Vegetable fat	4,38	Koleszterin (Cholesterol)	2,38
Só (Salt)	3,66	Adalékanyagok (Food additives)	2,27
Édesítőszer (Sweeteners)	3,45	Színezékek (Colours)	2,15
Cukor (Sugar)	3,42	Tartósítószer (Preservatives)	2,14
Füstölés (Smoking)	3,40	Állományjavítók (Stabilizers)	2,10
Állati zsírok (Animal fat)	2,86	E-számok (E-numbers)	1,89

Megjegyzés: 1= nagyon veszélyes 5=nem veszélyes (Note: 1= very dangerous 5=not dangerous)

A válaszadókat elsőként különböző élelmiszer-összetevők, illetve eljárások ártalmasságáról kérdeztük (1. táblázat). Figyelemreméltó, hogy a megkérdezett adalékanyagok többségét a fogyasztók még a koleszterinnél is károsabbnak tartják, ez arra utal, hogy a 90-es évek koleszterin-hisztóriájának helyébe az adalékanyag-pánik lépett. Az egyetlen kivételt az édesítőszer jelentik, amelyeket a többi adalékanyagnál kevésbé veszélyesnek, a cukorral megegyező egészségügyi kockázatúnak ítélték. Ez azt mutatja, hogy annak ellenére, hogy a csökkentett cukortartalmú illetve cukormentes, ún. light élelmiszerek már régóta jelen vannak a hazai piacon, a fogyasztók még nem alakítottak ki stabil álláspontot abban a kérdésben, hogy e termékek egészségesebbek-e a hagyományos élelmiszereknél. A

legveszélyesebb összetevőnek az E-számokat ítélték, míg az „adalékanyag” kifejezés kedvezőbb megítélés alá esett. Ez arra utal, hogy a legtöbben nincsenek tisztában azzal, hogy az adalékanyagok E-számokkal illetve kémiai nevekkal történő azonosítása ekvivalens jelölési formák.

A következő két kérdésben a válaszadóknak saját szavaikkal kellett megfogalmazniuk az adalékanyagok illetve az E-számok jelentését (2. táblázat). A válaszok helyességét a Magyar Élelmiszerkönyv definíciói alapján értékeltük (MAGYAR ÉLELMISZERKÖNYV, 1995). Bár a megkérdezettek több mint fele rossz választ adott, a helyes meghatározások gyakorisága az iskolázottság növekedésével összhangban nőtt. Figyelemreméltó azonban, hogy igazán elfogadható választ csak kevesen adtak erre a kérdésre (E-számok: 22,7%, adalékanyagok: 24,3%). A leggyakrabban előforduló tévhit az volt, hogy az E-számok kizárólag mesterséges anyagokat jelölnek. A nem szerinti csoportosításból előtűnik, hogy a nők jobban informáltak ebben a kérdésben, mint a férfiak (E-számok: 39,4/52,5%, adalékanyagok: 45,7/48,7%), ami – az erősebb egészségtudatosságukon túlmenően – feltehetően azzal magyarázható, hogy a családokban általában a nők felelősek a bevásárlásokért.

Table 2 **2. táblázat**
Az adalékanyagok illetve az E-számok fogalmát részben vagy teljesen helyesen meghatározó válaszadók aránya (%)
(Rate of respondents being able to give partly or completely correct definitions of food additives and E-numbers (%))

	Iskolai végzettség (Level of education)			Átlag (Average)
	Alapfokú (Primary)	Középfokú (Secondary)	Felsőfokú (Tertiary)	
E-számok (E-numbers)	25,0	46,4	57,2	46,4
Adalékanyagok (Food additives)	41,7	44,3	58,6	47,3

Az adalékanyagok szerepe a fogyasztói döntés meghozatalában rendkívül változatos képet mutat. Ahogy a 3. táblázat is mutatja, a fogyasztók többsége nem foglalkozik ezzel a kérdéssel, azonban az iskolázottság növekedésével nő a tudatos fogyasztók aránya. Az adatok arra utalnak, hogy az adalékanyagokkal kapcsolat fogyasztói aggodalmak általában nem tükröződnek a vásárlási szokásokban – az élelmiszerek kiválasztásánál fontosabb szerepük van más termékjellemzőknek.

Table 3 **3. táblázat**
Az adalékanyag-tartalom befolyása az élelmiszerek kiválasztásánál (%)
(Impact of additive content on food choice (%))

	Iskolai végzettség (Level of education)			Átlag (Average)
	Alapfokú (Primary)	Középfokú (Secondary)	Felsőfokú (Tertiary)	
Nem befolyásolja (Does not affect)	17,1	23,7	11,4	20,1
Többször nem bef. (Usually does not affect)	31,4	20,6	22,9	22,4
Befolyásolja is meg nem is (Unsure)	25,7	25,8	20,0	24,4
Többször befolyásolja (Usually affects)	20,0	22,7	34,3	25,1
Kifejezetten befolyásolja (Definitely affects)	5,7	7,2	11,4	8,0

Arra is választ kerestünk, hogy mennyire vannak tisztában a fogyasztók a különféle élelmiszerek adalékanyag-tartalmával (4. táblázat). A fogyasztók többsége nagyobb tájékozottságot mutatott ebben a kérdésben, mint azt korábbi felméréseink alapján vártuk. A válaszadók tisztában voltak a gyorsélelmiszerek, szénsavas üdítőitalok és édességek magas adalékanyag-tartalmával, ugyanakkor az ásványvizet és a tejtermékek többségét az alacsony adalékanyag-tartalmú termékek csoportjába sorolták. Érdekes viszont, hogy a vajat – a margarinokéhoz hasonló pontszámmal – közepes adalékanyag-tartalmúnak tartották, miközben az ún. alap tejtermékek, köztük a vaj előállításánál semmilyen adalékanyagot nem szabad felhasználni (MAGYAR ÉLELMISZERKÖNYV, 2000). Tanszékünk korábbi vizsgálataira utalnak, hogy e tévhit forrása az, hogy a magyar fogyasztók többsége nem tud különbséget tenni vaj és margarin között (BERKE, 2003).

Table 4

4. táblázat

*Különböző élelmiszerek adalékanyag-tartalma a megkérdezettek véleménye alapján
(Additive content of various foods according to the respondents' opinion)*

Termék (Product)	Átlag (Average)	Termék (Product)	Átlag (Average)
Leveskocka (Desiccated soup)	1,32	Rostos üdítőital (Fruit juice)	2,30
Szénsavas üdítőital (Sparkling beverage)	1,49	Vaj (Butter)	2,31
Csokoládé (Chocolate)	1,61	Kenyér (Bread)	2,54
Konzerv savanyúság (Bottled vegetables)	1,72	Sajt (Cheese)	2,56
Felvágott, szalámi (Sausage)	1,93	Joghurt, kefir (Yoghurt, kefir)	2,64
Margarin (Margarine)	2,17	Bor (Wine)	2,69
Sör (Beer)	2,23	Ásványvíz (Mineral water)	2,84

Megjegyzés: 1=magas 3=alacsony vagy nem tartalmaz (Note: 1=much 3=less or nothing)

A kérdőív végén 15, adalékanyagokkal kapcsolatos állításról kértük ki a fogyasztók véleményét (5. táblázat). A válaszok megerősítették az adalékanyagok egészségkárosító hatásáról szóló félelmeket, ugyanakkor ismét bebizonyosodott, hogy a természetes anyagok ebből a szempontból kedvezőbb megítélés alá esnek. A fogyasztók többsége szerint a hatóságok nem nyújtanak megfelelő tájékoztatást az adalékanyagokkal kapcsolatosan. Az adalékanyagok technológiai szükségszerűségéről megoszlottak a vélemények, a megkérdezettek döntő többsége szerint egyes adalékok feleslegesen kerülnek az élelmiszerekbe. A válaszadók azonos árú és minőségű élelmiszerek közül szívesebben veszik meg az alacsonyabb adalékanyag-tartalmút, sőt vannak, akik még többet is hajlandóak fizetni ezért. A fogyasztók döntő többsége szükségesnek érzi egy „adalékanyag-mentes élelmiszer” védjegy bevezetését.

Table 5

5. táblázat

*A válaszadók véleménye adalékanyagokkal kapcsolatos állításokról
(The respondents' opinions of statements regarding food additives)*

Állítás (Statement)	Átlag (Average)
Szükség lenne "Adalékanyag-mentes élelmiszer" illetve "Csak természetes adalékanyagokat tartalmaz" védjegyekre.	4,43
Két azonos árú és minőségű termék közül szívesebben veszem meg azt, amelyik kevesebb adalékanyagot tartalmaz.	4,20
Vannak olyan adalékanyagok, amelyek feleslegesen kerülnek az élelmiszerekbe, használatuktól el lehetne tekinteni.	4,15
A természetes eredetű adalékanyagok kevésbé veszélyesek az egészségre, mint a mesterségesek.	3,89
A lakosság mai rossz egészségi állapotáért a nagy mennyiségben felhasznált élelmiszeripari adalékanyagok is felelősek.	3,67
Zavar, ha egy termék csomagolásán nem találok megfelelő mennyiségű, korrekt információt pl. a gyártóra, összetételre, stb. vonatkozóan.	3,67
Hajlandó vagyok többet fizetni olyan élelmiszerekért, amelyek kevesebb adalékanyagot tartalmaznak vagy teljesen adalékanyag-mentesek.	3,63
A hosszanzsír (tartós) tej a hosszú szavatossági idejét a tartósítószernek köszönheti.	3,39
Az E-számok a fogyasztók korrekt tájékoztatását és egészségvédelmét szolgálják.	2,97
Az édesítőszeret tartalmazó élelmiszerek egészségesebbek, mert nincs bennük cukor.	2,84
Szükség van adalékanyagok felhasználására az élelmiszerekben, mert javítják az élelmiszerek minőségét és élvezeti értékét.	2,68
Az EU-csatlakozás után a magyar élelmiszergyártók az eddigieknél többféle és nagyobb mennyiségű adalékanyagot használhatnak majd fel.	2,39
Ha nincs E-szám feltüntetve az élelmiszeren, az azt jelenti, hogy nem tartalmaz adalékanyagokat.	2,33
A hatóságok megfelelően tájékoztatják a fogyasztókat az adalékanyagokkal kapcsolatban.	2,17
Az adalékanyagok nem károsak az egészségre.	1,89

Megjegyzés: 1=egyáltalán nem ért egyet 5=teljesen egyetért (Note: 1=does not agree 5=completely agrees)

4. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK – CONCLUSIONS AND PROPOSALS

Fogyasztói megkérdezéseink tapasztalataiból azt szűrhattuk le, hogy a fogyasztók többsége ellenérzésekkel viseltetik az adalékanyagokkal szemben, azok felhasználását gyakran szükségtelennek és egészségkárosítónak tartja. A legnegatívabb véleményekkel érdekes módon éppen a fogyasztók tájékoztatását szolgáló E-számokkal kapcsolatban találkoztunk. Mivel az élelmiszer-előállítók az adalékanyagokat E-számokkal vagy kémiai nevekkkel egyaránt jelölhetik a termékek csomagolásán, az E-számoktól féltő fogyasztók megnyerése érdekében esetleg érdemes lehet az utóbbi jelölési formát választani még akkor is, ha a helytakarékossági szempontok az E-számok mellett szólnak.

Ennek fő oka a tudatlanság, a megbízható információk hiánya: a megkérdezettek többsége nem ismeri az adalékanyagok, illetve az E-számok jelentését. Nagy szükség lenne a lakosság

széles körű tájékoztatására, ismertetni kellene a fogyasztókkal az adalékanyagok technológiai fontosságát és szigorú engedélyezési rendszerét, valamint az E-számok jelentését. Emellett az adalékanyagok E-számos listáját szélesebb körben hozzáférhetővé kellene tenni a fogyasztók számára, ezzel lehetővé téve az egyes vegyületek beazonosítását. A tájékoztatást állami feladatként képzeljük el, a média, a házi orvosok, valamint az élelmiszergyártók és -forgalmazók részvételével, az egészséges táplálkozást népszerűsítő program részeként. Mint a fókuszcsoporthoz tartozó vizsgálatból kiderült, az orvosok és az élelmiszergyártók szükségtelennek ítélik a fogyasztók tájékoztatását, a médiában pedig továbbra is a tudománytalan szenzációkeltés dominál, ezért összehangolt erőfeszítésekre van szükség annak érdekében, hogy az említett feleket érdekeltté tegyük a lakosság hiteles tájékoztatásában.

Habár a fogyasztók többsége a vártnál nagyobb tájékozottságot mutatott a különböző élelmiszerek adalékanyag-tartalmával kapcsolatban, találgattunk kirívóan téves véleményekkel is. Az alacsony adalékanyag-tartalmú élelmiszerek gyártóinak, különösen a tejiparnak nagyobb hangsúlyt kellene helyezni arra, hogy termékeik természetességét a fogyasztókban tudatosítsák, ezzel piaci előnyre tehetnének szert versenytársaikkal és a helyettesítő termékek gyártóival szemben. A fogyasztók igényeinek figyelembe vételével megfontolás tárgyává lehetne tenni az „Adalékanyag-mentes élelmiszer”, illetve „Csak természetes adalékanyagokat tartalmaz” védjegyek bevezetését.

Kérdőíves kutatásunkat a közeljövőben az egész ország területére kiterjesztjük, emellett további vizsgálatokat is tervezünk az adalékanyagok fogyasztói megítélésének részletes felmérése céljából.

5. ÖSSZEFOGLALÓ – SUMMARY

A szerző az élelmiszer adalékanyagokkal kapcsolatos fogyasztói attitűd felmérését célzó fókuszcsoporthoz tartozó és kérdőíves piackutatási felmérésekről számol be. A vizsgálatok célja annak tisztázása volt, hogy miként vélekednek a fogyasztók az E-számos adalékanyagok felhasználásának szükségességéről és egészségügyi hatásairól, valamint hogy mennyire befolyásolja őket a termékválasztásnál az élelmiszerek adalékanyag-tartalma.

A fókuszcsoporthoz tartozó vizsgálatot három társadalmi csoportban: átlagfogyasztók, orvosok, valamint élelmiszeripari szakemberek körében végeztük.

Az irányított beszélgetések során kiderült, hogy a fogyasztók többsége nagyon keveset tud az adalékanyagokról. Megítélésük alapvetően negatív: bár elismerik egyes adalékok technológiai fontosságát, tartanak az esetleges egészségkárosító hatásuktól. Ez a félelem azonban általában nem tükröződik a fogyasztói döntés meghozatalánál: a termékválasztásnál sokkal nagyobb szerepe van egyéb minőségi jellemzőknek és az áraknak. Ennek ellenére azonban nagy szükségét érzik a lakosság hiteles tájékoztatásának. Az orvosok és az élelmiszeripari szakemberek viszont feleslegesnek ítélték ezt, szerintük ezt a rengeteg információt a fogyasztók úgysem tudnák feldolgozni.

A fókuszcsoporthoz tartozó felmérés eredményein alapulva országos kérdőíves piackutatást indítottunk, ezidáig 300 kérdőív került kitöltésre Kaposváron, Pécsen és Szekszárdon.

Vizsgálatunkból egyértelműen kiderült, hogy a fogyasztók nagyon veszélyesnek ítélik az adalékanyagok felhasználását. Ennek fő oka a tudatlanság, a hiteles tájékoztatás hiánya. Az adalékanyagok technológiai szükségszerűségéről megoszlottak a vélemények, de a megkérdezettek nagy része szerint egyes adalékok feleslegesen kerülnek az élelmiszerekbe. Az adalékanyagoknak a fogyasztói döntés meghozatalában játszott szerepe rendkívül változatos képet mutat: habár a fogyasztók többsége nem foglalkozik ezzel a kérdéssel, de az azonos árú és minőségű élelmiszerek közül sokan szívesebben veszik meg az alacsonyabb adalékanyag-tartalmú, sőt egyesek többet is hajlandóak fizetni ezért. A fogyasztók döntő többsége szükségesnek érzi egy „adalékanyag-mentes élelmiszer” védjegy bevezetését.

Következtetésként levonható, hogy az élelmiszer- és egészségügyi hatóságoknak az eddiginél nagyobb figyelmet kellene fordítaniuk a lakosság hiteles tájékoztatására, mivel csak így vehetik elejét az adalékanyagokkal kapcsolatos indokolatlan félelmek kialakulásának.

Vizsgálataink eredménye reményeink szerint segítséget nyújthat az élelmiszergyártóknak a fogyasztói igények teljesebb kielégítéséhez, valamint alapot adhat az élelmiszerügyi hatóságok számára egy hatékonyabb tájékoztatási stratégia kidolgozásához.

IRODALOM - REFERENCES

- (1) **Berke, Sz.:** A funkcionális minőség összetevőinek fogyasztói megítélése állati eredetű alapélelmiszereknél. Doktori disszertáció, Kaposvári Egyetem Állattudományi Kar, Kaposvár, 2003, 103-104.
- (2) **Berke, Sz.:** Effect of functional quality elements on the competitiveness of foods. *Acta Scientiarum Socialium*, 43 (2) 79-87 (2002)
- (3) **Diehl, J. F.:** Some established facts and some new concepts in food toxicology - A review. *Acta Alimentaria*, 31 (4) 355-369 (2002)
- (4) **Elmadfa, I., Muskat, E., Fritzsche, D.:** E-Nummern. Gräfe und Unzer GmbH, München, 1996.
- (5) **Foissy, H., Krász, Á.:** Milch und Milchprodukte im Spannungsfeld zwischen Konsumentenerwartung und –verunsicherung. *Tejgazdaság*, 63 (2), 259-268 (2003)
- (6) **Gordon, W., Langmaid, R.:** Kvalitatív piackutatás – gyakorlati kézikönyv. Budapest, HVG Kiadói Rt., 1997, 9-89, 166-204.
- (7) **Kalás, Gy.:** Élelmiszer-adalékanyagok, azaz a „misztikus” E-számok. Hulladék Munkaszövetség – Ökológiai Stúdió Alapítvány, Győr, 1997.
- (8) **Magyar Élelmiszerkönyv** 1-2-89/107. számú előírás – Az élelmiszerekhez engedélyezett adalékanyagok általános előírásai. <http://193.224.162.52/ELELM/1/1289107.html> (1995)
- (9) **Magyar Élelmiszerkönyv** 2-51 számú irányelv - Tej és tejtermékek. <http://193.224.162.52/ELELM/2/251.pdf> (2000)
- (10) **Sohár, P., Domoki, J.:** Az élelmiszer adalékanyagok E-számrendszere. Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet, Budapest, 1997.