



A kép illusztráció / Picture is for illustration only

Barna Sarolta¹, Bognár Lajos², Dorkó Annamária¹, Szakos Dávid¹, Kasza Gyula¹

Érkezett: 2018. május – Elfogadva: 2018. július

A termékvisszahívás fogyasztói megítélése az élelmiszerágazatban

Kulcsszavak: termékvisszahívás, fogyasztói felmérés, kockázatelemzés, élelmiszeripar

1. Összefoglalás

A kockázatelemzés feladata, hogy az élelmiszerláncban jelen lévő veszélyekkel összefüggő kockázatokot megbecsülje, és kockázatkezeléssel, valamint kockázatkommunikációval megakadályozza az esetleges ártalmak bekövetkeztét, vagy mérsékelje azok mértékét. Ez utóbbihoz kapcsolódnak a termékek forgalmazásának korlátozásával összefüggő intézkedések. Cikkünkben az ezzel kapcsolatos fogalmakat tekintjük át, majd közreadjuk a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (továbbiakban: Nébih) termékvisszahívással kapcsolatos reprezentatív fogyasztói felméréseinek legfontosabb tapasztalatait.

2. Bevezetés

2.1. Jogszabályi háttér

Az Európai Unióban a termékvisszahíváshoz kapcsolódó fogalmakat és kötelezettségeket az élelmiszerjog általános elveiről és követelményeiről, az Európai Parlament és a Tanács Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság létrehozásáról és az élelmiszerbiztonságra vonatkozó eljárások megállapításáról szóló 178/2002/EK rendelete határozza meg és teszi általánossá. A hazai élelmiszerjogban e kérdéskörrel az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvény (Éltv.) foglalkozik. A két joganyag között nincsenek ellentmondások, így cikkünkben egységesen kezeljük őket.

2.2. Alapfogalmak

Bár mindeddig termékvisszahívásról beszéltünk, valójában e fogalom több, egymástól eltérő tartalmú intézkedést érint.

Amennyiben egy élelmiszervállalkozó úgy véli vagy okkal feltételezi, hogy egy élelmiszer, amelyet a vállalkozás, előállított, feldolgozott, gyártott, külföldről behozott vagy forgalmazott, nem felel meg az élelmiszerbiztonsági követelményeknek, és a kérdéses élelmiszer már kikerült a vállalkozás közvetlen ellenőrzése alól, haladéktalanul kezdeményeznie kell az élelmiszer *forgalomból történő kivonását*, és erről tájékoztatnia kell az illetékes hatóságot. Ha a termék el-

juthatott a vásárlókhöz, akkor vállalkozásnak tájékoztatnia kell a fogyasztókat a kivonás okáról, valamint szükség esetén – amennyiben egyéb intézkedések nem elegendők a magas szintű egészségvédelem biztosításához – *vissza kell hívnia* a vásárlónál lévő terméket. Elkülönül egymástól tehát a termék *forgalomból történő kivonása* és a termék *visszahívása*.

A *forgalomból való kivonás* fogalmát sem a 178/2002/EK rendelet, sem pedig az Éltv. nem határozza meg, de az általános értelmezés szerint azt a folyamatot jelenti, amelynek során a terméket – a vásárló tulajdonában levő termékek kivételével – eltávolítják az élelmiszerláncból. E tekintetben hasznos támpont az általános termékbiztonságról szóló 2001/95/EK irányelv meghatározása, amely kimondja, hogy a piacról való kivonás célja a termék forgalmazásának, bemutatásának és a fogyasztó számára történő felajánlásának megakadályozása. *Visszahívásról* pedig akkor beszélhetünk, ha a kockázatot jelentő termék már a vásárlónál van. Míg a *kivonásnál* az élelmiszerlánc szereplői viszonylag gyorsan tájékoztathatják egymást, a *visszahívásnál* nehézséget jelent a vásárlók elérése, értesítése. Jelenleg nem áll rendelkezésre ezzel kapcsolatos részletes, vállalkozásokra vonatkozó szabályozás. Ugyanakkor az a követelmény, hogy a vállalkozás az érintett vásárlók tájékoztatását a tőle telhető leghatékonyabb eszközökkel és legpontosabban tegye meg. Ebben segítséget jelenthet a már említett tájékoztatási kötelezettség, miszerint az élelmiszervállalkozások kötelesek jelenteni a hatóság felé ezeket a termékvisszahívásokat. Az európai

¹ Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal, Élelmiszerbiztonsági Kockázatértékelési Igazgatóság

² Agrárminisztérium, Élelmiszerlánc-felügyeletért Felelős Államtitkárság

élelmiszerjog ugyanis feladatként szabja meg a nemzeti hatóságok számára a kockázatkommunikációs tevékenység ellátását, vagyis a kockázatokkal kapcsolatos többoldalú információátadást. E tekintetben a hazai központi hatóság, a Nébih az elmúlt 10 év leforgása alatt – az Európai Élelmiszerbiztonsági Hivatal 25 EU tagállamot átölelő felmérése szerint [1] európai szinten is példát mutatva – jelentőset lépett előre, biztosítva, hogy a kockázatos termékekre vonatkozó adatok néhány órán belül a lakosság széles köréhez eljussanak.

Meg kell említenünk, hogy az elővigyázatosság elvének megfelelően a vállalkozás nem halogathatja a bejelentést addig, amíg minden kétséget kizáró módon bebizonyosodik, hogy a szóban forgó tétel valóban kockázatot hordoz magában. Ezt az intézkedést már gyanú esetén meg kell tennie annak érdekében, hogy az emberi egészség védelme a lehető legmagasabb szinten biztosítható legyen.

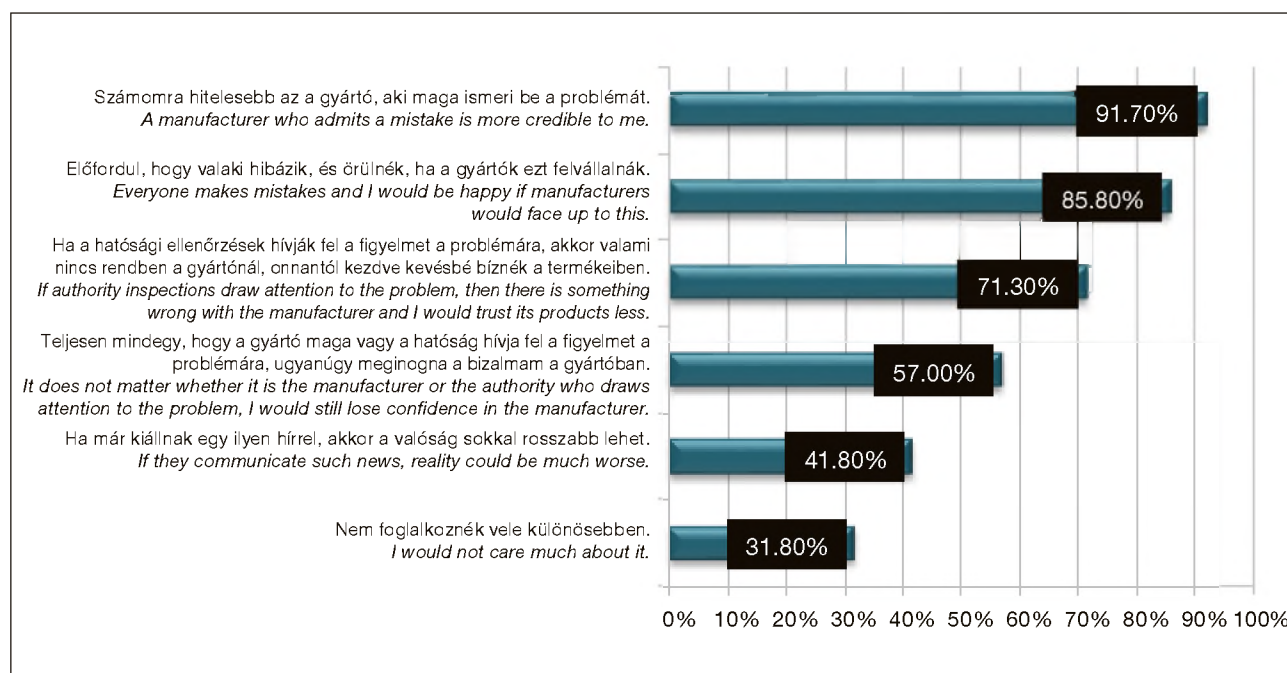
A termékek kivonása és visszahívása azonban nem csak a vállalkozók önkéntes intézkedései alapján valósulhatnak meg. Az Éltv. kimondja, hogy amennyiben a hatóság megítélése szerint a vállalkozó által megtett intézkedések nem elégségesek, akkor az élelmiszerlánc-felügyeleti szerv a feltárt jogsértés súlyával arányosan, a jogsértésben rejlő kockázat mértékének és jellegének figyelembevételével a termék előállítását, tárolását, szállítását, felhasználását, forgalomba hozatalát, behozatalát, kivitelét, illetékességi területén való átszállítását feltételhez kötheti, korlátozhatja, felfüggesztheti, megtilthatja, valamint elrendelheti a termék zár alá vételét, lefoglalását, forgalomból való kivonását, visszahívását, megsemmisítését, ártalmatlanítását.

3. Dilemmák a termékvisszahívással kapcsolatban

Amíg a termékek forgalomból történő kivonása „csendes” folyamat, vagyis a vásárló nem minden esetben értesül szükségszerűen az intézkedésről, addig a visszahívás célja kifejezetten az, hogy a kockázattal kapcsolatos információ eljusson a fogyasztókhoz. Ebből az okból még a tisztességesen eljáró vállalkozások számára is kritikus döntési pontot jelent a termékvisszahívási folyamat elindítása abban az esetben, amikor a kockázatra vonatkozóan csak gyanú áll fenn. A vállalkozások vezetői ugyanis úgy érzik, hogy a termékvisszahívások nem kívánatos „negatív marketing” következménye a hírnév és a márkáérték csökkenése lehet. Tekintettel arra, hogy a termékvisszahívás esetén a vállalkozások mozgásteret kommunikációs szempontból már igen szűkös, a társadalmi érdekek megfelelően egy ilyen eseményben az élelmiszerlánc-felügyeleti hatóságnak olyan módon kell közreműködnie, amely a hatékony tájékoztatás mellett nem okoz feleslegesen kárt az érintett gazdasági szervezeteknek. E kérdéskör állt a Nébih 2. Kerekasztal rendezvényének középpontjában 2018. június 12-én, amelyen a vállalkozások képviselői és a hatóság munkatársai mellett a fogyasztóvédelmi társadalmi szervezetek is képviseltették magukat. Az egyeztetés eredményei összhangban állnak a következő fejezetben tárgyalt fogyasztói felmérés tapasztalataival.

4. Kutatási célkitűzés

A termékvisszahívással kapcsolatos vállalkozói és hatósági intézkedések hatással vannak a vásárlók kockázatestírelésére, amely a fogyasztói döntések



1. ábra: Termékvisszahívással kapcsolatos fogyasztói attitűdök, n=1002 (Forrás: saját adatok)
Figure 1: Consumer attitudes regarding product recall, n=1002 (Source: own data)

egyik meghatározó eleme [2]. Ezt természetesen a vállalkozások is felismerik, azonban fontos részletesebben is megismernünk a vásárlói reakciók hátterét annak érdekében, hogy a kockázattal kapcsolatos információk minden érintetthez rövid időn belül eljussanak, ugyanakkor elkerülhető legyen a megalapozatlan pánikhelyzetek kialakulása [3], [4], [5], [6], [7]. Az európai élelmiszerlánc biztonsága szempontjából jelenleg a tudatos vásárló szerepét tekinthetjük legkritikusabbnak [8], [9], [10], [11], [12]. Felmérésünkben arra kerestünk választ, hogy milyen fogyasztói attitűdök és magatartásminták észlelhetők a magyar társadalomban a termékviSSzahívással kapcsolatban. Az eredmények hozzájárulhatnak a vállalkozások kríziskommunikációjának fejlesztéséhez és a hatósági kockázatkommunikáció irányainak meghatározásához.

5. Kutatási módszertan

Az elemzés alapjául szolgáló adatok nemzetközileg elfogadott kvantitatív módszertannal [13] készült kérdőívű fogyasztói felmérésből származnak. 2018. április 10. és 27. között összesen 1002 fővel készítettünk személyes interjút. A kérdőívben nyitott és zárt formátumú kérdések is szerepeltek, az attitűd-jellegű kérdések esetében 5 fokozatú Likert-skálát alkalmaztunk. A minta a válaszadók neme, életkora és lakóhelye (NUTS 2 tervezési-statisztikai régiók) szerint reprezentatívnak tekinthető a teljes felnőtt korú magyar lakosságra nézve a Központi Statisztikai Hivatal 2016. évi mikrocenzus adatai alapján [14]. Az adatok statisztikai elemzését IBM SPSS Statistics 22.0 szoftvercsomaggal végeztük.

6. Eredmények

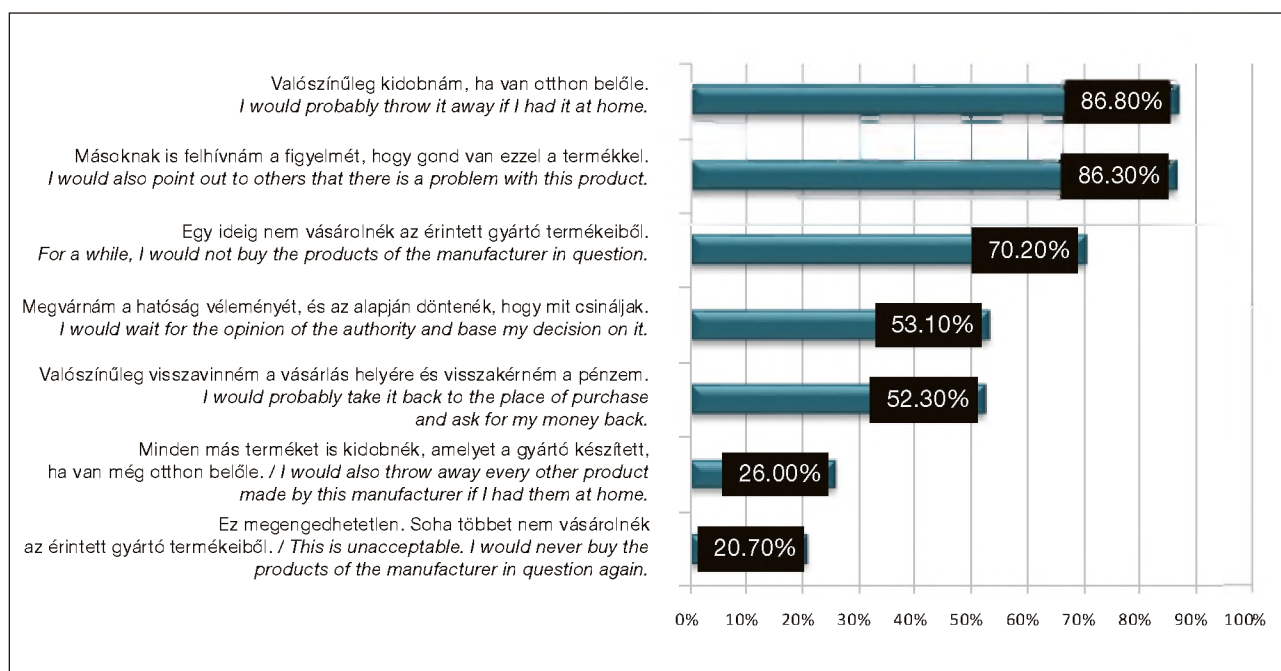
A válaszadók döntő többsége, 96,1%-a hallott már élelmiszeripari termék visszahívásról. Ehhez kapcsolódóan feltett nyitott kérdésünkre válaszként a legtöbben (138 fő) bébiételeket idéztek fel, 52 említés érkezett fűszerpaprikával kapcsolatban, és 35-en neveztek meg valamilyen húsipari termékviSSzahívást. Viszonylag nagy számú említést kaptak az ásványvíz, a tojás, a csokoládé és a köménymag is.

A termékviSSzahívás a válaszadók 5,8%-a szerint kizárólag a vállalkozás, míg 14,0% szerint kizárólag a hatóság feladata. A többség (80,2%) véleménye alapján azonban e két szereplőnek közösen kell eljárnia ilyen esetekben.

Következő kérdésünkben a termékviSSzahívással kapcsolatos attitűdöket vizsgáltuk. Ennek érdekében egy helyzetet vázoltunk a válaszadónak, amellyel kapcsolatban a megadott válaszokkal való egyetértés vagy egyet nem értés alapján véleményt kellett nyilvánítania (1. ábra). A kérdés így hangzott: „Tegyük föl, hogy egy élelmiszerről bejelentik, hogy az egyik tétel mikotoxinnal szennyezett. A tételt visszahívták, a polcokon lévő többi áru rendben van. Mi a véleménye erről?”.

A következő kérdéssel a vásárlók első reakcióit szándékoztunk felmérni ugyanebben a helyzetben (2. ábra). E kérdésben ugyancsak a megadott válaszokkal való egyetértés arányait rögzítettük.

A felmérés kitért arra is, hogy a vásárlók részéről milyen információigény merül fel a visszahívott té-



2. ábra: A vásárlók reakciói termékviSSzahívás esetében, n=1002 (Forrás: saját adatok)
Figure 2: Customer reactions in the case of a product recall n=1002 (Source: own data)

tellet kapcsolatban. A válaszadók 85,6%-ának fontos a visszahívás oka, 66,2% szeretné tudni a tétel gyártójának nevét, 62,0% fontosnak tartja a termék fotójának közzétételét, 61,3% pedig a márka megnevezését. 61,0% tudni szeretné, hogy milyen ártalmak merülhetnek fel a fogyasztás kapcsán, és 55,3% igényelné azon boltok listájának közzétételét, ahol az érintett terméket forgalmazzák. Az adott tétel közvetlen azonosítását elősegítő információkra jóval kevesebben voltak kíváncsiak: a lejáratú időre 31,7%, a termékazonosítóra 20,9%, a vonalkódra pedig 8,0% tartana igényt a tájékoztatásban.

7. Következtetések és javaslatok

A termék visszahívás jelensége az élelmiszerágazattal összefüggésben sem ismeretlen a vásárlók számára. Pozitív eredményként értékelhető, hogy a válaszadók többsége értékeli az egyenes és tisztességes hozzáállást, sőt nagyobbak érzik a bajt, ha az információ nem a vállalkozástól, hanem máshonnan (például a hatóságtól) származik.

A már megvásárolt kockázatos terméket a legtöbben kidobnák, és erre felhívják ismerőseik figyelmét is. Ugyanakkor fontos kiemelni, hogy a magyar lakosság döntő többsége hosszú távon nem „bünteti” a termék visszahívásban érintett vállalkozásokat, egy idő után visszatérnek a vásárlók a korábban kedvelt márkáikhoz, amely egybevág más nemzetközi tapasztalatokkal [15].

A jó visszahívási gyakorlatok kialakításához három szereplő szükséges:

1. A vásárlók egészségének védelmét szem előtt tartó tisztességes, elővigyázatos vállalkozás
2. Hiteles hatóság, amely közreműködik a probléma megoldásában, és objektív képet tud nyújtani a médián keresztül a társadalom felé az adott eseményről. A hatóság feladata, hogy miközben aktívan dolgozik azért, hogy minden érintett időben értesüljön a kockázatról, fellépjen a felesleges pánikkeltéssel szemben is [16], [17].

3. Tudatos vásárló, aki elfogadja, hogy az élet minden területén előfordulhatnak hibák, és aki a felmerülő kockázatokat nem hagyja figyelmen kívül, ugyanakkor egy-egy eseményből nem von le hosszú távú végleges következtetéseket.

Javaslatként megfogalmazható egy útmutató elkészítésének és nyilvános közzétételének szükségessége, amely a termék visszahívásról szól. Az útmutatóban rögzítenék és értelmeznék a cikkben foglalt fogalmakat, intézkedési terveket mutatna be a különböző helyzetekre és tanácsot adna a helyes kockázatkommunikációhoz. Hatósági oldalról pedig felmerülhet egy nyilvános adatbázis elkészítésének igénye a termék visszahívásokkal kapcsolatban, amely elősegítené a vásárlók jobb tájékozódását, hosszabb távon pedig hozzájárulna az élelmiszervállalkozások iránti bizalom erősítéséhez.

A Nébih fontos feladata, hogy a vásárlói szemléletformálás terén kitérjen – akár a későbbi események kapcsán – a termék visszahívás mibenlétére, és minden érdekelt fél számára tegye világossá, hogy olyan intézkedésről van szó, amely a magyar lakosság érdekeit szolgálja, az igazi veszélyt ugyanis a fogyasztók egészségét veszélyeztető, vagy összetételükben nagymértékben nem megfelelő termékek forgalomba kerülésének eltitkolása jelenti.

Hivatkozott jogszabályok

- Az Európai Parlament és Tanács 178/2002/EK számú rendelete (2002. január 28.) az élelmiszer jog általános elveiről és követelményeiről, az Európai Élelmiszerbiztonsági Hatóság létrehozásáról és az élelmiszerbiztonságra vonatkozó eljárások megállapításáról.
- Az Európai Parlament és Tanács 2001/95/EK számú irányelve (2001. december 3.) az általános termékbiztonságról.
- 2008. évi XLVI. törvény az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről.



A kép illusztráció / Picture is for illustration only
Fotó/Photo: Pixabay