

GÖTEBORGS UNIVERSITET
Institutionen för hushållsvetenskap

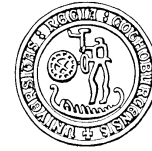


Smiley på restaurangdörren

- Synbara resultat av hygieninspektioner

Nina Edwards
Christopher Ileso

Examensarbete, 10 poäng.
Restaurangmanagerprogrammet
Handledare: Barbara Rosengren
Examinator: Helena Åberg
Datum: Juni 2006



Titel: Smiley på restaurangdörren – synbara resultat av hygieninspektioner
Författare: Nina Edwards och Christopher Ileso
Typ av arbete: Examensarbete, 10 poäng.
Handledare: Barbara Rosengren
Examinator: Helena Åberg
Program: Restaurangmanager, 120 poäng.
Antal sidor: 36 inklusive bilagor
Datum: juni 2006

Sammanfattning

Den 1 juli 1990 blev det lag på att alla restauranger i Sverige ska ha ett fungerande egenkontrollprogram. Utlandsresor och internationell livsmedelshandel har ökat de senaste åren, vilket ger både positiva och negativa effekter. I positiv bemärkelse finns både sociala och ekonomiska fördelar. Tyvärr innebär det dock också att spridningen av sjukdomar i världen ökar.

Hygienen på restauranger är en viktig del i verksamheten och något som borde skötas bättre än vad som görs idag. De gäster som besöker restauranger har rätt att få veta om deras mat har tillagats under former som är godtagbara under hygienisk synpunkt. Detta kan ske genom att sätta upp en smiley på dörren som talar om att restaurangen har godkänts vid Miljönämndens inspektion.

Av intresse för detta har vi valt att undersöka hur restaurangerna i Göteborg ställer sig till ett offentliggörande av resultaten av Miljönämndens inspektioner, i form av t.ex. en smiley.

För att kunna utföra denna undersökning valde vi ut 28 restauranger som vi genomförde en telefonintervju med. Vi ställde frågor utifrån ett fast frågeformulär där vi bl.a. frågade om de kände till Smiley-systemet och hur de ställde sig till det. Överlag var restaurangerna positiva till ett system likt smiley och ansåg att det kunde vara en bra upprensning bland restaurangerna då det finns många oseriösa verksamheter. En annan fråga som vi ställde var om de ansåg att det ligger något marknadsföringsvärde i att ha en smiley på dörren. Här visade det sig att de flesta ansåg att så var fallet.

Nyckelord: Inspektion, offentliggörande, restaurang, smiley.

FÖRORD

Vi vill rikta ett stort tack till alla restauranger som ställt upp på intervjuerna, för sin hjälpsamhet och positiva inställning. Ett stort tack även till Miljökontoret och krögaren i Helsingborg för ett trevligt bemötande. Vår handledare Barbara Rosengren ska ha ett extra stort tack för allt stöd och alla tips vi fått. Vi vill även tacka våra respektive för deras hjälp med korrekturläsning. Detta arbete har varit mycket roligt och givande att arbeta med, då vi själva fått ny kunskap. Vi hoppas att vi bidragit till att andra människor också fått ny kunskap.

Göteborg 2006

Nina Edwards & Christopher Ileso

Innehållsförteckning

1 Inledning	5
2 Bakgrund	6
2.1 Studiebesök i Helsingborg	6
2.2 Egenkontroll	6
2.3 HACCP	7
2.3.1 Olika faror i livsmedel	8
2.3.2 Flödesschema	8
2.3.3 Fördelar och nackdelar med HACCP	8
2.4 Offentliggörande av kontrollresultat	9
2.4.1 Offentliggörande av inspektioner	10
2.5 Marknadsföring	10
2.6 Tidigare undersökningar	11
3 Syfte	12
3.1 Frågeställningar	12
4 Metod	12
4.1 Metoddiskussion	13
5 Resultat	15
5.1 Jämförelse mellan grupp 1 och grupp 2	20
6 Resultatdiskussion	23
7 Referenser	26
8 Bilagor	28

1 INLEDNING

Vi är två studenter vid Göteborgs Universitet som läser Restaurangmanagerprogrammet. Idén till detta arbete har uppkommit då vi sett att intresset för ett offentliggörande av hygieninspektioner på restauranger verkar ha ökat på många ställen i södra Sverige¹ i och med att de infört Smiley-systemet (Miljökontoret Helsingborg, 2006). Göteborg är dock inte på samma väg då det, enligt Miljönämnden, inte förs några diskussioner om ett införande av ett liknande system. I skrivande stund har en utredning om offentliggörande av inspektionsresultat i anslutning till restaurangen kommit, Lagrådsremiss (2006), och utifrån den kommer Miljönämnden att göra ett ställningstagande.

Enligt Livsmedelsverket insjuknar upp till en halv miljon svenskar i matförgiftning varje år. Nästan hälften av dessa blir sjuka p.g.a. bristfällig yrkesmässig livsmedelshantering (Lagrådsremiss, 2006). Med tanke på dessa matförgiftningar finns det ett behov av ett fungerande kvalitetssäkringssystem och ett offentliggörande av resultaten från hygieninspektionerna kan bidra till en mer hygienisk restaurangbransch. I dagens läge är alla resultat från hygieninspektioner offentliga men konsumenten måste vända sig till Miljönämnden för att få tillgång till dessa. Sannolikt känner få till att informationen finns, och var den finns.

Något som vidare motiverat till detta arbete är funderingar kring om restauranger med en högre prisklass har större kunskap om hygien, egenkontroll och vad smileyn innebär, än vad restauranger med en lägre prisklass har.

¹ Helsingborg, Malmö, Hörby, Hässleholm, Klippan, Bjuv, Örkelljunga och Eslöv.

2 BAKGRUND

Hygienen på restauranger är en viktig del i verksamheten och något som borde skötas bättre än vad som görs idag, då ca 250 000 svenskar insjuknar i matförgiftning varje år p.g.a. bristfällig yrkesmässig livsmedelshantering (Lagrådsremiss, 2006). Anledningen till att vi skriver detta arbete är för att vi tror att gäster idag är mer noga och tänker mer på vad och var de äter. Då är ett offentliggörande av hygieninspektionerna ett steg i rätt riktning både för gästerna och restaurangerna. Vi vill också att krögarna ska bli mer medvetna om vikten av ett bra fungerade kvalitetssäkringsprogram.

2.1 STUDIEBESÖK I HELSINGBORG

För att komma igång med arbetet gjorde vi ett studiebesök i Helsingborg. Vi hade bestämt träff med en livsmedelsinspektör på Miljökontoret samt en krögare som använder sig av smiley-systemet. Väl på plats fördes en diskussion om systemet. Tanken var att vi, i mindre skala, ville jämföra krögarens och livsmedelsinspektörens åsikter och tankar om systemet, med de svar vi fick fram i vår egen undersökning. Kommentarererna var många. Krögaren hade inte noterat fler gäster sen introducerandet av den glada gubben. Folk kommer främst för maten och miljön, inte för om restaurangen har en glad gubbe eller inte. Krögaren liksom livsmedelsinspektören ansåg att det enbart borde finnas den glada gubben för att den inte ska ses i negativ bemärkelse. Liknelser gjordes med om vad som har skett när restauranger har blivit av med sin åtråvärda stjärna i Guide Michelin². Enligt livsmedelsinspektören finns det extremfall där krögare begått självmord. Överlag blir krögare sura om de skulle förlora den glada gubben och då kan inspektörernas roll äventyras. De är ju trots allt där för att hjälpa och inte att stjälpa. I Helsingborg är det först och främst elitnivån bland restauranger som strävar efter att få en glad gubbe, enligt krögaren.

2.2 EGENKONTROLL

Den 1 juli 1990 blev det lag på att alla restauranger i Sverige ska ha ett fungerande egenkontrollprogram. Stickprovskontroller ansågs inte längre var tillräckliga som kontroll från samhällets sida. Kraven på egenkontroll uppkom därför att det effektivaste sättet att få fram en produkt är att livsmedelsföretagen arbetar aktivt med hygien och renlighet under hela hanteringskedjan (Livsmedelsverket, 1993). Livsmedelsverket rekommenderar idag att varje anläggning bör få ett kontrollbesök en gång per år. Det har visat sig att alla anläggningar inte får kontrollbesök minst 1 gång om året, som rekommendationerna säger (SOU 2005:44).

Den 1 januari 2006 blev reglerna för ett fungerande egenkontrollprogram hårdare för de svenska krögarna. Böter blir straffet för de verksamheter som inte har ett fungerande program. Även innan fungerade systemet på det här viset, men nu ska inspektörerna bli hårdare med att bötfälla verksamheter. De nya reglerna innefattar tre olika delar. Ansvar, spårbarhet och egenkontroll. Med ansvar menas att företagen ansvarar för de livsmedel de tillverkar, lagrar eller säljer. I ansvaret ligger också att se till att reglerna för säkerhet och märkning efterföljs. Med spårbarhet menas att det ska gå lätt och fort att hitta ett livsmedel som kan vara till fara för konsumenterna. Eftersom vissa råvaror innebär stora avstånd och långa transporter gäller

² Åtråvärd krogguide som betygsätter restauranger runt om i Europa, med mycket höga krav.

det att det går snabbt att spåra smittkällan. Man ska kunna följa livsmedlet genom hela livsmedelskedjan, framförallt för konsumenternas säkerhet. T.ex. om människor blivit sjuka av att äta fläskfilé ska man kunna spåra livsmedlet tillbaka till ursprungslandet och gården. När man ansvarar för ett livsmedelsföretag är det viktigt att den ansvarige vet vem man köpt livsmedlet av och att personen även vet vilka man själv säljer till, "Ett steg bakåt – ett steg framåt". Enligt Livsmedelsverket (2006) går det dock inte att tillämpa steget framåt på restaurang då det inte skulle vara möjligt för en sådan verksamhet att hålla reda på alla konsumenter som de säljer till. Man ska som företagare skapa ett egenkontrollprogram som passar verksamheten. Egenkontroll innebär att man ska veta att maten är säker och rätt märkt. Livsmedelsföretagaren ska också veta att kraven i lagstiftningen alltid uppfylls. I lagstiftningen står det att alla livsmedelsföretag ska ha ett system för egenkontroll, vilket egentligen innebär allt du gör för att maten ska vara säker och för att lagstiftningens krav ska vara uppfyllda i verksamheten (Livsmedelsverket, 2006).

Utlandsresor och internationell livsmedelshandel har ökat de senaste åren, vilket ger både positiva och negativa effekter. Livsmedelsverket (2005) skriver att det i positiv bemärkelse finns både sociala och ekonomiska fördelar. Tyvärr innebär det dock också att spridningen av sjukdomar i världen ökar. Tekniken för produktion, beredning och distribution av livsmedel har förändrats och utvecklats. Även svenskars syn på maten och våra matvanor har blivit anorlunda. För att skydda människors hälsa och för att undvika negativa konsekvenser på ekonomi, p.g.a. förstörda livsmedel, sjukdomar och skada som orsakats av livsmedel, är det viktigt med effektiv hygienkontroll. Det finns viktiga grundpelare för att egenkontroll och hygien ska fungera. Utbildning av restaurangpersonalen är en av dessa pelare. Att personalens personliga hygien är god är också en förutsättning. Andra viktiga punkter är att vattnet som används är tjänligt och skadedjur – och skadeinsekter bekämpas effektivt. Utrustning, transportmedel och lokaler ska rengöras och underhållas regelbundet (Livsmedelsverket, 2005).

2.3 HACCP

HACCP står för Hazard Analysis Critical Control Point. Detta är ett system som identifierar, bedömer och styr risker som är viktiga för att säkerställa att ett livsmedel inte blir skadligt för hälsan. Systemet HACCP bygger på sju principer (se Bilaga A). Man ska värdera riskerna och skapa ett styrsystem som är inriktat på förebyggande åtgärder, istället för att förlita sig på tester av slutprodukter. För att lättare kunna bedöma var riskerna finns är ett flödesschema för varje produktkategori bra (mer om flödesschema längre fram). Att ställa sig frågorna "Var i produktionen kan dessa risker finnas?" och "Var i processen kan dessa risker styras?" är ett bra hjälpmedel för att få igång ett fungerande HACCP-system. Systemet går att tillämpa på hela livsmedelskedjan, från råvara till slutkonsumtion.

Ett nästa steg i processen är att bestämma kritiska styrpunkter. Med kritisk styrpunkt menas ett steg där styrning kan införas och är nödvändigt för att förebygga eller undanröja en hälsofara eller reducera den till en acceptabel nivå. Efter att ha bestämt de kritiska styrpunkterna måste man fastställa gränsvärden för de olika punkterna. Man bör utarbeta ett system för övervakning av de kritiska styrpunkterna. Mätning av tider och temperaturer är ett exempel. För att vara fullt förberedd måste man fastställa vilka åtgärder som kommer att tas om de kritiska styrpunkterna överskrids. En annan viktig del är att testa och utvärdera detta system så att man med säkerhet vet att det fungerar som det ska. Som slutlig punkt är det viktigt att upprätthålla en grundlig dokumentation, och skapa rutiner kring detta (Livsmedelsverket, 2004). För definitioner inom HACCP se Bilaga B.

2.3.1 OLIKA FAROR I LIVSMEDEL

När man hanterar råvaror kan det uppkomma olika sorters faror med livsmedlen. Det finns tre huvudgrupper av faror som kan kontaminera³ och skada maten (Miljökontoret Luleå Kommun, 2003):

1. Fysiska objekt såsom glas, hårstrån, insekter och papper.
2. Mikrobiologiska faror såsom bakterier, virus, mögel och gifter från andra organismer. Mögel t.ex. syns tydligt på livsmedlen, medan bakterier och virus inte framträder synligt.
3. Kemiska faror såsom rengöringskemikalier, insektsmedel, tvålpulver, blekmedel och olja.

2.3.2 FLÖDESSHEMA

En viktig del inom HACCP är att upprätta ett flödesschema. Med det menas att man beskriver alla led i processen, från råvara till dess att produkten når användaren eller konsumenten. Processen och hanteringen beskrivs i ett antal steg med nödvändig data. Exempel på detta är: Namn på bearbetningsstegen, tid/temperatur/förhållanden, hygienföreskrifter, lokal och utrustning, omarbetningar och rengöringsrutiner. Det är viktigt att schemat följs och att det dokumenteras skriftligt (Mårdén, 1995).

2.3.3 FÖRDELAR OCH NACKDELAR MED HACCP

Som med så mycket annat finns det självklart både bra och mindre bra aspekter med HACCP. Mårdén (1995) beskriver det positiva och det negativa med systemet. Positivt är att man kan angripa problemet direkt vid källan, inte i slutprodukten. Hela systemet handlar om att förebygga kontamination av maten och råvarorna, alltså undvika att t.ex. en matförgiftning sker. HACCP har också konkurrensmässiga fördelar, i form av ökad trovärdighet hos de livsmedelsföretag som använder sig av systemet. En fördel, som visserligen kan anses som självklar, är att många matförgiftningar kan undvikas genom att man på detta sätt förebygger kontamination och felaktig exponering genom olika åtgärder. En annan av fördelarna med HACCP är att det underlättar mycket för myndigheterna när de gör tillsynskontroller på olika verksamheter. Dessutom gynnar den internationell handel genom att öka förtroendet för livsmedelssäkerheten. För producenten ger HACCP en fördel i att denne har full kontroll över sin verksamhet. Det negativa med systemet är att det kan ta tid och resurser att införa. Även om personalen har rätt utbildning och kunskap inom ämnet är det inte alltid lätt att tillämpa teorier och allmänna anvisningar till sin egen verksamhet då teorier och verkligheten ibland skiljer sig en del (Mårdén, 1995).

³ Om tvättade morötter kommer i kontakt med otvättade morötter blir de tvättade morötterna kontaminerade.

2.4 OFFENTLIGGÖRANDE AV KONTROLLRESULTAT

Offentliggörande av kontrollresultat på restauranger finns bl.a. i Danmark, Toronto (Kanada), Los Angeles (USA) och i delar av södra Sverige t.ex. Helsingborg och Malmö. I Danmark, Toronto och Los Angeles är livsmedelsföretagare skyldiga att sätta upp myndighetens kontrollresultat på ett ställe där konsumenter lätt kan se det (SOU 2005: 44). Detta skiljer sig lite från systemet i Helsingborg där kontrollresultatet är frivilligt och den används bara av verksamheter som blivit godkända helt utan brister vid den senaste livsmedelsinspektionen (Miljökontoret Helsingborg, 2006). När livsmedelsinspektionerna genomförs är det viktigt att använda sig av ett enhetligt system och då är checklistor (Se Bilaga C) ett bra hjälpmedel (Lindqvist, 2005). De verksamheterna som blivit helt godkända erhåller en dekal i form av en smiley att sätta på sin dörr (Se bilaga D). Gemensamt för länderna är att rapporterna rapporteras på kontrollmyndighetens hemsida. I Helsingborg visas alla som är godkända (SOU 2005:44).

I Danmark redovisas resultatet i en kontrollrapport. För livsmedelsföretag som saluhåller direkt till slutkonsument sammanfattas omdömet i fyra olika kategorier (se Bilaga E):

En skrattande gubbe betyder inga avvikelser.

En leende gubbe betyder påpekande men inget allvarligt.

En sammanbiten gubbe betyder föreläggande eller förbud eller bötesföreläggande.

En sur gubbe betyder polisanmälan eller återkallande av godkännande. Det man kontrollerar under en inspektion är bland annat livsmedelshygien, hygienutbildning, egenkontroll och märkning (SOU 2005:44).

I Toronto offentliggörs hur livsmedelsföretagare uppfyller förutsättningarna för hygienutbildning, personalhygien, skadedjur, rengöring, underhåll och temperaturer; så kallad god hygienpraxis. Resultatet redovisas med hjälp av färgerna grönt, gult och rött. Grönt står för "PASS" och innebär att verksamheten i huvudsak har uppfyllt kraven. Gult står för "CONDITIONAL PASS" och innebär att avvikelser som kan innebära hälsorisker noterades. Ägaren ska åtgärda bristerna direkt och en uppföljande kontroll ska ske inom 48 timmar. Rött står för "CLOSED" och betyder att en eller flera avvikelser som innebär en hälsofara noterades och att företaget stängdes (SOU 2005:44).

I Los Angeles utgår myndigheten från en betygsskala på 100 poäng och beroende på om det är en avvikelse som innebär en hög eller låg livsmedelsrisk görs poängavdrag för varje kategori. En kategori kan innehålla flera underkategorier. Det högsta poängavdraget är 6 poäng för en kategori oavsett om en eller alla av underkategorierna är brisfälliga. Betygsskalan är A 90-100 poäng (mycket bra), B 80-90 poäng (bra), C 70-79 poäng (acceptabelt) och D 0-69 poäng (dåligt). Kontrollen avser förutom en god hygienpraxis även att företaget uppfyller kraven på konsumentinformation och "Truth-in-Menu"⁴. Om förhållanden är sådana att myndigheten meddelar ett saluförbud måste företaget sätta upp ett "Notic of Closure"⁵ (SOU 2005:44). Flera länder utreder om de ska införa ett system för offentliggörande av kontrollresultat. Mattilsynet⁶ i Norge har utrett frågan om att införa ett smileysystem för butiker och serveringsställe, men avvaktar för tillfället med att införa ett system. I Storbritannien heter ett projekt "Scores on the Doors"⁷ (SOU 2005:44).

⁴ Innebär att det som står på menyn måste finnas med i rätterna som serveras.

⁵ Restaurangen är tillfället stängd.

⁶ Norges motsvarighet till Livsmedelsverket.

⁷ System likt smiley.

2.4.1 OFFENTLIGGÖRANDE AV INSPEKTIONER

Regeringen beslutade den 28 oktober 2004 att utreda olika metoder att informera konsumenter om resultaten från livsmedelskontrollen i syfte att förbättra livsmedelshandlingen och egenkontrollen inom livsmedels- och restaurangnäringen. I uppdraget ingick att föreslå om och i så fall hur ett sådant system bör utformas. Förslaget för ett enhetligt system i Sverige är följande:

Resultatet ska sammanställas i en sammanfattande kontrollrapport. Helhetsomdömet ska delas in i tre nivåer. En guldallrik innebär inga avvikelser, en silvertallrik står för ett fåtal mindre avvikelser och en röd tallrik betyder ett flertal mindre avvikelser eller fler allvarliga avvikelser (se Bilaga F). Kontrollrapporten ska innehålla resultaten från de tre senaste kontrollbesöken. För livsmedelsföretag som saluhåller direkt till konsument ska en dekal med symbol användas för respektive helhetsomdöme. En livsmedelsföretagare som saluhåller direkt till konsument ska ha skyldighet att omedelbart efter mottagandet sätta upp den sammanfattande rapporten på ett ställe som är synligt för konsumenter nära entrédörren. Dekalen ska klistras på den sammanfattande rapporten och på entrédörren till anläggningen eller på ett fönster nära entrén (SOU 2005:44).

Den sammanfattade kontrollrapporten ska signeras av inspektören och av livsmedelsföretagaren. En företagare har möjlighet att kommentera den sammanfattande kontrollrapporten genom att fylla i en ruta för om han är enig eller oenig om bedömningen. Här kan han dessutom kommentera om fel kommer att åtgärdas omedelbart, eller annat. Det ska också finnas en blankett tillgänglig hos Miljönämnden som företagaren kan använda för mer utförliga kommentarer. Om avvikelser har noterats ska livsmedelsföretagaren ha rätt till en kontroll inom en vecka från det att begäran kom in till myndigheten och bristerna uppges ha åtgärdats. Ett företags kontrollfrekvens ska bestämmas efter en riskbedömning (SOU 2005:44).

Den 28 april 2006 har regeringen beslutat att systemet kommer att införas på prov i några kommuner runt om i landet (Pressmeddelande, 2006). Försöket kommer att påbörjas 1 april 2007, och pågå i tre år. Alla kommuner kan ansöka om att få delta i försöksverksamheten, och det är sedan regeringen eller berörd myndighet som beslutar om vilka kommuner som kommer att få delta. Syftet är att hela Sverige tillslut ska omfattas av systemet. I regeringens Lagrådsremiss (2006) om offentliggörande av resultat av livsmedelskontrollerna framkommer det att man bör publicera positiva och negativa kontrollresultat. Detta vill man göra för att konsumenter ska få bästa möjliga beslutsunderlag. Dock anser man det inte troligt att livsmedelsföretagare som får mindre bra resultat kommer att vilja visa detta offentligt, med hänsyn till detta tycker man att systemet ska vara obligatoriskt.

2.5 MARKNADSFÖRING

Enligt Mossberg (2003) var det under 1980-talet servicen som skilde en produkt eller en tjänst från en annan. Idag är service och servicekvalitet en förutsättning för de flesta företags överlevnad. Förutom att hålla en hög servicenivå försöker man dessutom att finna ytterligare mervärde för kunden. För de restauranger som erbjuder en upplevelsemöjlighet kan det handla om att bygga upp relationer med kunderna. ”Word of mouth”⁸ har stor betydelse i just restaurangbranschen. Besöker man en bra restaurang är man inte sen med att berätta om den underbart goda maten, eller om själva upplevelsen på restaurangen för vänner, arbetskamrater och

⁸ Rykte som går från person till person.

släktingar. Får kunden en riktig ”wow”-upplevelse under dess besök på en restaurang kommer ryktet att sprida sig fort.

Anledningen till att vi väljer en speciell restaurang kan vara många olika. Exempel kan vara tidpunkt på dagen, sällskapet, vem som betalar, menyn, stämningen och restaurangens läge. När det handlar om olika upplevelser spelar image⁹ stor roll. Det påverkar vårt val att besöka en specifik restaurang, en temapark, en konsert eller en plats. Anledningen till att image spelar så stor roll är att vi inte riktigt vet vad vi köper. Det är en fysisk upplevelse vi köper, och vi kan inte se resultatet i förväg som man kan med en produkt (Mossberg, 2003).

2.6 TIDIGARE UNDERSÖKNINGAR

I en enkätundersökning i Helsingborg som gjordes på 94 restauranggäster, visades det sig att 77 % av dem visste betydelsen av smileyn. Detta är redan ett år efter att man infört systemet med smileys utanför restaurangerna. Samtidigt visar samma undersökning att endast 23 % av de tillfrågade skulle välja lunchställe utifrån att det fanns en glad smiley-dekal på dörren. 60 % svarade att smiley-dekal inte påverkade dem alls i deras val av lunchställe. Vidare i undersökningen ställdes frågan om man ville att resultaten från livsmedelsinspektionerna skulle offentliggöras. 90 % av gästerna ville att både dåliga och bra resultat skulle offentliggöras. Endast 5 % ville inte ha ett offentliggörande av resultaten (Lindqvist, 2005). I Danmark, som haft systemet sedan 2001, har det också gjorts undersökningar, både bland konsumenter och restauranger. De visar att 94 % av de danska konsumenterna vet vad Smiley-systemet är för något. 95 % av konsumenterna tycker att smiley-systemet är ett bra eller mycket bra system. Man kom även fram till att konsumenterna tar hjälp av smiley-systemet när de ska äta ute på restaurang eller handla i butiker. De tittar efter smileyn och väljer hellre en restaurang med en glad smiley än en med en mindre glad. Undersökningen visar också att fler och fler av verksamheterna backar upp systemet och tycker att det är bra. Åtta av tio menar nu att Smileysarna är en bra idé. Även verksamheter som fått en mindre glad eller en sur smiley tycker att systemet är bra (Foedevarestyrelsen, 2004).

De undersökningar som gjorts av de system för offentliggörande som redan tillämpas visar att konsumenter efterfrågar och använder sig av denna typ av underlag när de väljer var de ska äta eller handla. Erfarenheterna av ett system liknande smileys visar också att systemet kan bidra till att höja standarden på livsmedelshanteringen och även livsmedelssäkerheten vid företagen. För att ge konsumenten bästa möjliga beslutsunderlag är det viktigt att redovisa både positiva och negativa resultat från inspektionerna. Dessutom är ett obligatoriskt system att föredra då ingen kommer att sätta upp ett negativt resultat som det skulle vara frivilligt (Lagradsremiss, 2006).

Undersökningar i Los Angeles visar att intäkterna ökade med mellan 0,7 – 5,7 % för de företag som fick något av betygen A eller B. För de som fick ett C i betyg sjönk omsättningen med 1 procent (SOU 2005:44).

Av konsumentundersökningar som gjorts i Sverige framgår att 78 % vill ha hjälp av symboler för att välja restaurang eller livsmedelsbutik och 81 % har svarat att de aldrig skulle välja en restaurang eller livsmedelsbutik med en symbol som visar att stället inte är godkänt. Undersökningar visar vidare att konsumenter efterfrågar och använder sig av kontrollresultat vid val

⁹ Image står för hur en person eller målgrupp uppfattar en produkt, ett företag eller en plats.

av livsmedelsföretag. En studie har analyserat hälsoeffekter och konsumenters val efter krav på offentliggörande av restaurangers hygien i Los Angeles. Studien bygger på statistik om sjukdomsfall, betyg vid kontrollen och hur omsättningen påverkats för enskilda restauranger. Med hjälp av sjukdomsstatistiken har forskarna kommit fram till att de livsmedelsrelaterade magsjukdomarna reducerats med igenomsnitt 13 % under åren 1998 – 2000. Minskningen av matförgiftningarna berodde dels på att konsumenter efter offentliggörandet valde restauranger med en god hygien, dels på att den generella hygien på restaurangerna förbättrades (SOU 2005:44).

3 SYFTE

Vi vill undersöka om det finns ett intresse för att offentliggöra resultaten av Miljönämndens inspektioner på restauranger i Göteborg, i form av smileys eller ett liknande system. Vi är intresserade av restaurangernas inställning till ett sådant system. Vidare vill vi jämföra om det finns några skillnader i inställning om man jämför mellan restauranger med högre och lägre prisklass.

3.1 FRÅGESTÄLLNINGAR

- Hur ställer sig restaurangerna till ett offentliggörande av resultaten av Miljönämndens inspektioner, genom ett system liknande smiley-systemet?
- Om de är positiva – varför? Om de är negativa – varför?
- Vad finns det för för- och nackdelar med att offentliggöra resultaten av kontrollerna utanför restaurangerna?
- Finns det någon skillnad i inställning till smiley-systemet och offentliggörandet av det om man jämför de restauranger som är lite dyrare jämfört med de lite billigare?
- Ser restaurangerna att det ligger något marknadsföringsvärde i att ha en smiley-dekal på dörren?

4 METOD

Vi funderade på några olika metoder som vi kunde ta hjälp av. Eftersom restaurangbranschen är en så stressig bransch var det av stor vikt att vi hittade en så effektiv metod som möjligt, som tog upp så litet tid som möjligt för de intervjuade. Till slut föll valet på telefonintervjuer.

Det första vi gjorde var att välja ut vilka restauranger som skulle vara med i undersökningen. Anledningen till att vi bara valt att ta med restauranger och inte storkök, pizzerior och gatukök handlar om att arbetet annars skulle ha blivit för stort, och vi valde därför restauranger utifrån att de låg närmast vårt intresse. Vi ville ha med minst 25 restauranger, och för att försäkra oss om att få det gjorde vi först en lista om 28 restauranger, för att sedan ha en reservlista på ytterligare 14 stycken. Vi har därför inget bortfall i vår undersökning. Om någon av restaurangerna på listan tackade nej, tog vi en restaurang från reservlistan istället. För att göra vårt urval tog vi hjälp av Göteborgspostens krogtester och i dessa test varierar priserna på huvudrätterna från 125 – 365 kr. Vi delade upp restaurangerna i två olika grupper, där grupp 1 hade huvudrätter som inte översteg 150 kr. Grupp 2 hade lite högre priser och vi räknade ut ett medelvärde som blev 207 kr. Vi gjorde ett slumpmässigt urval, då vi skrev upp alla restau-

rangerna på en lista och valde därefter var tredje restaurang till undersökningen. För att få fram reservlistan tog vi istället var fjärde restaurang på listan. När detta var gjort hade vi en lista på 28 restauranger, 14 stycken i varje grupp. Nästa steg blev att koda restaurangerna, och vi numrerade dem med siffror mellan 1-28, för att få det konfidentiellt (Patel & Davidson, 2003).

För att genomföra 28 intervjuer med så litet bortfall som möjligt, och inom vår tidsram föll valet på att göra telefonintervjuer. En telefonintervju innebar minimal tidsåtgång för den som skulle svara på frågorna, och dessutom ökade de våra chanser att få svar från alla restauranger. Vi tror att bortfallet hade varit för stort om vi försökt boka personliga intervjuer eller skickat ut enkäter. Innan intervjuerna genomfördes, skickade vi ut missivbrev till de berörda restaurangerna (se Bilaga G). Där framförde vi vårt syfte med arbetet och att vi skulle vara väldigt tacksamma om de medverkade i vår undersökning. När vi sedan genomförde intervjuerna använde vi oss av en högtalartelefon och en diktafon. Vi presenterade oss med namn och utbildning samt universitet. Vi förklarade att vi arbetade med ett examensarbete och berättade kortfattat syftet med arbetet. Frågorna ställdes utifrån ett fast frågeformulär (se Bilaga H) som såg likadant ut för alla restauranger. De ställdes i samma ordning för alla, och lästes upp på samma sätt. Formuläret bestod av sju frågor, varav fem hade fasta svarsalternativ och två frågor var öppna. Enkäterna analyserades och fördes in i resultatdiagram efterhand. De frågor som hade öppna svarsalternativ citerade vi som text i resultatet. För att följa de etiska reglerna frågade vi innan vi började ställa våra frågor om det var okej att vi spelade in samtalet. Detta för att underlätta både för oss och för den som intervjuades. Vi slapp då anteckna så mycket under själva samtalet, och vi kunde senare gå tillbaka och lyssna och analysera svaren på ett bättre sätt. Totalt tackade sex restauranger nej till att medverka och ersattes då av restauranger från reservlistan. Fyra stycken av dessa skulle ha ingått i grupp 1 och två stycken i grupp 2. När alla intervjuer var avklarade och införda i diagram gjorde vi en jämförelse grupperna emellan. Vi ställde upp svaren i nya diagram där man lätt kunde se vilka skillnader som fanns.

4.1 METODDISKUSSION

Vår tanke från början var att ställa våra frågor till restaurangchefen på respektive restaurang, vilket vi märkte snabbt skulle bli svårt. Det skulle ta alldeles för lång tid att ”jaga” en speciell person på restaurangen. Ibland var det svårt att ens hitta någon som hade tid, eller lust att svara på våra frågor. Därför frågade vi den som svarade i telefon, och vi märkte snabbt att de som inte kände sig lämpade att svara på våra frågor hänvisade oss till någon annan inom verksamheten. Med facit i hand tycker vi att det var bra att vi inte frågade efter en speciell person på restaurangen utan att vi pratade med människor med olika befattningar. Detta känner vi gav en bättre helhetsbild, och resultatet representerar nu restaurangerna, inte bara restaurangcheferna eller köksmästarna.

Det uppkom vissa språkkrockar ibland, då den intervjuade hade svårt att förstå frågorna och hade svårt att förklara sig, p.g.a. språkbegränsning. Detta gjorde att vi ibland fick förklara frågorna på ett mer pedagogiskt sätt.

Under tiden vi jobbat med arbetet och undersökningen har vi haft turen att inte stöta på några direkta hinder eller svårigheter. Undersökningen gick som vi trodde och hoppades på, och inget oförutsätt har hänt. Samarbetet oss emellan har fungerat bra, och har inte ställt till med några problem. Att komma igång har varit svårare än vi trodde, då man ibland var beroende av faktorer man själv inte kunde påverka, såsom att vänta på att restauranger skulle ha tid att

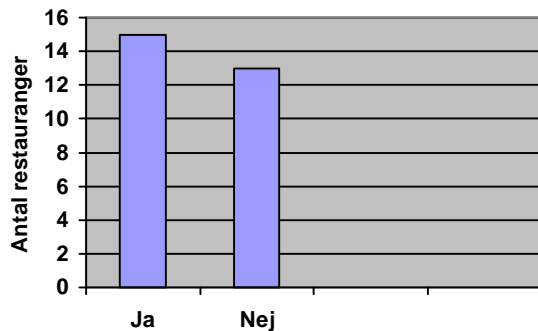
svara på våra frågor. Denna väntan gjorde att man ibland inte kom vidare i arbetet förrän man fått svar, och stod och trampade lite på samma ställe. Tidigare forskning och teorier har varit svåra att få tag i, eftersom detta system är så pass nytt och det inte finns så mycket utvärderat eller utträtt kring hur det fungerar i praktiken.

Tidigare i texten har vi tagit upp vad vi tycker är bra med vår metod, men det finns även nackdelar. När man gör telefonintervjuer försvinner mimik och kroppsspråk, vilket är en stor del i hur vi kommunicerar med varandra. Vi kan inte tolka ansiktsuttryck eller gester och det samma gäller för den intervjuade. En annan nackdel är också om de misstolkar vårt tonfall när vi ställer frågorna och att detta kanske påverkar vilka svar den intervjuade ger. Med facit i hand tycker vi ändå att detta var en väl vald metod.

5 RESULTAT

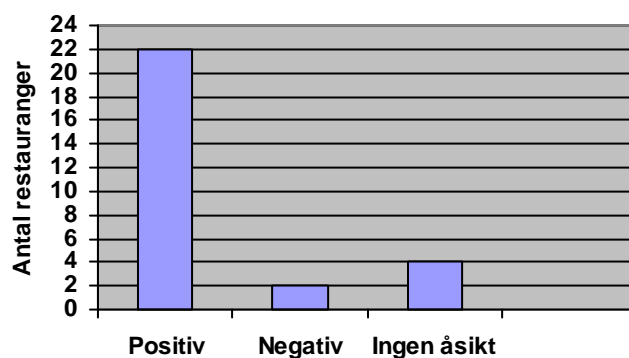
Här presenteras resultatet av telefonintervjuerna med de 28 restaurangerna. De frågorna som har fasta svarsalternativ redovisas i diagramform, med eventuella kommentarer efteråt. De frågorna med öppna svarsalternativ redovisas i enbart textform, med citerade kommentarer.

15 restauranger svarade att de hört talas om smiley-systemet. 13 stycken hade inte hört talas om det (Se figur 1).



Figur 1. Restaurangernas fördelning över vilka som hört talas om smiley-systemet och vilka som inte har gjort det.

22 restauranger ställde sig positiva till ett offentliggörande av resultaten från hygieninspektionerna. 2 stycken var negativa och 4 stycken hade ingen åsikt (Se figur 2).



Figur 2. Restaurangernas ställningstagande till ett offentliggörande av resultaten av hygieninspektionerna.

Detta är en följdfråga till figur 2 och har endast öppna svarsalternativ. Vi har kategoriserat kommentarerna och samlat liknande kommentarer under samma rubrik.

Några restauranger tyckte att ett offentliggörande skulle vara positivt gentemot gästerna:

”Folk får se att vi lagar bra mat under rena förhållanden”.

”Folk har rätt att veta”.

”Gästerna måste veta om man följer reglerna eller inte”.

”Gästerna kan lätt se vilka restauranger som sköter sig och vilka som inte gör det”.

”Det är bra att gästerna får veta att det är rent och snyggt, och att man använder bra råvaror”.

”Det är bra att veta att restaurangen har ett rent kök och rena personaltoaletter”.

”Det finns ju så mycket som ögat inte ser när man går in på en restaurang. Man vet inte vad folk gör ”bakom kulisserna”, det är svårt för gästen att veta hur restaurangen sköter sig”.

”Det är bra för allmänheten att veta vad det är för ställe de går till. Man vill ju gå till en restaurang med kvalitet”.

Andra säger att det är en fördel för restaurangen i sig, då de kan visa upp för alla att de sköter hygien:

”Då ser man vilka som sköter sig. Många av oss är ambitiösa och vill ha rent. De som inte sköter sig kommer ”väsas till sig”, och då kommer det vara mer rättvist mot dem som håller rent”.

”Man får bekräftelse på att man jobba hygienmässigt bra”.

”Jag har ingenting att dölja”.

Det kom även fram lite blandade kommentarer:

”Jag går själv mycket på restaurang och vill ha bra grejor då, därför är detta en positiv sak att införa”.

”Jag är jättepositiv till detta! Inför det nu! Tyvärr är restaurangbranschen besudlad av oseriösa verksamheter. Detta är ett ypperligt sätt att få bukt på det problemet”.

”Det är upp till restaurang att sköta hygien ordentligt”.

”Det är restaurangens ansvar och de ska kunna leva upp till kraven som ställs från myndigheterna”.

”Det är bra därför att restaurangen ska ju vara ren”.

”Det är bra för alla parter”.

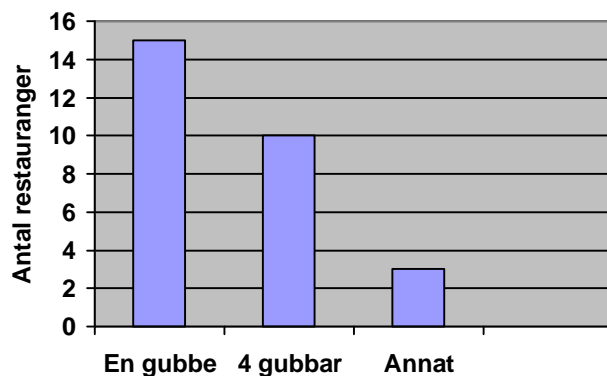
”Nyttigt för alla. Både för gästerna och restaurangen”.

Två restauranger var negativa och deras kommentarer återfinns här:

”Gästen avgör. Man ska inte bara kolla på gubben, då blir det inte rättvist. Det handlar om maten”.

”Jag är negativ till detta då jag anser att Miljö – och Hälsas anmärkningar ibland inte motsvarar verkligheten. Man ser inte hela bilden, och det kan bli fel då”.

15 restauranger ansåg att det räckte med en glad gubbe som gradering för offentliggörandet. 10 stycken ansåg att en skala med fyra olika gubbar var bättre, medan 3 stycken ansåg att något annat skulle vara bättre (Se figur 3).



Figur 3. Restaurangernas åsikter om vilken graderingsskala som är bäst att ha vid ett offentliggörande.

Spontana kommentarer kopplade till figur 3:

”Bara en gubbe är nog. Antingen sköter man sig, eller så gör man det inte”.

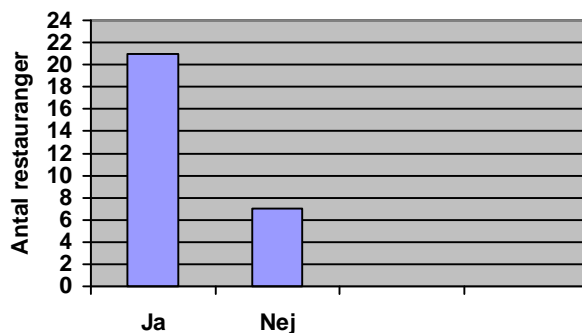
”Det beror så mycket på hur man tolkar det”.

”Det ska bara vara en glad gubbe, det kan förstöra så mycket för andra krogar annars”.

”Det är bra med bara en gubbe vid godkänd inspektion. Miljö – och hälsa bedömer så olika därför bör de ge godkänt och sedan kan recensenter bedöma mer ingående om man skulle införa en skala”.

”Resultatet ska bara offentliggöras med en eller flera gubbar, ingen text”.

Av de tillfrågade restaurangerna ansåg 21 stycken att de låg ett marknadsföringsvärde i att ha en smiley på dörren. 7 stycken ansåg inte det (Se figur 4).



Figur 4. Fördelning över vilka restauranger som ansåg att det låg ett marknadsföringsvärde i att ha en smiley på dörren, och vilka som inte tyckte det.

Detta är en följdfråga till figur 4. Kommentarererna är även här kategoriserade efter liknande karaktär.

Några av dem som svarat ja på denna fråga tycker att smileyn har ett marknadsföringsvärde i dagsläget:

”Det kommer kanske fler gäster om man har smileyn”.

”Många väljer nog gärna att gå in till en restaurang om de ser att de sköter hygien bra”

”Det kan underlätta för gästerna med en smiley utanför”.

”Gästerna tycker kanske att det är trevligt att vara hos oss om vi har en smiley på dörren.”

”Det är positivt därför att man ser att det är en godkänd restaurang”.

”Man vill visa folk. Folk är medvetna idag, de väljer en restaurang med en glad gubbe”.

”Folk vet att de får bra mat och dryck. Det ger trygghet”.

”Kvalitet före kvantitet”.

”Folk vill äta där man hanterar råvarorna bra. De vill känna trygghet”.

”Det är tråkigt att sätta upp artiklarna om att man fått fyror eller femmor av GP, och då kan det vara roligare att visa upp att man är aktiv i något annat också.”

”Till en början kan man marknadsföra sig med att man är ett av få ställen som har en glad gubbe, men sen när alla restauranger har den, som det förhoppningsvis kommer bli, kommer det bli en självklarhet för gästen att den finns där.”

Andra har svarat ja, i den mån att smileyn blir känd i allmänhet och mer etablerad:

”Ja, när smileyn etablerat sig bättre kan man nog marknadsföra sig genom den”.

”Det kan bli en positiv effekt av smileyn”.

”Om allmänheten är införstådd med betydelse av smileyn är det bra i marknadsföringssyfte”.

”På sikt ligger det ett marknadsföringsvärde i smileyn”.

”Om folk vet vad en smiley innebär finns det marknadsföringsvärde i det, men gör de inte det så finns det inget värde i det”.

De som svarat nej menar att smileyn ännu inte är känd och det är därför svårt att marknadsföra sin restaurang på det sättet:

”Folk känner inte till smileyn och då är det svårt att marknadsföra sig genom den”.

”Vill man marknadsföra restaurangen med hjälp av glada gubben kan väl det fungera, men det hjälper nog inte så mycket för det är inte så många som vet om vad det innebär”.

”Folk är inte medvetna om vad smileys är ännu”.

”Finns inte så mycket marknadsvärde i det just nu, men om det blir förankrat kan det bli det”.

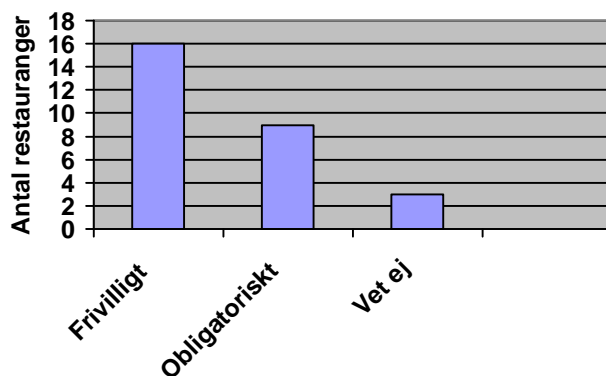
”I dagens läge finns det inget marknadsföringsvärde för detta system”.

Övriga kommentarer till nej lät så här:

”De ska inte sitta på dörren, utan kanske inne på restaurangen”.

”Det kan vara missvisande. Jag tycker det räcker som det är nu. Man ska hålla sig till reglerna helt enkelt”.

Av de 28 tillfrågade restaurangerna tyckte 16 stycken att systemet borde vara frivilligt om det införs. 9 stycken tyckte att obligatoriskt var bättre, medan 3 stycken inte visste (Se figur 5).



Figur 5. Restaurangernas åsikter om ett system liknande smiley-systemet borde vara frivilligt eller inte.

Spontana kommentarer kopplade till figur 5:

”Du ska själv kunna välja om du vill vara med, som t.ex. att du kan välja om du vill använda ekologiska råvaror”.

”Det bör vara frivilligt, det finns så många andra system som är obligatoriska”.

”Frivilligt till en början. Någon form av provår skulle vara bra, så att alla successivt kommer in i det, annars blir det nog jobbigt för många i början”.

”Självklart ska det vara frivilligt, det är ju ingen kommuniststat vi lever i”.

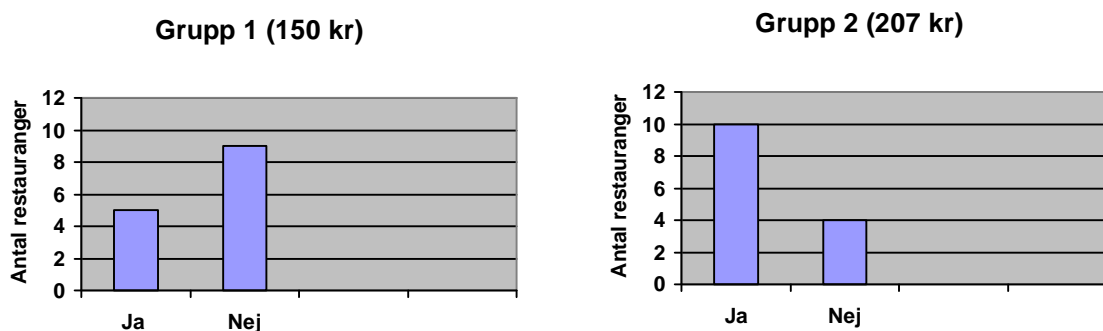
”Det bör vara obligatoriskt, men det kanske behövs en inskolnings tid först innan det kan göras obligatoriskt för alla”.

”I dagens läge bör det vara frivilligt, det blir för mycket Storebror annars”.

5.1 JÄMFÖRELSE MELLAN GRUPP 1 OCH GRUPP 2

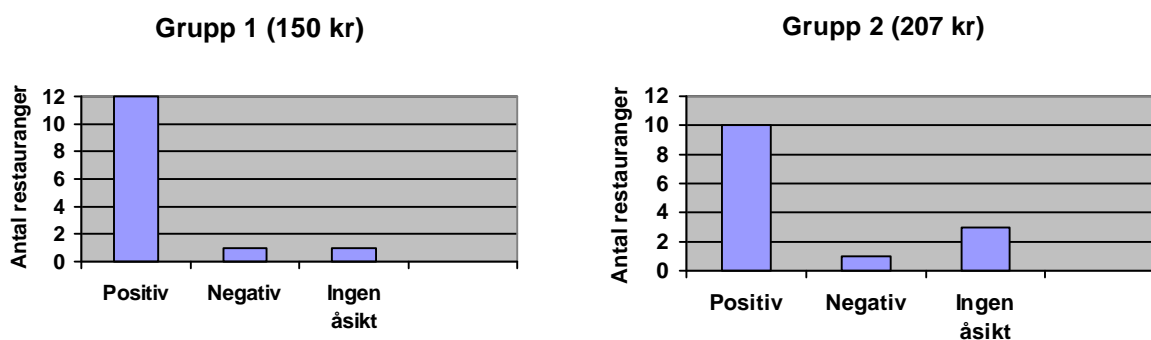
En del i vårt syfte var att undersöka om det fanns någon synlig skillnad mellan de svar vi fått beroende på om restaurangen hörde till grupp 1 (150 kronors gruppen) eller grupp 2 (207 kronors gruppen). Här redovisas resultaten i ett diagram för varje grupp. Diagrammen har vi ställt upp bredvid varandra för att man lättare ska kunna göra en jämförelse.

I grupp 1 hade fem restauranger hört talas om smileyn. Nio stycken hade inte gjort det. I grupp 2 hade tio stycken hört talas om smileyn, medan fyra stycken inte hade det (Se figur 6).



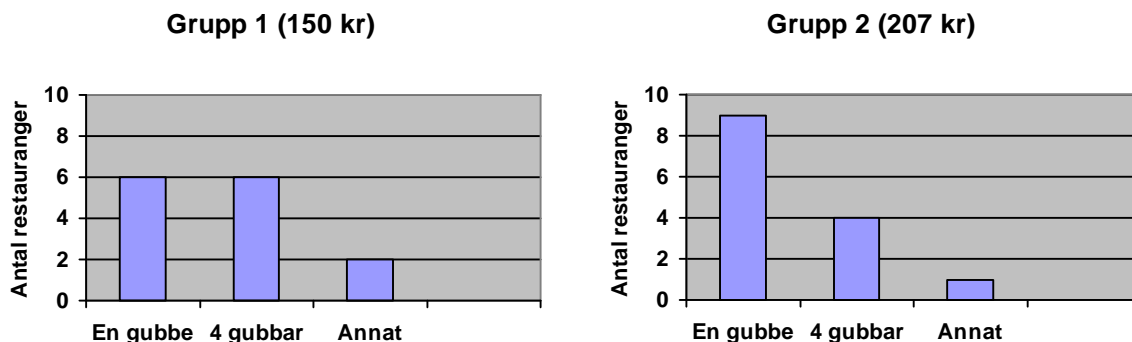
Figur 6. Skillnaderna grupperna emellan på frågan om de hört talas om smiley-systemet.

I grupp 1 var tolv restauranger positiva, en var negativ och en hade ingen åsikt. I grupp 2 var tio positiva, en var negativ och tre hade ingen åsikt (Se figur 7).



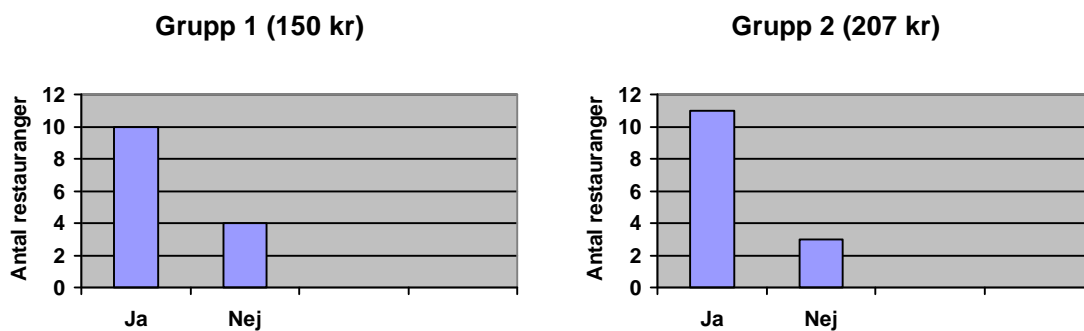
Figur 7. Skillnaderna mellan gruppernas inställning till ett offentliggörande.

I grupp 1 ville sex stycken ha ett graderingssystem med bara en glad gubbe, lika många ville ha ett system med fyra olika gubbar. Två stycken tyckte att något annat skulle vara bättre. I grupp 2 tyckte nio stycken att en glad gubbe var bra, fyra stycken ville ha en skala med flera gubbar och en tyckte att något annat skulle vara bättre (Se figur 8).



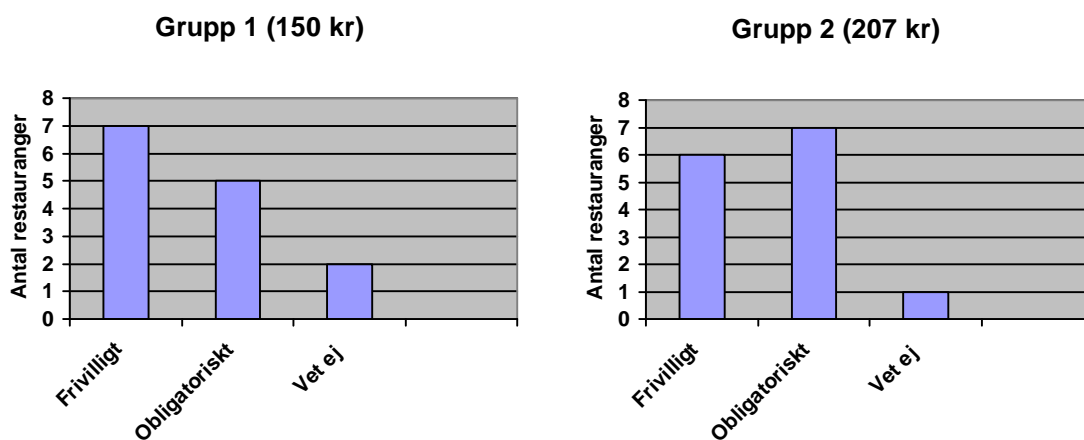
Figur 8. Jämförelse av gruppernas åsikt i frågan om vilken graderingsskala som skulle vara bäst för smiley-systemet.

I grupp 1 svarade tio stycken ja på frågan om det ligger något marknadsföringsvärde i att ha en smiley på dörren och fyra restauranger svarade nej. I grupp 2 svarade elva stycken ja, och tre stycken svarade nej (Se figur 9).



Figur 9. Jämförelse av gruppernas åsikter i frågan om det ligger något marknadsföringsvärde i att ha en smiley på dörren.

I grupp 1 svarade sju restauranger att systemet borde vara frivilligt, medan fem tyckte att obligatoriskt var bättre. Två svarade Vet ej. I grupp 2 tyckte sex restauranger att frivilligt var bättre, medan sju stycken tyckte att det borde vara obligatoriskt. En visste inte (Se figur 10).



Figur 10. Skillnader i inställning hos restaurangerna om smiley-systemet borde vara frivilligt eller obligatoriskt.

6 RESULTATDISKUSSION

Syftet med vårt arbete var att undersöka om det fanns ett intresse bland restauranger i Göteborg att införa ett offentliggörande av resultaten av Miljönämndens inspektioner, i form av smileys eller ett liknande system. Vidare ville vi också se om de ansåg att det kunde ligga något marknadsföringsvärde i att ha en smiley på sin dörr till restaurangen.

När vi analyserar resultatet av vår undersökning kan vi se att fördelningen mellan de som hade hört talas om smiley och de som inte hade det var jämn. När vi ställde den första frågan om de hade hört talas om smiley-systemet gav vi en liten förklaring till begreppet för de som svarade nej på frågan. (För att läsa förklaringen, se fråga 1 på bilaga H) Det var då många som ändrade sig till att svara ja istället, då de efter att ha fått lite mer information kände igen begreppet. Vi valde då att ändra svarsalternativet från nej till ja, eftersom vi ansåg att det blev mest rättvist för undersökning eftersom personen själv sagt att den kände igen begreppet smiley. Resultatet på frågan var inte så förvånande då ett resultat närmare 50-50 kändes mer troligt än att få ett resultat som vägde över mycket åt ena hållet. Det är svårt att "förutse" vilken kunskap andra människor har, och det är så olika från person till person. Ett resultat som inte visade ett direkt svar på första frågan kändes därför inte så främmande. Det kan dock uppfattas som konstigt att seriösa restauranger inte har större vetskap om smileyn. Om vi ser till jämförelsen grupperna emellan ser man tydligt att grupp 1 inte har så stor vetskap om smileyn, då fyra restauranger har svarat att de har hört talas om den, medan nio stycken inte hade gjort det. Grupp 2 har däremot haft större vetskap om smileyn, då tio restauranger visste något om den medan fyra inte gjorde det. Detta resultat stämmer ihop med det som krögaren i Helsingborg sa, då han menade att det främst var elitnivån bland restauranger där som strävade efter att få en smiley.

På fråga 2A och 2B, om restaurangerna var positiva eller negativa till ett offentliggörande av inspektionerna var nästan alla positiva. Resultatet på frågan visar att det finns ett genuint intresse för hygienfrågor. När vi jämför gruppernas resultat i denna fråga ser vi inga större skillnader. Dock finner vi det lite förvånande att det är några fler i grupp 1 som är positiva än i grupp 2, eftersom det inte var så många i grupp 1 som visste vad smileyn innebar. Det sista svarsalternativet till denna fråga, som var Ingen åsikt, var det fyra restauranger totalt som valde. Tre av dessa tillhörde grupp 2. Kan svaren bero på att just den personen vi pratade med inte var så insatt i detta ämne, eller är det helt enkelt så att de inte är intresserade? Ibland fick vi känslan av att vissa var så stressade att de bara svarade på våra frågor för att göra det. Det kan också vara en anledning till att en del svarade att de inte hade någon åsikt. Enbart två restauranger var emot ett offentliggörande. Argumenten lät bl.a. så här: "Jag är negativ till detta då jag anser att Miljö – och Hälsas anmärkningar ibland inte motsvarar verkligheten. Man ser inte hela bilden, och det kan bli fel då". Kan argumenten emot bero på att de restaurangerna kanske är populära bland folk men vet med sig själva att de inte sköter hygien på ett bra sätt och om detta kommer ut bland folk blir detta negativt för restaurangen?

Fråga 3 behandlade vilket sorts graderingssystem som skulle passa bäst, enbart en glad gubbe som i Helsingborg eller det som tillämpas i Danmark med fyra olika gubbar. Här ser vi att de flesta vill ha ett system där bara en glad gubbe finns om restaurangen blivit godkänd. Det finns dock även ett intresse för en skala av fyra gubbar, men en del restauranger var oroliga för att smileyn skulle få en negativ effekt om man hade med mindre glada eller t.o.m. sura smileys. Ett citat lyder: "Bara en gubbe är nog. Antingen sköter man sig, eller så gör man det inte". När vi tittar närmare på grupp 1 ser vi att meningarna är delade. Lika många kan tänka sig enbart en glad gubbe som en skala på flera olika gubbar. Det kan vara så att det råder en

osäkerhet i grupp 1 kring ämnet, då vi inte kan se något tydligt svar på fråga 3. Två stycken i grupp 1 svarade att det tyckte att ett annat alternativ varit bättre. Vad detta andra alternativ var vet vi inte, då vi inte bad dem utveckla sig i frågan. I grupp 2 däremot ser vi att mer än hälften valde enbart en glad gubbe som bästa alternativ. En del tyckte att graderingsskalan är en tolkningsfråga, och att resultaten av inspektionerna ibland kan vara missvisande. Fördelen med att bara använda sig av en glad gubbe kan vara att man lätt kan stjälpa en restaurang om man sätter upp en ledsen gubbe, eller en röd tallrik. Använder man sig bara av en glad gubbe vid godkänd inspektion och ingenting vid underkänd inspektion blir inte detta lika förödande för restaurangen som det hade kunnat bli om man satt upp en ledsen gubbe. Inspektionernas syfte, som faktiskt är att hjälpa restaurangerna att undvika matförgiftningar och ge gästerna en trygghet, kan bli negativ för restaurangernas del om man inför även ledsna gubbar i graderingsskalan. Dessutom kan livsmedelsinspektörernas arbetsklimat bli betydligt hårdare om ledsna gubbar finns med i graderingen. Dock finns det självklart en sida till att se de ifrån, och som Lagrådsremissen (2006) skriver angående graderingsskalor, så ger flera olika gubbar konsumenten bästa möjliga beslutsunderlag. En annan fundering som har uppkommit är om vad som kan uppstå om det sker ett utbrott av t.ex. matförgiftning på någon av restaurangerna som har en glad smiley på dörren. Hur kommer detta att hanteras? Hur blir förtroendet för detta system? Det finns en del andra system som t.ex. Torontos färgskala och Los Angeles poängsystem som skulle kunna lämpa sig för den här sortens märkning av offentliggörande, och systemet behöver inte nödvändigtvis bestå av smileys (SOU 2005:44).

Fråga 4 handlade om restaurangerna tror att det ligger något marknadsföringsvärde i att ha en smiley på dörren. Här ser vi tydligt att de flesta tycker att så är fallet. Kommentarererna kring frågan är många och flera gånger förekommer kommentaren liknande: "Folk vet att de får bra mat och dryck, de känner sig trygga." De som var negativa resonerade kring att folk inte har kunskap om smileyn och därför kan detta inte hjälpa deras verksamhet nu. Krögaren i Helsingborg ansåg att ingen där använder sig av symbolen som en marknadsföringsstrategi men här i Göteborg ansågs det mer positivt, då 21 tyckte att det låg ett marknadsföringsvärde i det, mot att 7 inte tyckte det. Det finns heller inga direkta skillnader grupperna emellan. Det ställer sig ungefär likartat till frågan och kommentarererna har varit lika. Något vi har funderat på sen vi började med detta arbete har varit om smileyn kan vara ett sätt för lite billigare restauranger att marknadsföra sig igenom. Just för att särskilja sig från andra restauranger i samma prisklass. Som Mossberg (2003) skriver så är det viktigt med image. Kan man skapa sig en image som går ut på att man är en restaurang med lite billigare mat och med hygien i toppklass? Men hur länge kan man egentligen marknadsföra sig på detta sätt? Till slut kommer de flesta restauranger i Göteborg att ha en smiley på dörren och hur särskiljer man sig då? När fler och fler restauranger får sin smiley kommer de ställen som fortfarande inte fått någon att vara tvungna att kämpa för att lyckas få den, då de annars kan få det svårt att konkurrera med övriga matställen & restauranger. Undersökningar i USA har visat att intäkterna ökat för restauranger som gått med i ett system liknande smiley-systemet (SOU 2005:44). I Danmark visade undersökningar på att konsumenterna är väl medvetna om smileyn och att de använder sig av den när de väljer restaurang eller butik (Foedevarestyrelsen, 2004). Detta visar att restauranger i Sverige kan tjäna på att använda systemet.

Den sista frågan handlade om systemet skulle vara frivilligt eller inte. Över hälften vill att systemet ska vara frivilligt. De motiverar detta med att det kan vara svårt för många krogar att hänga med i systemet om det införs obligatoriskt med en gång. Många föreslog ett provår där de lotsas in i systemet. En del var rädda att detta skulle vara ännu ett tvång och ett jobbigt moment, och vill därför ha det frivilligt. Dessa kommentarer kan ses som bortförklaringar mer än argument, då det varit lag på egenkontroll sedan 1990 (Livsmedelsverket, 1993). Restaurangerna ska vid det här laget ha så pass mycket kunskap och en inarbetad rutin för sitt egenkontrollprogram, att det inte ska vara några problem att införa ett smiley-system obligatoriskt. Parallellen kan dock dras till Helsingborgs system där det hela är frivilligt och det verkar vara det som tilltalar flest restauranger i vår undersökning. Om man återigen jämför grupperna kan man egentligen bara se en skillnad och det är att grupp 2 är lite mer för ett obligatoriskt system. Vad detta beror på kan man bara spekulera i. Lagrådsremissen (2006) skriver ett argument för att systemet bör vara obligatoriskt, då ingen kommer att sätta upp ett negativt resultat, om det skulle vara frivilligt att sätta upp resultaten.

Andra funderingar och tankar som uppkommit under arbetets gång är bl.a. något som vi märkte när vi först inledde samtalen med restaurangerna. En del restauranger verkade nästan rädda för att medverka när de fick reda på att arbetet skulle handla om kvalitetssäkring och egenkontroll. De verkade skrämde och sa snabbt att de inte ville medverka trots att vi tydligt förklarade att det handlade om en intresseundersökning och att allt självklart var konfidentiellt. Varför de blev rädda är svårt att säga, men vissa kanske inte sköter hygien som de ska och är därför inte villiga att medverka i denna typ av undersökning. En del verkade oroliga över att inte kunna svara ”rätt” på frågorna, trots att vi inte egentligen hade några sådana frågor och avböjde därför att vara med.

De frågor vi haft med i frågeformuläret har täckt de frågor vi ställde oss i frågeställningen, och anser att vi har fått svar på mer eller mindre alla frågorna. Första frågeställningen har besvarats klart och tydligt. Den handlade om hur restaurangerna ställde sig till ett offentliggörande av inspektionerna och där var majoriteten positiva. Kommentarer vi fått till frågan har varit många och av olika karaktär. Det finns olika tankar bakom att de är positiva, men en av grundpelarna handlar om att allt som är bra för gästen är bra för verksamheten i sig. De negativa kommentarerna har pekat på att resultaten från inspektionerna kan vara missvisande och att det faktiskt handlar om maten och inte om det sitter någon glad gubbe på dörren eller inte. Den tredje frågan vi ställde oss handlade om vad det fanns för direkta för- och nackdelar med smiley-systemet. Denna fråga har vi inte fått ett tydligt svar på, då det varit svårt att få till en riktigt bra fråga i formuläret som behandlar detta. Vi kan dock koppla den till den första frågan i frågeställningen då vi ser till kommentarerna. Det går även att se för- och nackdelar genom att läsa kommentarerna som finns till fråga fem, som handlar om marknadsföringsvärdet. Vidare i frågeställningarna undrade vi om man kan se någon skillnad i inställning mellan de restauranger som har lägre respektive högre prisklass. Detta kan vi inte påstå att vi gör. Svaren skiljer sig bara åt marginellt. Avslutningsvis ville vi veta om restaurangerna ansåg att det låg något marknadsföringsvärde i att ha en smiley på dörren, och majoriteten tyckte att det gjorde det.

Som förslag på vidare forskning tycker vi att det kan vara bra att undersöka närmare hur gatukök, lunchrestauranger, caféer, saluhallar, pizzerior, storhushåll och mobila matstånd (korfstånd, t.ex.) ställer sig till ett system liknande smiley-systemet. Kommer de vara lika positivt inställda som de restauranger vi undersökt? Finns det tillräckligt med kapacitet och kunskap för att de ska kunna ingå i ett system som liknar smiley-systemet? Hur mycket måste satsas på utbildningar inom hygien?

7 REFERENSER

- Foedevarestyrelsen. (2004). *Nyt om smiley*. Hämtad från Foedevarestyrelsen 2006-02-13
http://www.foedevarestyrelsen.dk/Kontrol/Smiley/Nyt_om_smiley/Forside.htm
- Foedevarestyrelsen. (2002). Hämtad från Foedevarestyrelsen 2006-02-13
<http://www.foedevarestyrelsen.dk/NR/exeres/5BE6FA47-3101-4332-B9F5-70ED2AC524AF.htm?>
- Helsingborgs Kommun. (2006). Hämtad från Helsingborgs Kommun 2006-04-18
<http://www.helsingborg.se/templates/StandardPage.aspx?id=1265>
- Lagrådsremiss. Nykvist, A-C. & Perklev, A. (2006). *Offentliggörande av resultat av livsmedelskontroll*. Jordbruksdepartementet. Hämtad från Regeringskansliet 2006-05-02
<http://regeringen.se/sb/d/6268/a/62960>
- Lindqvist, E. (2005). *Offentliggörande av livsmedelsinspektioner med hjälp av smileydekaler*. Lunds Universitet.
- Livsmedelverket. (1993). *Egenkontroll broschyr – Vägen till bättre produkter och nöjdare kunder*.
- Livsmedelsverket. (2006). *Nya regler om hygien – för säkerhets skull*. Hämtad från Livsmedelsverket 2006-02-28
http://www.slv.se/upload/dokument/Foretag/Broschyren/Nya_regler_om_hygien_broschyr06.pdf
- Livsmedelsverket. (2005). Hämtad från Livsmedelsverket 2006-04-12
http://www.slv.se/upload/dokument/Foretag/Vagledning/codex_dokument_%20050201.pdf
- Livsmedelsverket. (2004). *Egentillsyn ger trygghet och kvalitet*. Hämtad från Livsmedelsverket 2006-04-12
http://www.slv.se/upload/dokument/Foretag/Vagledning/broschyr_haccp.pdf
- Miljökontoret Luleå Kommun. (2003). *Haccp för livsmedelsföretagen*. Hämtad från Luleå Kommun 2006-03-01
www.lulea.se/lulea/LuleaKommun/Verksamhet/livsmedel/dokument/haccppraktiskguide.doc
- Miljökontoret Helsingborg. (2006). *Livs-viktigt nr 10*.
- Mossberg, L. (2003). *Att skapa upplevelser – från OK till WOW!* Lund: Studentlitteratur.
- Mårdèn, P. (1995). *Att arbeta med HACCP – hur & varför?* SIK-rapport nr 617.
- Patel, R. & Davidson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder*. Lund: Studentlitteratur
- Pressmeddelande. (2006). Hämtad från Regeringskansliet 2006-05-02
<http://www.regeringen.se/sb/d/6542/a/62963>
- SOU 2005:44. Forsberg, E. (2005). *Smiley: Hygien och redlighet i livsmedelshanteringen*.

Svedin, A-M. (2004). *Inspektörerna lär sig HACCP – men kommer småföretagen att klara det?* Vår Föda nr 4

Studiebesök i Helsingborg 2006-02-21

Telefonsamtal med Miljönämnden 2006-04-17

8 BILAGOR

Bilaga A – Förklaring av HACCP-systemets 7 grundprinciper.

Bilaga B – Förklaringar av ord som ofta uppkommer när man läser om HACCP och egenkontroll.

Bilaga C – Checklista för inspektionsrapport.

Bilaga D – Smileyn som Helsingborg använder sig av när restauranger blivit godkända vid en hygieninspektion.

Bilaga E – Danmarks smiley-gubbar.

Bilaga F – Lagrådsremissens förslag på kommande svenska smileys.

Bilaga G – Missivbrev som skickades ut till restaurangerna innan intervju.

Bilaga H – Frågeformuläret som vi använde oss av till intervjuerna.

HACCP-SYSTEMETS PRINCIPER

Inom HACCP behöver man göra riskanalyser. Dessa analyser bygger på 7 principer:

1. Gör en faroanalys. Man bedömer sannolikheten för att faran ska uppkomma och redovisar hur den kan förebyggas.
2. Identifiera de kritiska styrpunkterna (CCP), vilket är de moment i en process som man måste kontrollera för att kunna förebygga att en fara uppstår.
3. Fastställ kritiska gränser för styrpunkterna. Det kan vara temperatur och tid som inte för över – eller underskridas.
4. Fastställ övervakningsrutiner för de kritiska styrpunkterna, som beskriver vad som ska göras, när och hur.
5. Fastställande av korrigerande åtgärder. Hur ska man agera när man överskridit en kritisk gräns som fastställts i princip 3.
6. Fastställ verifieringsrutiner för att få svar på frågan: följer man HACCP-planen och leder detta till att man får säkra livsmedel?
7. Fastställ dokumentationsrutiner. Att ha en fullständig dokumentation över alla delmoment i HACCP-planen samt mät – och observationsdata, åtgärder som vidtagits med mera, är en förutsättning för att systemet med egenkontroll enligt HACCP ska fungera (Svedin, 2004).

DEFINITIONER

För att det ska vara lättare att hänga med i texten om hur HACCP är uppbyggt väljer vi att förklara några ord lite närmare.

Kontrollera: Att vidta alla nödvändiga åtgärder för att säkerställa och bevara överensstämmelse med kriterier som fastlagts i HACCP-planen.

Kontrollåtgärd: Varje handling och åtgärd som kan användas för att förebygga eller undanröja en fara för livsmedelssäkerheten eller reducera den till en acceptabel nivå.

Kritisk styrpunkt (CCP): En funktion (t.ex. hantering, process) vid vilken en styrande åtgärd kan tillämpas och är nödvändig för att förebygga eller undanröja en livsmedelsburen fara, eller reducera den till en acceptabel nivå.

Kritisk gräns: Ett kriterium som skiljer det acceptabla mot det oacceptabla.

Avvikelse: Oförmåga att nå en kritisk gräns.

HACCP-plan: Ett dokument som utarbetats i överensstämmelse med principerna för HACCP. Detta dokument säkerställer styrning av faror som är viktiga för livsmedelssäkerheten i den del av livsmedelskedjan som är aktuell.

Fara: En verksam faktor av biologisk, kemisk eller fysikalisk natur med potential att orsaka skada.

Faroanalys: Insamling och värdering av information om faror och förhållanden som gör att dessa uppkommer, för att avgöra vilka som är viktiga för livsmedelssäkerheten och som därför ska betraktas i HACCP-planen.

Övervaka: Att utföra en planerad sekvens av observationer eller mätningar av styrparametrar för att bedöma om en CCP är under kontroll.

Steg: Ett moment, en delprocess, funktion eller led i livsmedelskedjan inklusive råvaror, från primärprodukt till slutlig konsumtion.

Validering: Att ta fram bevis för att HACCP-planens beståndsdelar är effektiva.

Verifiering: Att med hjälp av olika metoder och tillvägagångssätt, tester och andra utvärderingar, utöver övervakningsrutinerna, bedöma överensstämmelsen med HACCP-planen (Livsmedelsverket, c, 2005).

SMILEYN SOM HELSINGBORG ANVÄNDER SIG AV



(Helsingborgs Kommun, 2006)

DANMARKS SMILEY-SYSTEM



Inga avvikelser



Påpekande, men inget allvarligt



Förläggande eller förbud, eller bötesföreläggande.



Polisanmälan, eller återkallande av godkännande

(Foedevarestyrelsen, b, 2002)

LAGRÅDSREMISSENS FÖRSLAG PÅ SMILEYS



Guldtallrik - Inga avvikelser



Silvertallrik - Ett fåtal mindre avvikelser



Röd tallrik - Ett flertal mindre avvikelser, eller flera allvarliga avvikelser

(SOU 2005:44)

Till ansvarig personal

Vi är två studenter vid Göteborgs Universitet som läser Restaurangmanagerprogrammet. Vi är nu inne på sista terminen och skriver på vårt examensarbete.

Vi är intresserade av egenkontrollsystem och vårt syfte med arbetet är att undersöka hur inställningen är till ett offentliggörande av ett sådant system.

I Helsingborg och även i Danmark finns det ett kvalitetssäkringssystem som innebär att resultaten av Miljönämndens inspektioner offentliggörs utanför restaurangerna genom en Smiley-symbol. Något sådant system finns ännu inte i Göteborg, trots många restauranger. Vårt arbete går ut på att undersöka inställningen bland restauranger, för att se hur Ni ställer Er till ett liknande system.

Vi vill göra telefonintervjuer och vi kommer att ringa Er inom en period av två veckor. Ert deltagande är naturligtvis helt frivilligt, men det är mycket värdefullt för oss. Era svar kommer aldrig att kunna kopplas tillbaka till Er och restaurangen. Vi är medvetna om att vi tar Er tid i anspråk, men intervjun tar endast ett fåtal minuter.

Vi kommer att ringa mellan 09.00-11.00 eller mellan 14.00-16.00. Ni hjälper oss mycket genom Ert deltagande och vi är mycket tacksamma över Er medverkan.

Christopher Ileso
Göteborgs Universitet

Nina Edwards
Göteborgs Universitet

FRÅGEFORMULÄR:

Restaurangnummer:

1. Har Du hört talas om Smiley-systemet som en del i kvalitetssäkringssystemet?
 - A) Ja
 - B) Nej

Om svaret är nej; I Helsingborg har det införts ett system där man redovisar resultaten av Miljönämndens inspektioner utanför restaurangen med hjälp av en smiley, om verksamheten ifråga blivit godkänd utan anmärkning. Danmark var först med systemet, men deras ser lite anorlunda ut då de använder sig av fyra olika gubbar beroende på hur resultatet blivit.

2. Hur ställer Du dig till ett offentliggörande av resultaten av Miljönämndens inspektioner?
 - A) Positiv
 - B) Negativ
 - C) Ingen åsikt

2B. Om positiv – varför? Svar:

Om negativ – varför? Svar:

3. I Helsingborg finns bara en glad gubbe vid fläckfritt resultat, medan Danmark har en graderingsskala med både glada och lessna gubbar. Vad tror Du är den bästa graderingsskalan?
 - A) Endast en glad gubbe vid godkänd inspektion
 - B) En skala av fyra olika gubbar, beroende på resultat
 - C) Annat

4. Tror Du att det ligger något marknadsföringsvärde i att ha en smiley på dörren?
 - A) Ja
 - B) Nej

4B. Varför tycker du/tycker du inte att det ligger något marknadsföringsvärde med en smiley på dörren?

5. Anser Du att systemet borde vara frivilligt eller obligatoriskt för alla?
 - A) Frivilligt
 - B) Obligatoriskt
 - C) Vet ej