

UNIVERZA V LJUBLJANI
BIOTEHNIŠKA FAKULTETA
ODDELEK ZA ZOOTEHNIKO

Simona BAGAR

**ZAZNAVANJE IN RAZUMEVANJE PREHRANSKIH IN
ZDRAVSTVENIH TRDITEV PRI MLAJŠIH SLOVENSКИH
POTROŠNIKIИ**

DIPLOMSKO DELO
Univerzitetni študij

**PERCEPTION AND UNDERSTANDING OF THE NUTRITIONAL
AND HEALTH CLAIMS AMONG YOUNGER SLOVENIAN
CONSUMERS**

GRADUATION THESIS
University studies

Ljubljana, 2016

Diplomsko delo je zaključek univerzitetnega študija kmetijstva-zootehnike.
Naloga je bila opravljena na Katedri za genetiko, animalno biotehnologijo in imunologijo
Oddelka za zootehniko Biotehniške fakultete Univerze v Ljubljani.

Komisija za študij 1. in 2. stopnje Oddelka za zootehniko je za mentorja diplomskega dela imenovala prof. dr. Jurija Poharja.

Recenzentka: prof. dr. Irena Rogelj

Komisija za oceno in zagovor:

Predsednik: prof. dr. Janez SALOBIR
Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za zootehniko

Član: prof. dr. Jurij POHAR
Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za zootehniko

Član: prof. dr. Irena ROGELJ
Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za zootehniko

Datum zagovora:

Podpisana izjavljam, da je naloga rezultat lastnega raziskovalnega dela. Izjavljam, da je elektronski izvod identičen tiskanemu. Na univerzo neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravici shranitve avtorskega dela v elektronski obliki in reproduciranja ter pravico omogočanja javnega dostopa do avtorskega dela na svetovnem spletu preko Digitalne knjižnice Biotehniške fakultete.

Simona BAGAR

KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA

ŠD Dn
DK UDK 641(043.2)=163.6
KG živila/prehranske trditve/zdravstvene trditve/mladi potrošniki/Slovenija
KK AGRIS E73
AV BAGAR, Simona
SA POHAR, Jurij (mentor)
KZ SI-1230 Domžale, Groblje 3
ZA Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za zootehniko
LI 2016
IN ZAZNAVANJE IN RAZUMEVANJE PREHRANSKIH IN ZDRAVSTVENIH TRDITEV PRI MLAJŠIH SLOVENSКИH POTROŠNIKIH
TD Diplomsko delo (univerzitetni študij)
OP VIII., 37 str., 2 pregl., 4 pril., 21 vir.
IJ sl
JI sl/en
AI Cilj naloge je bil ugotoviti, ali potrošniki preberejo in pregledajo zdravstvene in prehranske trditve, ki so zapisane na izdelkih, ter ugotoviti, ali potrošniki vedo, kaj te trditve pomenijo. Pri tem sem se osredotočila na študente; kot metodo raziskovalnega dela sem izbrala skupinski intervju. Rezultate, dobljene pri študentih, sem primerjala z rezultati dveh fokusnih skupin, izpeljanih na isto temo, med upokojenci in materami in očeti otrok starih do 15 let. Na podlagi pridobljenih podatkov lahko zaključim, da so potrošniki mnenja, da trditvam na izdelku ne zaupajo najbolj, saj imajo premalo znanja, da bi jih razumeli; pogosto je tudi mnenje, da so takšne trditve komercialni triki, s katerimi želijo proizvajalci povečati prodajo. Trditve, zapisane na izdelkih, po njihovem mnenju niso dovolj jasne, pregledne in razumljive.

KEY WORDS DOCUMENTATION

DN Dn
DC UDC 641(043.2)=163.6
CX food/nutritional claims/health claims/young consumers/Slovenia
CC AGRIS E73
AU BAGAR, Simona
AA POHAR, Jurij (supervisor)
PP SI- 1230 Domžale, Groblje 3
PB University of Ljubljana, Biotechnical Faculty, Department of Animal Science
PY 2016
TI PERCEPTION AND UNDERSTANDING OF THE NUTRITIONAL AND
HEALTH CLAIMS AMONG YOUNGER SLOVENIAN CONSUMERS
DT Graduation Thesis (University studies)
NO VIII., 37 p., 2 tab., 4 ann., 21 ref.
LA sl
AL sl/en
AB The aim of my thesis was to discover if the consumers read and check health and nutritional claims which are written on the products and to ascertain if the consumers know what these claims mean. In this context I focused on the students. As a method of the research work I chose a group interview. I compared the results, acquired from the students, with the results of two focus groups, performed within the same topic, among the retirees and mothers and fathers of the children aged up to fifteen years. On the basis of the acquired data I can conclude that the consumers do not trust the claims on the products very much: they have insufficient knowledge in order to understand them. Often, there is an opinion that such claims are commercial tricks by which the merchants are trying to increase the sales. The claims, written on the products, are not clear enough, transparent and understandable, according to their opinion.

KAZALO VSEBINE

	str.
Ključna dokumentacijska informacija	III
Keywords documentation	IV
Kazalo vsebine	V
Kazalo preglednic	VI
Kazalo prilog	VII
Okrajšave in simboli	VIII
1 UVOD	1
2 PREGLED OBJAV	3
2.1 RAZVOJ IN POMEN FUNKCIONALNE HRANE	3
2.2 ZAKONODAJA	9
2.3 METODE RAZISKOVANJA	11
3 MATERIAL IN METODE	16
3.1 PRISTOP K RAZISKAVAM	16
4 REZULTATI	19
5 RAZPRAVA	27
6 SKLEPI	31
7 POVZETEK	32
8 VIRI	34
ZAHVALA	
PRILOGE	

KAZALO PREGLEDNIC

	str.
Preglednica 1: Razlike med kvalitativnim in kvantitativnim raziskovanjem (Horvat, 2014)	13
Preglednica 2: Seznam in opis udeležencev v fokusni skupini	16

KAZALO PRILOG

Priloga A: Prehranske trditve in pogoji, ki veljajo zanje

Priloga B: Seznam utemeljenih zdravstvenih trditev na živilih s pogoji uporabe

Priloga C: Seznam izdelkov, uporabljenih v fokusni skupini

Priloga D: Seznam trditev, predstavljenih v fokusni skupini

OKRAJŠAVE IN SIMBOLI

AI – analitična indukcija

BIO– biološko

Ca – kalcij

CFU – kolonijska enota (*angl.* colony forming unit)

EFSA – Evropska agencija za varnost hrane

EU- Evropska unija

FDA – Uprava za hrano in zdravila (*angl.* Food and Drug Administration)

FUFOSE – Znanost o funkcionalni hrani v Evropi (*angl.* Functional FOOD Science in Europe)

GI – glikemični indeks

MJ – mega joule

m.m – mlečna maščoba

PDV – priporočeni dnevni vnos

RDA – Recommended Dietary Allowances (slovensko PDO - priporočeni dnevni odmerki)

ZDA – Združene države Amerike

1 UVOD

Prehrana ljudi je pomemben dejavnik pri vzdrževanju dobrega zdravstvenega stanja in počutja organizma. Danes je cilj držav ohranjanje in krepitev zdravja. S tem je tesno povezana zdrava in varna prehrana ljudi. Inovacije v prehranski industriji so čedalje bolj pogosto namenjene bogatenju živil, ki naj bi pripomogla k vzdrževanju zdravja. Na trgovskih policah zasledimo čedalje več izdelkov, ki so opremljena s prehranskimi in zdravstvenimi trditvami. Taka živila so že naprodaj veliko let in so običajno dražja od podobnih živil, ki nimajo takih oznak (Raspor in Rogelj, 2001).

Za takšna živila se pogosto uporablja termin funkcionalna hrana. Hrana je funkcionalna, ko ji je mogoče dokazati enega ali več ugodnih učinkov na telo, bodisi z izboljšanjem zdravstvenega stanja ali z znižanjem tveganja nastanka bolezni. Funkcionalno živilo mora ohranjati lastnosti živila in mora biti učinkovito v količini, ki jo zaužijemo v normalnem vsakodnevem obroku (Raspor in Rogelj, 2001).

S spremembami načina življenja, življenjskega standarda, ekonomske zmožnosti, napredovanjem industrije se neprestano spreminja način prehranjevanja ljudi. Potrošniki so sicer glede prehranjevanja bolj ozaveščeni, kot so bili, pa vendar so velikokrat še vedno premalo poučeni in preveč malomarni. Vsak dan nas namreč skušajo po medijih na vse možne načine prepričati, da so posamezni izdelki najboljši, najbolj zdravi, najvarnejši, ekološko pridelani, brez konzervansov... »Pomaga uravnati telesno težo«, obljublja na primer jogurtov napitek. V hladilniku v trgovini mu delajo družbo tudi takšni, ki »ugodno vplivajo na prebavo« in »znižujejo holesterol«. Ali z izbiro glede na trditve, zapisane na embalaži, res skrbimo za svoje zdravje, ali pa nas tisti, ki so se napisa domislili v želji po pridobivanju kupcev vlečejo za nos. Informacije, zapisane na izdelku bi morale dati potrošniku jasne informacije in koristiti svojemu namenu.

Cilj moje naloge je bil zato ugotoviti ali potrošniki preberejo in pregledajo trditve, ki so zapisane na vsakem izdelku, ki ga vsakodnevno kupujemo, ter ugotoviti, ali potrošniki vedo, kaj pomenijo trditve, ki so jih proizvajalci zapisali na izdelek. Pri tem sem se

osredotočila na mlajše potrošnike; kot metodo raziskovalnega dela sem izbrala skupinski intervju, ki je poznana tudi kot metoda fokusne skupine. Za to skupino ljudi sem poskušala pridobiti njihova mnenja:

- o zdravi prehrani in zdravem načinu življenja,
- o pogledu na izdelke s trditvami, ki pritegnejo potrošniško oko,
- o zaznavanju in razumevanju prehranskih in zdravstvenih trditev zapisanih na izdelkih,
- o mnenju in odločitvah za nakup izdelkov z različnimi trditvami.

2 PREGLED OBJAV

2.1 RAZVOJ IN POMEN FUNKCIONALNE HRANE

Zdravje je danes še vedno zelo cenjena vrednota. Ljudje razmišljamo, kako bi ga okrepili in izboljšali, zato vedno bolj posegamo po izdelkih, ki bodo okrepili naš imunski sistem in nas obvarovali pred različnimi boleznimi.

Tradicionalna kitajska medicina, tradicionalna južnoevropska in azijska medicina so že pred letom 1000 p. n. š. uporabljale plodove narave za vzpodbujanje metabolizma in zdravljenje določenih metabolnih težav ter fermentirano mleko pri zdravljenju drisk (Raspor in Rogelj, 2001).

Leta 1901 se začnejo znanstveni pristopi k proučevanju vpliva fermentiranega mleka na zdravje. Po odkritju vitaminov leta 1911 sledi dokaz esencialnosti »vital amine« v prehrani človeka. Isaac Carasso leta 1919 ustanovi Danone in organizira več srečanj z zdravniki, kjer potekajo razprave o terapevtskih učinkih jogurta (Raspor in Rogelj, 2001).

Študije odnosov med degenerativnimi boleznimi in prehrano se pričnejo leta 1950, ko se pričnejo tudi raziskave o povezavi med boleznimi srca, zaužitjem maščob in holesterola. Leta 1965 se prvič uporabi izraz probiotik (Raspor in Rogelj, 2001).

Med leti 1980-1990 nastajajo koncepti znižanih vrednosti določenih sestavin hrane, ki predstavljajo tveganje za zdravje uživalca (nizke vsebnosti sladkorja, brez sladkorja, nizke vrednosti maščob, brez maščob, brez NaCl) (Raspor in Rogelj, 2001).

Leta 1984 je vpeljan pojem funkcionalna hrana kot hrana tretje generacije. Japonska začne s postavljanjem koncepta funkcionalnosti v okviru velikega raziskovalnega programa. Leta 1990 se vpelje koncept funkcionalne hrane v Evropo in ZDA (Raspor in Rogelj, 2001).

Japonska leta 1991 opusti pojem funkcionalna hrana in vpelje sistem FOSHU (Foods for Special Health Uses). Hrano opišejo kot »hrana za posebno prehrano« in jo obrazložijo: »hrana, ki se uporablja za izboljšanje človeškega zdravja in za katero je dovoljeno napisati, da ima specifične učinke na zdravje« (Raspor in Rogelj, 2001).

Leta 1995 izide prva knjiga o funkcionalni hrani Functional Foods (Goldberg). V okviru Evropske komisije za znanost in razvoj je istega leta ustanovljena Usklajena akcija »Znanost o funkcionalni hrani v Evropi« (Functional Food Science in Europe, FUFOSSE) (Raspor in Rogelj, 2001).

Naraščajoče število študij o živilih z zdravstvenimi trditvami kaže na hiter razvoj medicine in znanosti. Prepletanje med prehrano in zdravjem je ključni vidik teh študij. Obenem pa so tehnični napredki v živilskem inženirstvu in proizvodnji odprli nove možnosti pri razvoju produktov z novimi tehnologijami in bogatenju živil z novimi sestavinami (Stojanovic in sod., 2010).

V devetdesetih letih 20. stoletja so vladne politike tako v razvitih državah, kot državah v razvoju vse več pozornosti namenile spodbujanju (promoviranju) zdravja in preventivnim ukrepom proti bolezni. Ljudje se na splošno dobro zavedajo pomembnosti ravnovesja, pestrosti in zmernosti pri prehranjevanju. Javna razprava o prihodnosti prehranskih navad in možnih škodljivih vplivov izdelkov z zdravstvenimi trditvami je pomembna tema v literaturi. Nova kategorija živil, imenovanih »funkcionalna živila« (živila, ki naj bi izboljševala zdravje in dobro počutje mimo zdravstvenih učinkov konvencionalnih živil), je dobila na vrednosti sredi devetdesetih let 20. stoletja in se je v preteklem desetletju začela hitro razvijati (Stojanovic in sod., 2010).

Šele pred kratkim, ko so potrošniki postali bolj zainteresirani za iskanje informacij o funkcionalnih sestavinah v živilih in zahtevali več od hrane, ki jo jedo, so živilska podjetja začela razvijati živilske izdelke, ki nudijo različne zdravstvene koristi v enem samem živilu. Veliko živilskih podjetji je v zadnjih letih razvilo in dalo na trg funkcionalne izdelke (Raspor in Rogelj, 2001).

Da postane živilo funkcionalno, je lahko na eni strani obogateno z določenimi prehranskimi učinkovinami (npr. minerali, vitamini, omega-3 maščobnimi kislinami, polinenasičenimi maščobnimi kislinami, probiotiki, prebiotiki, prehranskimi vlakninami, antioksidanti, fitokemikalijami), na drugi strani pa lahko določene sestavine iz hrane odstranijo (holesterol, fitinska kislina) z modernimi tehnološkimi postopki. Sem spadajo tudi živila, v katerih je ena ali več naravnih sestavin modificiranih, ali je spremenjena njihova biološka vrednost (tradicionalni in sodobni biotehnološki postopki).

Raspor in Rogelj (2001) menita, da bi funkcionalna hrana morala biti:

- dosegljiva (na policah trgovin, v katerih se živila običajno kupuje),
- razpoložljiva (z namenom koristiti celotni populaciji),
- dostopna (da si jo lahko večina privošči s sredstvi, ki so jim na razpolago),
- sprejemljiva (ne glede kaj znanost poudarja, če potrošnik hrane ne sprejme, ne bo zaživela v prehrani ljudi).

Funkcionalno živilo ni splošno sprejet izraz. V devetdesetih letih se je po vsem svetu izoblikovala množica različnih izrazov, bolj ali manj povezanih s funkcionalnimi živili. Poleg že omenjenih funkcionalnih živil so izrazi kot so »vita živila« (vita foods), »medicinska živila« (medifoods), »nutracevtiki« (nutraceuticals), »dizajnerska živila« (designer foods), »farma živila« (farmafoods) in bolj običajni izrazi, kot so prehranska živila, obogatena živila... (Raspor in Rogelj, 2001).

Svetovno velikost trga s funkcionalno hrano je relativno težko opredeliti; odvisno, kako so definirane posamezne kategorije. Glede na Euromonitor raziskavo (cit. po Subirade, 2007) je Japonska največji svetovni trg za funkcionalna živila, ocenjen na 11,7 milijard evrov, predvsem zaradi podpore japonske vlade na področju raziskav prehranskih izdelkov. Trg ZDA je ocenjen na 10,5 milijarde in hitro narašča. Manj razvit je trg v Evropi; ocenjen je na 7,5 milijarde, pri čemer prevladujejo Velika Britanija z 2,6 milijarde, Nemčija z 2,6 milijarde, Francija z 1,4 milijarde in Italija z 1,2 milijarde (Subirade, 2007). Vse študije v svetu kažejo, da se je trg vsako leto povečeval in to z letno stopnjo 8 % - 14 %. Ta trend se bo verjetno nadaljeval, saj se spreminja demografija prebivalstva (staranje prebivalstva, način življenja in bolezni). Tako bo vse večje povpraševanje po izdelkih namenjenih za zdravje in dobro počutje ljudi (Subirade, 2007).

Tudi živila z zdravstvenimi trditvami niso natančno definirana kategorija. V večini držav definicija za to skupino živil ne obstaja. Pregled literature je pokazal, da označevanje živil postaja vse bolj pomembno področje raziskav (Stojanovic in sod., 2010).

Od leta 1993 je v ZDA na določeni hrani dovoljen napis »zmanjšano tveganje za nastanek bolezni«. Ta hrana vsebuje sestavine, ki jih je FDA (Food and Drug Administration) potrdila kot sestavine, za katere obstajajo objektivni dokazi o njihovi korelaciji z zmanjšanjem pogostosti obolenja zaradi določenih bolezni. Takšni dokazi so zasnovani na zadostnem številu znanstvenih publikacij in strinjanju zadostnega števila kvalificiranih strokovnjakov. S strani FDA je bilo leta 1998 potrjenih 11 takšnih povezav med hrano, bogato s kalcijem, in manjšim tveganjem za nastanek osteoporoze, za povezavo s hrano z nizko vsebnostjo maščobe, nasičenih maščobnih kislin in holesterolom ter zmanjšanim tveganjem za obolenje srca in ožilja itd. (Raspor in Rogelj, 2001).

Študije kažejo, da dejavniki, kot so cena, zdravje, priročnost, oblika predelave in objavljeni zdravstveni učinki, igrajo pomembno vlogo pri izbiri izdelkov z zdravstvenimi trditvami. Tudi vera v zdravje je močen pokazatelj, ki vpliva na odločitev glede nakupa takih izdelkov (Stojanovic in sod., 2010).

Funkcionalna hrana je v nevarnosti, da pade v kategorijo, ki jo potrošniki ne dojemajo in sprejemajo tako navdušeno, kot bi si živilska industrija želela. Prav tako potrošniki ne zaupajo povsem zdravstvenim trditvam proizvajalcev. Z vlogo socialno-demografskih dejavnikov pri sprejemljivosti funkcionalnih živil se je ukvarjalo relativno malo raziskav. Raziskave so pokazale, da so pogledi ljudi o prehrani in zdravju, kakor tudi o njihovih prehranjevalnih navadah, povezani s starostjo, spolom, social-ekonomskim statusom in fazami življenja (Stojanovic in sod., 2010).

Te raziskave so izpostavile nekaj pomembnih ugotovitev (Stojanovic in sod., 2010):

- ženske se bolj fokusirajo na zdravo prehranjevanje kot moški in se bolj zdravo prehranjujejo,

- skrb za zdravo prehrano se povečuje s starostjo (potrošniki srednjih let in starejši potrošniki so bolj zdravstveno orientirani kot mlajši potrošniki, prav tako imajo starejši bolj pozitiven odnos do funkcionalne hrane),
- višje izobraženi imajo bolj zdrave prehranjevalne navade kot drugi,
- uživanje hrane je povezano z mnenjem in odnosom do zdravja pri izbiri funkcionalnih živil.

V Avstralski študiji so raziskave pokazale, da potrošniki nekoliko bolj kot zdravstvene razumejo prehranske trditve. Po podatkih je prehransko trditvev razumelo 63 % udeležencev, medtem ko je 56 % potrošnikov mnenja, da zdravstveno trditvev razume dokaj jasno. Van Trijp in sodelavci (2007, cit. po Verhagen in sod., 2010) so naredili internetno raziskavo med potrošniki iz Nemčije, Velike Britanije, ZDA in Italije, kjer so jih spraševali, ali razumejo trditve, zapisane na izdelkih in če jim verjamejo. Odkrili so, da razumejo trditve, zapisane na izdelkih, in da trditve, zapisane na izdelku, ne vplivajo na potrošnikovo odločitev za nakup izdelka (Verhagen in sod., 2010).

Rezultati študij izvedenih v ZDA, Kanadi, Braziliji, Avstraliji in evropskih državah, ki so osredotočene na objavljene mednarodne raziskave o zdravstvenih trditvah kažejo, da: ženske na višjih položajih z višjimi prihodki dajo več poudarka na zdravo prehrano kot tiste z nižjimi prihodki; zaupanje potrošnikov o informacijah (trditvah) na izdelkih se razlikuje glede na vir informacij (mediji, strokovnjaki, organizacije, proizvajalci). Izkazalo se je, da najmanj zaupajo trditvam, ki jih na izdelek zapišejo proizvajalci; zdravstvene trditve ne vplivajo na potrošnikovo prepričanje o že obstoječih predstavah o izdelkih; ženske bolj zaupajo trditvam na izdelkih kot moški; najbolj skeptični glede trditvev so potrošniki, ki kupujejo v trgovinah z zdravo prehrano (Pothoulaki in Chryssochoidis, 2009).

Luckow in sod. (2006, cit. po Pothoulaki in Chryssochoidis, 2009) navajajo, da ponavljajoča izpostavljenost določenih zdravstvenih trditvev na izdelkih vpliva na to, da so potrošnikom določeni izdelki prav zaradi te informacije všeč. Potrošniki so zmedeni glede tega, kaj sploh so prednosti zdravstvenih trditvev, saj imajo premalo znanja. Raziskava je pokazala, da se potrošniki ne ozirajo na zdravstvene trditve, ki so zapisane na izdelkih,

kljub temu da jih preberejo in jih razumejo, ampak kupujejo izdelke iz navade, izkušenj in preteklega ravnanja (Pothoulaki in Chryssochoidis, 2009).

Glede na količino in vrste informacij na izdelkih so študije pokazale, da so kupci najbolj naklonjeni kratkim zdravstvenim trditvam na sprednji strani izdelka. Takšne trditve pri kupcih ustvarijo več pozitivnih misli glede koristi za zdravje; prav tako so te trditve za kupca bolj privlačne in prepričljive. Nekatere raziskave so pokazale, da lahko oznake na izdelkih, ki vsebujejo preveč informacij, zmanjšajo razumljivost ene informacije, nasprotna mnenja pa trdijo, da lahko več informacij na izdelku privede do boljšega razumevanja in pripravljenosti potrošnika za nakup izdelka (Wansink in sod., 2004). Označevanje izdelka vpliva na osebne predstave, želje in pričakovanja potrošnikov. Medtem ko so obsežne informacije lahko moteče, lahko premalo zapisanih informacij vodi do tega, da potrošniki ne znajo sklepati iz informacij na izdelku (Wansink in sod., 2004).

Šeruga (2009) je v svoji diplomski nalogi raziskala sprejetje koncepta funkcionalne hrane pri slovenskih potrošnikih. Uporabila je kvantitativno metodo (anketiranje) pri 100 naključno izbranih potrošnikih. Rezultati opravljene raziskave so pokazali, da potrošniki bolj poznajo izdelke z zdravju koristnimi učinki (59 %) - predvsem tiste, ki spadajo v skupino mlečnih izdelkov, kot pa pojem funkcionalna hrana (23 %). Ženske in člani enočlanskih in dvočlanskih gospodinjstev pogosteje uživajo mlečne izdelke s koristnimi bakterijami. Sokove z dodanimi vitamini in minerali pogosteje uživajo moški. Ženske so pripravljene plačati višjo ceno za izdelke z zdravju koristnimi učinki. Ugotavlja tudi, da višja stopnja izobrazbe ne vpliva na sprejemljivost njihove višje cene, da višina dohodka vpliva na zaupanje in sprejemanje njihovega koncepta in velikost gospodinjstva na dojetje njihove cene. Potrošnikovo zaznavanje tveganja v novih lastnostih izdelkov z zdravju koristnimi učinki, okus izdelkov in inovativnost potrošnikov pri izbiri izdelkov z zdravju koristnimi učinki ne vpliva na njihovo uživanje (Šeruga, 2009).

2.2 ZAKONODAJA

Inovacije v prehranski industriji so vse pogosteje namenjene bogatenju živil, ki domnevno pripomorejo k vzdrževanju zdravja in boljšemu počutju ljudi (Raspor in Rogelj, 2001). Proizvajalci in trgovci še posebej poudarjajo in oglašujejo posamezne lastnosti obogatenih živil. Na trgovskih policah je vedno večje število živil, ki so označena in oglaševana s prehranskimi in zdravstvenimi trditvami. Obogatena živila, ki jih izdatno podpirajo prehranske in zdravstvene trditve, so lahko nevarna past za manj izkušene potrošnike. Da bi zagotovili visoko raven varstva interesov potrošnikov in olajšali njihovo izbiro ter da bi preprečili zavajanje potrošnikov, je Evropska Unija (EU) na tem področju sprejela enotno zakonodajo. Namen zakonodaje, ki ureja področje označevanja, je omogočiti potrošniku razumljive in zadostne informacije o vsebini in sestavi živilskih izdelkov (Prehranske..., 2011).

Zakonodaja določa, da je trditev vsako sporočilo ali predstavitev (torej tudi slikovna, grafična ali predstavitev s simboli v kakšni koli obliki), ki navaja, domneva ali namiguje, da ima živilo posebne lastnosti. Trditev poskuša vplivati na našo odločitev o nakupu in na naše prehranske navade. Na splošno za vse trditve velja, da ne smejo biti napačne, dvoumne ali zavajajoče. Zakonodaja tudi določa, da morajo biti zapisane na način, ki ga potrošnik lahko razume. Poleg tega trditve ne smejo vzpodbujati ali opravičevati pretiranega uživanja živila, ki nosi trditev, in namigovati, da si samo z uravnoteženo in raznoliko hrano, brez uživanja tega živila ne moremo zagotoviti ustreznih količin hranil (Smernice ..., 2011).

Na ravni EU so naštetih naslednji zakoni, povezani s področjem prehranske politike:

- Pravilnik o splošnem označevanju predpakiranih živil (Pravilnik ..., 2004),
- Uredba (ES) št. 1924/2006 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 20. december 2006 o prehranskih in zdravstvenih trditvah na živilih (Uredba ..., 2006).
- Zakon o zdravstveni varnosti živil in izdelkov ter snovi, ki prihajajo v stik z živilom (Zakon ..., 2000).
- Uredbo o izvajanju Uredbe (ES) Evropskega parlamenta in Sveta o prehranskih in zdravstvenih trditvah na živilih (Uredba ..., 2007).

- Uredba komisije (EU) št. 432/2012 z dne 16. maja 2012 o seznamu dovoljenih zdravstvenih trditev na živilih, razen trditev, ki se nanašajo na zmanjšanje tveganja za nastanek bolezni ter na razvoj in zdravje otrok (Uredba ..., 2012).

Uporabo prehranskih in zdravstvenih trditev na živilih ureja Uredba (ES) št. 1924/2006 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 20. decembra 2006 o prehranskih in zdravstvenih trditvah na živilih. Uporablja se za prehranske in zdravstvene trditve pri komercialnem obveščanju, in sicer označevanju, predstavljanju ali oglaševanju živil, namenjenih končnemu potrošniku, vključno z živil, ki se dajejo v promet nepakirana ali se dobavljajo na debelo. Prav tako velja za živila, ki so namenjena šolam, bolnišnicam, restavracijam, menzam ter podobnim obratom javne prehrane (Smernice ..., 2011).

Zdravstvena trditev pomeni vsako trditev, ki navaja, domneva ali namiguje, da obstaja povezava med kategorijo živil, živilom ali eno njegovih sestavin na eni strani in zdravjem na drugi strani (npr. pomaga pri prebavi). Številna hranila in druge snovi, med drugim vitamini, minerali, vključno z elementi v sledovih, esencialne maščobne kisline, prehranske vlaknine, različni rastlinski in zeliščni izvlečki s hranljivimi in fiziološkimi učinkom, so lahko prisotni v živilih in so lahko uporabljeni v zdravstvenih trditvah (Smernice ..., 2011).

Za zagotovitev visoke ravni varstva potrošnikov in njihovih pravic (pravic do varnosti, do obveščenosti in do izbire) ter za oblikovanje konkurenčnih in pravičnih pogojev za proizvajalce je smotno in potrebno določiti omejitve za uporabo zdravstvenih trditev na živilih. Strokovna komisija, ki je bila januarja 2008 ustanovljena na Ministrstvu za zdravje, je obravnavala predloge proizvajalcev. Na podlagi pregleda znanstvenih dokazov za določeno zdravstveno trditev, na podlagi vrste oz. kategorije živil, odmerka, populacijske skupine, ki ji je trditev namenjena, in razumljivosti trditev povprečnemu potrošniku, je ta komisija odobrila in priporočila Seznam utemeljenih zdravstvenih trditev s pogoji uporabe v skladu s 13. členom Uredbe (ES) št. 1924/2006 v republiki Sloveniji. Seznam utemeljenih zdravstvenih trditev je v Prilogi B (Smernice ..., 2011).

Za zdravstvene trditve, določene v členu 14, je potrebno predložiti vlogo za odobritev v skladu z Uredbo (ES) št. 1924/2006. Vloga se pošlje pristojnemu nacionalnemu organu države članic, ki o vlogi obvesti Evropsko agencijo za varnost hrane (EFSA) ter ji vlogo in vse dodatne informacije, ki jih je predložil vlagatelj, da na razpolago. Uredba Komisije (ES) št. 353/2008 o določitvi izvedbenih pravil za vloge za odobritev zdravstvenih trditvev. Zdravstveno trditvev mora odobriti Evropska komisija, še pred tem pa mora Agencija za varnost hrane (EFSA) oceniti njihovo znanstveno utemeljenost. EFSA je 1. oktobra 2009 objavila prvo serijo mnenj glede znanstvene utemeljenosti predlaganih zdravstvenih trditvev za živila (vključno s prehranskimi dopolnili), ki se nanašajo na splošne fiziološke učinke hranil ali sestavin živil. Seznam zdravstvenih trditvev, za katere je bilo potrebno pridobiti mnenje EFSA, je bil izdelan s strani Evropske komisije na podlagi posredovanih nacionalnih seznamov držav članic. Mnenja EFSA predstavljajo znanstveno presojo glede zdravstvenih trditvev, ki se nanašajo na različna živila, hranila in različne sestavine, kot so vitamini, minerali, prehranske vlaknine, maščobe, ogljikovi hidrati, probiotiki in druge snovi. Pozitivna mnenja, ki pomenijo, da so znanstveni dokazi zadostni za uporabo zdravstvenih trditvev, so bila do tedaj dana za tretjino vseh trditvev. Presenetljivo je dejstvo, da je bilo dobrih 40 % vseh zdravstvenih trditvev ocenjenih negativno, ker zanje ni bila dovolj prepričljivo dokazana povezava med živilom in zatrjevanim učinkom. EFSA jasno določa, da brez jasne karakterizacije snovi, ki se ji pripisuje določen učinek, utemeljitev zdravstvene trditve ni mogoča (Prehranske ..., 2011).

2.3 METODE RAZISKOVANJA

Raziskovale metode pri raziskovanju delimo na kvantitativne in kvalitativne raziskovalne metode. Kvantitativno raziskovanje (kvantitativna metoda) je razlaganje pojmov z zbiranjem številčnih podatkov, katere analiziramo z uporabo matematičnih metod. Naravoslovja brez meritev in z njimi povezanih numeričnih podatkov ni. V humanistiki in družboslovju pa je kvantitativni (preštevalni) pristop ena od možnih metod. Kvantitativne raziskave so najpogostejše v psihologiji, ekonomiji, sociologiji, marketingu, politični znanosti, lingvistiki, manj pogoste pa so v antropologiji, zgodovini in umetnostnih vedah. V družboslovju se izraz kvantitativna raziskava navezuje na empirične metode, ki izvirajo

iz filozofskega pozitivizma in so v kontrastu s kvalitativnimi metodami. Kvantitativna metoda poteka prek znanstvenih metod, ki lahko vključujejo: generiranje modelov teorij in hipotez; razvoj instrumentov in metod za merjenje; eksperimentalni nadzor in manipulacijo spremenljivk; zbiranje empiričnih podatkov in modeliranje in analiza podatkov. Kvantitativne raziskave se začnejo z zbiranjem podatkov, ki temeljijo na predpostavki ali teoriji. Kvantitativno raziskovanje izhaja iz predpostavke, da obstajajo v stvarnosti objektivne zakonitosti predvsem v obliki vzročno posledičnih zvez, ki jih je mogoče odkrivati, razložiti, napovedati in nadzirati (Kvantitativno ..., 2016).

Kvantitativne raziskovalne metode so metode, s katerimi zbiramo podatke, ki jih je mogoče analizirati z uporabo matematičnih metod, natančneje statistično. To so osebno anketiranje, telefonsko anketiranje, poštno anketiranje, anketiranje s pomočjo mobilne tehnologije, spletno anketiranje, samoizpolnjevanje vprašalnikov... (Kvalitativne ..., 2011).

Kvalitativne raziskovalne metode so metode, s katerimi zbiramo podatke, ki niso merljivega tipa. Po navadi je v takšne raziskave vključeno manjše število udeležencev.

Za kvalitativno raziskovanje je značilno (Kvalitativno ..., 2016):

- fokusira se na prakse in procese (kako) in v manjši meri na izide (rezultate) (kaj).
- kvalitativni raziskovalci se ukvarjajo s preučevanjem procesa »nastajanja« pomena in smisla struktur vsakdanjega življenja (pozornost je usmerjena na perspektive in izkušnje »udeležencev«).
- raziskovalec nastopa v vlogi »instrumenta« (je mediator in akter pri pridobivanju podatkov).
- zbiranje podatkov v večini primerov poteka v naravnem okolju (kontekstu) opazovanca oz. udeleženca; proces kvalitativnega raziskovanja je induktiven (bottom-up) s poudarkom na identificiranju skupnih lastnosti, ki jih imajo primeri (enote). Postavljanje hipotez ne poteka a priori; preverjanje teorij ni običajno,
- interpretacija je idiografična - izhodišče interpretacije so posebnosti, značilnosti primerov in ne poskus generalizacije,
- posebnost kvalitativnega raziskovanja je t. i. analitična indukcija (AI). AI je tehnika za ocenjevanje podobnosti med primeri in s tem razjasnjevanje empiričnih kategorij

in pojmov, ki jih ponazarjajo primeri, zaobseženi v kategorijo; gre za dvojno ujemanje idej in podatkov ter osredotočenje na podobnosti med omejenim številom primerov, ki jih poglobljeno preučujemo.

Najbolj pogoste kvalitativne metode raziskovanja so poglobljeni intervju in fokusna skupina (Kvalitativne ..., 2011).

Razlike med kvantitativno in kvalitativno raziskovalno metodo so predstavljene v preglednici 1.

Preglednica 1: Razlike med kvalitativnim in kvantitativnim raziskovanjem (Horvat, 2014)

	KVALITATIVNE	KVANTITATIVNE
NAMEN	Kako? Zakaj? Raziskava procesa in vzorcev mišljenja in vedenja	Iskanje vzročnih povezav, testiranje hipotez
PRISTOP	Širok, nove teme nastajajo v procesu, naravno okolje	Ozek, zanima nas zgolj specifična tema, umetno okolje
VZOREC	Majhen, fleksibilen	Velikost vnaprej determinirana
ANALIZA	Kodiranje, kategorije	Statistične metode
IZID	Teorija, zgodba, vzroki	Merljiv rezultat
ODNOSI	Tesna povezava raziskovalca s podatki	Raziskovalec distanciran

V nadaljevanju bom podrobneje predstavila kvalitativno metodo raziskovanja, ki sem jo uporabila v diplomski nalogi, to je fokusna skupina (diskusijska skupina).

Zgodovina uporabe fokusnih skupin sega v dvajseta leta prejšnjega stoletja. Sociologi so bili tisti, ki so skovali termin fokusna skupina; tehnika fokusnih skupin se je na začetku imenovala fokusirani intervju. Uporaba je bila do konca 70-tih let predvsem v domeni tržnih raziskav (Šarić, 2007).

Fokusne skupine so delno strukturirani osebno-skupinski intervjuji, katerih namen je raziskati specifičen set spornih vprašanj in problemov. Ključni parametri, potrebni za uspeh fokusnih skupin, so zagotoviti udeležence za sodelovanje v fokusi skupini, zagotoviti moderatorja (voditelja) za vodenje skupine in ugotavljanje subjektivnih mnenj udeležencev v povezavi z vnaprej določenimi raziskovalnimi vprašanji. Udeleženci so neformalno intervjuvani v skupini ljudi. S pomočjo fokusnih skupin raziskovalci pridobivajo in zbirajo informacije in podatke s pomočjo skupinske interakcije na določeno temo. Temo fokusne skupine določi raziskovalec. Diskusija je usmerjena na določeno temo in tok razprave ni prepuščen skupini sami. Udeleženci skupin odgovarjajo na moderatorjeva vprašanja in komentirajo ter se odzovejo na izjave, komentarje drugih udeležencev, razlagajo drug drugemu svoja mnenja, stališča, opravičujejo svoje trditve. S tem dobi raziskovalec ne le podatke samo o vsebini, ampak tudi o udeležencih fokusne skupine. Moderator nadzoruje in usmerja temo pogovora in ustvarja take pogoje za interakcijo, da bo dala čim več podatkov, ki so pomembni pri raziskavi. Pogovor med udeleženci naj bi bil čimbolj podoben vsakdanjim življenjskim pogovorom med ljudmi, kajti tako je omogočena kvantiteta raznovrstnih informacij. Pri vzpostavljanju diskusije lahko moderator uporabi pripomočke. Poleg postavljanja vprašanj lahko uporabi še fotografije, videoposnetke ali kakšne druge stvari. Skupini lahko dodeli kako nalogo (reševanje vprašalnika, sestavljanje plakata, kolaž tehnika, risanje, tehniko dopolnjevanja...) in na ta način pripomore k sprostitvi vzdušja v skupini, poveča pa se tudi stopnja spontanosti odgovorov in premostitev psihološke in jezikovne ovire (Šarič, 2007).

Pri pridobivanju udeležencev za sodelovanje v fokusni skupini lahko uporabimo različne načine: oglaševanje v medijih, objave v izbranih ustanovah ali pa uporabimo tako imenovani »snowballing« tj. način, kjer zaprosimo določene ljudi, da za sodelovanje v fokusni skupini povabijo svoje prijatelje in ti spet svoje prijatelje. Pri sestavi fokusne skupine je vprašanje, kakšna naj bo skupina: homogena ali heterogena. Homogene skupine hitreje vzpostavijo stik in so bolj produktivne v idejah. Heterogene skupine pa nam pogosteje osvetlijo neznane vidike. Pri fokusnih skupinah prihaja tudi do vprašanja, ali naj bodo udeleženci v skupini tujci ali pa taki, ki se med seboj že poznajo. Boljše je, če so udeleženci tujci, kajti na take skupine pritisk ne deluje in tako ne zamolčijo pomembnih tem in nimajo strahu pred vrednotenjem in ocenjevanjem (Šarič, 2007).

Število udeležencev posamezne skupine je stvar presoje raziskovalca. Število udeležencev naj bi bilo od 8 do 10. Izkušnje so pokazale, da pri manjših skupinah, manj kot 6 udeležencev, dominirata eden ali dva posameznika in ne moremo dobiti želene raznolikosti mnenj. V skupinah večjih od 12 udeležencev pa se lahko zgodi, da so možnosti izražanja posameznika omejene; take skupine je težje upravljati in vzdrževati participacijo vseh članov. Intervju v fokusni skupini naj bi trajal od ene ure in pol do dveh ur in pol. Čeprav se lahko fokusne skupine izvajajo v različnih prostorih od doma do pisarn, se najpogosteje izvajajo v prostorih namenjenih posebej za fokusne skupinske intervjuje. Takšni prostori naj bi imeli enostranska ogledala in razgledne sobe, iz katerih lahko opazovalci neovirano spremljajo potek diskusije. Podatki v fokusnih skupinah se zbirajo s pomočjo snemalnih pripomočkov. Od posameznega raziskovalca je odvisno, kateri snemalni pripomoček bo uporabil: lahko npr. uporabi videokamero ali diktafon (Šarić, 2007).

Po zaključenem skupinskem intervjuju raziskovalec analizira odgovore in poskuša vse, kar je bilo povedano, strniti v ugotovitve, ki so pomembne za cilje raziskave. Običajno je analiza izdelana na osnovi tekstovnega materiala, kar pomeni, da se podatki iz avdio oz. avdio-video oblike spremenijo v pisno, kar imenujemo transkripcija. Pri tem lahko prihaja do različnih problemov, kot je npr. prepoznavanje glasov, ali vprašanja, kako podrobno naj se zvočni zapis prepíše v pisno obliko. Vse to je odvisno od raziskovalca - kako podrobno bo pristopil k analizi podatkov (Šarić, 2007).

3 MATERIAL IN METODE

3.1 PRISTOP K RAZISKAVAM

Za zbiranje podatkov v diplomski nalogi sem uporabila kvalitativno metodo raziskovanja - fokusna skupina. Izbrana metoda se mi je zdela najprimernejša, saj ta metoda ni merljivega tipa in rezultati so namenjeni predvsem oblikovanju vtisa in ne definiranju trga (Kvalitativne..., 2011).

K sodelovanju sem povabila predvsem udeležence, ki jih poznam oziroma jih poznajo moji prijatelji in znanci. Udeležence sem povabila s pomočjo interneta (Facebook in elektronska pošta) in preko neosebnega stika, s klicem.

Nekateri vabljeni so se opravičili zaradi drugih obveznosti, toda kljub temu je bil odziv vabljenih zadovoljiv, kar je omogočilo kakovostno razpravo. Na moje povabilo se je odzvalo 8 vabljenih. Udeleženci v moji fokusni skupini so študenti različnih starosti in prihajajo iz različnih pokrajin v Sloveniji in z različnih fakultet. Opis udeležencev v fokusni skupini je razviden iz preglednice 2.

Preglednica 2: Seznam in opis udeležencev v fokusni skupini

Št. udeleženca	Ime	Starost	Spol	Izobrazba/Fakulteta	Gospodinjstvo
1	Andrej	24	M	biotehniška/zootehnika	pri starših
2	Anže	28	M	management	lastno
3	Tea	21	Ž	dijakinja	pri starših
4	Simona	25	Ž	filozofska	lastno
5	Kornelija	25	Ž	filozofska	lastno
6	Barbara	24	Ž	biotehniška/zootehnika	lastno
7	Tina	24	Ž	biotehniška/zootehnika	pri starših
8	Tamara	21	Ž	socialno delo	pri starših

Pri izbiranju prostora izvedbe fokusne skupine je bila izbrana pisarna na Biotehniški fakulteti, na oddelku za zootehniko na Rodici. V prostoru so bili v krogu postavljeni stoli, na sredini pa miza. Pogovor smo snemali s pomočjo diktafona, ki je bil v času diskusije na mizi.

Temo v fokusni skupini smo razdelili na sedem večji sklopov. V prvem nas je zanimalo zdravo življenje na splošno. Izvedeti smo želeli prve asociacije udeležencev fokusne skupine, ki se jim porodijo, ko slišijo besedo zdravo življenje, kaj pravzaprav za njih pomeni zdrav način življenja, kako si ga predstavljajo, katere stvari, dogodke, načine bi povezali z zdravim načinom življenja.

Drugi sklop smo namenili zdravi prehrani. Pri tem delu smo uporabili kolaž tehniko. Vsak udeleženec je dobil tri revije (Naša Žena, Obrazi in Pilot) in škarje. Iz revij je moral izrezati vse, za kar se mu porodi asociacija, ki ga spominja na »zdravo hrano«. Na voljo so imeli pet minut.

V tretjem sklopu smo med udeleženci iskali povezavo med zdravim življenjskim slogom in zdravo prehrano. Poskušali smo izvedeti, ali lahko izpostavimo proizvode, izdelke, ki jih imajo za zdrave, ter zakaj uživajo takšno hrano oziroma zakaj ne. Ali in kako vedo, da je hrana, ki jo uživajo, »zdrava«?

V četrtem sklopu je potekala razprava okrog izbire izdelkov, ki smo jim jih predstavili. Udeleženci so imeli na razpolago štiri skupine izdelkov: kekse, sokove, jogurte, margarine. Opis izdelkov je prikazan v prilogi C. V vsaki skupini so bile različne blagovne znamke; poleg tega so bile na izdelkih različne trditve. Zaprosili smo jih, če lahko iz posamezne skupine izdelkov izberejo po en izdelek, ki bi ga v trgovini kupili ter razložiti, zakaj so izbrali prav ta izdelek.

S petim sklopom smo želeli izvedeti, kako si udeleženci predstavljajo osebo, ki uživa LCA probiotični jogurt z 1,5 % m.m. (Zelena dolina) s trditvijo vlaknine Beneo za močne kosti, in osebo, ki uživa margarino OMEGOL AKTIV z dodanimi rastlinskimi steroli, ki znižuje raven holesterola in vsebuje omega 3 in omega 6 maščobne kisline. Na koncu smo jih

prosili še, naj opišejo osebo, ki uživa jogurt EGO Slim in Vital, vsebuje Q10 in L karnitin ter pomaga uravnavati telesno težo.

V šestem sklopu smo udeležencem predstavili različne trditve in jih zaprosili, da povedo, kaj mislijo o teh trditvah; predvsem nas je zanimalo, ali jih preberejo in ali jim verjamejo. Prosili smo jih tudi, če nam povedo, katera od teh trditvev jim je najbližje oziroma je za njih najbolj zanimiva (privlačna). Predstavili smo jim različne trditve, in sicer prehranske, zdravstvene in komercialne. Trditve so podrobneje predstavljene v prilogi D.

V zadnjem sklopu smo se osredotočili na informacije/trditve, ki so bile zapisane na izdelkih, ki smo jim jih predstavili. Vprašali smo jih, kako zaznavajo in razumejo trditve ter se pozanimali, ali menijo, da so dovolj poučeni o trditvah. Prav tako nas je zanimalo, ali kupujejo izdelke z določenimi trditvami.

4 REZULTATI

Rezultate fokusne skupine bom predstavila v sedmih večjih sklopih, po katerih je bila vodena diskusija. Vprašanja po sklopih so med seboj povezana in tesno prepletena, zato so udeleženci odgovore med seboj povezovali na različnih mestih, nekateri odgovori pa so se ponavljali. Ugotovitve, ki jih navajam v posameznem sklopu, so pravzaprav sinteze in sem jih izpeljala iz celotne razprave udeležencev v fokusni skupini.

1. Zdrav življenjski slog.

Asociacije na temo zdravo življenje so med seboj podobne in so se ponavljale. Lahko jih strnemo v štiri splošne sklope: telesna dejavnost, mentalna dejavnost, duhovnost in zdrava prehrana. Kot telesne dejavnosti so omenjali predvsem ukvarjanje s športom, vključevanje v različne športne dejavnosti v sklopu fakultete in kot posamezne odločitve: ukvarjanje s športom, sprehodi... Pri mentalni dejavnosti so omenjene tiste, ki so povezane s stresom na fakulteti ali pri zaposlitvi preko študentskega servisa. Udeleženci so mnenja, da je potrebno stres, kjerkoli se pojavlja, zmanjšati, preprečiti, kajti edino tako bi lahko imeli zdravo življenje. Stres so omenjali v povezavi s fakulteto, ki jim vzame preveč časa in zato ga ostane premalo za druge stvari, premalo spanja, prezaposlenost - zjutraj na fakulteti, popoldne in vikende v službi, da lahko živiš »normalno« študentsko življenje. Pri duhovnosti so poudarili notranji mir, zadovoljstvo... Veliko asociacij, ki so se udeležencem porodile ob besedi zdravo življenje, pa je bilo povezanih z zdravo prehrano. Udeleženci so mnenja, da je za zdrav način življenja pomembno uživanje zdrave hrane, pri čemer so omenjali predvsem sadje in zelenjavo. Zdrava prehrana je za udeležence uživanje bio hrane, ekoloških izdelkov (brez pesticidov), pet obrokov na dan, uživanje hrane, ki prihaja s podeželja, vitamini, minerali, raznovrstno uživanje hrane...

2. Povezava v zvezi z zdravo prehrano (kolaž tehnika).

Ko smo udeležence prosili, da iz revij izrežejo vse, kar jih spominja na zdravo prehrano, smo dobili veliko slik in člankov, vendar so bile razlage, zakaj so izbrali določene slike

bolj skope. Vsak udeleženec je izrezal vsaj eno sliko, na kateri se pojavlja sadje ali zelenjava. Prevladuje mnenje, da sta prav sveže sadje in zelenjava najbolj zdrava prehrana. Prav tako so mnenja, da je zdrava prehrana tista, ki je pridelana na tradicionalni »star« način brez uporabe gnojil in dodajanja kemikalij. Pri zdravi prehrani se lahko spremlja sledljivost. Za nekatere proizvode menijo, da so zdravi, ne da bi res vedeli ali imeli razlago, zakaj je tako. Mnenja, da je nekaj zdravo, imajo zato, ker jim tako narekujejo mediji. Slike in članke, ki so bili izbrani, lahko strnemo v štiri skupine:

- slike različnih vrst sadja in zelenjave, mesa, rib, medu,
- slike ali članki o športu, rekreaciji, hoji,
- slike ali članki, na katerih se pojavljajo zdrave osebnosti: športniki, zvezdniki, osebe z manj kilogrami,
- slike, ki prikazujejo bolj abstraktne stvari, kot so na primer slike, ki izražajo uspeh, veselje, zadovoljstvo, srečo...

Asociacije na slike in članke so bile od udeleženca do udeleženca različne.

Anže, 28 let

- Recept za bograč; na prvem mestu, blazno rad imam bograč, povezujem ga z nekimi prijetnimi občutki, ni važno, kaj jem, važen je filing in vzdušje, zdrava hrana je pomembna za dušo, za telo, če si zadovoljen, so vitamini stranskega pomena.
- Slika solate z bučnim olje; seveda z bučnim oljem, okus, užitek.
- Slika morje in ribe + limone; občutek, okus, okus te spominja na lepe trenutke.
- Naslov članka: Ne bojmo se sonca; sonce je vir energije, življenja, rastline potrebujejo sonce za rast.
- Slika sončnice; v povezavi s soncem.

Tea, 21 let

- Slika skute; čeprav je ne maram smatram, da je zdrava.
- Slika medu; ker ima veliko vitaminov, dobiš odpornost, hrana mora imeti vitamine, mora pomagati, da smo odporni.
- Slika čokolade; čokolada nam daje energijo, živila pomembna zaradi hranil.

Simona, 25 let

- Članek: ni vsak kakav zdrav.
- Slika tortice; pregrešna tortica s čokolado in smetano, tudi to paše k zdravi hrani, da se poje kaj takega, pregrešna hrana ni nujno, da ni zdrava - zaželena je.
- Naslov članka: Kitajski čaj Wulong najbolje porablja maščobe; s tem namenom, da je potrebno poznati, kaj pijemo in čemu služi, poznati moramo funkcijo posameznih sestavin.
- Slika pomaranče; pomaranče obrane sveže, poudarek na svežini, zdrava hrana je sveža (tudi sveža), kombinacija pijače in hrane.

Barbara, 24 let

- Slika za reklamo izdelka: Immunal, z vitaminom C, brez alkohola, ko virusi nimajo šans.
- Slika ženske z limono; sadje - zdrava prehrana.
- Slika zelenjave.
- Članek: Narava sama skrbi za naše zdravje; v povezavi s pravilno prehrano in športnim načinom življenja.

Kornelija, 25 let

- Slika za reklamo izdelka: Immunal, z vitaminom C, brez alkohola, ko virusi nimajo šans.
- Slika ženske z limono.
- Slika zelenjave.
- Članek: Narava sama skrbi za naše zdravje; v povezavi s pravilno prehrano.

Tina, 24 let

- Slika jagod.
- Slika melise; povežem jo s prehrano, vino, prehrana, drugače melisin čaj, melisa izboljšuje okus, lahko je samo okras hrani, pomemben je izgled, večinoma se odločiš glede na izgled.
- Slika citrusov.

- Slika vina; ker je zdravo, domače vino.

Tamara, 21 let

- Slika ženske z limono; sadje, zdravo življenje.
- Slika jagode; spet sadje.
- Slika pomaranč.
- Slika paradižnika in jajc.
- Slika paradižnika in peteršilj.
- Slika tehtnice; zdravo življenje tudi manj kilogramov.
- Slika zeliščnega čaja; moderno dojetanje sveta, vse, kar je zeliščno je zdravo.
- Slika zelenjave; zelenjava je zdrava, tako so nas učili že od majhnega.

Andrej, 24 let

- Slika rib; aminokisljine, v bistvu mislim na ribe iz severnega morja, toda tu so na sliki postrvi.
- Slika kokosa; oreški.
- Slika mesa; premalo zaužijemo mesa, meso bi bilo dobro zaradi energije, vitaminov.
- Slika čokolade; preveč je jemo, potrebno jo je zmanjšati.
- Slika medu; energija, moč, čokolado bi bilo potrebno nadomestiti z medom.
- Slika podeželja; bio, eko pridelava, ekstenzivna reja.

3. Povezava med zdravim življenjskim slogom in zdravo prehrano.

Ker je bilo vprašanje obširno, so bili tudi odgovori obširnejši. Prišlo je do ponavljanja odgovorov iz prejšnjega vprašanja. Udeleženci so skupnega mnenja, da je zdrava hrana bio hrana, sadje, zelenjava (krompir, zelenjava...), raznovrstnost pridelkov, ekološki izdelki, hrana, ki prihaja s podeželja, vitamini, minerali... Večina jih je mnenja, da je zdrava naravna hrana ter hrana, za katero veš, od kod prihaja in kako, na kakšen način je pridelana in pripravljena. Zdrava hrana je tista, ki je pridelana v okolju, ki je »zdravo«, kjer ni škropljenja, gnojenja ter kjer ni dodanih pesticidov in drugih škodljivih snovi. Poleg tega so bili mnenja, da je zdrava tista hrana, ki je pridelana na tradicionalen, starodaven način,

ter tista hrana, ki je pridelana na manjši površini (manjši domači vrtovi). Pri predelavi je pomembno, da niso dodana različna hranila, konzervansi in umetne snovi. Vsak vnos umetne snovi v telo je tujek v telesu (Anže, 28 let). Industrijski način pridelave hrane ne daje zdrave hrane. Omenili so razliko med okusom zelenjave, ki jo kupiš v supermarketih, ki je pripeljana iz tujine, in zelenjave, ki jo kupiš pri kmetu. Po mnenju nekaterih je v supermarketih zelenjava vodena, brez okusa. Hrana, ki je sveža, je pokvarljiva in udeleženci so mnenja, da je taka hrana bolj zdrava, ker nima dodanih konzervansov, umetnih snovi, ki bi podaljševali obstojnost hrane. Ena od udeleženk (Simona, 25 let) je menila, da je pojem zdrava prehrana povezana s trendi, saj enkrat je na primer zdravo jesti čokolado, drugič pa spet ne. Na sploh so trdili, da imajo na vse porabnike velik vpliv mediji, saj se običajno odločimo, kaj zaužiti na podlagi tega, kar preberemo, vidimo ali slišimo iz medijev. Premalo je časa, da bi sami brali iz zdravstvenih knjig, revij, člankov, kaj je zdravo in tako imamo premalo znanja o zdravem načinu prehranjevanja. Prav tako jim pri nakupih zmanjkuje časa in znanja, da bi prebrali in razumeli, kaj piše na izdelkih, ki jih kupujejo. Udeleženka Tamara (21 let) se je vprašala, če je danes sploh mogoče dobiti zdravo hrano, kajti veliko je govora o onesnaževanju okolja, globalnem segrevanju... in vprašanje je, če je možno kje na svetu najti takšen prostor, kjer ni nič okrnjenega, nič onesnaženega ali na kakšen drugi način uničenega, kjer bi bilo mogoče pridelati zdravo hrano. Prav tako udeleženci menijo, da imajo premalo znanja o zdravi prehrani, kljub temu da še študirajo ali pa so zaključili izobraževanje na univerzitetnih in visokošolskih fakultetah. Imajo le tisto znanje, kar so jih učili v otroštvu starši, in tisto, kar so prebrali in slišali iz medijev. Omenili so, da so v dvomih, če naj takšnim virom verjamejo. Na sploh so trdili, da je treba jesti raznovrstno, vsega po malem. Simona (25 let) je mnenja, da moraš najti pravo mero informacij in poslušati svoje telo, ki ti pove, kaj je zdravo.

4. Razlogi za izbiro izdelkov.

Med udeleženci je bila velika variabilnost razlogov, zakaj so izbrali določen izdelek in zakaj so izbrali prav ta izdelek.

Sokovi: izbrali so jih glede na okus; večina udeležencev je izbrala tisti okus, ki ga pozna že od prej in ga najpogosteje uživa. Veliko jim pomeni tudi znamka, da je sok naraven ter da

nima dodanih sladkorjev. Ženski del skupine je pogledal vsebnost kalorij in preveril, da ni dodanih sladkorjev.

Jogurti: enako kot pri sokovih sta tudi pri jogurtih najpogostejša kriterija izbire okus in blagovna znamka. Ženski del skupine je več pozornosti namenil vsebnosti maščob, saj jih zanimajo izdelki, ki imajo čim manj maščob (1,3 odstotka ali še manj), medtem ko se moški del skupine na to sploh ni oziral. Njim je bil predvsem pomemben okus in da je jogurt čim manj obdelan. Tina (24 let) je rekla, da jogurtov ne uživa, če bi pa že morala izbrati, bi izbrala jogurt glede na znamko, ki ji je bolj pomembna kot pa okus jogurta. Simona (25 let) je pozornost pri izbiri posvečala jogurtu, ki ima več maščob in manj ogljikovih hidratov.

Piškoti: udeleženci so piškote izbrali glede na okus in prepoznavnost. Pri piškotih so več pozornosti namenili pakiranju in embalaži. Šele nato so pozornost namenili sestavinam; preverjali so, če so biološke predelave in brez sladkorjev. Zanimiva je izjava Simone (25 let), ki je rekla: »Jem piškote kot piškote in ne kot zdravo prehrano. Okus piškotov je pomemben za sladokusce, ker piškoti morajo biti piškoti«.

Margarine: skupina je posvečala veliko pozornosti vsebnosti maščob v proizvodih. Izbrali so izdelke, za katere menijo, da so prehransko zdravi in da vsebujejo zdrave sestavine, kot so omega 3 in omega 6 maščobne kisline. Za te maščobe so iz medijev slišali, da so zdrave, priporočajo jih strokovnjaki za zdravo prehrano in zdravniki. Ženski del je več pozornosti namenil vsebnosti maščob, medtem ko je moški del skupine izbral izdelke, ki jih poznajo in ki naj bi bili čim manj predelani.

5. Opis potrošnikov, ki kupujejo izdelka LCA probiotični jogurt s trditvijo: vlaknine beneo za močne kosti in Margarina OMEGOL AKTIV s trditvijo: znižuje holesterol.

Glede podobe potrošnika, ki uživa LCA probiotični jogurt ali margarino OMEGOL AKTIV ni bilo veliko različnih mnenj. Večina jih je mnenja, da take proizvode ne kupujejo »običajni« ljudje, ampak ljudje, ki hočejo doseči določeni cilj, in ljudje, ki imajo potrebe

po takih izdelkih zaradi bolezni in zdravstvenih težav. Andrej (24 let) je mnenja, da LCA jogurt kupuje starejša generacija, saj so bolj pod vplivom medijev in zato ker vsebuje kalcij, ki je pomemben za močne kosti. Skupina je mnenja, da imajo velik vpliv na nakup takih izdelkov mediji - reklame. Udeleženci so si predstavljali potrošnika, ki naj bi takšen jogurt užival, kot osebo ženskega spola. Mnenja so, da po nakupih hodijo v glavnem ženske in pri njih je vpliv medija večji, kajti bolj verjamejo reklamam o »zdravih« izdelkih. Udeleženci so mnenja, da izdelke kupujejo ženske, ki stanujejo v mestih ali predmestju, ženske, ki imajo zdravstvene težave, ali pač zato, ker jim je tako svetoval zdravnik. Skoraj vsi udeleženci so se strinjali, da izdelke kupuje populacija, ki spada v višji plačilni razred (Simona, 25 let; Anže, 28 let). »Če bi moški kupovali takšne izdelke, bi jih kupili zaradi zdravja,« je menila Tea (21 let). Simona (25 let) je mnenja, da tak izdelek kupi oseba samo kot statusni simbol, ker želi izstopati in dokazati, da si tak izdelek lahko privošči ter je iz medijev slišala, da so takšni izdelki popularni, dobri, zdravi. Udeležence smo nato še prosili, da naj opišejo osebo, ki kupuje EGO jogurt Slim in Vital, ki vsebuje Q10 in L-karnitin s trditvijo: pomaga uravnati telesno težo. Vsi udeleženci so bili enotnega mnenja, da ta jogurt kupijo predvsem ženske, ki se nočejo zrediti ali želijo nekaj dobrega narediti za svoje telo. Predstavljajo si mlajše ženske, ki naj bi živele same, prihajale naj bi iz mesta in ga kupujejo, ker preveč gledajo televizijo. So mnenja, da tega jogurta ne kupujejo športnice.

6. Vrste trditvev (prehranska, zdravstvena, komercialna).

Udeležencem so se trditve zdele sumljive. Trditve dojemajo kot komercialne trike, ki jih proizvajalci in trgovci napišejo na izdelek, ker želijo prepričati potrošnike, da kupijo takšne izdelke. Najbolj so udeleženci zaupali komercialni trditvi, kajti, ali ima jogurt velike koščke sadja, lahko preverijo; kupijo jogurt, ga poskusijo in preverijo, ali res vsebuje velike koščke sadja. Tamara (21 let) je skeptična glede trditve: »homogenizirano mleko z 1,6 % mlečne maščobe, obogateno z 12 vitamini«, kajti sploh ne razume, kaj pomeni pojem homogenizirano. Po njenem mnenju je pojem preveč učen, normalni ljudje ga ne razumejo, izdelek bi kupila le zaradi tega, ker vsebuje 1,6 % mlečne maščobe in 12 vitaminov. Med udeleženci so se pojavili tudi očitki, zakaj bi bilo treba mleku dodajati kalcij in vitamine, saj je mleko že naravni vir vitaminov in mineralov. Starši in stari starši

so jih že od malega učili, da je naravno mleko najbolj zdravo. S trditvijo, da vsebuje kalcij, ki ima pozitiven vpliv na kosti, hočejo proizvajalci prepričati potrošnike, predvsem starejše ljudi, ki že imajo težave s kostmi, naj kupijo izdelek in plačajo dodatno ceno za take proizvode. Kornelija (25 let) meni, da so sporočila zapisana na izdelkih preobsežna in da so to le reklamna sporočila. Andrej (24 let) pa je mnenja, da prehranske in zdravstvene trditve morajo držati, saj naj bi take trditve bile zakonsko preverjene in naj bi jih preverjale inšpekcije.

7. Zaznavanje, dožemanje, razumevanje informacij zapisanih na izdelkih.

Večina udeležencev izjavam, zapisanim na izdelku, ne zaupa. Eni so mnenja, da jim je potrebno zaupati, saj, če je nekaj zapisano na izdelku in je izdelek v prodaji, tak izdelek ne sme škoditi ljudem in zdravju. Udeležencem se zdijo najbolj pomembne prehranske trditve, čeprav jih večina ne razume (npr. homogenizirano). Če bi hotel razumeti pojme, ki so jih zmožni proizvajalci napisati na izdelke, moraš imeti dovolj znanja in znanje izpopolnjevati. Udeleženci so mnenja, da so premalo poučeni o zdravi prehrani, imajo le splošno znanje, pridobljeno v času šolanja, pri nakupih pa imajo premalo časa. Po njihovem mnenju so informacije na izdelkih premalo vidne, za študente, kaj šele za starejšo populacijo, zapisane s premajhnimi črkami. Udeleženci kupijo predvsem izdelke, ki jih poznajo in so jih že prej kupovali. Če že kupijo izdelek z določeno trditvijo, ga kupijo slučajno. V primeru, da kupi nov izdelek, se prej pozanima in prebere informacije o izdelku, je povedala Tina (24 let). Udeleženci so mnenja, da bi kupovali več izdelkov s posamezno trditvijo, če bi vedeli, da je to, kar piše na izdelku, resnično in če bi bile cene enake ostalim izdelkom, ki nimajo napisanih nobenih trditvev. Udeleženci diskusije so menili, da premalo berejo o zdravi prehrani. Če že kaj preberejo, preberejo na internetu. Tina (24 let) bere sicer veliko, ampak prebranega ne upošteva. »V marketingu so potrebne take izjave s stališča proizvajalca; s stališča uživalca je pomembno, da je izdelek npr. brez sladkorja za sladkornega bolnika,« je mnenja Anže (27 let). Tamara (21 let) meni, da bi morala biti količina o posameznih sestavinah izdelka zapisana tudi na kruhu, zelenjavi, mesu, sadju. »Izdelki s prehranskimi in zdravstvenimi trditvami so pomembni za športnike in za posebne ljudi (ljudje z boleznimi in alergijami),« je mnenje Tine (24 let).

5 RAZPRAVA

V razpravi predstavljam ključne ugotovitve fokusne skupine, v kateri so sodelovali študenti. Rezultate moje raziskave bom primerjala z rezultati podobne študije: Study report on consumer motivations and behaviours for products with health claims, v sklopu katere je potekala fokusna skupina, ki je bila izvedena na Biotehniški fakulteti, Oddelku za zootehniko na Rodici, pri kateri sem bila prisotna kot opazovalec. Prvo primerjalno skupino predstavljajo upokojeanci nad 50 let, pri drugi pa so sodelovale matere in očetje otrok, starih do 15 let (National ..., 2009; Stojanovic in sod., 2010). Prav tako so naši rezultati podobni rezultatom iz raziskav, ki so opisane v pregledu objav.

- Fokusne skupine so nakazale, da so asociacije na zdrav življenjski slog podobne pri vseh treh skupinah in jih lahko strnemo v štiri splošne sklope: telesna dejavnost, mentalna dejavnost, duhovnost in zdrava prehrana. Skupina upokojencev je dodala še ustaljeno družinsko življenje, počitnice, dovolj spanja ter religijo. Medtem je skupina mater mnenja, da so za zdrav način življenja pomembni tudi čistoča, higiena, topli obroki ter raznolikost obrokov.
- Asociacije na slike in članke so bile bolj skope. Pri vseh treh skupinah prevladuje mnenje, da je za zdrav način življenja bistvena zdrava prehrana, to je prehrana, ki vsebuje sadje in zelenjavo ter je sveža. Prav tako so vse tri skupine mnenja, da je zdrava prehrana tista, ki je pridelana na tradicionalen način brez kemikalij, pesticidov.

Izbrane slike in članke lahko strnemo v štiri skupine:

- slike različnih vrst sadja in zelenjave, meso, ribe, med,
- slike ali članki športa, rekreacije, hoja (pri skupini mater in upokojencev),
- slike ali članki, na katerih se pojavljajo »zdrave« osebniosti (športniki, zvezdniki, osebe z manj kilogrami),
- slike, ki prikazujejo bolj abstraktne stvari, kot so na primer slike, ki izražajo uspeh, veselje, zadovoljstvo, srečo...

- Udeleženci v vseh treh fokusnih skupinah so mnenja, da je zdrava prehrana tista, ki je pridelana na tradicionalen način brez uporabe kemikalij, pesticidov. Zdrava prehrana je tista, pri kateri se lahko spremlja sledljivost. Zdrava prehrana je sveže sadje in zelenjava. Vsi udeleženci so enotnega mnenja, da industrijski način pridelave hrane ne daje zdrave prehrane. Skupina upokojencev je skeptična glede informacij zapisanih na tako imenovanih »zdravih« izdelkih. Skupina mater pa je poudarila predvsem, da sta najbolj pomembna način in priprava hrane.
- Večja variabilnost med udeleženci treh skupin se je pokazala pri izbiri izdelkov, ki so jih imeli na razpolago. Študenti so pri izbiri izdelkov največ pozornosti namenili okusu ter izbrali izdelke, ki jih že poznajo. Upokojenci so izpostavili tiste trditve na izdelkih, ki so se nanašale na biološko pridelavo ter vsebnost maščob. Večina upokojencev margarine ni izbrala, ker je preveč industrijski izdelek. Odločilno vlogo pri skupini mater in očetov pri izbiri ter nakupu izdelkov predstavlja cena. Kot zanimivost bi izpostavila dejstvo, da je samo en udeleženec v tej skupini kot razlog nakupa določenega izdelka izpostavil željo otroka. V pregledu literature Stojanovic in sod. (2010) navajajo, da se skrb za zdravo prehrano povečuje s starostjo; ženske se bolj fokusirajo na zdravo prehranjevanje kot moški in se bolj zdravo prehranjujejo.
- Glede podobe potrošnika, ki uživa izdelke s prehranskimi in zdravstvenimi trditvami, ni bilo veliko različnih mnenj. V fokusni skupini študentov in upokojencev je prevladovalo mnenje, da LCA probiotični jogurt z vlakninami beneo za močne kosti ne uživajo običajni ljudje, ampak tisti, ki že imajo zdravstvene težave, ali takšni, ki hočejo doseči neki cilj. Te najdemo predvsem med potrošniki, ki živijo v urbanih naseljih, imajo višje dohodke in želijo biti »in«. Del skupine upokojencev pa misli, da tak izdelek kupujejo mladi, ki želijo biti zdravi in ohranjati lep videz. Takšni po njihovem živijo v urbanem območju, imajo visok dohodek in so visoko izobraženi. Za Ego jogurt Slim in Vital so udeleženci fokusne skupine študentov in skupine mater mnenja, da tak izdelek kupujejo predvsem mlajše ženske, ki želijo shujšati ali ohranjati normalno telesno težo in prihajajo večino iz mest ter živijo same. Skupina študentov je izpostavila, da take izdelke

nikakor ne kupujejo športniki. Odgovore upokojencev pa lahko razdelimo v dva dela; en del je mnenja, da takšen izdelek kupuje starejša populacija z zdravstvenimi težavami. Drugi del skupine pa je mnenja, da takšen izdelek kupujejo mladi, ki želijo biti zdravi in ohranjati lep videz. Raziskave navajajo, da cena, zdravje, priročnost, oblika predelave in obljubljeni zdravstveni učinki igrajo pomembno vlogo pri izbiri izdelkov z zdravstvenimi trditvami; vera v zdravje vpliva prav tako na nakup izdelkov s trditvami, so izpostavili Stojanovic in sod. (2010).

- Na podlagi podatkov, pridobljenih v vseh treh fokusnih skupinah lahko sklepamo, da so potrošniki mnenja, da so trditve, zapisane na izdelkih, sumljive in jim ne zaupajo najbolj. Udeleženci fokusnih skupin najbolj zaupajo komercialni trditvi, ker lahko tako trditev preverijo. Trditve dojemajo kot komercialne trike, s katerimi hočejo proizvajalci in trgovci privabiti potrošnike. Študenti in upokojenci so mnenja, da imajo za takšne trditve premalo znanja. Menijo tudi, da jih »običajni« ljudi ne razumejo. Skupina mater in očetov trditev na izdelkih običajno ne preverja, saj kupuje ene in iste izdelke; pozornost namenjajo predvsem ceni izdelka. Tudi raziskava, ki sta jo opravila Pothoulaki in Chrysochoidis (2009), je pokazala, da se potrošniki ne ozirajo na zdravstvene trditve, ki so zapisane na izdelkih, kljub temu da jih preberejo in jih razumejo, ampak kupujejo izdelke iz navade, izkušenj in preteklega ravnanja. V avstralski študiji so raziskave pokazale, da potrošniki ne zaupajo trditvam proizvajalcev ter da so potrošniki bolj naklonjeni prehranski trditvi kot zdravstveni trditvi, ker jo bolje razumejo (Verhagen in sod., 2010).
- Skupina študentov je mnenja, da informacije zapisane na izdelkih niso dovolj jasne, pregledne in razumljive; enakega mnenja so tudi upokojenci ter matere in očetje. Udeleženci vseh treh skupin so prav tako mnenja, da so trditve najbolj zanimive za starejšo populacijo ljudi. Za skupino upokojencev so informacije na izdelkih zapisane s premajhnimi črkami, čimer se strinjajo tudi študenti. Slednji so kot najbolj pomembne izpostavili prehranske trditve, kljub temu da jih ne razumejo v celoti, saj nimajo dovolj znanja. Skupina mater informacij na izdelkih običajno ne prebere, ker trditvam ne zaupa. Vsi udeleženci menijo, da bi več pozornosti

namenili trditvam, če bi imeli v trgovini več časa in bi bile trditve zapisane bolj pregledno in jasno. Wansink in sod. (2004) pa so na osnovi opravljene raziskave mnenja, da so kupci bolj naklonjeni kratki trditvi na izdelku, ker jo bolje razumejo.

6 SKLEPI

Cilj diplomske naloge je bil pridobiti mnenja mlajših potrošnikov o zdravi prehrani in zdravem načinu življenja, o pogledu na izdelke s trditvami, o zaznavanju in razumevanju prehranskih in zdravstvenih trditvev, zapisanih na izdelkih, o mnenju in odločitvah za nakup izdelkov s trditvami.

Mnenja študentov, ki smo jih izbrali kot skupino mlajših potrošnikov, lahko strnemo v naslednje sklepe:

asociacije študentov na zdrav način življenja so: telesna dejavnost, mentalna dejavnost, duhovnost in zdrava prehrana.

V intervjuvani skupini študentov prevladuje mnenje, da je za zdrav način življenja bistvena zdrava prehrana, ki vsebuje sadje in zelenjavo in je sveža ter pridelana na tradicionalen način brez kemikalij in pesticidov.

Študenti trdijo, da je zdrava prehrana tista, pri kateri se lahko spremlja sledljivost. Menijo, da je zdrava prehrana sadje in zelenjava ter da industrija ne daje zdrave hrane.

Študenti so pri izbiri izdelkov največ pozornosti namenili okusu in izdelkom, ki jih poznajo.

Mnenje študentov je bilo, da LCA probiotični jogurt z vlakninami beneo za močne kosti izberejo tisti ljudje, ki že imajo zdravstvene težave, ali tisti, ki hočejo doseči nek cilj.

Na podlagi odgovorov, v raziskavo vključenih študentov, lahko zaključimo, da za mlajše potrošnike trditve, zapisane na izdelkih, niso dovolj jasne, pregledne in razumljive. Menijo celo, da so sumljive in jim potrošniki ne zaupajo najbolj. Trditve dojemajo kot komercialne trike. Najbolj so jim všeč prehranske trditve, čeprav jih v celoti ne razumejo, saj po njihovem mnenju nimajo dovolj znanja.

7 POVZETEK

Zdravje je še vedno zelo cenjena vrednota in ljudje vsak dan razmišljamo, kako bi ga okrepili in izboljšali. Zaradi tega vedno bolj posegamo po izdelkih, ki bodo okrepili naš imunski sistem in nas obvarovali pred različnimi boleznimi: to so izdelki s prehranskimi in zdravstvenimi trditvami, ki jih uvrščamo med funkcionalna živila.

Funkcionalna živila so živila, ki naj bi izboljševala zdravje in dobro počutje v večji meri, kot to pričakujemo od konvencionalnih živil. Da pa postane živilo funkcionalno, je lahko na eni strani obogateno z določenimi sestavinami, na drugi strani pa lahko določenih sestavin nima.

Zanimalo nas je, kakšni so pogledi mlajših potrošnikov o zdravi prehrani in zdravem načinu življenja in zdravi prehrani, kako sprejemajo izdelke z trditvami, ali zaznavajo in razumejo prehranske in zdravstvene trditve, zapisane na izdelkih, ter o mnenju in odločitvah za nakup izdelkov s trditvami.

Rezultate smo pridobili s kvalitativno metodo raziskovanja (fokusno skupino). V fokusni skupini je sodelovalo osem študentov. Rezultate skupine smo primerjali s skupino upokoencev ter skupino mater in očetov otrok starih do 15 let, ki so bili vključeni v študijo: Study report on consumer motivations and behaviours for products with health claims (National ..., 2009; Stojanovic in sod., 2010). Temo v fokusni skupini smo razdelili na sedem večjih sklopov, ki so se nanašala na zdravo prehrano, zdrav življenjski slog, mnenja o izdelkih s prehranskimi in zdravstvenimi trditvami ter zaznavanje in razumevanje trditvev.

Pogledi in mnenja glede zdrave prehrane in zdravega načina življenja se v skupini študentov bistveno ne razlikujejo od ostalih dveh skupin. Izbrane asociacije na zdrav način življenja so bile: telesna dejavnost, mentalna dejavnost, duhovnost in zdrava prehrana. Mnenje vseh treh skupin je, da je za zdrav način življenja bistvena zdrava prehrana, ki vsebuje veliko sadja in zelenjave in pri kateri lahko spremljaš sledljivost.

Študenti so pri izbiri izdelkov največ pozornosti namenili okusu in največkrat izbrali izdelke, ki jih poznajo, medtem ko so upokojeenci večjo pozornost posvečali ekološkim izdelkom in bili pozorni na trditve o vsebnosti maščob. Pri skupini mater in očetov pa je odločilno vlogo pri izbiri izdelkov predstavljala cena.

Skupina študentov in upokojeencev je bila mnenja, da LCA probiotični jogurt z vlakninami beneo za močne kosti, to je izdelek, ki nosi zdravstveno trditvev, izberejo tisti ljudje, ki že imajo zdravstvene težave, ali tisti, ki hočejo doseči neki cilj. Predvsem takšne najdemo med potrošniki, ki živijo v urbanih naseljih in imajo višje dohodke.

Na osnovi mnenja vseh treh skupinah lahko zaključujemo, da so za potrošnike trditvev, zapisane na izdelkih, sumljive in jim ne zaupajo najbolje. Trditvev dojemajo kot komercialne trike. Študenti in upokojeenci so mnenja, da imajo premalo znanja, da bi razumeli njihov pomen. Skupina mater in očetov pa trditvev običajno ne prebere, saj kupujejo ene in iste izdelke in večjo pozornost posvečajo ceni izdelka. Udeleženci najbolj zaupajo komercialni trditvi.

Rezultati fokusnih skupin so pokazali, da so udeleženci mnenja, da informacije, zapisane na izdelkih, niso dovolj jasne, pregledne in razumljive. Udeleženci vseh treh skupin menijo, da so trditvev najbolj zanimive za starejšo populacijo. Za skupino upokojeencev so informacije na izdelkih zapisane s premajhnimi črkami; enakega mnenja so tudi študenti. Slednji so kot najbolj pomembne izpostavili prehranske trditvev, kljub temu da jih ne razumejo v celoti, saj imajo premalo znanja. Skupina mater trditvam ne zaupa. Vsi bi večjo pozornost posvečali trditvam, če bi v trgovini imeli več časa in bi bile zapisane na bolj jasnem in preglednem načinu.

8 VIRI

Higienska stališča za higieno živil, namenjena delavcem v živilski dejavnosti/2. Stopnja. 2009. Ljubljana, Inštitut za varovanje zdravja Republike Slovenije in območni zavodi za zdravstveno varstvo: Celje, Koper, Kranj, Maribor, Murska Sobota, Nova Gorica, Novo Mesto, Ravne na Koroškem, Zavod za zdravstveno varstvo Murska Sobota: 58 str.

http://www.zzv-ms.si/si/varnost_zivila/documents/Higienskastaliscazahigienozivilnamenjenadelavcemvzivilskidejavnosti.pdf (februar 2011)

Horvat N. 2014. Kvalitativne raziskave: intervju, fokusna skupina. Univerza v Ljubljani, Fakulteta za farmacijo.

http://studentski.net/gradivo/ulj_ffa_fa1_sfa_sno_kvalitativne_raziskave_intervju_fokusne_skupine_01?r=1 (5. avg. 2016)

National report for Focus group discussion: Slovenia. Food with Health claims. 2009. FOCUS, Food Consumer Sciences in the Balkans, 7th Framework programme 15 str.

Kvalitativne raziskave Gfk Slovenija. Gra-Iteo.

http://www.gfk.si/3_1_kvalit_raz.php (april 2011)

Kvalitativno raziskovanje. Univerza v Ljubljani, Fakulteta za socialno delo.

www.fsd.uni-lj.si/mma/Methodologija-C---dr.-Uhan/2009051313094189/
(5. avg. 2016)

Kvantitativno raziskovanje. Wikipedija.

https://sl.wikipedia.org/wiki/Kvantitativno_raziskovanje (5. avg. 2016)

Pothoulaki M., Chryssochoidis G. 2009. Health claims: Consumers matters. Journal of Functional Foods 1, 2; 222-228

Pravilnik o splošnem označevanju predpakiranih živil. Ur. l. RS št. 50/2004

Prehranske in zdravstvene trditve. 2011. Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano:
Direktorat za varno hrano.

http://www.uvhvvr.gov.si/si/delovna_podrocja/zivila/prehranske_in_zdravstvene_trditve/
(september 2011)

Raspor P., Rogelj I. 2001. Funkcionalna hrana – definicije V: Funkcionalna hrana . 21.
Bitenčevi živilski dnevi, Portorož, 8. in 9. november 2001. Žlender B., Gašperlin L. (ur).
Ljubljana, Biotehniška fakulteta, Oddelek za živilstvo: 25-36

Smernice uporabe zdravstvenih trditev na živilih. 2011. Ministrstvo za zdravje.

http://www.mz.gov.si/fileadmin/mz.gov.si/pageuploads/mz_dokumenti/zakonodaja/varn_ost_hrane/splosna_zakonodaja/Microsoft_Word_-_SMERNICE_UPORABE_ZDRAVSTVENIH_TRDITEV_NA_ZIVILIH3.pdf (11.avg. 2016)

Stojanovic Z., Zaouche-Laniau M., Esteve M. 2010. Study report on consumer motivations and behaviours for products with health claims, FOCUS-BALKANS: Food Consumer Sciences in the Balkans: Frameworks, Protocols and Networks for a better knowledge of food behaviours: 225 str.

[http://www.focus-balkans.org/res/files/upload/file/FOCUS-BALKANS%20DL6%20Study%20report%20on%20consumer%20motivations%20and%20%20behaviours%20for%20products%20with%20health%20claims\(1\).pdf](http://www.focus-balkans.org/res/files/upload/file/FOCUS-BALKANS%20DL6%20Study%20report%20on%20consumer%20motivations%20and%20%20behaviours%20for%20products%20with%20health%20claims(1).pdf) (avgust 2011)

Subirade M. 2007. Report on functional foods. Rome, Food and Agriculture Organization of Standards Service, Nutrition and Consumer Protection Division: 26 str.

http://www.fao.org/ag/AGN/agns/files/Functional_Foods_Report_Nov2007.pdf (11. nov. 2011)

Šarić M. 2007. Fokusne skupine v psihološkem raziskovanju. Psihološka obzorja/Horizons of Psychology, 16, 3: 125-137

Šeruga S. 2009. Odnos potrošnikov do funkcionalne hrane. Diplomaska naloga. Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, Oddelek za zootehniko.

http://www.digitalna-knjiznica.bf.uni-lj.si/dn_seruga_simona.pdf (4. jun. 2012)

Uredba (ES) št. 1924/2006 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 20. december 2006 o prehranskih in zdravstvenih trditvah na živilih, (UL L 404, 30. 12. 2006, str. 9), 20. 12. 2006.

http://www.uvhvvr.gov.si/fileadmin/uvhvvr.gov.si/pageuploads/DELOVNA_PODROCJA/Zivila/trditve/CELEX_02006R1924-20141213_SL_TXT.pdf (10. avg. 2016)

Uredba komisije (ES) št. 353/2008 z dne 18. aprila 2008 o določitvi izvedbenih pravil za vloge za odobritev zdravstvenih trditvev, kakor je predvideno v členu 15 Uredbe (ES) št. 1924/2006 Evropskega parlamenta in Sveta (UL L 109, 19.4.2008, str. 11), 21. 12. 2009.

http://www.uvhvvr.gov.si/fileadmin/uvhvvr.gov.si/pageuploads/DELOVNA_PODROCJA/Zivila/trditve/CELEX_02008R0353-20091221_SL_TXT.pdf (10. avg. 2016)

Uredba komisije (EU) št. 432/2012 z dne 16. maja 2012 o seznamu dovoljenih zdravstvenih trditvah na živilih, razen trditvev, ki se nanašajo na zmanjšanje tveganja za nastanek bolezni ter na razvoj in zdravje otrok (UL L 136, 25. 5. 2012, str. 1), 16. 5. 2012.

http://www.uvhvvr.gov.si/fileadmin/uvhvvr.gov.si/pageuploads/DELOVNA_PODROCJA/Zivila/trditve/CELEX_02012R0432-20160101_SL_TXT.pdf (10. avg. 2016)

Uredba o izvajanju Uredbe (ES) Evropskega parlamenta in Sveta o prehranskih in zdravstvenih trditvah na živilih, Ur. l. RS št. 80/2007:str; 11058

Verhagen H., Vos E., Francl S., Heononen M., van Loveren H. 2010. Status of nutrition and health claims in Europe. Archives of Biochemistry and Biophysics, 501: 6-15

Wansink B., Sonka S.T., Hasler C.M. 2004. Front – label health claims: when less is more. Food Policy, 29:659-667

Zakon o zdravstveni varnosti živil in izdelkov ter snovi, ki prihajajo v stik z živali, Ur. l.
RS št. 52/2000

ZAHVALA

Med študijem in pri nastajanju diplomske naloge mi je ob strani stalo veliko ljudi. Posebno zahvalo namenjam mentorju prof. dr. Juriju Poharju za ves trud, vso pomoč, za koristne nasvete, potrpežljivost ter vzpodbudo.

Recenzentki prof. dr. Ireni Rogelj ter predsedniku komisije prof. dr. Janezu Salobirju se zahvaljujem za pregled naloge in koristne nasvete.

Sabini Knehtl se zahvaljujem za njeno prijaznost, vzpodbudo in vso pomoč v teku študija.

Zahvala gre tudi vsem udeležencem fokusne skupine.

Hvaležna sem staršem za vso ljubezen, podporo in nasvete za življenje.

Sestri in njenemu fantu se zahvaljujem za vso podporo, ki sta mi jo nudila v času študija in ki mi jo nudita še sedaj.

Zahvala gre tudi moji boljši polovici Kristjanu, ki mi pomaga in me osrečuje, prav tako tudi hčerkicama Živi in Mii, ki sta mi v veselje in ponos.

Hvaležna sem sošolkam in sošolcem, posebej Mojci in Hani, ter ostalim prijateljem in prijateljicam, ki so mi kakorkoli pomagali in mi stali ob strani.

Zahvala gre tudi vsem učiteljem, profesorjem in vsem ljudem, ki so me veliko koristnega naučili.

Hvala vsem!

PRILOGE

PRILOGA A: PREHRANSKE TRDITVE IN POGOJI, KI VELJAJO ZANJE

Prehranska trditev je vsako sporočilo ali predstavitev – tudi slikovna, grafična ali s simboli, ki navaja, domneva ali namiguje, da ima živilo posebne ugodne prehranske oziroma hranilne vrednosti. Lastnosti se lahko navezujejo na večjo ali manjšo energijsko oziroma kalorično vrednost izdelka ter na vsebnost hranil ali drugih snovi. Če proizvajalec pri predstavitvi živila omenja njegovo posebno hranilno lastnost, mora označiti tudi njegovo hranilno vrednost. Hranilna vrednost živila obsega tako energijsko vrednost kot tudi vsebnost hranilnih snovi, navadno beljakovin, ogljikovih hidratov in maščob. Če navaja podatke o vitaminih in mineralih, mora obvezno navesti tudi količino vitaminov in mineralov kot odstotek priporočenega dnevnega vnosa RDA. Na živilih so dovoljene le trditve, ki so v skladu z uredbo in pravilnikom o označevanju hranilne vrednosti živil. V prilogi A so v skrajšani obliki predstavljene najbolj pogoste prehranske trditve na živilih, kot so navedene v Prilogi »Prehranske trditve in pogoji, ki veljajo zanje«, v Uredbi (ES) št. 1924/2006 o prehranskih in zdravstvenih trditvah na živilih:

- NIZKA ENERGIJSKA VREDNOST: izdelek vsebuje manj kot 40 kalorij na 100 gramov oziroma manj kot 20 kalorij na 100 mililitrov tekočine,
- ZMANJŠANA ENERGIJSKA VREDNOST: energijska vrednost izdelka je zmanjšana vsaj za 30 odstotkov, z navedbo lastnosti, ki znižuje oziroma znižujejo živilu skupno energijsko vrednost,
- BREZ ENERGIJSKE VREDNOSTI: izdelek vsebuje manj kot štiri kalorije na 100 ml,
- NIZKA VSEBNOST MAŠČOB: izdelek ne vsebuje več kot treh gramov maščob na 100 gramov izdelka oziroma pri tekočinah ne več kot 1,5 gramov maščobe na 100 mililitrov,
- BREZ MAŠČOBE: izdelek ne vsebuje več kot 0,5 grama maščobe na 100 gramov izdelka ali na 100 mililitrov,
- NIZKA VSEBNOST NASIČENIH MAŠČOB: izdelek ne vsebuje več kot 1,5 grama skupne količine nasičenih maščobnih kislin na 100 gramov oziroma pri

tekočinah ne več kot 0,75 grama na 100 mililitrov. Vsota nasičenih in transmaščobnih kislin ne sme zagotavljati več kot 10 odstotkov energije,

- **BREZ NASIČENIH MAŠČOB:** izdelek ne vsebuje več kot 0,1 grama skupne količine nasičenih in transmaščobnih kislin na 100 gramov ali na 100 mililitrov:
- **NIZKA VSEBNOST SLADKORJA:** izdelek ne vsebuje več kot 5 gramov sladkorja na 100 gramov, pri tekočinah pa ne več kot 2,5 grama sladkorja na 100 mililitrov,
- **BREZ SLADKORJA:** izdelek ne vsebuje več kot 0,5 g sladkorjev na 100 g ali na 100 ml,
- **BREZ DODANEGA SLADKORJA:** izdelek ne vsebuje nobenih dodanih monosaharidov in disaharidov (glukoza, glukozni sirup, fruktoza, dekstroza, sladkor) ali drugih živil, uporabljenih zaradi njihovih sladilnih lastnosti,
- **MAJHNA VSEBNOST NATRIJA/SOLI:** izdelek ne vsebuje več kot 0,12 grama natrija ali enakovredne količine soli na 100 gramov ali na 100 mililitrov tekočine,
- **ZELO NIZKA VSEBNOST NATRIJA/SOLI:** izdelek ne vsebuje več kot 0,04 grama natrija ali enakovredne količine soli na 100 gramov ali na 100 mililitrov tekočine,
- **BREZ NATRIJA/SOLI:** izdelek ne vsebuje več kot 0,005 grama natrija ali enakovredne količine soli na 100 gramov ali na 100 mililitrov tekočine,
- **VIR PREHRANSKE VLAKNINE:** izdelek vsebuje vsaj 3 grame prehranske vlaknine na 100 gramov ali vsaj 1,5 grama prehranske vlaknine na 100 kalorij,
- **VISOKA VSEBNOST PREHRANSKE VLAKNINE:** izdelek vsebuje vsaj 6 gramov prehranske vlaknine na 100 gramov ali vsaj 3 grame prehranske vlaknine na 100 kalorij,
- **VIR BELJAKOVIN:** beljakovine morajo zagotavljati vsaj 12 % energijske vrednosti živila,
- **VISOKA VSEBNOST BELJAKOVIN:** vsaj 20 % energijske vrednosti živila morajo zagotoviti beljakovine.

Mleko vsebuje okoli 3,2 do 4,5 grama polnih beljakovin na 100 gramov. Pri mleku zagotavljajo beljakovine 20 do 40 odstotkov energijske vrednosti, kar pomeni, da je mleko dober vir beljakovin.

- **VIR (IME VITAMINA/VITAMINOV) IN/ALI (IME MINERALA/MINERALOV):** ko je pri živilu vsebnost vitaminov/mineralov poudarjena s prehransko trditvijo, jih mora izdelek vsebovati vsaj znatno količino, ki je praviloma večja od 15 odstotkov priporočenega dnevnega vnosa (RDA). Temu pogoju mora zadostiti tudi živilo, ki ima na primer zapisane trditve: »z omega 3«, »okrepljen z železom, Ca«, »obogaten z vitaminom C«.
- **VISOKA VSEBNOST (IME VITAMINA/VITAMINOV) IN/ALI (IME MINERALA/MINERALOV):** izdelek mora vsebovati vsaj dvakrat več vitaminov oziroma mineralov, kot to velja za živila, ki so označena z trditvijo »Vir vitaminov/mineralov«.
- **VSEBUJE (IME HRANILA ALI DRUGE SNOVI):** trditev, da živilo vsebuje hranilo ali drugo snov, za katero v tej uredbi niso določeni posebni pogoji in katera koli trditev s podobnim pomenom za potrošnika je dopustna samo, kadar je izdelek v skladu z vsemi veljavnimi določbami te uredbe in zlasti s členom 5. Za vitamine in minerale se uporabljajo pogoji, veljavni za trditev „vir“.
- **POVEČANA VSEBNOST (IME HRANILA):** trditev, da je vsebnost enega ali več hranil, razen vitaminov in mineralov, povečana, ali katera koli trditev s podobnim pomenom za potrošnika je dopustna samo, kadar izdelek izpolnjuje pogoje za trditev „vir“ in kadar je vsebnost v primerjavi s podobnim izdelkom povečana vsaj za 30 %.
- **ZMANJŠANA VSEBNOST (IME HRANILA):** trditev, da je vsebnost enega ali več hranil zmanjšana, in katera koli trditev s podobnim pomenom za potrošnika je dopustna samo, kadar je vsebnost v primerjavi s podobnim izdelkom zmanjšana vsaj za 30 %, razen za mikrohranila, kjer je sprejemljiva 10 % razlika od referenčnih vrednosti, kakor so določene v Direktivi 90/496/EGS, medtem ko je za natrij ali enako količino soli sprejemljiva 25 % razlika.
- **»LAHKA » IN »NARAVNA« ŽIVILA:** izdelki, ki so označeni z trditvijo »lahke« ali podobno, morajo ustrezati enakim pogojem, kot veljajo za trditev »zmanjšan«. Trditev pa mora spremljati tudi navedba o lastnostih, ki zmanjšujejo vsebnosti hranil v živilu, da živilo velja za »lahko«.

Ko so naravne lastnosti živila takšne, da so v skladu z pogoji za prehranske trditve, je lahko oznaka »naravno/naraven« zapisana samo pred trditvijo. Na mleku ali navadnem jogurtu, ki je izdelan samo iz mleka, je npr. trditev »naraven vir popolnih beljakovin« dopustna, saj je mleko že po svoji naravi dober vir beljakovin oziroma zadosti pogojem trditev »vir beljakovin« (Uredba ..., 2006).

PRILOGA B: SEZNAM UTEMELJENIH ZDRAVSTVENIH TRDITEV NA ŽIVILIH S POGOJI UPORABE

Seznam utemeljeni zdravstvenih trditev s pogoji uporabe v skladu s 13. členom uredbe (ES) št. 1924/2006 v Republiki Sloveniji je sledeč (Smernice ..., 2011):

- VITAMINI* SO POTREBNI ZA NORMALNO DELOVANJE ČLOVEŠKEGA ORGANIZMA: trditev se lahko uporabi v primeru, kadar z zaužito količino izdelka zadostimo 15 % dnevnega vnosa (v nadaljevanju PDV) za navedeni vitamin oz. vitamine.
*velja za posamezni vitamin ali za skupino
- MINERALI* SO POTREBNI ZA NORMALNO DELOVANJE ČLOVEŠKEGA ORGANIZMA: trditev se lahko uporabi v primeru, kadar z zaužito količino izdelka, zadostimo 15 % PDV za navedeni mineral oz. minerale.
* velja za posamezni mineral ali za skupino
- KALCIJ JE POTREBEN ZA ZDRAVE KOSTI IN ZOBE: trditev se lahko uporabi v primeru, kadar z zaužito količino izdelka zadostimo 15 % PDV za kalcij.
- CINK JE POTREBEN ZA NORMALNO DELOVANJE IN ODPORNOST ORGANIZMA: trditev se lahko uporabi v primeru, kadar z zaužito količino izdelka, zadostimo 15 % PDV za cink.
- MAGNEZIJ JE SKUPAJ S KALCIJEM POTREBEN ZA ZDRAVE KOSTI IN ZOBE: trditev se lahko uporabi le v primeru, kadar z zaužito količino izdelka zadostimo 15 % PDV za magnezij.
- SULFATI V OBLIKI NATRIJEVIH ALI MAGNEZIJEVIH SOLI V NARAVNI MINERALNI VODI UGODNO DELUJE NA PREBAVO: trditev se lahko uporabi v primeru naravnih mineralnih vod skladnih s Pravilnikom o naravni mineralni vodi, izvirski vodi in namizni vodi (Ur. l. št. 50/04 in 75/05).
- HIDROGEN KARBONATI V OBLIKI NATRIJEVIH, KALCIJEVIH ALI MAGNEZIJEVIH SOLI V NARAVNI MINERALNI VODI DELNO NEVTRALIZIRAJO ŽELODČNO KISLINO: trditev se lahko uporabi v primeru naravnih mineralnih vod skladnih s Pravilnikom o naravni mineralni vodi in namizni vodi (Ur. l. št. 50/04 in 75/05).

- **URAVNOTEŽENA IN RAZNOLIKA PREHRANA, BOGATA Z OMEGA 3 MAŠČOBNIMI KISLINAMI, POMAGA VAROVATI SRCE IN OŽILJE:** trditev se lahko uporabi v primeru, kadar z zaužito količino izdelka (0,5 % dnevni energijski potreb) dosežemo zatrjevani učinek. Živilo mora vsebovati opozorilo, da je uživanje živil bogatih z omega 3 nenasičenimi maščobnimi kislinami varno le, če vnos teh iz vseh virov ne presega 2 g/dan.

- **PREHRANSKE VLAKNINE* POMAGAJO VZDRŽEVATI NORMALNO PREBAVNO FUNKCIJO IN UGODNO VPLIVA(JO) NA PREBAVNI SISTEM:** trditev se lahko uporabi v primeru, kadar izdelek vsebuje več kot 4 grame prehranske vlaknine/MJ energije živila.

*velja za skupino ali posamezne prehranske vlaknine, kot so inulin, oligofruktoza, β -glukan,

- **PROBIOTIKI* UGODNO DELUJEJO NA PREBAVO:** trditev se lahko uporabi v primeru, kadar zaužita količina izdelka vsebuje najmanj 10^9 cfu oz. z zaužito količino izdelka dosežemo zatrjevani učinek.

*Velja za vrste *Lactobacillus caesi*, *Bifidobacterium bifidum I-3426*, *Bifidobacterium infantis I-3424*, *Bifidobacterium longum I-3470*, *Lactobacillus acidophilus CNCM I-1722*, *Lactobacillus helveticus I-1722*, *Lactobacillus rhamnosus I-1720*

- **PROBIOTIKI (BAKTERIJE* VRSTE-IME) POMAGAJO VZDRŽEVATI ZDRAVO ČREVESNO MIKROFLORO:** količina izdelka vsebuje najmanj 10^9 cfu oz. z zaužito količino izdelka dosežemo zatrjevani učinek.

*Velja za vrste *Lactobacillus caesi*, *Bifidobacterium bifidum I3426*, *Bifidobacterium infantis I-3424*, *Bifidobacterium longum I-3470*, *Lactobacillus acidophilus CNCM I-1722*, *Lactobacillus helveticus I-1722*, *Lactobacillus rhamnosus I-1720*

- **ŽIVILA IZ CELEGA ŽITNEGA ZRNA IMAJO NIZEK GLIKEMIČEN INDEKS IN ZATO UGODEN VPLIV NA RAVEN GLUKOZE V KRVI.**

- **RAZREDČEN JABOLČNI KIS UGODNO DELUJE NA PREBAVO:** trditev se lahko uporabi v primeru, če se živilo uporablja kot začimba, kar je potrebno navesti hkrati s trditvijo. Trditev ne velja za jabolčni kis v predelani obliki

- SVEŽE, NEPREDELANO SADJE IN ZELENJAVA VSEBUJETA POMEMBNE ZAŠČITNE SNOVI, ZATO VARUJETA ZDRAVJE: trditev se lahko uporabi v primeru svežega, nepredelanega sadja in zelenjave.
- SADJE IN ZELENJAVA ZAVZAMETA POMEMBEN DELEŽ V URAVNOTEŽENI PREHRANI: trditev se lahko uporabi v primeru svežega, nepredelanega sadja in zelenjave.

PRILOGA C: SEZNAM IZDELKOV, UPORABLJENIH V FOKUSNI SKUPINI

Kategorija	Vrsta	Blagovna znamka	Trditev
Margarina	klasična	Zvijezda	znana znamka
	lahka (light)	Lätta	lahka margarina z manj maščob
	z omega 3 in 6 esencialnimi maščobnimi kislinami	Omegol	manj maščob, bogat z omega 3 in 6 esen. mašč. kislinami
		Omegol aktiv	dodani rastlinski steroli, znižuje holesterol
Keksi	klasični	Lilly Kraš- vanilija	tradicionalna znamka
	za diabetike	Medex- tea cookies	nizki GI, brez sladkorja, bogati z vlakninami
	bio keksi	Regina + bio keksi	bio sestavine, visoka kakovost pri MKGP označeni kot eko
Jogurt	klasični	mu 3,2 %, navadni, Ljubljanske mlekarne	znana znamka
		sadni jogurt, 3,2 %, Mercator	privatna znamka
	Manj maščob	navadni, lahki, 1,3 %, zelena dolina	blagovna znamka
	z zdravstveno trditvijo	LCA navadni, 1,5 %, zelena dolina	nizka vsebnost maščob, vlaknine beneo za močne kosti
		EGO- slim & vital Ljubljanske mlekarne	Q10, α -karnitin, pomoč pri uravnavanju telesne teže
Sok	klasični	Fructal, ananas	popularna znamka
		Rauch, Happy day, pomaranča	100 % sadja
	nektar	breskov nektar, Mercator	privatna znamka
	zmečkanček	Presad banana	100 % sadje, vitamin C in E

PRILOGA D: SEZNAM TRDITEV, PREDSTAVLJENIH V FOKUSNI SKUPINI

Posebna prehranska trditev: v izdelku je zmanjšana ali povečana vsebnost neke snovi v hrani, manj maščob, nizka energijska vrednost, obogatena z vitamini in minerali. Homogenizirano mleko z 1,6 % mlečne maščobe, obogateno z 12 vitamini.

Splošna prehranska trditev: gre za predelavo, prikazovanje energijske vrednosti, ostalih sestavin, beljakovin, ogljikovih hidratov...

Zdravstvena trditev: trditev proizvajalca, da ima njihov proizvod vlogo izboljšave zdravstvenega stanja organizma.

Delno posneto mleko z dodatkom kalcija in rastlinskih vlaknin. Izboljšuje prebavo in ima pozitiven vpliv na koti.

Komercialna trditev: Joggobella, jogurt z velikimi kosi, posebej izbranih sadežev, absolutno naravno.

UNIVERZA V LJUBLJANI
BIOTEHNIŠKA FAKULTETA
ODDELEK ZA ZOOTEHNIKO

Simona BAGAR

**ZAZNAVANJE IN RAZUMEVANJE PREHRANSKIH
IN ZDRAVSTVENIH TRDITEV PRI MLAJŠIH
SLOVENSКИH POTROŠNIKIH**

DIPLOMSKO DELO

Univerzitetni študij

Ljubljana, 2016